merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Hans-Dieter Kübler: Domestizierung 2.0 oder: Beziehungskiste Medien

Beitrag aus Heft »2015/04: smart fernsehen«

Massenkommunikation, so lehrte man einst, ist prinzipiell durch die Einseitigkeit des Informationsflusses von der Kommunikatorin bzw. vom Kommunikator zum Rezipierenden gekennzeichnet. Sicher gab es einige wenige, meist technisch verstandene Rückkoppelungen wie Leserbriefe oder Telefonanrufe. Mit SMS, Mail und vor allem durch die sozialen Netzwerke haben sich die Verhältnisse jedoch (fast) grundlegend geändert; soviel Austausch, Interaktivität, Einflussnahme zwischen Medienund Publikum gab es noch nie, mindestens nicht so permanent, vielfältig und effektiv. Repräsentative Daten und solide Interpretationen liegen dafür kaum vor; aber Indizien finden sich genug: Schon von der Lokalpresse wird erwartet, dass jedes kleinste Ereignis vor Ort und meist auch die eigene Teilnahme gebührend berichtet werden, sonst hagelt es Proteste über Ignoranz. Leserbriefe sollen unbedingt ganz abgedruckt werden, und für alle Fragen erwartet man fundierte Auskünfte. Verwunderlich ist dieser direkte Umgang gewiss nicht: Denn alle Medien fordern unentwegt in allen digitalen Kanälen zu Anregungen, Beteiligungen sowie Reaktionen auf und biedern sich als ‚ihre' unentbehrliche Familien- und Gruppenmitglieder an. Kaum eine Meldung bleibt heute ohne Kommentar. Faktische Fehler und Ungenauigkeiten werden umgehend angekreidet, Sendungen bereits in Echtzeit kritisiert, Protagonistinnen und Protagonisten verhöhnt oder hochgelobt, manche Talkshows holen sich das Echo explizit in die Sendung.

Shitstorms brechen nicht nur über Prominente oder bloßgestellte Mauerblümchen rücksichtslos herein, sondern auch Redaktionen bekommen prompt ihr Publikumsfett ab, wenn sie politisch nicht gefallen. Wieviel Aufwand sie inzwischen in diese weit reichende ‚Beziehungsarbeit' stecken, wie sie womöglich unter der Resonanzlast – zumal bei abgespecktem Personal – stöhnen, ist kaum eruiert. Denn die Beziehungen reichen oftmals noch tiefer: Kürzlich wurde beim erstmaligen (!) Lesertreffen von Der Spiegel in Hamburg etwa die Chefredaktion von Bekenntnissen nicht nur Älterer überrascht, wie wichtig selbst der (einst) unnahbare Spiegel als lebenslanger persönlicher Kompass sei, wie genau seine Fehltritte beäugt werden und wie vertraut man mit einzelnen Autorinnen und Autoren sei. Diese sozioemotionalen Phänomene sind nicht einmal genügend benannt. Wenn der inzwischen eingedeutschte Begriff der domestication nicht schon für die anhaltende Verhäuslichung der neuen Medien sachlich schief reserviert wäre, könnte er als Domestizierung in der ursprünglich doppelten Semantik gelten: nämlich als ständig sich intensivierende Einvernahme bzw. Familiarisierung der etablierten Medien durch das Publikum bis hin zu persönlichen Ansprüchen Einzelner, aber zugleich als fortschreitende Zähmung und Kontrolle ihrer Macherinnen und Macher bis hin zu massiven Interventionen. Luhmann hat noch die Massenmedien als funktionale Selbstbeobachtung der Gesellschaft zweiter Ordnung charakterisiert. Mit den sozialen Netzwerken verbreitet sich eine unaufhörliche, prompte Beobachtung dritter Ordnung der Medien selbst durch eine ständig aufmerksame, auch mosernde und oft empörte Zivilgesellschaft.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de