

Beschädigte Aura

Über das digitale Leben

■ MATTHIAS OPIS



Matthias Opis, Studium der Geschichte, Kunstgeschichte und Germanistik in Frankfurt/M., Wien und München. Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Styria Media Group AG, Graz.

Medien sind der Sauerstoff in der Gegenwartsatmosphäre. Kaum vorstellbar, dass individuelles und soziales Leben ohne sie auskommen kann. Im März 2009 brachte das auf gutem altem Papier gedruckte Monatsmagazin „Datum“ einen Lokalausweis beim seltsamen Volk der „Breitbandlosen“: „Im südlichen Burgenland gibt es Häuser ohne Internetverbindung. Die Bewohner fühlen sich alleingelassen. Besuch in einem Dorf, das den Anschluss verpasst“, hieß es da unter dem Titel „Googles vergessene Kinder“. Eine Exkursion in quasi steinzeitliche Verhältnisse, eine Urszene mitten in Österreich. Lachen konnten darüber aber nur jene, die es nicht betraf.

Medialer Wärmestrom

Wer nicht vernetzt ist, verpasst nicht nur den Anschluss, sondern das ganze Leben. Das ist eine erfahrungsgesättigte Beobachtung, keine – auch wenn es so klingen mag – kulturpessimistische Bewertung. Faktum ist, dass dem inflationären Gebrauch des Multimedialen und seiner rasanten, nahe-

zu selbstverständlichen Integration in den menschlichen Alltag kaum eine bewusste Entscheidung oder gar nüchterne Abwägung von Kosten und Nutzen vorangegangen ist. Bei jeder größeren Anschaffung von Gebrauchs- oder Luxusgütern ist diese Prüfung nachweislich obligatorisch, nicht so bei den Medien. Hier herrscht offenbar ein kollektiver emotionaler wie rationaler Ausnahmezustand, den sich all jene in Erinnerung rufen mögen, die schon einmal ihr Handy oder ihren Blackberry verloren oder vielleicht nur für ein paar Stunden verlegt haben.

Vereinzelt wird nach Erklärungsansätzen gesucht, was diesen Hype eigentlich ausmacht und wohin er führt. Während aber die modischen, betont praxisorientierten Medienwissenschaften in allen möglichen Variationen aus dem akademischen Boden schießen und die Situation als gegeben annehmen, verkümmern die zarten Pflänzchen der einst so stolzen Medienkritik, die ihre Energie vor allem von soziologischen und kommunikationstheoretischen Treibern bezog. „Es gibt keine Fronten mehr, die Kritik scheint am Ende“, resümierte Norbert Bolz in seinem 2007 erschienenen „ABC der Medien“ die Tristesse der Theorie. Was aber haben wir jenen Prozessen entgegenzusetzen, die der FAZ-Mitherausgeber Frank Schirrmacher in seinem jüngsten Buch „Payback“ so nachdrücklich beschreibt? Ist es uns, die wir allesamt mit Informationen überfrachtet sind, überhaupt noch möglich, aus dem medialen Wärmestrom auszusteigen, Ballast abzuwerfen, Bescheidenheit zu lernen?



Norbert Bolz: „Dass Technologie zur Problemlösung beiträgt, ist ein Unsinn! Sie trägt nicht zur Befriedigung von Bedürfnissen bei, sondern umgekehrt.“

