

Von Peers, Pop und Porn: Neue Medien und Formen der Öffentlichkeit

Gehören Sie zur „generation upload“? Laden Sie ihre privaten Bilder auf Flickr hoch und stellen Videos bei YouTube ein? Downloaden Sie MPEG-Files auf ihr Handheld oder spielen Sie ständig neue, echt witzige Apps auf ihr SmartPhone? Klicken Sie sich ihre Freunde in Facebook, MySpace oder StudiVZ zusammen, um rund um die Uhr zu chatten und zu bloggen? Oder twittern Sie eher und haben für Ihren Tweet schon Follower? Gruscheln Sie Menschen, deren Foto ihnen gefällt und sperren den Kontakt per Mausklick, wenn er oder sie doch nicht so nett ist? Software und Filme besorgen Sie sich von ihren Peers über Bit-Torrent-Tracker wie Pirate Bay? Lustig finden Sie „flash mobs“, weniger witzig „cyber mobs“? Oder sind Sie der eher rabiate Typ, der fremde Rechner hackt, spammt und „Google bombs“ platziert? Oder fragen Sie sich gerade, von was ich hier überhaupt rede? Willkommen in der *„brave new world – of media“*.

O New Media – new speech

Neue Medien und (Kommunikations-) Techniken sind notwendig gekoppelt an Computer- und Informationstechnik (IT). Es ist eine „eigene Welt“. Die Sprache ist englisch, das „wording“ Teil des Marketing. Adressiert wird (nicht nur) die technikaffine, junge Generation, die als „digital natives“ mit Internet und Handy aufgewachsen ist. Ohne übermäßig zu verallgemeinern lässt sich konstatieren, dass diese Generation einen anderen Umgang mit Digitaltechniken hat als Ältere. (Denen ordnet die Soziologie eher andere Leitmedien zu: das Buch beispielweise oder das Fernsehen.) Der elementare Satz von Dietrich Kerlen: „Medien strukturieren unsere Wirklichkeitserfahrung“¹ verdeutlicht die Brisanz der Frage nach dem medialen Umfeld:

¹ Kerlen, Medienkunde, 2003, S. 13

- Wer nutzt welche Medien – für was?
- Wer macht welche Erfahrungen?
- Wie sieht die (medial inszenierte) Wirklichkeit des Einzelnen aus?

Man wird diese „Wirklichkeiten“ im Plural denken müssen. Und: Der Mensch als soziales Wesen kommuniziert. Kommunikation findet über Medien statt. Kommunikation dient zugleich dem Durchsetzen von Interessen². Wer setzt mit diesen Medien seine Interessen durch – und was sind das für Interessen? Schneller als gedacht merkt man, welch „weites Feld“ sich mit Begriffen wie Medien und Kommunikation öffnet. Daher fokussiere ich hier auf neue Medien im Kontext des World Wide Web als Konsumentennetz und konzentriere mich auf ausgewählte Aspekte von Öffentlichkeit, die für Netzmedien charakteristisch sind.

I Vom Mainframe zum PC zum Webframe

These: Das World Wide Web zeigt im Zeitraffer, wie sich Kommunikationsmedien und deren Inhalte verändern, sobald sie sich zu Massenmedien entwickeln. Aus einem elitären (militärischen, wissenschaftlichen) und textlastigen Instrument der internen Kommunikation wird ein multimediales Massenmedium mit Fokus auf Unterhaltung und Konsum, mit Bildern, Videos und (Online-) Spielen statt Texten.

Wann haben Sie Ihre erste eMail verschickt, wann sich das erste Mal durchs World Wide Web geklickt? Egal wen man fragt: kaum jemand weiß es. Dessen ungeachtet kann sich kaum einer noch vorstellen, ohne Internet, eMail und ein paar andere Webdienste zu kommunizieren³. Dabei ist das Web gerade mal 20 Jahre alt, die meisten Nicht-Informatiker dürften erst in der zweiten Hälfte der 90er-Jahre dazugestoßen sein. Die AOL-Kampagne mit Boris Becker etwa

² Burkart, Kommunikationswissenschaft, 1998, S. 20ff

³ Das WorldWideWeb (ohne Leerzeichen) wurde 1989 von Tim Berner-Lee als Projekt am Cern (Conseil Européen pour la Recherche Nucleaire, Genf) für den Austausch wissenschaftlicher Texte zwischen Kollegen verschiedener Forschungseinrichtungen als Textmedium entwickelt. Erst durch die einfach zu bedienende Oberfläche des Browsers „Mosaic for X“ (Entwickler: Marc Andreessen, 1993; später umbenannt in Netscape Communicator) und der Einbindung grafischer, später multimedialer Elementen wurde das World Wide Web (mit Leerzeichen) zu dem heute bekannten Massenmedium.

(„Ich bin drin“) stammt aus dem Jahr 2000, ein Hinweis, dass der Konsumentenmarkt noch Potential bot. Aber auch der allgegenwärtige Computer ist noch nicht wirklich alt. Ende der 70er, Anfang der 80er-Jahre wurden die ersten Personal Computer (PC) entwickelt, der Siegszug der Computer für den Privatbereich begann Mitte der 80er-Jahre⁴. Dabei lässt sich die Entwicklung der Informationstechnologie in drei Schritten skizzieren⁵:

