

G. Rusch/H. Schanze  
G. Schwering  
Theorien der  
Neuen Medien

Kino – Radio –  
Fernsehen – Computer

W. Fink **UTB**



UTB 2840

## **Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage**

Beltz Verlag Weinheim · Basel

Böhlau Verlag Köln · Weimar · Wien

Verlag Barbara Budrich Opladen · Farmington Hills

facultas.wuv Wien

Wilhelm Fink München

A. Francke Verlag Tübingen und Basel

Haupt Verlag Bern · Stuttgart · Wien

Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung Bad Heilbrunn

Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft Stuttgart

Mohr Siebeck Tübingen

C. F. Müller Verlag Heidelberg

Orell Füssli Verlag Zürich

Verlag Recht und Wirtschaft Frankfurt am Main

Ernst Reinhardt Verlag München · Basel

Ferdinand Schöningh Paderborn · München · Wien · Zürich

Eugen Ulmer Verlag Stuttgart

UVK Verlagsgesellschaft Konstanz

Vandenhoeck & Ruprecht Göttingen

vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Gebhard Rusch / Helmut Schanze /  
Gregor Schwering

# Theorien der Neuen Medien

Kino – Radio – Fernsehen – Computer

Wilhelm Fink

Die Autoren:

Helmut Schanze, Prof. em., seit 1987 Prof. an der Universität Siegen. Seit den 1960er Jahren Arbeiten zur Erschließung neuer Medien für die Literaturwissenschaft, seit Anfang der 1970er Jahre zur Mediengeschichte. Mediengeschichtliche Veröffentlichungen zuletzt: *Handbuch der Mediengeschichte*. Stuttgart 2001; *Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft*. Stuttgart/Weimar 2002. Mithrsg. der *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland* (1993/94).

Gregor Schwering ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Forschungskolleg „Medienumbrüche“ der Universität Siegen. Seine Forschungsschwerpunkte liegen u.a. in der Medien- und Literaturtheorie, in der Literatur des 20. Jahrhunderts sowie der Ästhetik und Romantik. Zuletzt erschien von ihm zusammen mit Jens Schröter und Urs Stäheli (Hrsg.): *Media Marx. Ein Handbuch*. Bielefeld 2006 sowie zusammen mit Gebhard Rusch und Helmut Schanze (Hrsg.) das Themenheft „Mediendynamik“ der Zeitschrift *Navigationen* 1/2007.

Gebhard Rusch, Prof. für Kommunikations- und Medienwissenschaft am Institut für Medienforschung der Universität Siegen, seit 1998 Gastprofessor an der Universität Innsbruck. Zahlreiche Buch- und Aufsätze veröffentlichten, darunter: *Erkenntnis, Wissenschaft, Geschichte. Von einem konstruktivistischen Standpunkt*. Frankfurt a. M. 1987; *Einführung in die Medienwissenschaft*. Opladen 2002; *Konstruktivistische Ökonomik*. Marburg 2006. Zuletzt erschien: „Mediendynamik. Explorationen zur Theorie des Medienwandels.“ In: *Navigationen* 1/2007.

#### Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem  
und alterungsbeständigem Papier ☺ ISO 9706

© 2007 Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG  
(Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)

[www.fink.de](http://www.fink.de)

ISBN 987-3-7705-4219-2

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Printed in Germany.

Herstellung: Ferdinand Schöningh, Paderborn  
Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

UTB-Bestellnummer: 978-3-8252-2840-8

# Inhalt

*Helmut Schanze*

<b>Vorwort .....</b>	<b>11</b>
<i>Ziel des Bandes .....</i>	<i>11</i>
<i>Kursstruktur der Darstellung .....</i>	<i>12</i>
<i>Methodisches Konzept .....</i>	<i>16</i>

## 1. Kurs

*Helmut Schanze*

<b>1. Vorklärungen und Grundbegriffe.....</b>	<b>21</b>
<i>Digitalmedien – Digitalmedium? .....</i>	<i>21</i>
<i>Neues Medium – ein ‚vager‘ Begriff .....</i>	<i>27</i>
<i>Pluralität der Medienbegriffe .....</i>	<i>30</i>
<i>Diskursgeschichte der Medienbegriffe .....</i>	<i>31</i>
<i>Zum Stand der Forschung .....</i>	<i>34</i>
<b>2. Systematische und historische Konzepte</b>	
<b>der Theorien der Neuen Medien .....</b>	<b>39</b>
<i>Digitalmedien – Analogmedien? .....</i>	<i>39</i>
<i>Apriori der Kunst .....</i>	<i>39</i>
<i>Apriori der Differenz .....</i>	<i>41</i>
<i>Medienphilosophisches Apriori: Zeit, Raum und das Problem der Person .....</i>	<i>43</i>
<i>Skalierbarkeit der Neuen Medien .....</i>	<i>46</i>
<i>Hybridität und Pluralität der Neuen Medien .....</i>	<i>48</i>
<i>Metaphorik der Neuen Medien .....</i>	<i>49</i>
<i>Vorgeschichte der Digitalisierung .....</i>	<i>51</i>
<i>Körper, Neue Medien, Medienkunst .....</i>	<i>52</i>
<i>Neue Medien und Ideologie .....</i>	<i>53</i>
<b>3. Die Neuheit der Neuen Medien .....</b>	<b>55</b>
<i>Theorien der Neuheit: Fortschritt, Innovation, Avantgarden und Alteritäten .....</i>	<i>56</i>
<i>Neue Medien und Medienumbreüche .....</i>	<i>59</i>
<i>Elektronische Moderne .....</i>	<i>59</i>
<i>Euphorien und Apokalypsen .....</i>	<i>61</i>
<i>Technische Reproduzierbarkeit und Kritische Theorien .....</i>	<i>62</i>
<i>Digitalmedien – Digitalmedium .....</i>	<i>63</i>
<i>Medien und Krieg: Armaturen der Sinne .....</i>	<i>64</i>
<i>Massenmedien und Digitalmedien .....</i>	<i>65</i>

<i>Medienästhetiken</i> .....	67
<i>Magie der Neuen Medien</i> .....	68
<i>Multimedia und Hybridisierungen</i> .....	69
<b>4. Argumentationen, Dispute, Querelen, Debatten, Diskurse.</b>	
<b>Formate der Medientheorien im 20. und am Beginn des 21. Jh.</b> .....	71
<i>Medienbegriffe im Kontext</i> .....	71
<i>Topik der Mediengeschichtsschreibung</i> .....	75
<b>5. Medientheoretiker und Medientheorien</b> .....	83
<i>Leittheorien und Leittheoretiker</i> .....	83
<i>Methoden, Disziplinen, Künste</i> .....	86
<b>6. Leittheorien</b> .....	91
<i>Definitionsversuche: Technik – Ökonomie – Soziologie – Psychologie</i> .....	91
<i>Kultur der Neuen Medien</i> .....	93
<i>„Theorie der Neuen Medien“</i> .....	95
<i>Multimedia</i> .....	97
<i>Digitale Plattform</i> .....	99
<i>Interaktivität und Individualisierung</i> .....	103
<i>Traditionalismus der Neuen Medien</i> .....	105
<i>Historische Werkbegriffe und deren Auflösung:</i>	
<i>Von der ‚Rede‘ zum ‚Gesamtkunstwerk‘</i> .....	107
<i>Medien und Gesellschaft</i> .....	113
<i>Medien und Ökonomie</i> .....	114
<i>Wahrnehmung, Kognition, Konstruktion</i> .....	116
<i>Medienkulturen</i> .....	120
<b>2. Kurs</b>	
<i>Gregor Schwering</i>	
<b>1. Kino-Debatten</b> .....	121
<i>Der Mythos</i> .....	121
<i>Kino-Debatte</i> .....	123
<i>Anfänge der Filmtheorie (Balázs, Arnheim)</i> .....	127
<i>Der Film im Fahrwasser der Politik: Von Caligari zu Hitler? (Benjamin, Kracauer)</i> .....	132
<i>Das Leitmedium des Medienumbruchs um 1900: Ein Schock?</i> .....	138
<b>2. Radio-Debatten</b> .....	143
<i>„An alle“ – das Medium für die Massen?</i> .....	143
<i>Radio-Debatte: Wer waren alle?</i> .....	146

