

# medien

Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart

# & zeit



## Thema: Die Zukunft von gestern

Kommunikationswissenschaft  
und Zukunftsforschung – zwei  
wie Hund und Katz'?

Veränderungen des Journalismus  
– Prognosen von gestern

Von der Technikkritik zur  
Optimierungsideologie

Vom Ende eines Quasi-Monopols

Tagungsbericht:  
under.docs  
Fachtagung junger Medien- und  
Kommunikationswissenschaft

# 4/2015

# medien & zeit

## Inhalt

Kommunikationswissenschaft und  
Zukunftsforschung – zwei wie Hund und  
Katz’?

Josef Trappel..... 5

Veränderungen des Journalismus –  
Prognosen von gestern

Roman Hummel, Susanne Kirchhoff,

Dimitri Prandner & Rudi Renger..... 12

Von der Technikkritik zur  
Optimierungsideologie

Zur Debatte zwischen Marktkräften,  
Technikfolgen und Demokratie

Dimitri Prandner & Rudi Renger..... 21

Vom Ende eines Quasi-Monopols

Die Journalistinnen und Journalisten und  
ihre unvorhergesehenen Mitbewerberinnen  
und Mitbewerber im öffentlichen Diskurs

Gerhard Rettenegger..... 33

## Tagungsbericht

under.docs

Fachtagung junger Medien-

und Kommunikationswissenschaft

Partizipation in Geschichte und Gegenwart

Claudia Palienko-Friesinger..... 45

Rezensionen..... 48

## Impressum

### Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“  
(AHK), Währinger Straße 29, 1090 Wien,  
ZVR-Zahl 963010743  
<http://www.medienundzeit.at>

© Die Rechte für die Beiträge in diesem Heft liegen beim  
„Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“ (AHK)

### Gastherausgeber:

Roman Hummel

### Lektorat & Layout:

Julia Himmelsbach, Barbara Metzler,  
Judith Rosenkranz, Christina Krakovsky,  
Diotima Bertel, Christina Krakovsky

### Redaktion Buchbesprechungen:

Gaby Falböck, Roland Steiner, Thomas Ballhausen

### Korrespondenten:

Prof. Dr. Hans Bohrmann (Dortmund),  
Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann (Berlin),  
Univ.-Prof. Dr. Ed Mc Luskie (Boise, Idaho),  
Univ.-Prof. Dr. Arnulf Kutsch (Leipzig),  
Prof. Dr. Markus Behmer (Bamberg),  
Prof. Dr. Rudolf Stöber (Bamberg)

### Prepress:

Grafikbüro Ebner  
1140 Wien, Wiengasse 6

### Versand:

ÖHTB – Österreichisches Hilfswerk für Taubblinde und  
hochgradig Hör- und Sehbehinderte  
1100 Wien, Werkstätte Humboldtplatz 7

### Erscheinungsweise:

*medien & zeit* erscheint vierteljährlich  
in gedruckter und digitaler Form

### Bezugsbedingungen:

Einzelheft (exkl. Versand): 6,50 Euro  
Doppelheft (exkl. Versand): 13,00 Euro

### Jahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 22,00 Euro  
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 30,00 Euro

### StudentInnenjahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 16,00 Euro  
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 24,00 Euro  
Info und Bestellung unter [abo@medienundzeit.at](mailto:abo@medienundzeit.at)

### Bestellung an:

*medien & zeit*, Währinger Straße 29, 1090 Wien,  
[abo@medienundzeit.at](mailto:abo@medienundzeit.at)  
oder über den gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel

ISSN 0259-7446

### Vorstand des AHK:

Dr. Gaby Falböck (Obfrau)  
Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitz (Obfrau-Stv.)  
a.o. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Obfrau-Stv.)  
Mag. Christian Schwarzenegger (Obfrau-Stv.)  
Mag. Christina Krakovsky (Geschäftsführerin)  
Barbara Fischer, Bakk. (Geschäftsführerin-Stv.)  
Dr. Norbert P. Feldinger (Kassier)  
Mag. Bernd Semrad (Kassier-Stv.)  
Mag. Diotima Bertel (Schriftführerin)  
Irina Pöschl, Bakk. (Schriftführerin-Stv.)  
Mag. Roland Steiner  
Ing. MMag. Dr. Johann Gottfried Heinrich, BA  
Dr. Erich Vogl

## Editorial

Seit rund drei Jahrzehnten verändert die Digitaltechnologie in ihrer ökonomisch induzierten Anwendung das, was man zwangsläufig unpräzise als „gesellschaftliche Kommunikation“ bezeichnen kann, dramatisch. – Allerdings hat das aus dem Englischen kommende Wort „disruptiv“, also zerstörerischer Wandel, damit im Zusammenhang erst in letzter Zeit Einzug in die deutsche Sprache gehalten. Aus der Not des Augenblicks heraus stellen sich viele in der Informations- und Kommunikationsbranche Beschäftigte die Frage, in welche Richtung die Entwicklung geht: Integriertes crossmediales Produzieren, „digital first“, Ende des Gedruckten – mit ihm zusammen vielleicht das Aussterben aller „Legacy-Medien“ mitsamt dem Journalismus, da „User“ den „Content“ aus ihrem jeweiligen Erlebnisbereich selbst „generieren“ und IT-Konzerne aus den jeweiligen „Clouds“ zielgruppengerechte „Feeds“ „kuratieren“.

Die Vorhersagen differieren in Abhängigkeit vom Fokus der jeweiligen Darstellungen, den für die Zukunftsabschätzung eingesetzten Methoden und wohl auch, wie unterstellt werden darf, vom kultursoziologischen Milieu, aus dem heraus die Prognose gewagt wird. So fragte ein Team der Universität Toronto 2011 (Van Alstyne 2011) „What will our media and entertainment be like by 2020?“ In rund fünf Jahren werden wir wissen, welches dieser vier Szenarien, die in einer Mischung aus Delphibefragung und Focus-Gruppen zustande gekommen sind, realistisch war; oder möglicherweise keines davon.<sup>1</sup> In dieser Untersuchung wird von jeweils zwei gesellschaftlich möglichen Alternativen ausgegangen: langsame und staatlich regulierte versus disruptive Entwicklung bzw. korporativ/kapitalistische versus sozial/kommunitarische. Insofern könnte die Medienorganisation 2020 entweder von staatskapitalistisch agierenden Konzernen, von einem Kaleidoskop relativ kurzlebiger Startup-unternehmen geprägt sein, von einem Ökologieverständnis, das „slow media“ umfasst oder von einem internationalen Wettkampf der „Lords of the Cloud“.

Wie gesagt, in wenigen Jahren können wir – unter der Voraussetzung, dass wir uns noch an die Aussagen erinnern – über die Trefferquote dieser

und anderer aktueller Studien über die Medienzukunft ein Bild machen.

Man kann allerdings auch heute schon einen Blick zurück werfen und sich fragen, wie frühere Prognosen der Kommunikationswissenschaft, gemessen an der heutigen Realität, abgeschnitten haben. Was wurde vor zwanzig und mehr Jahren richtig vorhergesagt und worin lag man komplett falsch? Was ist in der aktuellen Medienpraxis wichtig, wurde aber in vergangenen Zukunftsbeschreibungen gar nicht erwähnt? – Das ist das Anliegen dieses Heftes von *medien & zeit*.

Die Veränderung des „Medien-Ökosystems“ wie das Gerhard Rettenegger hier in seinem Beitrag m.E. zutreffend nennt, trifft die Kommunikationswissenschaft in mehrfacher Weise: Ihr Materialobjekt hat sich geradezu beängstigend ausgedehnt (Technik hat uns beispielsweise lange eher nicht interessiert, interpersonelle Kommunikation ebenso), ungelöste Verfahrensfragen fordern ihren Tribut in der Herangehensweise (etwa: lassen sich Funktionen gesellschaftlicher Kommunikation normativ oder nur analytisch bestimmen) und – ohne den Fragenkatalog hier auch nur ansatzweise ausgeschöpft zu haben – welche heuristische Position kann sich Kommunikationswissenschaft als Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme selbst zumessen?

Josef Trappel geht in seinem Beitrag auf die hier angesprochenen erkenntnistheoretischen Probleme ein. Ist Zukunft vorhersehbar, und würden Prognosen, sofern sie gesellschaftlich wirksam werden, die Entwicklung nicht eher beeinflussen und ihre eigenen Aussagen damit obsolet machen? Oder sollte man angesichts eines naheliegenden Spekulationsverdachts kommunikationswissenschaftliche Prognosen besser gar nicht abgeben? Trotz aller Skepsis redet Trappel dem nicht das Wort.

Roman Hummel, Susanne Kirchhoff, Dimitri Prandner und Rudi Renger versuchen „Prognosen von gestern“ in Bezug auf Journalismus auf ihre Relevanz hin abzuklopfen. Das Ergebnis ist „durchwachsen“: Dort, wo die Entwicklung einem stetigen Verlauf gefolgt ist, wurden durchaus bis heute zutreffende Aussagen gemacht. Wo aber vor allem utopische oder dystopische Ein-

<sup>1</sup> Boshafte Anmerkung: Vielfelder matrices werden aufgrund ihrer dichotomen Anlage, die sich in einem Koordinatensystem mit zwei Gegensatzpaaren auch optisch schön darstellen

lassen, immer wieder gern verwendet. Dass sich die Wirklichkeit immer auf zwei polare Positionen reduzieren lässt, wird dabei stillschweigend vorausgesetzt.

stellungen „die Feder geführt“ haben, wirken die damaligen Erkenntnisse heute so unzeitgemäß wie die seinerzeitige Kleidermode.

Um Utopien und Dystopien als beeinflussende Wissenschaftstrends geht es vor allem bei Dimitri Prandner und Rudi Renger. Sie sprechen von einer „Veradornisierung“ der Medienanalyse in den siebziger und achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts. So konnte, dies der Befund, die zivilgesellschaftliche Aneignung neuer Medientechnologien nicht richtig in den Blick genommen werden.

Die zivilgesellschaftliche Nutzung neuer Medientechnik-Ressourcen ist denn auch das Thema von Gerhard Rettenegger. Ihm geht es dabei vor allem auch um die Bereitschaft der Journalistinnen und Journalisten, grundlegende Transformationsprozesse als solche anzuerkennen und für ihre eigene Arbeitspraxis positiv nutzbar zu machen.

Damit ist das Ziel, weshalb wir dieses Heft von

*medien & zeit* geschrieben haben, mit umrissen: Wir wollten ein wenig zur Selbstreflexion hinsichtlich der Aussagen zur Veränderung des Medien-Ökosystems beitragen. Dem Team von *m&z* sei herzlich dafür gedankt, dass sie diese Idee akzeptiert und uns bei der Verwirklichung unterstützt haben. Frau Viktoria Hubner, Studienassistentin in der Abteilung Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, danke ich ganz besonders für ihre Arbeit beim Einrichten der Manuskripte.

Roman Hummel  
im Namen aller an  
der Publikation Beteiligten

### Bibliographie

Van Alstyne, G. (2011). *2020 Media Futures*. Toronto. OCAD University

## Anzeige eines Plagiats

Prof. Dr. Lars Nowak erhob im August diesen Jahres gegen den Beitrag von Dr. Ramón Reichert *Der Arbeitsstudienfilm. Eine verborgene Geschichte des Stummfilms*, erschienen in *medien & zeit* 17/2002, (5), den Vorwurf des Plagiats. Passagen aus Prof. Dr. Lars Nowaks Aufsätzen *Motion Study/Moving Pictures: Die Anfänge des tayloristischen Arbeitsstudienfilms bei Frank B. und Lillian M. Gilbreth* (in: KINtop, 2000, 9, S. 130-149) und *Produktive Bilder: Kinematographie und Photographie als Instrumente der Arbeitsrationalisierung im Zeitraum von 1890 bis 1960* (in: Relation, 2000, VII/1-2, S. 11-40) wären in langen Passagen ohne Kennzeichnung übernommen worden.

Die genaue Prüfung des Vorfalls durch den Vorstand des Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AHK) musste folgende unerfreuliche Konsequenzen nach sich ziehen: Der betreffende Beitrag ist aus der entsprechenden digitalen Ausgabe von der Website <http://medienundzeit.at> entfernt. Die Restexemplare der Printversion sind eingestampft.

Dr. Reichert wurde vom AHK mit den Vorwürfen konfrontiert, äußerte sich bisher jedoch nicht dazu.

Im Namen des gesamten Arbeitskreises für historische Kommunikationsforschung bedauert der Vorstand den Vorfall zutiefst.

# Kommunikationswissenschaft und Zukunftsforschung – zwei wie Hund und Katz’?

Josef Trappel

Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg

## Abstract

Wissenschaftstheoretisch sprechen keine fundamentalen Einwände gegen die Beschäftigung mit der Zukunft, auch nicht in der Kommunikationswissenschaft. Genau genommen lässt sich die Beschäftigung mit der Zukunft gar nicht ausklammern, denn die Suche nach gehaltvollen, Wissen generierenden Theorien schließt von vorn herein den Blick in die Zukunft mit ein. So vielversprechend die wissenschaftliche Beschäftigung mit der Zukunft auch ist (bedarfsorientierte Forschung, Drittmittelforschung), sie ist auch mit erheblichen Risiken behaftet. Da relevante sozialwissenschaftliche Prognosen stets Einfluss auf Entscheidungen über den in den Blick genommenen Ausschnitt der Realität nehmen, sind zutreffende Vorhersagen so gut wie ausgeschlossen. Wer sich solchen anforderungsreichen Forschungsaufgaben widmet, muss daher die damit verbundenen Reputationsrisiken in Kauf nehmen.

Sich Prognosen zu entziehen fällt schwer. Sowohl als Staatsbürger und -bürgerinnen, wie auch als Lehrender an Universität und Hochschule. Ein Beispiel der jüngsten Geschichte liefert die Gemeinderatswahl im Bundesland Wien in Österreich. Der vor der Wahl im Oktober 2015 amtierende Bürgermeister wurde nicht müde, vor dem Wahlgang eine Kopf-an-Kopf-Entscheidung zwischen ihm und seinem Herausforderer der rechtsnationalen Freiheitlichen Partei heraufzubeschwören. Sein Anliegen konnte er mit Wahlprognosen belegen. Diese Zuspitzung und Dramatisierung erreichten ihren Zweck: Die Wahlbeteiligung lag mit 74,7% so hoch wie seit Jahrzehnten nicht mehr. Und von der Mobilisierung der Wählerinnen und Wähler profitierte der Amtsinhaber, der schließlich mit einem komfortablen Vorsprung von fast neun Prozentpunkten als Sieger aus der Wahl hervorging. Die Prognosen hatten sich als unzutreffend herausgestellt, ein Kopf-an-Kopf-Rennen fand nicht statt. Der Amtsinhaber hatte die Prognosen geschickt für die eigene Kampagne instrumentalisiert. Aufgrund der verfügbaren Informationen mussten die Wählenden vor der Wahl davon ausgehen, dass die Entscheidung knapp ausfallen würde und ihrer Stimme daher eine besondere Bedeutung zukommen könnte.

Als Lehrender und Forschender an einer Universität findet die Konfrontation mit Prognosen auf mehreren Ebenen statt. Zunächst scheint die

Zukunft die Studierenden brennend zu interessieren. Kein Seminar verläuft ohne den Wunsch der Studierenden, sich in der Seminararbeit mit der Zukunft von Social Media generell, etwa von *YouTube*, oder mit der Mediennutzung der kommenden zehn Jahre zu beschäftigen. Journalistinnen und Journalisten interessiert regelmäßig die Frage, wie lange denn die „Universitätsexpertin“ oder der „Universitätsexperte“ noch mit dem Wohlbefinden von Tageszeitungen rechnet oder wann die E-Books dem letzten Buchverlag und der letzten Buchhandlung das Lebenslichtlein ausblasen würden. Selbst die Politik besinnt sich gelegentlich auf die Expertise von Universitäten und Hochschulen und fordert gutachterliche Zukunftseinschätzungen ein. Angesichts dieses Interesses stellt sich schließlich die Frage, ob man sich als Forschender eingehend und systematisch mit Zukunftsfragen beschäftigen soll oder nicht.

Ein Blick in den Literaturbestand zeigt, in welcher Gesellschaft man sich befinden würde, und er ergibt ein recht eindeutiges Bild. Der überwältigende Anteil der Literatur, die sich mit Zukunftsfragen beschäftigt, kommt aus dem Bereich der sogenannten Praktikerliteratur, die sich tief verästelt mit allen möglichen Fragen der Zukunft beschäftigt. Von der Zukunft des Waldes, der Zukunft Europas, der Physik der Zukunft bis zur Zukunft Gottes sind in den letzten Jahren Fach- und Sachbücher erschienen. Im deutschsprachigen Raum gilt Matthias Horx (2008; 2009; 2011; 2013)

als einer jener Autorinnen und Autoren, die sich durchaus ernsthaft und mit nachhaltigem (Publikations-)Erfolg mit der Bewirtschaftung von Zukunftsfragen widmen. Offenbar vermag die Zukunft uns Menschen zu faszinieren, sie ist populär und sie steht uns allen jeden Tag unmittelbar bevor.

Im Bereich eines weiten Verständnisses von Kommunikationswissenschaft lässt sich in der einschlägigen Literatur eine Trennlinie beobachten. Auf der einen Seite stehen die Schriften jener Autorinnen und Autoren, die sich parallel zur massenhaften Diffusion von Internet-Anschlüssen und deren ebenso massenhaften Nutzung verbreitet haben. Diese Literaturtradition ging – wie das Internet selbst – von den Vereinigten Staaten von Amerika aus. Zu den prominenten Autoren zählen etwa Carl Shapiro und Hal R. Varian (1999) sowie Kevin Kelly, Gründungsherausgeber des Magazins *Wired*, der 1999 den Bestseller *New Rules for the New Economy. 10 Radical Strategies for a Connected World*

vorlegte. Die im selben Jahr erschienene deutsche Übersetzung trägt den Titel *Net Economy. Zehn radikale Strategien für die Wirtschaft der Zukunft*. Diese Bücher haben wesentlich dazu beigetragen, die Euphorie über die so genannte *New Economy* anzuheizen. Das Ergebnis war bekanntlich das Zerplatzen dieser aufgeblähten *New Economy* nur kurze Zeit nach deren Veröffentlichung. Aus der Perspektive der Zukunftsforschung hat der Erfolg der Bücher dazu beigetragen, die Blase zum Platzen zu bringen (durch die Investition von übermäßig viel Risikokapital). Dadurch allerdings sind die optimistischen Prognosen von Shapiro, Varian und Kelly fehlgeschlagen. Die Prognosen haben sich gewissermaßen selbst zerstört.

Ein anderer einflussreicher Apologet des internetgetriebenen Wandels ist Yochai Benkler (2006). Sein Buch *The Wealth of Networks* entwirft eine sozialromantische Zukunft einer egalitären und partizipationsoffenen Netzwerkgesellschaft. Solche (riskanten) Großentwürfe stoßen auf breite Resonanz in der wissenschaftlichen, aber auch in der gesellschaftlichen Debatte. Die Autorinnen und Autoren sind gefragte Rednerinnen und Redner und sie erzielen auf diese Weise ei-

nen Reputationsgewinn. Gleichzeitig kann mit groben Fehleinschätzungen die Reputation auch gehörig in Mitleidenschaft gezogen werden. Ein solcher Reputationsverlust stellt sich aber in der Regel erst zeitverzögert ein, nämlich dann, wenn sich die Realität anders verhält als vorhergesagt. Die Autorinnen und Autoren können immerhin darauf hoffen, dass bis zu diesem Zeitpunkt die zurückliegende (Fehl-)Prognose aus dem kollektiven Gedächtnis getilgt ist.

Auf der anderen Seite der imaginären Trennlinie findet sich ein Literaturbestand, der einem engeren Fachverständnis entspringt und der sich der vermuteten Attraktivität der Zukunft bedient,

indem der Schriftentitel die Beschäftigung mit der Zukunft verspricht, der publizierte Inhalt dieses Versprechen aber kaum einlöst. Ein solches Vorgehen ist risikoärmer und führt im schlechtesten Fall zu der fachinternen Kritik, der Titel sei marktschreierisch oder irreführend. Damit kann man leben.

Zu dieser Kategorie zählen einzelne Aufsätze

ebenso wie Sammelwerke. Eine beispielhafte Auswahl solcher Literatur umfasst etwa die Beschäftigung mit der *Zukunft des Journalismus* (Curran, 2010; Weischenberg, Altmeyen & Löffelholz, 1994), des *öffentlichen Rundfunks* (Donges & Puppis, 2003), *der Zeitungen* (Neuberger & Tonnemacher, 1999), *der Nachrichtenindustrie* (Picard, 2010), und – besonders mutig – mit der *Zukunft der Kommunikation* an sich (Latzner et al., 1999). Keine dieser Schriften löst allerdings den im Titel zum Ausdruck gebrachten Anspruch ein. Dies ist bemerkenswert, dient die Wissenschaft doch der Wahrheitsfindung, auch was die Einlösung von (Titel-)Versprechen betrifft.

Geht es konkret um Prognosen und Vorhersagen, wird die kommunikationswissenschaftliche Literatur geradezu schmallippig. Dieses Forschungsfeld – so es denn überhaupt eines ist – erfreut sich in der Kommunikationswissenschaft keiner besonderen Beliebtheit. Die Sichtung der einschlägigen Fachliteratur ergibt nur wenige Publikationen, die sich mit wissenschaftlichem Anspruch mit Prognosen beschäftigen. Ingo Caesar (2012) prognostizierte die politische Partizipation im Social Web, Klaus Schrape (2012) blickte (gefähr-

**Geht es konkret um Prognosen und Vorhersagen, wird die kommunikationswissenschaftliche Literatur geradezu schmallippig. Dieses Forschungsfeld – so es denn überhaupt eines ist – erfreut sich in der Kommunikationswissenschaft keiner besonderen Beliebtheit.**

los!) auf Prognosen der Vergangenheit zurück, Uwe Hasebrink traute sich die Abschätzung der zukünftigen Fernsehnutzung zu und Klaus Schrape gemeinsam mit Josef Trappel (2001) nahmen das Geschäft mit der Prognose ins Visier. Immerhin gibt es im *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* das Schlagwort *Zukunftsforschung* (Trappel, 2006).

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit der Zukunft ist also risikobehaftet und wer sich darauf einlässt, steht auf wesentlich labilerem Grund als diejenigen, die sich zum Beispiel inhaltsanalytisch mit Texten der Vergangenheit beschäftigen.

## Wissenschaftstheoretische Prüfung

Aus wissenschaftstheoretischer Perspektive lässt sich die Beschäftigung mit der Zukunft genau genommen nicht ausklammern. Wissenschaft, grob vereinfacht verstanden als Suche nach gehaltvollen, Wissen generierenden Theorien, schließt von vorn herein den Blick in die Zukunft mit ein. Denis McQuail definiert wissenschaftliche Theorien als „any set of ideas which can help make sense of a phenomenon, guide action or predict a consequence“ (2010, S. 13). Er verweist also explizit auf die erforderliche Fähigkeit von Theorien, die in der Zukunft liegende Konsequenzen zum Gegenstand zu machen. Zu begründen ist diese Anforderung an wissenschaftliche Theorien mit dem Bedarf, Unsicherheiten zu reduzieren. Dies betrifft sowohl das alltägliche Leben, als auch die unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen. Theorien sind dann gehaltvoll, argumentiert Gerhard Schurz, wenn sie reich an Konsequenzen sind (2011, S. 23). Sie sollen also Zukünftiges abschätzen und so Unsicherheit reduzieren. Eine wissenschaftliche Theorie, so Christian Steininger und Roman Hummel,

*„ist ein systematisiertes und begründetes System von widerspruchsfreien Aussagesätzen über einen Teilbereich der Wirklichkeit, das der Erzeugung von Wissen dient.“*

(Steininger & Hummel, 2015, S. 54)

Um dem Anspruch einer Theorie zu genügen, bedarf diese einer Begründung und sie setzt „Überprüfbarkeit und Prognosefähigkeit“ voraus (ebd., S. 56).

Diese Anforderung an Theorien sagt allerdings nichts darüber aus, wie die Theorien zustande kommen. In der Wissenschaftstheorie gelten In-

duktion und Deduktion als mögliche Wege der Theoriegenerierung. Beide Wege können nur mit Bezug auf Vorhandenes (und nicht Zukünftiges) beschritten werden. Theoriebildung nimmt daher Bestehendes als Ausgangsbasis um widerspruchsfreie, logisch verknüpfte, begründete und überprüfbare Aussagen über das Wie, Warum und die Bedeutung von Phänomenen zu entwickeln. Der Anspruch besteht also darin, dass solche Aussagen nicht nur für die Erklärung und das Verstehen von Gegenwärtigem und Vergangenem taugen, sondern eben auch von Zukünftigem.

Zukunftsforschung besteht also formal aus der Beschäftigung mit Gegenwart und Vergangenheit zur Entwicklung von Aussagen, die auch in Zukunft Bestand haben. Dieses Verständnis eliminiert alle Formen von Zukunftsspekulation als theoriefern und damit unwissenschaftlich. Umgekehrt legitimiert und ermutigt dieses Verständnis aber die wissenschaftliche Beschäftigung mit Phänomenen in Vergangenheit und Gegenwart mit der Perspektive, deren Auswirkungen auf und Konsequenzen für die Zukunft zu verstehen.

Da wissenschaftstheoretisch keine fundamentalen Einwände gegen die Beschäftigung mit der Zukunft sprechen, stellt sich – bezogen auf das gegenständliche Fach – folgende einfache Frage: *Soll sich die Kommunikationswissenschaft mit Fragen der Zukunft von Kommunikation beschäftigen?* Im Folgenden werden Erwägungsgründe für und wider eine kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit Zukunftsfragen diskutiert.

## Was für die Beschäftigung mit Zukunftsfragen spricht

Für die Beschäftigung mit Zukunftsfragen sprechen viele Gründe, manche wissenschaftlich, manche pragmatisch. Zunächst spricht das menschliche Bedürfnis nach Reduktion von Unsicherheit ganz generell dafür wissenschaftliche Antworten auf Fragen der (prinzipiell unsicheren) Zukunft zu geben. Dies trifft sowohl auf Individuen und deren soziales Umfeld, als auch auf das Geschäfts- und öffentliche Leben generell zu. So können individuelle Konsumententscheidungen auf wissenschaftliche Annahmen zurückgreifen, wenn es etwa um die Entscheidung über die Teilnahme an einem bestimmten Sozialen Netzwerk geht (Welche Wahrscheinlichkeit besteht, dass dieses Netzwerk Bestand haben wird und meine persönlichen Daten nicht missbraucht werden?). Auf der Ebene von Unternehmen besteht generell ein hoher Bedarf an Abschätzungen über die

Zukunft. Jeder strategischen Entscheidung liegen Annahmen über die Zukunft zugrunde. Diese Annahmen können auf eigenen Erfahrungen, auf hausinterner Kompetenz oder auf wissenschaftlicher Forschung basieren. Medien- und Kommunikationsunternehmen bilden hier selbstverständlich keine Ausnahme. Im Gegenteil: Wie kaum eine andere Branche ist die Kommunikationswirtschaft mit einer rasanten Schnelligkeit konfrontiert, der ständig Anpassung und Entscheidung erfordert. Falsche (Investitions-) Entscheidungen können rasch und unumkehrbar zu fatalen Konsequenzen führen. Ein Beispiel ist das ehemals marktführende Soziale Netzwerk *MySpace*, das von Rupert Murdoch 2006 für eine halbe Milliarde US-Dollar übernommen wurde, in der Folge gegenüber dem Wettbewerber *Facebook* aber an Wettbewerbsfähigkeit eingebüßt hat und rasch in der Bedeutungslosigkeit (und ökonomischen Wertlosigkeit) versunken ist.

Einen eindrücklichen Nachweis einer kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung mit hoher Aussagekraft für zukünftige Entwicklungen (noch dazu in einem gesellschaftlich hoch relevanten Gebiet) hat Everett M. Rogers geliefert. Sein viel zitierter und in fünfter Auflage erschiener Klassiker *Diffusion of Innovations* (2003) liefert seit den 1980er Jahren Unternehmen ein begründetes und überprüfbares Modell für die zukünftigen Marktdurchdringungen neuer Produkte und Dienstleistungen. Unter gegebenen Rahmenbedingungen (die auf viele empirisch untersuchte Fälle auch tatsächlich zutreffen), so diese Diffusionstheorie, durchlaufen neue Produkte und Dienstleistungen mehrere definierbare Phasen bis zur Marktsättigung und danach bis zur Ablösung durch andere Produkte. Dieses Modell ist durch empirisch untersuchte Diffusionsverläufe in der Vergangenheit breit abgestützt und kann durch jeden neuen Fall erforderlichenfalls angepasst werden.

Auch auf politischer und gesellschaftlicher Ebene kann kommunikationswissenschaftliche Zukunftsforschung dazu beitragen, Weichen-

stellungen für eine sozial verträgliche und ausgewogene Kommunikationsumwelt zu begründen. Ins Spiel kommen hier nicht nur handfeste ökonomische Interessen (etwa bei der Frage der Aufrechterhaltung oder Aufgabe des Prinzips der Netzneutralität), sondern auch divergierende Vorstellungen darüber, wie soziale Verträglichkeit und Ausgewogenheit verstanden und in der Folge auch erreicht werden kann. In dieser Frage hat die Kommunikationswissenschaft deutlich mehr zu bieten als Zukunftsaguren und Technikprophetinnen und -propheten. Normative Theorien,

deren wissenschaftliche Legitimität in der Kommunikationswissenschaft Clifford Christians (et al., 2009) positiv diskutiert haben, lassen sich vorzüglich auf solche Fragestellungen anwenden und zur empirischen Bearbeitung heranziehen.

Ausgehend von der hier nicht weiter begründungspflichtigen Annahme,

dass Medien und die öffentliche Kommunikation das private und öffentliche Leben nachhaltig beeinflussen, stellen belastbare Theorien über die Veränderungen der öffentlichen Kommunikation unter Bedingungen der digitalen Vernetzung und Konnektivität ein höchst relevantes Desiderat dar. Internet-Optimistinnen und -Optimisten und Internet-Skeptikerinnen und -Skeptiker führen diese Debatte häufig nicht mit sachlichen oder gar wissenschaftlichen Argumenten, sondern begründen ihre Haltung zuweilen polemisch, ideologisch oder gar nicht.<sup>1</sup> Dabei ließen sich aus der nunmehr über 25-jährigen Geschichte des Internet empirisch durchaus begründbare Positionen und Regelmäßigkeiten zur Theoriebildung ableiten. Einen umfassenden Versuch hat Manuel Castells mit seiner Trilogie zum *Information Age* (1996-1998) und der *Network Theory of Power* (2011) vorgelegt.

Ganz pragmatisch betrachtet eröffnet kommunikationswissenschaftliche Zukunftsforschung ein großes Feld für die Akquisition von Drittmittelforschung. Kommunikationsunternehmen weisen einen ebenso großen Bedarf an Entscheidungsgrundlagen auf (etwa strategische Investitionsentscheidungen) wie die öffentliche Hand

**Auf politischer und gesellschaftlicher Ebene kann kommunikationswissenschaftliche Zukunftsforschung dazu beitragen, Weichenstellungen für eine sozial verträgliche und ausgewogene Kommunikationsumwelt zu begründen.**

<sup>1</sup> Für einen Überblick über diese Debatte siehe Robin Mansell (2012).

bzw. die Medienpolitik. Je komplexer sich die Zusammenhänge von Medien, Telekommunikation und Informatik gestalten, desto größer wird der Bedarf an wissenschaftlicher Expertise. Mit dem Komplexitätsgrad steigen aber auch die wissenschaftlichen Anforderungen, denen interdisziplinär zusammengesetzte Teams eher gewachsen sind als jene aus Einzeldisziplinen – mit allen Vor- und Nachteilen von derartigen Forschungs-kooperationen.

Zusammenfassend verleiht die kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit Zukunftsfragen dem Fach zusätzliche Legitimität und öffentliche Sichtbarkeit, wenn es sich mit gesellschaftlichen Fragen beschäftigt und entscheidungsrelevante Grundlagen für Individuen, Unternehmen, Politik und Zivilgesellschaft liefert.

### Was gegen die Beschäftigung mit Zukunftsfragen spricht

Gegen die Beschäftigung mit Zukunftsfragen spricht in erster Linie die Versuchung, die wissenschaftlichen Regeln über Bord zu werfen und in den Chor jener einzustimmen, die sich aus wissenschaftsfernen Motiven oder Überzeugungen mit der Zukunft der Kommunikation beschäftigen. Die Anstrengungen sollten nicht unterschätzt werden, die für eine glaubwürdige Abgrenzung erforderlich sind. Auf den ersten Blick sind wissenschaftliche und unwissenschaftliche Texte nicht zu unterscheiden, vor allem, wenn sich die wissenschaftliche Literatur – etwa aus Marketing-Gründen – für populäre Titel wie *The Future of the Internet* (Zittrain, 2008) entscheidet.

Auch wenn sich die Beschäftigung mit der Zukunft wissenschaftlich durchaus rechtfertigen lässt, haftet diesem Gegenstand der Geruch des Unseriösen an, schlicht, weil sich auch ohne wissenschaftliche Basis so trefflich über die Zukunft spekulieren lässt. In der Tat kann die Zukunftsforschung die wissenschaftliche Anforderung an die Prüfbarkeit erst im Zeitverlauf (festgelegt durch den Prognosezeitraum) und jene nach der Wiederholbarkeit empirischer Forschung gar nicht erfüllen.

Diese Mängel sind geeignet, die Attraktivität der Zukunftsforschung für jene Forschenden zu mindern, die großen Wert auf wissenschaftliche

Seriosität legen (also die allermeisten!). Wer sich wissenschaftlich mit der Zukunft beschäftigt, handelt sich einen Startnachteil ein. Denn zunächst steht jede Forschung aus den genannten Gründen im Generalverdacht, sich mit spekulativen Annahmen zufriedenzugeben.

