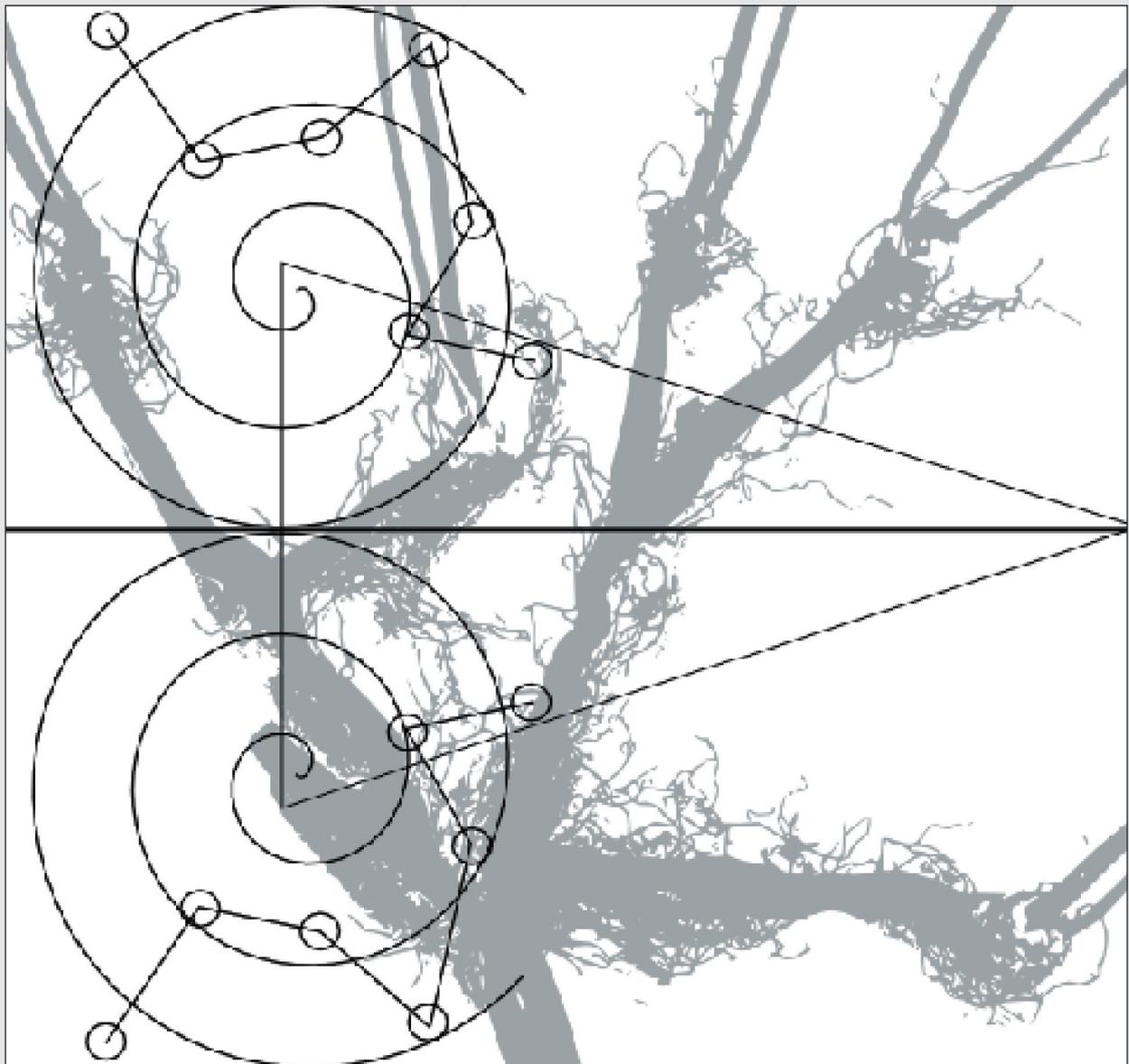


# tiefenschärfe

Institut für Medien und Kommunikation - Department SLM I - Universität Hamburg

ISSN 1619-5450

Winter 2008/09



## Internet

# Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

seit dem Erscheinen der letzten *tiefenschärfe* ist einige Zeit verstrichen. Dies spiegelt sich auch in den Beiträgen wider, von denen einige noch unter Frank Schätzlein als verantwortlichem Redakteur entstanden sind. Die Änderungen in der Zusammensetzung der Redaktion nehmen sich klein aus gegenüber den Änderungen am Institut für Medien und Kommunikation der Universität Hamburg. Inzwischen haben die ersten Studierenden ihr Studium erfolgreich mit einem Bachelor of Arts am IMK abgeschlossen und zum Wintersemester 2008/2009 werden die ersten Masterstudierenden ihr Studium aufnehmen. Einige der Absolventinnen und Absolventen sind mit Beiträgen in dieser Ausgabe zum Schwerpunktthema Internet vertreten, diese entstanden im Rahmen eines Projektseminars unter der Leitung von Rüdiger Maulko.

Thematisch reichen die Artikel von historischen Betrachtungen bis zu kritischen Analysen aktueller Phänomene, wie das Entstehen einer neuen Kunst-, Musik- und Lite

raturszene, die Verwaltung von Daten und Wissen sowie die Versprechen einer neuen Mitmach-Kultur, die unter dem Schlagwort „Web 2.0“ verhandelt wird. Darüber hinaus enthält diese Ausgabe zwei Artikel zur Computerspiel-Forschung, die sich mit interessanten neuen Forschungsperspektiven auseinandersetzen. Um Fragen der kulturellen Identität in einer globalisierten Nachrichtenkommunikation geht es in einem Beitrag „aus dem Insitut“, welcher auf einer Arbeitsgruppe aus dem WS 2007/08 beruht. Das Heft schließt mit einer Rezension zur Festschrift „Die schönen und die nützlichen Künste“, welche 2007 im Fink-Verlag erschien.

Viel Spaß beim Lesen wünscht  
die Redaktion

Abbildung auf dem Titelblatt: Daniel Kock

## Inhalt

### Thema: Internet

*Joan Kristin Bleicher:* Zum Einfluss von Wunschkonstellationen auf medientechnische Entwicklungen – am Beispiel des Internets (S. 3)

*Christiane Wettig:* net.art: Kunst im Netz der Technologie (S. 6)

*Kerstin Paulsen:* Grenzgänger und Selbstdarsteller: Autoren im Internet (S. 14)

*Olaf Grabienski:* Internetauftritte literarischer Buchverlage (S. 19)

*Miriam Otto:* Blog-Fieber: Über den Trend, sich mit Worten im WWW zu entblößen (S. 21)

*Silke Kramer:* Brotlose Kunst? (S. 25)

*Thomas Meyer:* Sterben die kleineren Online-Radios bald aus? (S. 29)

*Thomas Vidovic:* Videoportale: Die heile Welt der Illusionen (S. 32)

*Claudia Beekmann:* Wie man einen Avatar anmacht (S. 35)

*Anna Jaroslawska:* Die Welt durch die Google-Brillen (S. 37)

*Magdalena Kulesz:* Vernetztes Wissen: Über Inhalte, Erfolge und Probleme von Wikipedia (S. 39)

*Daniel Kock:* Illustration zum Thema Internet (S. 42)

*Felix Schröter:* Das Netz zwischen Cyberdemokratie, Kommerz und „Absurditätenstadl“ (S. 43)

### Thema Games

*Jan-Noël Thon:* Multiplayer-Shooter als sozialer Raum (S. 47)

*Britta Neitzel:* Computer – Spiele – Forschung (S. 52)

### Aus dem Institut

*Daniel Kock / Christoph Klimmer:* Kultur(en) in der globalen Nachrichtenkommunikation (S. 56)

*Marein Budiner:* Rezension (S. 61)

Impressum (S. 62)

# Zum Einfluss von Wunschkonstellationen auf medientechnische Entwicklungen – am Beispiel des Internets

Von Joan Kristin Bleicher

Bisherige medienhistorische Untersuchungen, etwa zur Geschichte des Fernsehens (Hickethier 1998), zeigen enge Wechselwirkungen zwischen vorhandenen gesellschaftlichen und individuellen Wunschkonstellationen, medientechnischen Entwicklungen, der Geschichte von Medienangeboten und der Medienwirkung. Zu den die Medienentwicklungen vorantreibenden Wunschkonstellationen zählt vor allem der Bedarf nach schneller, umfassender Informationsvermittlung. Jede Medieneinführung begleitet visionäre Versprechen, diesen Wunschkonstellationen mit einer besonderen Angebots- und Funktionsvielfalt des neuen Mediums zu begegnen.

## Bestehende Wunschkonstellationen und technische Entwicklungsschichte des Internets

Auch dem Beginn der Internetentwicklung geht ein visionär wirkender Text voraus, der versucht, vorhandene Wunschkonstellationen mit Ideen möglicher medientechnischer Entwicklungen, Angebote und Nutzungs-

weisen zu verknüpfen. Bereits 1945 präsentierte der Vizepräsident des Massachusetts Institute of Technology (MIT) Vannevar Bush in seinem Zeitschriftenaufsatz „As We May Think“ (*Atlantic Monthly*) das von ihm konzipierte Memex-Konzept einer elektronischen Speicherung und Datenverbreitung von Forschungsergebnissen zwischen Wissenschaftlern. Im Rahmen seines Modells entwickelte Bush grundlegende Vernetzungsideen, die weitere technische Entwicklungen beeinflussten. So beschrieb Ted Nelson 1965 mit dem Begriff Hypertext sein Modell einer Vernetzung unterschiedlicher Text- und Informationseinheiten. Nelsons Modell orientierte sich am modernen Zeitungslayout etwa des damals avantgardistischen Magazins „Flair“: „Kleine Türen und Fenster durchzogen die ganze Zeitschrift. Man konnte eine Tür öffnen und etwas auf der nächsten Seite sehen.“ (Gillies/Cailliau 2002, S. 110) Diese Modelle bilden die Basisstruktur verschiedener technischer Netzwerkentwicklungen. Europäische Netzwerke entstanden durch Kooperationen verschiedener

wissenschaftlicher Einrichtungen. Das WWW war eine Entwicklung des CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire), das von verschiedenen europäischen Ländern 1952 in Genf eingerichtet wurde. Diese Institution führte Wissenschaftler europäischer und außereuropäischer Universitäten zu gemeinsamen Forschungsprojekten zusammen. Durch die Vielzahl der Kooperationen mit Universitäten, Unternehmen und Arbeitsgruppen stieg im CERN der Bedarf an funktionsfähigen Computernetzwerken. Nachdem das CERN lange an eigenen Protokollen für die Computerkommunikation (zum Beispiel OSI) gearbeitet hatte, schloss es sich 1989 an die internationalen TCP/IP-Protokolle an, was die weltweite Vernetzung des Instituts erleichterte. Bereits in den siebziger Jahren versuchten auch andere Institutionen immer wieder vergeblich, europäische Standards gegen die einflussreiche amerikanische Konkurrenz – beispielsweise im Bereich der Protokolle – durchzusetzen (vgl. Gillies/Cailliau 2002, S. 96).

An die Seite des vernetzten Datentransfers traten Wunschkonstellationen einer funktionsfähigen Kommunikation zwischen politischen Entscheidungsträgern, aber auch militärische Projekte für Krisenfälle und Versuche zur Optimierung des Wissenstransfers führten zu weiteren Netzwerkentwicklungen. So gab die französische Regierung ein Forschungsprojekt zur Entwicklung des Netzwerks Cyclades in Paris in Auftrag. In den USA erfolgte die Verknüpfung zwischen Forschungseinrichtungen, Militär und Unternehmen u. a. durch Wissenschaftler, die zwischen verschiedenen an der Netzentwicklung beteiligten Institutionen wechselten. Das amerikanische Militär vergab Forschungsaufträge u. a. an das Massachusetts Institute of Technology (MIT). Diverse führende Mitarbeiter der militärischen Forschungseinrichtung ARPA waren beim MIT beschäftigt. So leitete J. C. R. Licklider ab 1951 das Lincoln Lab am MIT, das sich u. a. mit Fragen der Luftabwehr beschäftigte, in dem aber vor allem grundlegende Arbeiten der amerikanischen Computerforschung entstanden. Nach seiner Hochschultätigkeit am MIT

wechselte Licklider zum Beratungsunternehmen Bolt Beranek und Newman (BBN) nach Cambridge, um sich dort direkter und unabhängig von Hochschulzusammenhängen mit dem Computer beschäftigen zu können. In diesem Unternehmen befassten sich zwei unabhängige, aber dennoch konkurrierende Abteilungen mit der Computerforschung (Hafner/Lyon 1997, S. 105) und der Entwicklung des Internets: „Information Sciences“ (hier entwickelten vor allem promovierte Wissenschaftler Visionen für Informationstechnologien) und „Computer Systems“ (hier beschäftigten sich vorwiegend nicht promovierte Mitarbeiter mit unterschiedlichen Hardware-Entwicklungen). Mit BBN und anderen Unternehmen wie XEROX und IBM schloss sich der Verbund zwischen Militär, Wissenschaft und Wirtschaft.

Als in den 1960er Jahren aus dieser Kooperation erste Ergebnisse zur technischen Netzwerkentwicklung vorlagen, verstärkte das amerikanische Militär seinen Einfluss auf weitere Hard- und Software-Entwicklungen, da es den Nutzwert von Netzwerktechnologien für die Informationsvermittlung und die militärische Kommunikation erkannte. Hingegen stand die Telekommunikationsindustrie neuen Entwicklungen noch skeptisch gegenüber, da ihre Vermarktungsmöglichkeiten noch unklar waren.

Andere Wirtschaftsunternehmen wie etwa die Computer Corporation of America (CCA) entwickelten Modelle, die die Internetstruktur bestimmen. Die Research & Development Corporation (RAND), die 1946 mit dem Ziel gegründet wurde, amerikanische Fähigkeiten im Bereich Operations-Research zu sichern, veröffentlichte 1964 den Netzwerk-Entwurf ihres Mitarbeiters Paul Baran, der die Übertragung von Daten auch beim Ausfall eines Teils der Vermittlungsrechner garantierte und somit auch militärischen Interessen entsprach. Jeder Knoten des Netzwerkes war mit mehreren Nachbarn verbunden, jeder Rechner an den Knoten (Router) besaß eine Routentabelle des gesamten Netzwerkes. War die optimale Route für eine Vermittlung etwa durch einen atomaren Angriff

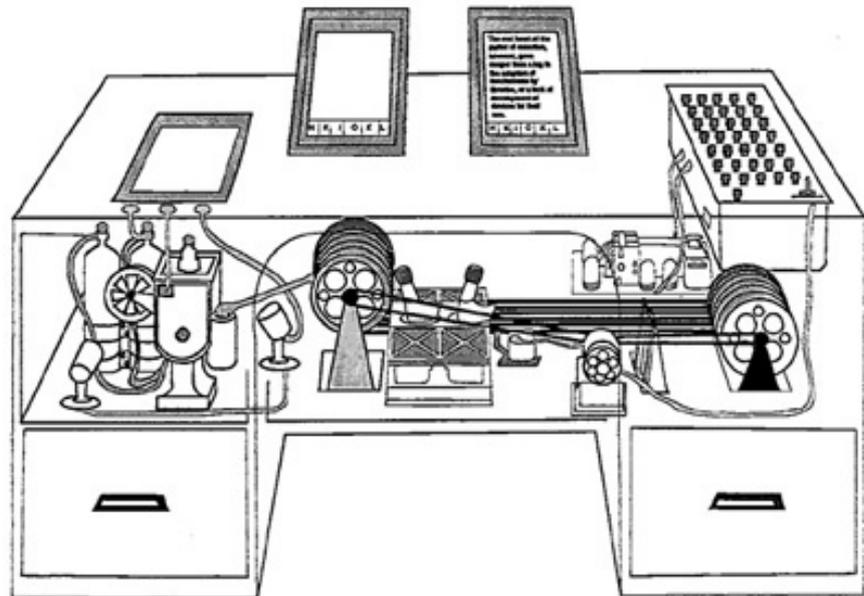


Abb.: Memex-System (Memory Extender), Vannevar Bush, 1945. Quelle: <http://www.knowledgesearch.org/presentations/etcon/slide0002.htm> (5.10.2005).

zerstört, wählte er die zweitbeste Route aus. Dieses Modell basierte auch auf Ergebnissen der Gehirnforschung, die sich mit der Funktion neuronaler Netze bei geschädigten Gehirnzellen befasst hatte (Hafner/Lyon 1997, S. 66). Als Berater der ARPA leistete Baran einen Transfer zwischen Wirtschaft und Militär. Sein Netzwerk- und Paketvermittlungsmodell beeinflusst in Kombination mit dem in England entwickelten Netzwerkmodell von Donald Davies und dem Hypertext von Nelson bis heute den Datentransfer im Internet.

In der militärischen Forschungseinrichtung „Information Processing Techniques Office“ (IPTO) entwickelten Computerwissenschaftler die Idee für ein landesweites Computernetzwerk, das vorhandene Telefonnetze nutzen sollte. Andere Forschungsprojekte in den USA versuchten, sich von der Übermittlung durch Telefonnetze zu lösen: Norm Abramson entwickelte 1968 an der Universität von Hawaii mit ALOHANET ein Netzwerk, das Rechnern die Verbindung über Funk ermöglichte.

### Grundmodelle der Informationsvermittlung

Die IPTO sah für ihre Entwicklung des experimentellen Netzwerkes eine Kommunikation zwischen Computer-

wissenschaftlern an verschiedenen Standorten vor. Der für die Konzeption und Entwicklung des Netzwerkes zuständige Computer- und Telekommunikationsexperte Larry Roberts (MIT) orientierte sich an historischen Vorbildern der systematischen Informationsvermittlung (Boten- und Relaisysteme) (ebd., S. 59). Einzelne Rechner, sog. „Interface Message Processors“ (IMPs), sollten in einem unsichtbaren Subnetz das Netzwerk steuern, indem sie „die eigentlichen Netzwerkverbindungen bereitstellen, Daten senden und empfangen, Fehler suchen und beim Auftreten von Fehlern Daten nochmals übertragen, den Datenverkehr lenken und nachprüfen, ob die Nachrichten an den beabsichtigten Zielen angekommen waren.“ (ebd., S. 88) Die für diese Aufgabe erforderliche leistungsstarke Software bestand aus einem „System dynamischer Routing-Tabellen. [...] Diese Tabellen teilten den IMPS mit, in welche Richtung sie diejenigen Pakete, die ihr Ziel noch nicht erreicht hatten, schicken sollten“ (ebd., S. 148 f.). Da aber die nächste Botschaft erst geschickt wurde, wenn eine Empfangsbestätigung für die vorangegangene Botschaft vorlag, entstanden Kapazitäts- und Zeitprobleme, die weitere Softwareentwicklungen notwendig machten. Innerhalb der Datenvermittlung wurde erstmals

der Begriff des Protokolls verwendet, der noch heute die gemeinsame ‚Sprache‘ von Rechnern verschiedener Netzwerke beschreibt.

Wissenschaftler konnten bei ihrer Datenbanknutzung und dem Wissenstransfer auf Vorläufer im Bereich elektronischer Informationsvermittlung wie diverse Videotextsysteme, beispielsweise View Data, zurückgreifen. Im Auftrag der ARPA-Forschungsabteilung IPTO entwickelte Douglas Engelbart ab 1963 das Dokumentationssystem „oN Line System“ (NLS). Ziel war es, Dokumente gleichzeitig auf dem Bildschirm darstellen, speichern und suchen zu können. Dabei sollte mehreren Wissenschaftlern simultan die Verwendung von Dokumenten ermöglicht werden. Neben dem Text wurden Dokumente der Arbeitspartner auf dem Bildschirm sichtbar. Die einzelnen Texte und Bilder waren auf dem Bildschirm wie Kacheln nebeneinander angeordnet und bildeten so eine Vorform der heutigen Frames. Die Nutzer bewegten sich durch Hyperlinks in den Texten und wechselten zu anderen Dateien. Und NLS konnte auch als Quelle für im Internet vorhandene Informationen verwendet werden (vgl. ebd., S. 91). Die mobile Vernetzungsstruktur von NLS entsprach bisherigen Netzwerkmodellen der Produktions- und Verbreitungstechnik.

Als erste Online-Zeitung erschienen ab 1973 die ArpanetNews, die über Neuigkeiten im Bereich der Netzentwicklung informierten, deren Lektüre aber nur Experten vorbehalten war (vgl. ebd., S. 272). In den 1980er Jahren begann sich das Internet dann schrittweise als Informationsmedium zu etablieren, das neben der One-to-many-Kommunikation traditioneller Massenmedien auch Formen der Many-to-many-Kommunikation zwischen den NutzerInnen ermöglichte und so das bisherige Spektrum der Informationsvermittlung erweiterte. Diese Erweiterung realisierte zumindest teilweise die ursprünglichen Utopien der Internetentwicklung. ■

## Literatur

Bush, Vannevar (1945): *As We May Think*. In: *The Atlantic Monthly*. Jg. 176, H. 1. S. 101-108. Online: [www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm](http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm) (Stand: 15.8.2003).

Drösser, Christoph (2001): *Eine bombige Legende*. In: *Die Zeit* (5.7.2001). Nr. 28. S. 26.

Glaser, Peter (1995): *24 Stunden im 21. Jahrhundert. Onlinesein. Zu Besuch in der neuesten Welt*. Frankfurt am M.: Zweitausendeins.

Gillies, James/Cailliau, Robert (2002): *Die Wiege des Web. Die spannende Geschichte des WWW*. Heidelberg: d-Punkt Verlag.

Hafner, Katie/Lyon, Matthew (1997): *Arpa Kadabra: Die Geschichte des Internet*. Heidelberg: d-Punkt Verlag.

Hickethier, Knut (1998): *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Stuttgart: Metzler.

Innis, Harold (1972): *Empire and Communication*. Revised Edition. Toronto: Toronto University Press.

McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The New American Library.

Münker, Stefan/Roesler, Alexander (2002): *Vom Mythos zur Praxis. Auch eine Geschichte des Internet*. In: dies. (Hrsg.) (2002): *Praxis Internet. Kulturtechniken der vernetzten Welt*. Frankfurt am M.: Suhrkamp. S. 11-24.

Negroponte, Nicholas (1995): *Being digital*. New York: Vintage Books.

Nielsen, Jakob (2001): *Designing Web Usability + Homepage Usability*. (Doppelband) Frankfurt am M.: Zweitausendeins.

Neuberger, Christoph/Tonnemacher, Jan (1999): *Online – Die Zukunft der Zeitung?* In: dies. (Hrsg.): *Online – Die Zukunft der Zeitung?* Opladen: Westdt. Verlag. S. 9-14.

Schanze, Helmut/Kammer, Manfred (1998): *Interaktive Medien und ihre Nutzer. Bd. 1: Voraussetzungen, Anwendungen, Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos.

Schnell, Ralf (2000): *Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen*. Stuttgart: Metzler.

Zehnder, Matthias W. (1998): *Geschichte und Geschichten des Internets*. Kilchberg: Smart Books.

## Webadressen zur Internetgeschichte

<http://goethe.ira.uka.de/seminare/internet/geschichte/>

<http://www.psychologie.uni-bonn.de/sozial/staff/musch/history.htm>

<http://www.michaelkaul.de/Geschichte/zakon/zakon.html>

<http://www.gwittrock.de/igeschichte.html>

<http://www.isoc.org/internet/history/>

<http://www.zakon.org/robert/internet/timeline/>

<http://www.anderbergfamily.net/ant/history/>

# net.art

## Kunst im Netz der Technologie

Dieser Aufsatz untersucht die Pionierzeit jener Kunst, die extra für das Medium Internet entwickelt wurde. Diese Form der Kunst wird auch net.art genannt.<sup>1</sup>

Von Christiane Wettig

### Einleitung

Wild flackern die Datensätze über den Screen, flitzen in atemberaubender Geschwindigkeit rauf und runter, hin und her. Im Stakkato öffnen sich leere, kleine Fenster ohne jeden Sinn. Der Browser springt laut klackernd von einer Website zur nächsten bis der Computer überfordert den Dienst versagt und abstürzt. Nein, er ist nicht von einem böartigen Virus befallen. Was der User hier erlebt, ist vielmehr ein raffiniertes Beispiel für jene Kunst, die speziell für das Internet gemacht wird - herzlich willkommen in der virtuellen Welt der Netzkunst.<sup>2</sup>

Vor allem die frühen Arbeiten um das Jahr 1994 und jene, die zur Entwicklung der Gattung Netzkunst führten, setzen sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der Technologie des Internets auseinander. Die Netzkunst begibt sich sowohl in ihrem Medium als auch mit ihrem Material in unbekannte Gefilde. Das Internet ist 1994, als sich erstmals so etwas wie Netzkunst formuliert, für die meisten Menschen noch ein recht unerforschtes Feld mit so dubiosen Phänomenen wie non-linearer

Struktur, Ortlosigkeit, Echtzeit und Virtualität. Diese gilt es für User und Künstler zunächst zu begreifen und zu erobern. Die Pionierjahre der Netzkunst sind jene Zeit, in der sich die ‚net.artisten‘ mit ihrem Tun definieren. Sie suchen und überschreiten auf künstlerische Art die Grenzen des Internets und stricken mit an der Utopie von einer netzpolitischen Gesellschaft im virtuellen Medium.

### net\_world\_art. Oder: Technologie als Kunstbegriff

Kunst im Internet und Netzkunst verkörpern zwei unterschiedliche Bereiche.<sup>3</sup> Mit Kunst im Internet sind all jene Arbeiten gemeint, die im physischen Raum existieren und das Internet lediglich als abbildende Ausstellungsfläche nutzen. Man findet sie auf Homepages zum Zweck der Selbstdarstellung beispielsweise von Malern oder Bildhauern, von Galerien oder Museen. Diese Kunst existiert in erster Linie außerhalb des Netzes und ist in keiner Weise auf das virtuelle<sup>4</sup> Medium angewiesen.

Die Netzkunst hingegen ist ein unentwirrbares Amalgam aus Kunst und Technologie. Sie ist elementar verknüpft mit dem Internet und seinen spezifischen Eigenschaften. Das Internet ist das Medium, in oder mit dem die Netzkunst zu erleben ist; es erfüllt die Aufgabe von Präsentationsfläche, ist Kommunikationsmittel oder Speichermedium.<sup>5</sup> Und es dient als „Material“, mit dem das Kunstwerk zumindest teilweise erzeugt wird.<sup>6</sup> Das gilt für die Inhalte und die verwendete Internet-Software. Die Projekte sind meist in HTML verfasst und mit JPG, GIF, FLASH, JAVA oder anderen multimedialen Erweiterungen ausgestattet.<sup>7</sup> Zudem beschäftigen sich viele Netzkünstler in ihren Projekten thematisch mit dem Internet und der dort entstehenden neuen/virtuellen Welt; das kann in kritischer oder affirmativer Art geschehen. Sie untersuchen die bereits bestehenden Netzbedingungen - also die Regeln, Mechanismen, Strukturen und Konventionen des virtuellen Mediums - oder entwickeln sie weiter.

Die mit der Verbreitung der neuen Technologie einhergehende Begriffsverwirrung (Web-Art, Online Art, CyberArt, Net Art, Internetkunst usw.) hat sich inzwischen so weit geklärt, dass man in erster Linie von Netzkunst oder net.art spricht. Auch die Selbstdefinition der Netzkünstler und ihrer Arbeit ist vorläufig abgeschlossen. Zunächst jedoch gab es kontroverse Meinungen. Nicht ganz unschuldig daran ist die Struktur des Mediums selbst, das dazu geeignet ist, den in der Gegenwart strittigen Kunst-Begriff weiter aufzuweichen, also die fragwürdigen Überlegungen, was Kunst sei und was nicht.

*Since the network doesn't have any labels, maybe what little Stevie is doing is art. It's the same with our work: there is also no 'art' label on it. In the medium in which it is perceived, people don't care about this label.<sup>8</sup>*

Das Internet gibt jedem die Möglichkeit, ganz persönliche Auffassungen von Kunst auszuprobieren und einem globalen Publikum zu präsentieren. Einige Netzkünstler sammelten anfangs solche Sites und stellten

sie als „Kunst“ online aus,<sup>9</sup> andere bestimmten das gesamte Internet wegen seiner rhizomatischen – also wie ein Wurzelgeflecht in alle Richtung wuchernden – Auswüchse zur Kunst: "It's everything, because you can find everything on the net easily. There is no physical space, but some virtual space. Everything belongs to net.art in a way", so der Netzkünstler Alexei Shulgin.<sup>10</sup>

Der Slogan „net = art“<sup>11</sup> bringt das Phänomen auf den Punkt und Joseph Beuys' Idee von der Sozialen Plastik ins Spiel. Etliche Netzkunstwerke existieren nur, weil ihre User interaktiv mitwirken, sie teilweise sogar gestalten. Damit stellt sich bei der Netzkunst immer wieder die Frage nach der Wertigkeit und Aufgabe des Künstlers.

Die meisten Netztheoretiker und -künstler definieren nur die Werke als net.art, die ausschließlich online und in bzw. mit dem Internet funktionieren.<sup>12</sup> Dazu werden meist auch jene Projekte gezählt, die das virtuelle Medium als elementaren Bestandteil integrieren, aber in erster Linie in der physischen Welt präsent sind wie beispielsweise Internet gebundene Online-Performances.<sup>13</sup> Hingegen sind nur wenige der Meinung, dass auch jene Projekte als Netzkunst gelten, die zwar für das Internet konzipiert, aber auch offline zu betrachten sind, beispielsweise auf CD-ROM oder lokalen Netzwerken.<sup>14</sup>

Aber abgesehen davon, dass "art in the communications media only exists when it is shared, when it connects somewhere in the net",<sup>15</sup> unterscheidet sich Netzkunst auch in einigen anderen Details wesentlich von bisheriger Kunst. Das liegt vor allem an den Bedingungen, die das Internet ermöglicht und vorgibt: Das Medium ist non-linear aufgebaut, und damit spreizt sich ein Netzkunstwerk rhizomatisch in alle Richtungen: Es besteht aus einer Vielzahl vor-, hinter-, über-, neben- und untereinander verknüpfter Seiten,<sup>16</sup> die der User sich mit individuellem Tempo bzw. in individueller Abfolge erschließt. Einige Projekte sind mit anderen Werken bzw. Websites durch Hyperlinks verknüpft. Ebenso vielseitig ist die Multimedialität der

Netzkunstwerke. Net.art führt durch die Digitalisierung und ihre hoch entwickelte Technologie nahezu alle Medien zusammen, die zur Verfügung stehen. Auch Malerei, Grafik, Fotografie usw. können zumindest abbildend einbezogen werden, ebenso wie Animationen, Videos, Live-Übertragungen, Musik, gesprochener und geschriebener Text usw. Weiterhin ist die Darstellung von virtuellen Welten und Wesen sowie 3-D-Realitäten möglich. „The web makes it possible to experiment with linear, parallel, and associative montage“,<sup>17</sup> so die Netzkünstlerin Olia Lialina. Inwieweit eine Arbeit mit Wahrheit, Manipulation oder Fake agiert, lässt sich wegen der Immaterialität<sup>18</sup> des Mediums für den User oft nicht erkennen: Gestohlene Sites können kopiert und verfremdet, Scheinidentitäten entworfen werden.<sup>19</sup> Netzkunst reagiert meist interaktiv, d.h. sie bezieht den User konkret mit ein – manchmal kann er sie sogar dauerhaft verändern. Und es ist gerade die Interaktivität, die in der Kunst „multiple Perspektiven, non-lineare Erzählformen, bedeutungsoffene Strukturen und einen Betrachter, der keine distanzierte Position zur Welt mehr einnimmt“,<sup>20</sup> besonders überzeugend umsetzt.

