

Sammelbesprechungen

Internet und Gesellschaft

David Schünemann

- Tabea Beyreuther / Katrin Duske / Christian Eismann / Sabine Hornung / Frank Kleemann (Hrsg.), *consumers@work. Zum neuen Verhältnis von Unternehmern und Usern im Web 2.0*. Frankfurt a. M.: Campus 2012, 281 S., br., 24,90 €
- Ulrich Dolata / Jan-Felix Schrape (Hrsg.), *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien – Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration*. Berlin: edition sigma 2013, 382 S., br., 29,90 €
- Heinz Harbach, *Computer und menschliches Verhalten. Informatik und die Zukunft der Soziologie*. Wiesbaden: Springer VS 2012, 117 S., br., 34,95 €
- Julia Heinen, *Internetkinder. Eine Untersuchung der Lebensstile junger Nutzergruppen*. Opladen: Budrich UniPress 2012, 269 S., br., 28,00 €
- Dhiraj Murthy, *Twitter. Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge: Polity Press 2013, 193 S., br., 20,80 €
- Christian Papsdorf, *Internet und Gesellschaft. Wie das Netz unsere Kommunikation verändert*. Frankfurt a. M.: Campus Verlag 2013, 350 S., br., 34,90 €
- Linus Walleij, *Copyright existiert nicht. Hackerkultur und Leitbild der Szene*. Winnenden: CSW 2011, 328 S., br., 16,95 €

Schlüsselwörter: *Soziologie des Internets – Social Media – Web 2.0*

Sechs kürzlich erschienene Publikationen, die sich dem Verhältnis von Internet und Gesellschaft widmen, sind Ausdruck der weiterhin andauernden „Suche nach Neuem“ der soziologischen Internetforschung (vgl. Sutter, 2011). Dazu passt, dass Hans Ulrich Gumbrecht erst kürzlich die Geisteswissenschaften dazu aufforderte, auf die der Gesellschaft „zugestoßene“ Transformation der Kommunikationsformen mit adäquaten Begriffen zu reagieren (vgl. Gumbrecht, 2014). Als die Bundeskanzlerin vor einigen Monaten erklärte „Das Internet ist für uns alle Neuland“, handelte sie sich damit noch viel Häme der „Twitterati“ ein, für die der Hashtag „#Neuland“ zur Chiffre einer weltfremden Politik wurde. Innerhalb der Soziologie gibt es indes auch gut zwei Jahrzehnte nach Erscheinen der ersten Webseiten in Deutschland noch reichlich Bedarf an Arbeiten, die diese „von Begriffen noch unmarkierte Zone des Erlebens“ (Gumbrecht) erschließen.

Den wohl ambitioniertesten Versuch, „#Neuland“ soziologisch zu kartographieren, legt Christian Papsdorf vor mit „Internet und Gesellschaft: Wie das Netz unsere Kommunikation verändert“. Nicht weniger als „das Internet ‚als ganzes‘“ (13) in den Blick zu

nehmen, ist sein Anliegen. Er legt sich zunächst nicht auf falsifizierbare Thesen fest, sondern bemüht sich um die Erarbeitung von „Grundlagenwissen“ (298). Mit diesem besonders umfassend angelegten Vorhaben setzt Papsdorf sich unvermeidlich auch der Kritik aus. Denn der Verzicht auf eine harte These birgt Gefahren. Sein Feld ist so gewaltig und inhomogen, dass es schwer fällt, sich eine adäquate Antwort auf die Frage vorzustellen, wie das Verhältnis von Gesellschaft und Internet „in seiner Gesamtheit“ (14) beschaffen sei. Unter Rückgriff auf die Vielzahl bereits unternommener, aber seiner Ansicht nach zu kleinteilig bleibender Bemühungen der Soziologen des Internets, arbeitet Papsdorf das Desiderat einer umfassenden Analyse dieses Verhältnisses heraus. Sein erklärtes Ziel ist die Erarbeitung eines „theoretischen Ansatzes“, der geeignet ist, das Verhältnis von Internet und Gesellschaft und die Kommunikationsinhalte im Netz aufeinander zu beziehen. Als Schlüsselkonzept dient dazu die Annahme einer „Mediatisierung von Offline-Kommunikation“ (62).

„Was das Internet denn nun eigentlich ist“, sei bislang nur „unsystematisch und punktuell erforscht“ (64). Hier will Papsdorf Abhilfe schaffen: Zunächst erarbeitet er auf theoretischer Ebene die „medialen Eigenschaften“ des Internets, beschreibt dann seine Entwicklung als Geschichte der „Mediatisierung“ und erprobt die theoretisch gewonnenen Konzepte abschließend empirisch.

Die theoretische „Konzeptualisierung des Internets“ gestaltet sich aufwändig und nimmt mit 120 Seiten ein gutes Drittel der Arbeit ein. Als theoretischen Rahmen wählt Papsdorf eine Kombination aus Luhmanns Kommunikationstheorie und Giddens Strukturierungstheorie, demzufolge wird hier einerseits „Internethandeln“ konsequent als Kommunikation verstanden“ (13) und andererseits wird der medientheoretischen Konzeption Luhmanns mit Giddens Konzept der Strukturierung eine mehr „an den Lebenspraktiken der Individuen“ (73) orientierte Perspektive beigelegt.

Zunächst verweist Papsdorf auf die ihm nicht mehr zeitgemäß erscheinende Medientypologie Luhmanns: Er stellt erstens die Aufhebung der zeitlichen Entzerrung von Information und Mitteilung, die bis hier kennzeichnend für Verbreitungsmedien gewesen sei, in Bezug auf das Internet in Frage. Zweitens erwähnt Papsdorf die Zwischenschaltung einer „Code-Ebene“ in die Internet-Kommunikation. Das Internet begreift Papsdorf drittens als Hybridmedium zwischen Verbreitungsmedien und symbolisch generalisierten Medien, indem es eine zur face-to-face-Interaktion möglichst ähnliche Situation schaffe (vgl. 72f.). Papsdorf stellt fest, dass Luhmanns „Kommunikationstheorie der klassischen Moderne bei neuen Hybridphänomenen wie dem Internet an ihre Grenzen stößt und Grundannahmen revidiert werden müssten“ (110).