- a) bis Mitte der 70er, Anfang der 80er-Jahre: Mainframes (Großrechner) mit zentraler Rechenleistung sowie zentral gespeicherten Daten und Anwendungsprogrammen (alle Daten im Rechenzentrum des Unternehmens/der Universität); Zugriff über das interne Netzwerk und Kabel; der Nutzer („User“) saß vor einem „dummen Terminal“ (Tastatur und Bildschirm);
- b) ab Anfang, Mitte der 80er bis heute: Dezentralisierung der Rechenleistung durch Verlagern auf Personal Computer mit lokaler Rechenkapazität, Installation der Programme auf Einzelrechnern und lokale Datenablage (alle Daten lokal); parallel: Entwicklung von kleinen, tragbaren Computern und Funkverbindungen;
- c) zur Zeit: Kehrtwende in Richtung zentraler Rechenleistung, Datenhaltung und Installationen von Anwendungsprogrammen auf Internetservern (alle Daten im Netz) und Arbeit der Nutzer an (nicht ganz so dummen) Terminals, den Net-PCs (alternativ Smartphones, Handhelds). Nutzer arbeiten zunehmend an solchen Mini-Rechnern, die aus nicht viel mehr als Bildschirm, Tastatur und Funkantenne bestehen. Ein rudimentäres Betriebssystem startet die wenigen, lokal installierten Anwendungen (Browser, Internetzugang). Alle weiteren Programme werden extern auf dem Webserver

⁴ Den ersten, kommerziell erfolgreichen, „persönlichen“ Computer brachte Apple 1977 auf den Markt (Apple II), bevor am 12. August 1981 der erste Personalcomputer (PC) des Marktführers für Großrechenanlagen IBM (International Business Machines Corporation) öffentlich vorgestellt wurde, der IBM 5150.

⁵ Die hier angesprochenen technischen Entwicklungen und Daten fokussieren auf den zivilen und privaten Bereich, den Einsatz von Rechnern in Unternehmen, Universitäten und, nach Einführung der PCs, im Privatbereich. Der Einsatz im militärischen Sektor, wo diese Techniken entwickelt wurden, ist deutlich früher zu datieren.

gestartet, auch die eigenen Daten auf diesem externen Server gespeichert. Internetverbindung vorausgesetzt, kümmern sich die Nutzer weder um Updates (neue Versionen der Software) noch Datensicherung (Backups). Im Kern sind wir also wieder beim MainFrame-Konzept gelandet, nur mit mobilen und multimediafähigen Endgeräten statt der eher drögen Terminals zur Texteingabe.

Dank permanenter Miniaturisierung und längeren Akku-Laufzeiten bei gleichzeitiger Leistungssteigerung dienen diese „Minicomputer“ zudem als Multimedia-Geräte. Aus einem Werkzeug wird ein Unterhaltungsmedium, auch für die Freizeit. Durch schnelle, verbindungslose Datenübertragung (Funknetze) ist jeder, der will „jederzeit und überall“ erreichbar, kann mobil kommunizieren bzw. sich „unterhalten lassen“ (im Internet surfen, Web-TV empfangen). Gleichzeitig verschwimmt die Grenze zwischen Arbeits- und Freizeit. Aus dem Arbeitsplatzrechner wird ein ständiger Begleiter, aus der technischen Infrastruktur des Netzes durch passenden Inhalten für Konsumenten ein weiteres Angebot der Spaßgesellschaft. Technische Details wie die zentrale Datenspeicherung im Netz etc. könnten dem Einzelnen egal sein, wären sie nicht Voraussetzung für den Aufbau technischer Strukturen, die nicht nur kommunikative Aspekte abdecken.

II Legal, illegal digital:

Formen der Öffentlichkeit und Konsequenzen

These: Der Aufbau der technischen (digitalen) Infrastruktur – Grundlage für Internet und mobile Dienste – schafft neue Kontroll- und Überwachungsmöglichkeiten, mit denen personalisierte Daten gesammelt, gespeichert und abgeglichen werden können.

Wie öffentlich ist öffentlich? Die wenigsten Nutzer machen sich Gedanken darüber, was es heißt, persönliche Daten im Web zu veröffentlichen. Sie reagieren erst, nachdem publik (!) wurde, was mit ihren Daten passiert. Potentielle

Arbeitgeber etwa lassen laut einer Studie der Bundesregierung⁶ bei Bewerbungen neben den eingereichten A-Profilen (offizielle Bewerbungsunterlagen) B-Profile erstellen (Zusammenstellung von im Netz veröffentlichten Daten, Bildern, Videos). Ob und ggf. wie viele Bewerbungen ergebnislos waren, weil Arbeitgeber über anstößige Bilder oder flapsige Texte stolperten, ist nicht belegt. Bekannt hingegen ist, dass Agenturen sich darauf spezialisiert haben, solche B-Profile zu erstellen. Andere Dienstleister bieten an, unerwünschte Bilder, Videos und Texte im Netz zu löschen und stattdessen Material für Wunschprofile einzuspeisen. Wer denkt da nicht an das Rennen zwischen Hase und Igel ...

Aber hierbei handelt es sich nur um die „sichtbare“ Oberfläche. Spannender ist der Umgang mit und die Auswertung von Daten in den Rechenzentren der Anbieter der „kostenlosen“ Webdienste. Es lassen sich zumindest drei Ebenen der Öffentlichkeit des Web unterscheiden:

1. Die Daten und Bilder auf eigenen Websites bzw. Web 2.0-Plattformen, die Kontaktdaten auf den sogenannten Social Networks oder Communities wie FaceBook, MeinVZ (auch als Schüler- oder StudiVZ), Xing, Lokalisten, MySpace etc. Hier laden die Nutzer selbst Daten hoch und tauschen sie mit „Freunden“.

Wer sich bewusst ist, dass alle im Internet veröffentlichten Daten öffentlich sind (und dank Kopien und interne Sicherungen öffentlich bleiben, trotz der „Putzkolonne“ vor Bewerbungen) sollte *vor* dem Upload darüber nachdenken, was im Netz erscheint und z.B. Absprachen mit Freunden treffen, welche Bilder eingestellt werden – und welche nicht.

Für Communities wie z.B. SchülerVZ gibt es keine Altersbeschränkung. Entsprechend unbedarft sind die (nicht strafmündigen, aber uploadfähigen) Teilnehmer/innen. Hier wäre die vielzitierte „Medienkompetenz“ zu thematisieren.