Weiter sind Netzkunstwerke unabhängig von Raum und Zeit und damit auch von Distanzen; durch die globale Vernetzung entstehen rund um die Uhr weltweite Kommunikationsstränge, die den User und das Kunstwerk in Echtzeit miteinander verknüpfen. Durch ihre virtuelle Erscheinung sind die Projekte im Unterschied zu gegenständlichen Arbeiten unabhängig von einer Ausstellung im physischen Raum wie beispielsweise Museen oder Galerien.

*Art always takes place in some physical place (...). With the net, you don't have this physical space. Everything happens on your computer screen, and it doesn't matter where the signal comes from.*<sup>21</sup>

Weit entfernt vom White Cube, dem elitären Museum, entdeckt und erlebt man Netzkunst am heimischen Computer-Screen, also ohne zu reisen, weitgehend kostenlos und in eben-

so privater Atmosphäre, als gehöre einem die Arbeit.

Im Gegenzug allerdings lassen sich Netzkunstwerke nur unbefriedigend im musealen Raum präsentieren.<sup>22</sup> Es ist gerade diese Gebundenheit an den Bildschirm, die die Werke der net.art ausmacht – sie allerdings ebenso begrenzt und zwar durch das Format sowie durch die zweidimensionale Bildfläche des Screens, durch die optische Abhängigkeit vom verwendeten Internet-Browser und die Unfähigkeit, sinnliche Eindrücke wie Geschmack oder Geruch überzeugend zu vermitteln.<sup>23</sup> Und weil die Computertechnik sowohl im Hard- als auch im Software-Bereich mit großer Geschwindigkeit weiter entwickelt wird, muss ein Netzkunstwerk im Prinzip permanent auf den aktuellen technischen Stand gebracht werden,<sup>24</sup> sonst ist es schon bald auf neueren Computern, Betriebssystemen und Programmen nicht oder nur verändert zu erleben. Ein weiteres Manko dieser technologischen Abhängigkeit ist die Immaterialität des Kunstwerks. Auch wenn Robert Adrian X schwärmt, „when the machines are on and your fingers are on the keyboard, you are in connection with some space that is beyond the screen. And this space is only there when the machines are on. It is a new world you enter“,<sup>25</sup> heißt das doch zugleich, dass ein virtuelles Netzkunstwerk nur dann existiert, wenn es gerade online ist, also nur in dem Moment, in dem es von irgendeinem User irgendwo auf der Welt betrachtet wird. Ansonsten schlummert es im unsichtbaren Status des binären Codes auf einer Festplatte. Aufgrund der immateriellen Existenz als Datenstrom kann man bei virtuellen Netzkunstwerken auch nicht per se zwischen Original und Kopie unterscheiden. Ein Werk ist inklusive (meist nicht vorhandener) Signatur ohne Qualitätsverlust beliebig oft zu reproduzieren und kann gleichzeitig auf einer unendlichen Anzahl von Computern erscheinen oder abgespeichert werden. Solch technische Reproduktionsfähigkeit der Kunst brachte Walter Benjamin schon 1935 zu der Erkenntnis: "In dem Augenblick, da der Maßstab der Echtheit an der Kunstproduktion ver-

sagt, hat sich auch die gesamte soziale Funktion der Kunst umgewälzt. An die Stelle ihrer Fundierung aufs Ritual tritt ihre Fundierung auf eine andere Praxis: nämlich ihre Fundierung auf Politik."<sup>26</sup>

### **net\_condition\_art. Oder: Künstlerische Politik und Utopien im Internet**

Gerade wenn die Konditionen für Kunst und Künstler noch nicht klar erkenntlich sind, liegt Reiz und Notwendigkeit darin, sie zu entwerfen: der Reiz an der unreglementierten, Kreativität fördernden Freiheit und die Notwendigkeit, funktionierende Rahmenbedingungen aufzubauen, damit Netzkunst sich kontinuierlich entwickeln und dauerhaft bestehen kann. Konzeptuelle net.art ist eine Möglichkeit, sich öffentlich Gedanken über das Internet und seine Bedingungen zu machen und damit in den kulturellen Diskurs einzutreten. Denn obwohl ‚net.artisten‘ mit einem Medium arbeiten, das sie eigentlich zum monolithischen Dasein vor dem einsamen Screen verdammt, erwiesen sie sich vor allem in den ersten Netzkunstjahren als besonders team- und disputierfähig.<sup>27</sup> So verkörpern die schriftlichen oder verbalen Erörterungen über die net\_conditions, also die Bedingungen der Gesellschafts- und Kunstkultur im Internet, einen wesentlichen Part dieser Zeit. Viele ‚net.artisten‘ waren zugleich Netztheoretiker; die meisten hegten zumindest Gedanken über Netzpolitik, beispielsweise über die Gestaltung des öffentlichen und privaten Raums im virtuellen Medium, über kriminelle Energien und rechtsfreie Zonen, über das Fehlen territorialer und politischer Grenzen, über die schleichende ‚Netz-Vermachtung‘ und Netz-Kommerzialisierung, über die detailreichen Bedeutungen von Schlagworten wie Virtualität, Egalität, Interaktivität, Ortlosigkeit, Echtzeit, Fake, ‚OpenSource‘ usw.<sup>28</sup> Und so besteht die frühe Netzkunst nicht nur aus Werken, sondern in gewisser Weise auch aus den Debatten und Kontroversen über das Medium Internet, die in Kontextsystemen und auf Konferenzen geführt wurden.<sup>29</sup> Hier

überlegte man und stritt, konzipierte, definierte und manifestierte.

Vor allem zwei Manifeste erwiesen sich als wegweisend für Definition und Zielsetzung der net.art. Joachim Blank präsentierte im Oktober 1996 zum ersten Mal „Was ist Netzkunst?“<sup>30</sup> auf einer Tagung in Schwerin. Alexei Shulgin und Natalie Bookchin formulierten ihre „Introduction to net.art (1994-99)“<sup>31</sup> zwar erst im März/April 1999, doch in wesentlichen Ansätzen existierte sie bereits 1996.<sup>32</sup> Beide Schriften zeigen die Bemühung, Netzkunst von anderen Kunstformen abzugrenzen, sie zu definieren und in ihre einzelnen Bereiche und deren Ausprägungen zu unterscheiden. Abgesehen davon jedoch geben die Manifestschreiber auch klare Anspruchshaltungen und Forderungen ab.

Während Blank den Netzkünstler schlimmstenfalls als chamäleonartigen Wahrnehmungsforscher beschreibt, der mit seinen Werken im Namen der Kunst mit Fug und Recht lügen und rücksichtslos die Grenzen des Internets und seiner User überschreiten darf,<sup>33</sup> denken Shulgin/Bookchin noch perfider. Für sie ist die net.art die "temporary autonomous zone of the late 90's".<sup>34</sup> Und so fordern sie die Netzkünstler auf, sich so klug wie skrupellos der kapitalistischen Marktgesetze zu bedienen, um die institutionalisierte Macht der physischen Kunstwelt mit deren eigenen Waffen zu schlagen.<sup>35</sup> In einem "cultural loop"<sup>36</sup> soll sie zunächst diskreditiert, unterwandert und dann gestürzt werden, bevor der Netzkünstler sich selbst zu einer Institution erhebt, aufmerksamkeitsstark und mächtig. Er müsse heraus aus seiner virtuellen Netzexistenz, fordern sie, sich physisch in Erinnerung bringen zum Beispiel durch seine Teilnahme an Konferenzen, Ausstellungen und Festivals. Anarchistisch, schockierend und zerstörerisch soll er sein, aber auch ehrlich und bei allem nie vergessen, was das Ziel der Netzkunst ist: der Tod des Autors und die Befreiung von institutioneller Bürokratie.

Getragen von den eigenen Visionen und starken Worten<sup>37</sup> wagen Alexei Shulgin und Natalie Bookchin sogar den Ausblick in die Zukunft

nach einem gelungenen Rundumschlag. Dann nämlich sei das Internet zweigeteilt: Einerseits "a mall, a porn shop and a museum".<sup>38</sup> Andererseits jedoch gäbe es eine freie Zone für "artisans",<sup>39</sup> in der "Labeling" und "Name-Dropping" überflüssig sind und es einen friedlichen Arbeits- und Informationsaustausch gibt zwischen Alt und Neu.

### **net\_transfer\_art. Oder: Technologie auf dem Weg zur net.art**

Als 1969 die Computer der ersten vier amerikanischen Universitäten durch das ARPANET verbunden werden, ahnte noch keiner, dass dieser schlichte technologische Kommunikationsakt der Beginn einer nahezu weltweiten Gesellschafts- und Wirtschaftsrevolution darstellte. Allerdings dauerte es noch ein Jahrzehnt, bis die erste – immer noch ausschließlich universitäre – ‚Newsgroup‘ entstand. Eine Dekade später – inzwischen haben sich Computernetzwerke der noch zögerlichen Allgemeinheit geöffnet – interessieren sich die ersten Künstler ernsthaft für das Medium.

Ende der 80er Jahre haben nur wenige Künstler Erfahrungen und Programmierkenntnisse. Noch existieren keine Ausstellungs- und Informationsmöglichkeiten, Schaffens- und Vermarktungssysteme für Netzkultur. Das Internet ist ein digitales Buch mit sieben Siegeln, die Stück für Stück aufgebrochen werden wollen. Noch ist das Künstleratelier keine Programmierschmiede, aber Computer, Bildschirm, Modem, Scanner, Digitalkamera, Webcam und Software aller Art locken schon. Und so passiert, was eigentlich immer geschieht, wenn Neuland am Horizont auftaucht: Einige besonders Neugierige formieren sich. Getreu nach dem Motto „Gemeinsam sind wir stark“ finden die innovativen Grenzgänger sich zwischen physischer Welt und virtuellem Medium zunächst noch regional, später global zusammen und fangen an, am großen Netz der digitalen Online-Kunst anzuknüpfen. Es gibt erste Versuche, mit Kontextsystemen zunächst für eine technische, später auch für eine

ideologische Plattform der Internet-Kultur zu sorgen.

Zu den Vorreitern gehören die deutschen Künstler Rena Tangens und ‚padelun‘. Ende der 80er Jahre nehmen sie Kontakt mit Hackern auf und sind fasziniert, was das Internet alles ermöglicht. „Da wird was passieren. Da ist ein ganz neues Denken im Umgang mit dem Leben. Das wird die Gesellschaft verändern, vielleicht sogar verbessern“, stellt ‚padelun‘ voll Euphorie über die Strukturen der internationalen Online-Vernetzung fest.

*Wir sind auf einmal lieber auf Industriemessen gegangen als auf Kunstausstellungen. Wir haben festgestellt, daß es auch bei diesen Messen Leute gibt, die ganz pffiffige, witzige Ideen haben. Wir haben uns mit zeitgenössischen wissenschaftlichen Theorien beschäftigt, weil wir gemerkt haben: Das geht überhaupt nicht in die Kultur über. Es gibt keine Transferstellen, keine wirkliche Übersetzung.<sup>40</sup>*

Wesentlicher Grund ist der hohe Kostenfaktor: Ein Zugang zum Netz ist für Privatleute und Künstler kaum zu finanzieren. Also gründet das Bielefelder Duo 1989 die Mailbox „Bionic“ – ein wesentlicher Schritt zum allgemein propagierten „XS4ALL“ (access for all, dt. Internetzugang für alle). „Bionic“ funktioniert zunächst als regionale Anlaufstelle, als digitales schwarzes Brett für jeden, der über einen einfachen PC, Modem und Telefonleitung verfügt.<sup>41</sup> Schnell entwickelt sich die Mailbox zur zentralen deutschen Diskussionsplattform, wo man sich sowohl über die elektronische Vernetzung und ihre Kultur als auch über netzfremde Themen austauscht.<sup>42</sup> Einige Künstler platzieren ihre ersten Experimente mit Hypertext.

Zu dieser Zeit erfordert die Internetbenutzung eine Menge Kenntnisse, nichts geht ohne die Programmiersprache HTML. Noch ist das Internet eher rudimentär, ist ausschließlich textbasiert, optisch wenig ansprechend – schlichtweg reizlos für die breite Masse. Das ändert sich, als Tim Berners-Lee das World Wide Web (www) entwickelt: Das Internet wird multimedial, es können Bilder und Töne integriert, die Dokumente

untereinander mit Hyperlinks verknüpft werden. Im März 1991 wird das System weltweit getestet, die Medien berichten begeistert und lösen einen ersten, allerdings noch recht kleinen Boom aus – vorerst insbesondere unter einer der Technologie aufgeschlossenen Bildungselite.

Frauen erkennen das Potenzial des Internets, durch das man mühelos große Entfernungen überbrücken kann und stellen sich der noch fremden Technik. Im Sommer 1991 formiert sich mit „VNS Matrix“<sup>43</sup> in Australien eine weibliche Truppe, die den Cyber-Feminismus<sup>44</sup> begründet. Mit ihren netz-gestützten, oftmals künstlerischen Projekten bündeln sie online ‚Frauenpower‘ und hinterfragen, wie mit Geschlecht und Körper, aber auch mit Identität und sozialem Raum im Internet umgegangen wird. Sie sind zwar die ersten, aber keinesfalls die einzigen Künstler, die sich für das www ernsthaft interessieren und am Online-Netzwerk mitknüpfen.

Im November 1991 gründet der deutsch-amerikanische Künstler Wolfgang Staehle die erste Filiale von „The Thing“ in New York. Zunächst als BBS-Mailbox angelegt, fungiert der elektronische Treffpunkt ähnlich wie „Bionic“, nämlich als eine Art schwarzes Brett, allerdings weltweit zum ersten Mal ausschließlich für die Belange der Kunst. Hier können Ausstellungstermine publiziert, auf Werke hingewiesen und darüber diskutiert werden. „The Thing“ war für viele Künstler der erste Kontakt mit einem Online-Medium. Einige von ihnen sind bis heute in der Netzkunstszene als Künstler, Kritiker oder Galerist aktiv,<sup>45</sup> erinnert sich der Gründer. Später kommen neun Filialen in Europa hinzu.<sup>46</sup>

Kontextsysteme wie „Bionic“ oder „The Thing“ ermöglichen das Bilden einer Szene; sie sind eher funktional als künstlerisch organisiert. Befruchtet durch den Austausch mit anderen Künstlern ergeben sich hier die ersten Kooperationen, man hilft sich gegenseitig bei Netztechnologie oder beim Programmieren und arbeitet gemeinsam an Kunst, Theorie und Struktur. Immer mehr fangen an, sich für das Medium zu interessieren, loggen sich ein und formulieren in

Wort und Werk künstlerische oder kulturkritische Positionen mit, im und zum Internet.

Es ist der Steirische Herbst in Graz, eine regelmäßig stattfindende Veranstaltung mit Symposium und Ausstellung, der als Erster die Entwicklung aufgreift und außerhalb der virtuellen Welt öffentlich thematisiert. Anfang März 1993 versuchen unter dem Titel „online - Kunst im Netz“ Theoretiker und Künstler eine Positionsbestimmung der digitalen, telematischen Skulptur. Noch beziehen sich ihre Überlegungen vor allem auf jene Kunst, die tief im Realen verwurzelt ist und das Internet eher peripher – beispielsweise als schlichtes Trägermedium von Informationen – einzusetzen weiß. Ein solches Projekt ist die telerobotische Arbeit „winke winke“ (vgl. <http://www.kunstradio.at/ZEITGLEICH/INSTALLATIONS/WINKE/index.html>) von der Künstlergruppe ‚x-space‘, das im Mai 1993 online geht.

Erst nachdem im November 1993 mit „Mosaic 1.0“<sup>47</sup> der erste Browser auf den Markt kommt, gerät das Internet zum wirklich interessanten Medium – ebenso für Künstler wie für User. Das nunmehr grafisch aufgebaute Interface, also die Benutzeroberfläche mit Scroll-Balken und Icons, vereinfacht den Gebrauch des Mediums elementar. Nun wirkt es deutlich einladender für jene Anwender, die wenig versiert sind und sich bislang von der komplizierten Anwenderoberfläche abschrecken ließen, die zuvor den Screen beherrschte. Von da an ist das Internet nicht mehr aufzuhalten: Ab sofort wird die Zahl der User explosionsartig ansteigen.<sup>48</sup>

Im Februar 1994 geht mit „Handshake“ (vgl. <http://www.sero.org/handshake>) das weltweit wahrscheinlich erste wirkliche Netzkunstwerk online. Davor wurde die Arbeit des Berliner Künstlerkollektivs um Joachim Blank und Karl Heinz Jeron bereits einige Monate als Toolbook-Version in Ausstellungen und auf Symposien gezeigt;<sup>49</sup> in der Internet-Version aber verzichtet die Kunst-Site komplett auf den physischen Raum. Vielschichtig operiert sie mit der Interaktivität und untersucht verschiedene Möglichkeiten einer

virtuellen Präsenz. „Handshake“ beschäftigt sich u.a. mit der Suche nach einer global-kollektiven Matrix von Verhaltens- und Wahrnehmungsmustern, lässt zu diesem Zweck beispielsweise User aus der ganzen Welt an einer Art Rorschachtest teilnehmen.

*Jedoch steht nicht die empirische Auswertung, sondern die Neugier an Interaktion(versuchen) mit anderen Netzwesen im Vordergrund. Dies fuehrt nicht nur zu Entwicklungen von Software, sondern zu einem Diskurs ueber grundlegende Voraussetzungen kommunikativen Handelns, und damit zur kuenstlerischen Erforschung von Kommunikationsprozessen in elektronischen Netzwerken. Wir bewegen uns im Raum des Internets und sind gleichzeitig an der Erforschung, Gestaltung und Erweiterung dieses exponentiell anwachsenden Massenmediums interessiert. Die Ergebnisse der verschiedenen HANDSHAKE-Aktionen sind ueber Internet jederzeit und global einsehbar. Dabei nutzt HANDSHAKE alle im Internet verfuegbaren Dienste wie E-Mail, News-groups, FTP, IRC, World Wide Web und schreibt so eine Spur in die Matrix Netzwelt. Eine Spur als Hypermediaarchiv.<sup>50</sup>*

Soweit die Künstler. Offen tritt zu Tage, was – neben der Idee von Egalität und Community-Prinzip – die frühen Netzkünstler noch interessiert: die neue Technologie. Sicherlich geht es ihnen auch um eine künstlerische Aussage; vielmehr jedoch wird zunächst das Medium erforscht, seine technischen Möglichkeiten und Varianten ausprobiert, die Grenzen ausgereizt und die Unabhängigkeit von Ort und physischer Anwesenheit des Betrachters genutzt.

Eines der typischsten und zugleich frühesten Beispiele solch künstlerischer Lust an der Technologie ist „Waxweb“ (vgl. <http://www.waxweb.org>) von David Blair, das im März 1994 online geht und für einige Zeit zu einer der technisch aktuellsten Sites des Netzes wird: Der Künstler, aber auch andere „Waxweb“-Fans, testen hier nahezu alle wichtigen Neuerungen, beispielsweise die VRML-Technik noch im Monat ihres Entstehens (Oktober 1994). Mit ihrer Hilfe erlebt der User den virtuellen

Raum dreidimensional und kann ihn verändern. „Waxweb“ ist der künstlerische Versuch, die lineare Struktur eines Films in das Hypertext-Format des Internets zu übersetzen.<sup>51</sup>

*Dies ist kein Film mehr, der von hinten bis vorne angesehen werden kann, sondern ein Werk aus einer Unzahl von Wahlmöglichkeiten am Bildschirm. (...) Während Giganten wie AT&T und Time Warner großspurige Versprechungen zum interaktiven Fernsehen machen, zeigt David Blair mit einfachen Mitteln das jeweils tatsächlich Machbare.<sup>52</sup>*

Als kreative Text-Bild-Varianten und Filmsequenzen stehen dem User schließlich 3.000 Web-Sites mit 25.000 Hyperlinks zur Verfügung und damit das – so hofft David Blair – zu seiner Zeit "größte narrative Hypermediendokument im World Wide Web."<sup>53</sup>

In ihrer ersten über das Internet gesteuerten, tele-robotischen Installation thematisieren der amerikanische Professor Ken Goldberg und Michael Mascha die Konfrontation des hypermodernen Mediums mit gutem altem Wissenschaftshandwerk und zugleich die Konfrontation modernster Technologie mit der Natur. Ab September 1994 betätigen sich die User des „Mercury Project“ (vgl. <http://www.usc.edu/dept/raiders/>) als Cyber-Archäologen und wühlen aus der Ferne per Mouse-Klick und Datenhighway im ganz realen Dreck: Sie lassen einen Roboterarm Artefakte aus einem Stückchen Land graben, steuern bzw. beobachten ihn dabei online mithilfe von CCTV-Einzelbildern. Diese Arbeit beweist ein großes Interesse an neuester Technologie: "To our knowledge, the Mercury Project was the first system that allowed www users to remotely view and alter the real world via telerobotics", so die Künstler.<sup>54</sup>

### **net\_check\_art. Oder: Netzkunst als technisches Labor**

Net.art lässt sich in vier Kategorien unterteilen. Neben politischer, dokumentarischer und fiktionaler net.art ist im Kontext dieses Aufsatzes vor allem die technische net.art von

Interesse. Technische net.art entspringt einer Faszination an Technologie, und zwar sowohl dem Reiz am Neuen, als auch der daraus resultierenden Irritation. Oft tauchen gerade dann Netzkunstprojekte mit technischer Intention auf, wenn sich neue Software zum Ausprobieren anbietet. Es geht vor allem darum, aus künstlerischer Sicht das technische Potenzial des Internets und seine technologischen Komponenten auf Anwendbarkeit und Qualität zu überprüfen oder bis an die Grenzen – und darüber hinaus – zu treiben. Manche Arbeiten spielen ganz vordergründig mit den Eigenschaften der Internet-Computersprache HTML oder mit denen des Browsers.<sup>55</sup> Technische net.art lässt sich guten Gewissens als eine Art "Materialprüfungsamt des Internets"<sup>56</sup> bezeichnen. Sie weicht nicht nur die Grenzen zwischen der Kunst und der Technologiekritik auf, sondern verschmilzt die beiden Bereiche.

An der bereits erwähnten Site „Waxweb“<sup>57</sup> probierten Netzkünstler über lange Zeit die jeweils aktuellsten Entwicklungen aus und transferierten das lineare Medium Film ins non-lineare Internet. Das Künstler-Duo Jodi<sup>58</sup> brachte in „jodi.org“ zusammenhanglose Datensätze auf dem Screen des Users in einer wilden, abenteuerlich schnellen Schau so lange zum Hüpfen und Springen, bis der Browser vor der digitalen Flut die virtuellen Segel strich – und das System abstürzte. Kein anderes Ziel als das Spiel mit Netz-Technologie und -Ästhetik verfolgte die Site „superbad.com“ (vgl. <http://www.superbad.com>).<sup>59</sup> Von 1997 an wurde sie permanent überarbeitet und zeigte in künstlerischer Manier, was die Technologie jeweils zu bieten hatte. Online und im Zwölf-Sekunden-Takt übertrug „cctv“ ‚closed-circuit‘-Bilder von Überwachungskameras aus der ganzen Welt,<sup>60</sup> sodass der User mit ihrer Hilfe zugleich seinen globalen Blick auf Plätze in London, New York, Oviedo und Gütersloh werfen konnte. Und „Every Icon“<sup>61</sup> hatte nichts anderes zum Ziel, als in einer Feldmatrix sämtliche nur möglichen Kombinationen verschiedener Grautöne durchzuspielen. Was nebenbei bemerkt und ausgehend von der

damaligen Computerleistungsfähigkeit die Kleinigkeit von mehreren tausend Jahren Zeit in Anspruch nehmen würde. Ein technisch recht hoffnungsloses und konzeptuell eher subversives Unterfangen; schließlich ist heute kaum ein Computer länger als drei, vier Jahre ohne Upgrade in Betrieb. Ein Kunstwerk also, das pars pro toto zeigt, wie sehr die Werke der net.art mit den Abhängigkeiten zwischen Kunst und Technologie spielen. ■

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Eine titellose Arbeit der net.art-Gruppe 0100101110101101.org, die damit ein Netzkunstprojekt ihrer Künstlerkollegen Jodi plagiiert.

<sup>2</sup> Heute sammeln und präsentieren namhafte Museen auf der ganzen Welt Netzkunst und beschäftigen spezialisierte Kuratoren. Beispiele für ausgewiesene Medienmuseen sind das Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM), Karlsruhe, Ars Electronica Center, Linz, WWWArt Centre, Moskau, ICC InterCommunication Center, Tokio, DIA Center for the Arts, New York. Auch Museen mit weniger avantgardistischer Intention engagierten sich für die Netzkunst, z. B. das Museum of Modern Art sowie das Whitney Museum of American Art in New York, das Institute of Contemporary Art sowie die Tate Modern in London oder das Walker Art Center in Minneapolis. Die Hamburger Galerie der Gegenwart schrieb zu ihrer Eröffnung 1997 einen net.art-Wettbewerb aus. Neben diesen realen Museen gibt es eine stetig wachsende Anzahl virtueller Sammlungen, die sich auf net.art spezialisiert haben und meist als Link-Sammlung präsentiert werden, also die Hyperlink-Verbindung zu den Kunstwerken schaffen, beispielsweise bei den Netzkunst-Plattformen von Rhizome, The Thing, Backspace und Adaweb sowie in CIAC's Electronic Magazine oder Natalie Bookchins „Story of net.art“. Auch der deutsche Wissenschaftler Hans Dieter Huber hat eine interessante Link-Sammlung zu früher Netzkunst auf seiner Homepage zusammengestellt.

<sup>3</sup> Zum ersten Mal deutlich definiert von Netzkünstler Joachim Blank mit dem Slogan „Netzkunst ≠ Kunst im Netz“; vgl. Blank 1996, 63.

<sup>4</sup> Der Begriff des Virtuellen ist erheblich älter als die net.art. Erstmals taucht er auf in Gilles Deleuzes' Untersuchung zu „Differenz und Wiederholung“ (1968).

<sup>5</sup> Vgl. Kuni 1999, 7.

<sup>6</sup> Vgl. Sollfrank 1997, 2.

<sup>7</sup> Vgl. Spiller 2000, 2.

<sup>8</sup> Netzkünstler-Duo Jodi zitiert aus Baumgärtel 1999 (b), 233.

<sup>9</sup> Beispielsweise das Projekt „WWW Art Medal“.

<sup>10</sup> Bosma 1997, 1.

<sup>11</sup> Er stammt von Netzkünstler Heath Bunting (vgl. Lovink/Schultz 1999, 22 f. sowie Kreml 1999, 1), wird aber auch von anderen ‚net.artisten‘ aufgegriffen, beispielsweise von Joachim Blank, der die Ausprägung von Netzen auf zwei Formeln reduziert: „Struktur = Inhalt“ und „Netz = Kunst“; vgl. Blank 1996, 64. Als „mediales Gesamtkunstwerk“ bezeichnen Florian Rötzer und Peter Weibel das Internet in ihrer Publikation „Cyberspace. Zum medialen Gesamtkunstwerk“, München 1993.

<sup>12</sup> „... they can constantly be updated and changed, so that there is never a ready and fixed creation or 'work'. Net. Art works are temporary (...) and as unstable as the networks themselves“, Broeckmann 1997, 2. Vgl. auch Freyermuth 1998, 3; Huber 1999, 134; Ross 1999, 7; Rothenberger 1999, 4; Schneede 1997, 6 sowie die Netzkünstler Joachim Blank (Blank 1996, 63) und Robert Adrian X (Adrian X 1997, 1 f.).

<sup>13</sup> Vgl. Tilman Baumgärtel in Heck 2000, 1.

<sup>14</sup> Vgl. Spiller 2000, 2.

<sup>15</sup> Adrian X 1997, 2.

<sup>16</sup> Diese verzweigte, nicht-sequenzielle Form wird „Hypertext“ genannt. Der Begriff aus dem Jahr 1965 stammt von Ted Nelson; vgl. Weibel 1996, 10.

<sup>17</sup> Zitiert aus Baumgärtel 1999 (b), 236.

<sup>18</sup> Als François Lyotard 1984 die Ausstellung „Les Immaterieaux“ für das Centre Pompidou in Paris kuratierte, entwarf er 50 Begriffe, um das Phänomen zu umreißen. Netzkunst ist insoweit immateriell, wie sie aus virtueller Information, aus dem Datenstrom des binären Codes, aus immateriellen Nullen und Einsen besteht. Die Träger von Netzkunst wie Computertafelplatte und Bildschirm sind nicht immateriell. Ebenso wenig jene Bereiche der Netzkunst, die im physischen Raum stattfinden, beispielsweise Internet gebundene Performances. Über die angeblich „materialen“ Qualitäten der immateriellen Netzkunst s. Huber 1998, 40 ff.

<sup>19</sup> Der „New Yorker“ veröffentlichte 1993 einen Cartoon, der seither immer wieder zitiert wird. Er beschäftigt sich mit der

Anonymität im Internet und ihren Folgen. Über dem sarkastischen Spruch „On the internet nobody knows you're a dog“ thront ein hämisch grinsender Hund online am Computer; zitiert nach Damker/Müller 1997, 3; vgl. auch Baumgärtel 1999 (a), 21.

<sup>20</sup> Dinkla 1997, 229.

<sup>21</sup> Alexei Shulgin, zitiert aus Baumgärtel 1999 (b), 240.

<sup>22</sup> Vgl. Lialina 2000, 31 ff.; Mirapaul 2000, 1 ff.; Sturm 2000, 4 f.

<sup>23</sup> Das allerdings ist zumindest im olfaktorischen Bereich nur noch eine Frage der Zeit: Es gibt bereits erste Tests mit an den Computer gekoppelten Geruchsmodule, die passend zum Bild den jeweils entsprechenden Duft freisetzen. Die mit elektrischer Stimulation arbeitenden Internetanzüge, beispielsweise für Cyberspace, haben sich als Ersatz für sinnliche Tastwahrnehmung bislang nicht bewährt.

<sup>24</sup> Vgl. Rinehart 2000, 1 ff.

<sup>25</sup> Zitiert aus Baumgärtel 1999 (b), 233.

<sup>26</sup> Benjamin 1996, 18.

<sup>27</sup> Etliche Netzkunstwerke sind Gemeinschaftsarbeiten. Zudem haben sich Netzkünstler immer wieder mit ihrem technologischen Wissen gegenseitig unterstützt.

<sup>28</sup> Vgl. Helters u. a. 1996, 35 ff.

<sup>29</sup> Der Begriff „Kontextsystem“ wurde für die Netzkunst erstmalig von Netzkünstler Joachim Blank in seinem Manifest „Was ist Netzkunst?“ verwendet; vgl. Blank 1996, 64. Mit Kontextsystemen sind jene nichtkommerziellen Plattformen im Internet gemeint, die sich speziell mit Netzkunst und -kultur beschäftigen, beispielsweise in Form von Informationsvermittlung, Diskurs oder Online-Ausstellung.

<sup>30</sup> Blank 1996.

<sup>31</sup> Shulgin/Bookchin 1999.

<sup>32</sup> Vgl. Shulgin 1996.

<sup>33</sup> Vgl. Blank 1996, 66.

<sup>34</sup> Shulgin/Bookchin 1999, 1.