Hinzu kommt der gravierende Nachteil, dass die Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Zukunftsforschung, vor allem von Prognosen, fast zwingend *nicht* zutreffen und daher ebenso zwingend kontinuierlichen Erklärungsbedarf verursachen. Wissenschaftliche Prognosen sind begründete und theoriegestützte Annahmen über die zukünftige Entwicklung eines Phänomens. In der sozialen Realität – anders als in der unbelebten Natur – hängt die Zukunft zentral vom Verhalten der in irgendeiner Form beteiligten Akteurinnen und Akteure ab. Dieses Verhalten wiederum stützt sich auf Annahmen über die Zukunft, bzw. auf Annahmen über das Verhalten der anderen Akteurinnen und Akteure. In dieser Situation können wissenschaftliche Prognosen dazu beitragen, die Erwartungshaltung und daraus resultierend das Verhalten zu verändern. Ist diesem nicht unwahrscheinlichen Fall verändert die Prognose die Umfeldbedingungen dergestalt, dass die Prognose nicht mehr zutrifft. Lediglich unveröffentlichte (und damit wissenschaftlich und praktisch irrelevante) Prognosen entgehen diesem Dilemma. Die eingangs referierte Gemeinderatswahl in Wien ist ein Beispiel dafür, wie eine Prognose dazu beigetragen hat, nicht zuzutreffen (*self-destroying prophecy*).

Karl Popper hat auf einen ähnlichen Befund aufmerksam gemacht. So nimmt die Vorhersagbarkeit in dem Maße ab, in dem die Wissenschaften in den gesellschaftlichen Steuerungsprozess eingreifen. Da wir aber nicht wissen können, was die Wissenschaft in Zukunft wissen wird, ist auch die Vorhersagbarkeit entsprechend limitiert.<sup>2</sup>

Zusammenfassend ist die kommunikationswissenschaftliche Zukunftsforschung erheblichen Reputationsrisiken für die Forschenden ausgesetzt, zumal die Beschäftigung mit der Zukunft bisher kaum Anerkennung in der Fachöffentlichkeit erfahren hat. Wer sich dennoch mit diesen Fragen beschäftigt, wird kontinuierlich Erklärungsbedarf haben, warum sich die reale Welt in so erheblichem Ausmaß anders entwickelt (hat), als in der Prognose hergeleitet.

<sup>2</sup> Für eine Diskussion des „Popper-Dilemmas“ siehe Michael Kunczik (2002, S. 52f).

## Fazit

Der Anspruch an eine kommunikationswissenschaftliche Zukunftsforschung besteht darin, theoriegebundene (oder theoriegenerierende), widerspruchsfreie und logisch verknüpfte Aussagen über die Zukunft unter konsequenter Erfüllung einer strengen Begründungspflicht zu entwickeln. Diese sind innerhalb eines sinnvollen Prognosehorizonts regelmäßig zu überprüfen. Der Begründungspflicht kommt Zukunftsforschung dann nach, wenn die angestrebten Zukunftsaussagen auf dem beobachteten oder gemessenen Verhalten beruhen – und nicht auf Spekulation, basierend auf Einschätzungen, Meinungen, Überzeugungen oder Ideologien. Strikter Speku-

lationsverzicht muss zentraler Bestandteil einer kommunikationswissenschaftlich angelegten Zukunftsforschung sein.

Kommunikationswissenschaftliche Zukunftsforschung ist anforderungsreich und weist gegenüber anderen, konventionellen Forschungsfeldern erhöhten Legitimationsbedarf auf. Forschungsdesigns sind zwingend anspruchsvoll und können interdisziplinär besser gemeistert werden. Die Forschung ist mit Reputationsrisiken verbunden, weil zutreffende Prognosen im Bereich des Sozialen kaum möglich sind.

Dies alles aber sind keine überzeugenden Gründe, die Zukunftsforschung über Kommunikation lieber anderen Disziplinen oder gar wissenschaftsfernen Auguren zu überlassen.

## Bibliographie:

- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven.
- Caesar, I. (2012). *Social Web – politische und gesellschaftliche Partizipation im Netz*. Beobachtungen und Prognosen. Berlin.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society, The Information Age*. Economy, Society and Culture. Vol. 1. Cambridge, Oxford.
- Castells, M. (1997). *The Power of Identity, The Information Age*. Economy, Society and Culture. Vol. II. Cambridge, Oxford.
- Castells, M. (1998). *End of Millennium, The Information Age*. Economy, Society and Culture. Vol. III. Cambridge, Oxford.
- Castells, M. (2011). A Network Theory of Power. In: *International Journal of Communication*, (5), S. 773-787.
- Christians, C. G.; Glasser, T.; McQuail, D.; Nordenstreng, K. & White, R. A. (2009). *Normative Theories of the Media*. Journalism in Democratic Societies. Urbana, Chicago.
- Curran, J. (2010). The Future of Journalism. In: *Journalism Studies*, 11 (4), S. 464-476.
- Donges, P. & Puppis, M. (Hg.) (2003). *Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks*. Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. Köln.
- Horx, M. (2008). *Technolution*. Wie unsere Zukunft sich entwickelt. Frankfurt, New York.
- Horx, M. (2009). *Das Buch des Wandels*. Wie Menschen Zukunft gestalten. München.

- Horx, M. (2011). *Das Megatrend Prinzip*. Wie die Welt von morgen entsteht. München.
- Horx, M. (2013). *Zukunft wagen*. Über den klugen Umgang mit dem Unvorhersehbaren. München.
- Kunczik, M. (2002). *Public Relations*. Konzepte und Theorien. Köln, Weimar, Wien.
- Latzer, M.; Maier-Rabler, U.; Siegert, G. & Steinmaurer, T. (Hg.) (1999). *Die Zukunft der Kommunikation*. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck, Wien.
- Mansell, R. (2012). *Imagining the Internet*. Communication, Innovation, and Governance. Oxford.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. 6<sup>th</sup> ed. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore.
- Neuberger, C. & Tonnemacher, J. (Hg.) (1999). *Online – Die Zukunft der Zeitung?* Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet. Opladen.
- Picard, R. G. (2010). The Future of the News Industry. In: Curran, J. (Hg.), *Media and Society*. London, S. 365-379.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5<sup>th</sup> ed. New York.
- Schrape, J.-F. (2012). *Wiederkehrende Erwartungen*. Visionen, Prognosen und Mythen um neue Medien seit 1970. Boizenburg.
- Schrape, K. & Trappel, J. (2001). Das Geschäft mit der Prognose. In: *Publizistik*. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 46 (1), S. 37-56.
- Schurz, G. (2011). *Einführung in die Wissenschaftstheorie*. Darmstadt.
- Shapiro, C. & Varian, H. R. (1999). *Information Rules*. A Strategic Guide to the Network Economy. Boston, MA.
- Steininger, C. & Hummel, R. (2015). *Wissenschaftstheorie der Kommunikationswissenschaft*. Berlin, Boston.
- Trappel, J. (2006). Zukunftsforschung (Stichwort). In: Bentele, G., Brosius, H.-B. & Jarren, O. (Hg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden, S. 327-328.
- Weischenberg, S. & Altmeppen, K.-D. & Löffelholz, M. (1994). *Die Zukunft des Journalismus*. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends. Opladen.
- Zittrain, J. (2008). *The Future of the Internet – and How to Stop it*. New Haven.

### Josef Trappel

Dr., ist Universitätsprofessor für Medienpolitik und Medienökonomie und Leiter des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg. Studium der Publizistik-, Kommunikations- und Politikwissenschaft in Salzburg, Habilitation an der Universität Zürich. Forschungsinteressen: internationale und nationale Medienpolitik, Medien und Demokratie, Medienökonomie, Implikationen neuer Kommunikationstechnologien.

### Aktuelle Publikationen:

Trappel, J. et al. (eds.) (2015). *European Media in Crisis. Values, Risks and Policies*. New York: Routledge.

Trappel, J. (2015). Media Subsidies: Editorial Independence Compromised? In: Barnett, S. & Townend, J. (eds.), *Media Power and Plurality*. From Hyperlocal to High-Level Policy. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, pp. 187-200.

# Veränderungen des Journalismus – Prognosen von gestern

Roman Hummel, Susanne Kirchhoff, Dimitri Prandner & Rudi Renger  
Universität Salzburg

## Abstract

Die Digitalisierung der Medienproduktion ab dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts hat die Medien selbst, aber vor allem auch den Journalismus, wesentlich verändert. Diese auch von der Kommunikationswissenschaft wahrgenommenen Veränderungen (ver)führten zu zahlreichen Prognosen über die weitere Entwicklung. Wir stellen uns in diesem Artikel die Frage, ob und welche dieser Prognosen sich vom heutigen Standpunkt aus als zutreffend erwiesen haben. – Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass die Vorhersagen dort um so treffender waren, je eher die vorausgesagten Entwicklungen einem linearen Trend folgten. Das war aber nur teilweise der Fall.

*„Denn so jetziger zeit ein neue matery zuschreiben erfunden ist / wirdt in einem tag / so viel  
Schriftt von eim Menschen gedruckt / als in etlichen wochen von vielen geschrieben möcht  
werden / darauß so ein grosse mennig der bücher / in allen Künsten / an tag kommen / das  
bey nahe kein Buch mehr ist / des der Leser manglen dürffe [...] welche zu gleicher weiß /  
wie sie von anfang nit mit geringern gewinn / denn verwunderung der Menschen auff ist  
kommen / also wirdt sie auch (wie ich weissage) allgemach undergehen / und abnemen.“*  
(Vergilius, 1499, S. 98f)

Die Buchproduktion schafft sich selbst ab, weil alle interessanten Inhalte schon gedruckt sind, woraus, nach heutiger Terminologie, also eine Content-Krise folgt. 1499 – also rund fünfzig Jahre nach der Einführung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern – wurde diese Prognose des Renaissance-Gelehrten Polydorus Vergilius veröffentlicht und beweist, dass Aussagen über die Zukunft der Medien schon zur Zeit der Inkunabeln ein unsicheres Geschäft darstellten. Fünfhundert Jahre später fixierte der an der University of North Carolina lehrende Philip Meyer das Ende der gedruckten Zeitung mit April 2040 (Weichart, 2006, S. 270f).

Spott ist freilich billig zu haben. Wir wollen stattdessen die Umbrüche, die in den letzten vierzig Jahren im Journalismus stattgefunden haben, retrospektiv betrachten und die Prognosen auf diese Weise gegen den Strich bürsten. Zwangsläufig geschieht das in Schlaglichtern und nicht in einem systematischen Überblick. Ebenso wenig geht es auch um Beifall oder Buhrufe bezüglich besonders glücklicher oder verfehlter Prognosen, sondern um einen Versuch, die Strukturen, auf denen diese Einschätzungen fußten, herauszuarbeiten. Die Digitalisierung der Medienproduktion ab

dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts hat die Medien selbst, aber vor allem auch den Journalismus, wesentlich verändert. Dass es zu Veränderungen kommen würde, zumal die Digitalisierung im Wesentlichen mit einer gewissen Vorlaufzeit aus den USA importiert wurde, war den Beteiligten und Betroffenen durchaus bewusst. Unklarheit bzw. Meinungsunterschiede bestanden aber über die konkreten Auswirkungen auf die Medienproduktion bzw. den Journalismus und vor allem darüber, durch welche Lenkungsmechanismen die Entwicklung gesteuert werden könnte. Aus der kursorischen Literaturübersicht nach rund 35 Jahren lassen sich folgende Themen schwerpunktmäßig destillieren:

1. Veränderung der Arbeitswirklichkeit von Journalistinnen und Journalisten durch Integration technischer Produktion in die Inhaltsgestaltung (Weischenberg, 1977 und 1982; Saxer, 1980; Hans-Böckler-Stiftung, 1983; Hummel, 1990);
2. Substitutionseffekte in Richtung Presse durch Rundfunk, Kabelangebote, „Neue Medien“ (damals Teletext, Bildschirmtext) (IFRA, 1983; McPhail, 1980);

3. Veränderung der gesellschaftlichen Funktion des Journalismus (Pätzold, 1979; Lepigeon&Wolton, 1979; Weischenberg, 1982; Fabris et al., 1999).

## Zu 1. Veränderung der Arbeitswirklichkeit

Die Debatte konzentrierte sich – soweit sie den Journalismus betraf – vor allem auf den Printjournalismus, einerseits weil Privatrundfunk in Deutschland erst 1984 (in Österreich 1998) startete und andererseits die Veränderung im Printbereich einschneidender war: Während der „neuere Journalismus“ bei Radio, Dokumentarfilm und später Fernsehen immer schon auch mit der Produktionstechnik (Aufnahme, Schnitt etc.) konfrontiert war, hatte sich im Zeitungsbereich bis in die 1970er-Jahre eine strikte Trennung zwischen inhaltlicher Textproduktion (Journalismus) und Textgestaltung (graphische Facharbeit) erhalten. Der erste Prototyp eines „integrierten Redaktionssystems“ – bei dem Journalisten und Journalistinnen ihre Texte selbst in ein Computersystem eingeben – wurde 1963 in den USA vorgestellt. 1975 fand diese Produktionsweise erstmals in Europa bei der US-Armeezeitung *Stars and Stripes* Verwendung, ab 1981 arbeitete die *Tiroler Tageszeitung* mit einem „Integrierten-Texterfassungs-System“, bei dem die bis dato vorhandene Setzerei wegfiel (Hummel, 1990, S. 52). Die anderen österreichischen Zeitungen folgten im Verlauf der nächsten Jahre. Diese veränderten Arbeitsbedingungen brachten aber sowohl Diskussionsbedarf, als auch Skepsis hinsichtlich der arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen der Angestellten mit sich. Denn die Einführung von „Integrierten-Texterfassungs-Systemen“ war auch der Beginn der Bildschirmterminalarbeit für viele Journalistinnen und Journalisten. Im Rahmen dieser Umbrüche kam es bereits 1981 zur Veröffentlichung von Texten, die Arbeitnehmerinnen- und Arbeitnehmerschutz und Mitbestimmung bei Computerarbeitsplätzen zum Thema hatten (Ehmann, 1981). Diese

Der erste Prototyp eines „integrierten Redaktionssystems“ – bei dem Journalisten und Journalistinnen ihre Texte selbst in ein Computersystem eingeben – wurde 1963 in den USA vorgestellt. [...] Diese veränderten Arbeitsbedingungen brachten sowohl Diskussionsbedarf, als auch Skepsis hinsichtlich der arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen der Angestellten mit sich.

schlugen Maßnahmen des Arbeitsschutzes vor, die nicht nur verpflichtende, augenärztliche Untersuchungen für das betroffene Personal vorsahen, sondern auch eine Höchstarbeitszeit von vier Stunden pro Tag als Zumutbarkeitsgrenze nannten und Mischarbeit als Notwendigkeit für zukünftige Arbeitsplätze argumentierten (Ehmann, 1981, S. 15). Direkte negative Auswirkungen der veränderten journalistischen Produktionsweise auf das Produkt wurden zwar öfter als mögliche negative Folgen erwähnt (Eurich, 1988, S. 92), ließen und lassen sich aber nicht nachweisen. Aus heutiger Sicht sind diese Forderungen natürlich längst passé: Die Arbeit am Computerbildschirm ist nicht nur alltäglich geworden, sondern wurde zum Mittelpunkt journalistischer Tätigkeit. Die

Digitalisierung wird aus gegenwärtiger Perspektive sogar als durchaus positiv erlebt (Schudson, 2011, S. 217).

Das lässt Raum für (sicherlich spekulative) Analogieschlüsse: Aktuell ist „Crossmedialität“ ein bestimmender Wandlungsfaktor journalistischer Arbeit und ähnlich problematisiert wie die Bildschirmarbeit vor dreißig Jahren. Dies betrifft sowohl wissenschaftliche Bewertung (Breyer-Mayländer, 2015; Fuchs, 2014; Kinnebrock &

Kretzschmar, 2012) als auch die Einschätzung der etablierten Berufspraxis (Hummel et al., 2012, S. 728). Journalistinnen und Journalisten erleben zum Beispiel integrierte Newsrooms vielfach als Gefahr für die Qualität der Berichterstattung und als Angriff auf ihr Selbstverständnis und den Reiz des Berufs. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass hier – ebenso wie bei der Einführung der integrierten Zeitungsproduktion – zwar eine Intensivierung der Arbeitsleistung, aber keine grundsätzliche Beeinträchtigung der Berufsrolle bzw. des journalistischen Outputs – etwa im Sinne der Themenverengung – erfolgen wird.

So legen Längsschnittstudien wie etwa von Imhof (2011, S. 185f) aus der Deutsch-Schweiz nahe, dass mediale Themenverdichtungen häufig mit gesellschaftlichen und ökonomischen Umbrüchen einhergehen und nicht mit veränderten journalistischen Produktionsweisen. Saxer (1980,

S. 93) prognostizierte sogar – mangels empirischer Daten ebenfalls nicht falsifizierbar – eine fortschreitende Verbesserung redaktioneller Leistungen der Zeitungen und infolge der Konkurrenz mit den elektronischen Medien ein Bestreben, durch Recherchierjournalismus vermehrt Exklusivmaterial beizubringen

## Zu 2. Substitutionseffekte

Der ORF war 1980 die erste kontinentaleuropäische Rundfunkanstalt, die Teletext einführte (IFRA, 1983, S. 45), welchen die Zeitungsverlegerinnen und -verleger mit dem Namen „Bildschirmzeitung“ belegten, um so zu dokumentieren, dass Textinformationen ihre ureigene Domäne seien. Ein Arrangement zwischen dem ORF und dem Verband österreichischer Zeitungen sah daher vor, dass die APA im Auftrag der Verleger 20 von 64 mehrfach täglich zu aktualisierenden Teletextseiten kostenlos erstellt. Die Hoffnung, dadurch einen Werbeeffect für die Zeitungen zu erreichen bzw. medienpolitisch in Richtung Privatrundfunk zu punkten, erfüllte sich jedoch nicht, weshalb die Kooperation seitens des VÖZ bereits 1981 wieder aufgegeben wurde (IFRA, 1983, S. 51). Bildschirmtext, aus dem Gedächtnis weitgehend verschwunden, startete in Österreich wie in Deutschland 1980 als Feldversuch und bestand in der Verbindung des Heimfernsehgerätes als Bildschirm über eine Telefonwählleitung zu einem Zentralcomputer. Informationsanbieter (darunter eben auch Verlagshäuser) konnten im Prinzip Nutzerinnen und Nutzern erstmals interaktive Dienste anbieten. Während manche Zukunftsforscherinnen und -forscher davon ausgingen, Bildschirmtext werde „wichtige Funktionen der Tageszeitung übernehmen, letztere aber nicht ersetzen“ (Itin & Schrape, 1981, S. 14), sahen die Verlegerinnen und Verleger dies zum selben Zeitpunkt eher als

*„einzige legale Möglichkeit, auf dem häuslichen Bildschirm präsent zu sein und mit Radio oder Fernsehen in der aktuellen Verbreitung von Nachrichten mitzubhalten“.*  
(IFRA, 1983, S. 28)

Pürer (1982, S. 72) sprach zutreffenderweise bereits ein Jahr nach Versuchsbeginn von einem „Flop“. Die Frage, in wieweit Journalistinnen und Journalisten durch die damaligen „Neuen Medien“ betroffen sein würden, stellte sich von daher nicht. Die Implikationen des ab Mitte der 90er-Jahre sei-

nen Siegeszug antretenden WorldWideWeb, die ja im Prinzip in dem kaum Zuspruch findenden Bildschirmtext schon angelegt waren, wurden auch in dieser Hinsicht weitestgehend nicht erkannt.

Eine erstaunliche Ausnahme bildet 1979 die Prognose von Jean-Louis Lepigeon und Dominique Wolton, in der fünf Faktoren neuer Technologie angesprochen werden, welche ein grundsätzlich neues Informationssystem schaffen würden (Lepigeon & Wolton, 1979, S. 222ff):

- Vereinheitlichung der Formbestimmtheit der Information (also Digitalisierung), wodurch Sammlung, Bearbeitung, Verwaltung, Speicherung, Übertragung unterschiedlicher Arten von Information auf dieselbe Art möglich wird.
- Integration der verschiedenen Informationsbereiche, von der Presse, dem Rundfunk, über die Neuen Medien bis hin zu Datenbankbetreibern. Durch die dabei anfallenden Kosten wird nicht nur eine zunehmende Konzentration der Informationsbetriebe zu verzeichnen sein, sondern auch eine zunehmende Ökonomisierung des gesamten Sektors, was wiederum bedeute, dass Informationssammlung, -erstellung und -aufbereitung zunehmend unter das Postulat industrieller Produktion gerate.
- Verstärkte Konkurrenz zwischen klassischen Medien und Datenbankbetreibern führt dazu, dass Letztere eine spezialisierte Wiederverbreitung der Informationen der Ersteren betreiben können, was zum Schaden der Presse führen würde.
- Durch den Datenaustausch zwischen den Datenbanken sowie durch Satellitenrundfunk entsteht Globalisierung („internationalisation des problèmes“). Grundsätzliche Fragen der Informations- und Pressefreiheit, staatlicher und gesellschaftlicher Regulierung des Informationsrechtes wären unter anderem davon betroffen.
- Individualisierung der Informationsaneignung führt zu einer Differenzierung in multiple Öffentlichkeiten mit unterschiedlichen Wirklichkeitsreferenzpunkten.

In diesen Prognosen, die sich erstaunlicherweise im deutschsprachigen Raum in dieser Klarheit zu dieser Zeit nicht finden, ist die seit den 2000er-Jahren zu beobachtende Erosion des Geschäftsmodells der Printmedien (und demnächst wohl auch der klassischen Fernsehanstalten) bereits in nuce vorweggenommen: Neue Plattformen

machen den klassischen Medien kommerzielle Konkurrenz um Einnahmen von Werbungs- und Kundeninnen- bzw. Kundenseite. Aber auch die Öffentlichkeit verändert sich von einer „information grand public“<sup>1</sup> in der es um die „réalité pour l'ensemble des citoyens“<sup>2</sup> geht, hin zu einer Diversifikation der Öffentlichkeit, die es erlaubt, nur jene Informationen zu konsumieren, die einen unmittelbar betreffen bzw. konvenieren (Le-pigeon & Wolton, 1979, S. 222ff).

### Zu 3. Veränderung der gesellschaftlichen Funktion des Journalismus

In den letzten Jahren des zu Ende gehenden 20. Jahrhunderts gehörten generell Fragen nach der Zukunft, der weiteren Entwicklung oder der gesellschaftlichen Verantwortung quasi zum „guten Ton“ jeder intellektuellen Auseinandersetzung. Die Blickrichtungen solcher Bilanzierungen waren dabei sowohl zurück als auch nach vorn gerichtet, im Sinne von, „was haben wir bisher erreicht?“ und „welche Herausforderungen liegen vor uns?“ Ebenso hatten nicht nur das Ende des alten Jahrhunderts, sondern zugleich der Wechsel in ein neues Jahrtausend in der wissenschaftlichen Diskussion wie auch in jener unter Berufspraktikern über die Weiterentwicklung des Journalismus eine starke Symbolkraft und waren nicht zuletzt auch mit Hoffnungen und gleichermaßen Ängsten verbunden. Zurecht, denn gewisse Befürchtungen in Hinblick auf die Zukunft des Journalismus wurden schon fast 20 Jahre vor der Millenniumswende relativ ungeschminkt geäußert:

*„Zentrale Merkmale ihres Tätigkeitsspektrums, aus denen Journalisten ihre Selbstverwirklichung und ihre Illusionen bezogen haben, werden in der Zukunft verschwinden“, orakelte etwa Weischenberg bereits 1982.*

*„Allenfalls im (sub)lokalen Bereich, auf den sich alternative und einige neue Medien gleichermaßen konzentrieren, wird der ‚Journalist als Detektiv‘ noch gefragt sein. Für das Gros der Berufsvertreter gilt aber, daß nicht die Entdeckung, sondern die Verwaltung von Informationen in einer Gesellschaft des Informationsüberflusses ihre zentrale Aufgabe ist – wenn sie nicht lieber die nie zu stillenden Unterhaltungsbedürfnisse der Menschheit befriedigen und im Bereich der*

*Programm-Medien arbeiten wollen.“*  
(Weischenberg, 1982, S. 219)

Was dann Ende der 1990er Jahre dazukam, war eine spürbare „Beschleunigung“ in der journalistischen Berufsentwicklung. Als wesentlicher „Motor“ dafür wurde (relativ pauschal) ein „deutliches Näher- und Zusammenrücken von Journalismus und Wirtschaft“ verdächtigt sowie eine unglückselige „Konvergenz von alten und neuen Medien“ (Fabris, Hummel, Renger & Zimmermann, 1999, S. 9). Bewegung in die Entwicklung bringe aber auch eine Differenzierung „im Inneren“ des Journalismus, der sich in immer mehr „Medien, Sparten, Spielarten und Rollen“ aufspalte und damit der „zentralen Entwicklungslogik“ einer „nach-postmodernen Unübersichtlichkeit und Vielfalt“ folge (ebd., S. 9f). Die Beiträge dieses von Hans Heinz Fabris, Roman Hummel, Rudi Renger und Astrid Zimmermann (1999) herausgegebenen Sammelbandes zu *Journalismus in der Informationsgesellschaft* sahen damals die Veränderungsprozesse im Journalismus aber auch vor dem Hintergrund eines grundlegenden Wandels „jenes Systems der Massenkommunikation, wie es uns in den letzten Jahrzehnten vertraut geworden ist“ (ebd., S. 10) und sich nun zunehmend enthierarchisiere. Die enthaltenen Diskussionen belegen, dass viele damalige journalismuswissenschaftliche Positionen zu System und Berufsstrukturen „ins Wanken geraten bzw. nur mehr ‚dialektisch‘ denkbar“ (ebd., S. 10) seien. Erkannt wurde jedenfalls bereits – und damit gingen die Prognosen durchaus in eine zutreffende Richtung –, dass die

*„Dominanz wirtschaftlicher Kriterien medialer Produktion [...] den Journalismus vermutlich nachhaltiger als die technisch bedingte Konvergenz der Medien [verändert]. Klassische journalistische Qualitätskriterien verlieren gegenüber Effizienzkriterien von Marketingstrategien an Bedeutung.“*

(Fabris, Hummel, Renger & Zimmermann, 1999, S. 12)

Auch, dass sich journalistischer Erfolg „immer stärker an wirtschaftlichen Kennzahlen der Medienunternehmen“ bemisst, wurde schon klar vorausgesagt. Kontrovers wurde damals allerdings die Hoffnung diskutiert, dass derartige Transformationen durch gezielte Journalismusausbildung zu relativieren seien. Breit gestreut waren hinge-

<sup>1</sup> „Allgemeine Information“ (kontextuelle Übers. Redaktion)

<sup>2</sup> „Wirklichkeit aller Bürgerinnen und Bürger“ (kontextuelle Übers. Redaktion)

gen Schlagworte wie jenes, dass das Berufsbild an seinen Rändern mehr und mehr „ausfasere“, denn „zunehmend werden in der Praxis an Journalisten auch gestalterische, technische – und selbst unternehmerische – Aufgaben übertragen.“ (ebd., 1999, S. 13) Symbolbild dafür war allen die Schreckgestalt des sog. „Internet-Journalisten“ bzw. – noch schlimmer – des „Information-Broker“ (ebd., 1999, S. 10). Womit sich in dieser Publikation nicht zuletzt auch die oben genannte Weischenberg'sche Weissagung aus den frühen 1980ern als stummer Diskurs 17 Jahre später erneut materialisiert hatte.

Im Rahmen der kontinuierlichen Irrtumsgefahr journalismuswissenschaftlicher Prognoseforschung zeigt ein Beitrag von Renger (2006), der in einigen Grundgedanken an Hans Heinz Fabris et al. (1999) anschließt, erfreulich wenig Fehleinschätzungen. Diskutiert wurden hier zum einen der in den ersten Jahren des noch jungen 21. Jahrhunderts häufig vermutete Bedeutungsverlust des Journalismus, welcher durch digitale Vernetzung und den individuellen Zugang zu riesigen Informationsmengen drohe, zum anderen die Hoffnung auf neue Handlungsfelder des Journalismus wie Selektionsaufgaben in einer wachsenden Informationsflut (Renger, 2006, S. 145). Angesichts der nach der Milleniumswende bereits klar erkennbaren Potenzialitäten des Internets stand auch das Aufkommen eines multimediafähigen, „neuen Journalismus“ auf dem Prüfstand, dem Renger – „jenseits von Nachrichten-Recycling“ (2006, S. 162) – noch wenig Chancen einräumte. Vielmehr pflichtete er in diesem Zusammenhang Bernd Blöbaum (2000, S. 181) bei, der mit dem Begriff des „postmodernen Journalismus“ eine „sichtbare Differenzierung in den Bereichen journalistischer Organisationen, Programme und Rollen und die Zunahme an Fremdsteuerung“ beschrieb. Gerade der letztgenannte Punkt hat sich bis heute insofern drastisch bewahrheitet, als neben den publizistischen Zielen journalistischer Nachrichtenproduktion in den heutigen Redaktionen auch eine Vielzahl von Organisationszielen zu erfüllen sind, die eben „nicht primär die Herstellung von Öffentlichkeit fokussieren“

**Angesichts der nach der Milleniumswende bereits klar erkennbaren Potenzialitäten des Internets stand auch das Aufkommen eines multimediafähigen, „neuen Journalismus“ auf dem Prüfstand, dem Renger – „jenseits von Nachrichten-Recycling“ (2006, S. 162) – noch wenig Chancen einräumte.**

(Renger, 2006, S. 162). Und richtigerweise ist durch die Kombination von Information, Unterhaltung und Serviceleistungen auf der einen Seite und dem Druck zu kostensparenden Produktionsabläufen auf der anderen mittlerweile ein „hochgradig durchgeplanter Journalismus“ entstanden, der weitgehend den Regelsystemen von Marketing- und Managementabteilungen“ (ebd., S. 162f) zu folgen scheint.

Nach unterschiedlichen Entwicklungsphasen der kontinuierlichen beruflichen Sozialisation und Professionalisierung, die über eine Zeitspanne von fast 200 Jahren reichen, wird in dem vorliegenden Beitrag prognostiziert, dass sich Journalismus in naher Zukunft „immer mehr zu einer ‚Dienstleistungseinrichtung‘ entberuflichen“ (ebd., S. 163) würde, die selektive Teilöffentlichkeiten bedienen würde. Besonders Printjournalistinnen und -journalisten würden nun mit der Forderung nach einem spezifischen „multi-skilling“ (Bromley, 1997, S. 331) konfrontiert, die einerseits eine Elite von erfolgreichen Berufspraktikern und Berufspraktikerinnen mittelfristig zu sogenannten „Unternehmer-Publizisten“ (Renger, 2006, S. 163) lassen werde, während der größere Teil der Akteurinnen und Akteure Gefahr laufe, auf den Status von „machine heads and extensions of the computer“ (Bromley, 1997, S. 346) dequalifiziert zu werden. Auch wenn letzteres Bild vor zehn Jahren überzeichnet erscheinen mag, so sind heute weitreichende Tendenzen der Deprofessionalisierung des Journalismus unübersehbar. Oder – positiver betrachtet – es zeigt sich, dass der Journalismus als Beruf zwar nach wie vor nicht „gestorben“ ist, sich aber in vielen Aspekten im Verlauf der letzten eineinhalb Jahrzehnte erweitert hat. So habe zum Beispiel nach Einschätzung von Claudia Mast (2000, S. 89) hierzulande seit 1995 die Entwicklung des Online-Journalismus ein völlig neues Betätigungsfeld mit neuen Regeln geschaffen. Digitalisierung und Multimedialisierung sowie eine weitreichende Internationalisierung der Netzkommunikation hätten auch Tür und Tor für einen „Do-it-Yourself-Journalismus“ bzw. „Billigjournalismus“ geöffnet, was insgesamt die gesellschaftliche Rolle des Journalismus

nachhaltig verändern werde. Angemerkt werden hier auch die befürchtete „Abwanderung von Rubrikanzeigen in das Internet“ und dass sämtliche Innovationen im Journalismus „von Marketing, Vertriebsmanagement und Kosten-/Nutzen-Rechnungen bestimmt“ sowie an eine „Verbesserung der Wettbewerbsposition gebunden“ werden würden (Renger, 2006, S. 165f). Deutlich erkennbar war für Rudi Renger (2006, S. 164) damals, dass die zukünftigen Entwicklungen im Journalismus differenziert zu betrachten seien und überwiegend von drei Prozessen bzw. Trends determiniert werden würden:

- zunehmende Ökonomisierung der Unternehmen und Produkte auf einer gesellschaftlichen Ebene,
- zunehmende Popularisierung bzw. Kommerzialisierung der Inhalte auf einer kulturellen Ebene,
- zunehmende Multi- und Intermedialisierung der Formen auf einer technischen Ebene.

Dass hinsichtlich seiner gesellschaftlichen Bedeutung der Journalismus nicht nur auf die traditionellen Werte wie objektive Informationsvermittlung oder Kontrolle der Machtpositionen eines Staates und damit Demokratieerhalt zu reduzieren sei, macht auch ein Hinweis von Ulrich Pätzold in einem Beitrag zu „medienpolitischen Perspektiven neuer Kommunikationssysteme“ aus dem Jahr 1979 deutlich.

*„Aus dem Journalisten, der bisher Informationen sammelte und aufbereitete, wird ein Kommunikationshelfer, der vor allem den ungeübten Menschen ihre Mediensprache beibringt“*  
(Pätzold, 1979, S. 132)

– oder, wie es Gerhard Schulze dann 1992 in seiner kultursoziologischen Studie zur „Erlebnisgesellschaft“ pointierter formuliert hat – ein „Klatschakteur und ‚Erlebnishelfer‘ der Medienrezipienten“ (Schulze, 1992, S. 60).