Die Kritik an Luhmanns in die Jahre gekommener Medientheorie ist einleuchtend. Anhand einer Vielzahl einzelner Phänomene verdeutlicht der Autor im Folgenden die neuartigen Eigenschaften des Mediums und erarbeitet einen Katalog von Merkmalen der Online-Kommunikation. Papsdorf hat sich dabei mit sehr vielen und sehr unterschiedlichen Formen der Online-Kommunikation befasst und berichtet kenntnisreich und auf dem neuesten Stand. Die schier unüberschaubare Vielfalt der Netzphänomene, über die er interessantes zu sagen hat, lässt ihn zuweilen aber auch den Fokus auf die Einheit der verschiedenen Phänomene verlieren. Der Merkmalskatalog enthält Begriffe wie Netzwerkhaftigkeit, Offenheit, Digitalität und Automatisierung, die mit Beispielen illustriert werden.

Insgesamt fehlt Papsdorf bis hier noch ein umfassendes Konzept, durch das die verschiedenen „medialen Eigenschaften“ des Internets zu einer Einheit integriert würden und

wodurch der Anspruch eingelöst würde, das Internet „in seiner Gesamtheit“ und „systematisch“ zu erfassen. Einen Vorschlag dazu liefert er im nächsten Kapitel, in dem die Entwicklung des Internets mit Krotz' Mediatisierungsansatz analysiert wird. Dabei wird erneut Papsdorfs umfassende Einarbeitung in sein Forschungsgebiet deutlich. Von der Wirtschaft über Politik, Recht, Erziehung und Intimbeziehungen bis zu Religion, Gesundheit und Sport werden alle möglichen im Internet repräsentierten gesellschaftlichen Subsysteme unter der Perspektive des Mediatisierungsansatzes betrachtet und im folgenden Kapitel zum Gegenstand einer „ersten empirischen Annäherung“ (270) gemacht. Papsdorf untersucht die „Mediatisierungsdynamik“ der gesellschaftlichen Funktionssysteme. Das heißt: anhand einer Stichprobe wird ermittelt, welche Funktionssysteme durch ihnen zugeordnete Organisationen früher oder später im Netz vertreten waren. Der Erkenntnisgewinn ist für die Fragestellung, „wie das Netz unsere Kommunikation verändert“ – trotz des betriebenen Aufwandes –, leider gering. Im Ergebnis stellt sich heraus, dass Wirtschaft und Massenmedien früh, Politik und Erziehung eher spät mit eigenen Homepages im WWW vertreten waren. Hier hätte man sich noch etwas mehr gewünscht. Die im Kapitel zur Mediatisierung aufgeworfenen Fragen nach dem dialektischen Verhältnis von Medium und Gesellschaft werden dadurch nicht beantwortet, aber es zeichnen sich doch einige interessante Forschungsfragen für weiterführende Studien mit dem Mediatisierungsansatz ab.

Papsdorfs im Schlusskapitel im Vorübergehen geäußerte Behauptung, „dass das Internet als Technologie als neutral einzuschätzen ist“ (325), muss man nicht teilen. Papsdorf liefert die Gegenargumente selbst mit seinem Verweis auf die anarchistische Utopie der „frühen Webpioniere“ (11). Die sogenannte Netzneutralität kann man ihrerseits als Ausdruck einer Ideologie auffassen – nämlich der „Globalität, Egalität, Freiheit und Autonomie“ (11), die der Hackerkultur entspringt. Das „hierarchiefreie Netz“ (16), das nicht zwischen gewerblichen und privaten Datenpaketen diskriminiert, ist nicht durch die Technologie determiniert, sondern kontingentes Resultat aus „Entscheidungen in der frühen Geschichte des Web“ (182) und steht heute zur Disposition.

Fast alles, was sich im Internet abspielt, taucht an der einen oder anderen Stelle in diesem Buch auf. Da es Papsdorf eben darum geht, das Verhältnis von Gesellschaft und Internet „als ganzem“ zu erarbeiten, bleibt am Ende nur ein „Minimalkonsens“ (314) der medialen Eigenschaften des Internets übrig. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass Papsdorf im Schlusskapitel festhält: „Das Internet stellt jenseits weniger Innovationen eine Entsprechung der Offline-Kommunikation dar“ (299). Das Internet kann vielleicht nicht „als ganzes“ in den Blick genommen werden, wenn beschrieben werden soll, inwiefern es *anderes* Kommunizieren ermöglicht, denn vieles, was im Internet kommuniziert wird, ist in der Tat nur die vom bedruckten Papier auf den Bildschirm übertragene „Gutenberg-Galaxis“. Wenn man zeigen will, wie das Internet die Kommunikation verändert, wäre es vielleicht ergiebiger, sich ausdrücklich auf die Innovationen zu konzentrieren, namentlich auf die privatisierte Massenkommunikation, das many-to-many-Prinzip, die oft unterstellte Interaktivität der „sozialen Medien“ und die „commons based peer production“ (Benkler, 2002).

Einen solchen Versuch unternimmt Dhiraj Murthy in „Twitter. Social Communication in the Twitter Age“. Er verschreibt sich ganz der Analyse des Microblogging Dienstes und macht zu Beginn eine Vielzahl theoretischer Zugänge auf: Mit Marshall McLuhans Medientheorie zeigt er auf, inwiefern Twitter das viel beschworene „Global Village“ auf die Spitze treibt. Andererseits wird unter Rückgriff auf Goffman auch die verbreitete Kritik

aufgegriffen, Twitter diene ausschließlich der Selbstdarstellung. Unter der Überschrift „theorizing Twitter“ werden Kierkegaard und Heidegger als Basis der Kritik herangezogen. Mit Heidegger wird auch die angebliche „Neutralität“ der Technik in Zweifel gezogen: „Rather than being neutral, the power of Twitter and other social media is also that they are designed to provoke and call forth regular updates from their users“ (25). Mit Bourdieu relativiert der Autor die oft konstatierte Banalität der „Tweets“ und begreift sie als Ausdruck eines kulturspezifischen Habitus: „documentation of the banal can be of historical value“ (28).