<sup>35</sup> Zumindes Alexei Shulgin ist in Russland geboren und aufgewachsen. Obwohl er eng und gerne mit den Netzkünstlern des Westens zusammenarbeitet, darf man doch davon ausgehen, dass seine grundsätzliche Skepsis gegenüber kapitalistischer Vorgehensweise durch frühe politische Prägung begründet wurde. Um so bemerkenswerter fällt auf, wie sorgfältig die beiden aktuelle westliche Mechanismen erkannt und analysiert haben und sich ihrer nun in ihrem Manifest für „revolutionäre“ Zwecke bedienen.

<sup>36</sup> Shulgin/Bookchin 1999, 3.

<sup>37</sup> Mit dieser Radikalität und Skrupellosigkeit erinnern die Äußerungen der ‚net.artisten‘ an Künstlergruppen und Manifeste weit vor ihrer Zeit. So schrieben schon die Futuristen in ihrem Manifest von 1909 nicht weniger wortgewaltig: "Zeit und Raum sind gestern gestorben. Wir leben bereits im Absoluten, denn wir haben schon die ewige, allgegenwärtige Geschwindigkeit geschaffen"; Marinetti 1974, 61. Auch durch ihre Technikgläubigkeit, ihre Vorstellungen von "drahtloser Phantasie" als "absolute Freiheit der Bilder" (F. T. Marinetti, *L'immaginazione senza fili e le Parole in Libertà* (1913), zitiert nach Daniels o. J., 1) und ihren Ausbau eines Länder übergreifenden Kommunikationsnetzwerks, lassen sich bei den Futuristen Wurzeln der Netzkünstler finden; vgl. Netzkünstler Vuk Cosic in Baumgärtel 1997, 4.

<sup>38</sup> Shulgin/Bookchin 1999, 4.

<sup>39</sup> Shulgin/Bookchin 1999, 4.

<sup>40</sup> Baumgärtel 1999 (a), 39.

<sup>41</sup> Vgl. Baumgärtel 1999 (a), 41.

<sup>42</sup> Zu internationaler Bekanntheit gelangt Bionic 1999 während des Kosovo-Kriegs. Da läuft über den Bielefelder Server ein reger, nicht manipulierter Informationsfluss zwischen den Flüchtlingen, Einwohnern und Aktivisten der abgeriegelten Krisengebiete.

<sup>43</sup> „VNS“ ist die Abkürzung für Venus, „Matrix“ steht synonym für Internet.

<sup>44</sup> Den neuen Begriff „Cyber-Feminismus“ benutzt nahezu zeitgleich die britische Theoretikerin Sadie Plant; vgl. Baumgärtel 1999 (a), 72.

<sup>45</sup> Baumgärtel 1999 (a), 56.

<sup>46</sup> Erst am 29.6.1995 geht „The Thing“ – umstrukturiert als Website – ins www, baut dann aber bis Ende des Jahres ein internationales Netzwerk auf mit zusätzlichen elektronischen Knotenpunkten, die in Basel, Berlin, Frankfurt, Hamburg, Düsseldorf, Köln, London, Stockholm und Wien stationiert sind; vgl. Crandall 1995, 316, sowie Baumgärtel/Zehnder 2000, 54.

<sup>47</sup> Später entwickelt sich daraus der heute geläufige Netscape Navigator.

<sup>48</sup> Zum Vergleich: Im Juni 1993 gab es lediglich 130 registrierte Server, im März 1998 sind es bereits zwei Millionen, im August 1999 sogar sieben Millionen Server; vgl. Mauriac/Latrive 1999, 134 ff.

<sup>49</sup> Vgl. Huber 1997, 2. Auf Oktober 1993 datiert Huber 1999, 1 (und tatsächlich kommt die erste interaktive Reaktion auf „Handshake“ am 26.10.1993, vgl. [http://www.sero.org/handshake/D/response/](http://www.sero.org/handshake/D/response/Eva_Zsigri.html)

[Eva\\_Zsigri.html](http://www.sero.org/handshake/D/response/Eva_Zsigri.html)). Die Künstler datieren den Beginn ihrer Arbeit ungenau auf 1993; vgl. Blank & Jeron 2000, 1.

<sup>50</sup> Blank u. a. 1994, 2.

<sup>51</sup> Vorlage war „WAX oder die Entdeckung des Fernsehens bei den Bienen“ von David Blair – der erste Spielfilm, der im Internet gesendet wurde, und zwar im April 1993 als M-Bone-Multicast; vgl. Baumgärtel 1999 (c), 1.

<sup>52</sup> Wesemann 1996, 56 f.

<sup>53</sup> Blair 1995, 220.

<sup>54</sup> Vgl. Goldberg/Mascha 1995, 1.

<sup>55</sup> Vgl. Baumgärtel 1999 (a), 14 f.

<sup>56</sup> Baumgärtel 1998, 10.

<sup>57</sup> Von David Blair.

<sup>58</sup> „Jodi.org“ existiert heute nicht mehr.

<sup>59</sup> Von Ben Benjamin.

<sup>60</sup> Von Heath Bunting.

<sup>61</sup> Von John F. Simon jr.

## Literatur

Adrian X, R.: net.art on nettime, in: nettime, ZKP4-Diskussionsliste zur Konferenz „Beauty and East“, Ljubljana 1997, 11.5.1997, <http://mila.ljudmila.org/nettime/zkp4/37.htm> sowie unter <http://www.nettime.org/nettime.w3archive/199705/msg00053.html>.

Baumgärtel, T.: Kunst war nur ein Ersatz für das Internet. Interview mit Vuc Cosic, in: Telepolis online, 26.6.1997, <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/ku/6157/1.html>.

Baumgärtel, T.: Das imaginäre Museum. Zu einigen Motiven der Netzkunst (= Schriftenreihe des Wissenschaftszentrums Berlin, FS II 98-110), Berlin 1998.

Baumgärtel, T.: net.art. Materialien zur Netzkunst, Nürnberg 1999 (a).

Baumgärtel, T.: Art on the Internet. The Rough Remix, in: "Readme! Filtered by Nettime. ASCII Culture and the Revenge of Knowledge", hg. v. J. Bosma u. a., Brooklyn/N.Y. 1999 (b); 229 ff. (erstveröffentlicht in: Mailinglist nettime, 12.10.1998).

Baumgärtel, T.: net.art history 1993 - 1996, in: The Thing (N.Y.) online archive (threads), 11.12.1999 (c), <http://bbs.thing.net/@963325187j5YsiZDQt5vAqeR@/threads/displaymessage.forum?23+10544>.

Baumgärtel, T./Zehnder, M. W.: Das Medium, seine Kunst. Die Chronik eines

Jahrzehnts, in: Du. Die Zeitschrift der Kultur, November 2000, Hf. 711 „Net.art. Rebellen im Internet“, 52-61.

Benjamin, W.: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt/M. 1996.

Blair, D.: Waxweb 2.0, in: "Mythos Information. Welcome to the Wired World. @rs electronica 95", hg. v. K. Gerbel/P. Weibel, Wien-New York 1995, 220 ff.

Blank, J. u. a.: Handshake: Information, in: Website "Handshake", 10.10.1994, [http://www.sero.org/handshake/D/Information/handshake\\_de.html](http://www.sero.org/handshake/D/Information/handshake_de.html).

Blank, J.: Was ist Netzkunst ;-)?, in: „Mail Art. Osteuropa im Internationalen Netzwerk“, hg. v. K. von Berswordt-Wallrabe (Dokumentation zum gleichnamigen Kongress, 13.-15.9.1996), Schwerin 1996, 63-66 (ebenfalls in: <http://www.very-busy.org/art-icles/2000/05/whatisnetart.html>).

Blank, J./Jeron, K. H.: Biographie, in: Homepage Blank & Jeron 2000, <http://www.sero.org/things/s1s3.html>.

Bosma, J.: independent net.art. Discussion with Alexei Shulgin, Joan Heemskerck and Dirk Paesmans, in: nettime mailinglist, 6.7.1997, <http://www.nettime.org/nettime.w3archive/199707/msg00014.html>.

Broeckmann, A.: Net.Art, Machines and Parasites, in: nettime mailinglist, 8.3.1997, <http://www.nettime.org/nettime.w3archive/199703/msg00038.html>.

Crandall, J.: The Thing, in: "Mythos Information. Welcome to the Wired World", Katalog zur @rs electronica 95, hg. v. K. Gerbel/P. Weibel, Wien-New York 1995, 314 ff.

Damker, H./Müller, G.: Verbraucherschutz im Internet, in: Homepage Universität Freiburg, Institut für Informatik und Gesellschaft 1 (1997), [http://www.fitug.de/vschutz/allgem/vs\\_int.html](http://www.fitug.de/vschutz/allgem/vs_int.html).

Daniels, D.: Zitate zu ‚Kunst mit/oder/ohne/und/trotz Medien‘, in: Homepage der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig, o. J.

Dinkla, S.: Pioniere Interaktiver Kunst von 1970 bis heute, Ostfildern 1997.

Freyermuth, G. S.: CyberArt Now!, in: Telepolis c't 17 (1998), <http://www.heise.de/ct/98/17/076/default.shtml>.

Goldberg, K./Mascha, M.: Mercury Project. Robotic Tele-Excavation, in: Website Mercury Project 1995, <http://www.usc.edu/dept/raiders>.

Helmers, S./Hoffmann, U./Hofmann, J.: Netzkultur und Netzwerkorganisation.

- Das Projekt ‚Interaktionsraum Internet‘ (= Schriftenreihe des Wissenschaftszentrums Berlin, FS II 96-103), Berlin 1996.
- Heck, P.: Interview with Tilman Baumgärtel, in: Rhizome online-Archiv, 13.2.2000, <http://www.rhizome.org/cgi/to.cgi?t=1635>.
- Huber, H. D.: Internet, in: Homepage Huber 1997, <http://www.hgb-leipzig.de/ARTNINE/huber/aufsaetze/internet.html>.
- Huber, H. D.: Materialität und Immaterialität der Netzkunst, in: Kritische Berichte 26 (1998), H. 1, 39-53.
- Huber, H. D.: Netzkunst und die Sammeltätigkeit der Kunstmuseen, in: „netz.kunst“, Institut für Moderne Kunst Nürnberg (Hg.), Jahrbuch 1998/99, Nürnberg 1999, 134-137.
- Huber, H. D.: Chronologie der Netz.Kunst, in: Homepage Huber, 8.12.1999, <http://www.hgb-leipzig.de/ARTNINE/netzkunst/chrono.html>.
- Kuni, V.: Das Netz, die Kunst, der kleine Punkt und seine Liebhaber, in: „netz.kunst“, Institut für Moderne Kunst Nürnberg (Hg.), Jahrbuch 1998/99, Nürnberg 1999, 6-17.
- Lialina, O.: Die Kunst reißt aus, in: Du. Die Zeitschrift der Kultur, November 2000, Hf. 711: "Net.art. Rebellen im Internet", 31-35.
- Lovink, G./Schultz, P.: Grundrisse einer Netzkritik, in: Wittener Jahrbuch für ökonomische Literatur, 1999, 11-24.
- Krempf, St.: Ständig vom Verschwinden bedroht, in: Spiegel online, 23. Dezember 1999, <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,57476,00.html>.
- Marinetti, F. T.: Manifest des Futurismus, in: Programmatische Texte zur Kunst des 20. Jahrhunderts. 1890 - 1930, hg. v. R. Escher/H.-J. Keyenburg, Hannover 1974, 61 ff.
- Mauriac, L./Latrive, F.: The Web is Ten Years Old, in: "medi@terra 99. Pendulum Symposium", 10.-12. Dezember 1999, Athen 1999, 132-137.
- Mirapaul, M.: For Museums, Internet Art Is a Tricky Fit, in: CyberTimes. The New York Times on the Web, 30.3.2000, <http://www.nytimes.com/library/tech/00/03/cyber/artsatlarge/30artsatlarge.html>.
- Rinehart, R.: The Straw that Broke the Museum's Back? Collecting and Preserving Digital Media Art Works for the Next Century, in: "switch V6N1 online media art journal 6<sup>th</sup>", 2000, [http://switch.sjsu.edu/web/v6n1/article\\_a.html](http://switch.sjsu.edu/web/v6n1/article_a.html).
- Ross, D.: Net.art in the Age of Digital Reproduction. Transcription of Lecture, San José University, 1999, in: "switch online media art journal", o. J., <http://switch.sjsu.edu/web/ross.html>.
- Rothenberger, M.: Editorial, in: „netz.kunst“, Jahrbuch 1998/99, Institut für moderne Kunst Nürnberg (Hg.), Nürnberg 1999, S. 4 f.
- Schneede, U. M.: Juroren, in: „Extension. Das Netz als Material und Gegenstand“, Heft zum Wettbewerb, hg. v. der Hamburger Kunsthalle, Hamburg 1997, 6 f.
- Shulgin, A.: Art, Power and Communication, in: The Thing (nl) Archiv, 6.10.1996, <http://www.thing.desk.nl/~nettime/zkp3/05/art.txt>.
- Shulgin, A./Bookchin, N.: Introduction to Net.Art (1994-1999), in: "easylife.org Archiv", März/April 1999, <http://www.easylife.org/netart/catalogue.html>.
- Sollfrank, C.: Mythenbildung und Gegen-gift. Aspekte der Netzkunst, in: Telepolis online, 2.6.1997, <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/ku/6159>.
- Spiller, Th.: INFOS 2000 net.art contest, in: Rhizome Digest, 3.11.2000, Punkt 2.
- Sturm, M.: Internet in Real Space, in: „Art\_Server. Stargate to Netculture“, hg. v. M. Jahrman & O.K. Centrum für Gegenwartskunst, Wien 2000, 4 f.
- Weibel, P.: Das post-gutenbergsche Buch. Die CD-ROM zwischen Index und Erzählung, in: „artintact 3“, CD-ROM-Magazin interaktiver Kunst, hg. v. ZKM - Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe, Ostfildern 1996, 7 ff.
- Wesemann, A.: Datendummies & Netznomaden. Reportagen aus der Multimedia-Welt, Berlin 1996.

# Grenzgänger und Selbstdarsteller: Autoren im Internet

Ein unwiderlegbar positiver Aspekt des Internets ist, dass durch eine Veröffentlichung in diesem Medium eine preisgünstige und wirkungsvolle Möglichkeit gegeben ist, die eigenen Inhalte einem breiten Publikum zur Verfügung zu stellen. Dadurch haben sich viele verschiedene Formen von Autorschaft und Online-Präsentationen entwickelt.

*Von Kerstin Paulsen*

Der Begriff „Autorschaft“ wird seit längerem kontrovers diskutiert. Der Poststrukturalismus sprach von einem „Tod des Autors“ und Theoretiker wie George P. Landow sahen in der Entwicklung des Internets und speziell des Hypertexts die Verwirklichung dieser Theorien. Aktuell rückt besonders beim Thema Literatur und Multimedia-Projekte im Internet immer mehr eine Umgewichtung des Verhältnisses von Produzent und Rezipient in den Fokus der Wissenschaft. Ein Grund hierfür ist, dass das Internet nicht nur eine anerkannte gesellschaftliche Institution ist, sondern auch ein dankbares Medium der Selbstinszenierung. Firmen, Marken, öffentliche Einrichtungen, Städte und Länder betreiben eigene Homepages, wobei sich auch bei den offiziellen Websites die Qualität der Informationsaufbereitung stark unterscheiden kann. Ein ‚großer‘ oder bekannter Name ist auch im Netz kein Garant für gute Qualität.

Die Quantität an Informationen, die das Netz tagtäglich überschwemmt, wird zusätzlich erweitert durch die unzähligen Privatsinze-

nierungen auf Amateur-Websites sowie themengebundenen Sites, die für eine mehr oder weniger genau definierte Community betrieben werden. Das Phänomen der Selbstinszenierung ist nicht neu, aber es hat mit der Entwicklung und Öffnung des Internets ein modernes Organ mit neuen Ausdrucksmöglichkeiten gefunden, das vielen Personen zugänglich ist. Es sorgt unter anderem für eine ortsungebundene Vernetzung, aber auch für den Eindruck einer Intimität, die konträr zur Anonymität des Internets an sich besteht.

In Bezug auf die Frage nach Autor, Produzent und Inszenierung im Netz sind die verschiedenen Formen von Autorschaft, die im Netz existieren, genauer zu betrachten. Das Internet bietet unzählige Möglichkeiten, sich als Autor, Produzent oder Journalist zu betätigen oder sich zumindest so zu fühlen: private und öffentliche Homepages, kollaborative (Mit-)Schreibprojekte, Communities, Weblogs, Foren, Rezensionen, ... Interessant sind neben der Online-Literaturszene und der kommerziellen Websites vor allem die Weblogs

und Foren, da beide die Erwartungen, die an dieses Medium gestellt werden, in ganz eigener Weise erfüllen.

## Selbstinszenierung via Website

Generell muss man bei der Frage nach Autorschaft im Internet zwei Grundformen unterscheiden: die tatsächliche Ausübung von Autorschaft im Netz und die Inszenierung der eigenen Person als Autor. Bei letzterer landet man oft, aber nicht zwangsläufig, bei Autoren- oder Verlags-Websites, die von Personen erzählen, die gar nicht im Internet, sondern ‚nur‘ in der Print-Form publizieren. Die Betreiber solcher Websites versuchen durch ihre Selbstdarstellung im Netz eine neue oder andere Zielgruppe zu erreichen und außerdem eine größere Aktualität zu bieten. Tatsächlich ist eine eigene Website für jeden Autor oder Verlag optimal, um einen Überblick über geplante oder gerade im Entstehen befindliche Projekte zu geben und ein Feedback der User zu ermöglichen. Die Homepage des Rowohlt-Verlags ist hierfür ein gutes Beispiel.

Die Kontaktseite ermöglicht zumindest theoretisch eine direkte Kommunikation, die sowohl Lob und Zustimmung als auch Anregungen und Kritik enthalten kann. Positiv ist hierbei, dass unterschiedliche Kategorien für eine E-Mail des Users angeboten werden, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Mails auch an die richtigen Adressaten gelangen. Die Reaktionen auf derartige per E-Mail versandte Meinungsäußerungen sind allerdings sehr unterschiedlich und hängen, die Anonymität und den Demokratisierungsanspruch des Mediums gänzlich unterlaufend, stark von der jeweils erreichten Kontaktperson und der gesamten Organisation des realen Unternehmens ab. Diese darf nicht mit der Organisation und dem Aufbau der Website verwechselt werden. Beides sollte im Idealfall übereinstimmen, um dem User die Corporate Identity und das Corporate Design des Verlags zu vermitteln. In der Realität der Online-Präsentation wird dies nicht direkt verwirklicht, wie

sich durch das Beispiel der Homepage [www.hanser.de](http://www.hanser.de) gut illustrieren lässt.

Bei einer Website, die zur Inszenierung eines einzelnen Autors oder einer Autorengruppe ins Internet gestellt wird, ist das Thema der Site primär eine bestimmte Person. Die Motivation, eine solche Website zu besuchen, ist im Regelfall eine andere als bei der Sichtung einer Verlags-Homepage. Ein Autor kann davon ausgehen, dass ein potentieller Leser seiner Site an ihm und seinen Werken interessiert ist und dabei der Schwerpunkt auf dem literarischen Schaffen liegt. Aber auch hierfür gibt es Ausnahmen; man denke nur an die Gruppe junger Literaten der „Generation Golf“ wie Benjamin von Stuckrad-Barre, Alexa Hennig von Lange, Christian Kracht, usw., die auf diversen Websites eher als Gruppe inszeniert werden, weniger als Einzelpersonen.

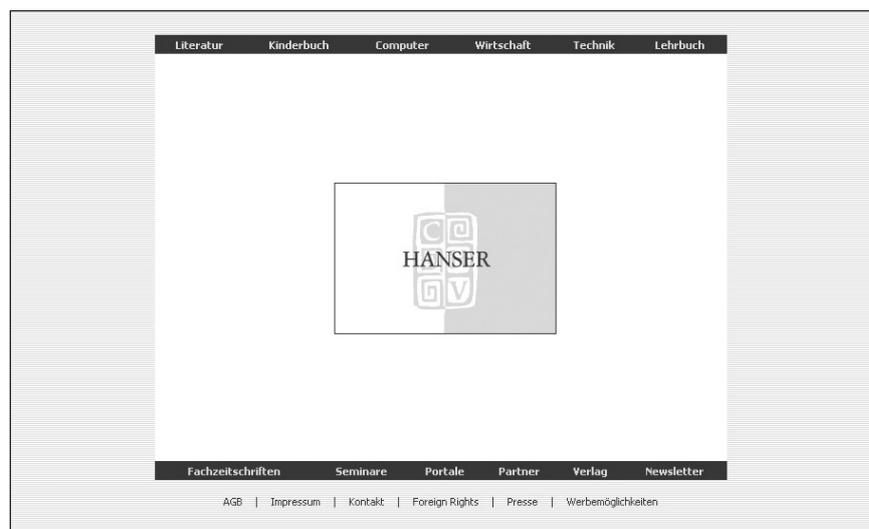
Auch bei Autoren älterer Generationen wie beispielsweise Günter Grass und Harry Rowohlt findet sich das Phänomen, dass besonders im direkten Kontakt die Selbstinszenierung teilweise die Wirkung ihrer Bücher wenn nicht überschattet, so doch zumindest gleichrangig erscheinen lässt. Eine offizielle Homepage ist aber nur bei wenigen dieser Autoren zu finden. Für Autoren mit einer großen Gewichtung der Selbstdarstellung ist gerade das Internet ein sinnvolles und dankbares Organ, da es ihnen eine Vielzahl von Möglichkeiten der Aktion und Interaktion bietet, weitaus mehr, als allein durch die Verbreitung über das gedruckte Medium. Daher ist es erstaunlich, dass nur ein geringer Teil dieser Autoren die Vorteile des Internets selbstständig entsprechend nutzt. So würde beispielsweise das Erreichen einer vergleichbar großen Zielgruppe über Print-Werbung deutlich höhere Kosten verursachen, wobei die Anzeigen zusätzlich immer wieder erneuert werden müssen.

### Kollaborative Schreibprojekte

Eine andere Form der Autorinszenierung im Internet sind die kollaborativen Schreibprojekte. Diese entstehen auf unterschiedliche Art: entwe-



Rowohlt-Verlag, [www.rowohlt.de](http://www.rowohlt.de) (Stand: 5.11.2005)



Hanser-Verlag, [www.hanser.de](http://www.hanser.de) (Stand: 5.11.2005)

der durch die Initiative eines Verlags (zum Beispiel das „Projekt Null“ des DuMont Verlags) oder durch den Zusammenschluss mehrerer Autoren, die sich entweder über das Internet oder – was momentan immer noch überwiegt – im ‚real life‘ als Gruppe zusammengeschlossen haben, die dann im Netz interagiert. Ein gutes Beispiel ist das Online-Literaturprojekt „tage-bau“, das die Publizisten von [www.berlinerzimmer.de](http://www.berlinerzimmer.de) initiiert haben. Dieses kollaborative Projekt besteht bereits seit 1999, was für ein solches Vorhaben, nicht nur im Internet, ein kleiner Rekord ist. Zur Zeit schreiben 40 internationale Autoren regelmäßig Beiträge, die chronologisch veröffentlicht werden. Dabei mischen sich die Themenfelder weitläufig, aber auch die Textform variiert. Obwohl Prosa überwiegt, erscheint eine erstaunliche Anzahl

Gedichte unterschiedlichster Machart und Länge.

Bei dieser Website wird deutlich, dass primär das Projekt an sich und weniger die Profilierung einzelner Autoren im Vordergrund steht. Wie so oft im Internet vermischen sich hier (mindestens) zwei Genres. Wenn man das Projekt „tage-bau“ genauer betrachtet, ähnelt es in vielen Zügen kollaborativen Weblogs, in diesem speziellen Fall mit der Ausrichtung auf literarische Texte bzw. mit dem Konsens, für die Veröffentlichung der eigenen Beiträge eine dem Umfeld angemessene literarische Form zu wählen.

Ein gutes Beispiel für eine solche langjährige Vernetzung ist auch der Assoziations-Blaster ([www.assoziations-blaster.de](http://www.assoziations-blaster.de)), ein „interaktives Text-Netzwerk“, bei dem die eingesandten Beiträge von einem spe-

ziell dafür entworfenen Programm miteinander verlinkt werden. Hierbei ist einer Vielzahl von Autoren die Möglichkeit gegeben, sich zu äußern; aber die Entscheidung über die Verbindung der einzelnen Texte liegt nur insoweit bei ihnen, als sie Stichworte in die Texte einbauen können, die wiederum Verbindungen zu anderen Beiträgen schaffen. Das Interessante an dieser Website ist zum einen die Struktur des Leseerlebnisses, zum anderen sind es die Diskussionsforen und weiterführenden Projekte, die sich an das ursprüngliche Konzept anhängen und dieses erweitern.

2.11.2005

≠ Eigentlich wollte ich ja das nächste Mal Prosa einstellen... von Angelika Zoellner @ 21:20

...aber die is' noch nicht vorführwürdig...so versuche ich mich zwischenzeitlich wieder mal mit einem Gedicht, das sich mit der Geduld-Suche befasst. Herrjeh, sie kommt auch in meinem Roman vor und ist - wie im Alltag - so schwer erringbar. Schöne Grüße an alle nach längerem Schweigepäuschen,  
Angelika  
P.S. Und die Greymatterfee hat vielleicht eine Idee, wo das reinpasst, ich nämlich niche...;-)

geduld-suche

immer wieder verstrudele ich mich  
in den mutlosen dunkelgängen des  
labyrinthengefilides -  
der Minotaurus treibt mich zurück

nirgendwo urahne ich sie  
auch außen nicht  
durch die milchglut  
verborgenen sonnengerötes  
suche ich sie zu fassen

auf meinen zermürbten sohlenwurzeln  
manchmal in zersplittertem  
scherbenstehen  
verzweifeltensuche der  
wartefarbe geduld

doch - da liegt sie auf einmal  
schmückt sich mit den mühelosen  
klarlichtern der zukunft  
angeleuchtet in der wachheit  
der wiesenspitzentöne

„tage-bau“, [www.berlinerzimmer.de](http://www.berlinerzimmer.de) (Stand: 5.11.2005)

## Weblogs und Foren

Die Öffnung des Netzes für Privatpersonen führt zu einer Vielzahl von Beiträgen höchst unterschiedlicher Qualität. Dies wird besonders bei der Betrachtung von Weblogs (auch Blogs genannt) deutlich. Viele dieser auch im deutschsprachigen Netz sehr verbreiteten Blogs ähneln privaten Linklisten oder Tagebüchern. Nur ein geringer Prozentsatz beschäftigt sich mit aktuellen gesellschaftlichen oder politischen Themen. Hinzu kommt, dass Weblogs nicht nur eine sehr spezielle, oftmals extrem selektierte Zielgruppe haben, sondern auch, dass – wie Analysen zeigten – „66 % der untersuchten Blogs [...] seit zwei Monaten nicht mehr aktualisiert worden“ waren (Möller 2005, S. 130).

Das Ziel vieler Blogger ist es, in der von ihnen gewählten Community bekannt zu werden. Daher enthalten viele Weblogs gerade am Beginn Mitteilungen, die sich unmittelbar auf ein anzunehmendes gemeinsames Thema beziehen. Dieser Trend setzt sich bei einigen Blogs weiter fort, während andere sehr schnell dem ‚Alltag des Bloggens‘ verfallen, der Banalität vieler dort veröffentlichten Beiträge.

Andererseits birgt die Blog-Kultur Möglichkeiten in sich, die von wenigen anderen Medien erreicht werden. Hierzu zählt zum Beispiel die große Aktualität der Weblog-Einträge. Das Internet ist zum Synonym für zeitnahe Berichterstattung geworden, was sich auch darin zeigt,

the West won the world not by the superiority of its ideas or values or religion but rather by its superiority in applying organized violence. Westerners often forget this fact: non-Westerners never do."

Samuel P. Huntington  
[...:bloghome...]  
[...:archive...]

12/01/2002 - 12/31/2002  
01/01/2003 - 01/31/2003  
02/01/2003 - 02/28/2003  
03/01/2003 - 03/31/2003  
05/01/2003 - 05/31/2003  
06/01/2003 - 06/30/2003  
07/01/2003 - 07/31/2003  
08/01/2003 - 08/31/2003  
09/01/2003 - 09/30/2003  
10/01/2003 - 10/31/2003  
11/01/2003 - 11/30/2003  
12/01/2003 - 12/31/2003  
01/01/2004 - 01/31/2004  
02/01/2004 - 02/29/2004  
03/01/2004 - 03/31/2004  
04/01/2004 - 04/30/2004

Wednesday, August 18, 2004 ::  
salam 11:24 AM [+] ::  
Saturday, April 10, 2004 ::  
I think Hiatus is the word. Thank you very much ladies and gentlemen.  
salam 2:16 AM [+] ::  
Tuesday, April 06, 2004 ::  
Remember the days when every time you hear an Iraqi talk on TV you had to remember that they are talking with a Mukhabarat minder looking at them noting every word? We are back to that place.  
You have to be careful about what you say about al-Sadir. Their hands reach every where and you don't want to be on their shit list. Every body, even the GC is very careful how they formulate their sentences and how they describe Sadir's Militias. They are thugs, thugs thugs. There you have it.  
I was listening to a representative of al-sadir on TV saying that the officers at police stations come to offer their help and swear allegiance. Habibi, if they don't they will get killed and their police station "liberated". Have we forgotten the threat al-Sadir issued that Iraqi security forces should not attack their revolutionary brothers, or they will have to suffer the consequences.  
Dear US administration,  
Welcome to the next level. Please don't act surprised and what sort of timing is that: planning to go on a huge attack on the west of Iraq and provoking a group you know very well (I pray to god you knew) that they are trouble makers.  
Oh and before I forget.....Help please.  
salam 4:04 PM [+] ::  
Tuesday, March 23, 2004 ::

Weblog „Where is Raed?“, [http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com) (Stand: 5.11.2005)

dass im Verlauf der letzten Jahre alle großen Zeitschriften Online-Ausgaben in Form von eigenen Websites entwickelt haben. Innerhalb des Mediums Internet gehören die Blogger zweifellos zu derjenigen Gruppe, die eine Führungsposition bezüglich prompter Veröffentlichung von Neuigkeiten einnimmt. Diese vielfältige Berichterstattung, die von journalistisch ambitionierten Bloggern betrieben wird, beansprucht häufig für sich, eine demokratische Verbreitung ihrer Postings zu ermöglichen, bei der keine oder nur eine sehr eingeschränkte Kontrolle der Beiträge betrieben wird. Das erzeugt bei Weblogs, die von einer Person geführt werden, oft eine einseitige Berichterstattung; bei kollaborativen

Projekten dagegen führt der demokratische Grundgedanke zu Veröffentlichungen mit sehr unterschiedlichem Niveau.

Es gibt in diesem Bereich bemerkenswerte Projekte (bei denen eine Verbindung zu herkömmlichem Journalismus besteht), zum Beispiel den „Baghdad Blogger“, der 2003 während des Irakkriegs den Blog [http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com) mit aktuellen Meldungen veröffentlichte und anschließend Kolumnist bei „The Guardian“ wurde.

Eine Gefahr einer Posting-Kultur, die das Redigieren, Filtern und Kontrollieren überwiegend ablehnt, bilden die Fakes, die gewollt oder ungewollt eingebracht werden. Wenn Blogger mit der gezielten Verlinkung

anderer Weblogs arbeiten, können solche Falschmeldungen eine weite Verbreitung finden. Auch dieses Phänomen ist nicht auf das Veröffentlichliche im Internet beschränkt, aber gerade die Schnellebigkeit und die Anonymität des Internets begünstigen die Verbreitung von Fakes.

