

# Medien und Technologie

---

“Zu Beginn des nächsten Jahrtausends werden unsere Manschettenknöpfe oder Ohrringe auf dem Umweg über erdnahe Satelliten miteinander kommunizieren und dabei über mehr Rechenleistung verfügen als unsere heutigen PCs. Neuartige Systeme zur Übertragung und zum Empfang individueller Informationen und Unterhaltungsprogramme werden die Massenmedien völlig umkremeln. Der digitale Planet besitzt die Form und Größe eines Stecknadelkopfs.“





---

Bei der Auseinandersetzung mit Medien wird man schnell auf die Bedeutung der Technologie stoßen. Technologien sind die Schnittstelle, über die wir mit der Welt in Kontakt treten. Unser Tor zur Wirklichkeit. Medientechnologien sind Technologien wie andere auch, sie bestehen aus Hardware und Software, sind in unterschiedlichen Formen und Größen erhältlich und verändern sich rasch auf verwirrende Weise. Sie katalysieren viele Menschen ins Nirvana des so genannten Informationszeitalters. Andere bleiben zurück, wie Obdachlose durchwühlen sie Müllberge veralteter Software und überholter Betriebssysteme, mit dem guten alten Telefon und der analogen Hausantenne kommen sie gerade mal so zurecht.

Es ist nicht einfach, im Zusammenhang mit den Medien über Technologie nachzudenken und diese zu hinterfragen. Und das nicht nur wegen des Tempos der Veränderung, die ebenso unvorhersehbar ist wie ihre Folgen widersprüchlich. Es wird viel darüber diskutiert, dass die Medientechnologien unseren

Alltag bestimmen und unsere Fähigkeit zu sinnvollem Handeln erweitern oder einschränken. Wir erleben, so versichert man uns, und zumindest für einen gewissen Teil der Weltbevölkerung trifft das auch zu, eine technisch-industrielle Revolution mit weitreichenden Konsequenzen für die Erzeugung und Verteilung von Informationen. Neue Technologien und neue Medien, die aufgrund der Digitalisierung zunehmend konvergieren, werden die sozialen und kulturellen Räume und unsere Vorstellung von der Zeit verändern. Die Welt schläft nie: Rund um die Uhr werden Nachrichtensendungen ausgestrahlt und Finanzdienstleistungen angeboten. Weltweiter, jederzeit verfügbarer Zugang zum Internet. Interaktiver Handel in virtuellen Ökonomien, interaktive Geselligkeit in virtuellen Gemeinschaften. Wir leben online. Jede Menge Kommunikationskanäle. Jede Menge Auswahl. Fernsehsender für jede Geschmacksrichtung.

---

---

Hören sie die Propheten des Silicon Valley und des Media Lab! Hören Sie zum Beispiel was Nicolas Negroponte zu sagen hat (1995, S.13):

„Zu Beginn des nächsten Jahrtausends werden unsere Manschettenknöpfe oder Ohringe auf dem Umweg über erdnahe Satelliten miteinander kommunizieren und dabei über mehr Rechenleistung verfügen als unsere heutigen PCs. Ein Telefon wird nicht mehr aufdringlich klingeln, sondern wie ein gut ausgebildeter Englischer Butler Anrufe entgegennehmen, sortieren und gegebenenfalls auch beantworten. Neuartige Systeme zur Übertragung und zum Empfang individueller Informationen und Unterhaltungsprogramme werden die Massenmedien völlig umkrepeln. Schulen werden sich zu einer Kombination aus Museum und Spielplatz entwickeln, in der Kinder sich treffen, um ihre Ideen zusammenzutragen und mit anderen Kindern auf der ganzen Welt in Kontakt zu treten. Der digitale Planet besitzt die Form und Größe eines Stecknadelkopfs.“

Was werden die Manschettenknöpfe sich dann wohl erzählen? Wozu werde ich diese Rechenleistung brauchen? Wenn alle Informationen auf mich persönlich zugeschnitten werden, wie kann ich dann jemals etwas neues erfahren? Wer wird die neuartigen Schulen bezahlen und die Lehrer entsprechend ausbilden (oder umschulen falls sie überflüssig werden)? Wie halte ich die individuell auf mich zugespitzten Nadelstiche meiner weltweiten Verwandtschaft aus?