⁶ Studie des Dimap-Instituts im Auftrag des Verbraucherschutz-Ministeriums, veröffentlicht im August 2009.; Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (www.bmelv.de)

Das Einrichten von Profilen und Hochladen von Dateien bekommen Schüler problemlos hin. Die möglichen Konsequenzen kennen sie nicht⁷.

2. Das interne Auswerten und Nutzen der Daten durch die Diensteanbieter. Sei es, dass private Bilder ohne Wissen der Betroffenen für Werbezwecke genutzt werden wie bei FaceBook, sei es, dass sich bei Bedarf die Nutzungsbedingungen ändern und der Betreiber alle Rechte an allen Daten erhält: auch nach dem Abmelden oder gar nach dem Tod. Wer liest schon AGBs? Noch wichtiger ist, sich darüber klar zu werden, dass es keine „kostenlosen Dienste“ gibt. „Social networks“ sind weder sozial noch uneigennützig. In jedem Fall zahlen die Nutzer: mit ihren Daten. Jede Mail, jede aufgerufene Website, jeder Mausklick, jeder Kontakt mit Anderen wird protokolliert, dient zum Erstellen von Nutzerprofilen und führt zum „transparenten User“. In Verbindung mit Global Positioning Systemen (GPS) in Mobilgeräten lassen sich Bewegungsprofile erstellen⁸. Was mit diesen Nutzerdaten geschieht, steht allein im Ermessen der Betreiber, einschließlich des Abgleichs der Daten mit Datensätzen von Betreibern anderer Plattformen und dem lukrativen Verkauf der Daten an Dritte. Wer hier an das Prinzip „Kundenkarte“ denkt – vermeintliche Rabatte für die Preisgabe persönlicher Daten über das Einkaufs- und Konsumverhaltens – liegt richtig, nur dass Datensätze im Netz noch schneller und einfacher abzugleichen sind. Kaum jemand kann die Reichweite dieser „Öffentlichkeit“ des Einzelnen korrekt einschätzen.

Aber auch der umgekehrte Weg ist technisch möglich. Anbieter von Netzdiensten können auf private Rechner zugreifen. Groß war die Aufregung, als Amazon im Sommer 2009 regulär gekaufte elektronische Bücher auf den Lesegeräten „Kindle“ der Kunden löschte, da es Probleme mit Lizenzrechten gab. Rückruf und Erstattung der Kosten hätte jeder akzeptiert. Das unangekündigte

⁷ Selbst Polit-Profis wie Rüttgers werden (tun) überrascht, wenn Wahlkampf-Polemiken wie die Rumänen-Schelte auf YouTube publiziert werden. Alles wird mitgeschnitten und ins Netz gestellt, auch von nicht öffentlichen Personen.

⁸ Japanische Eltern nutzen das Handy ihrer Kinder für die Überwachung. Sobald eines der Kinder den zulässigen Weg z.B. zwischen Schule und U-Bahnstation verlässt (oder trödeln), wird

und automatische Löschen der Daten nach Einschalten der Rechner und Abgleich mit dem Zentralserver hingegen demonstrierte, welche Rechte sich die Anbieter von Hard- und Software auch auf verkauften Geräten einräumen. Sinnigerweise war einer der zentral und übers Netz gelöschten Titel der Roman „1984“ von George Orwell, die negative Utopie eines totalen Überwachungsstaates. Anfang August konnten gelöschte Bücher erneut geladen werden, mit allen individuellen Anstreichungen und Kommentaren. Amazon hatte die Daten nur auf den eBooks der Kunden gelöscht, aber auf eigene Server gesichert...⁹.

3. Die erzwungene Öffentlichkeit im Sinne einer möglichen, totalen digitalen Kontrolle:

Bei der iranischen Wahl, hieß es, habe sich der Internetdienst „Twitter“ als politisches und demokratisches Instrument etabliert. Die Opposition habe sich per „Gezwitscher“ (so die Übersetzung von Twitter) zu Demonstrationen verabredet und protestiert. Zumindest so lange, bis der iranische Staat die – staatlichen – Server abgeschaltet hat. Für einige der Beteiligten gab es ein Nachspiel, da alle Nachrichten über – zentrale, staatliche – Server verschickt wurden. So mussten die Sicherheitsdienste nur die Protokolle auswerten, um zu sehen, wann wem welche Nachrichten geschickt hat und/oder was besprochen wurde. Gerade bei Gedächtnislücken der befragten Personen erweisen sich Server-Protokolle als hilfreiche Gedächtnisstütze, gerne auch in Verbindung mit dem schon genannten GPS. Das Interesse autoritären Staaten am Ausbau digitaler Kommunikationskanäle und Dienste erklärt sich von selbst¹⁰.

automatisch eine Short Message an die Eltern/Betreuer verschickt, um das Kind sofort zu kontaktieren.

⁹ Spannend ist z.B. die Vorstellung, wie einfach es für Ermittlungsbehörden sein kann, bei Bedarf / vor der Durchsuchung „belastendes Material“ aufzuspielen (Stichwort Bundestrojaner) oder nachträglich zu ändern. Zugriff auf den Rechner heißt Datenhoheit.

¹⁰ In Pakistan drohen bis zu 14 Jahre Haft, wenn man einen Witz über den Präsidenten per Short Message Services (SMS) verschickt (Badische Zeitung vom 11. August 2009, S. 7), ein Blogger in China wurde verhaftet, nachdem er über Vergewaltigungen von Polizisten berichtete und ist seither verschwunden (Bork, Blogger, 2009, S. 9).

Wer daher schreibt, dass man mit Twitter „auch Revolution machen könne“ (Meckel, Revolution, 2009) sollte vorsichtshalber dazu sagen, dass die Revolutionäre besser nicht vor Ort sein sollten, da andernfalls Schauprozesse und Verurteilungen folgen könnten. Für die oppositionelle Kommunikation vor Ort empfehlen sich möglicherweise eher analoge Techniken. Zumindest sollte man offline bleiben.

