

Erscheint in: Jäckel, Michael (Hrsg.): Lehrbuch der Mediensoziologie. Opladen. Herbst 2005.

Nicht ohne Einverständnis der Autoren weiterverbreiten!

Medien und sozialer Wandel

Richard Münch / Jan Schmidt

1. Einleitung

Sozialer Wandel meint eine Veränderung in den Strukturen eines Kollektivs, das heißt in den Regeln und Regelmäßigkeiten inklusive der damit einhergehenden Werte und Einstellungen, die eine Gesellschaft kennzeichnen. Prozesse wie Individualisierung, Differenzierung, Rationalisierung, Domestizierung oder Globalisierung sind langfristig wirksame Dimensionen des sozialen Wandels, die den Zustand moderner Gesellschaften prägen (vgl. z.B. van der Loo/van Reijen 1992). Diese Entwicklungen umfassen in der Regel wieder eine Vielzahl von Wandlungsprozessen auf unterschiedlichen Ebenen des sozialen Lebens, sodass wir – je nach zeitlicher Perspektive und Analyseobjekt – auch zu unterschiedlichen Bewertungen des sozialen Wandels kommen können.

Unstrittig ist allerdings, dass eine Analyse des sozialen Wandels unvollständig bleibt, wenn sie die Rolle von Medien und ihrer Entwicklung nicht mit einbezieht (vgl. Behmer/Krotz/Stöber/Winter 2003). Wir geben in diesem Kapitel einen Überblick zum Verhältnis von Medien und sozialem Wandel und diskutieren dabei zunächst grundsätzliche methodische Probleme, die in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen sind. Anhand von Daten zur Medienentwicklung machen wir anschließend die Dynamik der Kommunikations- und Mediengesellschaft deutlich und argumentieren, warum diese dialektische Züge trägt. Schließlich zeigen wir an drei ausgewählten Fragestellungen, wie eine mediensoziologische Analyse des Zusammenhangs von Medienentwicklung und sozialem Wandel aussehen kann.

2. Methodische Probleme und Fehlschlüsse

Der Themenkomplex "Medien und sozialer Wandel" birgt einige Fallstricke. Zunächst stellt sich das methodische Problem der *wechselseitigen Kausalität von Medienentwicklung und sozialem Wandel*. Damit ist gemeint, dass keine einseitigen Ursache-Wirkungs-Verhältnisse (einerlei, in welche Richtung) bestehen, sondern sich beide Bereiche gegenseitig bedingen. Wie schon der symbolische Interaktionismus (vgl. Mead 1934; Blumer 1969) dargelegt hat, erfährt der Mensch die soziale Welt über Symbole vermittelt, wobei insbesondere das Medium Sprache eine zentrale Rolle einnimmt. Mit Zivilisierung und sozialer Differenzierung entstanden im Laufe der Menschheitsgeschichte immer neue gesellschaftliche Figurationen, die wiederum die Weiterentwicklung von neuen Medien erlaubten (von der Keilschrift bis zum Internet) (vgl. Krotz 2003). Diese vergrößerten die Optionen, die Individuen und Kollektive zur Verfügung haben, sich ihrer gesellschaftlichen Umwelt symbolisch vermittelt mitzuteilen; das soziale Handeln bedient sich also in immer stärkerem Ausmaß Medien. Wir können diese Entwicklung als "Mediatisierung" bezeichnen und so "den Prozess sozialen und kulturellen Wandels [beschreiben], der dadurch zustande kommt, dass immer mehr Menschen immer häufiger und differenzierter ihr soziales und kommunikatives Handeln auf immer mehr ausdifferenzierte Medien beziehen" (Krotz 2002, S. 190).

Die Gefahr besteht, diesen kontinuierlichen Prozess nicht als solchen anzuerkennen und einem "*Fehlschluss der neuen Medien*" zu unterliegen, also Medieninnovationen als revolutionär, einzigartig, qualitativ neuartig zu bezeichnen und zu interpretieren. Dabei handelt es sich in zweierlei Hinsicht um einen (regelmäßig zu beobachtenden) Fehlschluss: Erstens ersetzen neuere die älteren Medien nicht, sondern ergänzen sie vielmehr. Auf der Ebene medialer Ordnungen (also z.B. Print, Film, Rundfunk oder Netzwerkmedien) und Gattungen (z.B. Buch, Zeitung, Zeitschrift, etc.) findet keine

Verdrängung im Sinne des Wegfalls einzelner Medien statt, sondern mit dem Aufkommen neuer Medien verschieben sich die Funktionen, die einzelne Medien erfüllen (vgl. Stöber 2003, S. 243ff.).¹

Zweitens gehen mit den Einschätzungen neuer Medien als revolutionär meist auch utopische oder dystopische Prognosen über zu erwartende soziale Auswirkungen einher, die sich im Verlauf der Institutionalisierung eines Mediums stark relativieren (vgl. Marvin 1988; Lievrouw/Livingstone 2002). Auf der Seite der "Optimisten" findet sich häufig die Gleichsetzung von technologischem und sozialem Fortschritt² und damit einhergehend die Hoffnung, mit Hilfe der jeweils neuen Medien soziale Probleme lösen zu können. Auf der Seite der Pessimisten äußert sich der Fehlschluss in einer generellen kulturkritischen Sichtweise, nach der Medien die Menschen von "echten" sozialen Beziehungen entfremden und ihre Isolation steigern.

Abgesehen davon, dass eine entsprechende Bewertung der gesellschaftlichen Folgen des medialen Wandels oft von normativen Setzungen abhängt (die Auflösung von sozialen Bindungen mag manchen als Dystopie erscheinen, während andere sie als Befreiung von als einengend empfundenen Kontrollen empfinden werden), sind die Folgen von medialem Wandel meist erst dann abzuschätzen, wenn eine gewisse Zeit vergangen ist. Utopische wie dystopische Szenarien sind aber gerade in der frühen Phase der Verbreitung eines Mediums weit verbreitet, was mit dem dritten Problem zusammenhängt, das wir als "*technologiedeterministischen Fehlschluss*" bezeichnen wollen: Hier werden soziale Wirkungen ausschließlich aus technischen Merkmalen eines Mediums geschlossen oder zumindest diesen maßgeblich zugeschrieben. Ein

¹ Als klassische, wenn auch zu vereinfachte Formulierung dieser Erkenntnis gilt das sogenannte "Rieplsche Gesetz" des Historikers Wolfgang Riepl (1913).

² Im Englischen wird dieser Unterschied sprachlich deutlich: „Improvement“ meint die technische Verbesserung, „progress“ den gesellschaftlichen Fortschritt.