Ähnliche Vor- und Nachteile können bei Forumsbeiträgen festgestellt werden. Im Forum gibt es allerdings (fast) immer einen Host oder Administrator, der entweder eigenständig oder aber mit Hilfe von Hinweisen aus der Community des Forums zumindest den ungefähren Inhalt der geposteten Beiträge überwacht. Es darf auch nicht übersehen werden, dass die Beiträge eines Forums fast immer die Absicht verfolgen, Reaktionen der übrigen Forumsteilnehmer hervorzurufen. Dabei gibt es unterschiedliche Vorgehensweisen: Die häufigste Äußerungsart im Forum ist eine konkrete Frage, die sich auf das allgemeine Thema des Forums bezieht. Dabei entsteht eine Erwartungshaltung bezüglich einer oder mehrerer auf diese Frage bezogenen Antworten. Andere Formen umfassen Umfragen, Thesen, Berichterstattungen, aber auch provokative Aussagen zum generellen Themenbereich.

Gerade in Foren mit einer großen Community sind noch andere Phänomene zu beobachten: Zum einen werden Kommentare zu einem vorherigen Beitrag als neues Posting veröffentlicht, in dem ein Link zu dem ursprünglichen Posting eingefügt ist. Dies hängt meistens damit zusammen, dass bei einer großen Anzahl von Beiträgen das Ursprungs-Posting von vielen nicht mehr gelesen wird, da erfahrungsgemäß viele Forumnutzer nur bis maximal drei ‚Seiten‘ zurückscrollen. Andererseits führt gerade diese Praxis zu einer vermehrten Anzahl neuer Postings. Daneben gibt es die sog. OT-Beiträge, die als „off topic“ klassifiziert werden, also inhaltlich nichts mit dem Themenbereich des Forums zu tun haben. Diese Art von Postings enthalten oft eine vorangestellte Entschuldigung und treten besonders häufig bei schon länger existierenden Foren auf, deren Community bereits einen ‚harten Kern‘ entwickelt hat.

Neben diesen Formen der Veröffentlichung und Autorschaftsmodellen gibt es die sog. Lurker, die selber nichts publizieren, also auch keinen Anspruch auf irgendeine Form von Autorschaft erheben, aber trotzdem erwähnt werden sollten, da sie von der Autor- bzw. Publizistik-Funktion anderer wesentlich profitieren – und bei Countern bezüglich der Häufigkeit des Anklickens bestimmter Postings, auch eine Art von gegenseitigem Nutzen entsteht, da durch Häufigkeit des Anklickens oftmals die Popularität eines bestimmten ‚Autors‘ gesteigert werden kann.

### Grenzüberschreitungen

Im Gegensatz zu den Foren ist die vordergründige Absicht von Weblogs nicht unbedingt, direkte Reaktionen in Form von E-Mails oder Antwort-Postings zu bekommen. Vor allem diejenigen Weblogs, die von einer Person alleine verfasst und nicht primär als Link-Liste geführt werden, dienen in erster Linie der Realisierung des Mitteilungsbedürfnisses des jeweiligen Verfassers. Die aktuellen Programme erlauben auch das Einstellen von Bildern, Audio- und Videosequenzen. Durch diese Erweiterungen gewinnen die Veröffentlichungen nicht nur für die Rezipienten, sondern auch für den medienwissenschaftlichen Betrachter an Tiefe. Hier ist wieder eine Grenzüberschreitung der Genre-Definitionen zu beobachten, da gerade im Falle der mehrfachen Verlinkung und der kombinierten Nutzung von Text, Grafik und/oder Akustik die Abgrenzung zu (literarischem) Hypertext und Hypermedia fließend wird. Letztere sind für das Medium Computer entwickelte und produzierte Texte, von denen ein Teil ausschließlich im Internet veröffentlicht wird. Ein Beispiel für eine Sammlung solcher Texte bietet die Website <http://califia.us/fiction.htm>. Eine andere Hypertext-Website, [www.eastgate.com](http://www.eastgate.com), bietet neben der Sammlung und Veröffentlichung von Hypertexten unterschiedlichen Formats gleichzeitig einen Überblick über die Software an, die zur Produktion solcher Texte benötigt wird.

Bei diesen beiden Sites gibt es unterschiedliche Schwerpunkte. „Califia“ wird von einer Autorin betrieben, hat sich aber zu einem Forum mehrerer Autoren entwickelt, die jedoch nicht auf den ersten Blick zu erkennen sind. „Eastgate“ stellt die Form des Textes in den Mittelpunkt und führt die Autoren nur in einer untergeordneten Kategorie auf, die allerdings – im Gegensatz zu „Califia“ – gut zu finden und klar zu erkennen ist.

Eine verbindende Stellung mit etwas anderen Schwerpunkten nimmt die Seite [www.netzliteratur.net](http://www.netzliteratur.net) ein, die aktuelle literarische Veröffentlichungen, themenbezogene Projekte und Sekundärliteratur veröffentlicht. Bei dieser Site wird eine Gruppe von Netz-Autoren in den Vordergrund gestellt, die verhältnismäßig groß und heterogen ist. Parallel zur Rezeption der jeweiligen Texte bietet sich die Möglichkeit, autorbezogene Informationen über frühere und aktuelle Projekte zu bekommen. Hier wird eine Balance zwischen der Inszenierung des Genres und der Autoren erreicht, bei der dem User die Wahlmöglichkeit offen gehalten wird.

Wenn man Stil und Ausrichtung der beschriebenen Veröffentlichungsformen betrachtet, bilden sich entsprechend verschiedene Arten von Autorschaft heraus: der Autor, der das Internet lediglich als Medium benutzt, um ein anderes Zielpublikum zu erreichen, aber nicht selber für das Internet produziert oder darin veröffentlicht; die große Gruppe von Personen, die in Foren und Blogs überwiegend private Belange publiziert, meistens auf niedrigerem Niveau und auf eine kleine Interessensgemeinschaft ausgerichtet; diejenigen Blogger, die mit journalistischen oder literarischen Absichten im Internet veröffentlichen und entweder alleine oder in einer Community diesen Anspruch erfüllen wollen; die ‚Netz-Autoren‘, die fast ausschließlich im und für das Internet schreiben und gestalten. Wie gezeigt wurde, stehen sich insbesondere Weblogs und Netzliteratur nicht zwingend als gegenläufige Trends der beiden letztgenannten Gruppen gegenüber, sondern weisen

Überschneidungen und Gemeinsamkeiten auf. Blogs haben zweifellos einen Grad der Popularität und Verbreitung erreicht, von dem ein Großteil der Netzliteratur (und ihre Autoren) weit entfernt sind. Die Frage nach Quantität der Veröffentlichungen kann eindeutig zugunsten der Blogs entschieden werden, während bei der literarischen Qualität vielleicht gerade wegen der geringeren Anzahl und der unterschiedlichen Ansprüche ein Vorsprung auf Seiten der Netzliteratur zu sehen ist. Beide Formen verbinden die literatur- und medienwissenschaftliche Forschung und haben das Potential, zur Weiterentwicklung einer interdisziplinären Arbeit und eines anderen Autorkonzepts beizutragen. ■

## Literatur

Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hrsg.): *Blogs! – Text und Form im Internet*. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf 2004.

Möller, Erik: *Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. Hannover: Heise 2005.

Simanowski, Roberto: *Interfictions. Vom Schreiben im Netz*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002.

## Weblinks

<http://califia.us/fiction.htm>  
[http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com)  
<http://www.assoziations-blaster.de>  
<http://www.berlinerzimmer.de>  
<http://www.dumontverlag.de/null/>  
 (archiviert unter: <http://web.archive.org/web/20050403224049/http://www.dumontverlag.de/null>)  
<http://www.eastgate.com>  
<http://www.hanser.de>  
<http://www.netzliteratur.net>  
<http://www.rowohlt.de>  
<http://www.single-dasein.de/kohorten/golf.htm>



**"...the primary source for serious hypertext"**  
 -- Robert Coover, *The New York Times Book Review*

At Eastgate, we create new hypertext technologies and publish serious hypertext, fiction and non-fiction: serious, interactive writing.

We deliver wonderful hypertexts and fine hypertexts tools swiftly, anywhere in the world.

---

**HYPERTEXT TOOLS**



for Mac. for Windows. download today!

Storyspace is widely considered the tool of choice for hypertext writers.

Whether your idea of an ideal writing environment is a snug cabin in the woods or your note-strewn desk, whether you write on a new laptop or a trusty old desktop, Storyspace will help keep your ideas linked together.

Get the brand-new Storyspace 2 right away. [Download the demo today!](#)

**TEKKA**

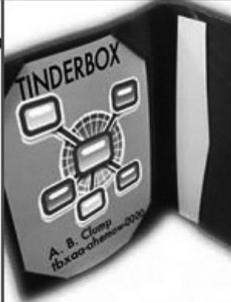


Tekka is a new subscription Web magazine. Tekka is about **enjoying new media** and **beautiful software.**

Serious reading for serious readers -- no kid stuff, no management fluff. Other magazines tell you what to buy; Tekka tells you what to build.

Original hypertext fiction. Incisive, thoughtful criticism. Research you can use, with fresh perspectives.

**TINDERBOX**



Tinderbox is a personal content management assistant. It stores your **notes, ideas, and plans.** It can help you organize and understand them.

And Tinderbox helps you share ideas through **Web journals and weblogs.**

Visual, smart, swift, and personal: Tinderbox is revolutionary new software.

**ABOUT HYPERTEXT**

**SERIOUS HYPERTEXT:** Eastgate publishes superb, original hypertext fiction, nonfiction, and poetry.

These outstanding hypertexts are collected in libraries and studied in universities and schools throughout the world, and have been widely discussed in the literature.

---

**Tools for Information Farming**

Eastgate offers a collection of wonderful tools for information farming -- gathering, analyzing, and sharing interlinked information. The collection ranges from elegant and durable Italian journals to a selection for Moleskine notebooks to exquisitely engineered tripods for your digital camera.




---

**Cultures in Webs**



**Cultures in Webs**, by Roderick Coover. A challenging and compelling study of new directions for cross-cultural media arts and film production. West African dance, the camera in storytelling, the Burgundy wine harvest -- explorations in media, technology, and culture.

„Eastgate“, [www.eastgate.com](http://www.eastgate.com) (Stand: 5.11.2005)

# Internetauftritte literarischer Buchverlage

Form und Funktion ihrer medialen Gestaltung –  
Zu einer Online-Publikation in der Reihe „Networx“.

Von Aldo Goetz

Angesichts der Dynamik, mit der computerbasierte Medien sich in den letzten Jahren entwickelt haben, ist es bemerkenswert, dass eine bereits 2003 am Hamburger Institut für Germanistik I vorgelegte Magisterarbeit noch zwei Jahre später als Onlinezeitschrift veröffentlicht wird. Das vom Autor untersuchte Geschehen im World Wide Web zeichnet sich jedoch durch eine Komplexität aus, die eine empirisch fundierte Analyse bis heute erschwert. Grabienski entwickelt in seiner Arbeit, die sich deutlich von der medienphilosophischen Debatte über ‚das Netz‘ absetzt, diskussionswürdige Ansätze, auf welche Weise die genannte Lücke ein wenig geschlossen werden kann.

Gegenstand der Arbeit ist die Analyse von knapp 80 Internetauftritten literarischer Buchverlage. Sie – bzw. in erster Linie die Homepages der Websites – werden hinsichtlich ihrer medienspezifischen Elemente und ihrer daraus abzuleitenden Gestalt und Funktionalität

für das Internet untersucht. Ein wesentliches Ziel liegt im Versuch, eine Typologisierung der untersuchten Websites zu unternehmen.

Der Herausforderung, Datenmengen und Komplexität des Gegenstands auf ein handhabbares Maß zu reduzieren, ohne ebendiese medienspezifischen Bedingungen aus dem Blick zu verlieren, begegnet der Autor mit der These, es sei in erster Linie die textliche Dimension, über die sich ein Webangebot analytisch erschließen lasse: Im Gegensatz zu audiovisuellen Elementen ließen sich Textelemente vergleichsweise leicht erfassen und weiterverarbeiten; aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit seien sie gleichzeitig als Ausgangsbasis für die ebenso notwendige Analyse der hypertextuellen, interaktiven, multimedialen und onlinespezifischen Dimension von Webangeboten geeignet.

Weit davon entfernt, die hohe Anzahl der untersuchten Websites vollständig zu erschließen, gelingt es im empirischen Teil der Arbeit

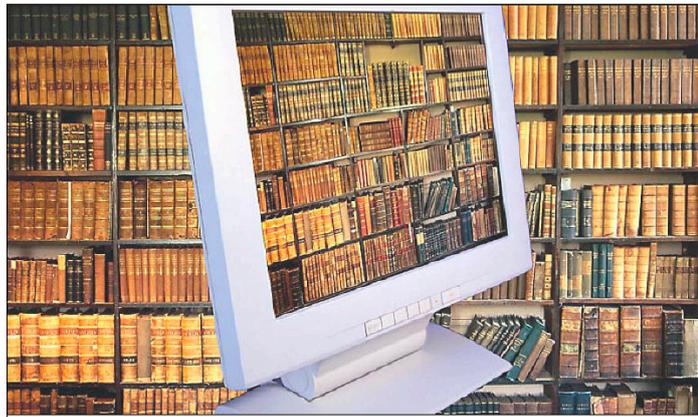
dennoch, das Potenzial des textbasierten Ansatzes exemplarisch zu demonstrieren. Von ‚randständigen‘ Phänomenen wie den Webadressen (URLs) der Verlage ausgehend, bewegt sich die semantisch und formal orientierte Analyse über textliche Elemente der benutzerspezifischen Oberfläche (Titelleiste im Browser) und der Verlags-Homepages (Überschriften, Schlagzeilen, Teaser, Fließtexte) hin zu hypertextuellen (Homepage-Links, Navigationsbereiche) und grafischen Elementen (Verlagslogo, Warenkorb-Icon). Von textlichen Elementen ausgehend, geraten selbst vermeintlich exotische Phänomene wie die ‚kinetische‘ Dimension von Webangeboten in den Blick – der Autor zeigt dies exemplarisch an der Funktion(sweise) des Rollover-Effekts in Navigationsbereichen.

Aus der Summe der Einzelbeobachtungen wird abschließend eine Klassifizierung der untersuchten Verlagshomepages hergeleitet, wobei der am meisten verbreitete von drei identifizierten Typen – die ‚magazinartige Homepage‘ – noch einmal näher betrachtet wird. Die weite Verbreitung dieses Typs ist laut Grabienski als Reaktion auf ein medienspezifisches Gestaltungsproblem, den ‚Widerspruch zwischen Informationsfülle und beschränktem Platzangebot‘ (S. 109) zu verstehen, ein besonderes Charakteristikum liege ‚im Umfangreichtum der bereits auf der Homepage rezipierbaren Inhalte‘ (S. 101).

‚Magazinartige Homepages‘ – vgl. außerhalb des Buchverlagswesens etwa Spiegel Online – haben in der Tat eine weite Verbreitung gefunden. Um zu dieser Erkenntnis zu gelangen, hätte es der vorliegenden Arbeit nicht bedurft. Weit weniger banal ist es dagegen, dass ein solches Ergebnis überhaupt aus der detaillierten Analyse medienspezifischer Elemente hergeleitet werden konnte. Damit erweist sich die in der Arbeit propagierte textbasierte Methode als grundsätzlich geeignet, die Realität eines komplexen Mediums wie des World Wide Web zu erfassen.

Ob der besprochene Ansatz geeignet ist, auch inhaltlich interessante Ergebnisse zu liefern, könnte sich anhand weiterer Untersuchungen zeigen. Der Autor regt im Ausblick etwa dazu an, die Internetauftritte verschiedener Anbietergruppen bzw. Branchen zu vergleichen. Doch für wen will das World Wide Web überhaupt analysiert werden? Wer das Web als Rezipient aufsucht, wird in der Regel nichts über einen Gegenstand lesen wollen, den sie oder er jederzeit und von jedem Ort aus selbst erforschen kann. Außerhalb der Wissenschaft wären Untersuchungen der genannten Art daher in erster Linie als Ratgeber für Medienproduzenten, d. h. für WebdesignerInnen und für AnbieterInnen von Inhalten von Interesse.

Olaf Grabienski: *Internetauftritte literarischer Buchverlage. Form und Funktion ihrer medialen Gestaltung.* <<http://www.mediensprache.net/networx/networx-45.pdf>>. In: Networx 45 (2005). 146 Seiten, ISSN: 1619-1021. ■



Olaf Grabienski

## Internetauftritte literarischer Buchverlage

Form und Funktion ihrer medialen Gestaltung

45

NET.WORX   
DE ONLINE-SCHRIFTSERIE DES PROJEKTS SPRACHE@WEB

# Blog-Fieber

## Über den Trend, sich mit Worten im WWW zu entblößen

Jetzt gerade sitzen Blogger in aller Welt vor ihren Rechnern. Sie kritisieren Kriege, befassen sich mit Kunst oder tauschen sich über ihren Kühlschranks-Inhalt aus. Was manche belächeln, ist für andere „Lebensschule“ und ein „Ausdruck von Lebenslust“. Doch was macht den Reiz des Bloggens aus? Eine Betrachtung der deutschen Bloggerszene.

Von Miriam Otto



Mitte der 1990er Jahre traten Blogs als Online-Tagebücher und Autoren-Journale auf. Durch neue Software und Services, die das Erstellen erleichtert haben, kann heute jeder, der über einen Internetzugang und durchschnittliche PC-Kenntnisse verfügt, kostenlos einen Blog eröffnen.

Die relativ einfache Bedienbarkeit und der geringe technische Aufwand kommen denen entgegen, die unkompliziert publizieren möchten.

Zwar sind keine besonderen Vorkenntnisse nötig, doch will die Handhabung neuer Web-Tools gelernt

sein. Laut Doc Searls, Buchautor und Journalist, braucht man Auktionshäuser oder Online-Banking nicht zu erklären, da sie jeder sofort versteht. Bei Blogs, Feeds und Trackbacks sieht das anders aus.

Doch Weblog-Publishing-Systeme machen Webdesign- und Programmierkenntnisse unnötig, verringern Berührungängste. Deshalb wird wohl auch über jede Facette des Lebens unverblümt gebloggt. Und alle machen mit: PC-Freaks, Teenager oder Rentner. Allein oder in Gruppen.

### Faszination Blog

Blogger veranstalten Blog-Karnevale und Free-Burma-Aktionen, spüren Trends auf, liefern Material vom London-Terroranschlag bevor es andere tun, verleihen sich „Thinking Blogger Awards“, oder schicken mithilfe des Projektes „Blog in Space“ [1] ihre Gedanken ins All.

Ein Blog ist weit mehr als ein thematisches Online-Tagebuch. Es hat Funktionen, die gewöhnliche

Websites nicht enthalten. Das Zauberswort heißt Partizipation: Leser konsumieren nicht nur, sondern nehmen teil. In populären Blogs entstehen Diskussionen in den Kommentaren: 50 oder mehr Äußerungen zu einem Beitrag sind keine Seltenheit. Ob ein Blog auch ohne Kommentarfunktion ein Blog ist, ist fraglich.

Die Nutzer selbst fasziniert die Kombination „Internet+nette Menschen“, Der Blog als „virtueller Begegnungsort“ bietet vielschichtige Identifikationsmöglichkeiten, nicht selten entscheidend geprägt durch die Persönlichkeit des Betreibers, zu dem man eine Art parasoziale Beziehung aufbaut. [2] Darren Rowse, ein bekannter australischer Blogger, vergleicht die Blogger-Zusammenarbeit mit dem Formationsflug von Gänsen – zusammen erreiche man mehr. Er selbst ist in einigen Blogger-Formationen zu finden. Blogger fühlen sich durch die vielen Verlinkungen oft wie in einer großen Familie.

„(D)ort kommunizieren die Menschen unverstellt, authentisch, parteiisch, emotional, laut, aggressiv, polemisch“ – mit diesen Worten verweist Ibrahim Evsan, der Gründer der Videoplattform sevenload.de, auf die neuen Ausdrucksmöglichkeiten des Blogs. [3] Doch wird jeder gehört? Die Szene sei unübersichtlich geworden, so Bloggerin Anke Gröner: „Man muss lauter brüllen, um überhaupt noch wahrgenommen zu werden. Oder man muss anders brüllen als der Rest“.

### Blogger und ihre Motivationen

Doch wer bloggt überhaupt und was sind die dahinter stehenden Motivationen? Den *einen* Blogger gibt es nicht. Mit unterschiedlichen Menschen gehen auch unterschiedliche Blogs und Themen einher. Der typische Blogger ist „Bartträger, um die Dreißig, leicht übergewichtig; ein Nerd eben“ [4] – so viel zum Klischee, das Harald Staun (FAZ) aufgreift und korrigiert. Immerhin sind laut einer Studie der Ruhr-Universität Bochum zwei Drittel der deutschen Blogger weiblich und die deutsche Blogger-

szenen seiner Ansicht nach gesichtslos. Forschungen zeigen, dass Blogs meist für die Publikation persönlicher Erlebnisse genutzt werden. Bei einer Umfrage deutschsprachiger Blogger 2005 gab die Mehrzahl an, „zum Spaß“ zu bloggen. Andere fixieren Erlebnisse und Ideen, geben Wissen weiter oder haben berufliche Gründe. Stefan Niggemeier (BILDblog) sagt: „Für mich ist es eine Sucht. Ein unstillbarer Hunger nach Aufmerksamkeit. Oder, um es positiver und weniger egozentrischer zu sagen: nach Kommunikation“.

Generell unterscheidet man Non-Personal von Personal-Blogs und nimmt Kategorisierungen wie z.B. Litblogs (Literatur), Watchblogs (Auseinandersetzung mit Medien oder Firmen) und Corporate Blogs (Firmen) vor.

Non-Personal-Blogs dienen einer Studie des Singapore Internet Research Centre zufolge hauptsächlich der Informationsweitergabe und dem Kommentar. Das Ziel? Ein möglichst großes Publikum zu erreichen. So nutzt man Blogs seit 2004 auch vermehrt zur Erweiterung der Leserkreise von Online-Medien.

„Ich schreibe über das Leben. Über Nachbarn mit absolutem Gehör, die krassen Checker aus dem Fitnessstudio, das Aufwachen in Zeiten von Prickelpitt und Flutschfinger (...) Ich schreibe über Unwichtiges, Unnützes und Uninteressantes. Dagegen habe ich wenig Argumente, außer dass ich es mit Leidenschaft tue“, so Bloggerin „Nessy“. Man sieht: Privat Aufgeschriebenes landet heutzutage nicht mehr gut verschlossen in der Schublade, sondern in Blogs. Manch einer breitet gar seine ganze Beziehung vor den neugierigen Augen Fremder aus. Aber nicht alle schätzen die Offenheit, Identifikationsmöglichkeit und Authentizität solcher Blogs. „Authentisch sollen Blogs ja angeblich sein! Und ja, die Leere in den Köpfen der neuen Macher der Selfmademedien scheint mir sehr authentisch! Kein Thema scheint zu banal“, stellt ein Beobachter der Szene fest.

## Die Blog-Unlust der Deutschen

Weltweit entstehen täglich 75.000 neue Blogs. Zwar wird nicht jedes weitergepflegt, doch wächst die Zahl der Blogger und Leser weiter an. Hinsichtlich Blogs gilt Deutschland oft als ‚Entwicklungsland‘. Während man z.B. im April 2005 Millionen von Blogs in anderen Ländern ausmachte, waren es in Deutschland gerade einmal 280.000.[5] Im April 2006 existierten nach einer anderen Quelle 30 Millionen Blogs in den USA und 200.000 in Deutschland.[6] Momentan sind es etwa 250.000 - 300.000 deutsche Blogs. Dennoch eine Menge, immerhin wollen die Inhalte auch gelesen werden.

Nur wenige besuchen populäre Blogs, so dass diese im günstigsten Fall auf fünfstelligen Besucherzahlen täglich kommen. 11 % der ab 14-Jährigen besuchten 2007 zumindest selten Blogs (ARD/ZDF-Online-Studie 2007)[7].

Doch woher rührt die deutsche „Blog-Unlust“? Haeusler (spreeblick.com) betont, die freie Meinungsäußerung habe hier einen anderen Stellenwert. Es schicke sich nicht, seine Meinung kundzutun. Die blog.de-Betreiber Vasgo Sommer-Nunes und Florian Wilken sehen das ähnlich. Die Frage, warum die Deutschen wenig bloggen, werde nicht mehr auf Konferenzen gestellt, da man keine Antwort habe. Vielleicht steckt dahinter die latente Angst, sich vor unbekanntem Publikum zu öffnen. Selbst Blogger scheinen das zu bestätigen: „Bisher habe ich mich immer vor dem ‚Schreiben‘ gedrückt. Mehr und mehr fällt über den Blog die Hemmschwelle, meine Gedanken ins Internet zu stellen“, so Frank Mrosk.

Vielen deutschen Bloggern wird in der Szene auch zu viel geschwafelt. So liest Robert Basic (basicthinking.de) nur Fachblogs, da er bei Personal-Blogs jedes Mal peinlich berührt sei und ihn das Gefühl beschleiche, nicht befugt zu sein, diese zu lesen. Jörg Petermann (einfach-persoendlich.de) kritisiert, dass Blogs mit „Online-

Tagebüchern selbstdarstellungssüchtiger Privatpersonen“ gleichgestellt werden. Für ihn liegt die Besonderheit der Blogs darin, dass sie althergebrachte Denkschemen auf den Kopf stellen und einen individuell gestaltbaren Raum schaffen, an dem jeder teilhaben kann.

Pragmatischer sieht das Robert Basic (basicthinking.de): Deutsche seien weder diskussionsfaul, noch technikfeindlich – aber scheinbar mit dem, was sie haben (Email, Chats etc.), zufrieden. „Wozu brauche ich noch Blogs?“, werden sich viele fragen.

Hinzu kommt die geringe „Verlinkungsdichte“. Die Blogs sind untereinander schlecht verlinkt und die deutsche Szene ist zu sehr ausgerichtet auf vereinzelt Blogger. Auch Konkurrenz, Neid und Abgrenzung sind verbreitet. Anstatt eines Miteinanders streben viele einen Portalaufbau an, nach dem Motto „Erst mal alle zu mir!“, so Blogger Jochen Mai. Ferner fehlt in Deutschland auch eine institutionelle Anerkennung. Im Gegensatz zu den USA, wo die Blogs in dem amerikanischen Medienverbund offizielle Anerkennung genießen, stehen sie in Deutschland mit traditionellen Medien in Konkurrenz.

## Blogs im Kreuzfeuer

Kontinuierlich mit den Blogs nehmen auch Abmahnungen gegen Blog-Einträge zu. Dies könnte den Zuwachs der Blogger-Szene einen Dämpfer verpassen, da man sogar gegen kleine, unbekannte Blogs vorgeht. Viele Unternehmen sehen ihr Image durch Blog-Beiträge getrübt. Strafanwalt Udo Vetter betont, dass der Argwohn gegen Blogger wachse und Meinungsfreiheit durch wirtschaftliche Übermacht unterdrückt werde. Oft treffe es arglose Jugendliche, die einen vermeintlich „lustig-bissigen Text“ gebloggt haben.

„Verklage nie einen Blogger“ – heißt es in der Blogger-Szene. Das spreche sich rasend schnell herum und verbrenne den Namen „bis in die

Steinzeit und zurück“, rät nicht nur Profi-Blogger Klaus Eck. Die Organisation ‚Transparency International‘ schreckte davor nicht zurück. Sie ging gegen eine Bloggerin vor, die ohne den Organisationsnamen zu nennen, vom unfairen Verhalten der Organisation ihrer Freundin gegenüber bloggte[8]. Die Antwort der Blogger-Szene war Entrüstung.

Auch dem Werbefachmann Jean-Remy von Matt begegnete die Szene mit harscher Kritik, als er in einer firmeninternen Mail die Blogs als „Klowände des Internets“ bezeichnete. Für Furore sorgte ebenso Tim O’Reillys Verhaltenskodex für Blogger. Aber die viralen Effekte der Blogosphäre können auch anders ausfallen: So machten Blogs 2006 die schräge „Grup Tekkan“ zum One-Hit-Wonder.

### **Bedrohung oder Chance?**

Wohin geht die Blog-Reise? Noch sind Blogs nicht so populär wie z.B. in den USA. Dennoch kann jeder beim Surfen auf sie stoßen, zumal sie beim Suchmaschinen-Ranking oft schon traditionelle Medienunternehmen übertreffen.

Blogs haben selbst Einfluss auf die, die sie noch nicht einmal kennen. Dadurch zum Beispiel, dass Journalisten Themen aus der Blogger-Szene aufgreifen. Zudem verweisen viele Links aus der Blogosphäre nicht nur auf Netz-Kuriositäten, sondern auch auf Online-Ausgaben traditioneller Medien. Deren Nachrichten werden in der Szene kritisch besprochen und Journalistenfehler aufgezeigt.

Sowohl Unternehmen als auch Medien und Politik sehen in Blogs eine Bedrohung, denn ihre Existenz zeigt, dass nicht mehr alles kommentarlos hingenommen oder nur im stillen Kämmerchen kritisiert wird. Durch Blogs wird Kritik öffentlich gemacht. Dass manche darin die Gefahr einer unfairen Hetze sehen und die kollektive Intelligenz der Blogosphäre in Frage stellen, sei hier nur am Rande erwähnt. Unternehmen beobachten die Szene deshalb sehr

genau, so beispielsweise Tom Alby, der zu Internet-Themen publiziert[9]. Blog-Suchmaschinen oder Beauftragte durchkämmen das Netz nach entsprechenden Einträgen. Allerdings sollte man die Blogosphäre nicht nur als Gefahr sehen. Sie ist eine Möglichkeit, (potentielle) Kunden besser zu verstehen. „Die Menschen vertrauen einem Blogger, der über Kochrezepte bloggt, mehr als einem Fernsehsender, der Kochbücher anpreist“, so Peter Hirshberg (Technorati)[10].

Alphonso, ambitionierter Blog-Betreiber, sieht den Blog-Vorteil in einer Art Stadtteiljournalismus, dem Traditionsmedien nichts entgegenzusetzen können. Zwar behandeln die wenigsten Blogs Lokalthemen, doch könnte sich in diesem Bereich durchaus etwas tun. Manche befürchten, dass Blogs die Ökonomie der kreativen Arbeit grundlegend gefährden könnten.

Zuversichtlich zeigen sich die Blogger selbst. „Mit Blogs kehrt der Journalismus zu seinen Wurzeln zurück: Gnadenlos subjektiv, meinungsstark, einzeln reichweitenlos – aber gemeinsam weit reichend“, so Klaus Eck. Und für Robert Basic sind Blogs momentan das beste Verbindungstool von Mensch zu Mensch überhaupt. Viele sehen die Zukunft der Blogs darüber hinaus bei Fach- und Nischenthemen. Und ähnlich wie bei Handy oder Email erwarte man, dass Blogs als alltägliches Format anerkannt werden.

„Sie wird kurzfristig überschätzt und langfristig unterschätzt“, so Johnny Haeusler von [www.spreeblick.com](http://www.spreeblick.com) über die Blogosphäre. Es bleibt also spannend.

### **Linksammlung**

[www.basichinking.de/blog](http://www.basichinking.de/blog) ‚Basic Thinking‘ ist einer der populärsten Blogs Deutschlands. Kopf und Macher ist Blogger-Star Robert Basic.