Deutschland ist sechzig Jahre nach Inkrafttreten des Grundgesetzes von solchen Konsequenzen weit entfernt. Aber technisch sowie juristisch sind die Grundlagen gelegt: mit Vorratsdatenspeicherung (Provider müssen alle Kontaktdaten mindestens sechs Monate speichern) und GPS-Verortung (durch die hohe Antennendichte in Zentren bis auf weniger als einen halben Meter). Die Software zum Auswerten und Personalisieren der Kommunikationsdaten liefern Siemens und Nokia, auch in den Iran.

III Meine Tastatur und ich: Herrschaft über die Welt

These: Es gibt keine per se demokratischen Medien, sondern nur a) soziale/politische Gesellschaften, die Meinungsfreiheit und Vielfalt (d.i. eine demokratische Öffentlichkeit) zulassen und b) Mediennutzer, die zu Diskussionen fähig und tolerant gegenüber kontroversen Positionen sind. Das Netz als technische Infrastruktur fördert soziales oder unsoziales Verhalten gleichermaßen. Es verstärkt aber a-soziale Tendenzen durch fehlenden persönlichen Kontakt.

Ein gravierendes Problem der digitalen Kommunikationsmedien ist der fehlende persönliche (interpersonale) Kontakt und der Verlust der Regulation durch direkte Reaktion eines menschlichen Gegenüber. Nur vor Tastatur und Monitor sitzend, verändert sich das Kommunikationsverhalten. Die Sprache wird schon bei eMails lockerer. Die vermeintliche Freiheit und fehlende, direkte Reaktion ermutigt einige Tastenkünstler. Was sie im direkten Dialog nie sagen würden, tippen sie ein – und schicken es weg. Was sich nach einem irritierten Blick oder einer abwehrenden Geste im persönlichen Gespräch umgehend richtig stellen ließe, bekommt als Text eine Wertigkeit, die nicht selten zu Proble-

men führt. Neben „eMail-Knigges“ existieren in US-Unternehmen zunehmend eMail-Verbote, um eMail-Kriege zu verhindern¹¹.

Immerhin gibt es bei eMails noch identifizierbare Absender und Adressaten. Schwieriger wird es bei den zunehmenden Fällen von Cyber-Mobbing. Fataerweise reicht es im Internet, sich mit „Nick-Names“ (Phantasienamen) anzumelden. Das verschiebt bei Einigen die Anstandsgrenze. Die (vermeintliche) Anonymität suggeriert Sicherheit, führt zu Verantwortungs- und Rücksichtslosigkeit, weil man (vermeintlich) nicht zur Rechenschaft gezogen werden kann¹². Aber es widerspricht dem demokratischen Konsens, das Recht auf Meinungsfreiheit zu nutzen, ohne die Verantwortung für sein Tun zu übernehmen. Hier weist das Internet deutliche Demokratiedefizite auf. Freiheit der Rede oder des Handelns ist ohne Verantwortung für Wort und Tat nicht möglich¹³. Nur wer mit seinem Namen einsteht, darf Meinungsfreiheit einfordern.

Anonymität und vermeintliche Allmacht an der Tastatur haben noch andere Konsequenzen. Anstatt die Vielfalt der unterschiedlichen Meinungen und Positionen als Gewinn für Diskurs und Kontroverse zu begreifen, neigen Nutzer dazu, geschlossene Gruppen zu bilden. Wer anders denkt, wird weggemobbt. Dabei reicht es manchmal schon, qualifizierte Meinungen zu äußern. Wer beispielsweise, wie der amerikanische Filmkritiker Roger Ebert, den Film „Transformer“ wegen Inhaltsleere als „dumm, langweilig und viel zu lang“, kritisiert, sieht sich einer Flut von eMails ausgesetzt. Wer, wie Ebert, auf dieses Spamming reagiert, erleidet prompt weiteren Attacken. Ebert sieht darin eine Regression der Bildung: „Sie fragen: Was macht Dich zum Experten? Und meinen:

¹¹ In zunehmend mehr amerikanischen Unternehmen gibt es nicht nur eMail-freie Tage, sondern auch Verbote, eMails für anderes als Terminbestätigungen und den Versand von Dokumenten zu verwenden.

¹² Die Verbindungsdaten mit Maschinenkennung, Zeit, Ort und Protokoll der Daten sind beim Provider gespeichert, werden aber in Deutschland nur nach richterlichem Beschluss an die Strafverfolgungsbehörden weitergegeben. Es bedarf einer Verfahrenseröffnung, bevor Provider Echtnamen und Daten herausgeben.

¹³ In Großbritannien muss 2009 erstmals eine 18-Jährige drei Monate in eine Jugendstrafanstalt, die über FaceBook einer Mitschülerin mit dem Tod bedrohte.

Wer gibt Dir das Recht, nicht meiner Meinung zu sein?“¹⁴ Ähnliche Erfahrungen machen Fachleute in Netzforen: eine generelle anti-intellektuelle Hetzzeit, die sich gegen qualifizierte Äußerungen und Bildung generell richtet. Nach Soboczynski herrsche im Netz „das Diktat der Mehrheit ausgerechnet im Mantel des Demokratiezugewinns“¹⁵.