Beispiel soll dies verdeutlichen: Nicholas Negroponte prophezeite in den frühen 90er Jahren als Direktor des Massachusetts Institute of Technology (MIT) die Aufhebung räumlicher Beschränkungen für soziale Interaktionen, weil über das Internet quasi in Echtzeit beliebig weit entfernte Orte miteinander kommunizieren können: „So wie der Hypertext die Grenzen der gedruckten Seite aufhebt, wird das Postinformationszeitalter die Beschränkungen der Geographie überwinden. Im digitalen Leben ist es nicht wichtig, zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort zu sein, da eine Übertragung der Orte möglich werden wird" (Negroponte 1995, S. 204).³ Etwa zehn Jahre später erkennen wir, dass die Materialität der technischen Infrastruktur eine gewichtige Rolle spielt und es durchaus einen Unterschied macht, ob sich ein Nutzer in einem innerstädtischen Bürokomplex mit einem leistungsfähigen Breitbandanschluss befindet oder in einer ländlichen Region aufhält, die nicht an die leistungsfähigen *backbones* der Telekommunikationsgesellschaften angeschlossen ist. Daneben vernachlässigt der technologiedeterministische Fehlschluss aber auch die fundamentale Einsicht, dass Medien Prozessen der sozialen Aneignung unterliegen und im Verlauf ihrer Diffusion in eine Gesellschaft die Verwendungsweisen jeweils sozial interpretiert und ausgehandelt werden, wobei bereits existierende Medien einen starken Einfluss auf das Verständnis von den Einsatzmöglichkeiten der neuen Technologie haben. Dies zeigt sich auf der Ebene der individuellen Aneignung und "Veralltäglichsung" genauso wie auf der Ebene der gesellschaftlichen Institutionalisierung. Das Telefon wurde zum Beispiel anfangs in Anlehnung an das "Transportmodell" der Telegraphie zur Nachrichtenübermittlung in Hotels, Postämtern oder beim Militär eingesetzt beziehungsweise – einem "massenmedialen Modell" folgend – zur

³ Zahlreiche weitere Vorhersagen über die gesellschaftlichen Auswirkungen des Internets aus den frühen 90er Jahren finden sich in der "Imagining the Internet"-Datenbank unter <http://www.elon.edu/predictions/>.

simultanen Übertragung von Börsenkursen und Opern an eine Vielzahl von Empfängern genutzt. Erst später setzte sich das "konversationale Modell" durch, nach dem das Telefon vor allem ein Instrument der interpersonalen Kommunikation ist (vgl. Rammert 1993; grundlegend zur sozialen Konstruktion der Einsatzweisen von technologischen Innovationen auch Bijker/Hughes/Pinch 1987).

Berücksichtigt man die genannten Probleme und Fehlschlüsse, die hier sicherlich nur angerissen werden konnten, wird man dem Zusammenhang von Medienentwicklung und sozialer Dynamik besser gerecht. Medien entfalten ihre gesellschaftlichen Wirkungen, weil sie Bestandteil von sozialen Praktiken sind, die erst über die konkreten Einsatzmöglichkeiten und Auswirkungen bestimmen. Wie im Einzelfall mediale Inventions-, Innovations- und Diffusionsprozesse verlaufen, hängt von institutionellen Rahmenbedingungen in verschiedenen gesellschaftlichen Subsystemen ab (vgl. Winston 1998, Stöber 2003): wirtschaftliche Rahmenbedingungen, z.B. die Offenheit für Wettbewerber, sich mit neuen Produkten an Medienmärkten zu positionieren; rechtliche Rahmenbedingungen, z.B. die Übertragung oder Neuformulierung von Gesetzen, die mediale Inhalte kontrollieren; kulturelle Rahmenbedingungen, z.B. gesellschaftliche Diskurse über Potenziale und Gefahren von neuen Medien. Jedes Medium etabliert sich dabei in einem Spannungsverhältnis zwischen Determination und Kontingenz, unterliegt also auf den verschiedenen Ebenen seiner sozialen Aneignung Prozessen der Schließung, die seine technischen Optionen in akzeptierten Erwartungen und Verwendungsweisen stabilisieren (vgl. Lievrouw 2002).

3. Dynamische und dialektische Prozesse der Kommunikationsgesellschaft

Die Kommunikationsgesellschaft der Gegenwart ist durch verschiedene Prozesse gekennzeichnet, die zusammen genommen die

Dynamik der Kommunikationsgesellschaft ausmachen (vgl. Münch 1995, insbes. S. 77ff.): Die Zahl von Kommunikationen nimmt ebenso zu wie sich ihre Abfolge beschleunigt. Immer mehr Menschen werden in Kommunikationsprozesse einbezogen, die immer mehr Gebiete der Erde umfassen. Einige Daten, sowohl aus den Bereichen der interpersonalen wie der massenmedialen Kommunikation, können dies verdeutlichen⁴:

- Die Anzahl der weltweit über Telefon getätigten Gesprächsminuten wuchs von unter 20 Milliarden im Jahr 1984 auf über 170 Milliarden im Jahr 2002. Die jährlichen Wachstumsraten betragen immer zwischen 10 und 25 Prozent (vgl. Telegeography 2004).
- Schätzungen der Berkeley University zufolge übertrugen im Jahr 2003 weltweit etwa 47.800 Rundfunkanstalten etwa 70 Millionen Stunden Programm; etwa 21.250 Fernsehanstalten sendeten etwa 31 Millionen Stunden Programm. Die Menge an neu gedruckten Informationen betrug im Jahr 2002 etwa 1.600 Terabytes⁵, was gegenüber 1999 eine Steigerung von 36 Prozent bedeutet. Der weitaus größte Anteil entfiel auf Bürodokumente, also Ausdrucke und Kopien, die zur Kommunikation und Dokumentation in Organisationen benutzt werden (vgl. Lyman/Varian 2003).
- In Deutschland stieg die für Mediennutzung aufgebrauchte Zeit zwischen 1980 und 2000 von 346 auf 502 Minuten pro Tag (vgl. van Eimeren/Ridder 2001, S. 547). Die Hörfunknutzung stieg in diesem Zeitraum von 135 auf 206 Minuten, die Fern-

⁴ Aufgrund der nationalen Unterschiede, mit denen – wenn überhaupt – Kommunikationsprozesse statistisch erfaßt werden, sind vor allem die Daten, die sich auf die gesamte Erde beziehen, als informierte Schätzungen zu verstehen, die hier vorrangig einen Einblick in die Größenordnungen bzw. Dynamiken geben sollen.

⁵ Ein Terabyte entspricht 10^{12} Bytes oder 1000 Gigabyte. Zum Vergleich: Eine universitäre Bibliothek umfaßt etwa zwei Terabyte an gedruckten Informationen (vgl. Lyman/Varian 2003).

sehnutzung von 125 auf 185 Minuten. Der Anstieg der gesamten Mediennutzungsdauer um 45 Prozent innerhalb von 20 Jahren ist allerdings deutlich geringer als der Anstieg des medialen Angebots im selben Zeitraum, sodass von einer verstärkten Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Rezipienten auszugehen ist.