[www.bildblog.de](http://www.bildblog.de) BILDblog.de wird von mehreren Medienjournalisten betrieben, die täglich den Inhalt der größten Boulevardzeitung Europas kritisch hinterfragt. BILDblog.de hat ca. 50.000 Menschen Leser täglich.

[www.spreeblick.com](http://www.spreeblick.com) Die Satire „Jamba-Kurs“, die die kontroversen Geschäftspraktiken Jambas! thematisierte, machte ihn bekannt: Johnny Haeusler, der den Spreeblick-Blog zu seiner Hauptbeschäftigung machte. Es ist eines der bekanntesten Blogs Deutschland und erhielt 2006 den Grimme Online Award Spezial.

[www.stefan-niggemeier.de/blog](http://www.stefan-niggemeier.de/blog) Der Medienjournalist Stefan Niggemeier machte sich als Urheber, Betreiber und Autor von BILDblog.de einen Namen.

[www.lawblog.de](http://www.lawblog.de) Auch der law blog von Udo Vetter mischt oben in den deutschen Blog-Charts mit. ■

## Anmerkungen

- [1] <http://www.bloginspace.com/>
- [2] Vgl. Tom Alby „Web 2.0 – Konzepte, Anwendungen, Technologien“ <http://www.web20buch.de>
- [3] <http://www.ibrahimevsan.de/>
- [4] Staun, Harald: „Weblogs. Wo seid ihr?“. In: <http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~EB86D394356EA414D9E66635E93787C2D~ATpl~Ecommon~Scontent.html>
- [5] [www.blogherald.com/2005/07/19/blog-count-for-july-70-million-blogs/](http://www.blogherald.com/2005/07/19/blog-count-for-july-70-million-blogs/)
- [6] [www.heise.de/newsticker/meldung/71792](http://www.heise.de/newsticker/meldung/71792)
- [7] Gscheidle, Christoph / Fisch, Martin: „Onliner 2007. Das Mitmachnetz im Breitbandzeitalter“. In: Mediaperspektiven 8/2007, S. 393-405
- [8] Wiegold, Thomas: „Der selbstgemachte PR-Gau“. In: [http://www.focus.de/digital/internet/transparency-international\\_aid\\_106808.html](http://www.focus.de/digital/internet/transparency-international_aid_106808.html)
- [9] <http://web20buch.alby.de/>
- [10] [http://technorati.com/about/staff.html?s=peter\\_hirshberg](http://technorati.com/about/staff.html?s=peter_hirshberg)

Bild: [www.autopixel.de](http://www.autopixel.de) (qba-libre)

## Die wichtigsten Blog-Zutaten:

Einträge (Posts) sind das Blog-Herzstück. Kommentare erscheinen als Pop-up oder direkt auf der Seite.

Permalinks machen Verlinkungen auf einzelne Beiträge bzw. Kommentare möglich. Trackbacks zeigen an, wenn sich die Blogger aufeinander beziehen. Feeds enthalten den vereinheitlichten Blog-Inhalt und können abonniert werden.

Asides verweisen auf interessante Themen anderer blogs oder Websites.

Blogrolls zeigen Blogs an, die der Blogger selbst verfolgt.

Blog-Aktionen können sich auf die Popularität von Blogs auswirken.



# Brotlose Kunst?

Auf jeden CD-Käufer entfallen heute mehrere nichtzahlende Mitbenutzer, mit steigender Tendenz. Die Privatkopie wird als Kaufersatz genutzt. Doch die Inhaber von Urheberrechten wollen sich nicht länger die Butter vom Brot nehmen lassen.

Von Silke Kramer

Mit dem Internet hat sich eine "Gratiskultur" entwickelt, die den Interessen von Rechteinhabern und Medienunternehmen zuwider läuft. Denn der Wert eines digitalen Gutes ist für den Nutzer oft nur schwer einzuschätzen. Auf der einen Seite eröffnen sich neue Betätigungsfelder wie das Googeln oder Flickern. Andererseits führt ein unbedachter Schritt allzu leicht in die Kleinkriminalität – meist in Gestalt einer Urheberrechtsverletzung.

Eine aktuelle Anpassung des Urheberrechts soll die spezifischen Nutzungsformen des Mediums besser berücksichtigen. Mit dem so genannten 2. Korb der Urheberrechtsnovelle vom 1. Januar 2008 sieht Bundesjustizministerin Brigitte Zypries die Positionen von Rechteinhabern und Nutzern gleichermaßen gestärkt.

Das neue Gesetz bezieht Formen digitaler Vermarktung stärker ein und soll dynamischer und unbürokratischer auf aktuelle Entwicklungen reagieren können. Der Urheberschutz wurde zukunftsgerichtet auf kommende,

noch unbekannte Nutzungsarten ausgedehnt.

Für den Verbraucher ändert sich wenig. Ihm bleibt vor allem – nicht gerade zur Freude der Rechteinhaber – das Recht auf Privatkopien von nicht kopiergeschützten Medien. Der Urheber wird dafür pauschal über eine indirekte (im Gerätepreis inbegriffene) Abgabe auf kopierfähige Technik entschädigt. Zukünftig sollen Art und Höhe der so genannten Pauschalabgabe von den Beteiligten, also Verwertungsgesellschaften sowie den Verbänden der Geräte- und Speichermedienhersteller, selbst ausgehandelt werden.

Kann aber das Gesetz langfristig mit den rasanten Entwicklungen im Internet Schritt halten? Um Urheberrechte wirklich zu schützen, müssen neue, differenzierte Vermarktungsmodelle einbezogen werden.

## Managementkrise beim Digitalen Rechtemanagement

In erster Linie stehen hinter dem

digitalen Gut Ersteller, Künstler und Entwickler, die für ihr Schaffen entlohnt werden wollen. Beim Vertrieb stehen ihnen nationale Verwertungsgesellschaften zur Seite, die auf unterschiedlichen Wegen Gebühren erheben und nach bestimmten Verteilerschlüsseln an die Rechteinhaber verteilen.

Um eine unkontrollierte Verbreitung digitaler Produkte zu verhindern, setzt die Industrie vor allem auf rigiden Kopierschutz und Digital Rights Management (DRM).

Bei DRM-Systemen (siehe Glossar) werden Nutzungsbedingungen von Dateien in maschinenlesbarer Form mitgespeichert. Die Kopierbarkeit einer Datei kann dadurch genauso gesteuert werden wie ihre Laufzeit. So können beispielsweise Verbraucher nach Bedarf zwischen preislich gestaffelten Nutzungsoptionen wählen.

Die eingesetzte DRM-Technik bringt jedoch unerwünschte Nebeneffekte mit sich. So verärgert Musikkäufer bisher allzu oft die eingeschränkte Nutzbarkeit von legal erworbenen Dateien. Dateiformate und Abspielgeräte sind untereinander oft nicht kompatibel, einige CDs lassen sich nicht mit dem Computer oder Autoradio abspielen.

Die Praxis hat mittlerweile gezeigt, dass derartige Protektionismus-Versuche der Industrie weder zukunftsfähig noch nutzerfreundlich sind. So befindet sich das Digital Rights Management in der bisherigen Form wieder auf dem Rückzug. Als erstes Major Label hat sich EMI vom Kopierschutz verabschiedet. Solange keine einheitlichen, nutzerfreundlichen und universell anwendbaren Konzepte verfügbar sind, scheint für den Musikmarkt das Prinzip DRM gescheitert.

## Die Flatrate-Kultur

Gegen die weitere Verbreitung von Kopierschutztechnik spricht auch das Festhalten an der Geräteabgabe. Für den Verbraucher ist das System dieser Pauschalabgabe kaum transparent. Die Höhe der Abgaben richtet sich nicht nach der tatsächlichen Nutzung der Werke. Und je weniger kopierschutzfreie Medien auf dem Markt sind, desto weniger Gegenleistung erhält der Ver-

braucher für seinen Obulus.

Doch was sind die Alternativen? Vielnutzer propagieren die Idee einer Kultur-Flatrate. Nach dem Vorbild des Telefon- und Internetzugangs könnte eine einzelne, größere Abgabe für kulturellen Content viele Bedürfnisse befriedigen. Bestimmte Contentbereiche könnten darüber hinaus – wie bei den Sonderrufnummern – extra kostenpflichtig sein. Die Kultur-Flatrate nutzt das Versicherungsprinzip. Die Kosten werden auf dem Rücken aller verteilt. Dabei nutzt der eine viel, der andere wenig. Möglich wären auch hier Staffelmuster, in denen sich die Nutzer ihre gewünschten Leistungspakete selbst schnüren.

Die Flatrate geht damit deutlich weiter als eine Pauschalabgabe auf technische Medien. Als eine Art Computersteuer scheint die Flatrate ebenso durchsetzbar wie die bestehende Geräteabgabe. Kritiker sehen in ihr allein aber eine zu undifferenzierte Abgabe: je mehr Content in die Pauschale einbezogen ist, desto schwieriger die gerechte Kostenverteilung. Für jede Form der pauschalen Abgabe gilt: sie kann nur ein Mittelwert sein. Damit ist sie in vielen Fällen für Urheber und Verbraucher gleichermaßen unfair. Je mehr Zahler die Inhalte tatsächlich nutzen, desto weniger angemessen ist der Pauschalbeitrag für die Urheber. Auf Verbraucherseite zahlen Wenignutzer im Verhältnis mehr als Vielnutzer.

### Kontrolle des freien Informationszugangs?

Genau da kann das schon totgesagte DRM weiter ansetzen. Eine Möglichkeit ist, DRM gezielt zur Berechnung von Contentnutzung einzusetzen. Über das Digitale Rechtemanagement kann dabei die Nutzung einzelner Musiktitel oder Textdateien nachvollzogen werden (Tracking).

Aus Gründen des Datenschutzes und der technischen Machbarkeit bleibt die DRM-Anwendung aber umstritten. Verbraucherschützer warnen vor einer zu starken Abhängigkeit von DRM- und Identifizierungsmaßnahmen. Systeme, die einen gravierenden Eingriff in die



Musikvertrieb als brotlose Kunst: Illegale Downloads bedrohen junge wie etablierte Künstler

Rechte des Nutzers vornehmen, müssen staatlich kontrollier- und regulierbar sein. Die Handlungsgewalt liegt schließlich bei den Konzernen: DRM-Anbietern, Musikunternehmen, Hard- und Software-Herstellern. In der Regel wird über digitale Wasserzeichen Content ausfindig gemacht, nicht aber dessen Nutzer. Dennoch ist es wichtig, rechtzeitig gesetzliche Vorgaben zu etablieren.

DRM muss neue Wege beschreiten: Weg vom medienfeindlichen Kopierschutz, hin zum gerechten Digitalen Rechtemanagement, das eine zuverlässige Verteilung von Gebühren gewährleistet.

Auch wenn immer mehr Online-Shops wieder DRM-freie Musik anbieten, hat die Technik noch nicht vollends ausgedient. Mit einem funktionierenden DRM-System lässt sich anhand von differenzierten Rechtegraden eine transparente Preispolitik gestalten. Nutzungsgenaue Abrechnung bietet Verbrauchern eine gezielte Konsumsteuerung und Kostenkontrolle. Der Kunstschaffende seinerseits kann auf eine angemessene Vergütung vertrauen.

### Wie geht es weiter?

Modelle einer freieren Rechteverwaltung gibt es. Der amerikanische Urheberrechtsexperte Lawrence

Lessig gilt als Kämpfer gegen die Beschränkung digitaler Güter. Er lehrt an der Universität in Stanford (USA). Starke Regulierungen sieht Lessig als Gefahr für Innovation. Als Initiator der *Creative Commons*-Bewegung (siehe Glossar) unterstützt er Initiativen für freie Software und verschiedene *Open Source*-Projekte (siehe Glossar). *Creative Commons* stehen für ein offenes, dabei selektives und präzises Lizenzierungsmodell. Der Rechteinhaber kann für jedes seiner Werke individuelle Nutzungsoptionen festlegen.

Virale Vertriebswege (siehe Glossar) nutzen die Superdistribution, eine Art digitale Mund-zu-Mund-Propaganda. Hierbei werden Dateien als persönliche Empfehlungen mit einer beschränkten Laufzeit versendet. Bei Gefallen kann der Empfänger das Produkt nachträglich über die so genannte Content-ID lizenzieren. Labels wie EMI sind inzwischen bereit, das Schnupper-Prinzip im Rahmen werbefinanzierter Downloadservices zu erproben.

Es sollten mehr Konzepte entwickelt werden, mit denen sich bei freiem Informationszugang ein wirtschaftlicher Anreiz für den Schaffenden bietet. Unternehmen können auf die steigende Bereitschaft der User setzen, für relevante und damit wertvolle Inhalte zu zahlen.

Es gilt also, die besonderen Stärken des Mediums als Distributionskanal zu

erhalten.

Mit der Integration von digitalem Internet-Content gehen die Verwertungsgesellschaften einen wichtigen Schritt. So bietet die ‚VG Wort‘ für den Eigenvertrieb von Texten im Internet eine eigene Tantieme an. Über ein TÜV-zertifiziertes Meldesystem erfolgt die Einbindung so genannter Zählpixel. Wird eine bestimmte Menge an Seitenaufrufen für den urheberrechtlich relevanten Inhalt registriert, kann eine entsprechende Vergütung erfolgen.

Aus der Sicht des Gesetzgebers würdigt der 2. Korb der Urheberrechtsnovelle ausdrücklich den Wert geistigen Eigentums. Zumindest fördert er den Dialog zwischen den Vertretern der Rechteinhaber und Verbraucher, zwischen alter und neuer Medienwirklichkeit.

Zeit für einen Paradigmenwechsel, in dem Verfügbarkeit und Kopierfähigkeit kein Indiz für Wertlosigkeit sind, sondern Zeichen für kulturelle Entwicklung. Grundlage unserer digitalen Zukunft muss sein, dass die Arbeit des

Kulturschaffenden nicht nur wertgeschätzt, sondern auch ertragreich wird. Raus aus der Rolle der unbezahlten Hausfrau, die doch so wichtige Dienste für die Allgemeinheit leistet. ■

#### Weblinks

Bundesverband Musikindustrie (IFPI) zu Internetpiraterie und Privatkopien:  
<http://www.musikindustrie.de/internetpiraterie.html>

[http://www.musikindustrie.de/verbraucher\\_privatkopien.html](http://www.musikindustrie.de/verbraucher_privatkopien.html)

Hier findet man auch den Digital Music Report 2007, eine Jahresbilanz internationaler Musikmärkte.

Bundesministerium der Justiz („Urheberrecht 2. Korb“)

[http://www.bmj.bund.de/enid/8ec3ac4464588530fb65f8afbf55ba,33d0e45f7472636964092d0933303334/Urheberrecht/Urheberrecht\\_-\\_2\\_\\_Korb\\_11f.html](http://www.bmj.bund.de/enid/8ec3ac4464588530fb65f8afbf55ba,33d0e45f7472636964092d0933303334/Urheberrecht/Urheberrecht_-_2__Korb_11f.html)

VG Wort zur Einbindung des Zählpixels:  
<http://www.vgwort.de/metis.php>

Creative Commons / Lawrence Lessig:  
<http://www.lessig.org/>

L. Lessig bietet über seine Homepage auch Onlineversionen seiner Bücher an.

Empfehlung: Free Culture. How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity. Penguin Press, New York, 2004. (348 Seiten):  
<http://www.free-culture.cc/>

Freier Download des Buchs No Copy (Krömer/Sen, 2006):  
<http://www.no-copy.org>



Toasten heißt heute Reproduzieren (Illustration für MacOS Brennsoftware Toast 8 Titanium der Firma Roxio)

## Kernmerkmale der Urheberrechtsnovelle

- Die Privatkopie ist weiter zulässig, findet aber ihre Grenze, wo Kopierschutzmaßnahmen eingesetzt werden. Nach EU-Recht gilt: wer einen Kopierschutz umgeht, macht sich zwar nicht strafbar, kann aber mit Schadenersatzforderungen der Rechteinhaber konfrontiert werden.
- Die pauschale Geräteabgabe bleibt bestehen. Die Vergütungssätze sind nicht mehr gesetzlich festgelegt; sie werden dynamisch unter den Beteiligten ausgehandelt.
- Mit neuen Lizenzierungsmodellen für elektronische Leseplätze in Bibliotheken etc. wurde das Urheberrecht an technische Erfordernisse von Wissenschaft und Forschung angepasst.
- Der Urheberschutz wurde auf neue (noch unbekannte) Nutzungsarten ausgedehnt.

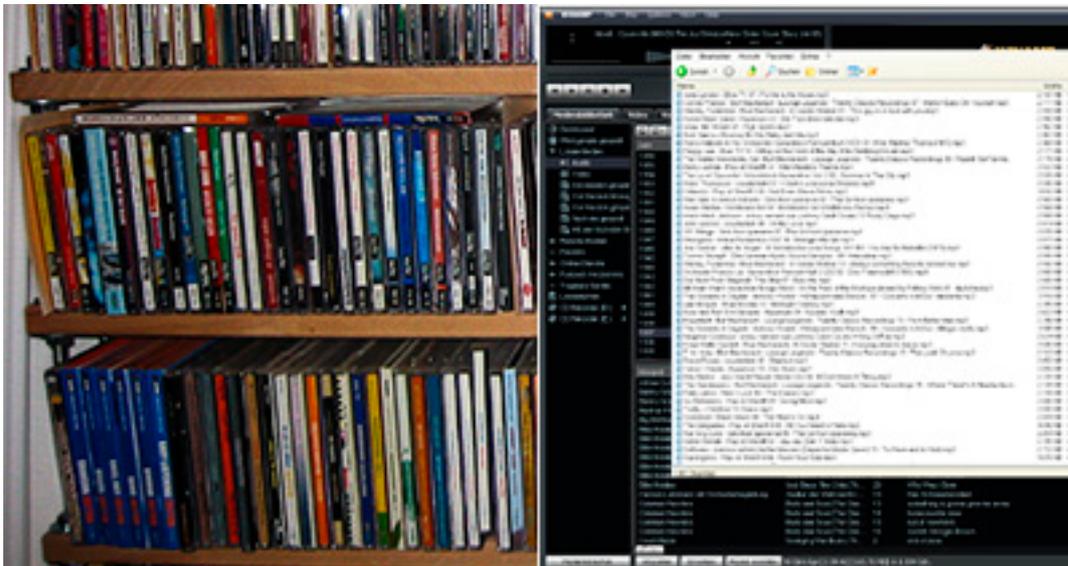
## Glossar

**DRM-System:** Hauptfunktionen eines DRM Systems: Zugangs- und Nutzungskontrolle, Abrechnung, Management von Rechtsverletzungen und Unterstützung der Strafverfolgung.

**Kultur-Flatrate,** auch Content-Flatrate: Konzept einer Pauschalabgabe auf urheberrechtlich relevante Inhalte.

**Creative Commons:** Lizenzierungsmodell der CC-Initiative (u. a. Lawrence Lessig), die eine individuelle Rechtevergabe für unterschiedliche Dateitypen vorsieht. Lizenztypen (abgestufte Limitierung) regeln die Bearbeitung und Weitergabe, kommerzielle Nutzung und Autorennennung.

**Open Source:** Lizenzierungsmodell, bei dem Quelltexte von Dateien offen für die Bearbeitung und Weiterverbreitung sind. Open Source-Software unterliegt keinen Nutzungsbeschränkungen und nutzt die aktive Beteiligung der Anwender an der Entwicklung.



Privates Musikarchiv gestern und heute

# Sterben die kleineren Online-Radios bald aus?

Mit zahllosen Nischenradios glänzt die Welt des Online-Radios bisher durch ein reichhaltiges Angebot an Musik. Durch die aktuellen Gebührenmaßnahmen der Verwertungsgesellschaften kann jene musikalische Vielfalt jedoch schon bald der Vergangenheit angehören.

Von Thomas Meyer



[www.autopixel.de](http://www.autopixel.de) (Bruno)

Nach wie vor lässt sich ein genereller Verlust an musikalischer Vielfalt im öffentlich-rechtlichen und privat-rechtlichen Radio feststellen. Sowohl die Phonoverbände als auch die Verwertungsgesellschaften GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) & GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten) kritisieren seit langem den

geringen Anteil an Neuheiten und deutschsprachigen Titeln im Programm der Sendeanstalten. Da sich die Sendeanstalten jedoch aus finanziellen Gründen ihren Werbeträgern und potenziellen Zielgruppen mehr verpflichtet fühlen als den Forderungen der Musikverbände, gelangen die jeweiligen Interpreten weiterhin erst in die Playlists, wenn sie sich bereits

durchgesetzt haben.

Die Interessenkonflikte zwischen den Sendeanstalten und der Tonträgerindustrie berühren den aktiven Musikliebhaber indes nur peripher. Die interessierten HörerInnen haben sich aufgrund von immergleichen Radio-Konzepten und musikalischen Dauer-Rotationen unlängst vom herkömmlichen Radio abgewandt. Sie bedienen sich stattdessen des reichhaltigen Angebots an Online-Radios im Internet und finden so ein musikalisches Angebot, das für jeden Geschmack etwas passendes zu bieten hat.

Neben den Streaming-Radio-Angeboten sorgen speziell die zahllosen, selbstverwalteten Nischenradios und Podcasts für frischen Wind in der eingestaubten Radiolandschaft. Die Annahme, dass diese Wiederbelebung der deutschen Radiolandschaft durch das Internet nun auch im Sinne der Phonoverbände und Verwertungsgesellschaften sei, ist jedoch weit gefehlt. Tatsächlich versuchen sie durch höhere Gebühren, die kleineren Online-Radio-Anbieter vom Markt zu verdrängen.

Seit April 2005 sind die pauschalen GVL-Gebühren für den Betrieb eines Online-Radios von monatlich 25 auf 350 Euro gestiegen. Zahlreiche unkommerzielle Nischenradios und Hobby-Radiomacher haben infolgedessen ihre Sendungen eingestellt.

Warum ist die Fülle an kleineren Spartenprogrammen im Internet der Tonträgerindustrie ein Dorn im Auge? Weshalb werden Nischenradios mit geringen Marktanteilen durch höhere Gebühren aus dem Online-Radio-Angebot im Internet verdrängt?

Der Hörfunk hat sich in Verbindung mit dem Internet zu einem diffusen Medium entwickelt. Das Ergebnis sind disparate Zielgruppen mit individuellen musikalischen Geschmäckern und Interessen. Die Pluralität an Radio-Programmen führt dazu, dass es für die Tonträgerindustrie immer schwieriger wird, die potenziellen Käufer mehrheitlich zu erreichen.

Dass diese Entwicklung nicht im Sinne der Tonträgerindustrie ist, zeigen die jüngsten Forderungen des Phonoverbandes. Kernpunkt dieser Forderungen ist, dass der Phonoverband das Sendeprivileg wieder auf den traditionellen Hörfunk eingrenzen möchte.

Die Vereinheitlichung, Kommerzialisierung und Popularisierung der musikalischen Angebote größerer Plattenfirmen im Internet ist dabei das Ziel des Phonoverbandes. Da sie im wesentlichen die wirtschaftlichen Interessen der großen Plattenfirmen in Deutschland vertreten, ist es nicht verwunderlich, dass man so der angeblich durch Download-Piraterie gebeutelten Tonträgerindustrie wieder zu höheren Umsatzzahlen verhelfen möchte.

Um die eigenen Veröffentlichungen effektiv zu vermarkten, kooperiert die Tonträgerindustrie inzwischen mit etablierten Anbietern wie AOL (Radio@AOL) oder Yahoo (Yahoo Launcast). Vergleicht man nun aber die Marktanteile von derartigen Streaming-Radio-Angeboten mit denen der kleinen Nischenradios im Internet, so stellt sich die Frage, weshalb die Tonträgerindustrie im Verbund mit den Verwertungsgesellschaften derartig vehement vorgeht? Weder die unkommerziellen Nischenradios noch die kleineren, übriggebliebenen Independent-Labels sind in der Lage, mit den Major-Plattenfirmen und etablierten Online-Radios zu konkurrieren. Dennoch ist die Präsenz kleinerer Labels und Künstler durch Internet-Plattformen wie Online-Radios oder auch MySpace gestiegen. Unbekannte Bands und Interpreten nutzen so das Hype-Potential derartiger Musik-Portale im Internet. Sie können in Eigenregie bzw. unabhängig von den Strukturen der Major-Plattenfirmen einen Bekanntheitsgrad erreichen, der für die Musiker in der Prä-Internet-Ära noch einer Utopievorstellung glich. Diese Entwicklung scheint die marktdominierenden Plattenfirmen zu beängstigen, da sowohl Promotionarbeit und Vertriebswege im Internet selbstständig erschlossen werden können. Da die Majors ihren Status jedoch sichern wollen,



www.autopixel.de (Sassion)

suchen sie nach Wegen, die ihre Vormachtstellung weiterhin gewährleistet.

### **Chart- & Nischenradios**

Die Abschaffung der Chart-Radios im Internet steht sowohl bei der Tonträgerindustrie als auch bei den Verwertungsgesellschaften auf Platz Eins der Online-Radio-Agenda. Die Maßnahmen zur Stilllegung kleinerer Online-Chart-Radios wirkt sich jedoch auch negativ auf die Nischenradios aus.

Neben den Nischenradios gibt es kleinere Anbieter mit Musik aus den Charts. Der User kann im Bereich der Chart-Radios Sendungen finden, die komplette Alben von bekannten Interpreten spielen. Da es momentan noch legal ist, Musik von Online-Radios mitzuschneiden, sind insbesondere diese Anbieter im Visier der Tonträgerindustrie.

Die Möglichkeit des Mitschneidens und Vervielfältigens der Musik von Chart-Radios im Internet besitzt für die marktbeherrschenden Plattenfirmen der Tonträgerindustrie und die Musikverbände eine ähnliche Brisanz wie das illegale Downloaden von Musik. Weil es sich im Gegensatz zu den Nischenradios um Musik-Produkte der Major-Plattenfirmen

handelt, richtet sich der massive Gebührenanstieg natürlich in erster Linie gegen die unkommerziellen Chart-Radios. Dass die Nischenradios aufgrund der hohen Kosten zwangsläufig ihre Sendungen ebenfalls einstellen müssen, versteht sich dabei als beabsichtigter Nebeneffekt.

Anstatt gezielt gegen die Chart-Radios vorzugehen, und die kulturelle Vielfalt der Nischenradios aufrechtzuerhalten, bedient sich die Allianz aus Musikverbänden und Tonträgerindustrie eines Rundumschlages, der das Online-Radio-Angebot auf kommerzielle Anbieter reduziert.

### **Kapital & kulturelle Vielfalt**

Im Kampf gegen den illegalen Erwerb von Musik koalieren die Verwertungsgesellschaften mit den marktdominierenden Plattenfirmen. Die fragwürdige Vorgehensweise dieser "Kapital-Union" führt unweigerlich zu der Frage, ob die kulturelle Freiheit im Internet eingeschränkt und systematisch gleichgeschaltet wird?

Seitens der Musikverbände werden inzwischen Forderungen gestellt, die das Mitschneiden von Online-Radio-Inhalten generell verbieten sollen.

Dass zunächst die Sendegebühren erhöht, und erst anschließend das Aufnehmen von Online-Radio-Musik untersagt werden soll, scheint in Bezug auf die Interessen der Major-Plattenfirmen eine logische Vorgehensweise zu sein. Wäre das Aufnehmen der Online-Radio-Musik hingegen von vornherein reglementiert worden, hätte man den Gebührenanstieg nicht unter dem Aspekt des illegalen Musikerwerbs öffentlich rechtfertigen können, wodurch letztendlich auch nichts gegen ein Nebeneinander von unkommerziellen und kommerziellen Chart-Radios im Internet gesprochen hätte. Man könnte so spekulieren, dass die Reihenfolge der Maßnahmen einem wirtschaftlichen Kalkül folgt, das mit aller Macht eben jene Konstellation verhindern wollte, um so die Vormachtstellung der größeren Plattenfirmen in Deutschland zu sichern.

Die GEMA und auch die GVL unterstützen so äußerst fragwürdig die Interessen der Major-Plattenfirmen. Von einer künstlerischen Gleichberechtigung kleinerer Interessengruppen seitens der GEMA und GVL kann so kaum die Rede sein. Vielmehr wird Hand in Hand mit den marktbeherrschenden Plattenfirmen kooperiert.

Das Hauptaugenmerk von Majors wie Universal und Sony BMG richtet sich letztlich auf massentaugliche Musik. Firmen, die in erster Linie auf Gewinnmaximierung ausgerichtet sind, tragen bekanntlich selten zu kulturellen Innovationen bei. Die Praktiken der Musikindustrie scheinen generell gegen eine höhere Bandbreite an musikalischer Vielfalt im Internet zu opponieren.

So verbirgt sich hinter Online-Radio-Portalen wie Goldmusic, Lastfm und Rautemusik ein musikalisches Angebot, das sich kaum von den etablierten Größen wie Yahoo Launchcast und Radio@AOL unterscheidet. Das virtuelle Online-Radio dudelt demzufolge erneut genau dasselbe wie das alte Kofferradio.

## **Bürokratisierung**

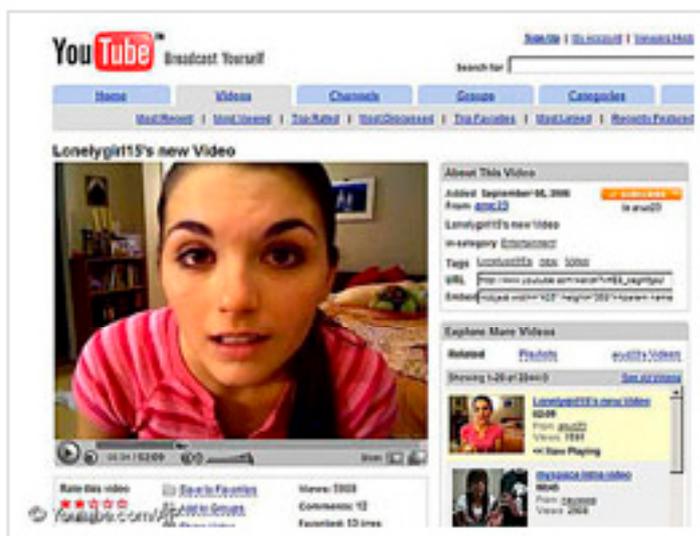
Neben dem Gebührenanstieg sind Reglementierungen, wie das Verbot von Specials über bestimmte Künstler und der Auflage während drei Stunden nicht mehr als vier verschiedene Titel eines Künstlers oder mehr als drei verschiedene Songs von einem bestimmten Album zu spielen, inzwischen die Regel. Ebenfalls darf in der Moderation nicht im voraus angekündigt werden, wann ein bestimmter Künstler gespielt wird. Zu allem Überfluss soll bald für jedes einzelne Musikstück noch eine Erlaubnis des Rechteinhabers vorliegen.

Der bürokratische Aufwand ist neben den hohen Gebühren somit ein weiterer Grund dafür, weshalb kleinere Nischenradios frustriert ihre Sendungen einstellen. Wie die GVL und GEMA den Wust an Auflagen überhaupt zu kontrollieren vermag, ist dabei eine andere Frage. Man kann nur hoffen, dass die Nischenradios den Kampf gegen die Online-Radio-Goliaths aufnehmen werden. Bei der Wahl der Online-Radios ist letztendlich die persönliche Entscheidung und auch die Haltung der NutzerInnen gegenüber der Vorgehensweise von Verwertungsgesellschaften und Tonträgerindustrie gefragt. ■

# Die heile Welt der Illusionen

Videoportale als virtuelle Bühne der Welt: Wie YouTube & Co. das Private öffentlich machen, die Populärkultur neu inszenieren und dennoch nur als ein Rädchen im neuen „Web-2.0“-Kapitalismus funktionieren.