Beide Prognosen weisen aber auf eine sich ändernde Beziehung zwischen Journalistinnen und Journalisten und ihrem Publikum hin, das – nicht zuletzt in der Wahrnehmung der Wissenschaft – zu immer ausdifferenzierten Publika mutiert. Den kulturpessimistischen Vorstellungen einer zunehmenden „Boulevardisierung“ des Journalismus, in dem die Dienstleisterinnen und -leister der „Erlebnisgesellschaft“ die Rezipientinnen und Rezipienten nur mehr „bespaßen“, stand schon in den 90er Jahren die Vorstellung von sich selbst

ermächtigenden, politisch bewussten, bisweilen auch widerständigen Publika gegenüber, die Medieninhalte gemäß ihren eigenen kontextuellen Bedingungen und Dispositionen „decodieren“ (exemplarisch Weischenberg, 1997; Hepp, 1999). Die Diskussion über die gesellschaftliche und demokratiepolitische Bedeutung des Journalismus bewegte sich auch nach der Jahrtausendwende in diesem Spannungsfeld, nun unter den veränderten Bedingungen der zu einem Massenphänomen gewordenen Internetkommunikation. Unter anderem die Rezeption von Habermas deliberativem Diskursmodell in Überlegungen zu einer partizipativen Internetöffentlichkeit gab dabei der Debatte neuen Schwung. Die bisweilen zu beobachtende Euphorie der frühen 2000er Jahre ließ sich jedoch nicht aufrechterhalten (Donges, 2000; Loosen 2001; Loader & Mercea, 2011). Konnten einerseits, wie in den vorangegangenen Kapiteln deutlich wurde, die Prognosen aus den 70er und 80er Jahren die weitreichenden Entwicklungen, die das Internet mit sich brachte, größtenteils nicht adäquat erfassen, zeigt sich, dass die *nach* der Etablierung des Internets verfassten Texte bislang eher an normativen Wünschen des theoretisch Möglichen orientiert waren, die sich in diverser Hinsicht – etwa bezüglich einer engen Verzahnung von Produzentinnen beziehungsweise Produzenten und Konsumentinnen beziehungsweise Konsumenten, einem häufigeren und intensiveren Austausch von Meinungen, einer erstarkenden grassroots-Demokratie, einem neuen Pluralismus von Medienunternehmen et cetera- in der Praxis nicht erfüllt haben (Poletta et al. 2008; Gerhards & Schäfer 2010; Anderson 2011; Jönsson & Örnebring 2011; Loosen 2013).

## Fazit

Ein Blick zurück auf die Prognosen der Vergangenheit kann – wie wir in diesem Beitrag zeigen wollen – in mehrerer Hinsicht lehrreich sein, auch wenn wir die Vorhersagen in keiner Weise systematisch ausgewählt haben. (– Das wäre aber ein durchaus lohnendes Thema für ein kleines Forschungsprojekt.)

- Zuerst einmal eröffnet die hier vorgenommene kursorische Beschäftigung mit einschlägiger wissenschaftlicher Literatur von vor zwanzig und mehr Jahren den Eindruck, dass vor allem jeweils aktuelle Trends weitergedacht wurden (z.B. Bildschirmarbeit). Neues, „Disruptives“ (wie etwa Crossmedialität) wurde hingegen

kaum oder gar nicht erahnt. – Positiv formuliert: Je enger die Entwicklung bereits vorgezeichneten Verläufen folgt, desto treffsicherer sind die Prognosen.

- Sowohl was die Bewertung journalistischer Arbeitswirklichkeit, die grundlegende Umgestaltung von Mediensystemen und Öffentlichkeit wie auch die sich ändernden Funktionen des Journalismus anlangt, scheinen die jeweiligen persönlichen Werthaltungen (Vorurteile?) der Forscherinnen und Forscher den Tenor vorzugeben: Zukunftsoptimistinnen und -optimisten oder Entwicklungspessimistinnen und -pessimisten bleiben zumeist in der von ihnen eingeschlagenen Spur. Umgekehrt werden durchaus ethisch hochstehende normative Anforderungen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern (Journalismus sei rechercheorientiert, gut ausgebildet, zum rationalen öffentlichen Diskurs beitragend et cetera) immer wieder auch als Prognosen ausgegeben.
- Dort wo „sozialwissenschaftlich gedacht“ wurde, also wo sowohl die ökonomischen Interessen der Medienindustrie, die Potentiale der Technik wie auch die Imponderabilien der Nutzungsinteressen des Publikums in die Trendabschätzungen einfließen (wie etwa bei der hier auszugsweise zitierten Studie von Le-

pigeon & Wolton) sind die zutreffenden Prognosen erstaunlich hoch.

- Zutreffende Prognosen erstellen zu können ist aber (neben Universalität, Systematizität und intersubjektiver Nachvollziehbarkeit) ein unabdingbares Kennzeichen wissenschaftlicher Aussagen. Es lohnt sich also die Treffergenauigkeit aus früheren Perioden zu untersuchen, um Qualitätskontrollen aktueller Vorhersagen vornehmen zu können. Denn letztlich führen falsche Prognosen insgesamt zu einem Imageproblem für die gesamte Branche, wie Kurt Tucholsky (1975, S. 307) das in Berliner Dialekt in Bezug auf die Prognosefähigkeit des Journalismus 1931 reimte:

„Wat die so sahrn  
un wat die allens proffezein.  
det stimmt schon nich mehr nach acht Tabrn –  
det kann nie wahr jewesen sein!  
Nu ham die Brieda mächtjet Jlick:  
et blättert ja keen Mensch zerrick!  
Man schmeißt et wech. Und koofz sich brav und  
bieda  
'n neuet Blatt un jloobt et imma wieda.  
Un willste wissen wat det is jewesen.  
denn mußte alte Sseitungsnumman lesen.  
Un siehste denn, wie die vakehrt sind –  
denn weeste wat die neien wert sind.“

## Bibliographie:

- Anderson, C. (2011). Deliberative, agonistic, and algorithmic audiences. Journalism's vision of its public in an age of audience transparency. In: *International Journal of Communication*, (5), S. 529-547.
- Blöbaum, B. (2000). Organisationen, Programme und Rollen. Die Struktur des Journalismus. In: Löffelholz, M. (Hg.), *Theorien des Journalismus*. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, S. 169-183.
- Bromley, M. (1997). The end of journalism? Changes in workplace practises in the press and broadcasting in the 1990s. In: Bromley, M. & O'Malley, T. (Hg.), *A Journalism reader*. London, New York, S. 330-347.
- Bruns, A. (2009). Vom Gatekeeping zum Gatewatching. Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet. In: Neuberger, C.; Nuernbergk, C. & Rischke, M. (Hg.), *Journalismus im Internet*. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden, S. 108-128.
- Dovifat, E. (1990). Die publizistische Persönlichkeit [1956]. In: von Dadelsen, D. (Hg.), *Die publizistische Persönlichkeit*. Berlin, New York, S. 120-139.

- Ehmann, H. (1981). *Arbeitsschutz und Mitbestimmung bei neuen Technologien*. Darstellung der Mitbestimmungsrechte des Betriebsrates am Beispiel der Einrichtung von Arbeitsplätzen mit Bildschirmterminals. Berlin.
- Eurich, C. (1988). *Computer, neue Medien und Kultur*. Informationstechnologien in den publizistischen und künstlerischen Berufen. Hamburg.
- Fabris, H. H.; Hummel, R.; Renger, R. & Zimmermann, A. (1999). Vorwort. In: Fabris, H. H.; Hummel, R.; Renger, R. & Zimmermann, A. (Hg.). *Journalismus in der Informationsgesellschaft*. Antworten aus Praxis & Theorie. Innsbruck, Wien. S. 7-13.
- Fabris, H. H.; Hummel, R. & Luger, K. (Hg.) (1984). *Schöne neue Welt der „Informationsgesellschaft“?* Wien, Salzburg.
- Gerhards, J. & Schäfer, M. S. (2010). *Is the internet a better public sphere?* Comparing old and new media in the USA and Germany. Berlin.
- Hans-Böckler-Stiftung (Hg.) (1983). *Journalisten an Bildschirmgeräten*. Düsseldorf.
- Hummel, R. (1990). *Die Computerisierung des Zeitungsmachens*. Wien.
- Hummel, R.; Kirchhoff, S. & Prandner, D. (2012). „We used to be queens and now we are slaves“ – Working Conditions and Career Strategies in the Journalistic Field. In: *Journalism Practice*, 6 (5-6), S. 722-731.
- IFRA (Hg.) (1983). *Zeitungen und elektronische Medien*. Darmstadt.
- Imhof, K. (2011). *Die Krise der Öffentlichkeit*. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt, New York.
- Itin, P. & Schrape, K. (1981). Entwicklungsbedingungen der Neuen Medien bis 1990. Über die Endlichkeit der Nachfragepotentiale und der Werbebudgets. In: *Media Perspektiven*, 1981 (1), S. 1-15.
- Jönsson, A. M. & Örnebring, H. (2011). User-generated content and the news. Empowerment of citizens or interactive illusion. In: *Journalism Practice*, 5 (2), S. 127-144.
- Lepigeon, J.-L. & Wolton, D. (1979). *L'information demain*. De la presse écrite aux nouveaux média. Paris.
- Loosen, W. (2013). Publikumsbeteiligung im Journalismus. In: Meier, K. & Neuberger, C. (Hg.), *Journalismusforschung*. Stand und Perspektiven. Baden-Baden, S. 147-163.
- Loosen, W. (2001). Das Ende der Verheißungen? Technisch und ökonomisch determinierte Beschränkungen des ‚freien‘ Informationszugangs im World Wide Web. In: Maier-Rabler, U. & Latzer, M. (Hg.), *Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel*. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft. Konstanz, S. 287-298.
- Mast, C. (2000). *ABC des Journalismus*. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. Konstanz.
- McPhail, T. L. (1980). *The Future of the Daily Newspaper*. Public Policy Issues. Research Paper of the Institute for Research on Public Policy. Halifax.
- Neverla, I. (2015). Ökologie der Mediengesellschaft. Betrachtungen des soziokulturellen und medialen Wandels im Lichte von Nachhaltigkeit. In: Drüeke, R., Kirchhoff, S., Steinmaurer, T. & Thiele, M. (Hg.). *Zwischen Gegebenem und Möglichem*. Kritische Perspektiven auf Kommunikation. Bielefeld, S. 153-164.
- Obijiofor, L. & Hanusch, F. (2011). *Journalism Across Cultures*. New York.
- Pätzold, U. (1979). Medienpolitische Perspektiven neuer Kommunikationssysteme. In: Grätz, F. (Hg.), *Neue technische Kommunikationssysteme und Bürgerdialog*. München, S. 126 – 173
- Polletta, F. & Chen, P. C. B. & Anderson, C. (2008). Is Information Good for Deliberation? Link-Posting in an Online Forum. In: *Journal of Public Deliberation*, 5 (1). Abgerufen von: <http://www.publicdeliberation.net/jpd/vol5/iss1/art2/>, Zugriff am 07.11.2015.
- Pürer, H. (1982). *Presse im Umbruch*. Salzburg, Wien.
- Rathke, D. (1987). Der Fortschritt in der Medienentwicklung wird sich nicht aufhalten lassen. In: *Der Polygraph* (11-87), S. 981-988.
- Renger, R. (2006). Zukunft des Content – Zukunft des Journalismus? In: Altmeppen, K.-D. & Karmasin, M. (Hg.). *Medien und Ökonomie*. Bd. 3. Anwendungsfelder der Medienökonomie. Wiesbaden, S. 145-167
- Saxer, U. (1980). Zukunftsaussichten der Zeitung. In: *Massa Communicatie*, 1980 (3-4), S. 83-96.
- Schudson, M. (2011). *Sociology of News*. New York
- Schulze, G. (1992). *Die Erlebnisgesellschaft*. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt, New York.

- Stroetmann, K. A. (1980). *Neue Medien und Informationstechnologien*. Eine Darstellung der Auswirkungen auf die Presse am Beispiel der USA. München.
- Tucholsky, K. (1975). *Gesammelte Werke*. Bd. 9. Reinbek bei Hamburg.
- Vergilius, P. (1499). *Von Erfindern aller ding*. Urbin.
- Weischenberg, S. (1977). Neue Techniken und publizistische Leistungen. Ansätze für eine Erforschung des Einflusses elektronischer Redaktionssysteme auf die journalistische Arbeit. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 25, S. 244-253.
- Weischenberg, S. (1982). *Journalismus in der Computergesellschaft*. Informatisierung, Medientechnik und die Rolle der Berufskommunikatoren. München, New York, London, Paris.

### Roman Hummel

ist Professor am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und Leiter der Abteilung Journalistik. Er beschäftigt sich u.a. seit mehr als dreißig Jahren mit dem Wandel von Medienberufen Jüngste Publikation (zus. m. C. Steininger): Wissenschaftstheorie der Kommunikationswissenschaft.

### Susanne Kirchhoff

Dr., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Zu ihren Interessensgebieten gehören Journalismusforschung, Medien und Krieg, Geschlechterforschung sowie Mediendiskurse. Ihre aktuellen Publikationen und Forschungsprojekte beschäftigen sich u.a. mit Journalismus in Österreich, journalistischem Wandel, medialen Kriegsdiskursen und metaphorischem Sprachgebrauch in feministischen Öffentlichkeiten.

### Dimitri Prandner

Mag., ist Soziologe und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg, wo er seit Oktober 2010 arbeitet und seit 2011 an seiner Dissertation schreibt. Seine Forschungsinteressen gelten der medialen Bedeutungskonstruktion, professionssoziologischen Fragen zu Medienberufen und den methodologischen Herausforderungen quantitativ-vergleichender Forschung / Survey Research. Aktuelle Publikationen thematisieren Fragen des journalistischen Selbstbilds und die Hintergründe von AuslandskorrespondentInnen in Österreich.

### Rudolf Renger

ao. Univ.-Prof. Dr., Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie Deutsche Philologie (Germanistik) in Salzburg, 1983 Journalistenausbildung in Wien, 1984 Promotion an der Universität Salzburg. In Folge Journalist, Pressereferent, Projektmitarbeiter, Universitätsassistent und Musiker. 1993 Diplomabschluss am „Munich Guitar Institute (MGI)“ in München. Bis 1999 als Musiklehrer sowie Univ.-Ass. in Salzburg tätig. 2000 Habilitation zum Thema „Populärer Journalismus“ und Venia docendi im Fach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, anschließend Vertretungs- und Gastprofessuren bzw. -dozenturen an den Universitäten München, Zürich und Fribourg und ao. Universitätsprofessor am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Seit 2001 wiss. Co-Leiter des Salzburger „Universitätslehrgangs Sportjournalismus“, seit 2008 Leiter des Masterangebots „Universitätslehrgang für Interpersonelle Kommunikation“.

# Von der Technikkritik zur Optimierungsideologie

Zur Debatte zwischen Marktkräften, Technikfolgen und Demokratie

Dimitri Prandner & Rudi Renger<sup>1</sup>  
Universität Salzburg

## Abstract

Soziale Netzwerke, mobile Kommunikationstechnologie und einfache Inhaltsproduktion und -dissemination prägen die heutige Medienlandschaft. Der Mainstream der internationalen, aber auch österreichischen kommunikationswissenschaftlichen Forschung hat längst die technikskeptische Perspektive, die aus der Auseinandersetzung mit der kritischen Theorie folgte, abgelegt.

Um diese Entwicklung weg von einer technikskeptischen Perspektive nachzuzeichnen, werden in einem historischen Abriss die Hintergründe eben dieser Ansichten thematisiert, mit den kommunikationstechnologischen Fortschritten der 1980er Jahre kontrastiert und mit den Ansprüchen hinsichtlich einer Partizipation und Teilhabe an medientechnischen Ressourcen in Verbindung gebracht.

Der Aufsatz schließt mit einem Destillat der Konsequenzen dieser Veränderungsprozesse und der Identifikation potentieller Gefahren, die durch aktuelle Kommunikationsstrukturen entstehen und zeigt Felder auf, in denen eine kritische Diskussion notwendig ist.

Ist Technikkritik heute passé? – Mit dieser Frage kündigen die Herausgeberinnen der Wiener Halbjahreszeitschrift *Wespennest* in einem Tageszeitungsinserat<sup>2</sup> das Novemberheft 2015 zum Thema „Mensch und Maschine“ an, das sich wort- und geistreich ausgedehnten Reflexionen über das Verhältnis des Menschen zu seinen technischen Artefakten widmet. „Smart“ sei die Technik heute geworden, freundlich und klein – und nicht zuletzt in vieler Hinsicht quasi mit den Menschen „verschmolzen“ (*wespennest.at*, 2015). Längst vorbei sind demnach die Zeiten, in denen ein wütender Mob mutwillig Maschinen zerstörte (was Mitte des 19. Jahrhunderts Webstühle und Getreidedreschmaschinen betraf) und in denen ein Jahrhundert später nicht minder radikal, aber auf das rein Verbale beschränkt, Technikentwicklungen im Bereich der mittlerweile omnipräsenten Massenmedien kritisiert wurden. Technologien und deren Entwicklungen zu hinterfragen, bedeutet heute offenbar nicht weniger als Kritik am Menschen selbst und an seinen unmittelbaren digitalen In-

formations- und Kommunikationstechnologieumgebungen zu üben.

## Technikfeindlichkeit in der industrialisierten Massenkultur

Blicken wir ein knappes halbes Jahrhundert zurück, so zeigt sich, dass die Perspektive auf den Themenzusammenhang von Technik einerseits und Kommunikation andererseits jahrelang stark normativ und durchaus affirmativ aus der gesellschaftlichen Position einer überzeugten Technikfeindlichkeit heraus diskutiert wurde. Entwicklungen im Bereich von Medientechnologien wurden zum einen relativ breit und einstimmig als Bedrohung von Freiheit und Demokratie stigmatisiert, zum anderen hatte diese Technologiefreundlichkeit (als Handlungsprinzip) seine Wurzeln sowohl in den Schriften und Theorien der sogenannten „Kritischen Theorie“ als auch in den Entwürfen einer politisch linkslastigen Medienphilosophie und Anti-Atom-Bewegung

<sup>1</sup> Die Autoren bedanken sich bei Viktoria Hubner für ihre Unterstützung bei der Redaktion des Beitrags.

<sup>2</sup> Das Inserat ist auf Seite 8 der Printausgabe des *Der Standard* vom 6.11.2015 zu finden.

mit Protagonisten wie Günther Anders und Robert Jungk. Weiteren Einfluss dürften später auch Theorieansätze wie beispielsweise die „Kulturimperialismus-These“ von Oliver Boyd-Barrett (1977) gehabt haben.

Aus heutiger Sicht wirkt der damalige Technikskeptizismus in der (Sozial-)Wissenschaft nicht selten schablonenhaft bis schematisiert, es wurden häufig starre Diskurspositionen repetiert und beinahe gebetsmühlenartig abgespult. Den größten Einfluss übte wohl die von Theodor W. Adorno gemeinsam mit Max Horkheimer im Exil verfasste und 1944 zum ersten Mal publizierte *Dialektik der Aufklärung* (Horkheimer & Adorno, 2013) aus, die auch deren berühmten Beitrag zur Theorie der „Kulturindustrie“ enthält. In diesem Buch versuchen die beiden Verfasser zu zeigen, wie das ambitionierte Gesellschaftsprojekt der Befreiung des Menschen in nichts weniger als die Selbstzerstörung der Aufklärung mündet. Denn diese Aufklärung sei ein „Massenbetrug“ und die Hauptverantwortlichen dafür seien die Medien, die mit einer scheinbaren Aufklärung zur Bildung von gleichförmiger Massenkultur beitragen würden (Leschke, 2003, S. 176). Demgegenüber möchte die (wahre) Aufklärung die Freiheit des Menschen erreichen. Aber auch die Kunst, die Adorno & Horkheimer prinzipiell kritikfähig sahen, würde durch die massenmediale Kulturindustrie vereinnahmt und so ihrer kritischen Potentiale enthoben.

Medien betrügen demnach durch Scheinaufklärung im Sinne einer Entfremdung, Verblendung, Manipulation etc. die Menschen und würden sie dadurch mehr oder minder auf die Linie des jeweils herrschenden Systems bringen, weshalb sie, die Medien, auch die maßgebliche Instanz der „Anti-Aufklärung“ seien (Pias et al., 2002, S. 202ff). Die Trivialisierung der Inhalte von Film, Hörfunk und Fernsehen, die als immer gleicher Schund verteufelt werden, würden schließlich zur vollkommenen Entmündigung der Konsumenten und der Konsumentinnen, d.h. der Staatsbürgerinnen und -bürger führen (Schicha, 2003, S. 111). Kurz gefasst:

*„Die Sphäre des Sozialen schrumpft zum Raum der Manipulation, bevölkert mit Ich-schwachen Individuen, beherrscht von finsternen Mächten, von Bürokratie und Kulturindustrie. [...] Das] war sie, Adornos ‚verwaltete Welt‘ mit ihrem ‚ausgebombten‘ Bewusstsein.“*

(Assheuer, 2003, S. 1)

Diese Dramatisierung (hinsichtlich der möglichen Gefahren) und Dämonisierung (hinsichtlich der dahinterliegenden Strategien der Herrschenden) der Medienwelt, die Dörner treffend als „eine einzige große Polemik gegen die moderne Unterhaltungsindustrie“ (2000, S. 68) beschrieben hat, verhinderte letzten Endes als allumfassende *Veradornisierung* der gesellschafts- und sozialwissenschaftlichen Debatten der 1960er bis 80er Jahre<sup>3</sup>, dass im Wandel von Medien und Technik auch Potentiale für eine mögliche demokratische Entwicklung gesehen werden hätten können. Schlimmer noch: Jene, die sich vor 50 Jahren mit den Kontexten von Massenkultur und Kulturindustrie beschäftigt haben, seien nach Meinung von Haselbach et al. (2012) scharenweise in die „Adorno-Falle“ getappt. Und das, obwohl die argumentative Stoßrichtung der Kulturindustrietheorie von Adorno und Horkheimer beängstigend simpel gewesen sei: „Aufklärung als Massenbetrug“ und „Was gefällt, hat schon verloren“ (Haselbach et al., 2012, S. 103f). Auch Sloterdijk (2012) verweist in einer Notiz, die sich mit den Vertretern der Kritischen Theorie auseinandersetzt, auf die allenthalben blinde Apologie innerhalb der Universitäten gegenüber Adorno & Co., denn die „jungen Leser der älteren Kritischen Theorie [...] ahnten damals nicht, auf welcher Flamme die bewunderten Autoren ihre Suppe kochten“ (Sloterdijk, 2012, S. 157). Angespielt wird auf diverse Intrigen von Adorno, Horkheimer, aber auch Habermas, um einzelne Besetzungen von Lehrstühlen an der Frankfurter Universität zu verhindern. Intellektuell wie auch moralisch gesichert standen sie hingegen auf den „Kommandohöhen von Theoriekonstrukten, deren Schwächen man sich erst viel später zu bemerken gestattete“ (Sloterdijk, 2012, S. 157f).

So wirkten die Überlegungen und Positionen der *Frankfurter Schule* zu Kapitalismuskritik, zum au-

<sup>3</sup> Das höchst komplexe Verhältnis der „Kritischen Theoretiker“ u.a. zur Frankfurter Studentenschaft bzw. Studentenbewegung allgemein wird detailliert von Wiggershaus (1986, 676ff) und Kraushaar (1998, 17ff; 2010, 123ff) dargestellt. Eskalationen wie die von der Institutsleitung verfügte polizeiliche Räumung des Instituts für Sozialforschung anfangs 1969, die sog. „Busenaktion“ in Adornos Vorlesung im darauffolgenden April und der Krahl-Prozess beendeten quasi Adornos Stellung als „Institution“

jener, die die Welt nicht nur interpretieren, sondern auch ändern wollten (vgl. Kraushaar, 1998, 418). Ideengeschichtlich blieb sein Einfluss allerdings noch lange aufrecht.

<sup>4</sup> Man bezog sich hier auf Adornos und Horkheimers Konzepte von Autorität und dem spezifisch autoritären Charakter der Deutschen, gegen den viele der damaligen Studentinnen und Studenten rebellieren wollten (Benicke, 2010, S. 33).

toritären Staat und die Ideen des revolutionären Subjekts durch die sogenannte „68er-Bewegung“, wo nicht zuletzt viele der Proponentinnen und Proponenten auch Adorno-Schülerinnen und -Schüler waren und die sich in ihrem Selbstverständnis stets als antiautoritär<sup>4</sup> sah, weit über die folgenden 20 Jahre nach. Neben Adorno als wichtigstem Vordenker wurde Herbert Marcuse und sein 1964 veröffentlichtes Buch *Der eindimensionale Mensch* zu einem Bestseller in 68er-Kreisen. Eine weitere wichtige Grundlage für die gesellschaftskritischen Diskussionen lieferten schließlich Horkheimers (1968) Gedanken zum *Autoritären Staat*, der postulierte, dass der Staat seine Befugnisse insofern ausweiten würde, um auf die Krisen im Kapitalismus besser reagieren zu können. In den frühen 1960er Jahren lieferte Adornos Assistent Jürgen Habermas mit seiner Habilitationsschrift zum *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1963) und zwei Jahrzehnte später mit seinem Magnum Opus, der *Theorie des kommunikativen Handelns* (1981), neuen Theoriezuwachs. Eine radikale Kulturkritik in Bezug auf Massenmedien wurde 1970 dann von Hans Magnus Enzensberger mit seinem *Baukasten zu einer Theorie der Medien* entwickelt (dazu auch Schicha, 2003, S. 109).

Aber dennoch: Der in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts bestehende allgemeine Argwohn gegenüber technischen Errungenschaften kam nicht nur durch den intellektuellen Einfluss der kulturpessimistischen Diagnosen der *Frankfurter Schule* und ihrer Epigonen. Die beiden Atombombenabwürfe der US-Army auf Hiroshima und Nagasaki und die fortgesetzten Versuche mit atomaren Sprengstoffen durch die USA und Frankreich sowie der Einsatz von biochemischen Waffen im Vietnamkrieg (z.B. Agent Orange) zeigten schattenhaft die Grenzen des technisch Machbaren und dessen Bedrohungspotential für die menschliche Welt auf. All das hatte so ganz und gar nichts mehr mit jenem „prometheischen Stolz“ zu tun, mit dem Günther Anders Technik als „Verlängerung, Erweiterung und Verbesserung“ des Menschen beschrieben hatte. „Tech-

nik verbleibt in dieser Logik [Anders<sup>5</sup>] ganz in menschlicher Kontrolle, ihre Nutzung macht ihn, im Unterschied zum Tier, überhaupt erst zum Menschen“ (Heßler, 2015, S. 29). Allerdings war und ist umgekehrt der Schritt zurück zur „Bestie“ ein relativ kleiner.

Generell war die zweite Hälfte des vergangenen Jahrhunderts von einem dauerhaften Wettbewerb zwischen Mensch und Maschine determiniert. Vom Beginn des Computer-Zeitalters über Versuche mit künstlicher Intelligenz<sup>5</sup> bis zur Niederlage des damaligen Schachweltmeisters Garri Kasparows gegen den IBM-Computer „Deep Blue“ im Jahr 1996 trat der Mensch zu seiner Ehrrettung immer wieder quasi im Zweikampf gegen die Technik an (Heßler, 2015, S. 30). Im Bereich der Medientechnologien stellte sich 1980 unter anderem Claus Eurich mit seiner tausendfach verkaufte Analyse zur Einführung der damals „Neuen Medien“, Kabel- und Satellitenfernsehen sowie Bildschirmtexte (BTX), in den Ring. In seinem Buch *Das verkabelte Leben* fragte er danach, wem diese Neuen Medien schaden und wem nützen würden. Die Antwort darauf war schnell zur Hand. Zwar werde die Gefahr (Rückgang menschlicher Kommunikation, Orientierungs-

**Generell war die zweite Hälfte des vergangenen Jahrhunderts von einem dauerhaften Wettbewerb zwischen Mensch und Maschine determiniert.**

verlust, Außenleitung, Erfahrungsverlust und Reduktion bestehender Beziehungen auf Materielles) im breiten Bewusstsein noch nicht wahrgenommen, aber „das Teuflische an dieser Neuerung ist ihr schleicher Charakter, mit dem sie uns vereinnahmen kann“ (Eurich, 1984, S. 2). Über ein Jahrzehnt nach Adornos Tod trifft man hier zwischen den Zeilen auf jene oben genannte *Veradornisierung*, die medientechnologische Innovationen per se dämonisiert, diese als Bedrohung diagnostiziert und wo Massenmedien noch immer als Störfaktor, „als etwas Dazwischenstehendes, nämlich zwischen den Menschen“ (Eurich, 1984, S. 11), definiert werden. Auch der wissenschaftliche Begriff der Massenkommunikation wird in Abrede gestellt, denn die Medien würden ihrem Publikum lediglich Informationen vermitteln, aber nichts zur Kommunikationsfähigkeit der Menschen beitragen. Denn: „Eine

<sup>4</sup> Erste Gedanken dazu finden sich übrigens bereits 1637 bei René Descartes und seinem „Automata“-Begriff. Alan Turing zeigte Ende der 1940er Jahre den Zusammenhang von „Com-

puting Machinery and Intelligence“ in seinem berühmten Test auf (Turing, 1950).

informierte Gesellschaft muss noch lange keine kommunikative Gesellschaft sein“ Eurich fordert hingegen, dass sich die Massenmedien, „wie jede Technologie, den Bedürfnissen des menschlichen Lebens anzupassen und unterzuordnen“ (1984, S. 14) habe. Er möchte deshalb die Bedeutung der Informationstechnologien aus dem zentralen Stellenwert heraus ermitteln, den die Kommunikation im humanen Leben innehat – und tut dies (durch und durch Medienökologe) vor allem auf der Basis von Negativbeschreibungen: Die Mikroprozessortechnik führe mittelfristig zur „Verödung der Arbeitswelt“, zur „Volltechnisierung des Alltags“, zu einem „Leben aus zweiter Hand“, zu computergesteuerten Demokratien, wo „Datenmissbrauch und Kontrolle“ jedes einzelne Individuum bedrohe (Eurich, 1984, S. 77ff). Anhand zahlreicher (und immer wieder durchaus auch überzeugender) Daten<sup>6</sup> untermauert Eurich seinen Ansatz, dass die „Neuen Medien“ der Menschheit langfristig mehr Verluste als Gewinne bescheren werden. Der ursprüngliche Feind, das sei jenes „viereckige ‚Familienmitglied‘ in der Wohnzimmerecke“ (Eurich, 1984, S. 2), dessen telekommunikative Möglichkeiten nichts weniger als die Mündigkeit der Bürger und Bürgerinnen und deren in den Staatsgrundgesetzen garantierte Freiheit unterminieren würde (Eurich, 1984, S. 71ff). Die schließlich von Eurich präferierte Alternative zum von den Herrschenden propagierten Weg ins Zeitalter der technisierten Kommunikation mutet in ihrer Simplizität beinahe trivial und predigerhaft an: „Die Wiederherstellung des Möglichen“, der „Verzicht auf das technisch Machbare“, die „Wiederaneignung [zwischenmenschlicher] Erfahrung“ und die „Intensivierung der Gruppenkommunikation“ (im Sinne des Aufbaus von Diskussionsgruppen am Arbeitsplatz, in der Schule, an den Universitäten, im Wohnblock und in der Familie) (Eurich, 1980, S. 111ff) ruft Prophetisches zum zivilen Ungehorsam eines Henry David Thoreau (2010) oder Alternativ- und Subkulturentwürfe eines Rolf Schwendter (1971) wach.

Bis heute hat sich jedoch ein umfassender ideengeschichtlicher Wandel vollzogen. Längst scheint jener kultur-, medien- und technikkritische Diskurs, den Autorinnen und Autoren von Adorno

über Anders bis Eurich maßgeblich geprägt haben, „Optimierungsideologien und -strategien“ gewichen zu sein, deren vordergründig einziges Ziel die Steigerung von Effizienz ist und die ihren Ursprung nicht selten im Zusammenhang mit militärischer Forschung haben (Zederbauer, 2015, S. 3). Oder, wie Assheuer über das Verblasen der Thesen der *Frankfurter Schule* schreibt: „Es war eine Befreiung, sich von Adornos Philosophie zu befreien, und es war ein Leichtes, auch das Schwierigste abzuschütteln“ (2003, S. 1). Medientechnologische Innovationen werden heute überwiegend freudig-affirmativ begrüßt, während man kritische Stimmen darüber eher als Paranoia von sogenannten „Biokonservativen“ (Zederbauer, 2015, S. 3) und Negativstimmen gegenüber einem Zukunftsoptimismus abtut.

## Zwischen technischen Grenzen und Potential: Kommunikationstechnologie in den 1980er Jahren

Die bisherigen Ausführungen illustrierten, dass bis weit in die 1980er hinein eine technikskeptische Perspektive die sozialwissenschaftliche Debatte prägte und auch dominierte. Jenseits von den theoretischen und wissenschaftsgeschichtlichen Überlegungen lässt sich dies sehr wohl mittels gesellschaftlicher Entwicklungen der 1960er und 1970er Jahre erklären. So manifestierte sich der Übergang von Industrie- zu Informationsgesellschaften in einem entladenden Spannungsfeld kapitalistisch motivierter Globalisierungstendenzen (Castells, 2010, S. 53ff) und den – sowohl politischen als auch wirtschaftlichen – Krisenerscheinungen der Spätmoderne (Habermas, 1973). Aus kritisch-sozialwissenschaftlicher Perspektive eine problematische Entwicklung, wie die damaligen Gegenwartsanalysen zu gesellschaftlichen Restrukturierungsprozesse attestieren (unter anderem: Giddens, 1979 oder Habermas, 1981).

Zentrale Tendenz war dabei das Aufkommen von supranational agierenden Unternehmen, die sich zunehmend gegen die strukturierenden Kräfte der Nationalstaaten positionierten (Habermas, 1992). Konsequenz daraus war nicht nur ein rasanter Anstieg des Außenhandelsanteils der Nati-

<sup>6</sup> So werden u.a. Studien zitiert, wonach zum Beispiel 1979 fast drei Viertel der deutschen Bevölkerung an Kabel- und Satellitenfernsehen sowie Video- und Bildschirmtext kein oder nur geringes Interesse hätten und 45% „neue Medien“ überhaupt strikt ablehnen würden. In einer anderen Untersuchung

des deutschen Bundeskanzleramts einige Monate später seien etwas mehr als ein Viertel der Befragten eindeutig für Kabelfernsehen gewesen, während jedoch 41% erhebliche Vorbehalte äußerten bzw. strikt dagegen seien (Eurich, 1984, S. 75).

onen in Westeuropa und den USA, sondern auch die Notwendigkeit, neue Kommunikationsmöglichkeiten zu finden und zu etablieren (Koch, 2014, S. 13). Der daraus resultierende technologische Fortschritt wird auf den folgenden Seiten – den Platzlimitierungen eines Artikels geschuldet – kurz dargestellt.