Wenn man jedoch einmal eingesehen hat, dass neue Technologie nicht ohne unser Zutun auf uns niederkommt, dann wird es schwieriger, über das Thema nachzudenken. Wenn man einräumt, dass sie in komplexen Entwicklungsprozessen entsteht, die ihrerseits den Einflüssen sozial und historisch bedingter Institutionen und Individuen ausgesetzt sind. Neue Medien werden auf den Fundamenten der alten errichtet. Sie fallen nicht vom Himmel und werden nicht fix und fertig angeliefert. Und es steht keineswegs von vornherein fest, wie sie institutionalisiert und benutzt werden, und noch weniger, welche Folgen sie in Gesellschaft, Politik und Ökonomie zeitigen werden. Die Apologeten der Techno-Logik werden sich schnell darüber einig sein, dass die stetige Steigerung der Geschwindigkeit und die Miniaturisierung wünschenswert sind. Ob das auch im Bereich der Erfahrung gilt, bleibt fraglich.

---

---

Denn der technologische Wandel hat Folgen. Und diese Folgen können, wie wir seit langem wissen, grundlegender Natur sein: eine sichtbare oder unsichtbare Veränderung der Welt, in der wir leben. Die Schrift und der Buchdruck, der Telegraph, das Radio, das Telefon, das Fernsehen und das Internet: Jede neue Technologie hat den Umgang mit Informationen und die Kommunikation verändert und neue Formen hervorgebracht, um Sehnsüchte zu artikulieren, andere Menschen zu beeinflussen oder Vergnügen zu bereiten. Neue Möglichkeiten also, Bedeutungen herzustellen, zu fixieren und zu übermitteln.

Es gibt also nicht die Technologie im Singular. Aber was sollen wir uns unter Technologien im Plural vorstellen?

Marshall Mc Luhan wollte dass wir **Technologie als Teil unseres Körpers** betrachten, als Erweiterungen unserer Physischen und psychischen Handlungsmöglichkeiten. Vor Allem die Medien haben demnach die Bandbreite und Reichweite unserer Fähigkeiten erhöht und uns unbeschränkte Macht verliehen, aber sie

haben auch die Umgebung verändert, in der diese Macht ausgeübt wird. Mc Luhan zufolge bewirken das Technologien selbsttätig, sie verfügen als Prothesen von Körper und Geist über einen gewaltigen Einfluss und sind hinsichtlich ihrer Auswirkungen unspezifisch und wirken für alle gleich. Die Beliebtheit dieser Theorie in den 60er Jahren basierte auf der Neuartigkeit und dem umfassenden Anspruch von Mc Luhans Herangehensweise. Er war ein Prophet seiner Zeit, der Gehör fand und immer noch findet. Seine einfache Botschaft, das nunmehr das Medium die Botschaft sei, um deren Beeinflussung es gehe, stimmt mit dem Glauben derer überein, die durch die neueste Generation interaktiver Netzwerktechnologien die ganze Welt in ein Medium verwandelt sehen. Für sie ist „das Internet ein Modell menschlicher Möglichkeiten“. Cybernauten. Lass deinen Phantasien freien Lauf, dann werden zumindest einige von ihnen wahr! Unendliche Speicherkapazität. Schrankenloser Zugang. Smartcards und Netzhautimplantate. Die Benutzer verändern sich im Prozess der Benutzung. Und eins ist sicher: Am Ende wird es etwas anderes bedeuten, ein Mensch zu ein. Ein Klick!

---

---

Auch theoretische Unschärfe hat ihren Wert. Unsere Aufmerksamkeit wird auf die Dynamik des strukturellen Wandels gelenkt. Fragen werden aufgeworfen. Aber die Details der Ursachen und Wirkungen, der Machtausübung und des Widerstands, geraten dabei ebenso aus dem Blick wie weitere Ursachen des Wandels: Faktoren die die Erschaffung der Technologien vorantreiben und Variablen, die unsere Reaktionen auf die Technologie beeinflussen. Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Kultur. Technologien, so muss man sagen, ermöglichen etwas (oder machen etwas unmöglich), aber sie determinieren es nicht. Sie entstehen, existieren und vergehen in einer Welt, die nicht allein von ihnen bestimmt wird.