Von Thomas Vidovic



Nachdem die Geschichte von „lonelygirl15“ im vergangenen Sommer als Inszenierung dreier amerikanischer Hobby-Filmer entlarvt wurde, legten diese ein für viele überraschendes Geständnis ab. Eine „sehr realistische fiktive Geschichte“ haben sie erzählen wollen, mit dem riesigen Erfolg ihrer „neuen Kunstform“ [1] hätten sie niemals gerechnet. Millionen Fans hatten das Leben der 15-jäh-

rigen Bree verfolgt, welche als Kind streng religiöser Eltern ein von der Außenwelt weitgehend abgeschirmtes Dasein führt: Sie hat keine Freunde, geht nicht zu Partys und besucht auch keine Schule, da sie zuhause unterrichtet wird. Wenn sie das Haus verlässt, darf sie nur zu wenigen Menschen Kontakt halten. Doch dann entdeckt Bree das Videoportal YouTube, bzw. entdeckt die YouTube-

Community die kleine Bree, die dort fortan unter dem Pseudonym „lonelygirl15“ öffentliche Aufmerksamkeit und Zuspruch erlangt. Sie berichtet in kurzen Videoclips aus ihrem Leben als Außenseiterin und erlangt durch ihre mysteriösen Geschichten und Andeutungen in kürzester Zeit weltweite Bekanntheit. Die einzelnen Folgen ihrer Videoblogs werden durchschnittlich 100.000-mal angesehen, ihr YouTube-Channel zählt bereits drei Monate nach dem ersten Erscheinen über 12 Millionen Klicks. Die YouTube-Community schaut gespannt zu, rätselt, ob „lonelygirl15“ womöglich in Gefahr sei. Aber auch die Frage, ob dies alles wirklich sei, wird zum Teil des Spiels.

Nach vier Monaten und 30 Videoclips kommt für Brees Fans die Ernüchterung: Es gibt sie nicht – „lonelygirl15“ ist eine Fiktion, eine Lüge. Nach ausgiebiger Recherche enttarnen findige Blogger die Macher als Fälscher. Millionen Zuschauer müssen erkennen, dass sie von einer fiktiven Geschichte getäuscht wurden. Für Jessica Rose hingegen, die Darstellerin der Bree, ist durch ihre Rolle ein Traum wahr geworden. Die Kurzfilmchen haben aus der 19-Jährigen einen Medien-Star gemacht. Mittlerweile wird die Geschichte sogar in Form einer Videoserie exklusiv auf MySpaceTV vermarktet. Ob dieses Vorhaben an den YouTube-Erfolg anknüpfen kann, der letztlich auf dem Prinzip der Täuschung basierte, ist fraglich.

## Broadcast yourself!

Betrachtet man das Phänomen „lonelygirl15“ genauer, beschreibt es augenscheinlich etwas anderes als nur eine „neue Kunstform“, die die Macher selbst in dem Projekt sahen. „Broadcast yourself!“ lautet das Motto von YouTube und lässt sich gleichzeitig als ein Abbild der modernen Internet-Gesellschaft verstehen. Im Jahr 2006 etabliert sich YouTube als neue Form der Bildspeicherung, der visuellen Kultur hatte offensichtlich ein solcher Kanal gefehlt. Die Süddeutsche Zeitung schreibt zum Jahreswechsel

2007/2008, die Öffentlichkeit habe Internetvideoportale als „Bühne der Welt“ entdeckt. Für Künstler, Politiker, Journalisten und Otto-Normal-Verbraucher gilt es, im Netz zu sehen und gesehen zu werden. Vor allem die Politisierung des Mediums spielt 2007 eine zentrale Rolle. Anfang des Jahres schockieren die Bilder von Saddam Husseins Exekution, dann diskutieren die US-Präsidentschaftskandidaten in Videoblogs mit den Wählern und schließlich krönt Queen Elizabeth II. die Online-Agora mit ihrer Weihnachtsansprache im „Royal Channel“. Das Selbstverständnis der Videportal-Kultur als virtuelle „Bühne der Welt“ beruht dabei auf einem unausgesprochenen Authentizitätsversprechen, welches seine Begründung in der „Weisheit der Vielen“ (vgl. James Surowiecki 2005) sieht. Doch was ist letzten Endes „echt“ in einer Welt des Selbstmach-Fernsehens, in der alles ein wenig artifiziell ist?

### **Weisheit der Vielen?**

Während sich das Web 2.0 seit geraumer Zeit als demokratisches Konglomerat unabhängiger Plattformen feiert, zeigt der Fall „lonelygirl15“, dass es eines vor allem nicht ist: authentisch. Zwar wird die Authentizität immer wieder als Kernelement des Web 2.0 hochgehalten, da es nicht von gelenkter Meinung und moderierter Einflussnahme, sondern von anarchischen Strukturen und seiner unbegrenzten Meinungsvielfalt lebt. Jedoch macht das Beispiel deutlich, dass mit dieser Authentizität auch gespielt werden kann. Sicherlich erlauben Videoportale einen direkteren Zugang zu den Erfahrungen der Mitmenschen und damit zu einem Stück ungefilterter Realität, doch kann dieses Versprechen niemand garantieren, da es schlichtweg keine Instanz gibt, welche die Inhalte auf ihre Authentizität hin überprüfen kann.

All diese Plattformen ermöglichen den Usern, sich miteinander zu vernetzen und bieten ihnen fantastische Medien für Kommunikation und Selbstinszenierung. Doch die Internetgemeinde sieht im Web 2.0 allzu

gerne ein unantastbares Versprechen von Ehrlichkeit und Vertrauen, das es nie gegeben hat. In der Online-Enzyklopädie Wikipedia heißt es erstaunlicherweise: „Der Begriff Web 2.0 wurde bei einem Treffen des Verlegers O'Reilly und dem Eventorganisierer Media Live International als marktgerechter Begriff geprägt.“ Ein Verleger und ein Eventmanager entwickeln also einen marktgerechten Begriff – und was hat das mit Ehrlichkeit und Authentizität zu tun? Soll hier etwa die digitale „Weisheit der Vielen“ liegen, in der sich das Wissen aller User zu totaler Erkenntnis zusammenfindet?

### **Freiwilliger Selbstbetrug**

Videoportale repräsentieren einen bedeutsamen Bereich des Web 2.0 und basieren wie ihre Artgenossen auf der Aufrechterhaltung der Illusion von Authentizität. In der Tat beruht die heile Welt der Web-2.0-Öffentlichkeit letztlich auf dem Prinzip der Täuschung und Vortäuschung. Der Wille, sich gegenseitig etwas vorzumachen, führt dazu, dass sich – wie bei allen Vorgängermedien – eine eigene Medienrealität entwickelt, in der Fiktion real wird: „Lonelygirl15“ gibt es auf YouTube wirklich. Doch dieses Modell kann nur funktionieren, solange es ein ungeschriebenes Gesetz gibt, das festlegt, wo die Grenze dieses freiwilligen Selbstbetrugs liegt. Da die User womöglich wissen, wie wenig authentisch das Web 2.0 tatsächlich ist, können sie sich als Teil des Spiels und somit auch als Teil der Illusion betrachten. Man könnte sogar behaupten, die Illusion der Authentizität ist so offensichtlich, dass sie wiederum authentisch ist. Doch wie lange funktioniert dieses trügerische Spiel, ehe das Web 2.0 implodiert? Und worin besteht der Reiz, wenn doch alle wissen, dass sie Teil leerer Versprechen und einer fiktiven Wirklichkeit sind?

### **Kommerzialisierung jetzt!**

Während sich die User von YouTube und Co. noch klarer über die Frage nach dem Verhältnis von Authen-

tizität, Täuschung und Internet-Ökonomie werden müssen, schreitet die Kommerzialisierung des Web 2.0 unaufhaltsam voran. Auch Videoportale sind nur ein Teilbereich des neuen Wirtschaftszweiges, in dem Inhalte nicht nur zentralisiert von großen Unternehmen verteilt werden, sondern auch in oligarchischen Netzwerkstrukturen organisiert sind. Zwar sind die User im Besitz der Produktionsmittel (denn sie produzieren die Videos, Bilder etc.), doch setzt der Kommerz dort an, wo der User keinen Einfluss mehr hat – bei der Distribution der Medien.

Ein herausragendes Beispiel ist der Internet-Riese Google, der trotz aller prophezeiten Risiken am 9. Oktober 2006 die Video-Plattform YouTube für 1,65 Milliarden Dollar übernommen und aus dem bis dato unrentablen Portal Profit geschlagen hat (alleine für das Jahr 2007 gehen Experten von 200 bis 300 Millionen Dollar zusätzlicher Werbeeinnahmen für Google aus). Ungeachtet der anfänglich befürchteten Grauzonen ästhetischer, inhaltlicher und urheberrechtlicher Natur wurde Google mit der Übernahme zum führenden Technologielieferanten für das Publizieren von Inhalten aller Art im World Wide Web. Und mit Hilfe so genannter Google-Ads (von Google vermittelte Werbebanner, die auf dem Videportal gezielt platziert werden) verdient das Unternehmen bequem an den Videos der YouTube-User.

### **Videoportale als neues Medium der Populärkultur**

Es stellt sich vor dem Hintergrund steigender Nutzerzahlen – alleine bei YouTube sind zur Zeit etwa 70 Millionen User registriert, die meisten davon im werberelevanten Alter von 14 bis 49 Jahren – aber noch eine andere Frage: Worin genau besteht für so viele Menschen der Drang, ihre meist privaten Videos mit einem potentiellen Millionenpublikum zu teilen? Was bewegt immer mehr vorwiegend junge Leute, ihr Privatleben via Videportal öffentlich zu machen? In dem Reiz, als „Self-made-Promi“

größtmögliche Popularität zu erlangen, mag so etwas wie eine innere Logik des neuen Netzverständnisses liegen: Auf Videoportalen darf sich jeder als „Star“ fühlen, der einen visuellen Beitrag liefert und dabei eine disperse Öffentlichkeit erreicht, die vor allem durch ihre enorme Heterogenität gekennzeichnet ist. Dabei geht es zugleich um dokumentierbare Anerkennung, die es in Form von Kommentaren, Bewertungen etc. weder im Fernsehen noch im Kino gibt.

Im Gegensatz zu anderen Medien ist das Web 2.0 also ein interpersonaler Bereich, wo es primär um eine kollektive „Bespäßung“ und letzten Endes auch wieder um „Wahrheit“ geht. Vor diesem Hintergrund inszeniert sich die moderne Populärkultur mittlerweile selbst, doch wird sich zeigen müssen, wie lange die Illusion von Authentizität und Kommerzialisierung derselben nebeneinander existieren können, ehe das Web 2.0 auf Grund dieser gefährlichen Mischung kollabiert. ■

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Munker, Barbara: „Die Enttarnung von LonelyGirl 15“. In: <http://www.stern.de/computer-technik/internet/:Internetber%FChmtheiten-Die-Enttarnung-Lonelygirl15/570087.html>.

<sup>2</sup> Rühle, Alex: „Ritter der Schwafelrunde“. In: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/artikel/504/69435>.

## Literatur

Patalong, Frank: „Nur falsch ist wirklich echt“. In: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,436070,00.html>.

Staun, Harald: „Wo die herkommen, gibt’s noch mehr“. In: <http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~E236D463F373D4B49AE80DDB38B829204~ATpl~Ecomon~Scontent.html>

Surowiecki, James: Die Weisheit der Vielen : warum Gruppen klüger sind als Einzelne und wie wir das kollektive Wissen für unser wirtschaftliches, soziales und politisches Handeln nützen können. - 1. Aufl. - München: Bertelsmann, 2005.

### Mehr zum Thema Videoportale:

Neben YouTube sind Google Video, MyVideo, Sevenload oder Dailymotion bekannte Beispiele für Videoportale, auf denen Videos zum Streamen bereitgestellt werden. Der amerikanische Anbieter YouTube ist mit rund 20 Millionen Besuchern pro Monat und einem Marktanteil von etwa 45% die mit Abstand erfolgreichste Videoplattform im Internet. Da Videokameras mit fortschreitender Technik immer günstiger werden, haben viele Privatpersonen die Möglichkeit, ihre digitalen Videoaufzeichnungen ins Netz zu stellen. Doch neben den selbst produzierten Inhalten werden auch viele, teils urheberrechtlich geschützte, Videos hochgeladen, wie etwa Musik-Videoclips oder Fernsehserien. Einzige Einschränkung seitens des jeweiligen Portals ist die maximale Dateigröße und -länge, was in der Regel zu einer erheblichen Verminderung der Videoqualität führt.

# Wie man einen Avatar anmacht

Ein Selbstversuch in Second Life

Von Claudia Beekmann

„Das Tragische an der physischen Realität ist, dass sie zwingend ist. Die virtuelle Realität hat viele Kanäle. Man kann sich aussuchen, auf welcher Ebene der virtuellen Realität man sich einschalten will. Man kann auch einfach den Anzug ausziehen, wenn man ganz hinaus will.“ (Heinz Buddemeier). Die Grenzen zwischen virtueller und realer Welt scheinen immer mehr zu schwinden. Man könnte sogar von einer Realitätsflucht sprechen und der Akzeptanz eines transparenten Körpers, der eine neue Präsenz in einem technischen System erhält.

## My second life

Groß, schlank und vollbusig sind für Männer die Attribute einer schönen Frau. Mit dem Namen Bibi Latte muss man sich zwar erst noch anfreunden, aber ansonsten kann sich mein Avatar (Spielfigur) in Second Life wirklich sehen lassen. Ich hätte mich auch für einen männlichen Avatar oder einen Furrie (Fabelwesen) entscheiden können, aber vorerst bleibe ich meinem Geschlecht treu. Haarig kann es ja auch noch später

zugehen. Nachdem ich zwei Tage zum kostenlosen Registrieren gebraucht habe, bin ich endlich in meinem zweiten Leben angekommen, völlig mittellos, aber wunderschön. Mit mir zählt die virtuell gestaltete Welt fast elf Millionen Bewohner. Bibi hat bisher nur zwei von ihnen getroffen – Mrung Maurer und Vague Camel – die sich ihre Namen anscheinend auch nicht selbst aussuchen konnten. Das bleibt nur Premium Account Besitzern bei einer monatlichen Gebühr von 9.95 US Dollar vorbehalten, genauso wie das Privileg, Land oder Immobilien zu kaufen oder Veranstaltungen durchzuführen. Durch die Einführung einer virtuellen Währung, des Linden-Dollars, der gleichzeitig in US-Dollar transferiert werden kann, ist Second Life auch an die reale Wirtschaft gebunden. Zudem nehmen viele Medienunternehmen wie Reuters und der Axel-Springer-Verlag, genauso wie namhafte Sportmarken (NIKE) und TV-Serien, einen ähnlichen Platz im virtuellen, wie auch im realen Leben der User ein.

Ich frage mich, ob dann auch eine verbesserte Bildoptik von Second

Life inklusive ist, denn noch wirken Landschaft und auch Bibi recht unrealistisch und unförmig. Aber die Graphikkarte meines Laptops scheint wohl zu veraltet zu sein, um die Bewegungen der Figur fließender erscheinen zu lassen. So sieht Bibi, trotz ihrer langen Beine und wehen-dem Haar, beim Fliegen (so bewegt man sich hier fort) eher wie eine Stockente statt Superwoman aus. Nach endlosem Herumirren auf Orientation Island, der ersten Station jedes Neulings, und dem Ausprobieren sämtlicher neuer Outfits, habe ich schon fast keine Lust mehr, im fünfminütigen Takt auf eine Bewegung von Bibi zu warten, die dann auch noch recht ziellos verläuft. Denn außer, dass mich mal zufällig ein anderer gut aussehender Avatar beim Fliegen streift, den Bibi dann ja doch nicht einholen kann, passiert hier nicht viel. Das muss ich ändern, denn schließlich gibt es im Gegensatz zu mir weltweit Nutzer, die täglich in diesem Metaversum, wie es von der amerikanischen Gründerfirma Linden Lab seit 1999 bezeichnet wird, ihr zweites Leben führen. Da muss doch noch mehr sein, als kantige Palmen und orientierungslose Avatare.

## My second chance

Bibi und ich haben immer noch keinen geeigneten Ort für das virtuelle Leben gefunden. Dabei kann man im Feld „Suche“ einfach Stichwörter, wie „Techno“, „Tennis“ oder „transsexuell“ eingeben und sofort werden einem passende Orte angeboten. Zuerst waren wir auf Freebie Island (so werden die Neuankömmlinge bei Second Life genannt), wo wir umsonst ein paar Klamotten geschenkt bekamen.

Hierfür muss man einfach nur auf die angebotenen Objekte klicken und schon hat man eine neue Jacke oder eine Halskette. Was ich aber wirklich brauchte, wurde mir erst später mitgeteilt. Im Techno Club „The Rave Pharm“ hatte Bibi endlich ihre erste Unterhaltung mit einem männlichen Avatar namens Elvis Morgan. Und wie im wirklichen Leben scheint sich auch im Second Life vieles um Sex

zu drehen. So fragt Elvis nach kurzer Zeit bereits, ob Bibi nicht mit ihm „ ficken“ wolle. Da bisher noch nichts wirklich Spannendes passiert war, willigt Bibi ein. Doch wie funktioniert Sex in einem körperlosen Spiel eigentlich?

Plötzlich bin ich wieder dreizehn Jahre alt und habe von nichts eine Ahnung. Mir wird erklärt, dass man durch das Anfassen umher liegender Gegenstände, auf denen dann „Kiss“,

„Cuddle“ und weitaus direktere Begriffe stehen, sexuelle Aktivitäten hervorgerufen werden. Für den Akt selbst schlägt Elvis einen anderen Raum vor. Den „Neva Naughty-Free Sex Orgy Room and Danceclub“. Beam me up, baby!

Wir befinden uns in einem Raum, in dem überall Matratzen liegen. Nun muss ich mich irgendwie hinlegen. Ich klicke wie verrückt auf alle möglichen Gegenstände und auf einmal fällt Bibi nach vorne und streckt das Hinterteil in die Höhe. Das habe ich nicht gewollt. Elvis sagt mir dann auch noch, dass ich Geschlechtsteile brauche. Wie bitte? Wo soll ich die denn hernehmen? Bin ich froh, dass ich das Problem im wirklichen Leben nicht habe. Für 25 Linden Dollar kann man sich anscheinend welche kaufen oder manche bekommen sie sogar geschenkt. Zum Geburtstag oder was? Elvis scheint an einem geschlechtslosen Avatar nicht mehr interessiert zu sein und verschwindet. Bibi bleibt auf allen Vieren allein zurück. Im Second Life sind viele Kontakte eben nur von sehr kurzer Dauer. Ich trete den Walk of Shame an und will nur ganz schnell fort von hier. Irgendwo hin, wo man auch ohne Geschlechtsteile willkommen ist. So beame ich Bibi auf den Plaza Reial in Barcelona. Hier habe ich schon im wirklichen Leben gelebt und habe irgendwie den Gedanken im Kopf, bekannte Gesichter zu treffen. Natürlich treffe ich hier weder Diego noch Rodrigo aus meiner ehemaligen WG, dafür aber Laura Hashloh, die mir spannende Second Life Geschichten erzählt. Laura ist in Wirklichkeit Jan, der in der virtuellen Welt gerne weiblich ist, weil ihm das eben gefällt. In ihn oder vielmehr in Laura hat sich ein weiblicher

Avatar verliebt und dabei den Blick für die Realität verloren. So wurde aus anfänglicher Freundschaft und zögerlicher Liebe bald Verfolgungswahn und Laura hatte ihren ersten Stalker in der digitalen Welt. Sie empfand dies als wirkliche Bedrohung, doch eine Abmeldung von Second Life kam nicht in Frage. Das Spiel versüßte ihren Alltag, aber sie wusste immer, wo ihre Grenzen sind. So klar können nicht alle Mitglieder bei Second Life denken und folglich haben sich auch in der virtuellen Welt kriminelle Energien entwickelt, die dann im wirklichen Leben geahndet werden.

Auch Bibi und ich sind mittlerweile an die Grenzen unserer Abenteuerlust und an die Schwelle des Konzentrationsverlustes gelangt. Ich werde nun in mein reales Bett und zu meinem echten Freund steigen und Bibi überwintert erst mal auf dem Plaza Reial für eine Weile. Vielleicht hat sie ja irgendwann Lust, für einen Club zu flyern, um ein paar Linden Dollar zu verdienen und sich eine Zukunft in Second Life aufzubauen. ■

## Literatur

Svend Trantov: „Virtuelle Welt ohne Gesetze“. In: [www.focus.de/digital/games/second\\_life/second-life\\_aid\\_55693.html](http://www.focus.de/digital/games/second_life/second-life_aid_55693.html).

Marc Hofer: „Der geplatzte Traum vom zweiten Leben“. In: [sueddeutsche.de/computer/artikel/366/108258](http://sueddeutsche.de/computer/artikel/366/108258).

## Weblinks zu Second Life

Überblick über Unternehmen, die bereits auf Second Life vertreten sind: [www.slinside.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=37&Itemid=83](http://www.slinside.com/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid=83)

Deutsche Homepage von Second Life: [www.second-life.com/de](http://www.second-life.com/de)

Erste deutschsprachige Community-Website für Second Life: [www.slinfo.de](http://www.slinfo.de)

Second Live Tutorials: [www.slinside.com](http://www.slinside.com)

Vier Alternativen zu Second Life vorgestellt auf: [www.welt.de/webwelt/article888759/Vier\\_Alternativen\\_zu\\_Second\\_Life.html](http://www.welt.de/webwelt/article888759/Vier_Alternativen_zu_Second_Life.html)

# Die Welt durch die Google-Brillen

Google ist aus unserer Mediengesellschaft nicht mehr wegzudenken. Die Konkurrenz hinkt hinterher, während Google immer mächtiger wird. Droht uns eine „Googlesierung“?

Von Anna Jaroslawska

## Von der einfachen Suchmaschine zum mächtigen Weltkonzern

Innerhalb von 9 Jahren wurde Google zu einem machtvollen und einflussreichen Global Player. Die Dominanz und das monopolistische Verhalten des Konzerns lösen zahlreiche Kontroversen und Ängste aus. Jede Aktivität des Internetriesen wird genau beobachtet und sofort kommentiert. Der Einfluss Googles auf

den Markt und auf die Gesellschaft wird immer größer, man spricht von der Googlesierung, von der Ergooglung der Welt und es wird fieberhaft nach alternativen Lösungen gesucht, die das Monopol brechen könnten.

Laut Internetguru Tim O'Reilly befinden wir uns mit dem Web 2.0 in der dritten Stufe der Geschichte der Computerindustrie. [1] Nach der IBM-Ära mit den Großrechnern folgte die Microsoft-Ära mit den Personalcomputern, jetzt sind wir in der Internet-Ära, auch als Google-Ära [2] bezeichnet, angekommen. O'Reilly behauptet, dass das Web 2.0 sich auf die wenigen großen Internetunternehmen konzentrieren wird, die die Markteintrittsbarrieren für die kleinen Anbieter erhöhen oder

sie übernehmen. Seine Prognose ist, dass Google den Wettbewerb um das Web 2.0 gewinnen wird, weil sie die größte wirtschaftliche Dynamik haben, was man am Beispiel von einem Umsatz von ca. 10 Milliarden USD im Jahr 2006, am wachsenden Angebot der Google-Dienste und an zahlreichen Firmen-Übernahmen (z.B. DoubleClick) sieht. Obwohl der Slogan des Konzerns „Don't be evil“ („Sei nicht böse“) lautet, sehen viele in seiner monopolistischen Politik eine Bedrohung.

## Googlesierung

Der Konzern ist vielen Vorwürfen ausgesetzt: von Manipulation der Weltwahrnehmung, Eingriff in die Privatsphäre der Menschen, Verletzung der Urheberrechte, bis zu der kontroversen Politik gegenüber der chinesischen Regierung. Anfang Februar 2006 brach ein Empörungsturm über Google herein, als bekannt wurde, dass die chinesische Variante der Suchmaschine sich staatlicher Zensur unterwirft. Systemkritische Inhalte, die sich etwa mit dem Massaker am Platz des Himmlischen Friedens oder der Besetzung Tibets beschäftigen, werden bei

google.cn nicht angezeigt. Eine im September 2007 erschienene Studie der TU Graz „Report on dangers and opportunities posed by large search engines, particularly Google“ berichtet über die Gefahren und Chancen großer Suchmaschinen [3] und warnt nachdrücklich vor der „Bedrohung der Menschheit“ durch Google. [4] Dazu der Grazer Informatikprofessor Hermann Maurer, Betreuer der Materialsammlung:

„Wir bewegen uns mit enormer Geschwindigkeit vom Gutenberg- zum Google-Universum (...) Die Sicht auf die Wirklichkeit werde immer stärker von einem ‚Ergoogeln der Realität‘ geprägt (...).“

„Big Brother is watching you.“ – Dieses bekannte Zitat aus dem berühmten George Orwell Roman „1984“ wird oft in „Google is watching you“ umgewandelt. Das Informationsmonopol von Google und die unglaubliche Anzahl der Daten, die archiviert werden, können tatsächlich diese Horrorvorstellung des Überwachungsstaates hervorrufen. Der Vergleich ist zwar übertrieben, aber man muss sich bewusst sein, dass Google in der Zukunft immer mehr Informationen über die Welt, die Gesellschaft und die einzelnen Individuen sammeln wird. Hinzu kommt, dass es immer schwieriger wird, diese Daten aus dem Netz zu entfernen. In letzter Zeit nimmt die Bedeutung von Internetbiografien im privaten, öffentlichen und geschäftlichen Bereich rasant zu. Es kann einerseits ein amüsanter Zeitvertrieb sein, andererseits kann dies aber auch äußerst unangenehme Folgen haben. Wer weiß, wie viele Karrieren vernichtet worden sind, nur weil der Chef kompromittierende Fotos oder sonstige Verfehlungen seiner Mitarbeiter mit Google gefunden hat? Auch berufliche Bewerbungen hängen im positiven wie negativen Sinne immer stärker von der Internetpräsenz ab.

Obwohl Googles Geschäftspraktiken immer lauter kritisiert werden, nimmt der Einfluss des Unternehmens kontinuierlich zu. Im Jahr 2005 kam Google in deutschen Ländern auf 83,2 Prozent Marktanteil bei den Suchmaschinen. Im Vergleich dazu stellen MSN (4,5 Prozent), Yahoo (4 Prozent) und AOL (2,5 Prozent) keine ernstzunehmende

Konkurrenz dar. [5]

## Konkurrenz

Die Konkurrenz schläft nicht, aber sind Suchmaschinen wie Xibben ([www.xibben.de](http://www.xibben.de)), Accona ([www.accona.eu](http://www.accona.eu)) oder das Forschungsprojekt Theseus ([www.theseus-programm.de](http://www.theseus-programm.de)) eine ernste Bedrohung für Google? Eher nicht, aber ein Projekt mit dem Namen MetaGer ist besonders erwähnenswert. MetaGer ([www.metager.de](http://www.metager.de)) ist eine deutsche Metasuchmaschine, die vom Regionalen Rechenzentrum Niedersachsen gemeinsam mit dem Lehrgebiet „Rechnernetze und Verteilte Systeme“ an der Universität Hannover betrieben wird. Die Suchworte werden hier gleichzeitig in mehreren, vom Benutzer selbst zu wählenden Suchmaschinen gesucht und das Ergebnis wird aufbereitet präsentiert. Die Besonderheit dieser Suchmaschine ist der „Assoziator“.

Man steht ja oft vor dem Problem: Welchen genaueren Begriff könnte ich eingeben, damit ich auch schnell die passende Seite finde? Man gibt den „Probe-Ausdruck“ ein und der Assoziator, noch im Versuchsstadium, liefert eine ganze Reihe ähnlicher, passender oder auch unpassender Bezeichnungen. MetaGer ist inzwischen schon ziemlich bekannt geworden, aber im Gegenteil zu anderen Suchmaschinen, ist es nicht das Ziel der Betreiber, Google vom Podest zu stürzen.

## Zukunft

Nun muss man sich fragen, welche Absichten Google für die Zukunft hat. Laut Google-Managerin, Marissa Mayer [6], sollen insbesondere die Such-Ergebnisse und die Schnelligkeit der Suche verbessert und optimiert werden.

Die lokalen und regionalen Bedürfnisse der Nutzer sollen stärker berücksichtigt und immer mehr Sprachversionen der Suchmaschine (z.B. in Esperanto oder Rätoromanisch) angeboten werden. Sehr intensiv wird auch die automatische Übersetzung betrieben, damit die Inhalte für die nicht-englischsprachigen Länder zur Verfügung gestellt werden können. Jedoch lösen andere Pläne des Konzerns bei den

Kritikern Alarm aus, besonders das Projekt GoogleBooks ([www.books.google.de](http://www.books.google.de)). Es wird geplant, bis 2015 15 Millionen Werke im Volltext einzuscannen, was natürlich zu einem heftigen Protest bei Verlegern in verschiedenen Teilen der Welt führt.

Ist es denn überhaupt möglich, die Macht Googles zu brechen? Wie werden sich die Suchmaschinen in der Zukunft entwickeln? Es wird intensiv erforscht, wie sich die Sprachanfragen und Ergebnisse durch Technik noch intelligenter gestalten lassen. Um die Such-Probleme zu lösen, forschen die Computerlinguisten am Thema ‚Text-Mining‘, also dem automatischen Erschließen von Informationen aus unstrukturierten Texten. Es wird auch am so genannten ‚Question-Answe- ring‘ gearbeitet, damit der Benutzer auf eine formulierte Frage eine relativ genaue Antwort bekommt. [7] Die Vision des Web 3.0, einer zukünftigen Verbindung von semantischem Web und dem Web 2.0, scheint immer realer zu werden. Manche Kritiker können es kaum erwarten, dass der Anfang des Web 3.0 das Ende von Google einläutet. Allerdings ist wohl eher davon auszugehen, dass Google die Entwicklung nicht verschlafen, sondern entscheidend mitgestalten wird. Hierfür spricht der ungebrochene Expansionsdrang des Unternehmens, das sich mittlerweile auf unzähligen Geschäftsfeldern betätigt. So wird der Konzern dank seiner führenden Position wohl auch im Web 3.0 ein Global Player bleiben. Vermutlich werden Macht und Einfluss von Google sogar noch weiter zunehmen. ■

## Anmerkungen

[1] Vgl. Tim O’Reilly in seinem Aufsatz [www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html)

[2] Vgl. Holger Schmidt: „Nach IBM und Microsoft haben wir jetzt die Google-Ära“. In: [www.faz.net/s/RubE2C6E0BCC2F04DD787CDC274993E94C1/Doc~E72E689DA29C74DFB81E165B127A6AD97~ATpl~Ecommon~Scontent.html](http://www.faz.net/s/RubE2C6E0BCC2F04DD787CDC274993E94C1/Doc~E72E689DA29C74DFB81E165B127A6AD97~ATpl~Ecommon~Scontent.html).