Für die Kommunikationslandschaft Österreichs – und in weiten Teilen der damaligen westlichen Welt – waren zwei technologische Neuerungen prägend. Die erste prominente Entwicklung war die Einführung des *B- und C-Netzes* im europäischen Raum, das für tausende Personen erstmals Mobiltelefonie ermöglichte (David & Benkner, 1996). Die zweite nennenswerte Veränderung fand mit der Erfindung und Verbreitung des *Télex* statt. Dies schuf eine massentaugliche Möglichkeit, Dokumente einfach und bequem per Telefonleitung weltweit zu übermitteln (David & Benkner, 1996). Genauso erwähnenswert ist die bereits zuvor diskutierte Einführung des *Bildschirmtext (BTX) Systems*, das als konzeptioneller Vorläufer des heutigen Internets klassifiziert werden kann. Während sich aber mobile Autotelefone und Faxgeräte als Kommunikationsstandards im wirtschaftlichen Kontext etablieren konnten, blieb im Fall des Bildschirmtexts der erhoffte Erfolg aus (Latzer, 1992, S. 63).<sup>7</sup> Allerdings waren die Grundlagen für immer intensivere Kommunikationsflüsse in der Gesellschaft gelegt, wobei diese Formen der Kommunikation im direkten zeitlichen Kontext der 1980er Jahre als Mechanismen zum Erhalt hegemonialer Machtstrukturen von Wirtschafts- und Politikeliten zu deuten waren (Castells, 2010, S. 53ff). Zu sehr waren Kostenstruktur und Anwendungsfelder dem Gedanken einer zivilgesellschaftlich aktiven und inkludieren Öffentlichkeit diametral entgegengerichtet (Harbermas, 1992).

Eine weitere zentrale Entwicklung für die heutige Konstitution der Informationsgesellschaft wurde durch den Erfolg der (Heim-)Computer im Verlauf der 1980er Jahre am Massenmarkt gesetzt. Obwohl sie noch reine „Offline“-Geräte waren, veränderten sie den privaten als auch professionellen Raum auf vielfältige Weise und schufen die Grundlage für heutige Onlinenutzung. Diese war

in den 1980er Jahren aber noch Universitäten und staatlichen Einrichtungen vorbehalten, die Zugriff auf größere Netzwerkinfrastrukturen genossen. Interessanterweise fanden Computernetzwerke aber nicht nur im Feld der wissenschaftlichen oder staatsrelevanten Informationsübermittlung Anwendung, sondern ermöglichten es findigen Programmierinnen und Programmierern in Großbritannien auch die Vorläufer für moderne Onlinespiele und soziale Netzwerke zu kreieren – die sogenannten *Multi User Dungeons* (Keegan, 1997). So konnte der stark limitierte Benutzerinnen- und Benutzerkreis miteinander kommunizieren, Informationen austauschen und textbasierte Abenteuergeschichten spielen.

Im Gegensatz zum Autotelefon und dem Faxgerät wurde durch die Verbreitung von Computersystemen sowie den dazugehörigen Druckergeräten und Disketten das Aufbereiten, Kopieren und Vielfältigen von Information für Gesellschaftsmitglieder nicht nur vereinfacht, sondern überhaupt erst ermöglicht.<sup>8</sup> Aber auch hier verschleierten die wirtschaftlichen Prozesse, die die postmoderne Gesellschaft der 1980er Jahre prägten und eine Pluralisierung der Lebensstile über Massenkonsum forcierten (Beck, 1983), das Erkennen des Potentials dieser Entwicklungen für die zukünftigen Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe im Informationszeitalter (Castells, 2010).

Für den Bereich des Rundfunks sind ebenso mehr Fortschritte anzumerken. So startete 1984 mit *3sat* in Deutschland, der Schweiz und Österreich das Sattelitenfernsehen (Steinmaurer, 2002, S. 35). Darüber hinaus war eine sukzessive Öffnung der Radio- und TV-Märkte für private Anbieterinnen und Anbieter zu beobachten (Steinmaurer, 2002, S. 35). Für Österreich – dessen private TV und Radio-Angebote erst mit den späten 1990er und frühen 2000er Jahren entstehen sollten – war diese Entwicklung insofern von Bedeutung, da mittels Kabel- oder Sattelitenanschluss Angebote aus dem Ausland konsumiert werden konnten. Im Besonderen sind hier die ebenfalls ab 1984 gestarteten deutschen Privatsender hervorzuheben, die sich auch in Österreich großer Beliebtheit erfreuten (Reichel et al., 2006). Deren Etablierung entsprach zwar dem Konzept der Meinungspluralität,

<sup>7</sup> Auf der Webseite der Universität Graz findet man heute noch eine detaillierte Dokumentation über die Geschichte des Bildschirmtexts und seine technologischen Hintergründe: <http://much.iicm.tugraz.at/much/general/index.htm>, Zugriff am 11.08.2015)

<sup>8</sup> Ein Beispiel dafür ist die „Demo-Szene“ der 1980er Jahre: Computer-Hackerinnen und -Hacker und Aktivistinnen und

Aktivisten schrieben kurze technische Demosequenzen (die Musik und Grafiken enthielten), die mittels Disketten geteilt wurden und oftmals mit Kopien beliebter Programme in Umlauf kamen. Weiterführender Weblink: <http://widerscreen.fi/numerot/2014-1-2/crackers-became-us-demosceners>, Zugriff am 11.08.2015)

aber aufgrund der starken Marktorientierung der ausgestrahlten Sendungsinhalte standen sie bereits in den 1980ern hinsichtlich ihres Programms unter Kritik (Neuerburg, 1988, S. 240ff).

Anhand dieser Entwicklungen ist bereits sowohl die enge Verflechtung zwischen internationalen und nationalen Entwicklungen zu beobachten als auch die starke Abhängigkeit von etablierten gesellschaftlichen Eliten. So hat sich der Übergang in das Informationszeitalter in vielerlei Hinsicht aus wirtschaftspolitischen Gründen manifestiert und dient unmittelbar hauptsächlich den Bedürfnissen der wirtschaftlichen und politischen Eliten (Shils, 1975). Dass sich die skizzierten technologischen Fortschritte in der Kommunikationstechnologie später als Grundlage für eine Vielzahl neuer Entwicklungen herausstellen würden, die gesamtgesellschaftliche Nutzung erfahren, war noch nicht absehbar.

Tendenzen dazu sind aber bei den sogenannten Piratensendern – oftmals auch über Sendestationen aus dem umliegenden Ausland – zu finden.

Zivilgesellschaftliche Akteurinnen und Akteure versuchten mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln dabei für sie relevante Inhalte zu kommunizieren, wobei sie sich diesbezüglich über Jahrzehnte um rechtliche Anerkennung bemühen mussten (Reichel et al., 2006).

Für den Bereich der Printmedien waren die in den 1990er Jahren eintretenden umfassenden Veränderungsprozesse weder im nationalen noch internationalen Raum vorhersehbar, einzig die zunehmend problematische Pressekonzentration mit geringerer Vielfalt wurde für Österreich kritisch angemerkt (Steinmaurer, 2002, S. 17).

Dass die angesprochenen technologischen Entwicklungen zu Ermächtigungen von Individuen führen werden, die eigenständig Inhalte gestalten und publizieren können, verankerte sich zu diesem Zeitpunkt noch nicht in der (gesellschaftswissenschaftlichen) Diskussion. Zwar konnten ab 1983 Individuen durch die Markteinführung des Camcorder und der Kompaktanlagen mit Chinch/Klinkeneingängen für Mikrofone selbstständig audiovisuelle Inhalte produzieren, aber ohne die modernen, digitalen Netzwerkstrukturen blieb deren Verbreitung und Konsum auf die private Sphäre beschränkt (Lette, 1994, S. 165).

So hatte sich McLuhans (1989) Postulat eines „global village“, das gleichberechtigte elektronische Kommunikationsnetzwerke konzipierte, noch nicht realisiert. Vielmehr zeigte sich Skeptizismus hinsichtlich des beobachteten Aufeinandertreffens von Korporatismus, Ressourcenknappheit, Marktkonzentration und technologischen Entwicklungen, da diese die Position mächtiger Akteurinnen und Akteure im Bereich der öffentlichen Kommunikation weiter stützten (Steinmaurer, 2002, S. 11). Und dies, obwohl sich aus heutiger Sicht bereits bürgernahe Medienarbeit und partizipative Mediengestaltung beobachten ließ.

## Partizipation und Teilhabe an medientechnischen Ressourcen

Die bisher skizzierten technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen sowie sozialwissenschaftlichen Debatten manifestierten sich vor dem Hintergrund konkreter, spezifischer

Unternehmen und Einrichtungen. So waren die Institutionen der Medienlandschaft noch bis vor rund vier Jahrzehnten quasi in sich und nach außen geschlossene Systeme. Jene in privatwirtschaftlicher Hand (in Österreich überwiegend die Printmedien) waren durch Konkurrenzdruck

und im Bereich der Publikumszeitschriften und des journalistischen Boulevards von einer starken Unterhaltungstendenz geprägt, während die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch technische, bürokratische und politische Strukturen weitgehend „unzugänglich gemacht“ wurden. Für viele heute, wo sich die Medienhäuser mehr oder minder stündlich um die Clickraten ihrer Zielgruppen in den Feedback- und Kommentarschleifen balgen, unvorstellbar. Aber Partizipation, Teilhabe und Artikulation der individuellen Meinung waren im damaligen massenmedialen Betrieb Fremdwörter und für die Rezipientinnen und Rezipienten allenfalls via Leserbriefen realisierbar. Eine derartige (ungefragte) Mitsprache und Mitbestimmung von Informationsproduktion hätte bedeutet, in politische oder allgemein gesellschaftliche Prozesse mehr Ansprüche und Bedürfnisse von Betroffenen einfließen zu lassen. Verbunden damit wäre im besten Fall

**Partizipation, Teilhabe und Artikulation der individuellen Meinung waren im damaligen massenmedialen Betrieb Fremdwörter und für die Rezipientinnen und Rezipienten allenfalls via Leserbriefen realisierbar.**

auch ein aktiver politischer Willensbildungs- und Entscheidungsprozess gewesen (Gröchenig, 1987, S. 42, 44) – was nach den gerade durchlebten Wirtschaftswundern der Nachkriegszeit und den 68er-Revoluten in westlich demokratischen Gesellschaften keinen Platz haben sollte. Hier setzte die sogenannte „Gegenöffentlichkeit“ an, die auch unter den Bezeichnungen „bürgernahe Medienarbeit“ oder „Alternativkommunikation“ auftrat. Denn Adorno & Co. hatten „das Freiheitsmoment der Demokratie auf absonderliche Weise unterschätzt“ (Assheuer, 2003, S. 1). Die, durch blinde Vereinnahmung seitens der Kultur- bzw. Bewusstseinsindustrie und von der Staatsgewalt, einem streng hierarchisch organisierten Kommunikationssystem und durch „synthetisch hergestellten Realitätssurrogaten der Massenmedien“ (Köhler, 1980, S. 13) offenbar manipulierte, breite Bevölkerung war aber zu einem gewissen Teil auch unzufrieden mit dem herkömmlichen medialen Angebot und den Strukturen. Ausgangspunkt der Kritik war, dass der Mensch in seinem Lebensalltag „einem zentralisierten Kommunikationsprozeß bürgerfern (im Gegensatz zu bürgernah) ausgesetzt“ sei (Gröchenig, 1987, S. 42). Inspiriert und angeleitet von Vorbildern aus der damaligen BRD und den Niederlanden nahmen deshalb in Österreich ab etwa 1975 und später am Beginn der 1980er Jahre ambitionierte Medieninitiativen ihre Arbeit auf, um gesellschaftliche Prozesse sichtbar zu machen, Betroffene zu aktivieren und in den traditionellen Massenmedien nicht existente Sichtweisen „mit eigenen Mitteln öffentlich zu machen“ (Gröchenig, 1987, S. 4). Denn:

*„Das Bedürfnis nach mehr Mitsprache oder mehr Mitverantwortung kann nur befriedigt (oder motiviert) werden, wenn man mehr Menschen das Sprachvermögen gibt. Technisch formuliert heißt das: wenn man mehr Menschen die Fähigkeit der Handhabung der Medien gibt.“*

(Bauer, 1978, S. 19)

Nun zeigte sich, dass die von Horkheimer/Adorno beschriebene Kulturindustrie das menschliche Bewusstsein in einzelnen Nischen doch nicht ganz so „verdinglicht“ zu haben schien, dass die Menschen aus diesem „Verblendungszusammenhang“ nicht auszubrechen wüssten. Dem, von den Kulturpessimisten der *Frankfurter Schule* in zahlreichen Arbeiten diagnostizierten Niedergang der Gesellschaftsordnung und der damit verbundenen Technikskepsis, unter anderem durch den

„Verzicht auf das technisch Machbare“ (Eurich, 1980, S. 116) manifestiert, sollte durch gezielten Technikeinsatz in einer „Medienarbeit von unten“ (Gröchenig, 1987, S. 50) gegengesteuert werden. War die oben beschriebene Technikfeindlichkeit (als umfassende Fortschrittskritik) von Anfang an ein politisches Projekt, so war es die bürgernahe Medienarbeit erst recht, denn durch gezielte „Formen der Herrschaftskontrolle von ‚unten‘“ sollte nicht weniger möglich werden, als „die Verwirklichung demokratischer Grundsätze in allen Bereichen der Gesellschaft“ (Vilmar, 1973, S. 21). Veränderte Beziehungsverhältnisse, ein wachsendes und von den traditionellen Massenmedien nur ungenügend befriedigtes Informations- und Kommunikationsbedürfnis, die einseitige Verteilung der Chancen zur Artikulation sowie der Emanzipationsanspruch des einzelnen Individuums (Köhler, 1980, S. 13) führten ab Mitte der 1970er Jahre zu Bestrebungen, die Medienproduktion Schritt für Schritt zu dezentralisieren, einen breiten, offenen Zugang zu ermöglichen und Medien und Technik dadurch „durchschaubarer“ zu machen (Bubenik; zit. nach Fabris, 1979, S. 195). Dies war aber auch zu dieser Zeit alles andere als neu. Die herkömmliche Rollenverteilung von Produzent und Konsument und die Veränderung der Produktionsverhältnisse in der künstlerischen oder medialen Praxis wurde bereits zur Zeit der Russischen Revolution vom Schriftsteller Sergej Tretjakov als „Konzept des Operativismus“ entwickelt und propagiert: „Operative Beziehungen nenne ich Teilnahme am Leben des Stoffes selbst“ (Tretjakov, 1972, S. 120). Der Medien-„Produzent“ – bei Tretjakov auf Journalismus und Film bezogen – sollte demnach „Technik“ bereitstellen und jenen, die bisher Gegenstand der Berichterstattung waren, Hilfestellung geben um sich themenspezifisch artikulieren zu können (Gröchenig, 1987, S. 95ff). Tretjakovs Konzept einer fortschrittlichen Medienarbeit wurde im Deutschland der 1930er vor allem von Walter Benjamin aufgegriffen und Jahrzehnte später im Paris der frühen 1970er Jahre zu neuem Leben erweckt. Unter dem Begriff des „neuen Kinos“ wurden abseits von traditionellen Kinos und Filmgesellschaften Filme von den Autoren und Autorinnen selbst in Fabriken, Unternehmen, an Schulen und Universitäten, in Jugendclubs und Kulturstätten und mittels mobiler Projektionseinheiten in Vorstädten und auf dem Land vorgeführt (Gröchenig, 1987, S. 98f).

Wenige Jahre danach kamen derartige alternative Medienprojekte auch in Österreich in Schwung:

Ton-Dia-Schauen, Offene Studios, Videoarbeit in Richtung lokales Fernsehen, alternativer Filmvertrieb, kommunale Kinos (Gröchenig, 1987, S. 57ff), subversive Piratensender und freie Radios (Hirner, 1999, S. 60ff) – das war die breite „Angebotspalette“ der sogenannten „neuen Partizipations-Technologie“ (Fabris, 1979, S. 168) von zahlreichen Initiativgruppen. Auch wenn Erfolg und Resignation bezüglich der emanzipativen Chancen solcher bürgernahen Medienarbeit bei vielen der damaligen Theoretikerinnen und Theoretikern wie Praktikerinnen und Praktikern eng beisammen lagen, kann rückblickend aber konstatiert werden, dass diese Phase von engagierter Alternativkommunikation und bewusstem Einsatz von relativ einfach zu handhabenden Medientechnologien das soziale Lernen insgesamt doch nachhaltig beeinflusst haben dürfte. So drückt Fabris 1979 in seiner umfassenden Abhandlung zu *Journalismus und bürgernahe Medienarbeit* die Hoffnung aus, dass die Existenz „neuer Partizipationstechniken [...] auch einen solchen Gebrauch nach sich ziehen wird, der mehr Demokratie in den allgemeinen gesellschaftlichen Entscheidungsprozeß einbringen wird“ (Fabris, 1979, S. 170f). Und sollte die „soziale Zweiweg-Kommunikation“ wirklich irgendwann selbstverständlich werden, so wären „technologische Zwänge“ kein Argument mehr und „die Einbahnstraße der etablierten Massenkommunikation [könnte] aufgebrochen werden“ (Fabris, 1979, S. 170f). Wenig verwunderlich also, dass nach der Interneteuphorie des ausgehenden 20. Jahrhunderts die Technikfeindlichkeit, Technikkritik und Skepsis hierzulande aus der öffentlichen Wahrnehmung so gut wie verschwunden ist, bzw., wenn, dann auf den Aspekt der Überwachung bezogen wird.

## Zwischen demokratischer Teilhabe und kapitalistischer Hegemonie

Innerhalb der letzten 50 Jahre haben sich die technologischen und gesellschaftlichen Möglichkeiten zur Teilhabe an medialen Kommunikationsprozessen dramatisch verändert. Die technischen Umbrüche, die vielfach in den 1980er Jahren ihre Ursprünge hatten, sind – oftmals in weiterentwickelten – Formen zum Bestandteil der Lebensrealität von weiten Bevölkerungsschichten geworden. Die zuvor thematisierten, damals noch als alternativ zu beschreibenden, Medienprojekte der 1970er und 1980er Jahre wurden zu Vorläufern für die nunmehr annähernd barrierefreien Mög-

lichkeiten der Medienproduktion. So ist die 2011 von Michael Schudson als historisch beispielsweise bezeichnete Ausweitung von publizierenden Individuen, die sich mittels Blogs, Beiträgen im *Social Web* und anderen Angeboten ausdrücken, inzwischen in den lebensweltlichen Alltag übergegangen (Schudson, 2011, S. 208). Genauso sind dank der flächendeckenden Verbreitung von Laptops, Tablets, Smartphones und mittlerweile auch vernetzten Armbanduhren, wie auch der allgemeinen Nutzung von Applikationen wie Facebook oder Twitter, die Partizipationsmöglichkeiten an öffentlicher Kommunikation nicht nur vielfältig geworden, sondern auch einfach handzuhaben und allgegenwärtig (Schudson, 2011, 205). Es kann also attestiert werden, dass die Beteiligung an öffentlicher Kommunikation somit zum Massenphänomen wurde.

In vielerlei Hinsicht haben sich dadurch die von Marshall McLuhan, Manuel Castells und auch vielen anderen sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaftlerinnen und Kommunikationswissenschaftlern formulierten Konzepte und Ideen zu global ausgedehnten Kommunikationsnetzwerken erfüllt. Benutzerinnen und Benutzer können mittels alltäglicher Gegenstände, die sich tief in die individuellen Lebenswelten integriert haben, nicht nur Texte, Videos und Tonaufzeichnungen anfertigen, sondern diese in Echtzeit mit Bekannten als auch Unbekannten teilen. Man könnte davon ausgehen, dass somit Tools zur Verfügung gestellt werden, die in ihrer Anlage das demokratische Potential zur Ermächtigung von Individuen realisieren (Alexander, 2011) und eine Gegenposition zu den zunehmend durch wirtschaftliche und politische Zwänge ausgehöhlten Lebenswelten ermöglichen (Habermas, 1992).

Diese Annahme wird jedoch durch eine bedenkliche Verknüpfung zwischen öffentlicher Kommunikation und Marktstrukturen ad absurdum geführt. Zwar ist davon auszugehen, dass traditionelle Medienunternehmen ihre Position als die alleinigen Informanten der Gesellschaft verloren haben und sich mit einem zunehmenden Bedeutungsverlust auseinandersetzen müssen (Newman, 2015, S. 6, 76f), aber die Anbieterinnen und Anbieter der Kommunikationsplattformen, denen heute eine deliberative Rolle zugesprochen werden sollte, sind kapitalistische, börsennotierte Unternehmen, die durch das Aufkommen und die breite Akzeptanz von sozialen Netzwerken zu den Kuratoren öffentlicher Kommunikation werden konnten. So sind es private, gewinnorientierte Anbieterinnen und Anbieter,

die über Nutzungsrechte und Verwertungsrechte der Inhalte bestimmen können, sollten diese auf ihren Plattformen veröffentlicht werden. Es werden Datenbanken mit Informationen zu den einzelnen Benutzerinnen und Benutzern aggregiert und damit im besten Fall spezifizierte Konsumvorschläge zusammengestellt, im schlimmsten Fall aber die komplette Kontrolle von Informationsströmen übernommen. Trotz dieses heiklen Potentials, das nach Adorno und Habermas gleichsam als bedenklich eingestuft werden müsste, sind die Anbieterinnen und Anbieter aufgrund ihrer Rechtsstellung als private Unternehmen nicht in der Notwendigkeit, die für den Informationsfluss verantwortlichen Verbreitungs- und Suchalgorithmen auf ihren Plattformen offenzulegen, sondern monetarisieren diese Strukturierungsprozesse auch noch weiter, wie beispielsweise Facebook auf seiner Business-Web-Site genau erklärt (Facebook, 2015). Genauso können die Plattformbesitzerinnen und -besitzer nahezu willkürlich Inhalte löschen oder editieren. Und zusätzlich beweisen sie in all zu regelmäßigen Abständen, dass ihre Netzwerke anfällig für Datendiebstahl sind und die gesammelten Daten sowohl Regierungen als auch Firmen zur Verfügung gestellt werden. Diese Entwicklungen führen sowohl zu großen gesellschaftlichen Diskussionen, wie sie Wiki-Leaks 2011 oder 2013 der Fall um Edward Snowden angeregt haben, als auch zu kleineren, rechtsbasierenden Debatten bezüglich der Rechtsansprüche auf Inhalte, die über soziale Netzwerke geteilt werden, wie beispielsweise die Eigentumsdebatte bezüglich Bildern, die über Facebook und Instagram veröffentlicht werden. Zusätzlich hat die zumindest teilweise stattgefundene Verlagerung der öffentlichen Kommunikation auf soziale Netzwerke nicht dazu geführt, dass marginalisierte und ausgeschlossene Gruppen sich in der Gesellschaft verstärkt Gehör verschaffen können (Miller, 2014). Vielmehr ist oftmals sogar das Gegenteil zu beobachten, wie aktuelle kritische Forschungsergebnisse zeigen (Miller, 2014). Marginalisierte Gruppen sind somit weiter auf institutionalisierte Kommunikationskanäle angewiesen, die auch als kommunikationsrelevante Entitäten von internationalen Einrichtungen wie beispielsweise der UNESCO oder EU adressiert werden können (Grünangerl, 2015, S. 9), und sich im Gegensatz zu den kommerziellen Betreiberinnen und Betreibern von sozialen Netzwerken nicht nur als Serviceanbieterinnen und -anbieter verstehen können (Bell, 2015, S. 89). So sind freie Radios oder Commu-

nity-Fernsehsender in vielen Ländern – inklusive Österreich – aufgrund von Förderbestimmungen und Lizenzvergaben verpflichtet, Randgruppen Raum und Möglichkeit zur Artikulation zu geben (Grünangerl, 2015). Diese stellen aber wiederum auch in der heutigen Medienlandschaft nur kleine Nischen dar, die durch eine Institutionalisierung des gesellschaftspolitischen Anspruchs auf Integration aufrechterhalten werden.

Somit lässt sich attestieren, dass sich die Problematik zwischen demokratisch, normativen Teilhabegedanken und kapitalistischen Marktstrukturen weiter fortgesetzt hat, bzw. in vielerlei Hinsicht sogar verschärft. Dadurch, dass es zu einer Entkoppelung von Produzentinnen und Produzenten von öffentlicher Kommunikation und den Plattformanbieterinnen und -anbietern gekommen ist, sind letztere mit den etablierten, normativ kritischen Konzepten der Gesellschaftswissenschaften des zwanzigsten Jahrhunderts nur noch begrenzt zu erfassen (Almer et al., 2014). Zusammenfassend sind drei relevante Beobachtungen festzuhalten, die mit der Situation aus den 1980er Jahren in Verbindungen stehen:

1. Der Mainstream in der internationalen wie auch österreichischen kommunikationswissenschaftlichen Forschung hat die technik-skeptische Perspektive, die aus der Kritischen Theorie resultierte, längst abgelegt. Mit Adorno ließe sich heute „kein Staat machen“ (Assheuer, 2003, S. 1). Es wird vielmehr eigenständig über die positiven und negativen Konsequenzen dieser Entwicklungen diskutiert, als dass diese Entwicklungen an sich in Frage gestellt werden (unter anderem: Alexander, 2011; Obijiofor & Hanusch, 2011; Zelizer & Allan, 2010).
2. Die Initiativen und Aktionen der 1980er Jahre, die auf dem Engagement von zivilgesellschaftlichen Akteurinnen und Akteuren beruhten und damals außerhalb des Mediensystems standen, sind inzwischen – wenn auch mit einiger Verzögerung – in das österreichische Mediensystem integriert worden. Nichtkommerzieller Rundfunk, der Freie Radios und Community-TV Stationen umfasst, ist nun nicht nur rechtlich vorgesehen, sondern auch staatlich gefördert, mit speziellen Aufgaben betraut und somit institutionalisiert (Krone & Rihl, 2013).
3. Die heutigen Plattformen für individuelle, technologiegestützte Kommunikation in der öffentlichen Sphäre (Alexander, 2006, S. 81)

sind Großteils in der Hand von privaten Akteurinnen und Akteuren, die der wirtschaftlichen Sphäre zugerechnet werden müssen (Bell, 2015, S. 81) – was sowohl die klassischen Medienunternehmen unter Druck setzt als auch neue Machtfragen hervorbringt (Newman, 2015).

Auf Basis dieser Feststellungen scheint eine zukünftige Diskussion und eventuell auch Wiedereineignung einer kritischen Perspektive – unter Berücksichtigung und Thematisierung aller gesellschaftlichen Veränderungen – erforderlich. Die

dafür notwendigen wissenschaftlichen Arbeiten werden auch derzeit umgesetzt und verfasst (Almer et al., 2014). Es gilt nur die etwaigen blinden Flecken der theoretischen Auseinandersetzungen der Vergangenheit zu beachten und deren theoretische Leistungen nicht unter schablonenhaften Argumentationslinien zu verdecken. Denn auch wenn in der Vergangenheit oftmals dystopische Perspektiven kritische Stränge sozialwissenschaftlicher und kommunikationswissenschaftlicher Arbeit geprägt haben, sind es genau jene Sichtenweisen, die bedenkliche Entwicklungen der Gegenwart manifest und diskutierbar machen.

## Bibliographie:

- Adorno, T. W. (2002). Résumé über Kulturindustrie. In: Pias, C., Vogl, J., Engell, L., Fahle, O., Neitzel, B. (Hg.), *Kursbuch Medienkultur – Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart, S. 202-208.
- Alexander, J. C. (2011). *Performative revolution in Egypt: An essay in cultural power*. London, New York.
- Allmer, T. & Fuchs, C. & Kreiling, V. & Sevnani, S. (2014). Social networking sites in the surveillance society: critical perspectives and empirical findings. In *Media, surveillance and identity: social perspectives*. Digital Formations (84). New York, S. 49-70.
- Assheuer, T. (04.09.2003). Der wahre Konservative. In: *Die Zeit*. Abgerufen von <http://www.zeit.de/2003/37/Adorno-Essay>, Zugriff am 08.11.2015.
- Bauer, T. (1978). Kommunikation ist ein sozialer Vorgang. In: Brun, R.(Hg.), *Massenmedien spontan*. Die Zuschauer machen ihr Programm. Frankfurt am Main, S. 17-35
- Beck, U. (1983). Jenseits von Stand und Klasse. In: Kreckel R.(Hg.), *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen, S. 35-74.
- Bell, E. (2015). The Rise of Mobile and Social News – and What it Means for Journalism. In: Newman, N. (2015). *Reuters Institute Digital News Report 2015*. Oxford, S. 89-90.
- Benicke, J. (2010). *Von Adorno zu Mao*. Die Rezeption der Kritischen Theorie und die Auseinandersetzung mit der nationalsozialistischen deutschen Vergangenheit von der antiautoritären Fraktion der Studentenbewegung zu den K-Gruppen. Unveröffentl. Diss. Freiburg.
- Castells, M. (2010). *End of Millennium: The Information Age: Economy, Society, and Culture* (3). Chichester.
- David, K., & Benkner, T. (1996). Allgemeiner Überblick. In: *Digitale Mobilfunksysteme*, Stuttgart, S. 1-20.
- Dörner, A. (2000). *Politische Kultur und Medienunterhaltung*. Konstanz.
- Enzensberger, H. M. (1970). Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Enzensberger, H.M. (Hg.), *Palaver*. Politische Überlegungen (1967-1973), Frankfurt am Main, S. 159-186.

- Fabris, H. H. (1979). *Journalismus und bürgernahe Medienarbeit*. Formen und Bedingungen der Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation. Salzburg.
- Facebook (2015): *Facebook For Business*. Abgerufen von: <https://www.facebook.com/business/>, Zugriff am 06.11.2015.
- Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory*. Action, structure, and contradiction in social analysis. Berkley.
- Gröchenig, G. W. (1987). *Audiovisuelle Medienarbeit „von unten“*. Eine exemplarische Untersuchung des Zeitraums 1974 – 1986. Innovationen - Probleme - Perspektiven . Diss. Salzburg.
- Grünangerl, M. (2015): *Internationale Erfahrungen mit Community Fernsehen*. Verbreitung, Konzepte und Organisationsformen im Kontext unterschiedlicher Medienlandschaften. Wien.
- Habermas, J. (1973). *Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus*. Frankfurt am Main.
- Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main.
- Habermas, J. (1992). *Faktizität und Geltung*. Frankfurt am Main.
- Haselbach, D. & Klein, A. & Knüsel, P. & Opitz, S. (2012). *Der Kulturinfarkt*. Von allem zu viel und überall das Gleiche. Eine Polemik über Kulturpolitik, Kulturstaat, Kultursubvention. München. Abgerufen von: [https://books.google.at/books?id=EwAgLNJT\\_3sC&pg=PT65&lpg=PT65&dq=Die+Adorno-Falle&source=bl&ots=exBO3oc272&sig=LpSrxXc8usoQ6L5-hkVPd1srMrg&chl=de&sa=X&ved=0CCIQ6AEwAWoVChMIjOqhobT-yAIVAZ5yCh1i7wQW#v=onepage&q=Die%20Adorno-Falle&f=false](https://books.google.at/books?id=EwAgLNJT_3sC&pg=PT65&lpg=PT65&dq=Die+Adorno-Falle&source=bl&ots=exBO3oc272&sig=LpSrxXc8usoQ6L5-hkVPd1srMrg&chl=de&sa=X&ved=0CCIQ6AEwAWoVChMIjOqhobT-yAIVAZ5yCh1i7wQW#v=onepage&q=Die%20Adorno-Falle&f=false), Zugriff am 07.11.2015.
- Heßler, M. (2015). Recht unzureichend konstruiert. Ideengeschichtliches zum fehlerhaften Menschen. In: *wespennest – Mensch und Maschine*, 169, S. 28-31. Abgerufen von: [http://wespennest.at/pdf/wn\\_169\\_hessler\\_.pdf](http://wespennest.at/pdf/wn_169_hessler_.pdf), Zugriff am 06.11.2015.
- Hirner, W. (1999). *Die freien Radios in Österreich – Versuch der Verwirklichung einer „utopischen Medientheorie“*. Unveröffentl. Diss. Salzburg.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (2013). *Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente*. Frankfurt am Main.
- Horkheimer, M. (1968). *Autoritärer Staat*. Amsterdam.
- Keegan, M. (1997). A classification of Muds. In: *Journal of Virtual Environments*, 2(2). Abgerufen von <http://mk.ucant.org/info/mudessay.pdf>, Zugriff am 06.11.2015.
- Koch, E. (2014). *Globalisierung: Wirtschaft und Politik*. Chancen–Risiken–Antworten. Wiesbaden.
- Köhler, M. (1980). Alternative Medienarbeit. In: Hüther, J. & Schorb, B. (Hg.), *Grundbegriffe der Medienpädagogik*. Grafenau, S. 11-16.
- Kraushaar, W. (1998) (Hg). *Frankfurter Schule und Studentenbewegung*. Von der Flaschenpost zum Molotowcocktail 1946-1995. Bd 1, Chronik. Hamburg.
- Krone J. & Rihl, A. (2013). *Programm- und Kommunikationsanalyse des nichtkommerziellen Rundfunks Österreichs im Medienwandel*. Wien.
- Latzer, M. (1992). Videotext in Austria: Ambitious Plans.... In: Bouwan, H. & Christoffersen, M. (Hg.), *Relaunching Videotex*. S. 53-67.
- Leschke, R. (2003). *Einführung in die Medientheorie*. München, S. 176–183.
- Lette, L. O. (1994). Will the revolution be televised? Camcorders, activism, and alternative television in the 1990s. In: *Transmission: Toward a Post-Television Culture*, 17, S. 165-187.
- McLuhan, M. (1989). *The global village*. Transformations in world life and media in the 21st century. Oxford.
- Metapedia (2015). *Stichwort „Adorno, Theodor W.“*. Abgerufen von: [http://de.metapedia.org/wiki/Adorno,\\_Theodor\\_W.](http://de.metapedia.org/wiki/Adorno,_Theodor_W.), Zugriff am 08.11.2015.
- Miller, V. (2015). Phatic culture and the status quo. Reconsidering the purpose of social media activism. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, S. 1-19.
- Neuerburg, U. (1988). *Werbung im Privatfernsehen*. Selektionsmöglichkeiten des privaten Fernsehens im Rahmen der betrieblichen Kommunikationsstrategie. Heidelberg.
- Newman, N. (2015). *Reuters Institute Digital News Report 2015*. Oxford.
- Obijiofor, L. & Hanusch, F. (2011). *Journalism across cultures: An introduction*. London.
- Reichel, W. & Düll, P. (2006). *Privatradio in Österreich: eine schwere Geburt*. Piraten, Profis, Pleiten. München.
- Schicha, C. (2003). Kritische Medientheorien. In: Weber, S. (Hg.), *Theorien der Medien*. Konstanz,

S. 108-131.

- Schudson, M. (2011). *The Sociology of News*. New York.
- Schwendter, R. (1971). *Theorie der Subkultur*. Köln.
- Shils, E. (1975). *Center and Periphery*. Essays in Macrosociology. Chicago.
- Sloterdijk, P. (2012). *Zeilen und Tage*. Notizen 2008–2011. Berlin.
- Steinmaurer, T. (2002). *Konzentriert und verflochten*. Österreichs Mediensystem im Überblick. Innsbruck.
- Thoreau, H. D. (2010). *Über die Pflicht zum Ungehorsam gegen den Staat und andere Essays*. Zürich.
- Tretjakov, S. (1972). *Die Arbeit des Schriftstellers*. Reinbek bei Hamburg.
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. In: *Mind*, 59, S. 433-460. Abgerufen von: <http://www.loebner.net/Prizef/TuringArticle.html>, Zugriff am 10.11.2015.
- Vilmar, F. (1973). *Strategien der Demokratisierung*. 2 Bände. Darmstadt, Neuwied.
- Wiggershaus, R. (1986). *Die Frankfurter Schule*. Geschichte – Theoretische Entwicklung – Politische Bedeutung. München, Wien.
- wespennest.at (2015). *Text zur Heftankündigung*. Abgerufen von: [http://wespennest.at/w\\_zeitschrift.php?id=MTY5](http://wespennest.at/w_zeitschrift.php?id=MTY5), Zugriff am 06.11.2015.
- Zederbauer, A. (2015): editorial. In: *wespennest – Mensch und Maschine*, 169, S. 2. Abgerufen von: [http://wespennest.at/pdf/wn\\_169\\_editorial.pdf](http://wespennest.at/pdf/wn_169_editorial.pdf), Zugriff am 06.11.2015.
- Zelizer, B., & Allan, S. (2010). *Keywords in news and journalism studies*. New York.