Überhebliches Verhalten aufgrund vermeintlich gleichwertiger Aussagen wird ergänzt durch die systematische Instrumentalisierung der klassischen und digitalen Medien zur Polarisierung. Man bleibt unter sich:

„Die amerikanische Medienwelt, in der Unabhängigkeit lange als höchster Wert galt, erfährt eine rasante Polarisierung. MSNBC (links) sendet gegen Fox News (rechts), Salon.com (links) schreibt gegen Atlas Ashrugs, Moveon.org konkurriert mit Freedomworks um die höhere Mobilisierungsquote. Die Glasfaserkabel und Bildröhren des Landes bilden dabei zwei Echokammern, geschlossene Empörungssysteme, in denen der Zuschauer, der sich für eines der Lager entschieden hat, nicht länger mit dissonanten Informationen konfrontiert wird, und die sachliche Debatte längst von habitualisierter Erregung über „die Anderen“ ersetzt wurde. Die Wahrheit kennen (...) [die eigenen, r!] Zuschauer wohl schon, und lästige Gegenargumente werden in den Zielgruppen-Medien des 21. Jahrhunderts ausgeblendet“ (Moorstedt, Town-Hölle, 2009)

Der demokratische Diskurs wird zur Zeit eher geschwächt denn gestärkt. Wer Diskussionen ausweicht und Andersdenkende wegstreicht, lernt weder seine eigene Position argumentativ zu vertreten noch sich auf abweichende Begründungszusammenhänge einzulassen. Statt neue Medien als Instrument für einen offenen Diskurs zu nutzen, bilden sich im Web Clans von Gleichgesinnten. So dient das Web als Plattform für Cyber-Mobbing und zur Bekämpfung des politischen Gegners.

¹⁴ Zit. nach Vahabzadeh, Hirnbesitzer, 2009

¹⁵ Soboczynski, Feind, 2009

IV Tutti Frutti & Co.: Po-Po-pulär

These: Das öffentliche Zur-Schau-Stellen intimster Bereiche des privaten Lebens, wie es heute im Web, in Foren und Bloggs oder „social communities“ charakteristisch ist, hat seine Wurzeln in den systematisch verschobenen Schamgrenzen und Tabus seit Mitte der 80er Jahre.

Am 1. Januar 1984 gingen SAT.1, am 2. Januar RTL auf Sendung, Unterhaltung pur. Die „Welt“ feierte den Beginn des Privatfunks vor 25 Jahren mit einem Beitrag des Medienwissenschaftlers Norbert Bolz (TU Berlin) am 2. Januar 2009 mit der Headline: „Wie die Privatsender Deutschland locker machten“. Das Fernsehen sei „bunter und ehrlicher geworden“ und „ein Segen für die deutsche Kultur“, argumentiert Bolz, weil dadurch auch die Öffentlich-Rechtlichen aus der geistigen Starre durch Monopolstellung erlöst würden. Das Privatfernsehen rücke den Zuschauer ins Zentrum der Medieninszenierung und anerkenne den einzig wahren Souverän – die Quote¹⁶:

„Privatfernsehen macht Programm, um die Aufmerksamkeit der Kunden an Werbetreibende zu verkaufen, während das öffentlich-rechtliche Fernsehen Gebühren erhebt und Werbung schalten lässt, um ein Programm zu finanzieren. Deshalb kann sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen auf einen „Kulturauftrag“ berufen, während das Privatfernsehen dem Zeitgeist auf der Spur bleiben muss. (...) Hier zelebriert Massendemokratie ihren Kult der Geschmacklosigkeit, Vulgarität, ja Obszönität und lehnt dankend alle Angebote einer E-Kultur ab.

Unterhaltung macht Experimente an der Grenze des Peinlichen und Unsinnigen. Das Entscheidende dabei ist, dass hier Komik an die Stelle der Kritik tritt. Man lacht, statt zu entlarven. Comedy ist Dadaismus fürs Volk, der Goldrausch im Niemandsland des Unsinn. Das hat uns lockerer, entspannter und selbstbewusster gemacht. Sehr viel mehr sollte man vom Fernsehen nicht erwarten.“ (Bolz, TV-Revolution, 2009)

Quote, Zeitgeist und Comedy für entspannte, selbstbewusste Zuschauer: Soll oder darf man wirklich nicht mehr erwarten von einem Medium? Reicht ein „Ich werde gesendet, also bin ich“ für die Preisgabe der Würde, nur um für ein

¹⁶ Bolz, TV-Revolution, 2009

paar Augenblicke den „Medienruhm der Celebrity – und zwar um jeden Preis“ zu genießen? (Bolz, ebda.) Oder sind Analysen und Wortwahl der Befürworter möglicherweise entlarvender als die Kritik der vermeintlichen Gegner oder Verächter? Die ausschließliche Reduktion auf Quote, die vollständige Ausrichtung auf ökonomisches Denken und der (Aus-)Verkauf des Zuschauers „um jeden Preis“ wirkt ja nicht zwangsläufig für diese Formate und Sender. Dafür weist der Beitrag von Bolz exemplarisch auf ein Phänomen, das seine Fortsetzung im Web findet: die systematische Verschiebung der Schamgrenzen in der stetig zunehmenden, öffentlichen Selbstdarstellung, -inszenierung und -entblößung per Media.

V Öffentlichkeit als Zauberwort: Mediale Präsenz als Lebensziel

These: Es gibt keine E- oder U-Medien mehr, wie Medien und Inhalte (unge-nau) klassifiziert wurden, sondern nur eine zunehmend umfassende Entertai-nisierung aller Medien und Formate sowie ihrer Darsteller.

Ein zentraler Aspekt der gesellschaftlichen Sozialisation ist das Austarieren der Grenzen zwischen Individuum und Privatheit auf der einen, Öffentlichkeit und Außendarstellung auf der anderen Seite. Sprache, Mimik und Gestik sind, wie das Verhalten und die Kleidung Bestandteil des Auftretens (!) im öffentli-chen Raum. Zu beobachten ist ein stetiger Wandel vom Eintreten in die öf-fentliche Sphäre (Teilhabe) zum Auftritt (Inszenierung). Ob Gottesdienst, Opern- oder Restaurantbesuch: jeder öffentliche Raum wird zur Bühne.