Fußbälle, Straßen, Elefanten

Es bedarf schon einer gehörigen Anstrengung, das vernachlässigte, schlampige

Verhältnis von Medientheorie und medialer Praxis ins Licht zu rücken und in Ordnungen zu bringen, damit das *Denken über Medien* überhaupt funktionieren kann – und in weiterer Folge vielleicht auch mehr als ein unreflektierter Umgang mit ihnen. Immerhin: Medien sind sexy (weil mächtig). Und busy (weil potenziell gewinnträchtig). Und crazy (weil neugierig). Und sie erklären uns die Welt. Gründe genug, sich diese Synapsen im Sozialgefüge konzentriert zu Gemüte zu führen, und zwar jenseits ihrer alltäglichen Nutzung. Wenig attraktiv wäre es, dazu einfach einen Prozess der systematischen Reflexion in Gang zu setzen, der schon bei der scheinbar schlichten Eingangsfrage ins Schlingern oder gar Stocken gerät: Was ist ein Medium? Dieser Begriff hat eine derart rasante Pop-Karriere hingelegt, dass jeder Versuch, ihn unmittelbar zu fassen zu kriegen, zum Scheitern verurteilt ist. Buchstäblich alles und jeder ist hingerissen von ihm, biedert sich in unzähligen Wortschöpfungen an ihn an, so dass heute praktisch nichts mehr *kein* Medium ist.

An dieser Inflation sind die Pioniere der Medientheorie nicht ganz unschuldig, waren sie es doch, die sich kaum um die Terminologie gekümmert und dafür lieber der Phänomenologie hingegeben haben. Und das hat Schule gemacht. Bis heute gibt es für die stetig anwachsende Zahl der Verständnisangebote kein gescheites Betriebssystem. Mangelnde Kompatibilität und Anschlussfähigkeit sind, so scheint es, der einzige gemeinsame Nenner im Gemischtwarenladen der Medientheorie. Was wurde im Verlauf der letzten fünf Jahrzehnte dort nicht alles ausgepackt und über die Theke gezogen, ohne nachhaltig begriffen zu werden: Fußbälle, Straßen, Elefanten, Geld, Liebe u.v.m. Wer nach klaren Begriffen fragt, die Ordnung in dieses Durcheinander bringen, es gar ausmisten könnten, fühlt sich fehl am Platz – wie Eltern im unaufgeräumten Kinderzimmer. Der geistige Wildwuchs ist Teil eines unausgesprochenen Abkommens, das den Medien jene Aura verleiht, die sie so immun gegen jede (auch autoimmune) Schwäche macht. Das Wesen der Medien

bleibt fest in ihre Wirkung eingeschlossen und unzugänglich. Die schillernde Parole dieser Vereinbarung hat Marshall McLuhan schon 1964 ausgegeben: „The medium is the message“.

Terror des Populären ...

Vor diesem Hintergrund spricht einiges dafür, die eingespielten Regeln des Diskurses zu akzeptieren und eine Auseinandersetzung mit Medien zu (ver)suchen, ohne dabei gleich aufs Ganze zu gehen. Dieses Experiment wurde im vergangenen Jahr bei einer Reihe von Veranstaltungen unternommen, die im Grazer Kulturzentrum bei den Minoriten stattgefunden haben und vom Autor dieses Beitrags kuratiert worden sind (www.minoritenkulturgraz.at). Engagierte Kooperationspartner von „Medien bei den Minoriten“ waren der Studiengang „Journalismus und Public Relations“ der FH Joanneum und die „Kleine Zeitung“. Unter dem Titel *Understanding Media*, der durchaus als Reverenz an McLuhan und besonders an seine Gestimmtheit, Medien zu denken, verstanden werden sollte, ging es darum, Thesen zu formulieren, die geeignet sind, unser Verständnis von dem voran zu treiben, wie Medien ticken und wirken, was sie mit uns machen, wie sie uns nützen und dienen, überfordern und in die Irre führen.

Den Anfang von „Medien bei den Minoriten“ machte der bereits zitierte Berliner Medientheoretiker Norbert Bolz mit pointierten Aussagen über die digitale

■ Heute ist praktisch nichts mehr *kein* Medium.