Doch die Beliebtheit solcher Theorien ist verständlich. Was McLuhan beschreibt, und dadurch unbewusst verstärkt, ist gewissermaßen eine Universalie der Kultur, nach der Technologie als eine Art **Verzauberung** gelten kann. Die Formulierung geht auf Alfred Gell zurück. Er beschreibt damit die Verzauberungstechniken, die Menschen benutzen, um „**Herrschaft über die Gedanken und Handlungen anderer Menschen auszuüben**“ (Gell, 1988, S. 7). Darunter versteht er Kunst, Musik, Tanz, Rhetorik, Geschenke und all jene intellektuellen und praktischen Artefakte, die es uns ermöglichen sollen, die ganze Tonleiter menschlicher Empfindungen auszudrücken mit anderen Worten: Medien.

Doch das Konzept der Technologie als **Mittel** der Verzauberung geht darüber hinaus, denn es besagt, dass alle Gesellschaften, einschließlich unserer eigenen Technologie als Ursprung und Quelle von Magie und Geheimnissen ansehen. Auch Gell weist darauf hin. Seiner Ansicht nach sind Technologie und Magie unauflösbar miteinander verknüpft. Die Magie wirkt ab dem Moment, in dem der Samen gesät wird. Daher rührt ihr Anspruch auf zukünftigen Erfolg, der dadurch gleichzeitig erklärt wird. Per definitionem. Denn eine Technologie besteht nicht nur aus Maschinen. Zu ihr gehören auch die Fertigkeiten und Fähigkeiten, das Wissen und die Sehnsucht, ohne die sich nicht funktioniert. Und die „**Magie liegt in einem symbolischen ‚Kommentar‘ zu technischen Strategien**“ (Gell 1988, S. 8). Die Kulturen, die wir in unseren Maschinen und Medien herum geschaffen haben, sind genau solche Kommentare. Im **common sense** wie im Alltagsdiskurs und selbst in wissenschaftlichen Veröffentlichungen erscheinen Technologien als etwas magisches, sie haben magische Folgen – weiße und schwarze. Sie stehen im Mittelpunkt utopischer und dystopischer Phantasien, die in dem Moment real zu werden scheinen, in dem sie ausgesprochen werden. Die Arbeitsabläufe der Maschine sind für uns ein Buch mit sieben Siegeln, infolgedessen schätzen wir ihre Bedeutung und ihre Ursachen falsch ein. Unser Gebrauch der Maschine ist umgeben von folkloristischen Riten und Vorurteilen, die typisch sind für Gesellschaften, die Dinge beherrschen möchten, die sie nicht verstehen.

---

Bedeutung und Macht verleiht.

Walter Benjamin verstand die Erfindung der Photographie und des Kinos als Wendepunkte in der Geschichte der westlichen Zivilisation, deutete dies aber trotz seiner ambivalenten Haltung fälschlicherweise als Entzauberungsvorgänge. Die wesentliche Leistung der Medientechnologien was für ihn die (zum ersten Mal im Buchdruck ermöglichte) mechanische Reproduktion es Kunstwerks. Diese zerstöre dessen Charakter als abgeschlossenes und intimes, unerreichbar entferntes auratisches Heiligtum und setze die Bilder und Töne einer Massenkultur an seine Stelle. Für Benjamin war damit die Möglichkeit einer neuen Politik verbunden, da das entstehende Massenpublikum des Kinos mit Realitätsdarstellungen konfrontiert werde, die mit seinen eigenen Erfahrungen übereinstimmten. Er schreibt:

„Der Film ist die der gesteigerten Lebensgefahr, der die Heutigen ins Auge zu sehen haben, entsprechende Kunstform. Das Bedürfnis, sich Schockwirkungen auszusetzen, ist eine Anpassung der Menschen an die sie bedrohenden Gefahren. Der Film entspricht tiefgreifenden Veränderungen des Aperzeptionsapparates – Veränderungen, wie sie im Maßstab der Privatexistenz jeder Passant im Großstadtverkehr, wie sie im geschichtlichen Maßstab jeder heutige Staatsbürger erlebt.“ (Benjamin, S. 165, Anm. 29)

Insofern **ist** Technologie eine Magie und Medientechnologien sind tatsächlich Technologien der Verzauberung. Die Überdeterminiertheit verleiht den Medientechnologien in unserer Vorstellung eine erhebliche, um nicht zu sagen furchtbare Macht. Wir begegnen ihnen mit heiligem Schauer, in ängstlicher Distanz und zuweilen in überwältigter Freude. Unsere Abhängigkeit von ihnen ist substanzuell. Unsere Verzweiflung ist vollkommen, wenn uns der Zugang zu ihnen – dem Telefon als „Verbindungsschnur“, dem Fernsehen als „Fenster zur Welt“ – verwehrt ist. Und wenn wir zufällig auf etwas neues stoßen, kennt unsere freudige Erregung keine Grenzen: 4 Trillionen Megabyte? Wahnsinn!