Seit den frühen 90er Jahren trägt insbesondere das Internet zur Vermehrung und Beschleunigung von Kommunikation bei. Es hat sich in den vergangenen 15 Jahren als das am schnellsten wachsende Medium etabliert, sowohl im Hinblick auf seine geographische Verbreitung als auch im Hinblick auf die transportierten Informationsmengen:

- Die Anzahl der Menschen, die das Internet nutzen und so zumindest potenziell an dem weltumspannenden Informations- und Kommunikationsnetzwerk teilhaben, ist bis Anfang 2005 auf über 800 Millionen angewachsen. Die höchste Verbreitung erreicht das Internet in Nordamerika, wo etwa zwei Drittel der Bevölkerung online sind (vgl. Internetworldstats 2005). Innerhalb der EU-Mitgliedstaaten wuchs der durchschnittliche Anteil der Internetnutzer von 34 Prozent im November 2000 auf 44 Prozent im Juni 2003 (Europäische Kommission 2005, S. 7).
- Die Informationsmenge, die auf statischen Seiten im World Wide Web bereitsteht, wuchs zwischen 2000 und 2003 um mehr als Dreifache auf etwa 170 Terabytes. Die Informationsmenge im sogenannten "deep web", das aus dynamischen Datenbanken besteht, ist mehr als 500-mal so groß und entspricht über 90.000 Terabytes (vgl. Lyman/Varian 2003).
- Die Anzahl der weltweit pro Tag verschickten E-Mails stieg von 5 Milliarden 1999 auf etwa 15 Milliarden 2002. Bis 2006 wird ein weiteres Wachstum auf 60 Milliarden E-Mails erwartet (vgl. Lyman/Varian 2003).

Die Trends der Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und Globalisierung von Kommunikation sind Teil des oben angesprochenen Metatrends der Mediatisierung und belegen die Dynamik der zeitgenössischen Kommunikationsgesellschaft. Sie sind in spezifischer Weise in den fortdauernden Modernisierungsprozess eingebunden, denn vor allem die Zunahme der öffentlichen Kommunikation sorgt dafür, dass sich bisheriges Handeln immer an kommunizierten Idealen und Informationen messen lassen muss. Dies gilt besonders für moralische Diskurse, die zum Beispiel in den Auseinandersetzungen über ökologische Probleme oder Menschenrechte geführt werden. Es entsteht ein dialektisches Wechselspiel von aktivem Eingreifen in die Welt mit entsprechenden (intendierten wie unintendierten) Folgen des Handelns, der öffentlichen Kommunikation dieser Folgen und daraus resultierendem neuem Handlungszwang. Kommunikation macht den Kommunizierenden damit die Paradoxien der Moderne selber bewusst (vgl. Münch 1991): Die Paradoxie des instrumentellen Aktivismus, nach der problemorientiertes aktives Eingreifen in die Welt selber wieder neue Probleme schafft; die Paradoxie des Rationalismus, nach der neu geschaffenes Wissen immer auch neue Felder des Nicht-Wissens erkennen lässt; die Paradoxie des Individualismus, nach der die wachsende individuelle Freiheit die Abhängigkeit von anderen Menschen in arbeitsteilig organisierten Gesellschaften steigert; schließlich die Paradoxie des Universalismus, nach der sich der Wettbewerb um knappe Ressourcen in dem Maße steigert, wie Gruppen in einer Gesellschaft oder der ganzen Welt einander gleichgestellt werden. Diese Paradoxien können in der modernen Gesellschaft nicht aufgelöst werden.

4. Felder des sozialen Wandels

Nachdem wir bislang einige grundlegende methodische Fragen angesprochen sowie Belege für dynamische und dialektische Prozesse der Kommunikationsgesellschaft präsentiert haben, werden

wir in diesem Abschnitt den Zusammenhang zwischen Medienentwicklung und sozialem Wandel anhand von drei ausgewählten Fragestellungen deutlich machen.

4.1 Medien und der Wandel der politischen Öffentlichkeit

Politik als System gesellschaftlicher Zielerreichung ist nicht denkbar ohne (Massen-)Medien, mit deren Hilfe öffentlich über die Ausprägung der Ziele sowie die zu ihrer Erfüllung notwendigen Instrumente informiert und diskutiert wird. Jürgen Habermas (1968) hat in einem mittlerweile klassischen soziologischen Text den "Strukturwandel der Öffentlichkeit" beschrieben, der vom idealtypischen Diskurs der frühbürgerlichen Lesegesellschaften und Debattierklubs zur massenmedial hergestellten Öffentlichkeit führte, die deutlich stärker konsumtiv statt diskursiv ausgerichtet ist. Allerdings ist in den beinahe 40 Jahren, die seit seiner Diagnose vergangen sind, deutlich geworden, wie sehr auch die überregionale Tages- und Wochenpresse, die ihm schon als Vertreter der neuen Öffentlichkeit galt, noch einem eher elitären Diskursmodell verpflichtet war. Vor dem Hintergrund der Ökonomisierung und Kommerzialisierung der öffentlichen Meinungsbildung wird deutlich, dass inzwischen weitere Veränderungen stattgefunden haben, die sich als "zweiter Strukturwandel der Öffentlichkeit" bezeichnen und wie folgt charakterisieren lassen (vgl. Münch 1995, 1997).

Mit den im vorigen Kapitel beschriebenen Kommunikationsdynamiken erhöhen sich für alle Akteure, die sich an eine Öffentlichkeit wenden, die Kommunikations-, Darstellungs- und Inszenierungszwänge (vgl. Willems/Jurga 1998; Meyer/Ontrup/Schicha 2000; Meyer 2001). Dies gilt nicht nur für wirtschaftliche Unternehmungen, die über Werbung und Public Relations ihre Produkte und Dienstleistungen gegenüber der Konkurrenz bekannt machen und auf Märkten positionieren müssen, sondern in wachsendem Maße auch für politische Akteure. Die klare Trennung zwischen den Are-

nen, in denen Lösungen für politische Probleme formuliert werden (zum Beispiel Expertenkommissionen und Arbeitsgruppen) sowie den Arenen des Agenda-Settings und der medialen Berichterstattung löst sich heute zusehends auf (vgl. Stark 1998). Wissenschaftliche Vorschläge werden immer früher und stärker in der Öffentlichkeit diskutiert und verlieren dadurch ihre Aura der Objektivität, weil sie Bestandteil von Debatten werden, in denen gesellschaftliche Gruppen ihre ideologisch geprägten Positionen und Interessen abzusichern und durchzusetzen versuchen.

Politik ist dadurch mittlerweile vor allem Kommunikationspolitik, das heißt die Beobachtung und Beeinflussung der massenmedial geprägten Themen, Problemprioritäten und Problemlösungen. Die mediale Durchdringung der Politik, die sich immer mehr nach den Maßstäben massenmedialer Ereignisproduktion gestaltet, führt dazu, dass in den Medien weniger über politische Ereignisse und Entscheidungen informiert und debattiert wird, sondern Medien und Politik gemeinsam die politische Realität erst konstruieren. Dadurch verformt sich das Feld der politischen Diskussion, das nicht mehr von breit angelegten Diskursen geprägt ist, sondern zunehmend Darstellungszwängen unterliegt: Idealisierung der eigenen Person und Position (bspw. als gerechtigkeits-, wirtschafts- oder umweltorientiert), Dramatisierung bestimmter Ereignisse (bspw. als Rekordwachstum oder Rekordarbeitslosigkeit) sowie Kontrolle der expressiven Kohärenz über einen längeren Zeitraum und bei einer Vielzahl von Akteuren (bspw. die Kommunikation des Regierungshandelns als einer Reformagenda verpflichtet).