### Dimitri Prandner

Mag., ist Soziologe und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg, wo er seit Oktober 2010 arbeitet und seit 2011 an seiner Dissertation schreibt. Seine Forschungsinteressen gelten der medialen Bedeutungskonstruktion, professionssoziologischen Fragen zu Medienberufen und den methodologischen Herausforderungen quantitativ-vergleichender Forschung / Survey Research. Aktuelle Publikationen thematisieren Fragen des journalistischen Selbstbilds und die Hintergründe von AuslandskorrespondentInnen in Österreich.

### Rudolf Renger

ao. Univ.-Prof. Dr., Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie Deutsche Philologie (Germanistik) in Salzburg, 1983 Journalistenausbildung in Wien, 1984 Promotion an der Universität Salzburg. In Folge Journalist, Pressereferent, Projektmitarbeiter, Universitätsassistent und Musiker. 1993 Diplomabschluss am „Munich Guitar Institute (MGI)“ in München. Bis 1999 als Musiklehrer sowie Univ.-Ass. in Salzburg tätig. 2000 Habilitation zum Thema „Populärer Journalismus“ und Venia docendi im Fach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, anschließend Vertretungs- und Gastprofessuren bzw. -dozenturen an den Universitäten München, Zürich und Fribourg und ao. Universitätsprofessor am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Seit 2001 wiss. Co-Leiter des Salzburger „Universitätslehrgangs Sportjournalismus“, seit 2008 Leiter des Masterangebots „Universitätslehrgang für Interpersonelle Kommunikation“.

# Vom Ende eines Quasi-Monopols

Die Journalistinnen und Journalisten und ihre unvorhergesehenen Mitbewerberinnen und Mitbewerber im öffentlichen Diskurs

Gerhard Rettenegger

Leiter „Future Lab Online“, ORF Salzburg

## Abstract

Vorhersagen über Aufgaben und Funktionen von Journalismus im gesellschaftspolitischen Kontext haben sich als problematisch erwiesen. Das Internet, vor allem die sozialen Netzwerke, die eine Teilnahme am öffentlichen Diskurs für jedermann ermöglichen, lassen das Sender-Empfänger-Modell, die Grundstruktur für den traditionellen Journalismus, erodieren. Es sind nicht länger kleine, publizistische Eliten, die das Informationsmonopol haben, die Themensetzung im öffentlichen Diskurs bestimmen und die Deutungshoheit über die Ereignisse besitzen. Nicht nur die Funktionen des Journalismus, auch Berufsbilder und vor allem das Verhältnis der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren zu den Rezipierenden sowie deren Rolle im Internet und in den sozialen Netzwerken werden neu zu definieren sein müssen. Diese essenziellen Entwicklungen für den Journalismus waren in Prä-Internetzeiten nicht absehbar, noch sind sie abgeschlossen. Dieser Text versucht an ausgesuchten Funktionen der Journalistinnen und Journalisten, wie Gatekeeper und Informations-Monopolistinnen und -Monopolisten, aber auch an deren Verhältnis zum veränderten Publikum nachzuzeichnen, wie sich die Prognosen dazu seit den 1990ern zum Status Quo verhalten.

*„Generell weisen die Aussagen der Expertinnen und Experten daraufhin, daß die Bedeutung der klassischen Medien als zentrale Instanzen zur Herstellung von (politischer) Öffentlichkeit im Wesentlichen erhalten bleibt oder sogar zunimmt. Damit sind die Prognosen widerlegt, nach denen technisch verbesserte Möglichkeiten der Individualkommunikation mittel- oder längerfristig die Funktion der Massenmedien und die Rolle der Journalisten einschränken werden. Eine ‚Kommunikation ohne Kommunikatoren‘ wird es nach Auffassung der Expertinnen und Experten in absehbarer Zeit nicht geben.“*

(Weischenberg, Altmeyen & Löffelholz, 1994, S.141)

1994 haben der Kommunikationswissenschaftler und Soziologe Siegfried Weischenberg sowie seine Mitautoren diese Prognose unter Berufung auf Expertinnen und Experten getroffen: Kommunikation ohne Kommunikatorin oder Kommunikator werde es in absehbarer Zeit nicht geben.

20 Jahre später, genau am 6. September 2014, schreibt Nicolas Sarkozy auf seiner Facebookseite, dass er bei den nächsten französischen Präsidentschaftswahlen 2017 wieder kandidieren wolle.<sup>1</sup>

Der Politiker, der das Amt des Staatspräsidenten der französischen Republik bereits von 2007 bis 2012 innehatte, machte diese Ankündigung nicht in einer Pressekonferenz vor Journalistinnen und Journalisten, nicht in einem Exklusivinterview für eine Radio- oder Fernsehstation, sondern im mitgliederstärksten sozialen Netzwerk *Facebook*. Mit der Anrede „chers amis“, liebe Freunde, richtete sich Sarkozy direkt an die Abonnentinnen und Abonnenten seiner Seite.<sup>2</sup>

Nicolas Sarkozy hat seine Ankündigung, neuer-

<sup>1</sup> Abgerufen von <https://www.facebook.com/niclassarkozy/posts/10152293590956078>, Zugriff am 26.08.2015.

<sup>2</sup> Zum Zeitpunkt des Zugriffs für diesen Text, am

26.08.2015, wies die Facebookseite von Nicolas Sarkozy genau 953.780 Personen aus, denen diese Seite „gefällt“.

lich kandidieren zu wollen, ohne „Umwege“ über die Redaktionen der klassischen Massenmedien getätigt. Die Journalistinnen und Journalisten haben vielmehr diese öffentliche Ankündigung aufgegriffen und danach zum Thema der Berichterstattung gemacht. Das soziale Netzwerk als Nachrichtenquelle. Sarkozys Ankündigung hat eine große Öffentlichkeit erreicht, ohne dass sie zuvor von Journalistinnen und Journalisten aufbereitet und veröffentlicht worden wäre.

Vorausgesetzt Weischenberg und seine Mitautoren haben 1994 den Begriff Kommunikatoren auf Journalistinnen sowie Journalisten bezogen und unter zwei Jahrzehnten ist eine absehbare Zeitspanne zu sehen, dann ist ihre Prognose falsch gewesen. Was nicht verwundert, denn im Jahr 1994 war die Bedeutung des Internets für die radikale Veränderung der Medienlandschaft, die Dan Gillmor als „media ecosystem“ (Gillmor, 2010, S. 22), also als „Ökosystem Medien“<sup>3</sup> bezeichnet, noch nicht absehbar.<sup>4</sup> Soziale Netzwerke sollten überhaupt erst im neuen Jahrtausend auftauchen. Die Prognosen über die Zukunft des Journalismus bis Mitte der 1990er sind davon ausgegangen, dass es mittel- bis langfristig keine leistungsfähige und akzeptierte technische Infrastruktur für die Individualkommunikation im öffentlichen Diskurs geben werde und daher die Herstellung von (politischer) Öffentlichkeit den Journalistinnen und Journalisten, den Medien allgemein vorbehalten bleibe.

Die rasche Verbreitung der sozialen Netzwerke, die alle Nutzerinnen und Nutzer zu potenziellen Kommentatorinnen und Kommunikatoren unter veränderten Rahmenbedingungen machen, denen auch die klassischen Massenmedien unterworfen sind, war zu diesem Zeitpunkt nicht vorhersehbar. Daher sind die Prognosen über die Zukunft des Journalismus, die auf dem Sender-Empfänger-Modell beruhen, nicht oder nur teilweise eingetroffen.

Die technische Infrastruktur, die Funktionsweise und die große Verbreitung der sozialen Netzwerke bringen mit sich, dass Quasi-Monopole von Journalistinnen und Journalisten, wie die Funktion des Schleusenwärters (Gatekeepers), der Informa-

tionsweitergabe oder der Deutungshoheit gesellschaftspolitischer Entwicklungen oder Ereignisse auch von Nicht-Journalistinnen und Nicht-Journalisten ausgeübt werden.

Die Beziehung zwischen den Akteurinnen wie Akteuren und Kommunikatorinnen wie Kommunikatoren und Publikum hat sich grundlegend geändert: Vor der massenhaften Verbreitung und Akzeptanz der sozialen Netzwerke hatten Journalistinnen und Journalisten die publizistische Macht, das Publikum wählte das jeweils bevorzugte Medium aus. Weichert, Kramp und Welker bezeichnen dies als stabile Verhältnisse mit klarer Rollenverteilung (Weichert, Kramp & Welker, 2014, S. 57f). Jetzt, so führen die Autoren weiter aus, könne sich jede Mediennutzerin und jeder Mediennutzer übers Internet direkt am öffentlichen Diskurs beteiligen. Medien haben Konkurrenz bekommen: „Öffentlichkeit wird damit nicht mehr alleine von Massenmedien organisiert, sondern auch vom meinungssouveränen Bürger selbst“ (Weichert, Kramp & Welker, 2014, S. 58).

Das gilt auch für andere Anspruchsgruppen wie Organisationen, Unternehmen und Politikerinnen und Politiker, die sich die Zwischenstation Massenmedien für ihre Botschaften auf dem Weg zum Publikum sparen – siehe das eingangs erwähnte Beispiel, wie der ehemalige französische Staatspräsident seinen Wiedereinstieg in die Politik kundgemacht hat.

Prognosen über die Zukunft des Journalismus, die vor dem ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts getroffen wurden, haben den Einfluss der sozialen Netzwerke nicht berücksichtigen können und greifen daher zu kurz oder sind gar nicht eingetreten. Der Transformationsprozess im Medien-Ökosystem und der verbundene Funktionswandel im Journalismus sind noch nicht abgeschlossen. In deren Verlauf erstellte Prognosen lassen sich daher noch nicht endgültig falsifizieren oder verifizieren.<sup>5</sup>

Im Folgenden sollen einige dieser sich verändernden journalistischen Funktionen näher beleuchtet werden.

<sup>3</sup> Ich bevorzuge den Begriff „Ökosystem Medien“, weil er das komplexe Zusammenspiel wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und politischer Faktoren in der Diskussion über Journalismus und Medien besser widerspiegelt als etwa „Medienlandschaft“.

<sup>4</sup> 1994 haben die Firmen Netscape und Microsoft die ersten kommerziellen Browser entwickelt. Diese Programme und das fünf Jahre davor entwickelte Internet-Protokoll HTML machten in Folge das Internet auch für Laien leicht anwendbar (Abgerufen von <http://www.demokratiezentrum.org/themen/>

mediengesellschaft/e-democracy/die-geschichte-des-internets.html, Zugriff am 26.08.2015).

<sup>5</sup> So ist zum Beispiel noch nicht absehbar, welche Folgen für die journalistische Arbeit der Trend hat, dass Nachrichten immer öfter von mobilen Geräten wie Smartphones abgerufen werden – auf kleinen Displays mit geringer Verweildauer (Prinzing, 2015) oder die stets größer werdende Bedeutung von Videos online für die Nachrichten (N.N., 2013).

## Der entmachtete Schleusenwärter

Die Journalistin beziehungsweise der Journalist als Schleusenwärter, der analog zu diesem Bild die Flut an Informationen über Ereignisse und Entwicklungen filtert, reduziert, bearbeitet und modifiziert. Vor allem diese Funktion führen Journalistinnen und Journalisten sowie ihre Fürsprecherinnen und Fürsprecher als Existenzberechtigung für den Berufsstand an, weil dieser Gatekeeper die Rezipientinnen und Rezipienten

*„vor einem kaum zu bewältigendem Strom von existierenden Informationen bewahrt, indem er das, was er aus professionellen Gesichtspunkten für wichtig hält, auswählt und zusammenfasst.“*  
(Weichert, Kramp & Jakobs, 2008, S. 26)

Diese Aufgabe erfüllen Journalistinnen und Journalisten auch heute noch – aber nicht mehr alleine. Frankreichs ehemaliger Staatspräsident Nicola Sarkozy hat nicht den Redaktionen der Medien die Entscheidung überlassen, *wie* er seine Rückkehr in die Politik einer breiten Öffentlichkeit publiziert. Diese Vorgangsweise ist nicht auf die Politik beschränkt. Gerade wenn es um aktuelle Ereignisse geht, haben Nachrichtenmedien ihr Monopol auf Erstinformation verloren: Augenzeuginnen und Augenzeugen posten erste Informationen über ein Ereignis in soziale Netzwerke, vorzugsweise in *Facebook* und *Twitter*, als Text, Bild und/oder Video. Auch Behörden wie die Polizei bedienen sich immer öfter sozialer Medien und nicht mehr journalistischer Redaktionen um „breaking news“ zu veröffentlichen.<sup>6</sup>

Gerne argumentieren Journalistinnen und Journalisten sowie Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler, qualitative Berichterstattung müsse sich vom Wettlauf um die schnellste veröffentlichte Nachricht abkoppeln, um den Rezipierenden Orientierungshilfe und Verständnis für die immer komplexeren gesell-

schaftlichen Vorgänge zu geben (Altmeppen, 1998, S. 199). Zu oft bleibt dieser Hinweis auf die Abgrenzung zu den „nicht journalistischen“ sozialen Netzwerkerinnen und Netzwerkern sowie Bloggerinnen und Bloggern im redaktionellen Alltag ein Lippenbekenntnis, wenn etwa *YouTube*-Videos aus Kriegsgebieten in Nachrichtensendungen gezeigt werden – mit dem dezenten Hinweis, der Inhalt der Videos habe nicht überprüft werden können<sup>7</sup> – wenn etwa Tageszeitungen in Newstickern, also Echtzeit-Textinformationen, von Gerichtsprozessen oder parlamentarischen Untersuchungsausschüssen<sup>8</sup> online berichten, oder Pressekonferenzen zu bestimmten aktuellen Themen live übertragen werden.<sup>9</sup>

Auch wenn die Aussagen im Untersuchungsausschuss oder bei der Pressekonferenz im Nachhinein aufbereitet, in Zusammenhang gestellt und deren Bedeutung eingeordnet werden – zuerst einmal wird die Rezipientin oder der Rezipient mit den Rohinformationen, der Arbeitsgrundlage für Journalistinnen und Journalisten, allein gelassen. In diesen Fällen geben Redaktionen ihre Schleusenwärterfunktion freiwillig auf – wohl als Reaktion auf die sozialen Netzwerke.

In Gesprächen führen Kolleginnen und Kollegen ins Treffen, dass das Publikum diese nicht aufbereiteten Erstinformationen erwarte. Es gibt nach meinem Recherchestand noch keine gesicherten Daten, ob diese Erwartung der Rezipientinnen und Rezipienten tatsächlich existiert; ob nicht vielmehr die wirtschaftlichen Zwänge „zur Erosion und Transformation des Journalismus“ (Altmeppen, 1998, S. 198) und damit zu einer Verwässerung des journalistischen Profils (Weichert, Kramp & Jakobs, 2008, S. 47f) führen. Nämlich die Abgrenzung, nicht geprüfte Erstinformationen den sozialen Netzwerken zu überlassen, diese als Arbeitsmaterial zu verwenden, sie zu prüfen, aufzubereiten, in Zusammenhang zu stellen. Die bereits zitierten Kommunikationswissenschaftler werten dies als maßgeblich für die Zukunft des Journalismus.

<sup>6</sup> Siehe die Fallstudie „Social Media and the Boston Marathon Bombings“ (Haddow & Haddow, 2015) oder „Was Medien aus #Heidenau lernen können“ (Krüger, 2015).

<sup>7</sup> Seit 2010 bietet das redaktionelle Dienstleistungsunternehmen Storyful (<https://storyful.com>) an, Beiträge, Fotos und Videos aus sozialen Medien auf deren Richtigkeit zu überprüfen. Zu Storyfuls Kundinnen und Kunden gehören etwa die Nachrichtenagenturen Bloomberg und Reuters sowie die US-Tageszeitung *New York Times*. Seit April 2014 bietet Storyful in Zusammenarbeit mit *Facebook* ausgewählte und überprüfte Postings zur kostenlosen Weiterverwendung in Medien auf der Facebookseite „FB Newswire“ an (Abgerufen von <https://www.facebook.com/FBNewswire/timeline>, Zugriff am 30.08.2015).

<sup>8</sup> Wie etwa die Tageszeitung *Der Standard* vom Hypo-Untersuchungsausschuss 2015 (Abgerufen von <https://derstandard.at/jetzt/livebericht/2000017874763/live-ticker-hypo-u-ausschuss-geht-weiter>, Zugriff am 30.08.2015).

<sup>9</sup> Wie etwa die Pressekonferenz des österreichischen Bundeskanzler Werner Faymann zusammen mit Vizekanzler Reinhold Mitterlehner zum Thema Steuerreform am 13. März 2015 in ORF 2 (Abgerufen von [http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20150313\\_OTS0133/thema-steuerreform-heute-im-orf-pressekonferenz-live-dazu-verlaengerte-zib-2-und-runder-tisch](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20150313_OTS0133/thema-steuerreform-heute-im-orf-pressekonferenz-live-dazu-verlaengerte-zib-2-und-runder-tisch), Zugriff am 26.08.2015).

## Der Algorithmus als neuer Schleusenwärter

Die Schleusenwärter-Funktion, die der Journalismus wahrnimmt, gerät noch von einer ganz anderen Seite unter Druck. Ursache dafür ist die Vorherrschaft eines einzigen sozialen Netzwerks in der Fülle der vorhandenen Angebote.<sup>10</sup> Mit 1,4 Milliarden registrierten Anwenderinnen und Anwendern<sup>11</sup> ist *Facebook* das weitaus größte soziale Netzwerk weltweit.<sup>12</sup> Die sozialen Netzwerke, vor allem *Facebook*, bekommen für Medien, die Online-Repräsentanzen betreiben (und das sind mittlerweile so gut wie alle) deshalb besondere Bedeutung, weil sich das Nutzerinnen- und Nutzerverhalten der User geändert hat. Nachrichteninhalte werden immer seltener durch Eingabe der Internetadresse des gewünschten Mediums oder über eine Suchmaschine angesteuert, sondern direkt über die Verlinkung aus einem sozialen Netzwerk. *Facebook* hat *Google* als wichtigsten Traffic-Lieferanten abgelöst (Hein, 2015). Hat es früher geheißt: „Was *Google* nicht findet, existiert nicht“ (Matz, 2010), gilt das heute für *Facebook*.<sup>13</sup> Damit das soziale Netzwerk unter der Flut an Postings, die die User online stellen, nicht kollabiert, der User also den Überblick über seine Kommunikation nicht verliert, regelt ein Algorithmus den Datenverkehr von *Facebook* (Braun, 2014). Anhand einer komplexen und weitgehend geheimen und damit intransparenten mathematischen Formel entscheidet die Plattform autonom, welche *Facebook*-Nutzerin und -Nutzer welche Postings angezeigt bekommt. Ein Redakteur der *Washington Post* hat in einem Selbstversuch herausgefunden, dass ihm an einem Tag 71 Prozent der Postings seiner 403 *Facebook*-Freundinnen und -Freunde und der von ihm abonnierten 157 *Facebook*-Seiten nicht angezeigt wurden (Herrera, 2014).

In dem Maße, in dem Internetnutzerinnen und -nutzer nicht mehr die URL einer Website eines Mediums eingeben und direkt auf die Seite gehen, sondern sich von *Facebook* anzeigen lassen, worüber diese Medien berichten, in dem Maße

wird der *Facebook*-Algorithmus zum Gatekeeper. Die mathematische Formel entscheidet darüber, was publiziert, besser gesagt, was für User sichtbar wird, nicht mehr die Journalistin, der Journalist oder die Redaktion.

Mittlerweile ist *Facebook* mit der Einführung von *instant articles*<sup>14</sup> noch einen Schritt weiter auf dem Weg zur Übernahme der redaktionellen Hoheit von den Medienhäusern gegangen (Timm, 2015). Renommierte Medienhäuser wie *The New York Times*, *The Guardian*, *Der Spiegel* oder *Bild* publizieren Artikel nicht mehr auf der eigenen Website, sondern direkt bei *Facebook*. Die *Facebook*-Nutzerin und der *Facebook*-Nutzer müssen also das Netzwerk nicht mehr verlassen, um die Geschichte zu rezipieren – zurzeit muss *Facebook* dafür noch auf einem iPhone genutzt werden. Die Anzahl der *instant articles* war zum Zeitpunkt, als dieser Text verfasst wurde, noch recht überschaubar.

## Journalistinnen und Journalisten... und die Anderen

2008, als die sozialen Netzwerke so richtig Schwung aufnahmen, skizzierten Stephan Weichert und seine Ko-Autoren den grundlegenden Transformationsprozess des Journalistinnen- bzw. Journalistenberufs durch die radikalen Effekte der sozialen Netzwerke, etwa durch die veränderte Mediennutzung und durch die Möglichkeit selber zu publizieren. Sie sahen Anzeichen dafür,

*„dass sich das klassische Hierarchieverhältnis zwischen Journalist und Rezipient langsam zu einer gleichgewichteten, symbiotischen Austauschbeziehung wandeln wird.“*

(Weichert, Kramp & Jakobs, 2008, S. 47)

Demnach werden die Journalistinnen und Journalisten weiterhin Orientierung und Zugang zu gesellschaftlichen Eliten schaffen; der aktive Nutzer beziehungsweise die aktive Nutzerin werden zum ernstzunehmenden Wettbewerber um die Aufmerksamkeit der breiten Masse.

Mehr als ein halbes Jahrzehnt später lässt sich die

<sup>10</sup> Die Beratungsfirma euthority erstellt regelmäßig eine umfassende Grafik, die die aktuelle Landschaft der sozialen Netzwerke abbildet (Abgerufen von <http://euthority.de/smp/original.jpg>, Zugriff am 26.08.2015).

<sup>11</sup> Firmeninformation: Abgerufen von (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10101878930744521&set=pb.4.-2207520000.1433927734.&type=3&theater>, Zugriff am 30.08.2015)

<sup>12</sup> Abgerufen von <http://meedia.de/2015/06/19/die-10-groessten-sozialen-netzwerke-der-welt-und-deutschlands>, Zugriff

am 26.08.2015

<sup>13</sup> Das bestätigt zumindest für die USA eine Untersuchung des Pew Research Center, das sich als parteiunabhängige Forschungseinrichtung sieht, für den Nachrichtenkonsum. In einer Studie geben vier von zehn befragten US-Erwachsene an, sie beziehen Nachrichten über *Facebook* (Abgerufen von <http://www.journalism.org/2015/07/14/news-use-on-facebook-and-twitter-is-on-the-rise>, Zugriff am 26.08.2015).

<sup>14</sup> Abgerufen von <https://www.facebook.com/instantArticles>, Zugriff am 26.08.2015.

Prognose bestätigen: Die aktiven Nutzerinnen und Nutzer, zumindest eine Gruppe davon, haben sich als ernstzunehmende und erfolgreiche Wettbewerberinnen und Wettbewerber um die Aufmerksamkeit des Publikums erwiesen.

Zum Beispiel Felix von Laden, geboren 1994. Unter seinem Pseudonym „Dner“ publiziert er auf *YouTube* Webvideos, sein Hauptkanal<sup>15</sup> hat knapp 2,2 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten. Oder der 1990 geborene Webvideo-Produzent Simon Unge, dessen *YouTube*-Kanal *Video-Tagebuch*<sup>16</sup> 1,36 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten hat.

Der 1987 geborene Student Florian Mundt aus Berlin, besser bekannt als *YouTuber* mit dem Pseudonym „LeFloid“, ist mit seinem *YouTube*-Kanal, der 2,7 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten hat, nicht nur ein Wettbewerber um die Aufmerksamkeit des Publikums. Der Videoblogger und Nicht-Journalist hat auch den Zugang zur gesellschaftlichen Elite geschafft. Am 13.07.2015 veröffentlichte er auf seinem Kanal ein Video, in dem er der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel Fragen stellte.<sup>17</sup> LeFloid hatte die Fragen zuvor in den sozialen Netzwerken unter dem Hashtag #NetzfragtMerkel gesammelt (N.N., 07.07.2015).

Die Diskussion, die losging unmittelbar nachdem LeFloid das Interview mit Bundeskanzlerin Merkel veröffentlicht hatte, drehte sich im Wesentlichen um die Frage der Qualität des Interviews nach klassischen journalistischen Kriterien. Von kritisch bis böseartig reichten die Kommentare vor allem der Journalistinnen und Journalisten arrivierter Medien.<sup>18</sup> „LeFloid knickt im Interview vor der Bundeskanzlerin ein“, titelt zum Beispiel der *Kölner Stadtanzeiger* (Bos 2015); „Unter journalistischen Gesichtspunkten war diese Fragestunde ein Desaster. Mundt machte alles falsch, was ein Anfänger falsch machen könnte.“ (Lübberding, 2015) schreibt die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

Demgegenüber steht die Antwort LeFloids an seine Kritikerinnen und Kritiker, die er stilgerecht

in einem Video verpackt hat: Er habe das getan, was er vor dem Interview angekündigt habe, nämlich die Fragen zu stellen, die ihm interessierte Userinnen und User zugeschickt hatten. Und die Bundeskanzlerin habe die Fragen mehr oder weniger beantwortet, einige davon sehr klar.<sup>19</sup> Journalistinnen und Journalisten kritisierten also das Interview auf Basis von Erwartungen, die der Interviewer gar nicht erfüllen wollte.

Von der zitierten Weichert'schen „gleichgewichteten, symbiotischen Austauschbeziehung“ war bei diesem Schlagabtausch nichts zu bemerken. Anstatt LeFloid so heftig zu kritisieren, hätten Journalistinnen und Journalisten besser die Frage erörtern sollen, warum sich die Bundeskanzlerin von einem Video-Blogger und Nicht-Journalisten interviewen lässt – ob dahinter das Kalkül der Politikerin steckt, sie könne vor allem junges Publikum erreichen. Eine Zielgruppe, die über die traditionellen Medien kaum noch erreicht werden kann. Und die Journalistinnen und Journalisten hätten eher darüber diskutieren sollen, was das für den Berufsstand in Zukunft heißen könnte.

Das *YouTuber*-Interview mit Angela Merkel ist nicht der erste Anlassfall, in dem nicht-institutionelle Journalistinnen und Journalisten Zugang zur politischen Elite bekommen haben. Im März 2014 hat der Deutsche Bundestag nach langen Diskussionen erstmals zwei Blogger als Berichtserstatter aus dem Parlament zugelassen. Markus Beckedahl, Gründer und Chefredakteur von *netzpolitik*<sup>20</sup> und Thilo Jung, Produzent des *YouTube*-Kanals *jung & naiv – Politik für Desinteressierte*<sup>21</sup> erhielten Jahresakkreditierungen und wurden auch in Bundespressekonferenz<sup>22</sup> zugelassen. Bemerkenswert die Begründung eines Sprechers der Bundestagsverwaltung für die Akkreditierung Beckedahls: „Ob sich jemand als Blogger oder Journalist bezeichnet, spielt keine Rolle“ (Biermann, 2014). Entscheidend sei vielmehr, dass die Antragstellerin oder der Antragsteller hauptsächlich als Journalistin oder Journalist arbeite. Damit bestätigt der Sprecher der Bundestagsverwaltung eine Prognose, die Wolfgang Blau, Direktor Di-

<sup>15</sup> Abgerufen von <https://www.youtube.com/user/DnerMC>, Zugriff am 26.08.2015.

<sup>16</sup> Abgerufen von <https://www.youtube.com/channel/UCT2kGKUWtH4Z69N3cs4VQBg>, Zugriff am 26.08.2015.

<sup>17</sup> Bis 26.08.2015 wurde LeFloids Video mit der Bundeskanzlerin unter <https://www.youtube.com/watch?v=5OemiOryt3c> (Zugriff am 26.08.2015) 3.784 Millionen Mal abgerufen.

<sup>18</sup> Eine Auflistung der Medienberichte zum LeFloid-Video unter den Stichworten „LeFloid Interview Merkel“ bei Google: Abgerufen von [https://www.google.at/search?q=leflويد+Interview+merke%C3%B6&ie=utf-8&oe=utf-8&gws\\_rd=cr&ei=9zdVZO1NIW8aZSroNAE#q=leflويد+Interview+merkel&safe=off&start=40](https://www.google.at/search?q=leflويد+Interview+merke%C3%B6&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=9zdVZO1NIW8aZSroNAE#q=leflويد+Interview+merkel&safe=off&start=40), Zugriff am 26.08.2015.

<sup>19</sup> Abgerufen von <https://www.youtube.com/watch?v=IyBxKlyfZHU&feature=youtu.be> ab 5:32, Zugriff am 26.08.2015.

<sup>20</sup> Abgerufen von <https://netzpolitik.org>, Zugriff am 26.08.2015.

<sup>21</sup> Abgerufen von <https://www.youtube.com/user/Nfes2005>, Zugriff am 26.08.2015.

<sup>22</sup> Die Bundespressekonferenz veranstaltet Presskonferenzen mit maßgeblichen Personen aus Politik, Wirtschaft und Kultur.

gitalstrategie der britischen Tageszeitung *The Guardian*, noch in seiner Zeit als Chefredakteur von *Zeit Online* 2010 niederschrieb:

*„Journalismus ist keine exklusive Profession mehr. Journalismus ist zu einer Aktivität geworden, die nur noch von einer Minderheit professionell ausgeübt wird. Ob ein Journalist professionell ist, bemisst sich nicht mehr daran, ob er mit seiner Arbeit Geld verdient, sondern allein daran, ob er professionelle Standards einhält, etwa in der Sorgfalt und Fairness seiner Recherche und der Qualität seiner Sprache.“*  
(Blau, 2010)

## Die Perspektive des Publikums 2.0

Wolfgang Blau, selber Journalist, erteilt damit der strukturell-institutionellen Definition von Journalismus – „[...] wer in einem Medienunternehmen unter definierten Bedingungen journalistische Tätigkeiten durchführt“ (Kaltenbrunner, 2007, S. 161) – aus der Perspektive des Kommunikators eine Absage.

Die Rezipientin und der Rezipient im neuen Ökosystem Medien der sozialen Netzwerke sind schon längst nicht mehr nur passive Konsumierende. Vielmehr beteiligen sie sich aktiv am öffentlichen Diskurs und teilen auf den entsprechenden Plattformen ihre Inhalte, seien es Texte, Fotos oder Videos, (Shirky, 2010, S. 22f). Diese Rezipientinnen und Rezipienten im Internet und in den sozialen Netzwerken benannte und beschrieb der Professor für Journalismus an der New York University Jay Rosen öffentlichkeitswirksam als „The people formerly known as the audience“ (Rosen, 2006). Aus der Perspektive dieses neuen Publikums teilt Dan Gillmor, Journalist und unter anderem Lehrender für Medienkompetenz an der Walter Cronkite School of Journalism & Mass Communication at Arizona State University, die Prognose von Wolfgang Blau:

*“Any one of us can, and many of us will, commit an act of journalism. We may contribute to the*

*journalism ecosystem once, rarely, frequently or constantly. How we deal with these contributions – deciding to make one; what we do with what we’ve created; and how we use what others have created – is complex and evolving. But this is the future.“*

(Gillmor, 2010, S. 52)<sup>23</sup>

Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler Stephan Weichert sieht in den neuen partizipativen Strukturen der sozialen Netzwerke die Chance für einen

*„ständigen Diskurs zwischen Nutzer und Journalisten, eine neue Form der Publizistik [...], die näher dran ist am Selbstbild unserer Gesellschaft als jedes andere journalistische Angebot jemals zuvor.“*

(Weichert, Kramp & Jakobs, 2008, S. 14)

Dieser ständige Diskurs ist bislang noch Wunschvorstellung. Das Publikum wird zu Onlineabstimmungen über vorgegebene Antwortmöglichkeiten zu bestimmten Themen eingeladen; Journalistinnen und Journalisten fordern dazu auf, Fragen für Interviews mit Politikerinnen und Politikern zu schicken<sup>24</sup>; Userinnen und User haben die Möglichkeit online publizierte Artikel zu kommentieren.<sup>25</sup> Ein ständiger Diskurs zwischen Nutzerinnen und Nutzern und Journalistinnen sowie Journalisten, wie Weichert ihn fordert, entsteht dabei kaum.