Dieter Rappold: „Das Web 2.0 ermöglicht eine neue Form der Kommunikation, jeder kann im Internet publizieren.“



■ **Web 2.0:
Voyeurismus,
Exhibitionismus,
digitaler
Darwinismus?**

Gesellschaft und ihre Feinde. Mit seiner teilweise harschen Digitalisierungskritik sprach er vielen Medienkonservativen aus der analogen Seele. Die fortschreitende Digitalisierung zerstöre mit der „Kultur der großen Bücher“ auch Tugenden wie Besonnenheit und Nachdenklichkeit, und dieser Prozess sei gleichbedeutend mit einer Einladung zur Piraterie, zur Zerstörung geistigen Eigentums. Die Chiffre Google stehe für den Terror des Populären, das Web 2.0 fördere Voyeurismus, Exhibitionismus und einen digitalen Darwinismus. Auch die vielfach beschworene Radikaldemokratie im Internet sei bloßer Schein: „Alle Netzwerke erzeugen eine Pareto-Verteilung. Wer hat, dem wird gegeben.“

... oder Online-Tiefgang?

Pioniere des Web 2.0, die einen selbstverständlichen und sehr pragmatischen Umgang mit den Möglichkeiten des so genannten Mitmach-Internets pflegen, können über solchen Pauschalverdacht nur milde lächeln. Dieter Rappold etwa, Gründer und Co-Geschäftsführer der Wiener Online-Agentur „vi knallgrau“ (www.knallgrau.at). Seine Kunden stellen sich schon längst nicht mehr die Frage, ob eine Mitwirkung an digitaler Kommunikation sinnvoll ist, sondern eher, mit welchem Einsatz und in welcher Form. Wer die veränderte Medienutzung seiner Zielgruppen bloß ignoriert, manövriert sich ins ökonomische Abseits.

Was für Unternehmen und Marken gültig ist, kann in der Politik nicht falsch sein. Zu den ersten, die das erkannt haben, gehörte der grüne Wiener Stadtrat Chris-

toph Chorherr mit seinem seit 5 Jahren betriebenen Weblog (<http://chorherr.twoday.net/>). Dass es gelungen ist, ihn für eine Live-Diskussion über das Web 2.0 nach Graz zu holen, grenzte fast an ein Wunder. Denn nach einer nüchternen Kosten-Nutzen-Rechnung, so erklärte er, hätte er in derselben Zeit auf persönlichere Weise(!) eine ungleich höhere Anzahl von Leuten online erreichen können. Sein diesbezügliches Credo ist übrigens als Kontrapunkt zu der sich hartnäckig haltenden Auffassung zu verstehen, wonach das Internet im Unterschied zu den klassischen Medien nur Oberflächliches anbiete: „Warum muss Politik immer Verflachung heißen? ‚Das ist zu kompliziert‘, oder ‚Wen interessiert denn das wirklich‘ ist oft zu hören. Ich will es versuchen und glaube, dass ein Weblog ein hervorragendes Tool dafür ist.“

Urvertraut, vollkommen anders

Kaum etwas zeigt die Verwerfungen des sich gegenwärtig vollziehenden Medienumbruchs deutlicher als die teilweise hitzig geführten Debatten um die Zukunft des Buches. Die Frage „Wozu noch gedruckte Bücher?“ diskutierten bei „Medien bei den Minoriten“ Jochen Hörisch, Ordinarius für Neuere Germanistik und Medienanalyse in Mannheim, und Johanna Rachinger, Generaldirektorin der Österreichischen Nationalbibliothek. Sowohl das Sony-E-Book als auch der Amazon-Kindle seien zwar Computer, führte Hörisch bei dieser Gelegenheit aus, aber sie imitierten – bis hin zum Ledereinband – die klassische Ästhetik des Buches. So fehle etwa auch nie der Hinweis, wie „papiernahe“ die Anmutung des Monitors sei – dank der elektronischen Tinte. So sei beim E-Book alles urvertraut und vollkommen anders zugleich: „Alle Texte haben, so sie auf die Monitore gespült werden, nun buchstäblich dasselbe Format, dasselbe Gewicht, denselben Einband, denselben Geruch, dieselbe Papier- bzw. Electronic-Ink-Qualität. Keine Differenzen mehr.“ Dennoch, so Hörischs Conclusio, auch wenn sich das elektronische Buch durchsetzen werde, so habe auch das gedruckte Buch (s)eine Zukunft. Denn



Jochen Hörisch: „Das elektronische Buch wird sich durchsetzen wie das Amen in der Kirche.“

die „obligatorische Komplementärentwicklung“ zum überwältigenden Siegeszug elektronischen Publizierens sei absehbar.