Murthys theoretische Rahmung ist eklektisch, in Bezug auf Twitter aber durchaus zielführend: Murthy beleuchtet viele verschiedene Nutzungsarten von Twitter, liefert eine ganze Phalanx von Interpretationsansätzen und setzt sich mit vielen gegen Twitter geäußerten Vorbehalten auseinander. Twitter erscheint somit in Murthys nuancierten Ausführungen als facettenreicher Mikrokosmos der Gesellschaft.

Auf die theoretisch angelegten ersten drei Kapitel folgen vier Abschnitte, in denen Murthy das Verhältnis von Twitter zu Journalismus, (Natur-)Katastrophen, Aktivismus und Gesundheit anhand von Fallstudien untersucht. In diesen Kapiteln entfaltet er das zuvor theoretisch erarbeitete Konzept der „update cultures“ (70) an konkreten Tweets und Ereignissen. Er widmet sich unter anderem der Rolle von Twitter im „arabischen Frühling“ und versucht eine ausgewogene und empirisch fundierte Position zwischen der enthusiastischen Rede von der „Twitter Revolution“ und der Verhöhnung von „latte activists“ oder „armchair warriors“ zu finden.

Die aufschlussreichen Fallstudien geben einen differenzierten Einblick in die gleichzeitig banale und tiefgründige Welt der Tweets und eine Fülle von Anregungen für weitere Studien.

Auch der aus einem Workshop zum DFG-Projekt „Konsumentenarbeit“ hervorgegangene Tagungsband „Consumers@Work. Zum neuen Verhältnis von Unternehmen und Usern im Web 2.0“ ist dem Thema „partizipativer“ Internetphänomene gewidmet. Den roten Faden der zwölf Beiträge bildet dabei die Verschränkung von „Social Media“ und ökonomischen Interessen. Das „Neue“ wird hier also durch die ökonomische Brille gesehen, wodurch die Perspektive gegenüber Murthy noch einmal eingegrenzt wird. Es wird untersucht, unter welchen Voraussetzungen „Web 2.0“ Tools zur Erreichung ökonomischer Zwecke eingesetzt werden können und welche Hindernisse dem im Wege stehen (Teil I), welche neuen Herausforderungen sich für die Arbeit an der Grenze zwischen Unternehmen und KundInnen ergeben (Teil II), wer die NutzerInnen solcher Tools sind und warum sie sich beteiligen (Teil III) und wie Unternehmen auf neu entstehende Kollaborationsformen reagieren (Teil IV).

Die Beiträge geben interessante Einblicke in die berufliche Praxis und bieten empirisch fundierte Einsichten in Merkmale, Bedingungen und Hürden effizienten Community Managements. Auch als Anwendungsbeispiele verschiedener empirischer Methoden bieten die Beiträge reichhaltiges Anschauungsmaterial.

Die ersten vier Beiträge befassen sich mit der „Integration von Internetnutzern aus betrieblicher Perspektive“. Den Anfang machen Menez, Kahnert und Blätzel-Mink mit einer Fallstudie über die vom Computerspielerhersteller Crytek gepflegte Modding-Community.¹ Die AutorInnen führten fünf ExpertInneninterviews und eine Online-Befragung durch. Es werden einige interessante Befunde über Motive der Modder sowie die Strategien des Community-Managements seitens Crytek vorgestellt. Dass Crytek die

Community als Pool für die Rekrutierung neuer MitarbeiterInnen nutzt, verdeutlicht eindrücklich die handfeste betriebswirtschaftliche Bedeutung der Modder. Dass umgekehrt auch einige Mitarbeiter in ihrer Freizeit in der Community mitwirken, rechtfertigt es schließlich, von in beide Richtungen „offenen Unternehmensgrenzen“ (43) zu sprechen. Bei allen optimistischen Befunden über das erfolgreiche Crytek-Modell räumen die Autoren zuletzt aber ein, dass Effekte wie „Machtasymmetrien“ mit der Open Innovation Perspektive nur schwer in den Blick zu bekommen seien. Hier würden sich andere theoretische Ansätze für weitere Forschungen anbieten.

Der Beitrag „Vom schweren Loslassen: Unternehmen in der Umsetzung von Enterprise 2.0“ von Pfeiffer / Schütt / Wühr setzt einen illustrativen Kontrapunkt zur Crytek-Studie und verdeutlicht die oftmals widersprüchlichen empirischen Befunde in dem Band. Die Schwierigkeiten des untersuchten mittelständischen Unternehmens bei der erzwungen wirkenden Integration von Web 2.0 Tools haben außerdem einigen Unterhaltungswert.

In Teil II wird die „Arbeit an der Grenzstelle zwischen Betrieben und Internetusern“ beleuchtet. Exemplarisch für diesen Abschnitt ist der Beitrag „Die neue Qualität von Grenzstellenarbeit im Web 2.0“ von Sabine Hornung und Katrin Duske hervorzuheben, die aus arbeitssoziologischer Perspektive einen systematischen Überblick über das neu entstehende Organisationsfeld des „Social Media Management“ geben. Gegenstand der empirischen Analysen ist eine Ratgeberplattform, deren Inhalte vollständig von Nutzern erstellt werden. Die Autorinnen arbeiten auf Grundlage ihrer Daten Dimensionen der erfolgreichen Grenzstellenarbeit heraus. Der Beitrag gibt praxisnahe Einsichten in die Faktoren eines erfolgreichen Community Managements. Wie schon in den Beiträgen von Pfeiffer / Schütt / Wühr und Athanasios Mazarakis im ersten Teil, scheinen hier auch die Vorbehalte der MitarbeiterInnen gegenüber der Implementation neuer Kommunikationstechnologien durch.