Einzelne Beispiele zeigen, dass die Forderung von wissenschaftlicher Seite durchaus gerechtfertigt ist und für Medien sein kann: 2009 sind mehr als 20.000 Leserinnen und Leser der Aufforderung der britischen Tageszeitung *The Guardian* gefolgt und haben 170.000 Spesenbelege von Abgeordneten des britischen Parlaments, die die Zeitung digitalisiert und online verfügbar gemacht hat, auf ihre Rechtmäßigkeit geprüft. Diese erste dokumentierte Crowdsourcing-Aktion mit Massenbeteiligung und die Veröffentlichung der Ergebnisse führte dazu, dass mehr als 20 Abgeordnete zurücktraten, neue Regeln für Spesenausgaben erstellt wurden und hunderte Abgeordnete die unge-

<sup>23</sup> Diese Annäherung, dass jede und jeder medienkompetente – Gillmor nennt ihn „mediactive“ – Nutzerin und Nutzer in der Lage sein sollte einen „act of journalism“ ausüben, also nach journalistischen Standards arbeiten zu können, hat Dan Gillmor im Onlinekurs „MediaLIT. Overcoming Information Overload“ der Arizona State University im Sommer 2015 vertieft (Abgerufen von <https://www.edx.org/course/media-lit-overcoming-information-asux-mco425x>, Zugriff am 26.08.2015). Der Autor dieser Abhandlung hat daran teilgenommen.

<sup>24</sup> Der Autor dieser Abhandlung hat im Vorlauf der Salzburger Landtagswahl 2009 auf diese Weise Fragen für die Diskussionen mit den Spitzenkandidatinnen und -kandidaten der im Landtag vertretenen Parteien in *Radio Salzburg* eingeholt.

<sup>25</sup> Der österreichische Gesetzgeber hat dem öffentlich rechtlichen Rundfunk ORF diese Möglichkeit 2010 untersagt; Userkommentare sind demnach nur in einem dedizierten Debattenkanal erlaubt (siehe: [http://www.jusline.at/4f\\_BereitstellungweitererOnlineAngebote\\_ORF-G.html](http://www.jusline.at/4f_BereitstellungweitererOnlineAngebote_ORF-G.html) vor allem lit. 23, Zugriff am 26.08.2015).

rechtfertigten Ausgaben zurückzahlen mussten (N.N., 11.01.2014).

Der *Guardian* hat die Arbeitskraft von tausenden bereitwilligen Leserinnen und Lesern genutzt, um abertausende Spesenbelege aufarbeiten zu können. Das Publikum der Tageszeitung hat aus Sicht des Medienhauses nicht mehr nur die Aufgabe, das Medienprodukt, in der Regel gegen Bezahlung, zu rezipieren. Das Publikum wird als „Materiallieferant“ in den Arbeitsprozessen<sup>26</sup> von Journalistinnen und Journalisten einbezogen. Die Diskussion über die Beteiligung des Publikums am redaktionellen Prozess geht weit über Crowdsourcing hinaus, bis hin zum „partizipativen Journalismus“ als möglichen Ersatz für den professionellen Journalismus (Neuberger, 2009, S. 68ff).

## Partizipation oder nur die Illusion sich zu beteiligen

Crowdsourcing muss nicht zwangsläufig von Journalistinnen und Journalisten initiiert werden. Das folgende Beispiel zeigt, wie mächtig und folgenreich die Partizipationsmöglichkeiten im Internet sein können. Internetuser griffen 2011 die Plagiatsvorwürfe einer deutschen Tageszeitung gegen den damaligen Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg auf, analysierten dessen Dissertation Seite für Seite und publizieren die plagiatierten Passagen auf einer speziell eingerichteten Internet-Plattform. Karl-Theodor zu Guttenberg trat angesichts der fundierten Analyse zurück (Leyendecker, 2011). Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der kollaborativen Plagiatsdokumentation „Guttenplag“<sup>27</sup> demontierten damit die journalistische Deutungshoheit. Denn vor allem Deutschlands auflagenstärkste Tageszeitung, *Bild*, hatte dem umstrittenen Politiker trotz der Plagiatsvorwürfe lange die Treue gehalten und Guttenbergs Kritiker als Neider und Nörgler bezeichnet (Simon, 2011).

*„Karl-Theodor zu Guttenbergs Rücktritt ist ein Sieg des Internets. Ohne die akribische Dokumentation der Plagiate im GuttenPlag Wiki wäre die Debatte versandet. So aber brachte der Minister Deutschlands Wissenschaftselite gegen sich auf – nicht einmal die ‚Bild‘-Zeitung konnte seinen Job retten.“*  
(Stöcker 2011)

*Spiegel Online* würdigt am Tag des Rücktritts von Verteidigungsminister Guttenberg die Leistung der kollaborativen Plattform, die damit eine wesentliche Funktion des Journalismus in der Demokratie übernommen hat. Nämlich Informationen bereit zu stellen, damit Rezipientinnen und Rezipienten sich Urteile bilden und orientieren können (Boventer, 1993, S. 138).

Die Wirkung, die „Guttenplag“ entfaltete, aber auch die Bedeutung des Internets während des „Arabischen Frühlings“ (El Difraoui, 2011) oder der maßgebliche Einfluss, den *Twitter* und *Facebook* auf die US-Präsidentschaftswahlen 2012 (Kennedy, 2013) hatte, sind Wasser auf den Mühlen all jener, die im Bereich Politik und Demokratieentwicklung große Erwartungen an das Internet haben:

*„Erwartungen an eine stärkere Bürgerbeteiligung in politischen Diskussionen und Meinungsbildungsprozessen, an eine Verringerung der Distanz zwischen Regierenden und Regierten bzw. zwischen Bürgern und ihren gewählten Vertretern sowie Hoffnungen auf eine – z.B. gegenüber der Fernsehkultur – wachsende Bedeutung argumentativ gehaltvoller Kommunikation gehören in diesen Erwartungshorizont.“*  
(Grunwald, Banse, Coenen & Hennen, 2006, S. 25)

Diese Erwartungen haben sich bislang nicht erfüllt:

*„Die Qualitätsprüfung fällt im Internet weg. Die Gefahr von Manipulation, Konspiration und Desinformation ist deshalb sicherlich größer. Shitstorms mit grober Verletzung von Persönlichkeitsrechten ebenso. Die Auswahl seriöser Informationsquellen ist schwieriger geworden.“*  
(Merkel, 2015, S. 84)

Wenn es um komplexe Sachverhalte oder um bessere Trennung von Information und Meinung gehe, hätten Qualitätsmedien weiterhin erhebliche Vorteile, ergänzt der Direktor der Abteilung „Demokratie: Strukturen, Leistungsprofil und Herausforderungen“ am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung Berlin, Wolfgang Merkel. Er will sich jedoch nicht endgültig darauf festlegen, ob der Strukturwandel, zu dem Internet und digitale Kommunikation geführt haben, über die politischen Wirkungen der traditionellen Me-

<sup>26</sup> Wie ihn Jeff Jarvis beispielhaft als „New News Process“ beschreibt (Jarvis, 2009).

<sup>27</sup> Online nachzulesen: Abgerufen von [http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag\\_Wiki](http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki), Zugriff am 26.08.2016.

dien Print und Rundfunk hinausgehen (Merkel, 2015, S. 87).

Demnach würde weiter das Postulat gelten: „Die Herstellung von Öffentlichkeit und eines allgemeinen Meinungsmarktes ist die wichtigste Funktion der Medien“ (Boventer, 1993, S. 136).

## Die Rezipierenden stellen die Vertrauensfrage

Boventer sah in den 1990ern die Journalistin und den Journalisten als vierte Gewalt skeptisch, weil ihnen die Legitimation durch den Souverän fehle (Boventer, 1993, S. 127). Von manchen Einflussjournalistinnen und -journalisten, die ihr Publikationsprivileg missbrauchten, um selber im politischen Prozess mitzumischen<sup>28</sup>, schreibt ein Vierteljahrhundert später auch der Politikwissenschaftler Thomas Meyer (Meyer, 2015, S. 17f). Er sieht eine offenkundige Diskrepanz zwischen den Produktionsprozessen der Massenmedien und der Logik der demokratischen Politik:

*„Die Folge sind oft systemisch verzerrte Darstellungen der politischen Welt, die Fokussierung auf Gezänk und Geschacher, auf psychologisierende Diagnosen über die handelnden Personen, deren Beziehungen untereinander nach dem Modell privater Beziehungen gedeutet werden.“*  
(Meyer, 2015, S. 10)

Auch wenn sich Meyer aus Journalistenkreisen unter anderem die Kritik gefallen lassen musste, er schieße über das Ziel hinaus (Schnaas, 2015) – das Misstrauen gegen die Journalistinnen und Journalisten steigt. Die wenigsten formulieren ihre Vorbehalte so wortgewaltig und fundiert wie Thomas Meyer.

Im Gegenteil: Die ausländischer- und islamfeindlichen Sympathisantinnen und Sympathisanten der PEGIDA-Bewegung diffamieren die Medien pauschal als „Lügenpresse“, der historisch belastete Begriff wurde 2014 in Deutschland gar zum Unwort des Jahres erklärt (N.N., 13.01.2015). Der massive mediale Widerhall auf die PEGIDA-Demonstrationen darf jedoch nicht ernstzuneh-

mende Glaubwürdigkeitsdefizite der Medien verdecken. 60 Prozent der Befragten in einer infratest-dimap-Befragung im Auftrag der *Zeit* gaben 2015 an, sie hätten wenig oder gar kein Vertrauen in die Berichterstattung der Medien. Etwa ein Viertel der Befragten gab an, ihr Vertrauen sei in den vergangenen Jahren gesunken (N.N., 24.06.2015). Für Österreich lässt sich in diesem Zusammenhang das Ergebnis der Trusted-Brands-Studie von *Reader's Digest* zitieren. Demnach gaben 66 Prozent der Befragten an, dass sie Journalistinnen und Journalisten wenig bis gar nicht vertrauten (N.N., 07.05.2015).

Als Ursache für das gesunkene Vertrauen werden in der Umfrage im Auftrag der *Zeit* „Fehlinformation, Einseitigkeit, schlechte Recherche in der politischen Berichterstattung“ (N.N., 24.06.2015) genannt. Darauf, wie es zu Fehlinformation, Einseitigkeit und schlechter Recherche in der Berichterstattung kommt, wird in dem zitierten Artikel nicht eingegangen.

Altmeppen prognostizierte, dass etwa zusätzliche technische und Service-Aufgaben Ursache dafür seien, dass journalistische Schlüsselqualifikationen weniger wichtig werden (Altmeppen, 1998, S. 214). Tatsächlich haben mittlerweile gemeinnützige Organisationen wie ProPublica<sup>29</sup> in den USA, Correctiv<sup>30</sup> in Deutschland bzw. DOS-SIER<sup>31</sup> in Österreich investigative Recherchen übernommen,

*„[...] die tiefgehen, die Zeit brauchen, die Themen und Sachverhalte gründlich untersuchen, immer seltener werden. Ökonomische Zwänge verhindern in zu vielen Fällen, dass Journalistinnen und Journalisten jene Ressourcen bekommen, die sie für ihre Arbeit brauchen: Zeit, Geld und Unabhängigkeit.“*  
(N.N., o.J.)

Ein weiterer Faktor für das schwindende Vertrauen in die Journalistinnen und Journalisten und ihre Arbeit ist die schon angesprochene Arbeitsverdichtung etwa durch Service-Aufgaben. Das Berufsbild franst in bislang klar voneinander getrennte Bereiche öffentlicher Kommunikation wie PR oder Marketing aus, schreiben Stephan Weichert und seine Ko-Autoren (Weichert, Kramp &

<sup>28</sup> Meyer nennt als ein Beispiel das Interview von ZDF-heute-Moderator Claus Kleber am 14.03.2014 mit dem Vorstandsvorsitzenden Joe Kaeser, das Frank Schirmacher im Feuilleton der *Frankfurter Allgemeine Zeitung* als „Strafgericht“ über Kaeser, „eine Sternstunde der Selbstinszenierung des Journalismus“ qualifizierte (Schirmacher, 2014); nachzusehen unter <https://www.youtube.com/watch?v=67-GXT8ampg> (Zugriff am 31.08.2015)

<sup>29</sup> Abgerufen von <https://www.propublica.org/about/>, Zugriff am 30.08.2016.

<sup>30</sup> Abgerufen von <https://correctiv.org/correctiv/>, Zugriff am 30.08.2016.

<sup>31</sup> Abgerufen von <https://www.dossier.at/header/was-ist-dossier-erfahren-sie-mehr-ueber-unsere-ziele-und-beweggruende>, Zugriff am 30.08.2016.

Welker, 2014 S. 61). Diese Diagnose ist richtig. Der Autor dieser Arbeit erlebt in der Redaktion, in der er beschäftigt ist, permanent, dass vor allem neue Mitarbeiterinnen für Marketingaufgaben und für journalistische Berichterstattung gleichermaßen eingesetzt werden. Ohne Widerspruch der Betroffenen oder des Redakteursrats.

Gerade im Hinblick, dass für gute Zukunftsperspektiven des Journalismus das Vertrauen des Publikums zurückgewonnen werden muss, hieße es aber, die Kernkompetenzen des Journalismus zu stärken: eine dieser wesentlichen Fähigkeiten ist nach wie vor die genaue Trennung von Journalismus, PR und Lobbying, damit Kollaborationsmodelle mit den Nutzerinnen und Nutzer funktionieren (Weichert, Kramp & Jakobs, 2008, S. 14). Nur die gedeihliche Zusammenarbeit mit den Rezipientinnen und Rezipienten wird dem institutionellen Journalismus nach Ansicht des Autors die berufliche Zukunft sichern. Auch wenn der kleinste Nenner dieser gedeihlichen Zusammenarbeit beider darin besteht, dass die Rezipientinnen und Rezipienten bereit sind, Geld für die Arbeit der Journalistinnen und Journalisten auszugeben, dass sie eine Zeitung kaufen, für Onlineartikel in welcher Form auch immer bezahlen oder die Rundfunkgebühr für gut investiertes Geld erachten.

## Fazit

Viele Prognosen vor allem im journalistischen Bereich, im Verhältnis Kommunikatorin bzw. Kommunikator – Rezipierende aus dem letzten Jahrzehnt des vergangenen Jahrhunderts waren nicht treffgenau, nein konnten nicht zielsicher sein, weil die Digitalisierung, das Internet, die sozialen Netzwerke und vor allem deren rasante Ausbreitung und Akzeptanz in diesem Ausmaß nicht absehbar waren. Prognosen über die technisch-

ökonomischen Entwicklungen, vor allem zur Arbeitsverdichtung aus journalistischer Perspektive aus dieser Zeit, haben sich hingegen weitgehend bewahrheitet.

Viele neuere Prognosen zur Zukunft des Journalismus lassen sich zurzeit noch nicht bestätigen. Prognosen, in denen es etwa um die Kernaufgaben der Journalistinnen und Journalisten im neuen Ökosystem Medien geht, um ihr Verhältnis zum Publikum, das nun aktiv am öffentlichen Diskurs teilnimmt oder um neue Berufsbilder.

Was sich aber zeigt, ist, dass diese Prognosen keinerlei oder wenig Nachhall in den Redaktionen haben, wie etwa die im Text angeführte Reaktion der Journalistinnen und Journalisten auf das Interview der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel mit dem Videoblogger LeFloid gezeigt hat. Es besteht nach wie vor wenig Bereitschaft zur Veränderung, obwohl immer mehr Journalistinnen und Journalisten die Notwendigkeit zur Veränderung spüren und auch artikulieren.<sup>32</sup>

Die Schlussfolgerung ist wohl zulässig, dass der „grundlegende Transformationsprozess des Journalismusberufs durch die radikalen Effekte der sozialen Netzwerke“ (Weichert, 2008, S. 47) wie etwa geänderte Mediennutzung oder selber Publizieren noch nicht im Bewusstsein vieler Journalisten und Journalistinnen abgespeichert ist – oder verdrängt wird.

Ebenso zulässig erscheint dem Autor die Schlussfolgerung, dass das Kondensat der Prognosen aus den 1990ern – „Medien bleiben mächtig“ – immer noch die Grundhaltung vieler Journalistinnen und Journalisten bestimmt. Obwohl die quantitativen Daten der Mediennutzungsforschung, die wirtschaftliche Situation der Medienunternehmen<sup>33</sup> und der Alltag im veränderten Medien-Ökosystem mit seinen emanzipierten Rezipientinnen und Rezipienten zunehmend am Diktum der Macht der Medien zweifeln lassen.

<sup>32</sup> Das zeigt eine Studie, die das Agenturnetzwerk Ecco im Auftrag des Branchenportals newsroom.de erstellte:

- „81,6% klagen über wachsendes Arbeitsvolumen
- 89,6% beklagen, dass ‚umfassende Recherchen‘ durch Zeitdruck verhindert werden
- 79% beklagen Qualitätseinbußen der journalistischen Produkte
- 50,4% sehen ihren Arbeitsplatz unmittelbar gefährdet, weitere 26% zumindest ‚zum Teil‘

- 82,3% beklagen Budgetkürzungen
- 93% befürchten, dass die Glaubwürdigkeit der Medien dadurch sinke, dass Werbung und PR zunehmend Einfluss auf Inhalte bekämen
- 70,2% klagen darüber, ‚mehr vorformuliertes Material‘ zu veröffentlichen“ (Patalong, 2015)

<sup>33</sup> Wie in anderen Beiträgen dieser Publikation ausführlich dargelegt

## Bibliographie:

- Altmeppen, K. D. (1998). Multimedia: Ein neuer Journalismus? Arbeitsmarkt, Tätigkeitsfelder und Qualifikationsbedarf. In: Neverla, I. (Hg.), *Das Netz-Medium*. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Wiesbaden, S. 197-218.
- Biermann, K. (14.03.2014). *Bundestag akzeptiert Blogger als Reporter*. Abgerufen von <http://www.zeit.de/gesellschaft/2014-03/blogger-bundestag-beckedahl-jung>, Zugriff am 30.08.2015.
- Blau, W. (20.05.2010). *Es geht erstaunlich gut*. Abgerufen von <http://www.sueddeutsche.de/medien/serie-wozu-noch-journalismus-es-geht-erstaunlich-gut-1.943587>, Zugriff am 30.08.2015.
- Bos, C. (13.07.2015). *LeFloid knickt im Interview vor der Bundeskanzlerin ein*. Abgerufen von <http://www.ksta.de/medien/youtube-star-interviewt-angela-merkel-lefloid-knickt-im-interview-vor-der-bundeskanzlerin-ein,15189656,31215614.html>, Zugriff am 26.08.2015.
- Boventer, H. (1993). Sind Journalisten die vierte Gewalt? In: Boventer, H. (Hg.), *Medien und Demokratie*. Nähe und Distanz zur Politik. Konstanz, S. 127-143.
- Braun, D. (23.9.2014). *WebWissen: „EdgeRank“ – Der Facebook News Feed Algorithmus*. Abgerufen von <http://www.netzstrategen.com/sagen/edgerank-wie-der-facebook-news-feed-algorithmus-funktioniert/>, Zugriff am 30.08.2015.
- El Difraoui, A. (2011). *Die Rolle der neuen Medien im Arabischen Frühling*. Abgerufen von <http://www.bpb.de/internationales/afrika/arabischer-fruehling/52420/die-rolle-der-neuen-medien?p=all>, Zugriff am 31.08.2015.
- Gillmor, D. (2010). *Mediactive: Creating a User's Guide to Networked Media*. San Francisco.
- Grunwald, A., Banse, G., Coenen C. & Hennen, L. (2006). *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*. Tendenzen politischer Kommunikation im Internet. Berlin.
- Haddow, G. & Haddow, K. (04.06.2015). *Social Media and the Boston Marathon Bombings. A Case Study*. Abgerufen von <http://scitechconnect.elsevier.com/social-marathon/>, Zugriff am 30.08.2015.
- Hein, D. (19.08.2015). *Facebook löst Google als wichtigsten Traffic-Lieferanten ab*. Abgerufen von <http://www.horizont.net/medien/nachrichten/Studie-Facebook-loest-Google-als-wichtigsten-Traffic-Lieferanten-ab-135940>, Zugriff am 30.08.2015.
- Herrera, T. (18.08.2014). *What Facebook doesn't show you*. Abgerufen von <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/08/18/what-facebook-doesnt-show-you/>, Zugriff am 30.08.2015.
- Jarvis, J. (07.06.2009). *Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture*. Abgerufen von <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/>, Zugriff am 31.08.2015.
- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D. & Zimmermann, A. (2007). *Der Journalisten-Report: Österreichs Medien und ihre Macher*. Eine empirische Erhebung. Wien.
- Kennedy, K. (22.02.2013). *Use it or Lose it: Social Media in the 2012 US Election*. Abgerufen von <http://pulitzercenter.org/reporting/social-media-role-young-voters-increase-future-US-elections-Obama-Facebook-Twitter>, Zugriff am 26.08.2015.
- Krüger, M. (22.08.2015). *Was Medien aus #Heidenau lernen können*. Abgerufen von <http://marckrueger.tumblr.com/post/127277273272/was-medien-aus-heidenau-lernen-k%C3%B6nnen>, Zugriff am 30.08.2015.
- Leyendecker, H. (01.03.2011). *Der Ex-Doktor im Netz der Affäre*. Abgerufen von <http://www.sueddeutsche.de/digital/guttenberg-ruecktritt-die-rolle-des-internets-der-ex-doktor-im-netz-der-affaere-1.1066155>, Zugriff am 26.08.2015.
- Lübberding, F. (13.07.2015). *Ein Pennäler im Kanzleramt*. Abgerufen von <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/tv-kritik/youtuber-le-floid-interview-merkel-13701378.html>, Zugriff am 26.08.2015.
- Matz, A. (18.09.2010). *Was Google nicht findet, existiert nicht*. Abgerufen von <http://www.abendblatt.de/wirtschaft/karriere/article107854603/Was-Google-nicht-findet-existiert-nicht.html>, Zugriff am 30.08.2015.
- Merkel, W. (2015). *Nur schöner Schein? Demokratische Innovationen in Theorie und Praxis*. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung. Frankfurt am Main.
- Meyer, T. (2015). *Die Unbelangbaren*. Wie politische Journalisten mitregieren. Berlin.
- N.N. (2013). *Weißer Rauch – Die neue Ära der Video-Nachrichten*. Abgerufen von <http://www.elementp.ch/wp-content/uploads/sites/3/2014/07/AP-Deloitte-Study-German.pdf>, Zugriff am 30.08.2015.

- N.N. (11.01.2014). *Meaningful Crowdsourcing*. Abgerufen von <http://citiesnext.com/meaningful-crowdsourcing/>, Zugriff am 26.08.2015.
- N.N. (30.06.2014). *Springer-Chef Döpfner sieht gute Zukunft für Qualitätsjournalismus*. Abgerufen von [http://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/unternehmen-springer-chef-doeppner-sieht-gute-zukunft-fuer-qualitaetsjournalismus\\_id\\_3956405.html](http://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/unternehmen-springer-chef-doeppner-sieht-gute-zukunft-fuer-qualitaetsjournalismus_id_3956405.html), Zugriff am 31.08.2015.
- N.N. (07.07.2015). *#NetzfragtMerkel: LeFloid interviewt Angela Merkel*. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/netzfragtmerkel-lefloid-interviewt-angela-merkel-auf-youtube-a-1042392.html>, Zugriff am 26.08.2015.
- N.N. (13.01.2015). *Unwort des Jahres 2014: „Lügenpresse“*. Abgerufen von [http://www.unwortdesjahres.net/fileadmin/unwort/download/pressemitteilung\\_unwort2014\\_\\_1\\_.pdf](http://www.unwortdesjahres.net/fileadmin/unwort/download/pressemitteilung_unwort2014__1_.pdf), Zugriff am 31.08.2015.
- N.N. (24.06.2015). *Deutsche haben wenig Vertrauen in die Medien*. Abgerufen von <http://www.zeit.de/gesellschaft/2015-06/medienkritik-journalismus-vertrauen>, Zugriff am 31.08.2015.
- N.N. (07.05.2015). *Großes Vertrauen in Piloten und Feuerwehrleute*. Abgerufen von <http://oesterreich.orf.at/stories/2709518/>, Zugriff am 31.08.2015.
- N.N. (o.J.). *Über Dossier*. <https://www.dossier.at/header/was-ist-dossier-erfahren-sie-mehr-ueber-unser-ziele-und-beweggruende/>, Zugriff am 31.08.2015
- Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M. (Hg.), *Journalismus im Internet*. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden, S. 19-106.
- Oswald, B. (2013). Vom Produkt zum Prozess. In: Kramp, L., Novy, L., Ballwieser, D. & Wenzlaff, K. (Hg.), *Journalismus in der digitalen Moderne*. Einsichten – Ansichten – Aussichten. Wiesbaden.
- Patalong, F. (06.08.2015). *Befragung: Journalisten glauben nicht an ihre Zukunft*. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/journalistenbefragung-malt-duesteres-bild-der-medienzukunft-a-1046174.html>, Zugriff am 31.08.2015.
- Prinzing, M. (2015). *Immer mobiler, immer kürzer*. Abgerufen von <http://www.tagesspiegel.de/medien/media-lab-immer-mobiler-immer-kuerzer/11757916.html>, Zugriff am 30.08.2015.
- Rosen, J. (27.06.2006). *The People Formerly Known as the Audience*. Abgerufen von [http://archive.pressestink.org/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://archive.pressestink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html), Zugriff am 31.08.2015.
- Schirmmayer, F. (28.03.2014). *Dr. Seltsam ist heute online*. Abgerufen von <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/echtzeitjournalismus-dr-seltsam-ist-heute-online-12867571.html>, Zugriff am 31.08.2015.
- Schnaas, D. (17.05.2015). *Was läuft schief im Journalismus?* Abgerufen von <http://www.wiwo.de/politik/deutschland/tauchsieder-was-laeuft-schief-im-journalismus-/11786004-all.html>, Zugriff am 31.08.2015.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive Surplus*. Creativity and generosity in a connected age. New York.
- Simon, U. (28.02.2011). *Gutenberg und die Bild-Zeitung*. Abgerufen von <http://www.fr-online.de/politik/nach-dem-ruecktritt-gutenberg-und-die-bild-zeitung,1472596,7504534.html>, Zugriff am 26.08.2015.
- Stöcker, C. (01.03.2011). *Affäre Gutenberg: Netz besiegt Minister*. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/affaere-gutenberg-netz-besiegt-minister-a-748358.html>, Zugriff am 31.08.2015.
- Timm, T. (13.04.2015). *The most concerning element of Facebook's potential new power*. Abgerufen von [http://www.cjr.org/criticism/facebook\\_news\\_censorship.php](http://www.cjr.org/criticism/facebook_news_censorship.php), Zugriff am 30.08.2015.
- Weichert, S., Kramp, L. & Jakobs, H. J. (Hg.) (2008). *Wozu noch Zeitungen?* Wie das Internet die Presse revolutioniert. Göttingen.
- Weichert, S., Kramp, L. & Welker, M. (2014). *Die Zeitungsmacher*. Aufbruch in die digitale Moderne. Wiesbaden.
- Weischenberg, S., Altmeyen, K. D. & Löffelholz, M. (1994). *Die Zukunft des Journalismus*. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends. Opladen.

### Gerhard Rettenecker

Dr., ist Leiter des „Future Lab Online“ im ORF Landesstudio Salzburg. Davor, von 2006 bis 2012, war er dort Chefredakteur der Nachrichtenredaktion, zuständig für die Radio, Fernsehen und Online. Seit 1982 ist er als Rundfunk- und Online-Journalist tätig. Er hat an der Universität Salzburg Kommunikationswissenschaft studiert und mit einer Dissertation über Mediensprachen promoviert. Seit 1994 unterrichtet Gerhard Rettenecker vorzugsweise am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und am Kuratorium für Journalistenausbildung, der österreichischen Medienakademie, wo er 2013 die Ausbildung zum Journalistentrainer abgeschlossen hat.

# Tagungsbericht

## under.docs

### Fachtagung junger Medien- und Kommunikationswissenschaft

Partizipation in Geschichte und Gegenwart

12.-14. November 2015, Wien

**Claudia Palienko-Friesinger**  
**Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft**

Erstmals fand am Wiener Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft die *Fachtagung junger Medien- und Kommunikationswissenschaft. Partizipation in Geschichte und Gegenwart*, eine Initiative der *under.docs: Verein zur Förderung von NachwuchsforscherInnen der Geistes- und Sozialwissenschaften*, statt. Ein wichtiges Anliegen der Veranstaltung war es, den Begriff des Nachwuchses neu aufzugreifen und selbstbewusst zu definieren, wurden neben DoktratsstudentInnen explizit auch Bachelor- und Masterstudierende der Sozial- und Geisteswissenschaften zur Vortragsreihe wie Workshopteilnahme eingeladen.

Diese für viele wissenschaftliche Institutionen ungewöhnliche Öffnung des Nachwuchsbegriffs lohnte sich. Nicht zuletzt durch die unterschiedlichen Studienerfahrungen und -abschlüsse sowie den interdisziplinären Austausch erreichten sowohl die inhaltliche Komponente der Vorträge, als auch der Beitrag des Publikums und die geführten Diskussionen hohes Niveau. Das rahmende Schlagwort der Partizipation ist in den unterschiedlichsten Dimensionen aufgegriffen worden. Beiträge zu politische Herangehensweisen, feministische Perspektiven, Fremdheitsdiskursen aber auch Schnittstellen zur künstlerischen Darstellung und historischen Medienforschung wurden gefunden, präsentiert und diskutiert.

Eine vertiefende Auseinandersetzung mit qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung, Theorien der Sozialwissenschaften, historischer Kommunikationswissenschaft und feministische Forschung bot die Workshopreihe, die unter Leitung etablierter Sozial- und GeisteswissenschaftlerInnen eine Plattform für intensiven Austausch ermöglichte.

Nach einer ausgesprochen herzlichen und willkommenheißen Begrüßungsrede von Prof. Dr. Jörg Matthes, Vorstand des Wiener Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gab Dissertantin Eva Asboth den Auftakt zur Vortragsreihe. Im ersten Panel „Soziale und politische Konstrukte“ stellte die Zeithistorikerin ihre Befunde zum Thema „Der Balkan als Wiege der Demokratie. Metaphernanalyse in der US-amerikanischen Berichterstattung über Serbien“ vor.

Sozialen Konstrukten widmete sich Sonia Robak, die zum Thema Partizipation im medialen Kontext mit Internet-Personae arbeitet und einen Beitrag zu parasozialen Aktivitäten lieferte.

Im anschließende Panel „(Medien)Kunst“ diskutierte Carmen Séra die lateinamerikanische Kunstform der Murales und Poster als politisches Kommunikationsmittel. Dabei begab sie sich auf Spuren in Kuba, Chile und Mexiko und verschränkte politische und zeitgeschichtliche Aspekte mit den Kunstformen des öffentlichen Raums.

Karl-Leontin Beger analysierte die, zwischen Kunst und Politik angesiedelten, Aktionen des Zentrum für politische Schönheit und problematisierte dessen Anforderungen und Anspruch an Politik und Öffentlichkeit mit Begriffen der Interaktivität und Interpassivität. Schwerpunkt bildete das Spannungsfeld von Kunst, Medien und Politik sowie die generelle Frage der Aufarbeitung von (zeit)geschichtlichen Verbrechen, etwa dem Massaker von Srebrenica, in der „westlichen Konsumgesellschaft“.

Zudem präsentierte Masterstudentin Patricia Plahcinski in ihrem Vortrag „Transmedia Superheroes“ das medienübergreifende Geschichtener-

zählen des Marvel Cinematic Universe und ging dabei auf Narrativität in PR- und Werbekommunikation ein.

Fremdheitsdiskurse standen im Fokus des ebenso benannten ersten Panels des zweiten Tages der Fachtagung, in dem Lena Hager den aktuellen Fremdheitsdiskurs in österreichischen Geschichtsschulbüchern aufgriff. Ihre Analyse des Lehrmaterials von Gymnasialklassen, die im Zuge ihrer Masterarbeit erfolge, brachte mitunter erschreckende Einblicke in die Konstruktion von Feindbildern und Schaffung des „Anderen“.

Das Forschungsinteresse von Katharina Gruber galt „Rassismus und Nationskonstruktionen als grundlegende Bestandteile des Diskurses um Abschiebung“. Ihre scharfsichtige Analyse von Online-Kommentaren der österreichischen Tageszeitungen *derstandard.at* sowie *diepresse.com* brachte Erkenntnisse, dass Rassismus nicht nur durch die Bezugnahme auf nationale Interessen naturalisiert wird, sondern auch durch Bedrohungsszenarien rationalisiert und mit Verweis auf das Recht legitimiert wird.

Lisa Hoppel katapultierte mit ihrer Untersuchung des Werks „Feuer und Schwert im Sudan“ von Rudolph Slatin Pascha die Veranstaltung ins 19. Jahrhundert. In einem Vergleich des originalen Reiseberichts aus 1896, gefolgt von einer stark gekürzten Volksausgabe aus 1928 und einer neuüberarbeiteten Fassung von 1997 zeigt sie den gesellschaftlichen Wandel und politische Implikationen auf.

Mit seinem Vortrag „Dragongmei and Data“ eröffnete Tobias Stadler das folgende Panel. Dabei beleuchtete er prekäre und ausbeuterische Arbeitsfelder, die durch digitale und elektronische Kommunikation entstanden sind. Seine theoretisch sehr ausgefeilte Präsentation gab Einblicke in die komplizierten Nutzungs- und Produktionsprozesse in einer globalisierten Welt, die sich nach kapitalistischen Regeln dreht.