Damit scheint sich einmal mehr das von Wolfgang Riepl im Jahr 1913 formulierte „Gesetz“ zu bestätigen, wonach ein existierendes und bewährtes Medium von anderen, neuen Medien nicht zur Gänze verdrängt oder ersetzt werden kann. Für manchen Verleger ist aber auch ein „Sowohl-als-auch“ nur schwer zu akzeptieren. Für Jochen Jung (www.jungundjung.at) etwa, der sich – zumindest rhetorisch – in Fatalismus übt, wenn er sagt, dass sein Verlag so lange Bücher machen und verkaufen wird, so lange sie gefragt seien. Auf die Frage, wie lange es das gedruckte Buch noch geben wird, antwortet er: „Ich wundere mich immer wieder, warum die Leute nicht fragen: ‚Wie lange wird es das Fahrrad noch geben?‘. Das Buch ist wie das Fahrrad wahnsinnig einfach zu bedienen, und zwar unter allen Bedingungen.“ Und für Annette Knoch, die als Inhaberin des Grazer Droschl-Verlags (www.droschl.at) unlängst Ilma Rakusas „Mehr Meer“ neben der gedruckten Ausgabe auch als erste Publikation ihres Verlags in einer elektronischen Version angeboten hat, ist das E-Book „ein schlechtes Plagiat vom Buch“.

Es ist nahezu unmöglich, ein auch nur vorläufiges Fazit dieser spannenden Reflexionen über die Digitalisierung zu ziehen. Eine weitere, eher beiläufig gemachte Bemerkung von Jochen Jung gibt allerdings eine bedenkenswerte Richtung an: „Wenn ich etwas anklicke, ist die Aura schon leicht beschädigt.“ Das hat Bedeutung über elektronisch verfügbare Texte

hinaus. Vor allem, wenn man an Martin Bubers zeitloses Diktum denkt: „Alles wirkliche Leben ist Begegnung“. Wie heißt es in Walter Benjamins legendärem Essay „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“: „Die Aura ist Erscheinung einer Ferne, so nah das sein mag, was sie hervorruft“. Im digitalen Leben ist Ferne keine Kategorie mehr. Und Nähe und Distanz müssen völlig neu bestimmt werden.

Dank an Johannes Rauchenberger, Heinz M. Fischer und Sabine Gollmann. Dank auch an Edith Steinkellner, Regina Joschika, Sandra Bauer, Sara Geisler, Caroline Mempör, Andrea Feierl, Elisabeth Faustmann, Henric Wietheger, Johanna Zweiger.

Fotos: Johannes Rauchenberger, Christina Tieber, Anna-Lena Trummer, Britta Fuchs, Christine Drechsler. ■



■ Das E-Book ist ein schlechtes Plagiat vom Buch.

Annette Knoch: „Wir werden lesen, aber wir wissen nicht, worauf.“

Die Laieninitiative sucht Helfer

Die große Unterstützung, die die Laieninitiative erfahren hat, macht es notwendig, eine entsprechende Organisation auf zu bauen. Dafür suchen wir Helfer oder Helferinnen, die auf Basis der geleisteten Stunden entlohnt werden. Die Arbeit kann zu Hause erledigt werden, wenn ein internetfähiger PC zur Verfügung steht. Gute Englischkenntnisse wären von Vorteil.

Insbesondere wären die folgenden Arbeiten zu machen:

- Sichten und Prüfen von Unterstützungserklärungen auf der Website
- Bearbeitung des eMail-Verkehrs, Beantwortung von routinemäßig zu erledigenden Anfragen bei Bedarf in Zusammenarbeit mit dem Obmann
- Verwalten der Adressdaten

Interessierte Personen wenden sich bitte an den Kassier des Vereins
Mag. Hermann Bahr, eMail edv@bahr.at.