Die Beiträge des dritten Abschnittes widmen sich den „Motivlagen und Beteiligungsmustern von Internetnutzern“ und entfernen sich somit von den betriebswirtschaftlichen Strategien und Problemen. Besonders hervorzuheben sind hier die teils stark divergierenden Befunde der Arbeiten. Jörn Lamla entwickelt in „Netizenship‘ oder Alltagsökonomie?“ eine Typologie von InternetnutzerInnen. Er steht der euphorischen Erwartung, dass „Social Media“ eine Demokratisierung der Wirtschaft nach sich ziehe oder gar eine neue Kategorie von Bürgern, sogenannte „Netizens“, hervorbringe, zurückhaltend gegenüber und hält dem ein in drei Basis- und Subtypen differenziertes Vokabular von Praktiken entgegen. Die Kategorien werden überzeugend aus den gut ausgewählten Interviewpassagen erarbeitet. Exemplarisch lässt sich der in Anlehnung an Knorr-Cetina als „post-sozial“ bezeichnete Subtypus hervorheben. Das Internet selbst wird für diese NutzerInnen zum Interaktionspartner. Beziehungen werden zu „abstrakten und anonymen Systemen“ (162) geknüpft, was besonders anschaulich im Interview mit dem pathologischen Clickworker zu Tage tritt, dessen fruchtloses Geklicke Lamla unter Missachtung der political correctness als „verrückt“ bezeichnet (163). Im Ergebnis findet Lamla den „vielfach beschworenen Consumer Citizen“ (164) empirisch nicht vor. Angesichts seiner empirischen Befunde zieht er den „ernüchternden Schluss“, auch der subversive Basistyp bleibe auf „private Interessenverfolgung beschränkt“ (168, Herv. i. O.). Lamla sticht schließlich auch noch durch die Einnahme einer gesellschaftskritischen Perspektive heraus und interpretiert die Befunde vor dem Hintergrund einer durch „kulturellen Kapitalismus“ charakterisierten Gesellschaft. Durch die Einbeziehung dieses von Jeremy Rifkin geprägten Begriffs nimmt Lamla

eine im Band ansonsten kaum repräsentierte kritische Perspektive auf die ökonomische Aneignung der „Gratisproduktion“ (171) ein. Diese Betrachtung führt ihn schließlich zu einer Bestätigung der eingangs formulierten pessimistischen Einschätzung der Möglichkeiten einer Demokratisierung und Bändigung des Kapitalismus durch das Web 2.0.

Völlig anders fallen die Befunde von Tanja Carstensen in „Grenzmanagement im Umgang mit dem Internet – am Beispiel junger WebworkerInnen“ aus. Der Beitrag referiert Ergebnisse des Projektes „Subjektkonstruktion und digitale Kultur“. Ein entscheidendes Schlagwort der Studie ist die „Entgrenzung“: von Arbeit und Freizeit sowie von Öffentlichkeit und Privatsphäre. Darauf aufbauend bildet Carstensen „Bewältigungstypen“. Die ersten drei Typen werden von Carstensen als „vom Internet begeistert“ beschrieben. Lediglich die Typen 4 und 5 scheinen die pessimistischen Befunde von Lamla zu bestätigen.

Die Stichproben von Carstensen und Lamla könnten offenbar kaum unterschiedlicher sein. Während Lamla vor allem skeptische und zurückhaltende InternetnutzerInnen interviewt, hat Carstensen Pioniere der neuen Medien aufgespürt, die „eher fortgeschrittene und sehr intensive Nutzungsweisen“ zeigen (182).

Insgesamt ist Consumers@Work für alle zu empfehlen, die ein Interesse am Berufszweig Social Media Management haben. Einen so umfassenden Anspruch wie Papsdorfs Monographie hat der Band nicht, aber indem sich die Beiträge mit unterschiedlichen Fragestellungen und Methoden auf einen bestimmten Ausschnitt des Verhältnisses von Internet und Gesellschaft konzentrieren, gelingt über die Relevanz für das Berufsfeld Social Media Management hinaus eine vielschichtige Darstellung des „Neuen“, mit dem die Gesellschaft, insbesondere die Wirtschaft, durch „soziale“ Medien konfrontiert wird.

Auch der von Ulrich Dolata und Jan-Felix Schrape gemeinsam herausgegebene Band „Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien – Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration“ befasst sich speziell mit den Auswirkungen des Internets auf die Wirtschaft. Der Band ging aus der Tagung „Das Internet und der Wandel von Medienstrukturen“ der DGS-Sektion Wissenschafts- und Technikforschung hervor. Erklärtes Ziel ist es, den gesellschaftlichen Wandel durch das (mobile) Internet „unaufgeregt und empirisch geerdet“ (7) zu analysieren. Schon im Vorwort wird damit die hinsichtlich der epochemachenden Qualitäten des Internets beschwichtigende Grundhaltung der Herausgeber deutlich. Der Band ist in drei Teile gegliedert: Mediensektoren, Medienökonomie und Medienöffentlichkeit.

Gert Hautsch analysiert „Macht- und Kapitalstrukturen“ im Mediensektor anhand quantitativer Daten: Umsatz, Beschäftigte, Marktanteile usw. der größten deutschen Medienunternehmen im Print und Rundfunk werden von 1991 bis 2012 erfasst und verglichen. Mit diesem Vorgehen möchte Hautsch untersuchen, ob sich die Machtstrukturen im Mediensektor mit dem Aufkommen der neuen Medien verändert haben. Seine Zahlen offenbaren eine bemerkenswerte Beständigkeit dieser Machtverhältnisse. Die großen Medienkonzerne in Print und Rundfunk behaupten scheinbar unbeeindruckt vom Medienwandel ihre Marktanteile.

Demgegenüber analysiert Ulrich Dolata die „Krise und Transformation der Musikindustrie“ im Zuge der Digitalisierung und Vernetzung und fragt: „Warum hat sich die Musikindustrie derart überraschen lassen und weshalb hat sie sich nach dem initialen Schock nicht konsequent neu positioniert?“ (78). Heute kann man zwar leicht sehen, welche Vertriebsformen von Musikdateien sich als profitabel herausgestellt haben, dies war

vor dem Siegeszug von Apples iTunes Store aber ungewiss. Dolata teilt diese Unsicherheit in zwei Kategorien ein: das Antizipationsproblem und das Implementationsproblem. Er zeigt unter Rückgriff auf die Theoriestränge zum Organisationswandel und der Pfadabhängigkeit überzeugend auf, warum die letztlich erfolgreichen Anbieter von Musik im Dateiformat nicht die „Majors“ waren, sondern randständige Akteure wie Apple.