Dazu benötigen die politischen Akteure mediale Reputation, die sie zum Beispiel durch Auftritte in Talkshows und durch Interviews gewinnen können, was aber entsprechende (Selbst-)Darstellungskünste verlangt. Timing und Präsentation von politischen Äußerungen werden dadurch ähnlich wichtig wie ihr eigentlicher Inhalt. Als Bindeglied zwischen Medien und Politik fungiert die Demoskopie, die in immer kürzeren Abständen die Einstellung der Bevölkerung

gegenüber Politikern, Parteien und politischen Vorhaben misst, also den Akteuren eine Maßeinheit für ihre Beliebtheit unter den Bürgern liefert und so der Fixierung auf Inszenierung des politischen Handelns nach Kriterien der "Akzeptanz beim Wähler" Vorschub leistet.

Diese Entwicklungen senken die Handlungskapazität der Politik, was die Medien wiederum kritisch kommentieren. Sie haben sich allerdings auch von demokratiethoretischen Idealvorstellungen entfernt, denen zufolge sie durch ihre Berichterstattung ein Forum für die öffentliche Meinungsbildung bieten und gleichzeitig Verlauf und Ergebnisse der politischen Entscheidungsprozesse einer kritischen Reflexion unterwerfen sollten. Wenn nun Massenmedien diese Rolle nicht mehr erfüllen können, weil sie mit den politischen Akteuren selber zu sehr verflochten sind und darauf angewiesen sind, gemeinsam politische (Medien)Realität erst zu konstruieren, können dann andere Medien an ihre Stelle treten?

Die Hoffnungen richten sich insbesondere auf das Internet, zu einer Revitalisierung der Demokratie nach deliberativem Vorbild beizutragen. Seine Kommunikationsarchitektur macht es zu einem "Hybridmedium": In manchen Bereichen des World Wide Webs ähnelt es zwar massenmedialer Kommunikation, ohne aber – im Gegensatz zu den Rundfunkmedien mit ihren Programmabläufen – zeitlich fixiert zu sein. Andere Dienste erlauben interpersonale Kommunikation, die synchron (z.B. Chat) oder asynchron (z.B. E-Mail) verlaufen und ohne ins Gewicht fallenden Mehraufwand auch eine Vielzahl von Personen verbinden kann. Im World Wide Web bilden diese interaktiven Momente einen „Rückkanal“ vom Empfänger zum Sender, der dem Fernsehen oder der Zeitung fehlt bzw. nur in geringem Maße und durch Medienwechsel in Form von Anrufen oder Leserbriefen möglich ist.

Aus diesen technisch bedingten Unterschieden folgern manche Autoren, das dezentral aufgebaute Internet sei inhärent demokratischer als die klassischen Massenmedien (vgl. Textkasten). Aller-

dings zeigt sich relativ schnell, dass in funktionaler Hinsicht durchaus bedeutsame Unterschiede bestehen. Es ist eine besondere Leistung der massenmedialen Öffentlichkeit, die Komplexität des potenziell Darstellbaren durch spezifische Regeln, Routinen, Programme und Codes zu reduzieren, Themen gesellschaftlich bekannt zu machen und so Informationen einem unspezifischen Publikum für Anschlusskommunikation zur Verfügung zu stellen. Die Öffentlichkeiten, die sich im Internet formieren, sind dagegen sehr viel stärker thematisch orientiert und damit auf spezifische Adressatenkreise hin zugeschnitten (vgl. Hasse/Wehner 1997).



Das Internet als Revitalisierung der demokratischen Öffentlichkeit?

„The media as we know them are passing. Mass-broadcast, one-to-many TV is a medium of the past. Newspapers will be replaced by interactive bulletins that we will be able to read and publish from the tops of our desks on the machine that will replace our TV and our PC. New media, and particularly computer-mediated communication, it is hoped, will undo the damage done to politics by the old media. Far from the telescreen dystopias, new media technology hails a rebirth of democratic life. It is envisaged that new public spheres will open up and that technologies will permit social actors to find or forge common political interests. People will actively access information from an infinite, free virtual library rather than receiving half-digested 'programming', and interactive media will institutionalise a right to reply.“
(Bryan/Tsagarousianou/Tambini 1998, S.5)

Im Hinblick auf politische Prozesse bedeutet dies, dass im Internet zwar Quellen der politischen Information und Foren der politischen Deliberation existieren, doch sie erreichen in der Regel nur diejenigen Personenkreise, die ohnehin ein ausgeprägtes politisches Interesse haben. Für diese Gruppen sinken die Transaktionskosten des politischen Engagements sogar, weil sie online leichteren Zugriff

auf Informations- und Kommunikationskanäle haben. Politikferne Bevölkerungsteile werden aber durch das vorgeblich "demokratische Medium" kaum erreicht; sie verbleiben bei Angeboten und Nutzungsweisen, die einem massenmedial geprägten Konsum- bzw. Abrufmuster folgen. Noch dazu rivalisiert im Internet der „homo politicus“ mit dem „homo oeconomicus“ des E-Commerce und dem „homo ludens“ der Entertainmentangebote und Online-Spiele (vgl. Leggewie 2002). Hier zeigt sich also der im zweiten Kapitel beschriebene "technologiedeterministische Fehlschluss": Die technischen Potenziale eines Mediums, hier des Internets, müssen immer im weiteren gesellschaftlichen Kontext gesehen werden, der über die faktische Nutzung einer Medientechnologie bestimmt.

4.2 Medien und der Wandel des Umgangs mit Wissen

Die Dynamik der Kommunikationsgesellschaft steigert die Menge der verfügbaren Informationen. Die in Abschnitt 3 bereits zitierte Studie der Berkeley University schätzt, dass im Jahr 2002 etwa 5 Exabytes an neuen Informationen auf physischen Datenträgern (Print, Film, magnetische sowie optische Datenträger) gespeichert wurden (vgl. Lyman/Varian 2003).⁶ Die Informationsmenge, die in jenem Jahr durch elektronische Kanäle (Telefon, Radio, Fernsehen und Internet) geflossen ist, schätzen die Autoren auf 18 Exabytes. Die Vermehrung von Informationen ist eine Grundlage dafür, dass in modernen Gesellschaften der Stellenwert von „Wissen“ steigt – verstanden als eine besondere Form von Informationen, nämlich zweck- oder problemorientierter Natur. Anders formuliert: Wissen besteht aus Informationen, die das aktive Eingreifen des Menschen in die Welt unterstützen.

⁶ Ein Exabyte entspricht 10^{18} Bytes (1000 Petabyte oder 1000 x 1000 Terabyte). Zum Vergleich: Die Menge aller jemals von Menschen gesprochenen Worte entspricht ebenfalls fünf Exabytes.