In diesem wie anderen Zusammenhängen können wir erkennen, dass Technologien als **Kultur** funktionieren: dass zu ihnen nicht nur das Was, sondern auch das Wie und Warum der Maschine und ihres Gebrauchs gehören und sie insofern symbolische wie auch materielle, ästhetische und funktionelle Objekte und Praktiken sind. Von hier aus können wir zudem beginnen, ihr kulturelles Umfeld zu erforschen, dass ihnen

---

Hier wird unterstellt, dass Medientechnologien eher als Antwort auf allgemeine gesellschaftliche und nicht auf individuelle Bedürfnisse zu verstehen sind. Außerdem hielt man es für möglich, anhand ihrer Entwicklung, einiges über die allgemeinen Dynamiken der Kultur, die sich in ihnen ausdrücken und brechen, erfahren zu können. Analog zu Max Weber könnte man also von einer Wahlverwandtschaft sprechen, diesmal allerdings zwischen technologischem und sozialem Wandel, nicht zwischen Protestantismus und Kapitalismus. Wenn wir es mit den Kausalzusammenhängen nicht so genau nehmen trifft das auch zu. Tatsächlich kann man die wechselseitige Prägung, die heute zwischen Kulturen, Ethnien, Interessengruppen, Geschmacksrichtungen und Lebensstilen einerseits und der entstehenden Ökonomie der Spartenprogramme andererseits stattfindet, als ein weiteres Beispiel derselben sozio-technologischen Interdependenz verstehen.

Medientechnologien sind noch in einem anderen, aber verwandten Sinn Teil der Kultur: als Produkte der

Kulturindustrie und als Objekte einer mehr oder weniger motivierten, mehr oder weniger determinierenden Kultur, die davon geprägt ist, dass die Technologie eingebettet ist in die Strukturen des Spätkapitalismus. Man muss das auch heute noch als kraftvolle Kritik an der Fähigkeit des Kapitals begreifen, den Ausverkauf jeder Kultur zu betreiben, die es zu verteidigen behauptet, und zudem als nachhaltige Analyse jener kulturellen Kräfte, die die Medientechnologien freisetzen, indem sie Massenpublikum erzeugen, als Ware behandeln und den Verlockungen einer alles vereinnahmenden Industrie ausliefern, die nichts, nicht einmal die Stirnlocke des Stars, dem Zufall überlässt. Wir wissen das, auch wenn wir diese Phänomene anders bewerten.

Aus dieser Perspektive gibt es kein Entkommen. Die Technologie siegt, die verdirbt das Originelle und alle Werte und ersetzt sie durch Banalität und Monotonie. Adornos und Horkheimers Kritik gilt dem Kino, nicht dem einzelnen Film; sie gilt der Konservierung von Musik, besonders von Jazzmusik, nicht dem einzelnen Song. Beide repräsentieren die Industrialisierung von Kultur: das Unechte, Uniforme und Unauthentische. Es ist im Grunde eine Kritik an der Verwechslung von Technologie mit Kultur, und daran, dass beide unmöglich außerhalb der politischen und vor allem ökonomischen Strukturen gedacht werden können, die sie umgeben und auf deren Amboss ihr täglicher Output geschmiedet wird.

---

Frequenzen, ist gleichzeitig mit den Medien- und Informationstechnologien entstanden, die nun wiederum das überkommene ökonomische Wissen in Frage stellen und verändern.

Dies gilt vor Allem für die Ökonomie des Internets, in der Information zugleich Ware und Grundlage des praktischen Geschäfts ist. Die neue Ökonomie muss sich mit Fragen der Sicherheit, des Datenschutzes, der Standardisierung und des Urheberrechts an geistigem Eigentum auseinandersetzen. Sie muss Märkten gerecht werden, die sich im rasch wachsenden und noch relativ offenen Informationsumfeld des elektronischen Handels abspielen, von dem sie abhängig sind. "Immer mehr Unternehmen bieten kommerzielle Dienstleistungen im Internet an, und viele dieser Dienstleistungen betreffen den für den elektronischen Handel notwendigen Informationsaustausch", beobachtet Robin Mansell (1996, S. 117). Ein Loop also, eine endlose Schleife: Informationen über Informationen. Geld, das Geld erzeugt. Doch wie bekommt man seinen Teil davon ab?