Diese Argumentation wird in dem Beitrag von Kristian Kunow aufgegriffen, indem Pfadabhängigkeit und das Festhalten an Routinen als Erklärungsmodelle für die „Adaptationsunfähigkeit“ der Musikindustrie herangezogen werden. Dazu führte Kunow narrativ-explorative Interviews, die mit der Branchenberichterstattung und „Publikationen zur historischen Entwicklung von Major Labels trianguliert“ wurden (99). Die Interviewdaten vermitteln einen authentischen Einblick in die aktuellen Probleme der großen Musikkonzerne und ihre Strategien, damit fertig zu werden.

Der erste Teil des Bandes gibt insgesamt einen empirisch fundierten Einblick in die gegenwärtigen Herausforderungen, mit denen sich Unternehmen im Mediensektor im Zuge der Vernetzung konfrontiert sehen.

Sabine Pfeiffer relativiert die „immer wiederkehrende Ausrufung des Neuen und eine Abfolge immer neuer webinspirierter gesellschaftstheoretischer Zeitdiagnosen“ (177) in ihrer Studie zu „Web, Wert und Arbeit“ und beginnt damit den zweiten Teil des Bandes zur Medienökonomie. Anhand eines zweidimensionalen Modells mit den Dimensionen Wertgenese und Wertrealisierung legt die Autorin dar, dass die Rede vom Wandel eine wesentliche Konstante übersehe: „Es ist letztlich immer menschliche Arbeit, die einerseits Werte schafft und andererseits deren Realisierung gewährleistet“ (193).

Pfeiffer steht damit für einen der „Suche nach Neuem“ entgegengesetzten Trend in der sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Internet. In diesem Fall besteht das Alleinstellungsmerkmal darin, aufzuzeigen, inwiefern das neu Erscheinende Ausdruck altbekannter Mechanismen ist.

Auch Schrape dämpft in seinem Beitrag zur Medienöffentlichkeit allzu hohe Erwartungen an die neuen Medien. Schrapes Skepsis gegenüber „Hoffnungen auf egalitäre und transparente Öffentlichkeitsstrukturen“ ist typisch für die eher zurückhaltenden Einschätzungen der Wirkung von Internet und Social Media, die sich durch den ganzen Band ziehen. Ausgangspunkt für Schrapes Beitrag „Komplementarität statt Konkurrenz. Social Media und Massenmedien in der gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion“ ist Luhmanns Theorie der Massenmedien. Mit dem Fokus auf die „gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktion“ wählt Schrape gegenüber den anderen hier diskutierten Publikationen eine Sonderstellung und verdient damit besondere Erwähnung.

Der Beitrag ist eine aktualisierte Version seines im BfJS publizierten Artikels (Schrape, 2011). Der Autor stellt die Frage, „inwieweit sich die Modi gesamtgesellschaftlicher Realitätskonstruktion durch das Web tatsächlich substantiell verändern“ (278). Schrape betrachtet nicht das Internet als Ganzes als innovatives Medium, sondern unterscheidet fünf „Angebotsformen“: Maschinen, die zur reinen Informationsgewinnung genutzt werden, individualkommunikative Medien, Speichermedien, massenmediale Angebote und Netzwerkkommunikation. Davon versteht Schrape lediglich die letzte als „genuin neuen Austauschmodus“ (286). Auch die Netzwerkkommunikation könne die Realitätskonstruktion durch Massenmedien aber nicht substituieren, sondern allenfalls vervollständigen.

Schrapes Argumentation stützt sich auf Nutzungspräferenzen und inhaltliche Qualitäten von Social Media (285). Er verweist unter anderem auf die in der ARD/ZDF-Online-

studie ermittelte relativ geringe Verbreitung der partizipativen Nutzung von Web 2.0 Plattformen. Zwar räumt Schrape ein, dass einige Web 2.0 Angebote eine große Reichweite hätten (vgl. 286), doch der Großteil der InternetnutzerInnen verhalte sich hier analog zur Nutzung von Massenmedien und konsumiere diese nur, habe aber kein Interesse, selbst Inhalte beizutragen (288). Der weitaus größte Teil der Inhalte werde von einem kleinen Teil der NutzerInnen produziert.

Die in den vorliegenden Publikationen vielzitierte ARD/ZDF-Onlinestudie diene neben Schrape auch Papsdorf als Beleg für die gleichbleibend konsumierende Haltung der InternetnutzerInnen (vgl. Papsdorf: 318) und wird vielfach als Indiz dafür herangezogen, dass Social Media keine qualitative Veränderung der Massenkommunikation bewirkt. Auf derselben Grundlage spricht auch Sutter den Social Media die Eigenschaft der Interaktivität weitgehend ab (vgl. Sutter, 2010: 96f. und Sutter, 2011: 455).²

Schrape zieht die Bedeutung von Social Media für die Realitätskonstruktion auch auf inhaltlicher Ebene in Zweifel. Beispielsweise greift er auf Studien zurück, die die Intentionen von BloggerInnen untersucht haben und stellt fest, dass sie mehrheitlich „zum Spaß“ (289) private Erlebnisse und Kommentare zu massenmedialen Inhalten ins Netz stellen. Aus dem Mangel an tagesaktuellen Nachrichten und politischen Themen und aufgrund geringer Eigenrechercheanteile (vgl. 289f.) schließt Schrape darauf, dass Social Media nicht als „regelmäßige allgemeine Bezugsgrundlage in der gesellschaftlichen Kommunikation“ dienen könne (291).

Schrape legt anhand der Daten insgesamt überzeugend dar, dass soziale Medien in diesem Sinne wahrscheinlich wenig zu einer „gesellschaftsweit ‚geteilten‘ Gegenwart beitragen“ (291). Er verortet daher Social Media und die Massenmedien auf unterschiedlichen Ebenen der Wirklichkeitskonstruktion, die „langfristigen wir-zentrierten Wirklichkeitsmuster“ sieht er weiterhin als durch die Massenmedien vorgegeben an (295).