Dabei lassen sich "Wissen erster Ordnung" (das domänenspezifische, inhaltliche Fachwissen) und "Wissen zweiter Ordnung" unterscheiden (vgl. Degele 2000). Letzteres umfasst "Metawissen" als Wissen über die Aneignung von Wissen sowie "Medienwissen" als technische Bedienungskompetenz. Als Folge des steigenden Einsatzes von Computern zur Speicherung, Bearbeitung und Neukombination von Informationen kommt es zu einer Informierung des Wissens, in deren Verlauf sich der Schwerpunkt hin zu Wissen zweiter Ordnung verschiebt. Die Anforderungen an das Bildungssystem lauten nun weniger, bestimmte kanonisierte Wissensbestände zu vermitteln, sondern vielmehr den Einzelnen dazu anzuleiten und zu befähigen, im Sinne eines "lebenslangen Lernens" beständig die eigenen Wissensbestände zu erweitern, zu aktualisieren und selbstständig in Bezug auf bestimmte Handlungen bzw. Handlungsziele anzuwenden. Dies erfordert ausgeprägte Medienkompetenzen, sowohl um über Medien vermittelt relevante Informationen abrufen zu können, als auch sich Medien zu bedienen, um in der interpersonalen Kommunikation mit anderen Informationen auszutauschen und in Wissen zu transformieren.

Die gesellschaftlichen Muster, Rahmenbedingungen und Regelungen für die Erzeugung von und den Umgang mit Wissen bilden die "Wissensordnung" einer Gesellschaft (vgl. Spinner 1994; Stehr 2001, 2003). Im Hinblick auf das Themenfeld von Medien und sozialem Wandel ist dabei von besonderer Bedeutung, dass die Zunahme des Wissens das oben schon geschilderte Paradoxon des Rationalismus verstärkt: Im Verlauf der Modernisierung steigt das Wissen, das wir von der Welt haben und über Medien vermittelt erfahren, gleichzeitig werden aber auch immer Bereiche offenbar, in denen Nicht-Wissen herrscht. Dies gilt insbesondere für die Folgen von technischen Systemen, die Grundlage unseres Alltags sind. In der Wissensordnung, die im Zentrum unserer modernen Kultur steht, ist also der Zwang angelegt, das wissenschaftliche und technische Spezialwissen immer weiter voranzutreiben und über Me-

dien zu vermitteln, um die Risiken ebendieser Entwicklung gering zu halten und die Kontrolle über Techniken behalten zu können. Dabei wird immer spezialisierteres und differenzierteres Wissen produziert, das noch dazu immer rascher veraltet, weil es durch neues Wissen ergänzt und relativiert wird. Wissen ist dadurch immer mit dem Risiko verbunden, nicht das Richtige zum richtigen Zeitpunkt zu wissen.

Erschwerend kommt hinzu, dass die Umsetzung von Wissen in praktisches Handeln nicht immer direkt möglich ist, sondern in der Praxis müssen verschiedene Komponenten des spezialisierten Wissens wieder zu einer Einheit geformt werden. Die Abstimmung und Zusammenarbeit der jeweiligen Experten erfolgt über Kommunikationsprozesse, in denen sich die Beteiligten auf der Grundlage ihres jeweiligen spezifischen Wissens über die zu erledigenden Aufgaben austauschen und ihre Beiträge koordinieren. Die Zunahme von Wissen und Zunahme von Kommunikation bedingen sich also gegenseitig: Die Vermehrung und Beschleunigung von Kommunikation erzeugt immer mehr verfügbares Wissen, das wiederum so spezialisiert und differenziert wird, dass zur Anwendung und wechselseitigen Abstimmung im praktischen Handeln weitere Kommunikationsprozesse in Teams von miteinander interagierenden Experten nötig werden. Diese dürfen allerdings keine zu eng spezialisierten "Fachidioten" sein, sondern müssen als Wissensvermittler und Moderatoren agieren, um die Logiken unterschiedlicher Wissenssysteme verstehen und miteinander verbinden zu können.

Dadurch kommt es zum Aufstieg von "Wissensarbeit" als einem spezifischen Typus von Tätigkeiten, "die dadurch gekennzeichnet sind, dass das erforderliche Wissen nicht einmal im Leben durch Erfahrung, Initiation, Lehre, Fachausbildung oder Professionalisierung erworben und dann angewendet wird. Vielmehr erfordert Wissensarbeit (...), dass das relevante Wissen (1) kontinuierlich revidiert, (2) permanent als verbesserungsfähig angesehen, (3)

prinzipiell nicht als Wahrheit, sondern als Ressource betrachtet wird und (4) untrennbar mit Nichtwissen gekoppelt ist, so dass mit Wissensarbeit spezifische Risiken verbunden sind" (Willke 1998, S. 161).

Ein großer Anteil der Produktion und Vermittlung von Wissen geschieht innerhalb von Organisationen. Insbesondere wettbewerblich orientierte Wirtschaftsunternehmen müssen sich durch eine hohe Lern- und Veränderungsbereitschaft auszeichnen, die wiederum bestimmte organisationale Strukturen voraussetzt, um den Anforderungen der Wissens- und Kommunikationsarbeit gerecht zu werden. Dies setzt wiederum bestimmte Organisationsstrukturen voraus, beispielsweise die Etablierung von Instrumenten und Mechanismen der Organisationskommunikation, die es den Akteuren erlauben, ihre Tätigkeiten vor dem Hintergrund spezifischer Interessen zu koordinieren oder einen generellen "Orientierungskonsens" zu erzielen (vgl. Theis-Berglmair 2003). Unterstützt werden diese kommunikativen Prozesse durch den Einsatz von immer ausgefeilteren Kommunikationstechnologien zum organisationalen und persönlichen Wissensmanagement, die das Speichern, Abrufen, Teilen und Neukombinieren von Informationen erleichtern sollen (vgl. Maier 2004).

Die Anforderungen, die Wissensarbeit stellt, bewirken einen Wandel hin zu einer subjektiven Modernisierung der Arbeit, weil der Wissensarbeiter nicht mehr "vorgesetzte" Arbeit nach fremdbestimmten Regeln ausführt, sondern in immer weiteren Grenzen über die zeitliche und organisatorische Ausführung seiner Arbeit entscheidet (vgl. Green 2004). Diese Entwicklung betont die Selbstbestimmung und Selbstorganisation der Wissensarbeiter für die von ihnen zu erbringenden Leistungen und birgt damit ein Dilemma, das eine Spezifikation des allgemeinen Individualisierungstrends in modernen Gesellschaften darstellt: Einerseits steigen die individuellen Spielräume für die Ausführung der eigenen Tätigkeit, die zunehmend von dialogisch abgestimmten Ziel-

vereinbarungen anstatt von direkter Steuerung durch Vorgesetzte gerahmt wird. Andererseits äußert sich der "Zwang zur Selbstverantwortung" in gestiegenen Anforderungen an die Eigeninitiative und reflexive Selbststeuerung des Handelns. Am weitesten fortgeschritten ist diese Haltung im Konzept des "Intrapreneurship", nach dem sich der Arbeitnehmer als "Unternehmer im Unternehmen" verstehen und seine fachliche Leistung ebenfalls unter ökonomischen Gesichtspunkten, das heißt ausgerichtet an den allgemeinen Unternehmenserfordernissen, beurteilen soll (vgl. Pinchot 1988). Letztlich handelt es sich dabei um eine Anforderung, die zwar dem Einzelnen mehr Möglichkeiten für die persönliche und berufliche Entwicklung bietet, aber gleichzeitig Risiko und Kontingenzen vom Unternehmen auf die Mitarbeiter überträgt.