Schon Ende der 80er schrieb Max Goldt ¹⁷ irritiert über die „zunehmende Beschriftung der Bevölkerung“, damals als Aufdruck auf Kleidungsstücken. Heute sind wir zwei Schritte weiter. Die Kleidung wird immer noch als Werbe-fläche benutzt. (Versuchen Sie, Kleidung *ohne* Aufdruck zu bekommen.) Zum anderen tragen nicht mehr nur Randgruppen ihre Haut zu Markte. Ursprüng-liche Zeichen der Stigmatisierung von sozialen Randgruppen wie Tattoos und Piercings werden durch Pop-Stars und Sportler „schick“ und von Fans, Grou-

pies, Followern übernommen. Wie bei jeder Spirale der Aufmerksamkeitsgenerierung genügen eher dezente, bei Bedarf durch Kleidung zu verdeckende, Tattoos nicht mehr, sondern der „Körperschmuck“ breitet sich jederzeit sichtbar über Hände und Gesicht aus. Es ist – unter ökonomischen Gesichtspunkten – nur folgerichtig und konsequent, sich selbst als wandelnde Litfasssäule zu vermarkten, nur nicht sehr originell: Bereits 2005 versteigerte eine Frau ihre Stirn als Werbefläche¹⁸...

„Ich will hier raus“ war ein Artikel der Süddeutschen über das Italien Berlusconi übertitelt¹⁹ und weist sogar mögliche (Aus-)Wege. Da die meisten Radio- und TV-Sender in Italien regierungstreu aber inhaltsleer berichten, erlebt südlich der Alpen ein altes Medium eine Renaissance: Das Buch wird zur Plattform einer nicht normierten Öffentlichkeit. Millionenauflagen, intelligente Verknüpfung mit Internetplattformen, Internationale Journalistenpreise ... Man kann Medien auch intelligent nutzen. Das Problem, wird Umberto Eco zitiert, sei nicht Berlusconi, sondern die Italiener, die ihn wählen. Die Pressefreiheit sei in Gefahr, weil sich die Mehrheit der Italiener nicht dafür interessiere (ebda.). Das Problem, wird man generell übersetzen dürfen, sind nicht die Medien an sich, sondern deren Produzenten und Nutzer.

VI Die Iche dieser Welt: Von Ego bis iManie

These: Onlinemedien und mobile Kommunikationsdienste sind Artefakte einer allgegenwärtigen Kulturindustrie (Horkheimer, Adorno: Aufklärung, 1969), um Menschen durch die Konditionierung auf permanenten (Medien-)Konsum zu entmündigen und medial zu infantilisieren (Anders, Antiquiertheit, 1985).

Kennen Sie die aktuelle Werbung der Postbank? Alle Dienstleistungen werden mit mehr oder weniger gelungenen Begriffen beschrieben, die alle ein „-ich“ enthalten. Die drei Buchstaben sind farbig abgesetzt: zuversichtl*ich, umfangre*ich, förderl*ich, unabhäng*ich oder günst*ich. Als Spötter fällt einem

¹⁷ Max Goldt: Die Leuten und die Mädchen; Nachdruck in: Max Goldt: Für Nächte am offenen Fenster. Die prachtvollsten Texte von 1987 bis 2002, Hamburg: Rowohlt, 2002

¹⁸ Grönling, Opfer, 2005

gleich die Retourkutsche ein: „völl*ich unnöt*ich und peini*ich“. Aber dieses Beispiel wird hier nicht aufgrund grammatikalischer Sonderheiten angeführt, sondern als Illustration einer typischen Ich-Bezogenheit unserer Zeit. Das Individuum steht im bzw. stellt sich selbst in den Mittelpunkt.

Mit diesem Ich-Bezug lassen sich mit etwas Geschick computer- und medienaffine Nutzer sehr gut steuern und auf Marken konditionieren. Das lässt sich exemplarisch an der Computerfirma Apple ablesen, die das „große Iche-Spiel“ im englischsprachigen Raum betreibt mit ihren LifeStyle-Geräten und -diensten wie iPhone, iTune oder iBook und sich dieses kleine „i“ (sprich: ei) mittlerweile ähnlich universal ausbreitet wie zuvor die 2PunktNull-Metapher des Web: So, wie alles ein „2.0“ angehängt bekommt, wird jedem nur denkbaren Begriff das kleine „i“ vorangestellt: iShop, iPod, iBrain etc., eine regelrechte „iManie“. Die weißen (!) Stöpsel in den Ohren, das Handy am Ohr und das Display des Handheld vor den Augen: Wir kommunizieren mehrkanalig um die Wette, alle gehören zu einer großen (Marken-) Familie.

„Wir werden „maschinell infantilisiert“. – Nicht anders als die Säuglinge an den Mutterbrüsten hängen wir an den nie versiegenden Brüsten der Apparate, denn der gesamte Konsumbedarf und das, was uns als Konsumbedarf aufgezwungen wird, die Welt sowohl wie die sogenannte „Welt der Kunst“, wird uns in liquidem Zustand vorgesetzt. Das heißt: sie wird gar nicht vorgesetzt, sondern so direkt geliefert, dass sie auch sofort gebraucht und verbraucht werden kann; da liquide ist das Produkt im Konsum schon wieder vorbei, also liquidiert. (...) Modell der Sinnesaufnahme ist heute weder, wie in der griechischen Tradition, das Sehen; noch, wie in der jüdisch-christlichen Tradition das Hören, sondern das Essen. Wir sind in eine industrielle Oralphase hineingelaviert worden, in der der Kulturbrei glatt hinuntergeht.“ (Anders, Antiquiertheit, Bd. II, S. 254)“

Aber sprechen „generation upload“, Wikis oder die Online-Petition und die Demonstration in Berlin gegen „Zensursula“ nicht eine andere Sprache? Die Web 2.0- Networks funktionieren doch durch die ganzen „Uploader“, das

¹⁹ Klüver, Bücher, 2009

weltgrößte Lexikon wird von Freiwilligen kostenlos geschrieben? Um das Gegenteil zu belegen, lässt sich anderes heranziehen:

„YouTube“ bewirbt sich selbst mit dem Spruch: „Broadcast yourself“. Der Glaube an Twitter als basisdemokratisches Instrument ist nach einer aktuellen Studie ein „Placebo für romantische Weltverbesserer“²⁰, die „social networks“ sind, neben beruflichen Netzwerken wie „Xing;“ vor allem ein Marktplatz für Selbstdarsteller/innen. Per Mausklick einer ePetition zuzustimmen und sich für eine Straßenparty zu verabreden ist noch keine tragfähige politische Kärnerarbeit. Eindimensionale Forderungen nach z.B. einem freien Internet ersetzt kein politisches Programm²¹.