Im Anschluss daran diskutierte Stefan Sulzenbacher serielle Netzformate und setzte sich dabei mit dem Aufkommen des Binge-Watching auseinander. Aus feministischer Perspektive behandelte der Theater- Film- und Medienwissenschaftler historische Rezeption und Konzeption von ZuseherInnen ebenso ausführlich wie Ausblicke, die das aktuelle Format des „Binge Watching“ bereits zulassen.

Bachelor-Studentin Charlotte Krick trug zum Thema „Erotische Literatur aus der Gegenöffent-

lichkeit: Am Beispiel des Literaten und Bezirkshauptmanns Felix Batsy zur Zeit des Austrofaschismus“ vor.

Im Panel „Briefe und Postkarten als historische Quellen“ gab Martina Hacke Einblicke in mittelalterliche Kommunikationsformen. „Wer partizipierte am Kommunikationsinstitut der ‚Boten der Nationen‘ der mittelalterlichen Universität von Paris?“ lautete der Titel zu ihrer Präsentation, der eine Brücke von Geschichts- zu Kommunikationswissenschaft schlug.

Christoph Gschwandner präsentierte im folgenden Vortrag „Die Darstellung der Sowjetunion in deutschen Feldpostbriefen des Zweiten Weltkrieges“ die Ergebnisse seiner Masterarbeit. In seiner Untersuchung von 191 Feldpostbriefen spürte er der propagandistisch gefärbten Fremdwahrnehmung der Sowjetunion unter den Soldaten der deutschen Armee nach.

Auf die Betrachtung der Feldpostbriefe folgte die Vorstellung der Analyse von Barbara Klaus zu Bildpostkarten, diesmal aus dem ersten Weltkrieg vor. Nicht weniger als 2.505 Bildpostkarten untersuchte die Jungwissenschaftlerin, um in ihrem Vortrag „Motivgeleitete Bildanalyse österreichischer Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg“ insbesondere propagandistische Inhalte nachzuvollziehen.

Abschluss der Fachtagung bot das Panel „Politische Partizipation durch Soziale Medien“. Beide Panelisten beschäftigten sich mit noch offenen Fragen, die sich im Zuge des digitalen Austausches ergeben. Andreas Riedl stellte in seinem Vortrag „Kontakt mit Andersdenkenden im Social Web: Chance oder Gefahr für die politische Partizipation? Ergebnisse einer Befragung österreichischer UserInnen“ Resultate aus einer Seminararbeit vor. Ebenfalls mit politischen Partizipationsmöglichkeiten beschäftigte sich Raffael Heiss, der mit der Vorstellung seines Dissertationsprojekts den Abschluss der Vortragsreihe bot. Unter dem Titel „Jugendmobilisierung auf Facebook?“ analysiert der Dissertant politische Partizipationsangebote für Jugendliche von österreichischen PolitikerInnen. Dem quantitativen Forschungssetting steht die Prämisse vor, inwiefern im „Land der Berge“ politische Facebook-Kommunikation Jugendliche überhaupt einbezogen werden können.

Gerahmt von einem einladenden Sozialprogramm offenbarte die *Fachtagung junger Medien- und Kommunikationswissenschaft. Partizipation in*

*Geschichte und Gegenwart*, dass der Blick in Richtung „junge Wissenschaft“ lohnt. Den Anforderungen der „scientific community“ sind JungwissenschaftlerInnen gewachsen und im Sinne einer kompetenten, vernetzten und kollegialen Wissenschaftsgeneration ist ihre Förderung, die bereits früh im Studienverlauf ansetzen soll und kann, weiter anzustreben.

## Konferenzübersicht

Begrüßungsrede von Prof. Dr. Jörg Matthes, Vorstand des Wiener Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

### Panel I:

#### Soziale und politische Konstrukte

- Eva Asboth: Der Balkan als Wiege der Demokratie. Metaphernanalyse in der US-amerikanischen Berichterstattung über Serbien
- Sonia Robak: Partizipation im medialen Kontext mit Internet-Personae. Ein theoretischer Beitrag zu parasozialen Aktivitäten

### Panel II:

#### (Medien)Kunst

- Carmen Séra: Murales und Poster zwischen Kooptierung und partizipativer Ausdrucksform. Vergleich lateinamerikanischer Kommunikationsmittel entlang der Straße
- Karl-Leontin Beger: Das Zentrum für politische Schönheit zwischen Interaktivität und Interpassivität — Medienkunst aktualisierte Geschichte als Mittel des politischen Engagements
- Patricia Plahcinski: Transmedia Superheroes. Medienübergreifendes Geschichtenerzählen im Marvel Cinematic Universe

### Workshops

- Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung geleitet von Barbara Glinsner, MSc und Mag.<sup>a</sup> Petra Biberhofer
- Workshop Theorien der Sozialwissenschaften geleitet von Dr. Josef Seethaler und Prof. Dr. Christian Steininger
- Workshop Historische Kommunikationswissenschaft geleitet von Prof. Dr. Rainer Gries und Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Michaela Griesbeck
- Workshop Feministische Forschung geleitet von Mag.<sup>a</sup> Stefanie Mayer und Univ.-Lekt. Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Kristina Pia Hofer, M.A.

### Panel III: Fremdheitsdiskurse

- Lena Hager: Der aktuelle Fremdheitsdiskurs in österreichischen Geschichtsschulbüchern
- Katharina Gruber: Rassismus und Nationskonstruktionen als grundlegende Bestandteile des Diskurses um Abschiebung. Empirische Analyse von User\_innen-Postings in Onlineversionen von österreichischen Tageszeitungen
- Lisa Hoppel: „Feuer und Schwert im Sudan“ – Die Erfolgsgeschichte eines Buches im Spiegel eines gesellschaftlichen Wandels

### Panel IV: Feministische Perspektiven

- Tobias Stadler: DAGONGMEI AND DATA. Metcalfe, Sharing and Metadata: Zur politischen Ökonomie der Kommunikation auf sozialen Netzwerkseiten
- Stefan Sulzenbacher: Binge-Watching 2.0? [Dis-]Kontinuitäten vergeschlechtlichter Partizipationsangebote posttelevisueller Selbsttechnologien
- Charlotte Krick: „Erotische Literatur aus der Gegenöffentlichkeit: Am Beispiel des Literaten und Bezirkshauptmanns Felix Batsy zur Zeit des Austrofaschismus“

### Panel V:

#### Briefe und Postkarten als historische Quellen

- Martina Hacke: Wer partizipierte am Kommunikationsinstitut der „Boten der Nationen“ der mittelalterlichen Universität von Paris?
- Christoph Gschwandtner: Die Darstellung der Sowjetunion in deutschen Feldpostbriefen des Zweiten Weltkrieges
- Barbara Klaus: Motivgeleitete Bildanalyse österreichischer Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg

### Panel VI:

#### Politische Partizipation durch Soziale Medien

- Andreas Riedl: Kontakt mit Andersdenkenden im Social Web: Chance oder Gefahr für die politische Partizipation? Ergebnisse einer Befragung österreichischer UserInnen
- Raffael Heiss & Desiree Schmuck: Jugendmobilisierung auf Facebook? Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu Jugendansprache und Politischen Partizipationsangeboten in der politischen Facebook-Kommunikation österreichischer Politiker/innen

## Rezensionen

PETER GENTZEL: *Praxistheorie und Mediatisierung; Grundlagen, Perspektiven und eine Kulturgeschichte der Mobilkommunikation*. Wiesbaden, Springer VS 2015, 437 Seiten.

Im Zuge des *Practice Turn*, den Theodore Schatzki, Karin Knorr-Cetina und Eike von Savigny bereits im Jahre 2001 diagnostizierten, bildete sich in der Sozialtheorie und empirischen Forschungspraxis ein „facettenreiches Bündel von Analyseansätzen“ (Reckwitz 2003, S. 282) heraus, die als „Theorien sozialer Praktiken“, „Praxistheorien“ oder Versionen einer „Praxeologie“ umrissen werden können. Gemeinsam sind all diesen Ansätzen drei Grundannahmen: die Verankerung des Sozialen im praktischen Wissen und „Können“, eine „Materialität“ sozialer Praktiken in ihrer Abhängigkeit von Körpern und Artefakten und das Spannungsfeld von Routinisierbarkeit und Unberechenbarkeit sozialer Praktiken (Reckwitz 2003, S. 282ff). Wie auch in anderen sozialwissenschaftlichen Forschungsfeldern (von der Organisationsforschung über die Wissenschafts- und Techniksoziologie bis zu den *gender studies*) wird in der Medien- und Kommunikationswissenschaft mittlerweile regelmäßig auf praxistheoretische Vokabulare zurückgegriffen, ohne deren theoretische Grundlagen und empirische Potentiale zu ergründen.

Dieser Aufgabe widmet sich nun Peter Gentzel in einer über 400 Seiten starken Monographie, die auf seiner 2013 abgeschlossenen Dissertation basiert. Mit dem übergeordneten Ziel, ein analytisches Instrumentarium für eine Kulturgeschichte der Mobilkommunikation zu entwickeln, unternimmt der Autor den Versuch, mediatisierungstheoretische Ansätze in einem praxistheoretischen Rahmen zu verorten.

Einleitend (Kapitel 1) formuliert der Autor das Ziel der Studie,

*„den theoretischen Begriff der Praktiken zu skizzieren und dessen analytisches Potenzial zur Verbindung spätmoderner Muster der Veränderung von Kultur und Gesellschaft auszuarbeiten.“* (S. 2)

Ausgangspunkt der Argumentation bildet die Feststellung, dass die Veränderungen der kommunikativen, an Medien wie das Handy oder

Smartphone gebundenen Praktiken, mit klassischen Handlungs- und Strukturbegriffen nicht erfassbar wären.

Der erste Teil der Publikation (Kapitel 2 und 3) konzentriert sich daher auf die Erarbeitung einer Architektur der praxistheoretischen Kulturtheorien, welche die Struktur- und Motivebene miteinander verbindet, wobei der Kulturbegriff den Dreh- und Angelpunkt bildet. Der Fokus richtet sich dabei auf die Verbindung einer wissenssoziologisch informierten praxistheoretischen Perspektive mit der Mediatisierungstheorie von Friedrich Krotz und zielt auf die Identifikation von für eine „Kulturgeschichte der Mobilkommunikation“ (S. 231) relevanten Praktiken ab.

Der zweite Teil (Kapitel 4 und 5) befasst sich mit der Aufarbeitung des Forschungsstandes zu mobilen Kommunikationspraktiken, der Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes, der Ableitung und Darstellung von Analysekatégorien und -schritten und schließlich der Ergebnisdarstellung.

Die Einleitung (Kapitel 1) skizziert den roten Faden des Buches, was den/die LeserIn gut in die Lektüre einführt. Jeder Abschnitt der fünf Kapitel des Buches verfügt über eine Zusammenfassung der zentralen Argumentationsschritte. Zudem rekapituliert der Autor im Anschluss an die Theoriekapitel (2 und 3) in einer „Bilanz“ die jeweils zentralen Thesen und Zusammenhänge. Diese Vorgehensweise hilft dabei, den Überblick angesichts der Diversität und Komplexität der theoretischen Verschränkungen nicht zu verlieren.

Anzumerken ist, dass eine graphische Darstellung der Analyseschritte und -stränge die Zusammenhänge noch besser verdeutlichen könnte.

Im zweiten Kapitel beschäftigt sich der Autor auf Basis der Kritik am motivationalen und strukturalen Zugriff auf soziale Wirklichkeit mit der multiperspektivischen Aufarbeitung der Wurzeln der Praxistheorie. Hier greift er auf Referenten wie Ludwig Wittgenstein, Martin Heidegger, Pierre Bourdieu und Erving Goffman zurück und verknüpft deren Ansätze mit jenen von Vertretern der Praxistheorie (wie etwa Theodore Schatzki, Andreas Reckwitz und Karl Hörning).

Im Anschluss an einen meta-theoretischen, historisch-systematischen Blick auf die Entwicklung der Sozialtheorie seit dem *cultural turn*, werden

Versatzstücke aus verschiedenen theoretischen Perspektiven (Wissenssoziologie, poststrukturalistische & sozialphänomenologisch-hermeneutische Sozialphänomenologie, Cultural Studies) zu einem, für die Kommunikationswissenschaft fruchtbaren praxistheoretischen Theoriegebäude zu verwoben. Anhand der zentralen Kategorien „Wissen“, „Alltag“, „Kultur“, „Text“ sowie „Technik und Artefakt“ erfolgt eine Ausarbeitung kommunikations- und mediatisierungstheoretischer Anknüpfungspunkte.

Epistemologisch erfolgt eine Orientierung an Schatzki, der Praktiken als

*„temporally unfolding and spatially dispersed nexus of doings and sayings organized by a pool of understandings, a set of rules and a teleoaffektive structure“*

(Schatzki, 1996, S. 89)

auffasst. Kommunikative Praktiken werden hier weder durch die Herauslösung einzelner Motive, noch durch die Rückführung auf vermeintlich deterministische Strukturzwänge beschrieben. Stattdessen erfolgt eine Fokussierung auf zeitlich, räumlich, sozial und sinnbestimmte konkrete Aktualisierungen von Praktiken.

Zentral ist dabei die Einsicht, dass das Wissen, das Akteure situationsspezifisch im Vollzug der sozialen Praxis anwenden, in Form von kollektiven Schemata bereitsteht und dem Akteur Interaktions- und Kommunikationsräume eröffnet.

Kapitel drei widmet sich der Einordnung der Mediatisierung in den Rahmen der entwickelten praxistheoretischen Perspektive. Damit soll eine Analyseperspektive eingenommen werden, die den Wandel von Kultur und Gesellschaft anhand der Veränderung von mediatisierten Kommunikationspraktiken adressiert. Auf Basis der Beschreibung der zentralen Konzepte des Mediatisierungsansatzes – Kommunikation, Medien und Metaprozess – entwickelt der Autor eine Typologie von Kommunikations- und Medienformen, welche sich an den, für sinn- und bedeutungsvolle Kommunikationspraktiken notwendigen Wissensrepertoires und -kompetenzen ausrichtet. Der Autor bestimmt damit das Feld der „mobilen Kommunikationspraktiken“, was eine anschließende Verbindung unterschiedlicher Kommunikationsformen mit historisch unterschiedlichen „Alltagen“ ermöglicht.

Kapitel vier ist der Darstellung des aktuellen Forschungsstandes und des methodischen Vorgehens gewidmet. Als Quellenmaterial fungiert ein Portfolio aus 550 unterschiedlichen Anzeigenwerbungen, das einen Untersuchungszeitraum von 20 Jahren abbildet. Das Hauptaugenmerk der empirischen Untersuchung richtet sich auf eine „Verbindung der räumlich, zeitlich, sozial und sinnbezogenen Entgrenzung und Integration“ von Kommunikationspraktiken im „Bezugsmuster Alltag“ im Sinne Krotz“ (S. 224). Dabei konzentriert sich die Analyse speziell auf die Kopplung von mediatisierten, Handys und Smartphones integrierenden Kommunikationspraktiken mit der massenmedialen, öffentlichen und ökonomischen „Beobachtung“ im Makrokommunikat Anzeigenwerbung. Die Analyse in zwei Schritten: in einem ersten wird das denotative Abbild untersucht, um Aspekte wie Orte, konkrete Zeitpunkte und die sozioökonomische Situiertheit zu adressieren. Im zweiten Schritt werden konnotative Sinnbilder wie Raumvorstellungen, Zeitnormen und Beziehungsnormen analysiert. Warum Anzeigenwerbung als Quellenmaterial für eine historisch-rekonstruktive empirische Analyse geeignet erscheint, begründet der Autor mit Hilfe des, den Cultural Studies entlehnten *Kulturkreislaufmodells*, welches die Verwobenheit veröffentlichter massenmedialer Kommunikate mit Alltagskulturen der sozialen Wirklichkeit betont.

Kapitel präsentiert die Ergebnisse der empirischen Untersuchung, die zum einen auf die konkrete Beschreibung des Prozesses der Alltagsdurchdringung und zum anderen auf die Konkretisierung eines Verständnisses des Wandels von „Räumlichkeit“ und „Zeitlichkeit“ im Kontext mobiler Kommunikationspraktiken abzielt.

Anhand der, aus der Zusammenschau unterschiedlicher Studien zur Mobilkommunikation abgeleiteten Kategorien (Raum, Zeit, soziale Strukturierung, symbolische Markierung, Materialität und Erwerbgrund) identifiziert der Autor vier idealtypische Phasen der Entwicklung mobiler Kommunikationspraktiken, die jeweils typische Muster der Inszenierung aufweisen.

Während etwa die Anfangsphase (1) von der Inszenierung von Transitorten, der Kommunikation in beruflichen Kontexten und ausschließlich männlichen Akteuren geprägt war, ist die vierte (aktuellste) Phase des Untersuchungszeitraums durch eine erweiterte Akteurskonstellation (auch Senioren werden dargestellt) und neue „symbolische Markierungen“ geprägt, die auf das Inein-

andergreifen verschiedener Kommunikationsarten, -zwecke und -räume verweisen. Insgesamt betrachtet verdeutlichen die Ergebnisse die langfristigen Prozesse der „Privatisierung“, „Normalisierung“ und „Individualisierung“ mobiler Kommunikationspraktiken.

Der Schwerpunkt des Werks liegt eindeutig auf der Ausarbeitung der theoretischen Perspektive, was auch erklären könnte, warum die Darstellung der empirischen Studie im Vergleich zum theoretischen Teil eher kurz ausfällt. Pionierarbeit leistet die Studie nach Ansicht der Rezensentin insofern, dass sie zum einen Wege der Verbindung praxistheoretischer und mediatisierungstheoretischer Ansätze aufzeigt und zum anderen Möglichkeiten aber auch Limitationen einer praxistheoretischen Kommunikationsanalyse beispielhaft darstellt. Anzumerken ist, dass, obwohl in der Ergebnisdarstellung die Kategorie „Raum“ als zentral herausgestellt wird, raumtheoretische Konzeptionen abseits des physischen Raumverständnisses (wie etwa das Konzept des „sozialen Raumes“ bei Bourdieu) in den theoretischen Ausführungen nur implizit Erwähnung finden. Insgesamt leistet die Publikation einen essentiellen Beitrag zur Etablierung der praxistheoretischen Perspektive in der Kommunikationswissenschaft.

Margarita Köhl, Wien

**STEFAN LÜDDEMANN: *Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken.* (Kunst- und Kulturmanagement, hg. von Andrea Hausmann) Wiesbaden: Springer Fachmedien 2015, 147 Seiten.**

Stefan Lüddemanns Werk zu Medien, Themen und Praktiken des Kulturjournalismus ist Teil der Reihe Kunst- und Kulturmanagement, herausgegeben von Andrea Hausmann. Lüddemann leitet neben seiner Tätigkeit als Kulturwissenschaftler die Kulturredaktion der *Neuen Osnabrücker Zeitung*. Mit dem vorliegenden Band gibt der Autor einen theoretisch-wissenschaftlichen Überblick über vergangene, gegenwärtige und zukünftige Entwicklungen im Kulturjournalismus, eingebettet in einen praxisorientierten Kontext.

In seinem Einleitungskapitel bespricht Lüddemann die aktuelle Situation des Kulturjournalis-

mus und führt dabei sowohl Argumente für dessen Konjunktur als auch dessen Niedergang an. Hinsichtlich des definitorischen Verständnisses von Kulturjournalismus plädiert Lüddemann für den Austausch des Begriffs *Feuilleton* durch den Begriff *Kulturjournalismus*. Mit der Ablösung des nicht mehr zeitgemäßen Feuilleton-Konzepts werde die Grenze eben dieses Ressorts aufgesprengt. Der Autor beschreibt im zweiten Kapitel Kulturjournalismus aus einer konstruktivistischen Perspektive, denn

*„Kulturjournalismus bildet Kultur nicht einfach nur ab, Kulturjournalismus produziert selbst Kultur [...]“ (S. 15)*

Deshalb gelte für KulturjournalistInnen, dass sie sich hinsichtlich des Rollenverständnisses ebenso als reflektierende BeobachterInnen sowie als AkteurInnen der Kultur begreifen. In Bezug auf die zu bearbeitenden Thematiken unterscheidet Lüddemann die Bereiche Klassiker, Popkultur und Zeitgeschehen, postuliert aber gleichzeitig von einer Einteilung in spezifische Kultursegmente Abstand zu nehmen. Mit einem anwendungsnahen Beispiel aus der eigenen Berufspraxis wird schließlich PraktikerInnen die Möglichkeit gegeben, vorangegangene theoretische Ausführungen mit einer journalistischen Strategie zur medialen Bearbeitung von Kulturereignissen zu kompletieren.

Im folgenden Kapitel zum Kulturverständnis diskutiert der Autor verschiedene Begrifflichkeiten: Hoch- und Popkultur, Alltagskultur, politische Kultur und Kulturkritik. Dabei werden nicht nur deren historische Wandlungsprozesse im Sinne der Gegenstandsbereiche beleuchtet, sondern ebenso werden Beispiele für entsprechende Medienformate, journalistische Werke und kulturell bedeutende Persönlichkeiten angeführt.

Der Geschichte des Kulturjournalismus widmet sich Lüddemann im vierten Kapitel. Hierfür greift er auf neun Bücher zurück, welche durch ihre gelungenen kulturjournalistischen Leistungen bestechen würden und von TheoretikerInnen, JournalistInnen und Kulturschaffenden verfasst wurden. Basierend auf diesen Werken beschreibt Lüddemann Themen und Methode, den Gegenstandsbereich bzw. Kulturbegriff sowie Rollenkonzepte im Kontext kulturjournalistischer Arbeit.

Im folgenden Praxiskapitel diskutiert der Autor kulturjournalistisches Schreiben und erläutert dabei die Trias jener Textsorten, welche für

KulturjournalistInnen in ihrer Berufspraxis von zentraler Bedeutung seien: Rezension, Essay und Magazingeschichte. Nicht nur Struktur und Elemente der jeweiligen Textsorten werden in Manier einer Deutschunterrichtsstunde dargelegt, sondern ebenso die Vorgehensweise in der Schreibpraxis. In diesem Zusammenhang wird darauf verwiesen, dass sich Kulturjournalismus in der Kombination aus Faktengrundlage und Interpretation bewährt.

Lüddemann bespricht im sechsten und letzten Kapitel die Gegenwart des Kulturjournalismus und prognostiziert mit sieben Thesen dessen Zukunft. Hinsichtlich der medialen Kanäle, in denen sich Kulturjournalismus gegenwärtig verwirklichte, nennt der Autor hauptsächlich Vertreter verschiedener Mediengattungen. Als durchaus positiv bewertet Lüddemann für die Gattung Printmedien beispielsweise die Kulturteile der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* oder der *Süddeutschen Zeitung*, deren Status als Leitmedien zu Themensetzungen führe (vgl. auch Jarren & Vogel 2011, S. 24). Die Zukunftsthese betreffen unter anderem die Digitalisierung, das Rollenverständnis als auch Themenspektren. Mit der abschließenden These „Printmedien verschwinden nicht, sie verändern sich“ (S. 141) verweist der Autor auf die für bestimmte Medienfunktionen teilweise stattfindenden Verdrängungs- bzw. Substitutionsprozesse und schließt damit an die Theorie der funktionalen Reorganisation der Mediennutzung (Kiefer & Steininger 2014, S. 151) an.

Lüddemann leistet mit dem vorliegenden Band nicht nur einen Beitrag zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, sondern ebenso zur Kulturwissenschaft, wobei sich die Bearbeitung der beiden Subdisziplinen in Summe die Waage hält. Er stützt seine Ausführungen nicht nur auf Publikationen namhafter WissenschaftlerInnen, sondern ebenso auf Kulturschaffende. Wenngleich insbesondere das vierte Kapitel mit seinen häufigen Zitationen einer Darlegung des Forschungsstandes zu den genannten Themenbereichen nahe kommt, so stellt Lüddemann konsequent die verschiedenen Positionen der jeweiligen AutorInnen einander gegenüber und vermittelt so ein Verständnis für die Wandlungsprozesse im Kulturjournalismus.

Der Autor begründet seine Darlegungen durchgehend auf Basis des Konzepts eines reflexiven Kulturjournalismus und steht damit für einen Perspektivenwechsel „[...] der sich mehr auf Prozesse als auf Gegenstände bezieht [...]“ (S. VI).

Dennoch ähneln einige seiner Erläuterungen einer idealtypischen Vorstellung des „Handwerks“ (S. 103) journalistisches Arbeiten, was sich für Newcomer allerdings, frei nach dem Motto *How-to*, als durchaus praktikabel erweisen kann.

Lüddemann gelingt es, LeserInnen über das eigene Kulturverständnis reflektieren und die eigenen Rezeptionsgewohnheiten hinterfragen zu lassen, wenn er schreibt, Kulturinteressierte würden zu selten Kulturseiten lesen. Nichtsdestotrotz wird bei der Lektüre häufig der Eindruck vermittelt, dass der Autor mit seiner Interpretation eines zeitgemäßen Kulturjournalismus diesen als leitendes Paradigma über andere journalistische Berufskodizes stellt. So seien KulturjournalistInnen mit ihren Kompetenzen für neue, redaktionell vernetzte Organisationskonzepte, wie beispielsweise Newsrooms, sogar in besonderem Maße geeignet. In Zeiten aufgefächerter Öffentlichkeit und individualisierter Mediennutzung sind für den Autor wiederum die KulturjournalistInnen, denen er die besten Voraussetzungen zuspricht, um mit diesen neuen Gegebenheiten zurechtzukommen. Weiters würde die veränderte und erweiterte mediale Welt als Folge der Quasi-Ubiquität des Internets den Kulturjournalismus im Verbund mit unternehmerischen Entwicklungen in Medienhäusern ins Zentrum der aktuellen Innovationsprozesse rücken. In seinem Vorwort führt Lüddemann an:

*„Was für Journalismus überhaupt gilt, trifft auf den Kulturjournalismus besonders zu. [...] er potenziert vielmehr den Journalismus [...].“*  
(S. V)

Das Buch liefert mit 147 Seiten einen kompakten Überblick über Kulturjournalismus, an einigen Stellen mit erstaunlich viel Tiefgang, ergänzt mit der Erfahrung Lüddemanns beruflichen Schaffens als Kulturredakteur und -wissenschaftler. Mit einem Appell ähnelnden Plädoyer entlässt Lüddemann seine LeserInnen mit dem Eindruck, Kulturjournalismus kann dem ihm vielerorts entgegen gehaltenen Legitimationsdruck standhalten: „Krisengerede war gestern. Heute ist eine Zukunft zu gewinnen“ (S. 142). Jedenfalls ist resümierend festzuhalten, dass die Lektüre dieses Buches Studierenden, KulturjournalistInnen und KulturmanagerInnen das notwendige Wissen vermittelt, um sowohl hinsichtlich vergangener Krisen als auch zukünftiger Chancen an kulturjournalistischer Anschlusskommunikation zu partizipieren.

**Bibliographie:**

- Kiefer, M. L. & Steinger, C. (2014). *Medienökonomik*, 3. Aufl. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH
- Jarren, O. & Vogel, M. (2011). „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In: Blum, R., Bonfadelli, H., Imhof, K. & Jarren, O. (Hg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation*. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, S. 17-29

Christiane Mayer, Wien

**ANDY BENNETT & STEVE WAKSMAN (Hg.):** *The SAGE Handbook of Popular Music*. Los Angeles u.a., 2015.

**LEE MARSHALL & DAVE LAING (Hg.):** *Popular Music Matters. Essays in Honour of Simon Frith*. Farnham u.a.: Ashgate, 2014.

**SHEILA WHITELEY & JEDEDIAH SKLOWER (Hg.):** *Countercultures and Popular Music*. Farnham u.a.: Ashgate, 2014.

**LINDA DUIJS, KOOS ZWAAN & STIJN REIJNDERS (Hg.):** *The Ashgate Companion to Fan Cultures*. Farnham u.a.: Ashgate, 2014.

Popmusikulturen, ihre im weiten Sinne Texte und Kontexte, werden aus diversen akademischen und außerakademischen Richtungen schon seit geraumer Zeit beleuchtet. Gleichwohl findet eine systematische, nicht nur kasuistische und verstehende Beobachtung international und auch deutschsprachig im Prinzip erst seit den neunziger Jahren und institutionalisiert seit den nuller Jahren statt. Selbst länger bestehende Einrichtungen wie Peter Wickes „Forschungszentrum populäre Musik“ an der Humboldt-Universität Berlin oder die „International Association for The Study of Popular Music (IASPM)“ haben erst richtig ihre volle Wirkungskraft entfaltet und Anerkennung erhalten, seitdem Popmusikulturen gesellschaftlich eben nicht mehr trivial gewertet werden. Pop wird hier zumeist entweder als das im wahrsten Sinne Leichte der Kulturen verstanden, also nicht nur als leicht Bewertete, Fliegengewichtige, Unterkomplexe, son-

dern auch – und das ist eine Stärke von Pop – das leicht zugängliche, Verstehbare, der soziale und der kommunikative Kitt. Jede/r, die/der schon einmal beim Ferienjob in der Fabrik oder beim Praktikum im Radiosender zunächst mal über Musik, Fußball die ersten Pausengespräche begann, weiß, wie sehr diese einem Kommunikation vereinfachen. In der Musik mutiert aus dieser Perspektive Pop dann teilweise zum Genre, also quasi dem Kommerziellen, geplanten. Was im Grunde eben gerade kein Genre ist, denn diese Varianten lassen sich bekanntlich für nahezu alle musikalischen Genres erkennen. Selbst der sperrigste avantgardistische Free Jazz oder Dubstep hat bekanntlich seine seichten Varianten oder findet sich vereinfacht in anderen Stilistiken wieder. Oder Pop wird immer noch als etwas Subversives gesehen, als das es zu Teilen ja auch antrat, gegen das Establishment, als Alternative innerhalb oder im extremen Fall außerhalb von Gesellschaft, sofern es diesen Bereich gibt, vielleicht eher parallel zur etablierten Gesellschaft. Das bedeutet im Übrigen nicht gleich wieder, dass jegliche Popmusik förderungswürdig erscheinen und das Erbe der einstigen Oper oder des Theaters antreten muss. Vermischungen finden auf kulturellichem Weg statt, wenn etwa Regisseure wie René Pollesch oder einst Christoph Schlingensiefel mit Pop aufgewachsen sind oder Musikerinnen wie Bernadette La Hengst oder Schorsch Kamerun an das Theater gehen und Bühnen-Stücke schreiben oder inszenieren. In jedem Fall eignen sich Musiken und vor allem die sie tragenden Kulturen als Seismographen teil- und gesamtgesellschaftlicher Entwicklungen, sind Spiegel und prägende Bewegung gleichzeitig. Auch die für dieses Untersuchungsfeld zunächst erstaunlich zurückhaltenden Kommunikations- und Medienwissenschaften berücksichtigen diese Bereiche mittlerweile stärker, wobei sich bemerkenswerterweise besonders die Kommunikationswissenschaften immer noch mit Verstetigungen und umfassenderen Betrachtungen schwer tun, sind doch im internationalen Raum gerade sozialwissenschaftliche Perspektiven und besonders solche aus den Communication Studies allgegenwärtig. Demgegenüber lassen sich derartige Forschungs- und Lehrbereiche in letzter Zeit etwa an Ausschreibungen für Professuren (aktuell etwa an den Universitäten Freiburg, Köln und Humboldt Berlin) sowie an Studiengangsgründungen in den Bereichen Musik-, Medienkulturwissenschaft und Musikpädagogik sowie an wissenschaftlichen Fachgesellschaften (Eta-

blierung und Umbenennung der „Gesellschaft für Populärmusikforschung“, Gründung des deutsch-österreichisch-schweizerischen Zweigs der „IASPM“, Etablierung der medienwissenschaftlichen „AG Populärkultur und Medien“ mit weit über 300 Mitgliedern, Gründung der „Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikforschung“) erkennen. Ob nun aus einer kulturwissenschaftlich orientierten Musikwissenschaft und -ethnologie (Peter Wicke, Helmut Rösing, Susanne Binas-Preisendörfer, Dietmar Elflein) heraus oder als transdisziplinäres Projekt (Diedrich Diederichsen, Thomas Düllo, Christofer Jost, Barbara Hornberger, Christoph Jacke), die Popular Music Studies sind nunmehr um so intensiver ein sich weiter verfestigender und etablierender Bereich der Wissenschaft. Ein Blick auf dazugehörige internationale Publikationen, die sich mittlerweile ebenfalls häufen, bestätigt diesen Eindruck zumindest zunächst alltagsempirisch. Erfreulich daran ist, dass diese zunehmend tatsächlich inter- und transnational arbeiten, also nicht mehr nur anglo-amerikanisch dominiert werden. Hier war jahr(zehnt)elang der Ostberliner Peter Wicke eine rühmliche Ausnahme und tummeln sich inzwischen immer mehr Popmusikforschung auch aus Österreich, Schweiz und Deutschland. *Popular Music Matters*, wie der Titel eines der hier zur Besprechung vorliegenden Sammelbands es prominent formuliert. An diesem vom Bristoler Soziologen Lee Marshall und vom Liverpoolscher Popmusikforscher und Herausgeber des Journals *Popular Music History* herausgegebenem Kompendium zeigt sich nicht nur die im Titel behauptete Tatsache empirisch verifiziert, sondern findet bereits eine Tradierung qua Person statt: Der britische Musiksoziologe, Musikologe, Rock-Journalist und Bruder des experimentellen Gitarristen Fred Frith, Simon Frith, war mit Peter Wicke einer der ganz frühen Popmusikforschenden, seine Studien *Sociology of Rock* (1978), *Sound Effects* (1981), *Performing Rites* (1996) und *Taking Popular Music Seriously* (2007) sind bereits „Klassiker“ der transdisziplinären Popmusikforschung geworden. In den letzten Jahren hat Frith sich auf große Studien zum britischen Live Music Business und dessen Industrien konzentriert. Zu Ehren von Simon Friths Emeritierung an der Universität Edinburgh haben Marshall und Laing als langjährige Weggefährten eine Fachtagung veranstaltet, die in ihrer Ausschreibung bewusst freigehalten war, so wie Frith selbst an Popmusikulturen heran tritt. Dementsprechend widmet

sich das zentrale Kapitel der Person und Karriere Friths u.a. mit einem wunderbar persönlichen Beitrag von Dave Laing zu Friths Doppelleben mit der „Low Theory“, diversen „Short Takes“ von renommierten Forschenden und Journalisten wie Sarah Thornton und Jon Savage. Eingeraht werden diese Beiträge von den beiden Großkapiteln „Sociology and Industry“ mit u.a. Mike Jones über Musikindustrieforschung, Lee Marshall über das Musiksammeln in der Cloud, Sarah Baker über das Leben von Musik in Zeiten der ökonomischen Krise am Beispiel Island und „Aesthetics and Values“ mit u.a. Philip Tagg zur musikpädagogischen Forschung und Praxis, John Street zu Wettbewerben, Beurteilung und Geschmack, Jason Toynbee über den Aufstieg und vielleicht auch den Fall von Rock, Pop und Soul. Im von Friths weiteren Weggefährten und Schüler Andrew Goodwin verfassten Nachwort trifft dieser den Geist Friths:

*„There are many Simons, as there should be, and I am not an intimate friend, although Simon Frith has that nice way of making you feel that you are, but without lying to you or himself. But in terms of intellectual impact, he once said one of those things that you repeat to students and to your selves. ‚People think you start with an hypothesis and then test it out‘, said Simon as we strolled, taking a break during a California conference. ‚It’s the other way around. You have a hunch, a conclusion. Then you work back, to see if it is true‘.“ (S. 226)*

Ähnlich beschrieb mir kürzlich Mike Jones aus Liverpool die Person Friths in einem persönlichen Gespräch. Vor einigen Jahren bemerkte Frith bei einer Gruppendiskussion im Kollegium und mit Studierenden des Studiengangs „Populäre Musik und Medien“ an der Universität Paderborn auf die Frage, welches Fach seiner Meinung nach aktuell ganz besonders zu den Popular Music Studies beitrage, kurz und knapp: „Geography“; eine angesichts der heutigen Diskussionen um Creative Cities, Stadtentwicklung, Orte und Räume, Gentrifizierungen, Migrationen etc. sehr zutreffende Beobachtung. Ein Detail an diesem Band leitet zu den weiteren Überlegungen über: Sowohl Dave Laing als auch Simon Frith haben selbst popmusikjournalistisch geschrieben und gearbeitet, waren also stets involviert, dieser Einfluss lässt sich neben dem pur Akademischen deutlich aus ihren immer auch unterhaltenden Texten herauslesen und spielt international als ein wichtiger

Strang von Perspektiven und Schreibweisen eine wichtige Rolle und erinnert an Haltungen von Vertreterinnen und Vertretern der (Popular/Sub) Cultural Studies.