[3] [www.iicm.tugraz.at/iicm\\_papers/dangers\\_googel.pdf](http://www.iicm.tugraz.at/iicm_papers/dangers_googel.pdf)

[4] Vgl. Stefan: Kreml: „Forschungsreport: Google muss zerschlagen werden“. In: [www.heise.de/newsticker/meldung/print/99953](http://www.heise.de/newsticker/meldung/print/99953)

[5] Vgl. Mario Sixtus: „Jenseits von gut und böse. Der unheimliche Erfolg von Google“. In: [www.heise.de/ct/06/10/162/](http://www.heise.de/ct/06/10/162/)

[6] Vgl. Interview mit Marissa Meyer: „In Zukunft wird Google noch mehr über Sie wissen“. In: [www.spiegel.de/netzwelt/tech/0,1518,409431,00.html](http://www.spiegel.de/netzwelt/tech/0,1518,409431,00.html)

[7] Vgl. Rosemary Stegmann: „Report: Was kommt nach Google?“. In: (Wiederabdruck [www.testticker.de/ipro/praxis/professional\\_computing/article20070715001.aspx](http://www.testticker.de/ipro/praxis/professional_computing/article20070715001.aspx)) PC Professionell 7/2007)

# Vernetztes Wissen

## Über Inhalte, Erfolge und

## Probleme von Wikipedia

Bei der schnellen Computerrecherche wird häufig Wikipedia aufgerufen. Wie viele der Wikipedia-Nutzer machen sich Gedanken über die Richtigkeit der Artikel? Wie wird die Qualität der Artikel sichergestellt? Schließlich kann laut der Wikipedia-Prinzipien jeder zum Autor werden.

*Von Magdalena Kulesz*



Die Entwicklung von Wikipedia liest sich wie eine Erfolgsgeschichte. Am Anfang hatten die Entwickler Jimmy Wales und Larry Sanger lediglich die vage Idee, eine Internet-Enzyklopädie mit Hilfe der Wiki-Software zu entwickeln. Zwei Jahre nach der Gründung im Jahre 2001 umfasste das zunächst ausschließlich englischsprachige Online-Lexikon bereits 130.000 Artikel in 28 Sprachen. Ende 2007 belief sich der Anteil deutschsprachiger

Artikel auf ca. 680.000. Heute arbeiten nahezu 300.000 angemeldete und eine unbekannte Zahl anonymer Nutzer international an der Online-Enzyklopädie mit. Allein in Deutschland sind mehr als 7.000 Freiwillige beteiligt. Diese Zahlen verdeutlichen, dass der eigene Anspruch, „ein Projekt zum Aufbau einer Enzyklopädie aus freien Inhalten in allen Sprachen der Welt“ [1] zu realisieren, heute mehr als erfüllt ist.

### Die Jedermann-Enzyklopädie

Was hat dazu beigetragen, dass die Online-Enzyklopädie sich einer derart großen Beliebtheit erfreut? Eine starke Anziehungskraft ist sicherlich die Tatsache, dass jeder, der Zeit und Lust hat, zur Entstehung eines Artikels beitragen kann und damit ein Wikipedia-Autor wird. In einem Interview für die Süddeutsche Zeitung sagt Kurt Janson, ein Wikipedia-Administrator, dass „der Spaß am Umgang mit Wissen und am Austausch mit anderen Autoren die eigentliche Basis des Erfolgs ist“ [2].

### Die Spielregeln

Wikipedia unterscheidet sich von den klassischen Nachschlagewerken nicht nur in ihrer vernetzten Form, sondern auch darin, dass alle Inhalte frei zugänglich sind (engl. Open Content). Das heißt, dass alle Materialien (Texte, Bilder, etc.), die in Wikipedia bereitgestellt werden, „ohne Zahlung von Lizenzgebühren bearbeitet, weiterverbreitet und gewerblich genutzt werden dürfen“ [3].

Alle freien Inhalte der Wikipedia stehen unter der GNU-Lizenz für freie Dokumentation (engl. GNU Free Documentation License) [4], die es erlaubt, Artikel aus Wikipedia zu verändern, zu vervielfältigen und für kommerzielle Zwecke zu verwenden.

Um ein Wikipedia-Autor zu werden, muss man sich nicht sehr bemühen. Meistens reicht ein Mausklick und die Bereitschaft, zu dem kollektiven Wissen beizutragen. Das technische Bearbeiten von Seiten ist nicht besonders schwierig, da die auf dem Hypertext organisierten Inhalte direkt im Browser bearbeitet werden können.

Man kann jedoch schnell daraus schließen, dass eine so große Freiheit zu Problemen führen könnte. Deswegen haben die „Wikipedianer“ Grundsätze und Richtlinien für alle Nutzer entwickelt, die aber, wie betont wird, sich noch in der Entwicklungsphase befinden. Eines der wichtigsten Grundprinzipien ist die Neutralität,

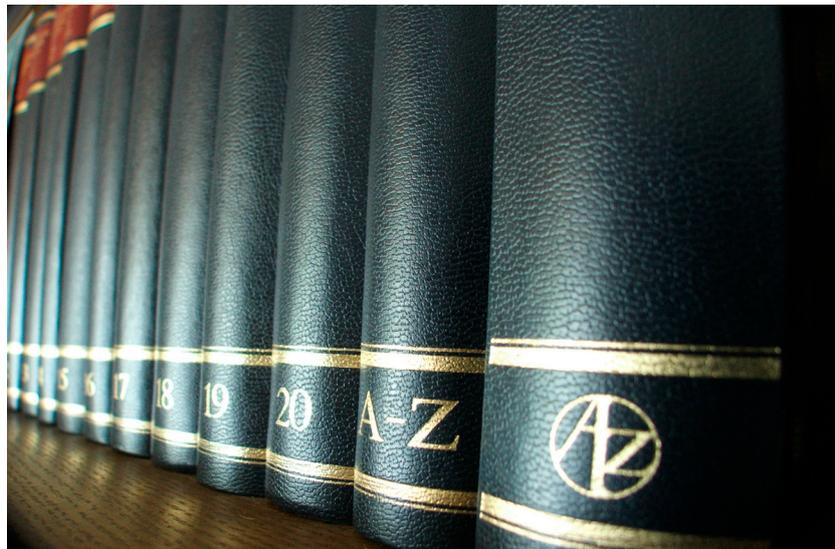
unter den „Wikipedianern“ bekannt als „Neutrale Sichtweise“ (engl. Neutral Point Of View, kurz NPOV). Nach den NPOV-Kriterien sollten die Themen sachlich, d.h. ohne subjektive Meinung des Autors dargestellt werden.

Wer soll diese Richtlinien einhalten? Auf diese Frage antwortet Wikipedia strikt und eindeutig: Du! „Du bist ein Wikipedia-Editor, es gibt keinen Chefredakteur oder eine vergleichbare Instanz“ [5].

### **Anarchie oder Hierarchie?**

Auf den ersten Blick scheint Wikipedia eine völlig freie, fast anarchistische Struktur aufzuweisen. Theoretisch kann jeder jeden Artikel bearbeiten und/oder schreiben. Dies täuscht, da die Organisationsstruktur hierarchisch ist. Auf der untersten Stufe in der Hierarchie findet sich der unangemeldete Benutzer. Für ihn besteht eine Teilsperre bei der Bearbeitung von Artikeln. Als nächstes folgt der angemeldete User. Gegenüber dem unregistrierten Nutzer hat er die Möglichkeit, schon wenige Tage nach seiner Anmeldung die Artikel zu bearbeiten. Die angemeldeten Teilnehmer bilden die Autorengemeinschaft. Besonders engagierte und langfristige Nutzer können von der Autorengemeinschaft für so genannte Admin-Kandidaturen vorgeschlagen werden, beziehungsweise kandidieren und damit die höhere Stufe in der Hierarchie erreichen. Um diesen Status zu bekommen, müssen sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen: sie sollten länger als zwei Monate an der Wikipedia aktiv mitgearbeitet haben, mindestens 200 Bearbeitungen (so genannten Edits) durchgeführt haben und selbstverständlich die Wikipedia-Richtlinien einhalten. Administratoren können unglaubwürdige Artikel und vandalistische Nutzer sperren bzw. löschen.

Fraglich ist daher, ob es in der Organisationsstruktur auch eine „oberste Autorität“ gibt. Die Antwort findet man auf den Wikipedia-Seiten: „Den größten persönlichen Einfluss – vor allem in der englischen Wikipedia, aber auch in manch anderen Sprachversionen – hat der Gründer Jimmy



www.autopixel.de („Das Wissen“)

Wales, der in seiner Rolle als „Benevolent dictator“ lange Zeit Konflikte in der Community (...) schlichtete“ [6]. Seit der Gründung der Wikimedia-Foundation teilt er seine Entscheidungsbefugnisse mit dem ‚Board of trustees‘ (deutsch: Überwachungsausschuss), in dem neben ihm und seinen zwei Mitgesellschaftern der Firma Bomis zwei von der Community gewählte Vertreter sitzen. Die Obrigkeit über Wikipedia hat dementsprechend die internationale Non-Profit-Organisation (in Deutschland: Wikimedia Deutschland – Gesellschaft zur Förderung Freien Wissens e. V.) als Betreiberorganisation und Finanzier.

### **Wikipedia-Probleme**

Die Offenheit der Online-Enzyklopädie, die offensichtlich zum großen Erfolg von Wikipedia geführt hat, wird häufig von Nutzern missbraucht. Ein Beispiel dafür sind so genannte Edit-Wars (wörtlich: Bearbeitungskriege). Bei den Edit-Wars werden abwechselnd innerhalb kurzer Zeit Änderungen des jeweils anderen Autors/der anderen Autoren rückgängig gemacht. Immer wieder berichtet die Presse über solche Fälle.

Auch Vandalismus kann eine Folge des un abgeschlossenen Charakters der Mitmach-Enzyklopädie sein. Man muss zwischen den Edit-War-Kriegern und den Vandalen unterscheiden: Ers-

tere wollen meistens nicht absichtlich Schaden anrichten, sondern den Artikel verbessern. Letztere hingegen sind viel destruktiver. Sie bauen bewusst falsche Informationen in die Enzyklopädie ein und zerstören damit ganze Artikel. Für viele Vandalen ist es einfach witzig, unsinnige Inhalte in die Artikel einzufügen. Und da Wikipedia auf den „Selbstreinigungseffekt“ setzt, kann jeder angemeldete Wikipedianer bei der Behebung von Edit-Wars und Vandalismus helfen, indem er einen Löschantrag stellt (die Löschung kann allerdings, wie oben beschrieben, nur von einem Administrator vollzogen werden).

### **Konkurrenz zu den Print-Lexika?**

Wikipedia wird oft mit den klassischen Nachschlagewerken verglichen. Es sprechen viele Aspekte dafür, dass sie den Vergleich gewinnt. Dadurch, dass sie zumeist nicht von Experten editiert wird, ist sie für die Masse besser verständlich. Sie enthält darüber hinaus deutlich mehr Artikel als eine herkömmliche Enzyklopädie und deckt damit ein weites Themenspektrum ab. Es gibt kaum Begriffe, die in Wikipedia nicht gefunden werden können. Jedoch befassen sich viele Artikel auch mit unseriösen Themen. Kaum ein anderes Lexikon entsteht

schneller und ist aktueller. Jeden Tag werden neue Artikel geschrieben und alte bearbeitet, verbessert oder aktualisiert. Die Tatsache, dass Wikipedia sich im ständigen Fluss befindet, könnte aber auch als ein großer Nachteil angesehen werden: im Gegensatz zu den gedruckten Lexika, in denen das Wissen Jahre lang abfragbar ist, ist das Wissen auf den Wikipedia-Seiten ständigen Änderungen unterworfen.

Da viele Menschen über einen Internetzugang verfügen, ist die Internet-Enzyklopädie für sie einfach und kostengünstig zugänglich. Wer würde sich schon in eine Bücherei begeben, wenn alternativ die Möglichkeit besteht, alle Begriffe, ganz bequem und in häuslicher Abgeschiedenheit in dem größten Online-Lexikon „nachzuklicken“? Und dies sogar fast kostenlos.

Es gibt jedoch einen Punkt, der immer wieder stark diskutiert wird – die einheitliche Qualität. Einer der größten Kritikpunkte ist die Wissenschaftlichkeit. Woher soll man wissen, dass die Inhalte der Wikipedia stimmen? Eine Redaktion mit Erfahrung und Überblick gibt es nicht und die Masse, die an dem Schöpfungsprozess Wikipedias beteiligt ist, ist sehr intransparent, die Kompetenz der einzelnen Autoren nicht nachprüfbar und die Möglichkeit der Kontrolle „von oben“ gering. Viele Artikel berufen sich nur auf Internetquellen und eine große Zahl der Artikel verfügen über gar keine Quellenangaben.

All diese Kritikpunkte veranlassen viele Wikipedia-Skeptiker zu einem einfachen Schnellurteil: „ein interessantes Projekt, aber noch lange keine Konkurrenz zu klassischen Nachschlagewerken“ [7]. Trotz aller im Kontext zu Wikipedia bestehender Zweifeln bleibt eines sicher: die Idee einer freien Online-Enzyklopädie funktioniert. ■

## **Anmerkungen:**

[1] <http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>

[2] Vgl. Interview mit Kurt Janson, Nikolas Weszhoff: „Wir arbeiten hier Netz und doppeltem Boden“. In: <http://www.sueddeutsche.de/computer/artikel/298/146956/>

[3] [http://de.wikipedia.org/wiki/Freie\\_Inhalte](http://de.wikipedia.org/wiki/Freie_Inhalte)

[4] [de.wikipedia.org/wiki/GNU-Lizenz\\_für\\_freie\\_Dokumentation](http://de.wikipedia.org/wiki/GNU-Lizenz_für_freie_Dokumentation)

[5] <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Grundprinzipien>

[6] <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

[7] <http://www.heise.de/t/r4/artikel/14/14802/1.html>

## **Literatur:**

Alex Rühle: „Im Daunenferdernergestöber“. In: [www.sueddeutsche.de/kultur/artikel/631/90541/print.html](http://www.sueddeutsche.de/kultur/artikel/631/90541/print.html)

Anonym: „Was läuft falsch bei Wikipedia?“. In: [derstandard.at/?url=/?id=3168623](http://derstandard.at/?url=/?id=3168623)

Bericht über einen Wikipedia Artikel: [tomslinux.de/index.php?option=com\\_content&task=view&id=154&Itemid=48](http://tomslinux.de/index.php?option=com_content&task=view&id=154&Itemid=48)



Bild: Daniel Kock

# Das Netz zwischen Cyberdemokratie, Kommerz und „Absurditätenstadl“

Ob YouTube, Wikipedia, StudiVZ oder Flickr – Web 2.0-Anwendungen bestimmen den Alltag der Onliner. Doch im Web 2.0 geht es nicht nur um Partizipation, soziales Netzwerken und Datenaustausch zwischen den Usern. Auch die Wirtschaft hat das Potential des „user-generated content“ erkannt und wittert die großen Werbeeinnahmen.

Von Felix Schröter

Wer sich heute mit Angeboten des World Wide Web (WWW) beschäftigt, kommt am Begriff Web 2.0 nicht vorbei. Von einem „Mitmach-Netz“ (ARD/ZDF-Online-Studie) [1] ist die Rede und von einem „demokratischen Netz, an dem alle teilhaben und zu dem alle beitragen“ (Spiegel Online). Begegnet ist dem Phänomen Web 2.0 schon fast jeder: sei es in Form der Video-Plattform YouTube, populärer Kontaktnetzwerke wie StudiVZ oder des freien Nachschlagewerks Wikipedia.

Ins Spiel gebracht wurde der Begriff im Jahr 2004 vom Verleger Tim O'Reilly. Sein Artikel „What is Web 2.0?“ [2] identifiziert die Prinzipien, die den heute erfolgreichen Firmen halfen, den Crash der New Economy zu überstehen. Hierzu zählt er u.a.

- die Nutzung des Webs als Plattform
- die Einbeziehung der kollektiven Intelligenz der Nutzer
- Angebote, die umso wertvoller werden, je häufiger sie genutzt werden
- Software, die die Grenzen der einzelnen Endgeräte überschreitet

Die typische Web 2.0-Anwendung hat spezielle inhaltliche und technische Merkmale: Die Inhalte werden zum großen Teil von den Nutzern selbst bereit gestellt, kommentiert, kategorisiert und bewertet. Beispiele hierfür sind Weblogs (Blogs), soziale Netzwerke oder Wikis. Das wichtigste technische Kennzeichen ist, dass die Anwendung auf einer Webplattform angeboten wird. So kann von jedem internetfähigen Rechner mit dem entsprechenden Browser auf sie zugegriffen werden – unabhängig von Betriebssystem und installierter Software.[3]

## Wer macht mit im Web 2.0?

Technische Voraussetzung für eine sinnvolle Partizipation im „Mitmach-Netz“ ist aufgrund der oft aufwendigen, multimedialen Seitengestaltung ein Breitband-Zugang. Der Anteil der Onliner, die in Deutschland per DSL surfen, betrug 2007 knapp 60 Prozent. Typische Web 2.0-Dienste haben aber (zumindest in Deutschland) bislang nur wenige Abnehmer gefunden: So werden Podcasts (herunterladbare

Film- oder Radiosequenzen) von nur 4 Prozent aller Onliner genutzt, RSS-Feeds (eine verlinkte Sammlung von aktuellen Nachrichten) von 2 Prozent. Auch am Erstellen von Inhalten beteiligt sich in Deutschland nur eine Minderheit. Den Großteil der Nutzer interessiert vielmehr die passive Rezeption der kostenfreien Inhalte.[4]

Dennoch: Das Internet liefert heute Technologien, die es einer breiten Masse erlauben, kostenfrei und unkompliziert eigene Inhalte zu veröffentlichen. Damit verbindet sich eine Utopie, die bereits in den 1990er Jahren mit Begriffen wie „Digitale Revolution“, „Cyberdemocracy“ oder „eDemocracy“ beschworen wurde. Viele Wunschvorstellungen von Partizipation und digital vernetzter Willensbildung verabschiedeten sich kurze Zeit später mit dem Platzen der „Dotcom-Blase“. Doch heute werden diese Hoffnungen neu belebt – durch schnellere Verbindungen, bessere Kommunikationsräume und einfachere Bedienung. Die User erobern (erneut) das Web und bringen dabei gleichermaßen Erstaunliches wie Triviales zustande.

## Wie die User das Netz bauen...

Die Hoffnungen, die sich mit Ausdrücken wie „demokratisches Mitmach-Netz für alle“ verbinden, beziehen sich auf zwei Aspekte des neuen Internets: Der erste hebt hervor, dass jeder Nutzer problemlos zum Anbieter von Inhalten werden kann. Der zweite bezieht sich auf die politische Macht, die man sich dadurch vom Netz erhofft. Tatsächlich lassen sich für beide Vorstellungen Beispiele finden.

Accounts bei YouTube, StudiVZ oder Flickr können sofort eingerichtet und benutzt werden. Die neuen „Prosumenten“ (=Produzent + Konsument) stellen schnell und unzensiert Content ins Netz, die Regulierung erfolgt oft erst im Nachhinein durch andere User: Fotos, Filme oder Wortbeiträge können als unangemessen gemeldet werden. So entstehen Anwendungen und Plattformen, die



Quelle: <http://www.blaugh.com/>

sich mit der Zahl ihrer Benutzer weiterentwickeln – ein wesentliches Prinzip des Web 2.0. Die Wikipedia etwa wurde durch die starke Beteiligung ihrer Nutzer in wenigen Jahren zu einem Nachschlagewerk, das teilweise sogar etablierte Lexika übertrifft. [5]

Den neuen Internet-Öffentlichkeiten scheint man auch das Ausüben politischer Macht zuzutrauen. Warum sonst sollte der US-Präsidentenwahlkampf [6] in Social Networks wie YouTube oder MySpace geführt werden und selbst im Web 2.0-Entwicklungsland Deutschland Seiten wie [www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net) zur politischen Willensbildung angeboten werden? Speziell die stark vernetzte Bloggerszene wird als eine Art "vierte Digitalgewalt" gesehen: So weisen die Kommunikationswissenschaftler Svetlana V. Kulikova und David D. Perlmutter unter der Überschrift „Blogging Down the Dictator“ [7] auf die Rolle von Blogs in der kirgisischen Revolution vom März 2005 hin. Auch so genannte „Watchblogs“ wie das bekannte BILDblog feiern Erfolge, wenn sie die traditionellen Medien zu Richtigstellungen zwingen.

### ...und was Google, Yahoo & Co. davon haben

2.040.000 – das ist die Anzahl der Treffer, die eine Google-Suche nach

dem Begriffspaar „Web 2.0 democracy“ ergibt. Ähnliches gilt für die Abfrage „web 2.0 participation“. 222.000.000 ist dagegen diejenige Treffer-Zahl, die sich für die Suche nach den Wörtern „web 2.0 advertisement“ ergibt. Der Google-Test macht deutlich, dass sich die Bedeutung der Web 2.0-Anwendungen mitnichten in ihrem Mehrwert für die Nutzer erschöpft. Zwar sind die Möglichkeiten zur Veröffentlichung eigener Inhalte und Meinungen zahlreich und kostenfreie Dienste locken zuhauf, doch haben Firmen wie Google und Yahoo die Social Networks als das erkannt, was sie eben auch sind: gigantische Datenbanken verwertbarer User-Informationen. So kaufte Google für 1,65 Milliarden US-Dollar [8] die Videoplattform YouTube und Holtzbrinck für rund 110 Millionen Euro das StudiVZ. Knapp 50 Millionen US-Dollar legte Yahoo für Flickr auf den Tisch und Microsoft ließ sich eine 1,6-prozentige (!) Beteiligung am StudiVZ-Vorbild Facebook ganze 240 Millionen Dollar kosten.

Drei Jahre nachdem Tim O'Reilly den Begriff „Web 2.0“ populär machte, bringt der Verleger diese andere Bedeutung des Netzes auf den Punkt: „Wir hören viel von Wikis, Blogs, Sharing, Offenheit, 'user-generated content' – eine Welt voll Frieden und Liebe“, karikiert er gängige Vorstellungen vom neuen Internet auf seiner Eröffnungsrede zur Web 2.0 Expo im November 2007. „So ist das nicht“, fährt er fort, „das Web 2.0 wird zu einem Schlachtfeld, auf dem mit allen Mitteln gekämpft wird.“ Die Kämpfer seien Wettbewerber wie Google, Yahoo oder Microsoft, die mit dem Aufkaufen von Social Networks die kollektive Intelligenz der User für sich nutzbar machen wollen. Der Schlüssel dazu ist die Werbung.

Während sich die Nutzer in Währungen wie Aufmerksamkeit, Bestätigung und Gemeinschaftsgefühl auszahlen lassen, profitieren die Betreiber mit dem Einsatz von Werbebannern von der hohen Popularität der Dienste. Nutzer des StudiVZ dürften dies seit der Übernahme durch Holtzbrinck schnell gemerkt haben und auch bei YouTube, das

Google seit einem knappen Jahr besitzt, werden manchen Filmen mittlerweile Werbespots vorgeschaltet. Weltweit sind im Jahr 2007 Schätzungen zufolge über 20 Milliarden US-Dollar in Onlinewerbung investiert worden. [9] Doch die User lassen sich nicht alles gefallen. Nachdem das StudiVZ am 14. Dezember 2007 neue Geschäftsbedingungen veröffentlicht hatte, nach denen Werbeangebote auch per SMS und Instant Messenger hätten verschickt werden können, erhob sich ein Sturm der Entrüstung. Die Folge: Nur einen Tag später lagen neue AGB vor, die um die entsprechende Passage bereinigt waren. [10]

Natürlich werden die Web 2.0-Angebote nicht nur als bloße Werbefläche ausgeschlachtet. Auch der Inhalt, den die vielen Nutzer produzieren ist für die Wirtschaft aufschlussreich: Nie hatten Werbetreibende ein so genaues Bild von ihren potentiellen Kunden – diese tragen es ja selbst in Blogs, Kontaktnetzwerken und Foto-Tauschbörsen zur Schau. Ob die online sichtbaren Nutzerprofile immer den realen entsprechen, ist allerdings eine andere Frage (und wird in einem ironischerweise von Microsoft produzierten Video [11] humoristisch aufgegriffen).

### Kritik der neuen Öffentlichkeiten

Nicht nur die Kommerzialisierung droht die demokratische Vision vom „Mitmachnetz für alle“ zu entzaubern. Immer wieder kocht auch (vor allem in den etablierten Medien) eine hitzige Debatte über Sinn und Unsinn der neuen Publikationsformen des Web 2.0 hoch. So war jüngst in der Süddeutschen Zeitung unter der Überschrift „Web 0.0“ [12] zu lesen: „Das Internet verkommt zu einem Debattierklub von Anonymen, Ahnungslosen und Denunzianten“. Missbilligend wird auf die teilweise unangemessen geführten Online-Diskussionen geblickt – dabei aber nicht minder polemisch argumentiert. SZ-Redakteur Bernd Graff hält den „user generated content“ für „loser generated content“, der nur in den seltensten Fällen Nützliches zustande bringe. Vielmehr regiere Belanglosig-

keit und Mittelmäßigkeit den „Absurditätenstadt“ des Internets. Anarchie statt Demokratie lautet das resignierte Fazit. Demgegenüber fielen die wenigen Expertenzirkel und Communities mit hoher Sachkenntnis kaum ins Gewicht. Dass derart pessimistische Einschätzungen weniger in Online-Magazinen als in der Tageszeitung zu finden sind, ist dabei kaum verwunderlich.

Neben derart grundsätzlicher Kritik, sehen Skeptiker das demokratische Potenzial des Netzes auch durch andere Faktoren begrenzt. So ist etwa der Zugang zum Internet keine Selbstverständlichkeit. Auf gesellschaftlicher Ebene besteht die Gefahr der „Digitalen Spaltung“, die aus der ungleichen Verteilung von Sprach- und Computerkenntnissen, Zahlungsfähigkeit, technischer Infrastruktur und staatlichen Zugangsbeschränkungen resultiert.[13] So sind unter den Online-Nutzern immer noch junge, männliche Nordamerikaner und Westeuropäer überrepräsentiert, wie Studien belegen.[14]

Als problematisch wird auch die ständig wachsende Menge an Informationen eingeschätzt: Das Überangebot werde zu einer nicht mehr überschaubaren „Informationsflut“, die eher zu einem Verlust an politischer Orientierung führe.[15]

### Vom Web 2.0 zum Web 3.0

Gerade die letztgenannten Kritikpunkte stellen ernstzunehmende Herausforderungen an das Web 2.0-Prinzip dar. Die Kommerzialisierung des Netzes und der problematische Umgang mit persönlichen Daten sind eher Randerscheinungen, mit denen sich die Nutzer letztendlich abfinden müssen – wozu die meisten offenbar ohnehin bereit sind. [16] In der Konkurrenz mit etablierten Publikationsformen wird das Web weiterhin mit dem Image der fehlenden Glaubwürdigkeit zu kämpfen haben. Die Chancen bestehen in größerer Meinungsvielfalt, die Risiken in einer Themenverwässerung, der Manipulation von Informationen, einem übertriebenen digitalen Selbstdarstel-

lungsdrang und der Verletzung von Rechten. Sackgasse Webdemokratie? Nicht notwendigerweise. Eine Alternative zur alleinigen Selbstregulierung könnten „moderierte“ Angebote sein, bei denen etwa Beiträge auf Wissens-Plattformen von festen Redakteuren zuvor geprüft und bewertet werden. [17] Oder man macht es wie jüngst Google: Bei Google Knol soll der Autor wieder als verlässliche Autorität gelten und durch Artikelbewertungen und Kommentare ein Online-Renommee erhalten.

Eines ist klar: Das Web 2.0 ist noch längst nicht in trockenen Tüchern. Dennoch wird schon fröhlich über das „Web 3.0“ spekuliert und darüber, was die Angebote und Technologien der digitalen Zukunft sind. Viele erwarten eine Revolution bei der Internetsuche und neue Wege, den riesigen Datenmengen beizukommen. Einen Ansatz hierzu bildet schon heute das „Tagging“, eine Verschlagwortung von Dateien oder Internetseiten. Mit Web 3.0 wird daher oft der Begriff des „Semantic Web“ verbunden: Statt der Orientierung durch Vernetzung (Web 2.0) erfolgt die Orientierung durch Semantik bzw. Bedeutung.[18]

Daneben wird dem mobilen Internet (über flächendeckendes WLAN oder das Handy) eine besondere Bedeutung zugeschrieben. Auch hält sich hartnäckig die Vision, der Nutzer 3.0 werde sich nicht mehr auf Webseiten, sondern durch dreidimensionale Informationsräume à la „Second Life“ bewegen. Das hätte dann zumindest den Vorteil, das wir die nervige Pop-Up-Werbung los wären und Anzeigen endlich wieder da wären, wo wir sie ignorieren können: auf dem Plakat am Straßenrand. ■

### Interessante Links zum Weiterlesen

Tim O'Reilly's Aufsatz „Was ist Web 2.0?“ aus dem Jahr 2005 gilt als Standard für die Definition des Begriffes.  
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Tim O'Reilly's Keynote von der Web 2.0 Expo Nov. 2007 bringt die Bedeutung des Web 2.0 für Unternehmen auf den Punkt.  
<http://www.slideshare.net/adunne/what-is-web-20-157107>



Quelle: <http://www.blaugh.com/>

Der Blog zum Buch von Tom Alby „Web 2.0 – Konzepte, Anwendungen, Technologien“, das eine exzellente und aktuelle Einführung in die Thematik bietet.  
<http://www.web20buch.de>

Eine aktuelle Gegenüberstellung der Chancen und Risiken des Web 2.0 bietet der Leitartikel der Zeitschrift Tendenz 3/2007, herausgegeben von der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien.  
[http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/04-09\\_aufmacher.pdf](http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/04-09_aufmacher.pdf)

YouTube-Film, der in 4:31 Minuten klar macht, warum es im Web 2.0 eigentlich geht:  
<http://youtube.com/watch?v=6gmP4nkOE0E>

## Anmerkungen

[1] Gscheidle, Christoph / Fisch, Martin: „Onliner 2007. Das Mitmachnetz im Breitbandzeitalter“. In: Mediaperspektiven 8/2007, S. 393-405

[2] <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

[3] vgl. [http://www.hessen-media.de/mm/Band\\_57.pdf](http://www.hessen-media.de/mm/Band_57.pdf)

[4] vgl. <http://www.daserste.de/service/vice/ardonl0407.pdf>

[5] vgl. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/100097/from/atom10>

[6] vgl. <http://www.blogpiloten.de/2007/11/19/willst-du-mein-freund-sein-soziale-netzwerke-im-us-wahlkampf/>

[7] vgl. Kulikova, S./Perlmutter, D. (2007): Blogging Down the Dictator? The Kyrgyz Revolution and Samizdat Websites. In: International Communication Gazette, Vol. 69, No. 1, 29-50 (2007).