4.3 Medien und der Wandel gemeinschaftlicher Integration

In Abschnitt 2 haben wir bereits darauf hingewiesen, dass gerade in der Frühphase der Diffusion eines Mediums seine Auswirkungen oft als utopische oder dystopische Szenarien diskutiert werden. Eine Auseinandersetzung, die dabei regelmäßig wiederkehrt, dreht sich um die Frage, inwieweit Medien einen Einfluss auf den sozialen Zusammenhalt lokaler Gemeinschaften haben. Jankowski (2002) macht in seinem Überblick zum Forschungsfeld der "Community and Media Studies" drei Phasen aus, in denen jeweils spezifische Medien sowie ihr Einfluss auf gemeinschaftliche Integration untersucht wurden. Die ersten Studien entstanden im Umfeld der "Chicago School" der 20er und 30er Jahre, wo zum Beispiel Robert E. Park (1922/1970) die Rolle von Zeitungen für die Formierung von individueller und kollektiver Identität in Immigrantengemeinschaften untersuchte. Robert K. Merton (1949/1968) arbeitete in seiner "Rovere"-Gemeindestudie die Persönlichkeitstypen der

"cosmopolitans" und "localites" heraus, um Muster der Massenmediennutzung und der persönlichen Netzwerke zu beschreiben. Eine zweite Phase begann in den späten 60er Jahren, als in verschiedenen Mediengattungen Untergrund- oder Alternativkanäle entstanden, darunter beispielsweise Stadtmagazine wie der Frankfurter „Pflasterstrand“ oder Radiosender, die sich auf die Brechtsche Radiotheorie (1932/1967) und die Gedanken von Enzensberger (1970) beriefen: Als „Offene Kanäle“ wollten sie die Rundfunkmedien von ihrer Beschränkung auf massenmediale Kommunikation an ein disperses und wechselseitig anonymes Publikum lösen und stattdessen in den Dienst lokaler Gemeinschaften stellen, denen ein Kanal zur Artikulation der eigenen Interessen und Informationen geboten werden sollte. Ziel war die Emanzipation von Machtverhältnissen und das Etablieren von "Gegenöffentlichkeiten", die nicht von den Interessen herrschender Gruppen dominiert werden sollten.

Im Rückblick zeigte sich das praktische Problem, dass diese Experimente in der Regel nur dort erfolgreich waren, wo ohnehin schon eine funktionierende Gemeinschaft existierte. Anders formuliert: "Community Media" setzen schon ein gewisses Niveau von Sozialkapital in einer lokalen Gemeinschaft voraus, das, vermittelt über lokale Solidarität und Zusammengehörigkeitsgefühl, entsprechende Medieninitiativen unterstützt (vgl. Jankowski/Prehn/Stappers 1992). Die emanzipatorischen Ideen sind jedoch nicht verschwunden, sondern haben mit dem Aufkommen der Online-Medien neuen Auftrieb bekommen. Bereits in den 80er Jahren entstanden in den USA auf Mailbox-Basis sogenannte "Freenets", die in den 90er Jahren mit der Diffusion des Internets ins World Wide Web migrierten und inzwischen unter dem Begriff "Community Networks" zusammengefasst werden. Ziele der Bewegung waren, die Verbreitung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien unter der lokalen Bevölkerung zu fördern, entsprechende Kompetenzen zu vermitteln und die politische, soziale

und kulturelle Identität einer Kommune oder Region zu fördern, indem lokalbezogene Informationen und Partizipationsmöglichkeiten bereitgestellt werden (vgl. Schuler 1996, Wagner 1998; Schmidt 2003).

Die Beispiele aus verschiedenen Jahrzehnten zeigen, wie unterschiedliche Medien als Kristallisationspunkt für sozialen Wandel dienen können. In jüngster Zeit ist es vor allem das Internet, das die Form und Zusammensetzung von sozialen Gruppen verändert, weil es generell die Transaktionskosten für Aufbau und Pflege von sozialen Beziehungen senkt. Seine Diffusion fördert einen Strukturwandel der sozialen Integration von engen, vor allem (klein-)räumlich definierten Gemeinschaften hin zu sozialen Netzwerken, die auf geteilten Interessen und partikularen Rollenbeziehungen beruhen (vgl. Schmidt 2005). Allerdings ist dieser Aspekt des sozialen Wandels nicht neu; soziologische Klassiker wie Durkheim (1893/1988) oder Simmel (1908/1999) haben unseren Blick dafür geschärft, dass im Modernisierungsprozess die Anzahl der Relationen zu anderen Akteuren zunimmt, diese Beziehungen aber eher partikular und auf spezifische Rollenverpflichtungen ausgerichtet sind. In der Sprache der heutigen Netzwerkanalyse kann man von der relativen Abnahme multiplexer Beziehungen und der relativen Zunahme von uniplexen Beziehungen sprechen.

Dieser Wandel geht nicht mit einem generellen Verlust, sondern mit einer Verschiebung des "Ortes" von gemeinschaftlichem Zusammenhalt einher: Während die klassische Soziologie Gemeinschaften meist unhinterfragt mit räumlich gebundenen Kleingruppen (zum Beispiel in dörflichen Strukturen oder städtischen Nachbarschaften) identifiziert hat, definieren neuere Ansätze "Gemeinschaft" oder "community" als eine Teilmenge von sozialen Netzwerken, nämlich diejenigen „networks of interpersonal ties that provide sociability, support, information, a sense of belonging and social identity.“ (Wellman 2001, S. 228; vgl. auch den Überblick bei Katz et. al. 2004). Medien der interpersonellen Kommunikation

unterstützen die Bildung dieser gemeinschaftlichen Netzwerke, ohne den face-to-face-Kontakt damit überflüssig zu machen (eine weitere regelmäßig wiederkehrende dystopische bzw. kulturpessimistische Furcht).