<i>Radiotheorie (Brecht, Arnheim).....</i>	153
<i>Das „Maul des Führers“.....</i>	166
<b>3. Literaturdebatten .....</b>	<b>173</b>
<i>Sprachkrise (Hofmannsthal) .....</i>	173
<i>Das neue und das alte Medium – Film und Sprache.....</i>	178
<i>Für eine neue Literatur im Zeichen des Kinos .....</i>	181
<i>Filmische Schreibweise.....</i>	184
<i>Autor, Leser, Massenmedien .....</i>	186
<i>Medienumbrauch um 1900: Von der ‚Sprachkrise‘ zum ‚Tod des Autors?‘ .....</i>	191
<b>4. Drähte zur Seele .....</b>	<b>195</b>
<i>Metropolis .....</i>	195
<i>Photographische Klinik (Charcot) und Psychoanalyse (Freud) .....</i>	197
<i>Traumdeutung – Bilderschrift.....</i>	199
<i>Psychoanalyse und Film: Ranks Doppelgänger und Benjamins Optisch-Umbewusstes .....</i>	203
<i>Medienumbrauch um 1900: Psychoanalytische Perspektiven.....</i>	208
<i>Psychotechnik (Münsterberg) .....</i>	210
<i>Psychotechnik und das „Lichtspiel“.....</i>	211
<i>„Unwillkürliche Aufmerksamkeit“ .....</i>	213
<i>Medienumbrauch um 1900: Psychotechnische Perspektiven .....</i>	215
<i>Drähte zur Seele: Positionen von Psychoanalyse und Psychotechnik .....</i>	217
<b>5. Schaltungen, Gleichschaltungen, Seelenmassage.....</b>	<b>219</b>
<i>Medium und Manipulation (zunächst: der Film).....</i>	219
<i>Industrialisierung der Wahrnehmung: Die Ideologie der Unterhaltung.....</i>	222
<i>Ideologie und Filmriss .....</i>	225
<i>Medienverbund und Ideologie – Kulturindustrie (Horkheimer/Adorno) .....</i>	227
a). <i>Verwerfung des Anderen im Medienverbund .....</i>	229
b). <i>„Aufklärung als Massenbetrug“: Reklame – der Motor des Totalitären..</i>	230
c). <i>Austreibung des Leibes .....</i>	232
<i>Medienumbrauch um 1900: Ein Ende mit Schrecken?.....</i>	234
<b>6. Vom Publikum zur Masse zum Massenpublikum.....</b>	<b>241</b>
<i>Eine Masse im Zeichen der Galgen.....</i>	243
<i>Massenpsychologie (Le Bon, Freud) .....</i>	249
<i>Aufstand der Massen? (Ortega y Gasset, Jünger, Benjamin) .....</i>	260
<i>Publikum und Masse .....</i>	273

### **3. Kurs**

Gebhard Rusch

<b>Fernsehdebatten – Theorien des Fernsehens als Neues Medium .....</b>	<b>277</b>
<b>1. Das immerneue Fernsehen .....</b>	<b>277</b>
<b>2. Theorien des Fernsehens als Neues Medium .....</b>	<b>280</b>
<b>2.1 Theorien und Theoriodynamik .....</b>	<b>280</b>
<b>2.2 Vortheoretische Fernsehkonzepte .....</b>	<b>282</b>
<b>2.3 Frühe Fernsehtheorien: Fernsehen als Neues Medium .....</b>	<b>286</b>
<b>2.3.1 Die Kritische Theorie des Fernsehens.....</b>	<b>287</b>
<b>2.3.2 Fernsehästhetik und Fernsehdramaturgie .....</b>	<b>293</b>
<b>Das dramaturgische Gesetz des Fernsehens.....</b>	<b>294</b>
<b>Die Kunst des Fernsehens .....</b>	<b>297</b>
<b>2.3.3 Kulturpsychologie – Medienpsychologie – Medienanthropologie .....</b>	<b>301</b>
<b>Das Fernsehen als Steigerungsapparatur des Sehens .....</b>	<b>302</b>
<b>2.3.4 Fernseh-Philosophie .....</b>	<b>305</b>
<b>Die Welt als Phantom und Matrize .....</b>	<b>306</b>
<b>2.3.5 Fernsehforschung, medien- und kommunikations-</b>	
<b>wissenschaftliche Fernsehtheorien .....</b>	<b>311</b>
<b>Die Theorie der Fernseh-Empirie .....</b>	<b>313</b>
<b>Medienwissenschaftliche Theorie des Fernsehens .....</b>	<b>315</b>
<b>Fernsehen im Feld der Massenkommunikation .....</b>	<b>317</b>
<b>Das zukünftige Fernsehen.....</b>	<b>321</b>
<b>2.4 Fernsehen auf den zweiten Blick: Fernsehen und die Folgen .....</b>	<b>323</b>
<b>2.5. Das Fernsehen und die Transformation der Geisteswissenschaften:</b>	
<b>Fernsehen als neues Medium der Literaturwissenschaft.....</b>	<b>325</b>
<b>2.6 Theorien der Normalisierung des Fernsehens .....</b>	<b>330</b>
<b>2.7 Theorien des neuen Fernsehens – Fernsehen und „Die Neuen Medien“....</b>	<b>332</b>
<b>Farbfernsehen.....</b>	<b>333</b>
<b>Remote Control: Fernbedienung der Affekte .....</b>	<b>334</b>
<b>Video – „Die neue Potenz“ .....</b>	<b>337</b>
<b>Kabel- und Satelliten-Fernsehen.....</b>	<b>341</b>
<b>Fernsehen als Neues Medium .....</b>	<b>342</b>
<b>Computer als Neues Medium - Medientheorien des Computers .....</b>	<b>345</b>
<b>1. Theorie der Neuen Medien .....</b>	<b>346</b>
<b>1.1 Computation – Garten konvergierender Pfade .....</b>	<b>349</b>
<b>1.2 Meta-Symbol Information.....</b>	<b>350</b>

<b>2. Vier Schritte zum Computer als Medium .....</b>	<b>354</b>
<b>3. Computer als Medium wissenschaftlichen Arbeitens .....</b>	<b>357</b>
<b>3.1 „As We May Think“.....</b>	<b>357</b>
<b>3.2 „Augmenting Human Intellect“.....</b>	<b>359</b>
<b>3.3 Computer als Kommunikationsgerät .....</b>	<b>362</b>
<b>3.4 Exkurs: eMail im BITNET .....</b>	<b>365</b>
<b>3.5 Computer als Teil des World Wide Web. ....</b>	<b>366</b>
<b>4. Identität und Sozialität im Netz. ....</b>	<b>369</b>
<b>4.1 Symbiotics.....</b>	<b>370</b>
<b>4.2 Cyborgs.....</b>	<b>371</b>
<b>4.3 Virtual Personality.....</b>	<b>372</b>
<b>4.4 Virtual Community. ....</b>	<b>376</b>
<b>5. Netzkultur – Netzpolitik – Netzökonomie.....</b>	<b>376</b>
<b>5.1 The American Way – Information Superhighway .....</b>	<b>379</b>
<b>5.2 European Information Society .....</b>	<b>380</b>
<b>5.3 Digitaler Kapitalismus .....</b>	<b>381</b>
<b>6. Medientheorien des Computers. ....</b>	<b>384</b>
<b>6.1 Computer als Integrationsmedium – „Das Netz ist der Computer“ .....</b>	<b>386</b>
<b>6.2 Computer als instrumentales Medium .....</b>	<b>387</b>
<b>6.3 Computer als Medium der Übersetzungen .....</b>	<b>387</b>
<b>6.4 Der Computer als Medium der Isolation         und als symbolische Maschine.....</b>	<b>389</b>
<b>6.5 Computer als Medium telekommunikativer Spiele.....</b>	<b>392</b>
<b>Literatur.....</b>	<b>395</b>