Sozialverhalten ist notwendig an soziales Verhalten gebunden – und an den direkten Diskurs. Das lässt sich an Tastatur und Maus weder lernen noch praktizieren. Denn wer könnte in der realen Welt den politische Gegner mit abweichender Meinung einfach wegklicken? Das heißt: Wir müssen m.E. wieder den direkten Kontakt, Diskurs und Disput aufnehmen und vor allem die Gegenrede aushalten, anstatt mit Stöpsel im Ohr und Display vor den Augen die Teilhabe an der Realität – nur zu spielen.

Die Konstruktion des Politikbildes durch Unterhaltungsmedien, heißt das, muss aus den „medialen Wirklichkeiten“ der digitalen Scheinwelten zurückverlagert werden in die Realität des täglichen Miteinander.

Fazit // Peers, Pop und Porn? Versuch ohne Tastatur und Maus

These: Das Kantsche „Sapere aude!“ (Habe Mut!) der Aufklärung heißt heute: „Habe Mut, Dich deines eigenen Verstandes zu bedienen – um dich von medialen Diensten und Techniken zu emanzipieren. Habe Mut, zu entscheiden, was notwendig und/oder sinnvoll ist.“

²⁰ Boie, Netz, 2009

²¹ Zwei Vorstände der Piratenpartei haben sich im September 2009 durch unbedachte Interviews in der rechten Presse als politisch naiv diskreditiert (Netzdepesche der Süddeutschen vom 21.9.09). Die anschließende Diskussion gliche einer „Geisterbahnfahrt“ der Uneinsichtigen (Frederic Valin). Ein technokratisch-Ideologiefreier Politikansatz, in der „jede Meinung und jedes Weltbild gleich viel wert“ sei, öffne sich Extremisten jeglicher Couleur (ebda.).

Peers: (Junge) Menschen suchen Vor-Bilder, spielen Rollen (nach) und orientieren sich an „peers“ (sozial Gleichgestellten). Es liegt an uns, ob wir diese Vorbildrolle den vollständig kommerzialisierten Medien mit ihren inszenierten Stars und Sternchen überlassen oder andere (Vor-)Bilder und Rollen dagegen setzen. Dazu müssen wir uns allerdings Zeit nehmen, präsent, aufmerksam und offen für unser Gegenüber sein.

Pop: Die Ausrichtung auf den Massengeschmack, die rein ökonomische Ausrichtung auf Quote und Reichweite produziert in allen Kanälen kulturelles Fastfood. Das ist bequem zu konsumieren und „schmeckt“ sogar, macht aber weder satt noch nährt es auf Dauer. Es liegt an uns, auch vermeintliche schwerere Kost anzubieten und zu vermitteln, das sich die Beschäftigung damit lohnt, weil man dann nicht mehr nur bunte Fassaden sieht, sondern sich Türen und Räume öffnet.

Porn: Permanenter Voyeurismus und Sexismus werden auf Dauer öde. Es liegt an uns zu vermitteln, dass das Ziel nicht die schnelle Triebbefriedigung ist, sondern der anhaltende Lustgewinn beim Lesen, Schauen, Hören auch von anspruchsvolleren Medienproduktionen und der Diskussion darüber. Das wäre Unterhaltung ganz ohne Bildschirm, Tastatur und Maus und das älteste Medium überhaupt: der Dialog.

„Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit“ beginnt der Aufsatz von Immanuel Kant „Was ist Aufklärung?“ von 1784, um fortzufahren: „Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne die Leitung eines anderen zu bedienen.“

In Frage steht, ob wir diese „Leitung durch einen anderen“ den Medienkonzernen und der Unterhaltungsindustrie überlassen oder unseren Verstand nutzen. In Frage steht, ob wir das noch können oder bereits soweit infantilisiert sind, dass der Medienbrei des „jederzeit- und überall“ glatt hinuntergeht ...

Literatur:

(Zeitungskürzel: BaZ: Badische Zeitung; FAZ: Frankfurter Allgemeine Zeitung; SZ: Süddeutsche Zeitung)

o.A.: [FaceBook, 2009]: Facebook: Chefs prüfen Bewerber in sozialen Netzwerken; ZEIT ONLINE, dpa, Reuters, 21. August 2009, www.zeit.de/online/2009/35/Firmen-Bewerber-Internet

o.A. (igl): [iBrain, 2009]: iBrain, in: FAZ vom 10. Juli 2009, S. 31

Anders, Günther [Antiquiertheit, 1985]: Die Antiquiertheit des Menschen. Bd I.: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution; Bd. II: Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution, 3. Aufl., München: Beck, 1985

Boie, Johannes [Zentralisierung, 2009]: Die Zentralisierung des Internets. Neue Software von Google zeigt den Weg zu einer digitalen Wende, in: SZ vom 17. Juli 2009, S. 11

Boie, Johannes [Netz, 2009]: Nachrichten aus dem Netz, in: SZ vom 31. August 2009, S. 11

Bolz, Norbert [TV-Revolution, 2009]: TV-Revolution vor 25 Jahren. Wie die Privatsender Deutschland locker machten, in: Die Welt vom 2. Januar 2009, <http://www.welt.de/fernsehen/article2945118/Wie-die-Privatsender-Deutschland-locker-machten.html>, Zugriff am 21. August 2009

Bork, Henrik [Blogger, 2009]: Blogger stellt Polizei in China bloß, in: SZ vom 29. Juli 2009, S. 9