Auch in der intellektuellen deutschen Popmusik-Zeitschrift *Spex* (Untertitel einst *Musik zur Zeit*, dann *Magazin für Popkultur*) mit ihren mittlerweile auch akademisch anerkannten Autorinnen und Autoren der ersten und zweiten Generation wie u.a. Diederich Diederichsen, Clara Drechsler, Sandra und Kerstin Grether, Tom Holert, Jutta Koether, Olaf Karnik, Hans Nieswandt oder Mark Terkessidis wurde frühzeitig mit Dick Hebdige, Ann Powers oder Ellen Willis diskutiert, wurden die Cultural und Popular Music Studies als oftmals eher politisch, feministisch und außerakademisch gestartete Initiativen im Kontext von Popmusik insbesondere Mitte der neunziger Jahre journalistisch aufbereitet. Ein genauerer Blick auf die Einbindung von Ansätzen der Cultural Studies auf dem Gebiet des Popmusikjournalismus lässt unschwer erkennen, dass dessen Autoren den vermeintlichen Gegensatz von Wissenschaft und Journalismus besonders elegant und leicht überwunden haben und deswegen im Grunde selbst Cultural Studies praktizieren, während diese ansonsten oft nur thematisiert, übernommen oder übersetzt werden. So wurde sich Intellektualität und Reflexion (auch mit anderen Denkerinnen und Denkern) zunächst außeruniversitär angewandt angeeignet und über dieses teilnehmende Wissen ganz unakademisch authentifiziert. Wobei diese Schreibenden sich seinerzeit, mal mehr universitär, mal eher autodidaktisch, immer jedenfalls reflektiert an diese Themen anäherten. Diederichsen selbst, seit Jahren hauptamtlich Kunst- und Kulturwissenschaftsprofessor an der Akademie der bildenden Künste in Wien, beschreibt diesen Zugang so:

*„Kritiker sind professionelle Rezipienten. Wenn sie das Pop-Kunstwerk angemessen beschreiben und bewerten wollen, müssen sie die Rezeption mitbewerten. Sie sollten also heraustreten aus dem Prozess und schauen, wie er von außen aussieht. Zugleich sind sie aber Teil der Rezeption, ja sie leben in dem Glauben, mit ihren Rezeptionserlebnissen beispielhaft voranzugehen. All die Prosaiker, die sich immer beschweren, dass wir Pop-Musik-Kritiker zu viel von uns erzählen und zu wenig von den Bands, übersehen in ihrem trüben Bedürfnis, über Produkte informiert zu werden –, lohnt sich der Kauf? –, dass wir ihnen nur an unserem lebenden Bei-*

*spiel vorführen, dass es an ihnen liegt, ob der Kauf lohnt.“*  
(Diederichsen, 2005, S. 14)

Diese Autorinnen und Autoren haben sich nicht gescheut, philosophische und soziologische Lektüren in diese, ihre erlebten Popwelten einzubauen. Im Grunde waren die frühen Autoren der *Spex* gewissermaßen Fanzine-Betreiber im zweifachen Sinn: Sie haben erstens über die Musik-Acts geschrieben, die ihnen zusagten und die sicherlich nicht immer middle-of-the-road waren, wobei das selten verkrampt dogmatisch schien. Sie haben zweitens keine Angst gehabt, ihre Erfahrungen mit von ihnen goutierten, so unterschiedlichen und teilweise auf den ersten Eindruck wenig pop-kompatiblen Denkerinnen und Denkern wie Jean Baudrillard, Judith Butler, Simon Frith, Guy Debord, Niklas Luhmann oder Slavoj Žižek mit Pop zu koppeln, sofern diese das nicht schon selbst getan hatten. Eine derartige Verarbeitung zwischen Pop-Theorie und Theorie-Pop fehlt dem deutschen Musikjournalismus heute sehr, wie es auch die Journalistin und Kunsttheoretikerin Mercedes Bunz noch vor einiger Zeit in der mittlerweile leider eingestellten Zeitschrift für elektronische Musik *De:Bug* beklagte:

*„Heutzutage taucht Theorie, auch die französische, immer weniger im Popdiskurs auf und befindet sich damit fest in der Hand der Gelehrten. Schade eigentlich.“*  
(Bunz, 2006, S. 74)

International sind u.a. aus derartigen Vermengungen und Diskursen eben die heterogenen, transdisziplinären Popular Music Studies entstanden. Bester Beleg für deren Etablierung ist der rückwirkende Effekt: Akademische Studiengänge, Stellenausschreibungen, Fachgesellschaften und -gruppen sowie popkulturpolitische Programme deuten auf die mittlerweile mannigfaltig vorhandene gesellschaftliche Berücksichtigung von Popular Culture hin. Da dürfen akademische Einleitungen und Handbücher nicht fehlen: In Umfang von knapp 650 Seiten, in der Aktualität, in der thematischen und disziplinären Spannweite von wissenschaftlichen Theorien und Methoden bis zu Business, Body, Stars, Technology und Digital Economies, von Kommunikations-, Theater-, Medien, Literatur-, Tanz-, Musikwissenschaften bis zu Kulturgeschichte, Journalistik, Ethnomusikologie, So-

ziologie, Cultural Studies und Event-Forschung sowie Reputation mit Autorinnen und Autoren wie u.a. Phil Auslander, Reebee Garofalo, Anahid Kassabian, Tony Mitchell, Catherine Strong, Sheila Whiteley ist dieses vom Kulturosoziologen Andy Bennett und Musikwissenschaftler Steve Waksman herausgegebene Handbuch erfreulich neu und ergiebig steinbruchartig. Versucht wird laut eigener Auskunft ein Update von Cultural Studies in Form einer New Musicology. Erfreulich, dass hier auch immer wieder an Politics angedockt wird, etwa im Rahmen eines Beitrags zu (Pop-)Musik-Kartellen. Leider hat diese für Wissbegierige auch nicht-akademischer Motivation wunderbare Intensität ihren besonders hohen Preis. Wobei dieses Manko für alle hier besprochenen Bände gilt, gebundene, in kleinen Auflagen erscheinende Fachbücher scheinen zu einem Luxusgut zu verkommen, in diesen Fällen im gänzlichen Gegensatz zu ihren Untersuchungsgegenständen. Das verursacht beim Rezensenten ein seltsames Gefühl von leichter Skepsis. Man kann daher nur auf eine Paperback-, Ebook-Version oder eine wohl sortierte Bibliothek in der Nachbarschaft hoffen.

Eines der großen Themen und Anliegen der aktivistischen und intervenierenden Cultural Studies war stets die Anwaltschaft für Minoritäten jeglicher Art, also auch Gegenkulturen, die quasi bildlich ‚unterhalb‘ der Gesellschaft situiert wurden. Die Besprechung des von Sheila Whiteley und Jedediah Sklower herausgegebene Sammelbands *Countercultures and Popular Music* muss mit einer persönlichen Anmerkung beginnen, die gleichwohl sicherlich auch für die Lektüre dieses Bands bedeutend sein kann: Die Herausgeberin und Emeritus-Professorin an der Universität Salford Sheila Whiteley ist Anfang Juni im Alter von 74 verstorben. Ich hatte die Freude, sowohl im Rahmen der Ausstellung und des Sammelbands *ShePOP – Frauen. Macht. Musik!*, veranstaltet und herausgegeben im Jahr 2013 gemeinsam mit Sonja Eismann, Monika Bloss, Susanne Binas-Preisendörfer, Thomas Mania und dem Gronauer „rock'n'popmuseum“ als auch bei der Gründung des bereits erwähnten deutschsprachigen Zweigs der „IASPM“ mit der sympathischen feministischen Musikologin zu arbeiten. Die britische Popmusik-Professorin begeisterte mich dabei durch ihre Offenheit, Lockerheit und vor allem Neugierde. Als ich von ihrem Ableben las, war ich zum einen deswegen geschockt, zum anderen, weil sie 74 Jahre alt war. Denn so, wie ich sie erlebt

habe, wirkte sie mindestens zwanzig Jahre jünger, im Grunde war erschien sie jünger als manche junge Kollegin. Schon beim ersten Gespräch verfielen wir in eine Art wissbegierigen Rausch in Sachen Pop, Landeskunde, Wissenschaft und Gesellschaft. Und als Sheila später einen geschätzten Kollegen fragte, ob dieser etwas zu rauchen habe, war ihr schon klar, dass ich ihr eine Filterzigarette von mir gegeben hätte. Diese lenkt im Grunde auf die mittlerweile international und auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz immer besser etablierten Popular Music Studies und deren spannendes Gebiet und oftmals begeisterte Forschende und Studierende hin. Insbesondere die britischen Kolleginnen und Kollegen stecken hier immer wieder mit ihrer nahen, positiven Art an, wie ich es mit Sheila und anderen wie Mike Jones, Ian Inglis oder Simon Frith erleben durfte. Sheila Whiteleys Spezialinteresse galt dabei immer dem Zusammenhang aus Popmusik und Gender, so ist wohl auch ihre wichtigste größere Veröffentlichung bis heute die Studie *Women and Popular Music: Sexuality, Identity and Subjectivity* aus dem Jahr 2000. Der vorliegende Band wurde von Whiteley in enger Zusammenarbeit mit dem in Paris und Lille Popmusik-Geschichte, -Ästhetik und Kommunikation lehrenden Doktoranden Jedediah Sklower entstanden, welcher auch seit 2008 im Editoren-Team des französischen Popmusik-Forschungsjournals *Volume! The French Journal of Popular Music Studies* arbeitet. Auch Sklower bedankt sich sehr herzlich und überschwänglich für die Zusammenarbeit bei Sheila Whiteley, was meinen geschilderten Eindruck stützt. *Countercultures and Popular Music* ist eine Übersetzung und somit Internationalisierung eines Sonderausgabe von *Volume!*, die sich noch ausgiebiger mit dem Thema Gegenkulturen auseinandergesetzt hat, wie man in der um zahlreiche Informationen und Artikel erweiterten Online-Ausgabe nachlesen kann. In der vom kritischen Musikologen Derek B. Scott (Leeds) und vom Popmusikologen Stan Hawkins (Oslo) herausgegebenen international derzeit wohl wichtigsten Publikationsreihe *Ashgate Popular and Folk Music Series*, in der auch *Popular Music Matters* erschienen ist, ist gewissermaßen ein überarbeitetes Extrakt daraus erschienen, eingeleitet von den beiden neuen Überlegungen zum Zusammenspiel aus Gegenkultur(en), Popmusik und Gesellschaft, *Countercultures and Popular Music* von Sheila Whiteley und *Reappraising „Counterculture“* von Andy Bennett, der auch gleich definitorische Hilfe leistet:

„Generally speaking, ‚counterculture‘ is used to denote a point of disjuncture between what are represented as dominant or mainstream values and alternative value systems that, although the purview of a minority, are articulated through various forms of media – music, writing, art, protest and so on; these serve to amplify the collective voice of a counterculture in such a way that a minority becomes a ‚significant‘ minority.“ (S. 17)

Bennett beklagt in diesem Zuge, dass der Begriff (um es zu übersetzen) Gegenkultur vom benachbarten Begriff Subkultur oftmals regelrecht überschattet wird und fordert deswegen ein „Re-theorising Counterculture“ (S. 22), welches nachvollziehbarerweise auch eine Betrachtung aktueller Kontexte nach sich zieht. Schon im Vorwort mit dem treffenden Titel *Dissent within Dissent* beschreibt Sklower selbst:

„While theorists and in situ enthusiasts could see what – for a short period of time – bound the movement together in its opposition to mainstream society and the technocracy, what appears a novel theme in contributions is how the 1960s counterculture fostered not only united resistance, but also multiple forms of inner dissent – a variety of contradictory facets of counterculture with different historical roots and various legacies beyond the 1960s.“ (S. XV)

Genau diese aus- und entdifferenzierten Antagonismen, Kämpfe und Einigungen beschreiben die vier Hauptkapitel „Theorising Countercultures“, „Utopias, Dystopias and the Apocalyptic“, „Sonic Anarchy“ und „Countercultural Scenes – Music and Place“. Mal an Länder, Städte und Regionen wie Neapel, Berlin oder Dänemark, mal an Personen wie Yoko Ono, Franz Zappa, Andy Warhol/The Velvet Underground oder Grateful Dead, mal aber auch absolut grundlegend, und das macht den Band besonders wertvoll und lesenswert. Auch unabhängig von konkreten historischen (und erfreulicherweise auch manches mal systematischen) Fallstudien wird hier über amerikanischen Modernismus (Ryan Moore), Subkulturen und die Multitude (Charles Mueller), christliche Einflüsse (Shawn David Young, Thorborg Daphne Hall) oder Utopismus und alternative Musikszene (Christophe Den Hardt) geforscht und somit reflektiert an einer Art Geschichte der popmusikalischen und künstlerischen Gegenkulturen mitgeschrieben: „The counterculture: an apocalypse maybe, but a prolific one!“ (S. XX). Der amerikanische Gitarrist, Studiomusiker und

Musikpädagoge Charles Mueller spricht eins der großen Mankos dieser meistens zerklüfteten Kulturen an:

„The various subcultures in Britain did not, as Hardt and Negri might say, fully appreciate the common that they produced and its productive potential. Future subcultures and social movements cannot make this mistake. Expressing an awareness of immanence must remain their main focus.“ (S. 78)

Abgesehen von der auch hier (und an einigen anderen Stellen im Band) nicht ganz beherrigten Sensibilität für die unterschiedlichen Typen von Kultur, wie sie sich Bennett wünscht, deckt Mueller damit die oftmalige Zer- und Widerstrittenheit der vor allem linken Gegenkulturen an, die sie eben oft unfähig zur „Regierung“ macht. Gleichwohl darf man fragen, ob das nicht eben auch charakteristisch für Gegen- und Subkulturen ist. Die Inkompatibilität zueinander und das gleichzeitige Eingebettetsein in Kultur zeichnet ja eben diese eher konflikthaften Prozesse aus, Konformität wäre kontraproduktiv, im Progressiven wie auch im Regressiven (man überlege sich, die rechten Sub- und Gegenkulturen würden sich einig). Gegen opponiert klar und deutlich und meistens auf weiter Fläche, während Sub unterwandert, nicht unbedingt klar artikuliert, eher eine Schattengesellschaft bildet, und sei es nur temporär. Außerhalb von Kultur bewegen sich beide nicht, wie es u.a. die Kulturtheoretiker Pierre Bourdieu (*Die feinen Unterschiede*, dt. 1987, *Die Regeln der Kunst*, dt. 2001) oder Siegfried J. Schmidt (*Kognitive Autonomie und soziale Orientierung* 1994 und aktuell auf *Kulturbeschreibung \* Beschreibungskultur* von 2014) immer wieder beschrieben haben. Alles in allem ist *Countercultures and Popular Music* ein sehr heterogener und wissenswerter Überblick über Geschichten, Ästhetiken und Theorien popmusikalischer Gegenkulturen.

Ein spezifisch der Rezeption, Nutzung und Weiterverarbeitung von, mit und in Popmusikulturen gewidmeter Forschungsbereich ist die Fan-Forschung, welche ebenfalls wie die „AG Populärkultur und Medien“ in der „Gesellschaft für Medienwissenschaft“ mittlerweile sogar eine eigene „AG Partizipations- und Fanforschung“ bewirkt hat. „The Ashgate Research Companion to Fan Cultures“ liegt sozusagen quer zu den *Popular Music Studies*, da sich Fankulturen kulturell in allen möglichen gesellschaftlichen Bereichen entwickeln, wenn auch sicherlich besonders si-

gnifikant in der Popmusik. Die niederländischen Medien- und Kulturwissenschaftler Linda Duits (Universität Utrecht), Koos Zwaan („Inholland University of Applied Sciences“) und Stijn Reijnders („Erasmus University Rotterdam“) haben ihr Fanforschungs-Handbuch thematisch weit geöffnet und nur grob in die Hauptkapitel „Re-Defining the Fan“, „Fans and Producers“ und „Localities of Fandom“ unterteilt. Dabei reicht das auch hier aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln behandelte Spektrum von der Entwicklung und Geschichte des Fantums (der Film- und Fernsehwissenschaftler Matt Hills), musikalisches Anti-Fantum (die Popmusik- und Medienforscherin Liz Guiffre), Lady Gaga-Fantum (die Publikums- und Internetforscherin Lucy Bennett) über neue Beziehungsgeflechte zwischen Kommunikation und Marketing im Kontext von folkloristischen Performance-Fans (die Kommunikationswissenschaftlerin Angela Chang), queere Lesarten von Soaps (die Kino- und Medienwissenschaftler Frederik Dhaenens und Sofie van Bauwel), Anime-Conventions (die Lektorin für Neue Medien und digitale Kulturen) bis hin zu Online-Fangruppen (die Cultural Studies-Forscherin Ruth A. Deller) und Fußball-Fankulturen (der Sportmedien- und Subkulturforscher Steve Redhead). Dabei speisen sich viele der Ansätze erwartungsgemäß aus Anwendungen oder Modifikationen bestehender Modelle der Rezeptions- Wirkungs-, und Publikumsforschung von Medien-, Kommunikations- und Musikpsychologie sowie Soziologie. Dennoch schient die besondere Gruppe der Fans als eine Art Extrem-Rezipierende in Quantität und Qualität auch etwas ganz eigenes darzustellen und in ihrer Emotionalität, Bindung, Involvement und Aktivität – zunächst einerlei ob in Bezug auf musikalische, spielerische (Games, Brett- und Rollenspiele etc.) oder mediale (TV-/DVD-Serien etc.) Angebote. Zu Beginn ihrer Einleitung bringen es Koos Zwaan, Linda Duits und Stijn Reijnders wunderbar auf den Punkt:

*„Fans are special. Nowadays they appear to be the holy grail of media culture, which makes it hard to believe that they were once outcasts.“*  
(S. 1)

Entlang der folgenden drei zentralen Leitfragestellungen nähert sich der für Forschende jeglicher Stufe geeignete Companion dem faszinierenden und vielseitigen Phänomen der Fank-Kulturen: „(1) What is a fan?; (2) What is the current relationship between fans and producers?; (3) Where

does contemporary fandom manifest itself?“ (S. 2) Festzuhalten bleibt, dass diese vier nunmehr vorliegenden Bände aus einem internationalem Raum heraus auch in den deutschsprachigen Wissenschaftsbereich ausstrahlen, dass eine Etablierung, Ausdifferenzierung und sogar Tradierung von Popular Music Studies intensiv stattfindet und somit sehr motiviert wird, endlich auch in der Schweiz, Österreich und Deutschland diese Bereiche zu einer akademischen, im positiven Sinn diskutablen Selbstverständlichkeit zu machen und noch deutlicher in den internationalen Raum zurückzu strahlen – und welchen enormen Anteil Medienkultur- und Kommunikationswissenschaften daran haben. Wie sagte Derek B. Scott, einer der beiden Reihenherausgeber der hier schon erwähnten renommierten *Ashgate Popular and Folk Music Series* vor einigen Jahren augenzwinkernd auf einer Tagung zu mir:

*„Christoph? Why don't you write about your own popular music, about Boney M.? About Schlager? About Modern Talking? Why does it always have to be one of us to write about Blixa Bargeld and Einstürzende Neubauten?“*

Nun, Derek, Du bist einer von denen, die uns inspiriert haben, wir arbeiten daran.

### Bibliographie:

- Bunz, M. (2006). Diskurse, die uns begleitet haben. Popdiskurs, Theorie und die Mutation des Werkzeugkastens. In: *De:Bug*. Magazin für elektronische Lebensaspekte, 100 (03), S. 74.
- Diederichsen, D. (2005). Schreiben im Musikzimmer. In: Ders.: *Musikzimmer*. Avantgarde und Alltag. Köln, S. 11-27.

Christoph Jacke, Paderborn

**TIM TOLSDORFF: Vom Fixstern zur Sternschnuppe. Zwei deutsche Illustrierte und ihre gemeinsame Geschichte vor und nach 1945.** Halem Verlag 2014, 564 Seiten.

Henri Nannen hat den Stern nicht erfunden, bzw. er hat die Geschichte erfunden, dass er den Stern erfunden hat. Diese Geschichte erzählt uns wiederum Tim Tolsdorff in seiner Dissertationsschrift über „zwei deutsche Illustrierte und ihre gemeinsame Geschichte vor und nach 1945“. Denn in

den Jahren 1938 und 1939 hatte es bereits eine deutsche Illustrierte mit dem Namen *Stern* gegeben. Nun ist diese Geschichte gar nicht neu. Nils Minkmar, ehemaliger Feuilletonchef der FAZ, heute beim *Spiegel* und – nicht ohne Ironie – 2012 und 2013 Mitglied der Nannen-Preis-Jury, hat sie bereits 2002 erzählt. Tolsdorff aber nennt Minkmars Aufsatz „Die doppelte Wundertüte. Wie Henri Nannen den *Stern* erfand“, erschienen in dem Buch *Die Herren Journalisten*, herausgegeben von Lutz Hachmeister und Friedemann Siering, populärwissenschaftlich (S. 23). Was ihn jedoch nicht davon abhält, die Einleitung von Hachmeister ausgiebig zu zitieren (S. 46, S. 490). Tolsdorff hat Großes vor:

*„Mit der These, dass sich Henri Nannen – maßgeblich unterstützt von markenrechtlich, presspolitisch und journalistisch beschlagenen Ideengebern – beim Entwurf seiner neuen Illustrierten stark an der gleichnamigen Publikation aus den Jahren 1938/39 orientierte und manche Elemente gar komplett übernahm, stellt sich der Autor dem Mythos von der Stern-Gründung als journalistischem Geniestreich entgegen.“*

Diesen Mythos betont er wieder und wieder. Nicht einmal Nannen selbst wird die Geschichte so oft erzählt haben wie Tolsdorff auf den Seiten seiner Studie. Das wird vor allem dann zum Problem, wenn Tolsdorff die vermeintlichen Übereinstimmungen zwischen dem *Stern* von 1948 und jenem von 1938 aufzuzeigen versucht. Denn vor dem Hintergrund dessen, was Tolsdorff zuvor als Popanz aufbaut, wirken seine Indizien, die für den *Stern* einen roten Faden von 1938 nach 1948 spinnen sollen, sehr dünn und voller Mutmaßungen:

*„So befand sich zum Zeitpunkt von Nannens erstem PrK-Lehrgang in Potsdam Ende 1940 auch Kurt Zentner in der Ausbildung zum Kriegspropagandisten. Möglicherweise begegneten sich die Männer, deren Pfade sich nach dem Krieg an der Redaktionsspitze des Stern in Hamburg erneut kreuzen sollten, hier zum ersten Mal.“ (S. 170)*

Wenn Florian Illies sich ein zufälliges Treffen von Stalin und Hitler im Januar 1913 in Wien in seinem nach diesem Jahr betitelten Buch vorstellt, dann ist das große Literatur. Aber um Literatur geht es hier nicht.

Um nicht missverstanden zu werden. Weite Teile

des Buches sind eine exzellente Beschreibung von journalistischen Praktiken bei Illustrierten vor und nach 1945. Der Band ist logisch gegliedert, jedoch vielfach redundant. Auf das Kapitel zum „medialen Mythos: Henri Nannen und die Erfindung des *Stern*“ folgen Kapitel zu den pressepolitischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, jeweils unterteilt für den alten und den neuen *Stern*, zum journalistischen Personal der Illustrierten sowie zum Vergleich der Gestaltung und zum Vergleich der Inhalte.

Formen des Layouts, der Bebilderung, der Thementauswahl, all dies wird stets versucht als Kontinuität zwischen altem und neuem *Stern* zu sehen. Dabei zeigt Tolsdorff ja gerade auch die Einflüsse etwa von *Life*, *Look*, oder der späteren Konkurrenz wie *Quick*. Das ist eine richtig spannende Geschichte: Wie prägte der Zeitgeist in den 1930er und 1940er Jahren die illustrierte Publizistik und vice versa und zwar über die Brüche 1933, 1939 und 1945 hinweg. Hier können in einer Zusammenschau von Kenntnissen zur Journalismusgeschichte und visueller Kommunikation spannende Entwicklungen aufgezeigt werden. Tolsdorff aber steht der eigene Anspruch einer Entzauberung Nannens im Wege. Im Fazit heißt es dann aber nur: „Zweifellos aber dürfte Nannen den alten *Stern* gekannt haben.“ Gerade weil Tolsdorff das nicht belegen kann, sucht er nach Parallelen:

*„Für beide Versionen des Stern gilt, dass sie gleichermaßen von ihren Gründern, deren Einstellungen, Prädispositionen und Verhaltensweisen geprägt wurden.“ (S. 203)*

Das aber gilt genauso für *Spiegel* und *Bild*, sicher auch für *Apple*, *Facebook* etc. Wenn es um das Verhältnis der nationalsozialistischen Machthaber zum alten *Stern* geht, heißt es:

*„Ohne den Boden des Spekulativen zu betreten kann man auch in Ermangelung konkreter Belege folgern, dass deshalb das Konzept für ein aufwändig gestaltetes Starmagazin bei den politisch Verantwortlichen auf Zustimmung stieß.“ (S. 505)*

Patrick Merziger kommt in seiner Besprechung des Buches (*Publizistik* 60 (3), S. 370) zu folgendem Urteil:

*„Es verdient noch einmal festgehalten zu werden, da sich die Legende von der Stern-Kopie*

*hartnäckig hält: Vor 1945 erschien eine Filmzeitschrift, die Stern hieß. Diese Zeitschrift steht aber in keiner personellen, inhaltlichen und konzeptionellen Verbindung zum Nachkriegs-Stern, die über andere Vorbilder hinausginge – im Gegenteil.“*

Tolsdorff hat mit seinem Buch nicht den Mythos Nannen entzaubert sondern jenen der eigenen Entzauberung. Auch sein Doktorvater Horst Pöttker relativiert bei einer öffentlichen Präsentation des Buches die Erkenntnisse von Tolsdorff, indem er von „Übereinstimmungen, zumindest frappante[n] Ähnlichkeiten zwischen der ‚neuen‘ und ‚alten‘ Illustrierten *Stern*“ spricht (Abgerufen von <http://www.halem-verlag.de/2015/belastete-vergangenheit-verklaerte-geschichte-der-medienmythos-stern-2>).

Diese Ähnlichkeiten sind bislang zu wenig beachtet worden und insofern leistet Tolsdorff einen wichtigen Beitrag zur Erforschung der Geschichte des deutschen Journalismus im 20. Jahrhundert. Es ist sehr zu wünschen, dass Tolsdorff hier wei-

ter arbeitet und sich dabei vielleicht weniger an Nannen abarbeitet. Mehrfach wiederholt er den Vorwurf, Nannen habe seine Tätigkeit für NS-Medien verharmlost und sowieso der Journalismus insgesamt nicht willens gewesen sei, seine eigene braune Vergangenheit aufzuarbeiten. Das ist richtig und wichtig und doch hätte man sich an dieser Stelle etwas mehr Theoriearbeit zum „Journalismusjournalismus“ (Maja Maik) und seinen blinden Flecken gewünscht, denn dann hätte Tolsdorff hier nicht nur mit Beschreibung und Vorwurf, sondern auch mit Erklärungen aufwarten können. Außerdem vermisst man die Erwähnung positiver Beispiele in diesem Bereich wie etwa die Arbeiten von Volker Lilienthal und Hans Hafenbrack zur NS-Geschichte des Evangelischen Nachrichtendienstes (epd). Gerade weil Tolsdorff so auf einen Scoop in Sachen Nannen aus zu sein scheint, gelingt ihm der Blick über den Tellerrand des *Stern* hinweg zu wenig.

Thomas Birkner, Münster)



# Empfehlung

**HW** HERBERT VON HALEM VERLAG

VON DER  
STERN-SCHNUPPE  
ZUM FIX-STERN  
Zwei deutsche Illustrierte  
und ihre gemeinsame Geschichte  
vor und nach 1945.  
Tim Tolsdorff

TIM TOLSDORFF

**Von der Stern-Schnuppe zum Fix-Stern.  
Zwei deutsche Illustrierte und ihre gemeinsame  
Geschichte vor und nach 1945**

*Öffentlichkeit und Geschichte*, 7  
2014, ca. 540 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.  
EUR(D) 34,00 / EUR(A) 34,80 / sFr. 56,70  
ISBN 978-3-86962-097-8

Die Erfindung der Illustrierten *Stern* durch Henri Nannen im Sommer 1948 ist einer der bestimmenden Gründungsmythen in der bundesrepublikanischen Pressegeschichte. Der Medienhistoriker Tim Tolsdorff dekonstruiert diesen Mythos und legt offen, dass Nannen zu großen Teilen das Konzept einer Illustrierten übernahm, die bis Ende 1939 in Berlin als erfolgreiches Produkt der NS-Propaganda erschien. Der Autor recherchierte in zahlreichen Archiven, wertete Zeitschriften aus und erschloss bislang unbekannte Nachlässe. Auf dieser Grundlage beleuchtet er den Einfluss erfahrener NS-Propagandisten bei Nannens Blatt und weist nach, dass der Relaunch Ergebnis eines nach wirtschaftlichen, pressepolitischen und markenrechtlichen Kriterien gesteuerten Ausleseprozesses war.

**Außerdem in der Reihe *Öffentlichkeit und Geschichte* erschienen:**

GEDÄCHTNIS-  
VERLUST?  
Geschichtsvermittlung und  
-debatte in der Mediengesellschaft  
Linda Erker, Klaus Kienesberger,  
Ernst Kogel, Fritz Hausjell (Hrsg.)

L. ERKER / K. KIENESBERGER /  
E. VOGL / F. HAUSJELL (Hrsg.)  
**Gedächtnis-Verlust?**  
**Geschichtsvermittlung und -di-**  
**daktik in der Mediengesellschaft**  
*Öffentlichkeit und Geschichte*, 6  
2013, 260 S., 9 Abb.,  
EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 /  
sFr. 47,60  
ISBN 978-3-86962-066-4

DAS  
SELBSTGESPRÄCH  
DER ZEIT  
Die Geschichte des Journalismus  
in Deutschland 1920-1914  
Thomas Birkner

THOMAS BIRKNER  
**Das Selbstgespräch der Zeit.**  
**Die Geschichte des**  
**Journalismus in Deutschland**  
**1605 - 1914**  
*Öffentlichkeit und Geschichte*, 4  
2012, 430 S., 61 Abb., 5 Tab.,  
EUR(D) 30,00 / EUR(A) 30,70 /  
sFr. 50,40  
ISBN 978-3-86962-045-9

JOURNALISTISCHE  
PERSÖNLICHKEIT  
Fall und Aufstieg  
eines Phänomens  
Wolfgang Duchkowitzsch,  
Fritz Hausjell, Bernd Semrad  
(Hrsg.)

W. DUCHKOWITSCH / F. HAUSJELL /  
H. PÖTTKER / B. SEMRAD (HRSG.)  
**Journalistische Persönlichkeit.**  
**Fall und Aufstieg eines**  
**Phänomens**  
*Öffentlichkeit und Geschichte*, 3  
2009, 488 S., 2 Tab.,  
EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 /  
sFr. 49,60  
ISBN 978-3-938258-82-8

THEODOR FONTANE  
ALS JOURNALIST  
Selbstverständnis und Werk  
Dorothee Krings

DOROTHEE KRINGS  
**Theodor Fontane als Journalist.**  
**Selbstverständnis und Werk**  
**Öffentlichkeit und Geschichte, 2  
2008, 400 S.,  
EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 /  
sFr. 49,60  
ISBN 978-3-938258-52-1**

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

Bei Unzustellbarkeit  
bitte zurück an:

**medien & zeit**

Währinger Straße 29  
A-1090 Wien

Erscheinungsort Wien,  
Verlagspostamt 1180 Wien,  
2. Aufgabepostamt 1010 Wien