## Vorwort

Zum Ende des 20. und zu Beginn des 21. Jahrhunderts ist ein in alle Lebensbereiche eingreifender Prozess zu beobachten, der, im Blick auf seine Dynamik, den Namen eines Medienumbrochs verdient. ‚Neue Medien‘ werden zu Gegenständen des Alltags; sie verändern ganze Berufszweige und greifen nachhaltig in den kulturellen Bereich ein. Gleichwohl besteht ein Mangel an Orientierungswissen. Umstritten sind sowohl der Begriff wie die Funktion jener Vielzahl an ‚Neuen Medien‘, die gleichwohl auf einer ‚Plattform‘, dem ‚Computer im Netz‘ aufsetzen. Es vermischen sich Prozesse der Fusion wie auch der Ausdifferenzierung, immer wieder werden neue Medien durch noch neuere und bessere überboten. Der Gerätemarkt, das Angebot an Inhalten und Nutzungsformen ist ebenso reichhaltig wie unübersichtlich geworden. Auch das Angebot an Theorien ist kontrovers. Zwischen Praxis und Theorie der Medien fehlen angemessene, wissenschaftliche Formen der Vermittlung. Versuche einer Lehrdarstellung treffen auf eine Mediendynamik, die das Lehrbuch scheinbar überflüssig werden lässt. Der hier vorgelegte Band ist der Versuch, Grenzen zu bestimmen und Entwicklungen aufzuzeigen. Er soll einerseits der Mediendynamik Rechnung tragen, andererseits folgt er bewährten Prinzipien der Lehrdarstellung.

### ***Ziel des Bandes***

Ziel des vorliegenden Bandes ist es, die begrifflichen und mediengeschichtlichen Voraussetzungen wie auch die systematischen Fragestellungen gegenwärtiger Mediendiskurse darzustellen, soweit sie Bezug auf den Status der gegenwärtig avanciertesten Kommunikationssysteme haben. Es sind die Bedingungen aufzuweisen, unter denen die Ausdifferenzierung des Mediensystems auf der technisch vorausgesetzten ‚Digitalen Plattform‘ der Neuen Medien erfolgreich stattfinden kann. Eine Darstellung der Theorien der Neuen Medien setzt eine Analyse der Theorien der Audiovisionen als neue Medien in den Mediendebatten der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts voraus, um die neue Qualität der

Mediendiskurse an dessen Ende, deren Defizite und Verkürzungen im Blick auf die Frage des Mediengebrauchs und der neuen Wahrnehmungsmöglichkeiten zu exponieren. Sie erfasst aktuelle medientheoretische Reflexionen in Wissenschaft, Kunst, Kritik, Wirtschaft und Alltag in ihren wesentlichen Dimensionen. Unter Medientheorien werden dabei nicht nur Konzepte ausgewiesener Medientheoretiker, sondern auch die Modelle der Praxis, der Medienanalyse und der empirischen Medienforschung sowie des Mediengebrauchs verstanden.

### ***Kursstruktur der Darstellung***

Der Aufbau des Bandes folgt dem Modell eines dreifach gegliederten Kurses. Die drei Durchgänge, die Einleitung, welche die Voraussetzungen und Formen der Theorien der Neuen Medien verhandelt, der historische Diskurs und der systematische Aufriss, bestehen jeder für sich, sind aber historisch, begrifflich und systematisch miteinander verbunden.

Im ersten Kurs wird die Frage nach dem Begriff der Neuen Medien gestellt. Ausgangspunkt ist die Theorie vom doppelten Medienumbruch im 20. Jahrhundert, der die Frage nach der ‚Neuheit‘ der Medien zugleich mit der nach ‚Medien‘ und dem ‚Medium‘ überhaupt gestellt hat. War das, was in der ersten Hälfte des 20. Jahrhundert mit dem Begriff des ‚Mediums‘ bestimmt wurde, noch weithin unspezifisch und begrifflich unfest, und standen, ex post gesehen, die durch technische Innovationen bestimmten Einzelmedien nahezu unverbunden im Mittelpunkt öffentlicher Debatten, so konzentrieren sich die Mediendiskurse der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts schließlich auf die einzige, alle Medien in sich einschließende Diskussion um die Möglichkeiten und Grenzen des ‚Digitalmediums‘.

Als Zwischenschritt, an dem der Begriff der Neuen Medien erstmals aufscheint, sind spezifische Formen der Verbreitung von Medieninhalten zu nennen, die das bisherige Prinzip ‚one to all‘, das Prinzip der Massenmedien, zugunsten einer Verbreitung ‚one to many‘ oder ‚many to many‘ auflösen, an deren Ende dann ein Begriff wie der des ‚Individualmediums‘ („one to

one') stehen kann. Dem entsprechen unterschiedliche Formate in der Begriffsbildung. Ältere Formate des akademischen Disputs und der sogenannten Querelen werden durch Formate der politischen Debatte und der wissenschaftlichen Diskurse überlagert. Die unterschiedlichen Formate, in denen Begriffsbildungen sich vollziehen, bringen eine Pluralität an Medienbegriffen hervor, die zum Kennzeichen der gegenwärtigen medientheoretischen Diskussionen geworden sind. Unterschiedliche Agenten nehmen unterschiedliche Interessen unter unterschiedlichen Annahmen wahr. Vereinigte sich die Kunstdiskussion des ausgehenden 19. Jahrhunderts unter einem Begriff des ‚Gesamtkunstwerks‘ und konnte dieser Allgemeinbegriff sich nur als Spezialfall, als bestimmte Form des Musiktheaters durchsetzen, so ist auch der Medienbegriff der Pluralität der Medien gegenüber nicht zum Allgemeinbegriff geworden. Das ‚Digitalmedium‘ (bzw. das ‚Internet‘) bleibt dabei, trotz seines universalen Anspruchs, ein Medium unter anderen.

Gleiches gilt von den Vertretern der jeweiligen Theorieansätze. Sie nehmen jeweils entweder ihren Ansatz als universal geltend an, oder sie beschränken sich auf eines der Einzelmedien, das sie als paradigmatisch für alle anderen Medien ansehen. Die Entstehung des Begriffs der Neuen Medien im Bereich der Verteilmedien und die Dominanz des Kanalbegriffs wird in den 1990er Jahren vom Begriff des ‚Netzes‘ abgelöst, die technischen Aspekte konkurrieren offen oder versteckt mit den kommunikationstheoretischen, den gesellschaftlichen und den psychologischen, rechtlichen und ökonomischen. Gleichermaßen kommt es zu einem Wechsel der Paradigmen. Die Leittheorien und die Behauptungen über das ‚Dominanzmedium‘ entsprechen jedoch keineswegs dem empirisch zu erhebenden Mediengebrauch. So sind fraglos auch noch gegenwärtig die Massenmedien (wie das Fernsehen) bestimmende Medien, und die Internet-Community erweist sich ökonomisch als weniger ertragreich, als dies gelegentlich in den global angesetzten Theorien postuliert wird. Zum Voraussetzungskomplex gehören auch, und nicht zuletzt, die in Methodendiskussionen versteckten Theorieansätze, einschließlich der Gebrauchstheorien, die

keineswegs nur als naive und damit theorielese Annahmen abgetan werden können.

Der zweite Kurs umfasst alle die Ansätze, die als Kanon und als Referenz aus den Debatten über die nunmehr alten, aber in ihrer Zeit paradigmatisch ‚modernen‘ Einzelmedien übernommen werden. Neben einer Vielzahl von Einzelmedien, Basismedien und Wahrnehmungsformen, die es nicht gestattet ‚dem Medium‘ eine dominante Stellung gegenüber ‚den Medien‘ einzuräumen, ist der Begriff des ‚Neuen‘ an den Medien nur dort zu entwickeln, wo die radikale Neuheit erstmals zu einer ebenso radikalen Veränderung der Wahrnehmung führen konnte. Steht am Anfang dieser Diskussionen bereits um 1920 ein Begriff des ‚Mediums‘, der dem heutigen durchaus nahe kommt und endet diese Diskussion in einem Begriff der Massenmedien, der im genauen Gegensatz zu dem zu stehen scheint, was die Neuigkeit der Neuen Medien ausmacht, so bleibt dieser historische Widerspruch gleichwohl in der gegenwärtigen Konkurrenz von Massenmedien und Individualmedien erhalten.