---

Wir können uns die Technologie jedoch noch in einem anderen Sinne als Ökonomie vorstellen: Nicht nur als eine Ökonomie der Medientechnologie, die sich in der Sorge um Märkte und freien Wettbewerb, um Investitionen und Kostensenkungen bei Produktion und Distribution, Forschung und Entwicklung erschöpft. Eine solche ökonomische Perspektive müsste auch die Anwendung von Wirtschaftstheorie und wirtschaftlichen handeln auf die Bereiche der Medien und der Technologie umfassen, obwohl auch hier der technologische Wandel die Ökonomen von Anfang an gezwungen hat, ihre Prinzipien und Kategorien zu überdenken, nicht zuletzt in Folge der Entstehung eines Weltmarktes und der Globalisierung der Information, ohne die sich der Markt nicht aufrecht erhalten ließe. Der Markt für Informationen unterscheidet sich erheblich von dem für materielle Waren. Ihre Reproduktion verursacht keinerlei Kosten und ihre Distribution wird immer billiger. Die Ökonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, des universellen Zugangs, der erst knappen, dann im post-digitalen Zeitalter überreichlich vorhandenen

---

Es entsteht die Vision einer neuen Ökonomie, die natürlich nicht ohne Bezug zur alten ist, die aber neuen Prinzipien und Praktiken folgt, die abgeleitet wurden aus ersten Versuchen, einer Art Trial-and-Error-Methode, im Internet Geld zu verdienen. In dieser Welt ist die Zukunft ungewiss, die Vergangenheit bereits so gut wie vergessen und eigentlich ohnehin nicht mehr relevant. Die Gegenwart ist das einzige was zählt. Die Evolutionsideologie der US-amerikanischen Kultur, für die Darwin nicht nur im biologischen, sondern auch in ökonomischen und sozialen Fragen die höchste Autorität ist, und derzufolge der einzelne in einer Art Spiel um sein ökonomisches Überleben kämpfen muss. Die Regeln des Spiels gehen diesem nicht voraus, sie ergeben sich erst aus den Handlungen der Akteure – also wieder einmal Neuland, das auf Pioniere wartet. Nun stellt sich die Frage wie aus dem Internet selbst ein Konsumprodukt wird.

Der Konsument, das ewige Rätsel. Inn der vermeintlich reibungslos funktionierenden Ökonomie sind die Konsumenten ziemlich mächtig geworden. Sie können unter unendlich

vielen Produkten wählen, ihnen stehen dazu unendlich viele und verständliche Informationen zur Verfügung und so können sie endlich, egal ob als Individuen oder Unternehmen, rational entscheiden. Das einzige Hindernis das sie bei Kaufentscheidungen noch beachten müssen, ist ihre Zahlungsfähigkeit. Doch diese Macht wird zugleich durch die unterschiedlichen Strategien eingeschränkt, die globale und lokale Unternehmen entwickeln, um Kunden anzulocken und ihre Wahlfreiheit einzuengen. Kaufentscheidungen werden aufgezeichnet, Vorlieben ermittelt, Geschmacksrichtungen festgelegt und Loyalitäten eingefordert. Die Rede ist von **compaks** (Service- und Updateverträgen, die uns an ein bestimmtes Produkt binden sollen), **kliks** (Informationsentscheidungen über unsere online getroffenen Kaufentscheidungen, die das Kaufverhalten und den Seitenzugriff abgleichen und ein hochgradig personalisiertes Marketing ermöglichen) und **zags** (die Abkürzung steht für **zip, age and gender**, ein Verfahren, das die Erfassung der Kunden anhand der Merkmale Postleitzahl, Alter und Geschlecht ermöglicht).

---

---

Man spricht von der **Strategie des following the free**: Eine Software wird zunächst kostenlos verteilt, später verlangt man viel Geld für die Updates, weiterführende Informationen oder Erweiterungen und Zubehör. Genau wie bei Nassrasierern und Klingen. Netscape. Bloomberg. Microsoft. Es geht hier um Probleme eines überhitzten Marktes für Technologie, in dem Produktzyklen nach Monaten statt nach Jahren bemessen werden, und der Gefahr läuft, dass die Verbraucher allmählich begreifen (vielleicht tun sie das schon), dass das letzte Update irgendwann tatsächlich das letzte sein wird. Dass auch größere Rechenleistung und wachsende Geschwindigkeit als Argumente irgendwann verbraucht sein könnten und die Konsumenten müde werden. Gott bewahre. Und um die Volkscomputer, eine minimalistische Lösung für die komplexe Technologie. Wer wird der nächste Herrscher, die nächste Herrscherin der Hardwareindustrie sein, ihr Henry oder ihre Henrietta Ford?

