

Theoretische Einführung

Michael Mangold

ZKM | Institut für Medien und Wirtschaft

Einführung:

Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen

Die eigentliche Hürde, die es bei der Erschließung der Neuen Medien zugunsten einer Stärkung des demokratischen Gemeinwesens – aber auch für eine effiziente wirtschaftliche Nutzung – zu überwinden gilt, sind offenkundig die auf falschen Vorstellungen basierenden Erwartungen, die an sie herangetragen werden.

Denn auf der einen Seite herrscht ein recht naiver Fortschrittsoptimismus vor, der auf eine unmittelbare „Nutzung“ von medientechnologischen Neuerungen setzt. Jene Erwartungen sind vielfach mit den Möglichkeiten des E-Government verbunden. Sie gehen von einer vermeintlichen Lösung klassischer Grundprobleme der Demokratie aus und erliegen so häufig der Annahme, eine medientechnische Teilhabe an Abstimmungsprozessen führe per se zu „besseren“ und demokratischeren Ergebnissen. Die Auseinandersetzung mit jener unkritischen Vorstellung ist Gegenstand der Ausstellung 51:49, die das ZKM | Institut für Medien und Wirtschaft gemeinsam mit der Stadtverwaltung Karlsruhe entwickelt hat.

Auf der anderen Seite war und ist mit dem Aufkommen Neuer Medien stets zugleich ein reger und lautstarker Pessimismus verbunden. Diese ursprünglich kapitalismuskritische und auf die Analyse gesellschaftlicher Verhältnisse gründende Perspektive wandelte sich seit ihrem Entstehen vielerorts zu einer pauschal „kulturkritischen“ Sichtweise. Beispielhaft sei als Folge die als zwangsläufig verstandene „kulturelle Abwärtsspirale“ einer Kommerzialisierung, Simplifizierung und letztlich „Verdummung“ der Konsumenten zu nennen, wie sie im Kontext der Massenmedien insbesondere beim Fernsehen seit Jahrzehnten konstatiert wird.

Diese beiden grob kategorisierten und sicher etwas überzeichneten Grundtypen der Erwartungen gegenüber den Neuen Medien haben eines gemeinsam: Die unzureichenden oder gar falschen Vorstellungen über die Potentiale der Neuen Medien im Kontext menschlichen Handelns. Eine der wesentlichen Aufgaben unseres Instituts sehen wir daher darin, zu einem möglichst frühen Zeitpunkt medientechnologische Entwicklungen wahrzunehmen, sie vor ihrem sozialen, wirtschaftlichen und politischen Hintergrund zu erklären und die Annahmen dieser Erklärung einer wiederholten empirischen Überprüfung zu unterziehen.

Mit der zunehmenden Nutzung von drei neuen Formen der Kommunikationstechnologie – Weblogs, Podcasting und Videojournalismus – werden beide Einschätzungen bezüglich ihrer vorhandenen bzw. zu befürchtenden Potentiale erneut diskutiert. Verändern neue Kommunikationsformen die demokratische Öffentlichkeit, beleben und erweitern sie den öffentlichen Diskurs oder führt die breite Beteiligung an der Informationsproduktion zu einem Qualitäts- bzw. Informationsverlust? Nicht zuletzt müssen diese Fragen auch im Hinblick auf den zunehmenden Einsatz jener neuen Medientechnologien im Bereich der strategischen Kommunikation in den Public Relations erörtert werden.