Während diese Schlussfolgerung aufgrund der vorgelegten Daten überzeugen kann, bleiben einige Fragen offen. Zunächst ist gerade bei der Einnahme einer an Luhmanns „operativen Konstruktivismus“ anschließenden theoretischen Perspektive die *operative Ebene* zu beachten. Schrape konzentriert den quantitativen Teil seiner empirischen Bemühungen gewissermaßen auf den noch immer relativ geringen Anteil von Social Media-Handlungen (also aktiv gestaltender und nicht passiv konsumierender Nutzung von Social Media) an den Handlungen aller InternetnutzerInnen. Dadurch unterschätzt er aber den Anteil von Social Media am Gesamtumfang der Internet-Kommunikation: Täglich werden beispielsweise bis zu einer halben Milliarde Tweets abgesetzt³ und jede Sekunde 100 Stunden Videos auf YouTube hochgeladen⁴. Ein kurzer Artikel auf einer Nachrichtenseite (Massenmedium) zieht nicht selten hunderte Kommentare im dazugehörigen Forum (soziales Medium) nach sich. Die Masse an im Internet veröffentlichten nutzergenerierten Inhalten ist nicht zu unterschätzen, auch wenn anteilig relativ wenige InternetnutzerInnen diese Inhalte produzieren.⁵ Gewiss erreichen diese Mitteilungen nur in Ausnahmefällen und nur unter Mithilfe der Massenmedien ein Publikum wie klassische massenmediale Angebote. Dennoch ist es meines Erachtens fraglich, ob Schrape, Sutter und Papsdorf dem Phänomen gerecht werden, wenn sie die relativen Anteile der Nutzungsweisen vergleichen und den „sozialen“ oder „interaktiven“ Charakter der neuen Medien damit zum Randphänomen erklären.

Was das inhaltliche Argument angeht, ist Schrapes Diagnose anhand der vorgelegten Daten zu folgen, dass Inhalte mit klassischem Nachrichtenwert nur einen kleinen prozentualen Anteil der Kommunikation in Social Media ausmachen. Nun will Schrape offenbar

nur ernsthafte Mitteilungen, die sich etwa mit „politischen Themen“ (289) befassen, als Bausteine der gesellschaftlichen Realitätskonstruktion gelten lassen und schenkt den übrigen Inhalten nicht viel Aufmerksamkeit. Dadurch entgeht ihm meines Erachtens ein wesentliches Merkmal der neuen Medien. Die niedrigen Zugangsschwellen zu den Sozialen Medien befreien die Massenkommunikation vom Zwang zur Massentauglichkeit. Die klassischen Massenmedien müssen aus betriebswirtschaftlicher Notwendigkeit ein großes Publikum erreichen und ihre Mitteilungen darauf ausrichten. Dazu haben sich eine Reihe von Konventionen berichtenswerter Ereignisse gebildet. BloggerInnen und „Tweeple“ können hingegen „aus Spaß“ (289) ihre Inhalte verbreiten. Das bedeutet auch, dass durch die neuen Medien ganz andere Inhalte „massen-kommunikabel“ werden. Durch Social Media können nun auch scheinbar völlig banale oder private Alltagsereignisse einem Massenpublikum zugänglich gemacht werden. Murthy zeigt in seiner Twitter-Studie (s. o.) auf, dass auch diese Aspekte der sozialen Medien Aufmerksamkeit verdienen. Aber nicht nur das: Massenmediale Inhalte können auf derselben Verbreitungsebene kommentiert und diskutiert (und in Frage gestellt) werden, dies hatte Luhmann zunächst noch für eine technische Unmöglichkeit gehalten und postuliert: „Interaktion wird durch die Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen“ (Luhmann, 2004: 11). Diese Eigenschaft figuriert immerhin als zentrales Argument in Luhmanns Beobachtungen über das System der Massenmedien (vgl. Luhmann, 2004: 33).⁶

Die Frage ist nun, ob durch Twitttern und Tumblrn nur „überflüssige Zeit vernichtet wird“ (vgl. Luhmann, 2004: 96), wie es Schrape suggeriert, wenn er auf die Freizeitbudgets und (ganz handlungstheoretisch) Intentionen der NutzerInnen verweist (vgl. 288f.) oder ob Social Media noch andere Funktionen erfüllen kann. Dazu liefert Schrape wiederum vielversprechende Vorschläge, etwa mit Bezug auf die „Evolution sozialer Sinnsysteme“ (294): Wahrscheinlich würden die neuen Medien den Vorrat an „sichtbaren Variationen“ erweitern und somit das Potential für evolutionär „nutzbare Zufälle“. Die „Verbreitungschancen innovativer bzw. alternativer Realitätsentwürfe“ könnten sich erhöhen (289).

In dieser Hinsicht erscheint es fruchtbar, sich mit einer netzaffinen Subkultur zu befassen, die Gegenstand eines bereits 1998 in schwedischer Sprache erschienenen und jetzt erstmals in deutscher Übersetzung vorliegenden Buches ist. Alternative Realitätsentwürfe deuten sich hier bereits im Titel an: „Copyright existiert nicht. Hackerkultur und Leitbild der Szene“ nennt Linus Walleij seine „essayistische Geschichte der Hacker“ (Klappentext). Bei einem Werk mit diesem provokativen Titel ist es nur konsequent, dass der Name des Autors nicht auf dem Buchdeckel steht. Es ist sicherlich kein Lehrbuch für Soziologen, Kapitel zur Methodik und sozialtheoretischen Fundierung sucht man vergebens. Der Wahrnehmung der Öffentlichkeit, die beim Wort Hacker an „Computerkriminalität, Systemeinbruch und Spionage“ denke (21), möchte der schwedische Hacker Walleij seine autobiographisch gefärbte Darstellung der Szene entgegensetzen. Das Buch hat nicht den Anspruch, wissenschaftlichen Maßstäben zu genügen, der Stil (der Übersetzung?) ist oft holprig, das vorgetragene Selbstverständnis der Hackermentalität vielleicht manchmal naiv und der Autor lässt sich zuweilen zu koddrigen Schimpftiraden hinreißen. In einigen Passagen merkt man, dass das Buch im Original bereits vor 16 Jahren erschienen ist. Walleijs Prognosen sind teilweise bereits von der Realität überholt worden. Und doch hält es für ForscherInnen, die sich mit der Hacker-Kultur befassen, einige interessante Anekdoten und Einsichten bereit. Beispielsweise berichtet Walleij über die Geschichte des Kopierens und Teilens. Für die gegenwärtig beklagte „Gratiskultur“⁶⁷ im Netz finden sich hier histori-