Dabei ist die öffentliche Debatte vornehmlich dem Begriff und der Eingrenzung bzw. Regulierung der Massenmedien gewidmet, die Individualmedien dagegen scheinen in den Diskursformationen des 20. Jahrhunderts eine Art unterdrückte Randexistenz zu führen. Wenn der Medienbegriff von den Rändern herkommt, mehr von der Parapsychologie als von der Psychologie, mehr aus den Zonen der Klinik als aus denen einer unbefragten Gesundheit, mehr aus der Anormalität als aus der Normalität, so darf doch aus der Marginalität der Mediendiskurse nicht auf eine Irrelevanz der öffentlichen und veröffentlichten, publizistisch wie wissenschaftlich geprüften Diskussionen um Medien geschlossen werden. Dass, aus der Sicht der Theorieentwicklung, sich solche Debatten vor allem auf Einzelmedien wie Film und Radio beziehen, die in der Öffentlichkeit hör- und sichtbar werden, lässt nicht nur auf anzunehmende Gewaltverhältnisse schließen, sondern auf ein wie auch immer als vordergründig einzustufendes Interesse eben der Öffentlichkeit, die den ‚Gebrauchswert‘ der neuen medialen Techniken für sich beanspruchen darf. Dabei scheint der explizite Medien-

begriff gegenüber einer Fülle von Äquivokationen und Assoziationen zu verschwinden. Die Wiedergewinnung eines expliziten Medienbegriffs ist einer der zentralen, die Mediendebatten wie auch die Mediendiskurse formierenden Prozesse, an denen sich eine Darstellung der Theorien der Neuen Medien, auch im Blick auf die Vermittlung ihrer Inhalte, beteiligen muss.

Der dritte Kurs ist ein Versuch, generell die Begrifflichkeit der Neuen Medien in Theorie und Gebrauch zu bestimmen. Er kommt aber nicht aus ohne seine ‚Vorgeschichte‘, jene radikale technische Modernität, die mit dem Medienumbruch um 1900 zum Postulat einer ‚Veränderung der Wahrnehmung‘ und einem neuen Medienbegriff führen konnte. Er geht einerseits von einem expliziten Medienbegriff aus, der den Begriff der Massenmedien und den Begriff der Individualmedien umfasst und ‚das Neue Medium‘ nicht allein als anarchisches Hypermedium sieht, sondern seine vielfältigen Nutzungsformen, die zu einer neuen Ausdifferenzierung auf der ‚Digitalen Plattform‘ führen. Gerade die Vielzahl der Gebrauchsformen und der sie begründenden Theorien des Gebrauchs sind es, die einerseits jede einheitliche ‚Theorie der Neuen Medien‘ auch immer als einseitig erscheinen lassen, aber andererseits auch den nicht mehr nur vage postulierten, sondern zu allen Formen der Interaktion (bis hin auch zur bewussten und positiv erlebten Passivität) bereiten, kompetenten Nutzer als Subjekt der medialen Prozesse annehmen darf. Dies setzt eine kritische Medientheorie, die Verblendungszusammenhänge, Ideologien, falsche Bilder und Befehle befragt, keineswegs außer Kraft. Ihre Motive gelten, wie an der Theoriegeschichte des expliziten Medienbegriffs gezeigt, nach wie vor. Eine Theorie der medialen Möglichkeiten zeigt immer zugleich auch die Grenzen von Vermittlung auf. Verständigung geht nicht in Kommunikation auf. Sie fordert die Anstrengung auch des Begriffs von den Kommunikatoren. Beeinflussung über Medien kann nicht dadurch verhindert werden, dass man die Neuen Medien in gleicher Weise zu kontrollieren versucht, wie dies, vergeblich oft, im Kontext der nunmehr alten Massenmedien versucht wurde. Das Motiv des mündigen Nutzers darf nicht als Ausrede für Beliebigkeiten

im Umgang miteinander gelten. Die sogenannte ‚Nettiquette‘ ist kein schönes Beiwerk. Es sind Grenzen zu setzen, deren Dimensionen allerdings sich nicht mehr auf die ‚nationalen Grenzen‘ des 19. und 20. Jahrhunderts beschränken. Eine übergreifende Gebrauchstheorie der Neuen Medien ist die entscheidende Voraussetzung, um Ziele in den unterschiedlichsten Bereichen wissenschaftlicher, rechtlicher, politischer und künstlerischer Handlungsfelder angemessen beschreiben und voranbringen zu können.

### ***Methodisches Konzept***

Basis der vorliegenden Darstellung sind Forschungsarbeiten, die sich einerseits auf den Forschungsstand zum Thema im Rahmen der Kommunikations- und Medienwissenschaften insgesamt beziehen, andererseits auf die Thematik des Forschungskollegs ‚Medien-um-brüche‘ und dessen Teilprojekt ‚Mediendynamik. Prinzipien und Strategien der Fusion und Differenzierung von Medien.‘, das im Jahr 2001 begonnen wurde. In diesem Projekt wird eine methodologische Parallelführung von Mediennutzungsforschung und medien-theoretisch-diskurs-analytischer Arbeit verfolgt. Wie in der Reflexion der Medienbegriffe gezeigt, entstehen sie in einem dialektischen Prozess zwischen Theorie und Empirie. Dies gilt nicht nur für die ‚großen‘ Theorien und das Projekt einer umfassenden, empirischen Medienforschung, sondern auch in den kleinsten Elementen von Medientheorie und Mediennutzung. In jeder Mediennutzung ist eine Medientheorie, ein Begriff des Mediums vorausgesetzt. Die Technologien der ‚Neuen Graphien‘ im 19. Jahrhundert sind ihrerseits auslösende Momente für die ‚Krise der Sprache‘ und damit einer Reflexion auf die spezifische Medialität von Sprache und Schrift. Medienwissenschaftliche Forschung kommt ohne kritische Theorie, aber auch ohne Medienempirie nicht aus. Dass aufgeklärte Mediennutzung einerseits, theoretische Annahmen andererseits nicht nur konfigurieren, sondern sich gegenseitig bedingen, sollte deshalb auch forschungsmethodisch eingelöst werden. Es geht also nicht allein um eine Kritik der Medien als ‚Hidden Persuaders‘, die ihr Geschäft

jenseits der Interessen der Mehrheit verfolgen und nicht allein um eine zahlenmäßige Erfassung anonymer und nur anonym zu erhebender Nutzungsfälle, sondern um den umfassenden kritischen Anspruch, der mit dem Begriff Neue Medien verbunden ist.

Der Begriff der Masse muss im Sinne eines kritischen Begriffs ebenso ausdifferenziert werden wie der Begriff des Mediums selber in seinem Widerspruch zum Begriff der Masse. Der neue Medienbegriff postuliert die Kompetenz und die Personalität des Nutzers. Theorie und Forschung müssen sich dem unabweisbaren Widerspruch von Personalität und Anonymität der Neuen Medien auch methodisch stellen. Was einerseits als Verfall des Individuums kritisch beschrieben wird, kann auf der anderen Seite nicht unkritisch als mündiger Nutzer postuliert werden. Die gegenwärtigen Divergenzen der Methodiken der empirischen Sozialforschung einerseits und einer Diskursanalyse, basierend auf einer kritischen Theorie der Medien andererseits, stellen Herausforderungen an die Medienwissenschaft dar, die sie nicht durch vorschnelle Forderungen nach Integration auflösen kann. Sieht man aber in den langen Zahlenreihen der Mediennutzung seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts nicht nur das Problem einer vereinsamten Masse, und sieht man die Theoriegeschichte der Medien nicht nur als die abgehobene Spekulation von Intellektuellen ohne Erfahrungsgehalt, so lassen sich in systematischer wie auch medienhistorischer Sicht Wechselbezüge zwischen den jeweiligen Mediendebatten und -diskursen und der konkreten Mediennutzung erkennen. Die Bearbeitung der faktischen Trennung von Medientheorie und Mediennutzung lässt sich auch für die Forschung und ihre Methodik zum Programm erheben.