Der von Howard Rheingold (1994) in diesem Zusammenhang geprägte Schlüsselbegriff der "virtuellen Gemeinschaft" hat zwar den Blick für die Existenz von Vergemeinschaftungsprozessen in Online-Umgebungen geschärft (vgl. auch die Überblicke bei Smith/Kollock 1999 oder Thiedeke 2000), ist aber in doppelter Hinsicht irreführend: Zum einen legt er nahe, dass onlinegestützte soziale Netzwerke keine "realen" Gemeinschaften seien, wo sie doch für ihre Angehörigen wichtige Ressourcen (emotionale Unterstützung, Zusammengehörigkeitsgefühl, etc.) bereitstellen und in diesem Sinne sehr real sind. Zum anderen verstellt die Bezeichnung den Blick darauf, dass die computervermittelte Kommunikation in der Regel nur ein Teil der Interaktionen in den sozialen Netzwerken ausmacht. Das Internet verdrängt andere Kommunikationsmodi nicht, sondern ergänzt sie und führt zu „Hybridbeziehungen“ (Döring 2003, S. 485), die online wie offline aufrechterhalten werden. Dadurch erweitern und verdichten sich sowohl in der unmittelbaren Nachbarschaft als auch über geographische Entfernungen hinweg bestehende Netzwerke. Der positive Effekt des Internets für das Sozialkapital seiner Nutzer hängt allerdings von der Intensität der Nutzung für interpersonale Kommunikation ab und scheint bei denjenigen Personen größer zu sein, die ohnehin extrovertiert und offen für soziale Kontakte sind. Ihnen erleichtert das Internet die Beziehungspflege: „the Internet may be more beneficial to individuals to the extent they can leverage its opportunities to enhance their everyday lives. Those who are already effective in using social and informational resources in the world are likely to be well positioned to take advantage of [it]“ (Kiesler et. al., S. 131). Die Hoffnung, das neue Medium könne zu einem generellen Anstieg des sozialen Kapitals seiner Nutzer führen, wäre demnach

verfrüht – stattdessen verstärkt es eher bestehende Ungleichheiten, weil die Menschen es in unterschiedlichem Umfang in ihren alltäglichen Interaktionen nutzen.

5. Fazit

Moderne Gesellschaften sind immer auch Kommunikationsgesellschaften, die sich durch besondere Dynamiken auszeichnen. Wir haben in diesem Beitrag einige dieser Dynamiken herausgearbeitet, um den Zusammenhang zwischen Medien und sozialem Wandel näher zu charakterisieren. Beide Bereiche bedingen sich wechselseitig, und es wäre verkürzt gedacht, eine einseitige, wohlmöglich technologiedeterministische Wirkungsrichtung anzunehmen. Vielmehr haben wir an verschiedenen Beispielen gezeigt, wie die Dynamiken der Kommunikationsgesellschaft, die sich vor allem als Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und Globalisierung von Kommunikation zeigen, mit anderen Prozessen des sozialen Wandels einhergehen: Im politischen Bereich wandeln sich Strukturen und Funktionsweisen von Öffentlichkeiten; die Vermehrung von medialen Informationen verändert den Stellenwert von und den Umgang mit Wissen; schließlich tragen Medien als Kommunikationstechnologien auch zu einem Strukturwandel der sozialen Integration bei, der sich als Trend zur netzwerkartigen Organisation von sozialen Beziehungen interpretieren lässt. Die Analyse des Zusammenhangs von Medien- und sozialem Wandel berührt damit immer auch grundlegende sozialtheoretische Überlegungen über die Entwicklung moderner Gesellschaften.

Literatur

- Behmer, Markus; Krotz, Friedrich; Stöber, Rudolf; Winter, Carsten (Hrsg.) (2003): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden.
- Bijker, Wiebe; Hughes, Thomas; Pinch, Trevor (Hrsg.) (1987): The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology. Cambridge, Mass.
- Blumer, Herbert (1969): Symbolic interactionism: Perspective and method. Englewood Cliffs, NJ.
- Brecht, Bertolt (1967): Radiotheorie. [Zuerst: 1932]. In: Gesammelte Werke, Band 18. Frankfurt am Main. S. 118-134.
- Bryan, Cathy; Tsagarousianou, Roza; Tambini, Damian (1998): Electronic Democracy and the civic networking movement. In: Tsagarousianou, Roza; Tambini, Damian; Bryan, Cathy (Hrsg.): Cyberdemocracy. Technology, cities and civic networks. London/New York. S. 1-17.
- Degele, Nina (2000): Informiertes Wissen. Eine Wissenssoziologie der computerisierten Gesellschaft. Frankfurt am Main.
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2. Auflage. Göttingen.
- Durkheim, Emile (1988): Über soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften. [Zuerst 1893]. Frankfurt am Main.
- Enzensberger, Hans Magnus (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20. Frankfurt am Main. S. 159-186.
- Europäische Kommission (2005): eInclusion revisited: The Local Dimension of the Information Society. Commission Staff Working Document. Brüssel. 4.2.2005. Online verfügbar: europa.eu.int/comm/employment_social/news/2005/feb/eincllocal_en.pdf [Abrufdatum: 31.03.2005].
- Green, Sandra (2004): Individualisierung und Wissensarbeit. Individualisierungsprozesse in Unternehmen und ihre Auswirkungen am Beispiel der Personalorganisation. Wiesbaden.
- Habermas, Jürgen (1968): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied.
- Hasse, Raimund; Wehner, Josef (1997): Vernetzte Kommunikation. Zum Wandel strukturierter Öffentlichkeit. In: Becker, Barbara; Paetau, Michael (Hrsg.): Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt am Main. S. 53-80.
- Internetworldstats (2005): Internet Usage Statistics - The Big Picture. World Internet Users and Population Stats. Online verfügbar: www.internetworldstats.com/stats.htm [Abrufdatum: 31.03.2005].
- Jankowski, Nicholas W. (2002): Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations. In: Lievrouw, Leah; Livingstone, Sonia (Hrsg.) (2002): Handbook of New Media. London. S. 34-49.
- Jankowski, Nicholas; Prehn, Ole; Stappers, James (Hrsg.) (1992): The people's voice. Local radio and television in Europe. London.

- Katz, James E.; Rice, Ronald E.; Acord, Sophia; Dasgupta, Kiku; David, Kalpana (2004): Personal Mediated Communication and the Concept of Community in Theory and Practice. In: *Communication Yearbook* 28. Mahwah, New Jersey. S. 315-371.
- Kiesler, Sara; Kraut, Robert; Cummings, Jonathan; Boneva, Bonka; Helgeson, Vicki; Crawford, Anne (2002): Internet Evolution and Social Impact. In: *IT&Society*, Jg. 1, Nr. 1, S. 120-134. Online verfügbar: www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/v01i01/v01i01a08.pdf [Abrufdatum: 31.03.2005]
- Krotz, Friedrich (2002): Die Mediatisierung von Alltag und sozialen Beziehungen und die Formen sozialer Integration. In: Imhof, Kurt; Jarren, Ottfried; Blum, Roger (Hrsg.): *Integration und Medien*. Wiesbaden. S. 184-200.
- Krotz, Friedrich (2003): Zivilisationsprozess und Mediatisierung: Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel. In: Behmer, Markus; Krotz, Friedrich; Stöber, Rudolf; Winter, Carsten (Hrsg.) (2003): *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*. Wiesbaden. S. 15-38.
- Leggewie, Claus (2002): Web oder Weg – Internet für alle? In: Fuhrmann, Jürgen; Orzessek, Arno (Hrsg.): *Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns*. München. S. 65-73.
- Lievrouw, Leah (2002): Determination and Contingency in New Media Development: Diffusion of Innovations and Social Shaping of Technology Perspectives. In: Lievrouw, Leah; Livingstone, Sonia (Hrsg.): *Handbook of New Media*. London. S. 183-199.
- Lievrouw, Leah A.; Livingstone, Sonia (2002): The social shaping and consequences of ICTs. In: Dies. (Hrsg.): *Handbook of new media. Social shaping and consequences of ICTs*. London. S. 1-15.
- Lievrouw, Leah; Livingstone, Sonia (Hrsg.) (2002): *Handbook of New Media*. London.
- Lyman, Peter; Varian, Hal R. (2003): How Much Information. Berkeley. Online verfügbar: www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info-2003/printable_report.pdf [Abrufdatum: 31.03.2005]
- Maier, Ronald (2004): *Knowledge Management Systems. Information and Communication Technologies for Knowledge Management*. Berlin.
- Marvin, Carolyn (1988): *When old technologies were new. Thinking about electric communication in the late 19th century*. New York.
- Mead, George Herbert (1934): *Mind, Self and Society*. Chicago, Illinois.
- Merton, Robert K. (1968): Patterns of Influence: Local and Cosmopolitan Influentials. [Zuerst 1949]. In: Ders.: *Social Theory and Social Structure*. New York/London. S. 441-474.
- Meyer, Thomas (2001): *Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*. Frankfurt am Main.
- Meyer, Thomas; Ontrup, Rüdiger; Schicha, Christian (2000): *Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen*. Wiesbaden.
- Münch, Richard (1991): *Dialektik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Münch, Richard (1995): *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt am Main.