Burkart, Roland [Kommunikationswissenschaft, 1998]: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft; 3, akt. Auflage, Wien, Köln, Weimar: Böhlau, 1998

Eco, Umberto [Krebstanz, 2006]: Im Krebstanz voran. Heiße Krieger und medialer Populismus, München: Hanser, 2006

Germund, Willi [Witze, 2009]: Witze schicken verboten. Pakistans Präsident will SMS mit Späßen auf seine Kosten mit 14 Jahren Haft bestrafen, in: BaZ vom 11. August 2009, S. 7

Gaschke, Susanne [Klick, 2009]: Klick. Strategien gegen die digitale Verdummung, Freiburg: Herder, 2009

Graff, Bernd [Was ihr kauft, 2009]: Was ihr kauft, gehört euch nicht. Auf Amazons Lösch-Fiasko folgt eine Debatte um Datenhoheit, in: SZ vom 29. Juli 2009, S. 11

Graff, Bernd [Krake, 2009]: Die Krake im Netz. Welche Gefahren drohen, wenn immer mehr Daten auf den riesigen Servern von Google, Apple oder Microsoft gespeichert werden, in: SZ vom 1./2. August 2009, S. 2

Grönling, Dieter [Opfer, 2005]: Nur ein kleines Opfer. Guerilla-Marketing: Amerikanerin verkauft ihre Stirn als tätowierte Dauerwerbefläche, taz vom 4. Juli 2005, <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2005/07/04/a0184>

Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. [Aufklärung, 1969]: Dialektik der Aufklärung, Frankfurt: Fischer, 1969

- Islinger, Robert [Abendland, 2003]: Vom Abendland zum Disneyland. Wohin steuern unsere Medien?, Frankfurt am Main: Büchergilde, 2003
- Jungen, Oliver [Parasitenverlag, 2009]: Operation Parasitenverlag. Google will nur unser Bestes: Geld. Die Übernahme des weltweiten Buchmarkts hat begonnen ..., in: FAZ vom 31. Juli 2009, S. 33
- Kant, Immanuel [Aufklärung, 1784]: Was ist Aufklärung? Digitale Bibliothek (DigBib.Org), http://www.digbib.org/Immanuel_kant_1724/Was_ist_Aufklaerung, erstellt am 02.07.2004
- Kerlen, Dietrich [Medienkunde, 2003]: Einführung in die Medienkunde, Stuttgart: Reclam, 2003
- Klüver, Henning [Heiliger, 2009]: Ich bin kein Heiliger. Sex. Lügen und Audio: Die Details der Ausschweifungen Silvio Berlusconis werden immer bizarrer, zugleich schwindet das Interesse daran, in: SZ vom 24. Juli 2009, S. 9
- Klüver, Henning [Bücher, 2009]: Ich will hier raus. In Italien finden regierungskritische Bücher reißenden Absatz, in: SZ vom 13. Juli 2009, S. 11
- Kreye, Andrian [Rechtskulturen, 2009]: Kampf der Rechtskulturen. Amerikanische Software und Computer erobern die Welt – mit ihnen hält auch das amerikanische Verständnis vom Datenschutz Einzug in die deutsche Gesellschaft, in: SZ vom 1./2. August 2009, S. 2
- Meckel, Miriam; Katarina Staneovska-Slabeva u.a. [Staub, 2009]: Gemeinsam wirbeln sie Staub auf. Mit Twitter kann man sich die Zeit vertreiben und – Revolution machen. Die Proteste in Iran zeigen es, in: FAZ vom 28. Juli 2009, S. 33
- Moorstedt, Tobias [Town-Hölle, 2009]: Nachrichten aus der Town-Hölle. Mob kommt von Mobilisierung: Die amerikanischen Medien in der Ideologie-Falle, in: SZ vom 21. August 2009, S.15
- Oldag, Andreas [Murdoch, 2009]: Die Krake Murdoch. Der Medienunternehmer kann sich in Großbritannien fast alles leisten – sogar kriminelle Journalisten, in: SZ vom 13. Juli 2009, S. 4
- Pfäller, Robert [Lust, 2009]: Lust und Prüderie. Vom Sex in der Medienmode, in: SZ vom 8./9. August 2009, S. 13
- Soboczynski, Adam [Feind, 2009]: Das Netz als Feind. Warum der Intellektuelle im Internet mit Hass verfolgt wird, in: Die Zeit Nr. 22 vom 20. Mai 2009; <http://www.zeit.de/2009/22/der-Intellektuelle>
- Steinberger, Petra [Umsonst, 2009]: Das große Umsonst. Eine Debatte über die Gratis-Kultur des digitalen Zeitalters, in: SZ vom 8. Juli 2009, S. 13
- Trojanow, Ilja; Zeh, Julia [Angriff, 2009]: Angriff auf die Freiheit, München: Hanser, 2009
- Trojanow, Ilja; Zeh, Julia [Sicherheit, 2009]: Sicherheit total, in: Die Zeit, Nr. 35, vom 6. August 2009, S. 33
- Vahabzadeh, Susan [Hirnbesitzer, 2009]: Stolzter Hirnbesitzer. Der Filmkritiker Ebert verteidigt seinen Hass auf „Transformers“, in: SZ vom 11./12. Juli 2009, S. 14
- Weizenbaum, Joseph, [Computer, 1977]: Die Macht der Computer ist die Ohnmacht der Vernunft, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1977

Wernicke, Christian [Amerika, 2009]: Rettet Amerika, stoppt Obama. Die Pläne des US-Präsidenten für eine Gesundheitsreform lösen wütende Proteste aus, die durch absurde Gerüchte angeheizt werden, in: SZ vom 14./15./16. August 2009, S. 8

Wühler, Hans P. [E-Book, 2009]: ... und plötzlich war das Ebook weg. Digitale Rechteverwaltung II: Wie Amazon ausgerechnet „1984“ vom E-Reader Kindle löschte, in BZ vom 24. Juli 2009, S. 8