sche Wurzeln. Walleij beschreibt die Frühzeit der „Swapper“, die in einem „postalischen Netzwerk“ Dateien, Filme und Musik per Disketten, Video- und Tonbändern auf dem Postwege tauschten (85) und damit Praktiken vorwegnahmen, die sich erst mit der Verbreitung des Internets zum Massenphänomen entwickeln konnten. Auch die Ursprünge der Free und Open Source Software-Bewegung werden angesprochen. In diesem Zusammenhang wird auch die im Titel angekündigte Stoßrichtung deutlich. Walleij führt an verschiedenen Beispielen aus, warum er Immaterialgüterrechte und die marktwirtschaftliche Produktion von Informationsgütern für ineffizient hält. Die folgenden stark subjektiv gefärbten Urteile über die Wirtschaft und den Staat könnten allenfalls noch als empirisches Datum für die Mentalität der Hacker für SoziologInnen dienlich sein.

Am Ende fasst Walleij seine Überlegungen zu einer Theorie der „kybernetischen Gesellschaft“ zusammen (241ff.), kommt dabei aber weitgehend ohne Bezugnahme auf die Bemühungen der Soziologie auf diesem Gebiet aus. Ansprüchen an die Komplexität und begriffliche Präzision moderner Gesellschaftstheorien genügt das zwar nicht, aber immerhin gelingen Walleij hier einige originelle Bemerkungen zum Wandel von der Industrie zur Informationsgesellschaft. Dazu postuliert er auch: „So notwendig wie das Urheberrecht für die Industriegesellschaft war, so bedeutungslos ist es für die Informationsgesellschaft“ (255). Diese These soll eigentlich mit Bezug auf Thomas Kuhns Theorie des Paradigmenwechsels expliziert werden, doch das titelgebende Kapitel verliert sich leider vollends in haarsträubenden Analogien zum Faschismus und religiösen Sekten und gipfelt im Fabulieren über „Illuminaten“ (266).

Danach lässt Walleij eigentlich noch ein Kapitel über „Die Zukunft“ folgen, doch an dieser Stelle kann man Walleijs Pamphlet beiseite legen und einen anderen Titel in die Hand nehmen. Denn die Zukunft liegt unzweifelhaft in den Händen der Kinder, und mit denen hat sich Julia Heinen in ihrer Dissertation „Internetkinder. Eine Untersuchung der Lebensstile junger Nutzergruppen“ beschäftigt. Die Autorin hat eine von Bourdieu inspirierte empirische Untersuchung der „Lebensstile“ 8- bis 17-jähriger InternetnutzerInnen durchgeführt. Dazu wurden BesucherInnen von „Kinderinternetseiten“⁶⁸ per Layer- oder Bannerwerbung zur Teilnahme an einer standardisierten Online-Befragung eingeladen. Im Fragebogen werden Items zur Auswahl vorgeschlagen, durch die der Geschmack und Einstellungen der Befragten ermittelt werden sollen. So werden zur Ermittlung des Musikgeschmacks beispielsweise eine Auswahl von Interpreten der aktuellen Charts und einige von der Autorin ausgewählte Repräsentanten verschiedener Musikstile zur Auswahl angeboten. Diese werden dann in der Auswertung mit bestimmten Kulturkapitalniveaus identifiziert. So wird „selbst Musizieren“ beispielsweise eher als „hochkulturelle Tätigkeit“ eingeschätzt (225) und eine Präferenz für Bushido wird der „Unterschichtkultur“ zugeordnet (115).

Die Ergebnisse werden in Form von Koordinatensystemen dargestellt, auf denen die Merkmalsausprägungen in zwei Dimensionen eingetragen sind. Heinen konnte bei Kindern in dem untersuchten Alter bereits heterogene Lebensstile nachweisen. Die Befunde deuten auf einen Zusammenhang einerseits zwischen Entwicklungsstufe und Lebensstil sowie andererseits zwischen Anpassungsniveau und Lebensstil hin (221).

Hinter dem Titel „Internetkinder“ wird der Leser vielleicht eine Studie über Kinder erwarten, die das Internet besonders intensiv nutzen. Das ist aber hier gar nicht das Ziel. Durch die Methode der Stichprobenziehung wurden speziell die Kinder angesprochen, die Webseiten für Kinder besuchen. Dabei stellt sich die Frage, ob die für die Befragung ausgewählten Internetangebote geeignet sind, eine große Bandbreite verschiedener Lebenssti-

le von Internetkindern zu erfassen. Heinen ist sich dieses Umstandes bewusst und beansprucht lediglich, verschiedene Lebensstile von KinderinternetseitennutzerInnen identifizieren zu können. Es wäre sicherlich auch interessant zu sehen, ob sich die Lebensstile von das Internet intensiv nutzenden Kindern von anderen Kindern unterscheiden.

Weiter lassen sich mit dem Instrument des standardisierten Fragebogens nur die durch die Fragebogen-Items antizipierten Geschmacksmuster identifizieren. Zu den Präferenzen der Internetnutzung hat Heinen beispielsweise eine Liste allgemein gehaltener Items wie „Videos anschauen“ und „Bilder oder Musik herunterladen“ angeboten. Aktuell in der Öffentlichkeit kontrovers diskutierte Nutzungsweisen wie der Konsum und das Teilen von Pornographie und Gewaltvideos konnten so nicht erfasst werden, zumal die Kategorien „weiß nicht“ und „keines der genannten“ systematisch in der Auswertung der Geschmacksmuster ausgeschlossen wurden. Fraglich ist angesichts des Alters der Befragten und der sozialen Erwünschtheit der Antworten allerdings auch, ob man hier mit offenen oder halboffenen Fragen gute Ergebnisse hätte erzielen können. Was also die Lebensstile von „Internetkindern“ angeht, ist mit Heinens Studie ein Anfang gemacht, aber es gibt noch viele offene Fragen.