Der vorliegende Band stellt im Rahmen dieses Konzepts die theoretische Seite einer Wechselbeziehung zwischen Medientheorie und Medienempirie dar. Er setzt auf Medienerfahrung beim Nutzer, auf den erfahrenen Leser, Seher und Hörer. Erkennbar wird die Funktion von Medientheorien als gehaltene Anschauung nur auf der Basis eben jener Zahlenwerke, welche faktisch über Erfolg und Misserfolg von Medienprodukten bei einem anonym bleibenden Publikum

entscheiden. Selbst der Einzelnutzer im Neuen Medium legt zu Recht Wert auf das, was er, seit dem 18. Jahrhundert, als seine Privatsphäre begreift, und was ihm als unantastbar zugesichert ist. Dass gerade die Neuen Medien durch ‚intelligente Agenten‘ unter Vorgabe ihrer Nützlichkeit in diese geschützte Sphäre effektiv wie niemals zuvor eindringen, macht alle Publikumsforschung im Neuen Medium zum methodischen Problem. Einerseits sind alle bisherigen Probleme der Datenerhebung scheinbar geschwunden – jede Sekunde der Nutzung kann erfasst und abgerechnet werden – andererseits ist die universelle Kontrolle zum Regelfall geworden. Medientheorie wie Medienempirie stoßen auch methodisch an Grenzen, deren Formulierung allein nicht deren Überwindung impliziert.

Als roter Faden der Darstellung kann das Paradox des Medienbegriffs selber dienen. Einerseits soll, nach dem Axiom vom Medium als Botschaft, schon das Medium die Botschaft sein, wie der vielzitierte Satz des Medienhistorikers und Medientheoretikers Marshall McLuhan nahe legt. Andererseits wird durch kein neues Medium ein altes wirklich ersetzt, ein Satz, der unter dem Namen ‚Riepl’sches Gesetz‘ bekannt geworden ist. Die beiden Feststellungen sind, was die ‚Neuen Medien‘ anbetrifft, medientheoretisch einzulösen und mit einer Theorie der Mediennutzung zu verbinden. Die zitierten ‚Mediengesetze‘ beschreiben nichts anderes als die Parodoxie der Vermittlung selbst. Ein Medium steht zwischen den Kommunikationspartnern, es ermöglicht Kommunikation oder restriktiert sie. Eine Theorie der medialen Möglichkeiten ist immer auch eine Theorie der Störungen. Mediengeschichtlich, mit jedem neuen Medium, kumulieren sich die Möglichkeiten wie auch die Restriktionen. Dabei werden die jeweils alten Medien zu Utopien der Kommunikation. Dies zeigt sich im frühen 20. Jahrhundert mit der Utopie des ‚guten Buchs‘, am Ende des 20. Jahrhunderts in der Forderung nach ‚Kinoqualität‘, die sich durch die ‚Neuen Medien‘ durchgehend, zu Hause wie am Arbeitsplatz, einlösen lässt.

Während das ‚Riepl’sche Gesetz‘ die Hoffnungen und Befürchtungen eines Medienumbruchs von den ‚Büchern‘ zu den ‚analogen Massenmedien‘ als den

neuen Medien des ausgehenden 19. und frühen 20. Jahrhunderts prognostisch beschreibt, ist McLuhans bekannte These als Rückblick auf das ‚Ende der Gutenberg-Galaxis‘ angelegt. Die Emergenz der ‚Neuen Medien‘ am Ende des 20. und zu Beginn des 21. Jahrhunderts löst beide ‚Gesetze‘ ein. McLuhan wird prognostisch gelesen, das ‚Riepl’sche Gesetz‘ dagegen rückwärtsgewandt. Den nunmehr alten Medien wird das Gesetz der Störung zugeschrieben, den ‚Neuen Medien‘ die Medienutopien. Indem McLuhan die alten Medien in ihrer restriktiven Gestalt modelliert hat, öffnet er zugleich ein historisches Verständnis für die Medien vom Anfang der Mediengeschichte bis in die Gegenwart, die er mit den Termi ni der ‚Buschtrommel‘ und des ‚Globalen Dorfs‘ verschränkt. Er nimmt damit die auch die ältere, von Walter Benjamin entwickelte These von der ‚Ubiquität‘ der Medien auf, der die Kommunikationsgesellschaft, ja jeder Einzelne, nicht entrinnen kann. Das Paradigma der Medialität - Alles ist vermittelt - ist Ausgangspunkt und Ende der Theorien der Neuen Medien selber.

Die in der folgenden Darstellung getroffene Aufteilung des Stoffes nach Voraussetzungen und Problemen, nach den vier großen Schritten der Entwicklung der Medien im 20. Jahrhundert: Film – Radio – Fernsehen – Computer, nach den historischen Debatten bis in die 1960er Jahre (McLuhans Einsatzpunkt für eine kritische Medienhistorie) und dem systematischen Aufriss der Theorien der Neuen Medien bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts, zwischen Restriktionen und Utopien, zwischen Erwartungen an die Medienzukunft und konkreten Nutzungsformen verdankt sich damit der Entwicklung des Wissens über Medien im 20. Jahrhundert.

Innerhalb der drei großen Teile des Buches ist jedes Kapitel in sich geschlossen konzipiert und kann daher auch so gelesen werden. Das führt notwendig zu Redundanzen. Einerseits erhält der Leser dadurch die Chance, sich auch knapp sowie unabhängig von größeren Kontexten schlüssig zu informieren.

Die fett gedruckten Stichworte an den Seitenrändern sollen das Auffinden wichtiger Themenfelder auch über die Kapitelüberschriften hinaus ermöglichen.

Zum Schuss möchten wir Stephan Wittig für seine jederzeit zuverlässige und professionelle Arbeit bei der Erstellung des Layouts des Buches sowie Diethard Sawicki für seine Geduld danken, die er mit uns gehabt hat.

# 1. Kurs

## 1. Vorklärungen und Grundbegriffe

### Digitalmedien - Digitalmedium?

Aufgabe der Medientheorie ist es, die Frage: „Was ist ein Medium“ einlässlich zu beantworten. Dies gilt auch für die ‚Neuen Medien‘ und deren Theorie. Die Einführung Neuer Medien im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts hat eine breite medientheoretische Debatte ausgelöst. Anlass war ein vielfältiges Angebot neuer medialer Möglichkeiten, deren Geschichte und Vorgeschichte mit den Begriffen der ‚Digitalisierung‘, der ‚Universalisierung‘, der ‚Elektronik‘ und des ‚Mediums‘ selber zu den Anfängen der ‚Moderne‘ im 19. und 20. Jahrhundert zurückzugehen. Gleichwohl wird die Einführung des vernetzten ‚Persönlichen Rechners‘ als Universalmedium für alle Lebensbereiche am Ende des 20. Jahrhunderts als Schock registriert. Nach der Digitalisierung der Drucktechniken, nach Einführung der Kabel- und Satellitenverbreitung, mit den neuen digitalen Speichermedien (Compact Disc, CD-ROM, DVD), der digitalen Telefonie (ISDN, ADSL), des ‚Internets‘ und des digitalen Fernsehens (DVB), den digitalen Medien, kann der ‚Computer im Netz‘ als ‚Neues Medium‘ schlechthin, als „Digitale Plattform“<sup>1</sup> gefasst werden.

In der Diskussion zum Thema Neue Medien geht es um Annahmen über eine neue Medienpraxis utopischer Qualität und zugleich um den kulturkritischen Rückbezug auf Einzelmedientheorien des Drucks, des Films, des Hörfunks und des Fernsehens. Es ging um das ‚Neue Medium‘ als definitives Ende einer fünfhundertjährigen ‚Gutenberg-Galaxis‘, mit enthusiastischen und eschatologischen Perspektiven, aber auch um eine „Wiederkehr des Buchs“.<sup>2</sup>

Im Kontext einer radikalen Theorie der Medialität wurden grundsätzliche erkenntnistheoretische und anthropologische Fragen neu gestellt. Wahrheit und Fiktion erscheinen im ‚Cyberspace‘, dem virtuellen Raum der Neuen Medien, in untrennbarer Verschränkung.