Aus der Wirtschaftsberichterstattung erfahren wir, dass die Videospielindustrie inzwischen mehr Umsatz macht als Hollywood und dass der Markt für Online-Karaoke in Japan zwei Milliarden Dollar schwer ist. Wir erfahren dass Spotmärkte für den Ankauf von Bandbreite für DSL-Verbindungen entstehen. Wir diskutieren über Monopolbildung, Urheberrechte und geistiges Eigentum. Was bedeuten die Begriffe Kopie und Exemplar im Cyberspace? Und wir diskutieren immer wieder über Marken. Die Macht eines Namens, Kennzeichen eines globalen Produkts, neuer Sitz des Auratischen. Die Marke ist Gott. Gott ist die Marke. Nike, die Göttin des Sieges. Die Gottheit unseres Vertrauens. Ursprung der Gemeinschaft, Quelle von Gesundheit, Potenz und Erfolg, und Benjamin zu Trotz, **nur** in ihrer massenhaften, unersättlichen Reproduktion existent. Von Quantität zu Qualität. Intel inside (und Intel ist wirklich drin: sogar meine Rechtschreibprüfung kennt den Begriff. Ach, das gute alte Word!) Glauben sie mir! Folgen sie mir! Kaufen sie mich!

---

---

Und es sind nicht nur die multinationalen Konzerne, die sich auf dieses Spiel verstehen. Auch kleine Leute können Eigentümer von Marken sein. „Ich bin eine Marke“, sagt ein Journalist. „Mein Buch über das Silicon Valley hat sich weltweit siebenhunderttausendmal verkauft. Ich habe eine regelmäßige Kolumne auf der Website von PBS. Ich arbeite als freier Unternehmensberater. Ich habe eine regelmäßige Fernsehsendung und betreibe ein Start-up-Unternehmen im Softwarebereich.“ Auf seiner Visitenkarte steht „Autor, Rundfunkjournalist, Computerfreak“, darüber ist ein Bildschirm mit winkenden Armen und einer herausgestreckten Zunge abgebildet.

Es hagelt an Metaphern, wenn sich die Diskussion den Kontinuitäten und Unterschieden zwischen der Gegenwart und dem wenigen zuwendet, das wir von der Vergangenheit noch erinnern. Procter and Gamble sind immer noch da, inzwischen auf Webseiten und nicht mehr als Sponsoren von Seifenoperen. Dasselbe gilt für Microsoft, die Achse, um die sich das Internet dreht, der Lieferant der globalen Software-Infrastruktur, auf deren Grundlage kleinere

Softwareproduzenten ihre eigenen Produkte entwickeln. Es ist, als ob die Wirklichkeit Monopoly spiele und eine globale Firma, gleich einer höheren Gewalt, sämtliche Straßen baut, auf denen der Rest von uns dann fahren muss. Oder vielleicht auch nicht. Die Zukunft bleibt, wenigstens hier, unvorhersehbar, genauso wie der Markt. Denn in Kalifornien ist der Preis eines Fehlschlags offenbar niedrig, ein Neustart jederzeit möglich und die Belohnung für den Erfolg maßlos. Das gilt für kleine Unternehmen wie für große: für die Starken und die Listigen, für jene, die Ideen kaufen können, und jene, die selber welche haben. Auf die übrigen kommen schwere Zeiten zu.

Wenn das stimmt, werden wir dasselbe in allen Bereichen beobachten können, in der Politik wie in der Ökonomie. Die neuen Medien haben nachweislich die Tendenz, die Mitte aus der Gesellschaft hinauszudrängen. In der Wirtschaft wie in der Politik werden große globale und kleine lokale Akteure intermediäre Institutionen wie mittelständische Unternehmen und Nationalstaaten zunehmend aus dem Feld schlagen.