Wie weit ist die Soziologie nun also in den letzten Jahren in ihren Bemühungen vorgekommen, „die elektronische Welt unter ihren Bedingungen zu denken“ (Gumbrecht)? Wenn man Heinz Harbachs Diagnose glaubt, dann ist die Soziologie „überraschend gut vorbereitet auf den Einbruch der Informatik“ (92). Harbach trägt in dem Bändchen „Computer und menschliches Verhalten. Informatik und die Zukunft der Soziologie“ die Theorien von Achim Bühl, Manfred Faßler und Werner Rammert zusammen. Die drei Autoren stehen hier stellvertretend für die Reaktion der Soziologie auf die Herausforderung durch neue Informationstechnologien. Im vierten Abschnitt „Computer und Gesellschaft“ werden schließlich die „Grenzen der sozialwissenschaftlichen Begriffsbildung“ im Hinblick auf Computer ausgelotet.

Harbachs kurze Diskussion des Luhmannschen Interaktionsbegriffs verdeutlicht die Herausforderungen, mit denen sich die Soziologie durch vernetzte Computer konfrontiert sieht. Luhmann bindet den Interaktionsbegriff an Anwesenheit, überlässt die Unterscheidung von anwesend/abwesend aber den Systemen selbst und definiert sie nicht ontologisch. Harbach weist darauf hin, dass Interaktionspartner auch als „online anwesend“ behandelt werden können: Zu den „face-to-face relations können auch interface-to-interface relations hinzugedacht werden“ (84). Obwohl die These der Interaktivität der „sozialen“ Medien nicht neu ist, wird sie bis heute kontrovers diskutiert.⁹ Was mit Interaktivität gemeint sein soll, und welche Konsequenzen sich aus dieser dem neuen Medium unterstellten Eigenschaft für die Gesellschaft ergeben könnten, hat die Soziologie noch nicht abschließend geklärt. Trotzdem kann man angesichts der vorliegenden Publikationen zuversichtlich sein, dass Gumbrechts Appell, das Denken müsse „den Daten folgen“, in der Soziologie bereits erhört wird.

Anmerkungen

- ¹ Beim Modding erschaffen NutzerInnen von Computerspielen neue Spielinhalte wie zusätzliche Spielwelten, Charaktere und Storylines.
- ² Der Befund der ARD/ZDF-Onlinestudie, dass der Großteil der Beiträge zu sozialen Netzwerken von einem relativ kleinen Kern aktiver und gut vernetzter NutzerInnen geleistet wird, kann in der empirischen Erforschung selbstorganisierter Netzwerke als gesicherte Erkenntnis gelten.

Solche Netzwerke werden in der Netzwerkanalyse als skalenfreie Netze bezeichnet. Die Verteilung von Kanten auf Knoten unterliegt dabei einem Potenzgesetz. Im Bereich der Free und Open Source Software Entwicklung bestätigen zahlreiche Netzwerkanalysen das Phänomen (vgl. exemplarisch Xu et al., 2005).

- ³ <https://blog.twitter.com/2013/new-tweets-per-second-record-and-how>.
- ⁴ <http://www.youtube.com/yt/press/>.
- ⁵ In absoluten Zahlen ausgedrückt erscheint diese Bevölkerungsgruppe indes gar nicht mehr so unbedeutend. Der Microblogging Dienst Twitter führt in Deutschland noch ein Nischendasein, hierzulande nutzen laut der ARD/ZDF-Studie nur 2% der InternetnutzerInnen den Dienst aktiv, das entspricht aber immerhin 1 Million Menschen.
- ⁶ In einem Interview hat Luhmann diese Auffassung später mit Bezug auf das Internet revidiert: „Das Internet mit seinen Kommunikationsmöglichkeiten ist auch, wenn es massenhaft als Medium genutzt wird, kein Massenmedium, denn es ist ja gerade keine einseitige technische Kommunikation, sondern kann individuell genutzt werden“ (Laurin, 2008).
- ⁷ Der Band von Dolata und Schrape geht ausgiebig auf die Schwierigkeiten der Medienwirtschaft ein, tragfähige Geschäftsmodelle für das Internet zu entwickeln.
- ⁸ Die zur Ziehung der Stichprobe ausgewählten Internetseiten sind www.toggo.de und die Kindersuchmaschine www.blinde-kuh.de.
- ⁹ Einen kritischen Überblick vermittelt Sutter (2010).

Literatur

- ARD/ZDF-Onlinestudie. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=439> (Zugriff Mar 26, 2013).
- Benkler, Y. Coase's Penguin, or, Linux and the Nature of the Firm. *Yale Law Journal* 2002, 112 (3), 369–446.
- Gumbrecht, H. U. Das Denken muss nun auch den Daten folgen. *FAZ* [Online] 2014, URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/geisteswissenschaften/geisteswissenschaften-das-denken-muss-nun-auch-den-daten-folgen-12840532.html> (Zugriff Mar 14, 2014).
- Laurin, S. Interview mit Niklas Luhmann: Das Internet ist kein Massenmedium, im Internet, 2008. <http://www.ruhrbarone.de/niklas-luhmann-%E2%80%9Edas-internet-ist-kein-massenmedium%E2%80%9C/1109> (Zugriff Mar 25, 2014).
- Luhmann, N. *Die Realität der Massenmedien*, 3. Aufl.; VS: Wiesbaden, 2004.
- Schrape, J.-F. Social Media, Massenmedien und gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktion. *Berliner Journal für Soziologie* 2011, 21, 407–429.
- Sutter, T. Der Wandel von der Massenkommunikation zur Interaktivität neuer Medien. In *Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen*; Sutter, T.; Mehler, A., Hrsg.; VS: Wiesbaden, 2010; pp 83–105.
- Sutter, T. Die Suche nach Neuem – Herausforderungen der soziologischen Internetforschung. *Soziologische Revue* 2011, 34, 4, 453–462.
- Xu, J.; Gao Y.; Christley, S.; Madey, G. A Topological Analysis of the Open Source Software Development Community. *HICSS '05: Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'05) – Track 7* [Online] 2005, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.132.6830&rep=rep1&type=pdf>, (Zugriff Mar 18, 2014).