Das so historisch beschriebene ‚Neue Medium‘ steht am Ende einer von der Antike über die Frühe

### Digitale Plattform

<sup>1</sup> Zum Begriff vgl. Helmut Schanze: Neue Medien - Digitalmedium - Multimedia. Versuch einer Definition. In: *Medienwissenschaft*, Nr. 4, 1995. S. 395-401. Ders.: Digitale Plattform. In: ders./ Manfred Kammer: *Interaktive Medien und ihre Nutzer*. Bd. 4. Theorie der Nutzerrolle. Baden-Baden 2002, S. 13-20.

<sup>2</sup> Helmut Schanze: Die Wiederkehr des Buchs. Zur Metaphorik der Digitalmedien. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST)* 50. Neue Medien. (hrsg. v. U. Schmitz) Oldenburg 1995, S. 53-60.

Neuzeit in die Moderne reichenden Geschichte des Denkens in Prozessen, das alle Substantialitäten auf löst. Aus ästhetischer Sicht geht es um radikal neue Formen künstlerischen Ausdrucks, die mit den Begriffen ‚Netzkultur‘ und ‚Netzkunst‘ bezeichnet werden. In Kunstgeschichten wird die ‚Moderne‘ von einer ‚Postmoderne‘ abgelöst. Begriffe wie ‚Informationsgesellschaft‘, ‚Wissensgesellschaft‘ und ‚Informationszeitalter‘ fassen den revolutionären Charakter der neuen Medienkonstellation in Bezug auf gesellschaftliche Entwicklungen.

Kennzeichnend für die neuen Medientheorien und die sich gleichzeitig etablierende Wissenschaft von der Mediengeschichte ist, dass der die Diskurse zusammenführende Medienbegriff sich erst Ende der 80er Jahre als der entscheidende Reflexionsbegriff erwiesen hat. Er geht jedoch zurück auf Debatten um neue technische Medien, um Film und Funk, zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Seine Durchsetzung fällt in die Zeit des Übergangs von den Analogmedien (dem ‚alten‘ Film, dem ‚alten‘ Hörfunk, dem ‚alten‘ Fernsehen) zu den Digitalmedien als den Neuen Medien. Erst die Digitalisierung der bewegten Bilder löst den Schock der Neuen Medien aus.

Spezifisch für die Theoriebildung, nicht dagegen für die Praxis der Neuen Medien, ist eine aktuelle Verkürzung, die den Begriff des ‚Mediums‘ auf ‚visuelle Medien‘ bzw. auf ‚ikonische Medien‘ einschränkt. In den Debatten um Neue Medien sind das optische Element und seine Konsequenzen leitend, obwohl Text und Ton, fast unauffällig, die digitale Revolution vorweg genommen haben.

Uneinheitlich ist auch die Begrifflichkeit im Kontext der Diskussion. Der ältere Begriff des Mediums verweist auf einen naturwissenschaftlichen Begriffsgebrauch. Noch älter ist sein Gebrauch im Blick auf magische Praktiken. Der in Ansätzen fassbare Medienbegriff des 18. Jahrhunderts bringt ihn mit Traditionen der Mündlichkeit zusammen, die von der Tradition der Schrift aufgehoben wurden.<sup>3</sup> ‚Media‘ bzw. ‚Medien‘ sind in diesem Begriffsgebrauch vorrational konnotiert. Um 1800, in den Medienreflexionen der Romantiker, werden der Abbruch der oralen Tradition

### *Medienbegriff*

<sup>3</sup> Vgl. Friedrich Schiller: Was heißt und zu welchem Ende studiert man Universalgeschichte. In: *Sämtliche Werke Bd. IV* (hrsg. v. Peter-André Alt) München 2004, S. 749-767 (hier: S. 761)

und der Umbruch vom Manuskript zum gedruckten Buch als neuzeitliche Verlusterfahrungen beschrieben. Die Unmittelbarkeit mündlicher Kommunikation erscheint als utopischer Stoff des romantischen Buchs. Die Photographie begründet nicht zuletzt einen neuen ‚Realismus‘ in Kunst und Literatur.

Im frühen 20. Jahrhundert verschiebt sich der Begriffsgebrauch erneut. Das erste belegte Vorkommen als Reflexionsbegriff (bei Walter Benjamin) stellt das Medium Sprache in den Vordergrund.<sup>4</sup> Auf dieser begrifflichen Basis kann in den 20er Jahren der Begriff der ‚Massenmedien‘, Presse, Film und Radio, eingeführt werden, der die neuen, technischen ‚Apparate‘ im Blick auf Produktion, Distribution und Rezeption beschreibt. Der Begriff ‚Medium‘, bezogen auf die menschliche Sprachfähigkeit, wird in der Folge kritisch gegenüber dem ihn einschränkenden Begriff der ‚Massenmedien‘ genutzt. Das kulturkritische Problem des Traditionsverlusts bezieht sich nicht mehr nur auf die ‚alte‘ Mündlichkeit und das Manuskript, sondern auch auf das ‚gute Buch‘.

Mit dem Medienumbruch am Ende des 20. Jahrhunderts sind die ‚Massenmedien‘ zu ‚alten‘ Medien geworden; sie erscheinen nur mehr als Nutzungsformen des ‚Neuen Mediums‘ auf der ‚Digitalen Plattform‘. Die Digitalisierung wird als Verbesserung aller alten Medien genutzt, zugleich aber auch als Erweiterung der medialen Möglichkeiten.

Rekonstruiert man den Begriff eines ‚Neuen Mediums‘ mediengeschichtlich, so tritt zunächst die Schrift als das neue Medium gegenüber der Sprache, des Bildes und des Tons auf. Die Erfindung der allfähigen Schrift steht am Beginn der Mediengeschichte. Sprache, Bilder und Töne können notiert, beschrieben und festgehalten werden. Das alte Bild und der vergehende Hauch des Tons werden dominiert durch die festen Buchstaben, die Geltung für alle Lebensbereiche beanspruchen. Die erste der technischen Graphien – der Buchdruck – revolutioniert die Schreibtechniken bis zur Dominanz der ‚Presse‘ um 1800. Schrift und Druck werden im Prozess der Vollalphabetisierung zum Gemeingut. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts werden auch die Basismedien Ton und Bild durch neue Graphien

<sup>4</sup> Walter Benjamin: Über Sprache überhaupt und über die Sprache des Menschen. In: *Gesammelte Schriften Bd. II.1*. Frankfurt a.M. 1991, S. 140-157 (hier S. 142). (Hinweis von Gregor Schwering)

### **Medienbegriff**

wie Telegraphie, Photographie, Phonographie und Kinematographie technifiziert. Die Verbreitung und Speicherung einer technisch hergestellten Unmittelbarkeit der Bilder und Töne, über ‚Draht‘ (On-Line) bei Telegraph und Telephon, über den ‚Äther‘ (Off-Line) beim Funkentelegraphen und in der Funkentelephonie, dem ‚Radio‘ sowie die industriell hergestellten Presseerzeugnisse, werden dem technischen Medienbegriff der ‚Massenmedien‘ zugeordnet. Ihr Kennzeichen ist die technisch-industrielle Produktion und Verbreitung einerseits, die Nutzung durch ein persönlich nicht mehr fassbare Öffentlichkeit andererseits. Das ‚disperse Publikum‘, das schon die Drucktechnik erreichen will, wird nun mit dem sozialphilosophischen Begriff der ‚Masse‘ identifiziert. Der ‚Massenpresse‘ und den technischen ‚Audiovisionen‘ wird, über die Assoziation mit dem Begriff der unaufgeklärten ‚Masse‘, eine (sekundäre) Irrationalität zugeschrieben.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Helmut Schanze: Rundfunk, Medium und Masse. Voraussetzungen und Folgen der Medialisierung nach dem 1. Weltkrieg In: E. Lersch, H. Schanze: *Die Idee des Radios*. Konstanz 2005, S. 11-27.