- Münch, Richard (1997): Mediale Ereignisproduktion: Strukturwandel der politischen Macht. In: Hradil, Stefan (Hrsg.): Differenz und Integration. Die Zukunft moderner Gesellschaften. Frankfurt am Main. S. 696-709.
- Negroponte, Nicholas (1995): Total Digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. München.
- Park, Robert E. (1970): The immigrant press and its control. [Zuerst 1922]. New York.
- Pinchot, Gifford (1988): Intrapreneuring. Mitarbeiter als Unternehmer. Wiesbaden.
- Rammert, Werner (1993): Technik aus soziologischer Perspektive. Forschungsstand – Theorieansätze – Fallbeispiele. Ein Überblick. Opladen.
- Rheingold, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn.
- Schmidt, Jan (2003): „Die deutschen Bürgernetze und der virtuelle lokale Raum.“ In: Kommunikation@Gesellschaft, Jg. 4. Online-Journal: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2003_Schmidt.pdf [Abrufdatum: 13.03.2005]
- Schmidt, Jan (2005): Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München.
- Schuler, Douglas (1996): New Community Networks. Wired for Change. Reading, MA.
- Simmel, Georg (1999): Soziologie. Untersuchungen über Formen der Vergesellschaftung. Band 11 der Gesamtausgabe (Hrsg. von Otthein Rammstedt), 3. Auflage. [Zuerst 1908]. Frankfurt am Main.
- Smith, Marc A.; Kollock, Peter (Hrsg.) (1999): Communities in Cyberspace. London.
- Spinner, Helmut (1994): Die Wissensordnung: Ein Leitkonzept für die dritte Grundordnung des Informationszeitalters. Opladen.
- Stark, Carsten (1998): Die blockierte Demokratie. Kulturelle Grenzen der Politik im deutschen Immissionsschutz. Baden-Baden.
- Stehr, Nico (2001): Wissen und Wirtschaften. Frankfurt am Main.
- Stehr, Nico (2003): Wissenspolitik. Frankfurt am Main.
- Stöber, Rudolf (2003): Mediengeschichte. Die Evolution "neuer" Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Band 2: Film – Rundfunk – Multimedia. Wiesbaden.
- Telegeography (2004): TeleGeography Report 2004. Executive Summary. Online verfügbar (kostenfreie Registrierung notwendig): www.telegeography.com/ee/free_resources/tg2004_exec_sum-01.php. [Abrufdatum: 31.03.2005]
- Theis-Berglmair, Anna M. (2003): Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen. Münster.
- Thiedeke, Udo (Hrsg.) (2000): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Opladen.
- Van der Loo, Hans; Van Reijen, Wilem (1992): Modernisierung. Projekt und Paradox. München.
- Van Eimeren, Birgit; Ridder, Christa-Maria (2001): Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2000. In: Media-Perspektiven, Nr. 11. S. 538-553.
- Wagner, Rose MM (1998): Community Networks in den USA. Von der Counterculture zum Mainstream? Hamburg.
- Wellman, Barry (2001): Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. In: International Journal of Urban and Regional Research, Jg. 25, Nr. 2. S. 227-252.

- Willems, Herbert; Jurga, Martin (1998): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen.
- Willke, Helmut (1998): Organisierte Wissensarbeit. In: Zeitschrift für Soziologie, Nr. 3. S. 161-177.
- Winston, Brian (1998): Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet. London/New York.

Zusammenfassung

Medienentwicklung und Veränderungen von gesellschaftlichen Strukturen und den sie reproduzierenden Praktiken bedingen sich wechselseitig. Dieser Beitrag benennt grundsätzliche methodische Probleme und präsentiert empirische Befunde, um die Dynamik der Kommunikationsgesellschaft, das heißt die Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und Globalisierung von Kommunikation, deutlich zu machen. Er diskutiert darüber hinaus beispielhaft Veränderungen der politischen Öffentlichkeit, im Stellenwert von Wissensarbeit sowie den Strukturwandel von sozialen Beziehungen, die durch Medien gefördert werden.

Zum Weiterlesen

- Lievrouw, Leah A.; Livingstone, Sonia (Hrsg.) (2002): Handbook of new media. Social shaping and consequences of ICTs. London.
- Münch, Richard (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main.
- Stöber, Rudolf (2003): Mediengeschichte. Die Evolution "neuer" Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Zwei Bände. Wiesbaden.

Glossar

- Sozialer Wandel: Veränderungen in den Strukturen eines Kollektivs, die aus Regeln und Regelmäßigkeiten inklusive der damit einhergehenden Werte und Einstellungen bestehen.

- Dynamik der Kommunikationsgesellschaft: Umfasst die empirisch beobachtbaren Trends der Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und Globalisierung von Kommunikation.
- Dialektik der Kommunikationsgesellschaft: Äußert sich im Wechselspiel von aktivem Eingreifen in die Welt mit entsprechenden (intendierten wie unintendierten) Folgen des Handelns, der öffentlichen Kommunikation dieser Folgen und daraus resultierendem neuem Handlungszwang, der erneutes aktives Eingreifen in die Welt nach sich zieht.
- Technologiedeterministischer Fehlschluss: Soziale Wirkungen werden irrtümlich ausschließlich aus technischen Merkmalen eines Mediums geschlossen oder diesen maßgeblich zugeschrieben.
- Fehlschluss der neuen Medien: Medieninnovationen werden irrtümlich als revolutionär oder qualitativ neuartig interpretiert, ohne die Beharrungskraft etablierter medialer Praktiken zu berücksichtigen.
- Sozialkapital/soziales Kapital: Bezeichnet die Ressourcen, die ein Individuum aus dem Netzwerk seiner sozialen Beziehungen ziehen und zum Beispiel in emotionale Unterstützung oder einen Informationsvorsprung umwandeln kann.