---

---

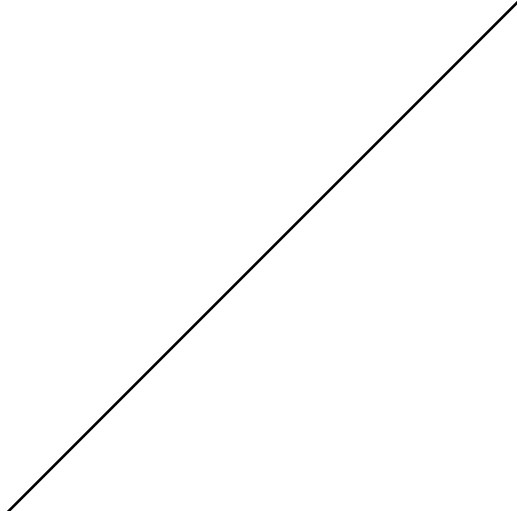
Tatsächlich lässt sich in der Welt des Internets ebenso wie im breiteren Medioumfeld Technologie als Politik verstehen. Und zwar in zweierlei Hinsicht. Zum ersten entsteht im Umfeld der Medien eine politische Debatte über Zugangsmöglichkeiten und andere Regulierungen, zum anderen wird innerhalb der Medien eine Debatte geführt oder unterdrückt, in der es um Beteiligung und Repräsentation (im Sinne von Darstellung und Interessenvertretung) geht und die zu neuen Formen der Despotie führen kann.

In der Vergangenheit ist vieles über den Einfluss des Fernsehens auf die Politik gesagt worden, man hat darüber diskutiert, welche Folgen die Entstehung der Massenmedien, des Warenmarktes und der Aufstieg des Nationalstaats auf die Möglichkeiten eines wirklich demokratischen Diskurses haben. In allen diesen Fällen waren Technologien eine zwar notwendige, aber keineswegs hinreichende Voraussetzung des Wandels. Ihre Auswirkungen sind vom jeweiligen Kontext abhängig. Dennoch keimt im Umfeld der neuen Medien die Hoffnung, dass aus der interaktiven

Anarchie des noch kaum regulierten Internets einmal Formen einer wirklich offenen Politik werden könnten, an der die Menschen sich gerne beteiligen, und die sowohl für die globale als auch lokale Gemeinschaften relevant sein könnte. Online-Demokratie, elektronische Parlamente und Abstimmungsverfahren sind die Themen einer neuen politischen Rhetorik, die Technologie als politische Frage begreift. Doch ob diese Hoffnungen wahr werden, hängt von der konventionellen Politik ab. Denn nur diese kann regulierend eingreifen, universelle Zugangsmöglichkeiten garantieren, für den Schutz der Privatsphäre und der Redefreiheit sorgen, der Monopolisierung von Eigentum vorbeugen und der Allgemeinheit einen Teil des Mehrwerts sichern, der im elektronischen Raum erwirtschaftet wird.

Medien- und Informationstechnologien sind allgegenwärtig und unsichtbar. Genau genommen sind sie inzwischen beides gleichzeitig: In immer mehr Maschinen verstecken sich Mikroprozessoren, die ihre Leistung überwachen, sie regulieren und mit anderen, ebenfalls unsichtbaren Automaten verbinden. Auch der Computer und sogar das Fernsehen können auf diese Weise verschwinden. **Technologie als Information.** Gefangen im Netz.

---



---

Wir sind abhängig von der Technologie, wir verlangen nach immer mehr davon und stecken deshalb als Nutzer und Verbraucher mit ihr unter einer Decke. Wir verstehen das. Wir wollen es vielleicht gar nicht anders. Wir müssen die Maschine nicht sehen, ihren Mechanismus nicht durchschauen. Hauptsache sie funktioniert. Hauptsache sie funktioniert zu unseren Gunsten. Kultur beruht im hohen Ausmaß auf der Zivilisierung des Wilden. Was in der Vergangenheit mit Tieren und Pflanzen geschehen ist, geschieht nun mit unseren Maschinen und Informationen. Dabei sind Rationalität und Magie im Spiel. Sicherheit und Unsicherheit. Vertrauen und Furcht.

Wir müssen die Technologien, vor allem unsere Medien- und Informationstechnologien, in genau diesem Kontext verstehen, wenn wir die Feinheiten, das Ausmaß und die Folgen des technologischen Wandels begreifen wollen. Denn Technologien sind soziale Artefakte. Sie sind symbolisch aufgeladen und anfällig für die ewigen Paradoxien und Widersprüche der Gesellschaft. Deshalb setzt die Untersuchung der Medien voraus, dass man die Technologie hinterfragt.

---