Im Begriff der Massenmedien (bezogen auf die neuen, technischen Medien) ist das beschreibende und das kritische Potenzial zu unterscheiden. In der Forschung zum Thema Massenmedien bildet sich bereits in den 40er Jahren ein Dualismus von Beschreibung (Empirie) und Kritik (als Ideologiekritik und Analyse von Verblendungszusammenhängen) heraus. Nur schwer ist der beschreibende Begriff aus seinem kulturkritischen Zusammenhang zu lösen. Dass die technisch hergestellten und verbreiteten Bilder und Töne eine Manipulation der Sinne vornehmen, ist nur scheinbar eine Trivialität. In ihr schlägt avancierte Rationalität in Irrationalität um. Sobald sich Medien als Audivisionen von der Schrift und ihrer Rationalität scheinbar lösen und einen unmittelbaren Zugang zur Wirklichkeit suggerieren, verfallen sie, wie schon die Sprache selber, dem Verdacht der Lüge, dem Ideologieverdacht.

Die ‚Veränderungen der Wahrnehmung‘ durch die Medien, mit Sprache und Schrift beginnend, werden dramatisch im Kontext der neuen, scheinbaren Unmittelbarkeit der technisch hergestellten Wirklichkeit der Bilder und Töne, der die mühsame Intellektualität der Schrift nichts mehr entgegenzusetzen hat. Eindrucks- voll wird dies von Hugo von Hofmannsthal in seinem ‚Brief‘ des fiktiven ‚Lord Chandos‘ beschrieben.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Hugo von Hofmannsthal: Ein Brief. Vgl. das Kap. *Literaturdebatte*

Die Audiovisionen spielen mit der Suggestion der Unmittelbarkeit, die sich einer komplexen, schwer durchschaubaren Technik der Vermittlung bedient und welche die traditionellen Lernprozesse der Schrift für ‚das Publikum‘, bzw. ‚die Masse‘, überflüssig zu machen scheint. Im Innenbereich der Produktion, im Arkanum der ‚Kulturindustrie‘, ist jedoch graphisches Wissen nach wie vor unverzichtbar. Die neuen technischen Medien sind professionell immer noch als ‚Graphien‘ ausgewiesen. Sprache und Schrift verbergen sich unter einer Oberfläche ‚analoger‘ Signale, die von den Sinnesorganen ohne weitere Übersetzungsleistungen wahrgenommen werden können. Auf der Seite des Publikums ist ihre Wirkung die des unmittelbaren ‚Da-bei-Seins‘.

Mit der ‚Digitalen Plattform‘ wird die strikte Bindung des Medienbegriffs an den Begriff der Masse nur teilweise gelöst. Neben den alten Massenmedien erscheinen neue Individualmedien. Einerseits werden die Nutzungsformen aller alten Massenmedien simuliert andererseits ergeben sich neue, interaktive und individualisierte Nutzungsformen. Man spricht von ‚computer literacy‘ und kehrt damit zurück an den Beginn der Alphabetisierung. Die professionellen Technologien der neuen Graphien Druckkunst, Telegraphie, Photographie, Phonographie, Kinematographie werden zu populär genutzten Programmpaketen zusammengefasst. Professionelle Techniken sind keine Arkana mehr. Jeder, der einen Rechner nutzt, darf mit Fonts, Layout, Farbeffekten, Montage usw. spielen. Nie hat das Wissen der Jünger Gutenbergs eine größere Verbreitung gefunden. Auch werden die professionellen und staatlich regulierten Techniken der Verbreitung von Bildern und Tönen, ‚an Alle‘, nunmehr auch senderseitig allgemein nutzbar. Im ‚Neuen Medium‘ aber stecken, wie in den russischen Püppchen, stets alle nunmehr alten Medien.

Von Anbeginn ist der Medienbegriff ambivalent. Er geht von der Differenz von Rede und Schrift aus und nimmt deren scheinbare Aufhebung im technischen Bild, im technischen Ton, sowohl beschreibend wie auch kritisch in den Blick. Der Begriff des Mediums selber ist ein im strikten Sinn historisch-kritischer.

Seine Bindung an neue Technologien und an den Begriff der Masse bedarf stets der kritischen Reflexion, die in der Differenzierung und Spezifizierung der Begrifflichkeiten des Mediums selber und seiner von ihm beanspruchten ‚Neuheit‘ besteht. Die Entwicklung der Digitalmedien stellt beides, die Sprachlichkeit aller Medien wie auch die technologische Neuheit, und damit den oder die Medienbegriffe in Rede. Die Neuheit der Neuen Medien ist es, die immer wieder neue Differenzen erzeugt.

Der Begriff Medium selber erscheint in diesem Kontext als ‚floating pattern‘, ungenau. Er verändert sich im historischen Fluss, abhängig von technischer Innovation und gesellschaftlichem Wandel. Den in der Geschichte der Medien postulierten ‚Veränderungen der Wahrnehmung‘ gegenüber ist der Begriff keineswegs neutral. Mit jeder neuen Medienkonstellation entsteht ein neuer, grundlegend veränderter Medienbegriff. Die Dichotomie ‚alt‘ versus ‚neu‘ verschiebt sich mit den technischen Innovationen. Die gegenwärtige Begrifflichkeit des ‚Neuen Mediums‘ weist Schichtungen auf, sie verweist auf eine Vorgeschichte, eine Geschichte im 20. Jahrhundert und eine unübersehbare Aktualität. Seine Zukunft fordert zu Prognosen heraus, die nicht nur einfache Fortschreibungen der Vergangenheit sein können.

Das Konzept des ‚Neuen Mediums‘ am Ende des 20. Jahrhunderts verdankt sich damit einer dreischrittigen Denkbewegung:

- An ihrem Beginn steht der Begriff des durch die Technologieentwicklung zum ‚alten Medium‘ gewordenen Mediums der ‚Sprache‘, festgehalten in der Schrift, verbreitet im Buch und der Presse. Mit der Differenzierung von Langue und Parole, von Sprache und Sprachnutzung, definiert die neue Sprachwissenschaft bei Ferdinand de Saussure erstmals die medialität von Sprache selber.
- Aus der Beschreibung der neuen, technischen Anordnung (des Dispositivs) und dem kritischen Potenzial des Begriffs lässt sich der Begriff der Massenmedien als ‚plurale tantum‘ entwickeln. Der Begriff weist von Anfang an eine innere Spannung auf. Sie entsteht einerseits aus dem sozialpsychologischen

#### *Konzept des ,Neuen Mediums‘, drei Schritte*

Begriff der Masse und ihrer mangelnden Erkenntnisfähigkeit (die sich traditionell als Literarität bzw. als Schriftgebrauch ausweist), einer offenen Irrationalität, und andererseits aus der inneren Rationalität und Professionalität der industriell-technischen Medienproduktion. Die Sprache, als uneingeschränkte Rationalität, bleibt (bei Sigmund Freud) immer noch der Königsweg zur Seele und damit der Gegenpol zur manipulierenden Technik der Bilder und Töne.

- Der Begriff des ‚Neuen Mediums‘ gewinnt, in einem dritten Schritt, sowohl den kritischen wie auch den technologischen Begriff des Mediums, für das Individuum wie auch als Gemeingut, als durchgehende Rationalität der Simulation, von Außen und Innen, zurück. Dies macht zugleich seine utopische Qualität aus.

### ***Neue Medien – ein ‚vager‘ Begriff?***

Das Konzept der Neuen Medien ist charakterisiert einerseits durch seine historische Schichtung, andererseits durch eine topische Vagheit. Sie gilt nicht nur für den Medienbegriff selber, seine Verkürzungen und Erweiterungen, sondern auch für den Topos der ‚Neuheit‘. Durch die Begrifflichkeit wird ein Gegensatz der Neuen Medien zu den ‚Alten‘ aufgesetzt, was immer auch diese alten Medien seien. Die Neuheit der Neuen Medien ist ihr Programm. Die Topik des Neuen verspricht einen Erfahrungsraum, der nie zuvor betreten und vermessen worden ist. Sie signalisiert Abenteuer, ist Ausdruck einer Utopie und fordert die Darstellung des Undarstellbaren. Sie verbindet sich mit der Topik des Anderen, des Überwirklichen, des Magischen, den Sinnen und der Gegenwart Entzogenen. Dieses Andere verlässt die Traditionen und die gewohnten Ordnungen, zeitlich wie räumlich. Neue Medien gehen über alles, was bisher Medien genannt wird, hinaus. Die Attribute ‚Meta‘, ‚Hyper‘ und ‚Cyber‘, die mit dem neuen Medienbegriff verbunden werden, zeigen Überbietungsstrategien an, die alle bekannten Rahmungen sprengen. Aus der Sicht einer Theorie der Sprachverwendung, wie sie die antike Rhetorik darstellt, ist das Moment des Pathos unverkennbar in den Begriff

*Programm der ‚Neuheit‘*

eingeschrieben. Dieses Pathos bestimmt auch die aktuellen Mediendiskurse.

Der Begriff des ‚Neuen Mediums‘, aus der Differenz zur Tradition eines noch unfesten Medienbegriffs herauszulesen, postuliert aber nicht nur eine unbestimmte ‚Neuheit‘ als Definiens. Sie ist bestimmt durch unterschiedliche kulturwissenschaftliche Begriffe. Zu ihnen zählen Innovation, Modernität, Avantgarde und Alterität, Begriffe, die selber wieder der Bestimmung bedürfen. Sie sind verortet in unterschiedlichen Diskursen und unterschiedlichen Disziplinen. Eine ‚Theorie der Neuen Medien‘ hat nicht nur den Begriff des Mediums historisch zu entwickeln, sondern ihn in den jeweiligen Diskursformationen aufzusuchen und wiederum kritisch zu differenzieren.

Die Digitalisierung, die als Motor der Innovation ausgemacht wird, konfrontiert den Nutzer mit der freigesetzten Dynamik des Fortschritts im Bereich der ‚Hardware‘ und der ‚Software‘. Es werden immer neuere, bessere und schnellere digitale Medienprodukte angeboten. Die Grunderfindungen der Neuen Medien jedoch haben im Regelfall schon ein ehrwürdiges Alter, die technischen Entwicklungen sind aufwändig und kleinschrittig. Im Begleitdiskurs werden sie aber stets als ‚große Schritte‘ ausgewiesen. Über die langwierige Ingenieursarbeit legt sich die Grundbedeutung der Berufsbezeichnung, die im 18. Jahrhundert mit dem ‚Genie‘, dem militärischen Einsatz verbunden ist. Edisons geflügeltes Wort vom groben Missverhältnis von ‚Inspiration‘ und ‚Perspiration‘ wird vergessen. Neue Medien gelten als Quelle der Inspiration, obwohl gerade im produktiven Umgang mit ihnen ein Äußeres an quälender Einzelarbeit erfordert ist. Jeder noch so kleine Fehler in der Hardware, jeder Programmierfehler zeitigt Folgen, die der Einzelne, der am Produktionsprozess beteiligt ist, kaum mehr übersieht.

Die Neuen Medien sind ‚modern‘ im Wortsinn, weil sie die Medien der Moderne, die Presse wie die Audisionen, perfektionieren, sie sind neu, weil sie dies in einer Technik bewerkstelligen, die einen völligen Austausch der bisherigen Apparate und der auf sie bezogenen Denkweisen erfordern. Auf der ‚Digitalen Plattform‘ sind alle bisherigen Medien aufstellbar, vom

Buch bis zum Fernsehen. Sie erscheinen als differente Nutzeroberflächen einer einheitlichen Technologie. In ihnen verschränken sich Fortschritt und Tradition einer Moderne, die selbst bereits zu einer ‚zweiten Moderne‘ geworden ist. Die Fragen der Soziologie nach dem Verhältnis von Medien und Gesellschaft sind unübersehbar als Diskurse über Mediennovationen und Modernisierungsbewegungen formuliert. Die ‚Netzwerkgesellschaft‘ (Manuel Castells) produziert ihre eigenen Probleme der ‚Identität‘ und des gesellschaftlichen Wandels, der als ‚Medienumbroch‘ erfahren wird. Die ‚zweite Moderne‘ definiert sich als ‚Risikogesellschaft‘ (Ulrich Beck).

Als künstlerische Mittel dienen die Neuen Medien der avancierten Kunstproduktion. Wie der Begriff der ‚Moderne‘ ist auch der Begriff einer künstlerischen Avantgarde, wie ihn Theorien der Neuen Medien in Anspruch nehmen, historisch zu spezifizieren. Und auch hier lässt sich von einem doppelten Begriff ausgehen. Die Avantgarden des ersten Medienumbrochs des 20. Jahrhunderts werden zu ‚klassischen Avantgarden‘, die des zweiten scheinen lediglich den Habitus zu bewahren, obwohl ihre Mittel (die Medien) ungleich mächtiger sind als die der ersten. Sie stehen in Gefahr, nunmehr ihre Träume in Realitäten umsetzen zu können, und sie werden sich des Schreckens der Realisierung umso mehr bewusst. Während die ersten Avantgarden Technik als ein Gegenbild, als Hoffnung oder Schreckbild gegenüber eingefahrenen Sehweisen anwenden konnten, hält die Realität der unbegrenzten Möglichkeiten ein Potenzial bereit, das ein bloßes Spiel kaum noch zulässt und die Grenzen zur Realisierung bisher unvorstellbar nah rücken lässt. Die Körper, von denen die Medien ausgehen, werden zu Opfern ihrer Mediatisierung. Was als Happening beginnt, wird zur medial inszenierten Selbstaufgabe, die Tausende aus ihrer Zuschauerrolle in die Rolle der unfreiwilligen Probanden hineinzieht. Der gegenwärtige Diskurs über Kunst und Künstler ist unübersehbar ein Diskurs über Medien und Neue Medien, deren Materialität und deren Virtualität.

Kennzeichnend für Medien ist die Aufhebung der Differenz von Nähe und Ferne, von Hier und Dort. Der Philosoph und Soziologe Th. W. Adorno, einer der

### *Avantgarde*

### *Nähe und Ferne*

frühen Medientheoretiker, hat die Ideologie des Fernsehens als die einer Vorspiegelung falscher Nähe kritisiert, die ein Fernsehen im Wortsinn nicht zulasse. Das wirklich Andere dürfe nicht in den Blick kommen, da es den Fernseher als Konsumenten nur irritiere. Die allfähige Simulation, welche die Neuen Medien kennzeichnet, hebt diese Differenz scheinbar auf. Sie ist das Andere schlechthin. Das Andere wird zum Hier und Jetzt. Die medialen Möglichkeiten schlagen um in generierte Wirklichkeiten. Damit ist auch die spezifische Alterität der Neuen Medien und des neuen Medienangebots historisch doppelt zu bestimmen. Während die Mediendiskussionen der 20er Jahre von einer möglichen Weltkultur durch Medien bestimmt waren, einer internationalen Medienkultur, die aber durch nationale und koloniale Einschränkungen, wie sie das 19. Jahrhundert vorgegeben hatte, in ihr Gegenteil verkehrt wurde, steht die Problematik der Neuen Medien vor dem postkolonialen Problem der Globalisierung. Die Zugänglichkeit der Neuen Medien, ihre weltumgreifenden Dimensionen, sind zum ökonomischen Problem jener Staaten und Völker geworden, die sich den Zugang zu Neuen Medien nicht leisten können. Die anthropologischen Diskurse über Alterität werden zunehmend als Diskurse über unterschiedliche Medialitäten formuliert.

### *Pluralität der Medienbegriffe*

Versucht man, den Medienbegriff im Kontext der Neuen Medien genauer zu fassen, so stößt man auf eine Pluralität der Medienbegriffe. Von unterschiedlichen Ansätzen her wird versucht, ein ‚Mittel‘ oder ein ‚Mittleres‘ zu definieren. Unterschiedliche Disziplinen sind an der Begriffsbildung beteiligt und bringen ihre Interessen und Fragestellungen ein. Die gesellschaftswissenschaftlichen Disziplinen weisen hin auf neue Freiheitsgrade, aber auch neue Restriktionen, die psychologischen und psychiatrischen bestätigen im Ansatz der Medialität und Konstruktivität ihre mentalen Modelle und erproben den direkten Anschluss der neuen Technik an die Hirnzellen im Sinne von Propheten, die wirtschaftswissenschaftlichen sehen neue ökonomische Möglichkeiten, die rechtswissenschaftlichen