[8] vgl. <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/facebook4.html>

[9] vgl. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/98903/from/atom10>

[10] vgl. dazu <http://www.heise.de/newsticker/meldung/100579/from/atom10> und <http://heise.de/newsticker/meldung/100642/from/atom10>

[11] <http://www.youtube.com/watch?v=heSudg-tfIk>

[12] Graff, Bernd: „Web 0.0“. In: <http://www.sueddeutsche.de/tt4m1/computer/artikel/211/146869/>

[13] vgl. Vortrag von Neuberger, C.: Google, Blogs & Newsbots. Mediatoren der Internetöffentlichkeit. Online abrufbar unter [www.bpb.de/veranstaltungen/KRXAAV,0,0,Google\\_Blogs\\_Newsbots.html](http://www.bpb.de/veranstaltungen/KRXAAV,0,0,Google_Blogs_Newsbots.html)

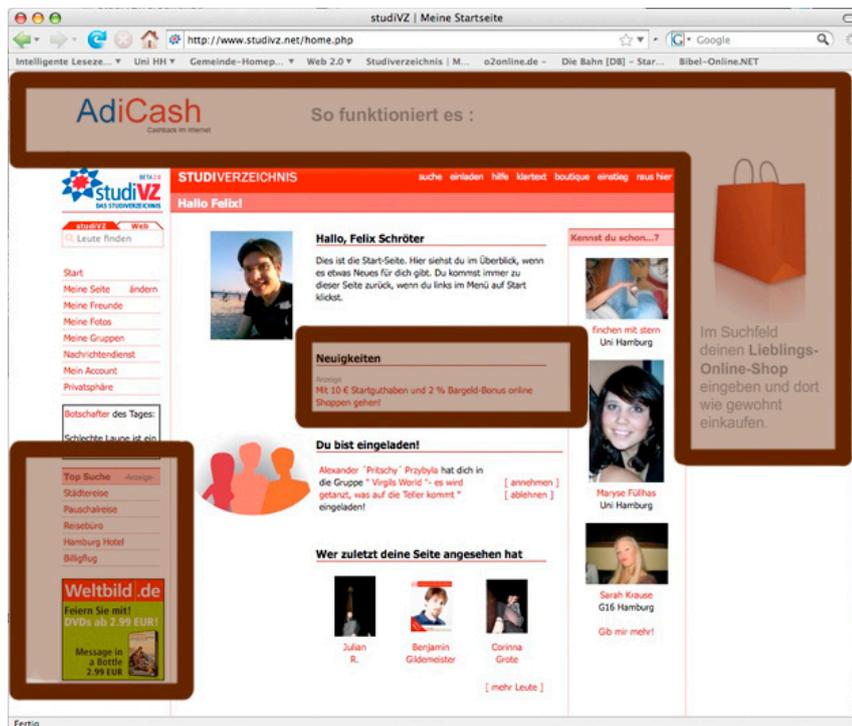
[14] <http://www.bmw.de/BMWi/Redaktion/PDF/M-0/monitoring-informations-kommunikations-wirtschaft-2007-10-faktenbericht,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>

[15] s. [ix]

[16] vgl. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/34214>

[17] vgl. [http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/04-09\\_aufmacher.pdf](http://www.blm.de/apps/documentbase/data/de/04-09_aufmacher.pdf)

[18] vgl. [http://soziologischeberatung.de/html/Informationsgesellschaft\\_30imWeb30.htm](http://soziologischeberatung.de/html/Informationsgesellschaft_30imWeb30.htm)



Die StudiVZ-Startseite setzt sich fast zur Hälfte aus Anzeigen zusammen.

# Multiplayer-Shooter als sozialer Raum

Das Internet ermöglicht Kommunikation und schafft neue soziale Räume.

Nicht anders verhält es sich mit Computerspielen wie dem Multiplayer-Shooter, die über das Internet gespielt werden.

Von Jan-Noël Thon

## Internet und Computerspiele

Das Internet scheint allgegenwärtig. Es hat längst die Beschränkungen des traditionellen Telefonanschlusses hinter sich gelassen und ermöglicht seinen Nutzern, sich an Hotspots über WirelessLAN oder auch über das Handy mit ihm zu verbinden. Das Internet ist zudem enorm vielseitig. „Es kann Texte, Töne und Bilder übermitteln, direkte und indirekte Kommunikation, Interaktivität [...] und sogar direkte Kaufakte ermöglichen“ (Krug 2004, S. 30). Die Funktion des Internets besteht also in erster Linie darin, Computer miteinander zu verbinden und dadurch Kommunikation hervorzubringen. Letztere führt auch dazu, dass neue soziale Räume geschaffen werden (vgl. Funken/Löw 2002), wobei sich diese Entwicklung keineswegs ausschließlich auf E-Mails und Diskussionsforen beschränkt. Im Folgenden soll es vielmehr um eine Variante internetbasierter Computerspiele und die Frage gehen, inwiefern solche Spiele Kommunikation ermöglichen und soziale Räume schaffen. Hierzu lässt sich feststellen, dass das kom-

merziell zur Zeit sehr erfolgreiche Medium Computerspiel in den letzten Jahrzehnten zunehmend zum Gegenstand akademischer Beschäftigung geworden ist. So haben sich spätestens seit Beginn des neuen Jahrtausends auf nationaler wie internationaler Ebene die *Computer Game Studies* zu etablieren begonnen, die sich dem Computerspiel über verschiedene (medien-)wissenschaftliche Zugänge nähern (vgl. etwa Neitzel/Nohr/Bopp 2005 und Raessens/Goldstein 2005).

In der internationalen Forschungslandschaft ist dabei seit einigen Jahren eine vermehrte Hinwendung zum Phänomen der Multiplayer-Spiele zu beobachten, wobei insbesondere eine Beschäftigung mit Massive Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPGs) zu konstatieren ist. Die Analyse von MMORPGs kann sehr ergiebig sein. Darüber sollte aber nicht vergessen werden, dass auch andere Multiplayer-Spiele Kommunikation ermöglichen und soziale Räume schaffen. Obwohl etwa das Genre des (Ego-)Shooters spätestens seit Erfurt bzw. Columbine durch die Massenmedien recht großzügig

mit Aufmerksamkeit bedacht wurde, nimmt sich der Umfang akademischer Beschäftigung mit den sozialen und kommunikativen Strukturen von Multiplayer-Shootern im Vergleich mit der Forschung zu MMORPGs eher bescheiden aus. Selbst auf einschlägigen Konferenzen zu Multiplayer-Spielen finden sich hierzu kaum Beiträge (vgl. etwa Smith/Sicart 2004). Eine der wenigen bemerkenswerten Ausnahmen bildet die australische Forscherin Sue Morris, die sich im Rahmen ihres Dissertationsprojekts mit ethnographischer Forschung zu Multiplayer-Shootern beschäftigt und etwa in ihrem 2004 erschienenen Artikel „Shoot First, Ask Questions Later: Ethnographic Research in an Online Computer Gaming Community“ detailliert mit den Problemen auseinandersetzt, mit denen sich ein solcher Ansatz konfrontiert sieht. Morris hat auch festgestellt, dass die noch im Entstehen begriffene akademische Beschäftigung mit dem Computerspiel der Entwicklung von neuen Forschungsmethoden und Analysemodellen bedarf, die dem Phänomen in seiner Neuartigkeit gerecht werden. Gerade Multiplayer-Spiele stellen Morris zufolge durch die ihnen inhärenten Kommunikationsprozesse und ihre Einbettung in spezifische soziale und kulturelle Kontexte eine besondere Herausforderung für die Wissenschaft dar (vgl. Morris 2003). Ein auf Multiplayer-Spiele anwendbares Analysemodell muss diesen Aspekten Rechnung tragen.

Im Folgenden soll es um die Erweiterung eines allgemeinen Modells zur strukturellen Beschreibung von Computerspielen (vgl. Thon 2005; 2005a) und der sozialen Komponente in Multiplayer-Shootern gehen. Das ursprünglich anhand von Singleplayer-Spielen entwickelte Modell unterscheidet eine räumliche, eine ludische und eine narrative Ebene in Computerspielen. Diese Ebenen bezeichnen gleichzeitig Perspektiven, aus denen sich Computerspiele und ihre fiktionalen Welten beschreiben lassen. Die Ebene der räumlichen Strukturen bezieht sich auf den Raum der fiktionalen Welt sowie ihr Inventar, d. h. die Objekte, die sich

in diesem Raum befinden. Die Ebene der ludischen Strukturen bezieht sich im Wesentlichen auf den Bereich der Spielregeln und ihrer Wirkungen. Die Ebene der narrativen Strukturen schließlich bezieht sich auf durch das Computerspiel vermittelte narrative Ereignisse. Um allerdings auf Multiplayer-Shooter anwendbar zu sein, muss ein solches Modell um eine Ebene der sozialen Strukturen erweitert werden, welche sich auf die verschiedenen Formen der Interaktion und Kommunikation zwischen den Spielern bezieht. Zudem unterscheiden sich Multiplayer-Shooter von Singleplayer-Shootern sowohl in ihren ludischen als auch in ihren räumlichen Strukturen (vgl. etwa Güttler/Johansson 2003). Weiterhin ist in Multiplayer-Shootern die narrative Komponente weit weniger ausgeprägt als etwa in MMORPGs oder vielen Singleplayer-Spielen. Es ist festzuhalten, dass hier kein komplettes Strukturbeschreibungsmo- dell für Multiplayer-Shooter erarbeitet werden soll. Ziel ist es vielmehr, zu zeigen, wie die Ebene sozialer Strukturen in einem solchen Modell aussehen könnte.

### Schauplätze und ludische Strukturen im Multiplayer-Shooter

Singleplayer-Shooter sind häufig in sehr komplexen fiktionalen Welten angesiedelt, wobei große Teile des Raums dieser Welten ausschließlich narrativ vermittelt werden. Es muss daher unterschieden werden zwischen dem gesamten Raum der fiktionalen Welt und den Räumen, auf die der Spieler über das Interface einwirken kann. Bei solchen dem Spieler über seinen Avatar zugänglichen Räumen handelt es sich um die Schauplätze für das Spielgeschehen (vgl. Thon 2005a). Im Gegensatz zu Singleplayer-Shootern bestehen Multiplayer-Shooter normalerweise ausschließlich aus verschiedenen, nicht durch narrative Strukturen miteinander verbundenen Schauplätzen. Bei diesen auch als *Maps* bezeichneten Räumen handelt es sich um dreidimensionale Umgebungen, Arenen in denen die Spieler ihre Avatare in verschiedenen Varianten des Wettkampfes gegeneinander antreten las-



Abb. 1: Viele Spieler, viele Avatare (CC:S)



Abb. 2: ... viele virtuelle Leichen (Halo).

sen. Die von Computerspielen gerne suggerierte Handlungsfreiheit ist in solchen Schauplätzen eingeschränkt nicht nur durch die von der räumlichen Struktur des Schauplatzes in Form von bestimmten Hindernissen wie Wänden, Abgründen und Türen vorgegebenen Grenzen, sondern auch durch die Regeln des Spiels, welche die überhaupt möglichen Handlungen bestimmen. Für Singleplayer- wie Multiplayer-Shooter gilt, dass die möglichen Bewegungsabläufe des Avatars als Teil der ludischen Struk-

tur des Spiels zu verstehen sind. Gehen, Laufen, Springen, Ducken und nicht zuletzt das Aufnehmen und Benutzen einer Vielzahl verschiedener Waffen sind Fähigkeiten des Avatars, die für einen Shooter zentral sind.

Der norwegische Forscher Espen Aarseth stellt in „A Multidimensional Typology of Games“ gemeinsam mit Solveig M. Smedstad und Lise Sunnanå fest, dass zwar häufig zwischen Singleplayer- und Multiplayer-Spielen

unterschieden wird, diese Unterscheidung aber nicht differenziert genug ist, um die verschiedenen Spielarten des Multiplayer-Spiels angemessen zu erfassen und etwa Spiele wie *Schach* und MMORPGs unterschiedslos als Multiplayer-Spiele behandeln müsste. Alternativ wird die Unterscheidung von Spielerstrukturen in Singleplayer, Twoplayer und Multiplayer sowie Singleteam, Twoteam und Multiteam vorgeschlagen, wobei etwa in Multiplayer-Spielen mehr als zwei einzelne Spieler und in Twoteam-Spielen genau zwei Teams aus mehr als einem Spieler gegeneinander spielen (vgl. Aarseth/Smedstad/Sunnanå 2003, S. 51f.). Eine solch differenziertere Unterscheidung verschiedener Varianten des Multiplayer-Spiels ist auch im Hinblick auf Multiplayer-Shooter sinnvoll. Deren ludische Struktur besteht nämlich keineswegs nur aus den bereits erwähnten Regeln, welche die Möglichkeiten des Spielers bestimmen, seinen Avatar zu bewegen und mit dem jeweiligen Schauplatz und den Avataren der Mitspieler zu interagieren, sondern nicht zuletzt auch aus bestimmten Spielmodi, durch welche neben den verschiedenen Spielzielen auch die jeweiligen Spielerstrukturen determiniert werden und die daher einen nicht unerheblichen Teil des Spielerlebnisses ausmachen.

Selbst in eher actionorientierten Shootern wie *Halo* (2002/2003) finden sich neben dem weitläufig vertretenen und auch als Twoteam-Version spielbaren gegenseitigem Abschießen (*Slayer* bzw. *Teamslayer* in *Halo*) auch ein größeres Maß an Kooperation erfordernde Spielmodi, wie etwa das inzwischen klassische *Capture the Flag*. In diesem 'Two-team'-Spielmodi versuchen die beiden Teams, die Flagge aus der Basis des Gegners in die eigene Basis zu bringen, wobei Punkte nur dann erspielt werden können, wenn die eigene Flagge sich ebenfalls dort befindet. Ein weiterer sehr auf Kooperation angelegter Spielmodus ist der *Bombing Run* in eher taktisch ausgelegten Shootern wie *Counter Strike: Source* (2004) oder *SWAT 4* (2005). Hier muss ein Team von Spielern eine oder mehrere Bomben zur

Explosion bringen, während ein zweites Team diese zu entschärfen versucht. Obwohl gerade in den letzten Jahren auch in Singleplayer-Shootern eine Tendenz zur Implementierung von kooperativen Elementen zu beobachten ist (vgl. z. B. *Star Wars: Republic Commando* (2005)), kann die Notwendigkeit zu koordiniertem Handeln und Kooperation zwischen mehreren Spielern wohl als eines der zentralen Elemente des Multiplayer-Shooters angesehen werden, welches nicht zuletzt das Spielerlebnis entscheidend prägt. Jonas Heide Smith hat nun zutreffend festgestellt, dass in Teamspielen nicht nur das jeweils gegnerische Team, sondern durchaus auch die eigenen Verbündeten zum Problem werden können, da diese die eigene Strategie oder Einschätzung einer Situation nicht teilen müssen (vgl. Smith 2005). Tatsächlich besteht ein nicht geringer Teil des Teamspiels aus Kommunikation, die koordiniertes Handeln und Kooperation erst ermöglicht. Die Notwendigkeit zur Kommunikation führt dann auch zur Bildung sozialer Strukturen sowohl innerhalb als auch außerhalb des eigentlichen Spiels.

### Sozialer Raum und Kommunikation im Multiplayer-Shooter

Eine grundsätzliche Unterscheidung, die im Hinblick auf die Ebene der sozialen Strukturen in Multiplayer-Shootern vorgenommen werden sollte, ist die zwischen den sozialen Strukturen innerhalb des eigentlichen Spiels und dessen sozialem Kontext. Bei den Schauplätzen in Multiplayer-Shootern handelt es sich immer auch um virtuelle soziale Räume (vgl. Morris 2004, S. 36). Eine bestimmte Anzahl von Spielern interagiert und kommuniziert darin miteinander und diese Kommunikation etabliert eine soziale Ebene von Schauplätzen. Schauplätze sind allerdings nicht die einzigen Räume, in denen Spieler von Multiplayer-Shootern miteinander kommunizieren. Tatsächlich ist jeder erfolgreiche Multiplayer-Shooter umgeben von einer Vielzahl von Webseiten und Foren, über die Spieler kommunizieren und soziale Netzwerke bilden. So organisiert sich ein Teil der Spieler in hie-

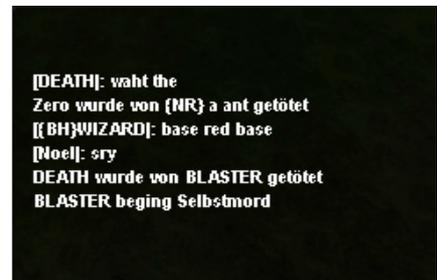


Abb. 3: *Halo*. Zwischen funktionaler ...



Abb. 4: ... und nicht-funktionaler ludischer Kommunikation.



Abb. 5 und 6: Grußsequenzen in *Halo*



rarchisch aufgebauten *Clans*, deren Mitglieder miteinander in Teams und, in sogenannten *Clan Wars*, auch gegen andere Clans spielen. Weniger formale soziale Netzwerke können etwa geformt werden durch Bekanntschaften aus dem realen Leben, gemeinsame Kenntnis einer anderen Sprache als Englisch (etwa Deutsch), gemeinsamen sozialen oder kulturellen Hintergrund usw. Zwar kann hier eine eingehende Analyse des sozialen Kontextes von Multiplayer-Shootern nicht vorgenommen werden, aber

dass dieser Kontext besteht und für das Verständnis von Spielen zu beachten ist, muss konstatiert werden.

Um zu kommunizieren bedienen sich die Spieler von Multiplayer-Shootern verschiedener Kommunikationsmittel. Welche dies sind, hängt sowohl vom gespielten Spiel als auch von der Spielsituation ab. So bedient sich etwa die Xbox-Version von *Halo* (2002) für Multiplayer-Spiele einer LAN-Verbindung. Hier werden mehrere Konsolen über Netzkabel miteinander verbunden, wobei die Spieler sich für gewöhnlich im selben Raum befinden. Insofern stellt diese erste Version von *Halo* keine spielinternen Kommunikationsmittel zur Verfügung. Kooperation und Koordination der Spieler können in einer solchen Spielsituation über die herkömmlichen Kommunikationskanäle einer *Face-to-Face* Situation stattfinden (vgl. Halloran/Rogers/Fitzpatrick 2003, S. 134 ff). Demgegenüber unterstützt die 2003 erschienene PC-Version von *Halo* auch das Spiel über eine TCP/IP-Verbindung. Da sich bei Spielen übers Internet die Mitspieler meist nicht so nah sind, dass sie ohne technische Hilfsmittel kommunizieren könnten, bieten so gut wie alle Multiplayer-Shooter, die das Spiel über eine TCP/IP-Verbindung erlauben, ihren Spielern mindestens ein (Tele-)Kommunikationsmittel. In PC-Shootern hat sich spätestens seit *Doom* (1993) die Möglichkeit, anderen Spielern Textnachrichten zu schreiben, etabliert. Da im Bereich der Multiplayer-Shooter der PC schon aufgrund des präziseren Interface (Tastatur und Maus) die beliebtere Plattform ist, lässt sich wohl feststellen, dass diese Kommunikationsform zumindest zur Zeit noch vorherrschend ist (vgl. Morris 2004, S. 36). [1] Das sprachliche Kommunikationsmittel Textnachricht wird allerdings keineswegs ausschließlich zur Koordination und Kooperation in Teamspielen sondern auch für weniger funktionale Kommunikation genutzt.

Mit Hilfe von Elisabeth Gülichs Unterscheidung funktionaler und nicht-funktionaler Alltagserzählungen (vgl. Gülich 1980) sowie der

Frage, auf welche Ebene des Spiels sich die Kommunikation in Multiplayer-Shootern bezieht, lässt diese sich in vier Kategorien einteilen. Hierbei ist zu beachten, dass auch die hier als nicht-funktional bezeichnete Kommunikation eine Funktion haben kann. Während funktionale Kommunikation „eine bestimmte kommunikative Funktion in einem übergeordneten Handlungsschema“ (ebd., S. 335) erfüllt, ergibt sich die Funktion nicht-funktionaler Kommunikation „eher aus der Beziehung zwischen den Kommunikationspartnern“ (ebd.). Zumindest für den Multiplayer-Shooter gilt zudem, dass funktionale Kommunikation als aufrichtig zu charakterisieren ist, während nicht-funktionale Kommunikation häufig scherzhaft oder übermäßig aggressiv ist. Die erste der sich aus den genannten Unterscheidungen ergebenden Kategorien schließt funktionale Kommunikation ein, die sich auf die ludische Struktur des Spieles bezieht. Diese funktionale ludische Kommunikation besteht im Wesentlichen aus strategischen oder taktischen Absprachen, so wie generell sprachlichen Koordinations- und Kooperationsbestrebungen. Der übergeordnete Handlungsrahmen ergibt sich hier aus der ludischen Struktur des Shooters. Die zweite Kategorie schließt funktionale Kommunikation ein, die sich auf die soziale Struktur des Spiels bzw. auf den sozialen Kontext bezieht. Derartige funktionale soziale Kommunikation besteht etwa aus Grußsequenzen und Fragen zum realen Leben oder dem allgemeinen Wohlbefinden einzelner Spieler. Der übergeordnete Handlungsrahmen ergibt sich im Wesentlichen aus dem sozialen Kontext des Spiels und den durch diesen vorgegebenen Konventionen.

Die dritte Kategorie schließt Äußerungen ein, die sich genau wie Äußerungen in der ersten Kategorie inhaltlich auf die ludische Struktur beziehen, dabei aber keine Funktion innerhalb des sich aus dieser ergebenden Handlungsrahmens erfüllen. Diese nicht-funktionale ludische Kommunikation besteht etwa aus Lob oder Kritik an spielerischen Leistungen den eigenen oder denen

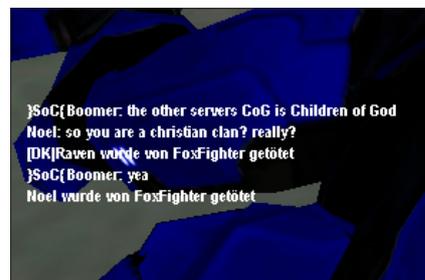


Abb. 7: *Halo*. Zwischen funktionaler ...

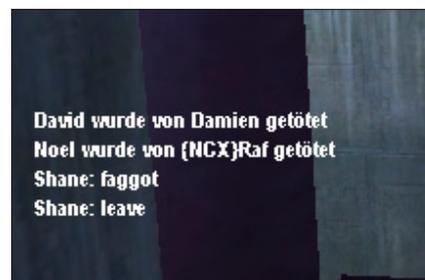


Abb. 8: ... und nicht-funktionaler sozialer Kommunikation.

anderer Spieler. Insofern ergibt sich, trotz des inhaltlichen Bezugs auf die Ebene der ludischen Strukturen, die Funktion hier eher aus der Beziehung zwischen den einzelnen Spielern. Ähnliches gilt auch für die Äußerungen in der vierten Kategorie, wobei sich diese allerdings nicht auf die ludische Struktur des Spiels sondern auf dessen soziale Struktur und vor allem auf dessen sozialen Kontext beziehen. Solche häufig scherzhaften oder beleidigenden Äußerungen haben sicherlich einiges mit den Äußerungen der zweiten Kategorie gemein, wobei ihre Funktion weniger in der Etablierung sozialer Netzwerke als vielmehr in ihrer Unterhaltsamkeit für alle Beteiligten liegt (zu *Smack Talk* als Bestandteil von Multiplayer-Shootern vgl. Morris 2004, S. 39). Sowohl bei der Unterscheidung zwischen funktionaler und nicht-funktionaler Kommunikation als auch bei den aus ihr abgeleiteten Kategorien handelt es sich keineswegs um mehr als eine erste Einteilung, die sicherlich der Diskussion und (auch terminologischen) Präzisierung bedarf. Insbesondere die spannende, hier allerdings nicht zu klärende Frage, inwiefern die einzelnen Kategorien überlappen und miteinander in Beziehung stehen, scheint mir recht ergiebig zu sein. Ein ausgearbeitetes Modell zur strukturellen Beschreibung von Mul-

tiplayer-Shootern müsste zudem die Beziehung zwischen den jeweiligen Ebenen modellieren und etwa zeigen, inwiefern Kommunikation im Multiplayer-Shooter sich auf die ludischen Strukturen bzw. das Gameplay des Spiels auswirkt. ■

### Anmerkung

[1] Es sei noch auf ein weiteres, inzwischen doch recht verbreitetes Kommunikationsmittel in Multiplayer-Shootern hingewiesen. Voice-over-IP Programme wie *Teamspeak*, *Roger Wilco* oder das allerdings erst von *Halo 2* (2004) genutzte *Xbox Live* erlauben es den Spielern, mit einem Headset oder vergleichbarem Equipment verbal zu kommunizieren. Hier ist vor allem zu bedenken, dass ein Spieler während des Sprechens weiter den Gegner bekämpfen kann. Die Zeit, die das Eingeben von Textnachrichten kostet, kann in einem schnellen Spiel wie dem Multiplayer-Shooter einem Spieler helfen, den (Wett-)Kampf für sich bzw. das eigene Team zu entscheiden. Auch führt allein die Tatsache, dass das Spielgeschehen nicht ständig vom Lesen bzw. Schreiben von Textnachrichten unterbrochen wird zu einem immersiveren Spielerlebnis (vgl. Halloran/Rogers/Fitzpatrick 2003). Obwohl hier auf die Voice-over-IP-Kommunikation in Multiplayer-Shootern nicht detailliert eingegangen werden kann, liegt die Vermutung nahe, dass sich die für schriftliche Kommunikation skizzierten Kategorien auch auf diese anwenden lassen.

### Computerspiele

*Doom*. id Software (1993). PC.

*Counter Strike: Source*. Valve/Sierra (2004). PC.

*Halo: Kampf um die Zukunft*. Bungie/Microsoft (2002). Xbox.

*Halo: Kampf um die Zukunft*. Bungie/Microsoft (2003). PC.

*Halo 2*. Bungie/Microsoft (2004). Xbox.

*Star Wars: Republic Commando*. LucasArts (2005). PC.

*SWAT 4*. Irrational Games/Sierra (2005). PC.

### Literatur

Aarseth, Espen/Solveig M. Smedstad/Lise Sunnanå (2003): "A Multidimensional Typology of Games." In: *Level Up Conference Proceedings 2003*. S. 48-53. Online: <<http://www.digra.org/dl/db/05163.52481>> (Stand: 1.11.2005).

Funken, Christiane/Martina Löw (2002): "Ego-Shooter als Container. Raumkonstruktionen im elektronischen Netz." In: Rudolf Maresch/Niels Werber (Hg.) (2002): *Raum - Wissen - Macht*. Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 69-91.

Gülich, Elisabeth (1980): "Konventionelle Muster und kommunikative Funktionen von Alltagserzählungen." In: Konrad Ehlich (Hg.) (1980): *Erzählen im Alltag*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. S. 335-384.

Güttler, Christian/Troels D. Johanson (2003): "Spatial Principles of Level-Design in Multi-Player First Person Shooters." In: *Gamasutra*. Online: <<http://www.gamasutra.com/education/theses/20031208/guttler.pdf>> (Stand: 1.11.2005).

Halloran, John/Yvonne Rogers/Geraldine Fitzpatrick (2003): "From text to talk: multiplayer games and voiceover IP." In: *Level Up Conference Proceedings 2003*. S. 130-142. Online: <<http://www.digra.org/dl/db/05163.08549>> (Stand: 1.11.2005).

Krug, Hans-Jürgen (2004): "Das Internet: Eine Herausforderung persönlicher Kommunikation." In: *tiefschärfe* (Winter 2004/2005). S. 28-31. Online: <[http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefschaerfe/pdfe/ts\\_2-04.pdf](http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefschaerfe/pdfe/ts_2-04.pdf)> (Stand: 1.11.2005).

Morris, Sue (2003): "WADs, Bots and Mods: Multiplayer FPS Games as Co-Creative Media." In: *Level Up Conference Proceedings 2003*. Online: <<http://www.digra.org/dl/db/05150.21522>> (Stand: 1.11.2005).

Morris, Sue (2004): "Shoot First, Ask Questions Later: Ethnographic Research in an Online Computer Gaming Community." In: *Media International Australia*. Nr. 110. S. 31-41.

Neitzel, Britta/Rolf F. Nohr/Matthias Bopp (Hg.) (2005): „See? I'm Real ...“. *Multidisziplinäre Zugänge zum Computerspiel am Beispiel von ‚Silent Hill‘*. Münster: LIT (= Medien Welten 4).

Raessens, Joost/Jeffrey Goldstein (Hg.) (2005): *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge, Mass [u. a.]: MIT Press.

Smith, Jonas Heide/Miguel Sicart (Hg.) (2004): *Proceedings of the Other Players Conference, IT University of Copenhagen, December 6-8 2004*. Copenhagen: IT University of Copenhagen. Online: <<http://www.itu.dk/op/proceedings.htm>> (Stand: 1.11.2005).

Smith, Jonas Heide (2005): "The Problem of Other Players: In-Game Cooperation as Collective Action." In: *Digra Conference Proceedings 2005*. Online: <<http://www.gamesconference.org/digra2005/papers/599b42f9a8cf4ae206d44bf0d78c.doc>> (Stand: 1.11.2005).

Thon, Jan-Noël (2005): "Das Videospiel als Entwicklungsroman des 21. Jahrhunderts?" In: *tiefschärfe* (Sommer 2005). S. 23-27. Online: <[http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefschaerfe/pdfe/ts\\_1-05.pdf](http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefschaerfe/pdfe/ts_1-05.pdf)> (Stand: 1.11.2005).

Thon, Jan-Noël (2005a): „Schauplätze und Ereignisse. Über Erzähltechniken im Computerspiel des 21. Jahrhunderts.“ Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaften, Hamburg, 6.-8. Oktober 2005. Erscheint in: Corinna Müller/Irina Scheidgen (Hg.): *Mediale Ordnungen. Erzählen, Archivieren, Beschreiben*. Marburg: Schüren (in Vorbereitung).

Der vorliegende Beitrag ist Ende 2005 entstanden und seitdem nur geringfügig überarbeitet worden.

**Weiterführende Beiträge zum Genre des ‚Shooters‘** finden sich im von Matthias Bopp, Rolf F. Nohr und Serjoscha Wiemer herausgegebenen Sammelband „Shooter. Eine multidisziplinäre Einführung“, der Ende 2008 in der Reihe MedienWelten des LIT Verlags erscheint.

# Computer – Spiele – Forschung

Der Beitrag stellt ausgewählte Grundzüge der Game Studies sowie Forschungsperspektiven dar.

Von Britta Neitzel

Im Jahr 2001 rief Espen Aarseth im Editorial der ersten Ausgabe des Online-Magazins Game Studies das Jahr 1 der Computerspielforschung aus (Aarseth 2001). Seitdem ist viel geschehen. Die Digital Games Research Association (DiGRA) wurde gegründet, nationale und internationale Konferenzen zum Thema Computerspiel finden statt, Aufsätze und Bücher schießen wie Pilze aus dem Boden. Es wird versucht, Claims abzustecken, es herrscht Goldgräberstimmung.

Zwar hat das Abstecken der Claims auch wissenschaftspolitische Wurzeln, doch hier ist das Neuland auch fruchtbar. Es gibt einiges zu entdecken und zu ernten. So wurde in den letzten Jahren versucht zu klären, was da eigentlich so wächst, ob diese unbekannte Gewächs doch zu einer Familie von Pflanzen gehört, die sich auf schon bestellten Feldern findet, und ob die neue Pflanze möglicherweise neue Kultivierungsmethoden braucht oder hervorbringt, die auch eine Rückwirkung auf die Arbeit auf anderen Felder haben. So will dieser kurze Beitrag

– etwas weniger metaphorisch als die Einleitung – sich mit einigen Perspektiven der bisherigen Computerspielforschung und möglichen Perspektiven einer zukünftigen Computerspielforschung beschäftigen sowie nach ihrer Relevanz für die Medienwissenschaft fragen.

## **Claims: Die Ludology – Narratology Debatte**

In dieser Debatte, losgetreten von einigen Forschern mit einem literaturwissenschaftlichen Hintergrund, wurden zwei radikale Sichtweisen gegenübergestellt. Zum einen die Ansicht, dass Computerspiele eine Unterform von Erzählungen sind (Narratologen), zum anderen, dass Computerspiele Spiele sind (Ludologen). Die erste Gruppe würde also Computerspiele gemeinsam mit – sagen wir: Berlin Alexanderplatz – untersuchen, die andere gemeinsam mit einem Völkerballspiel. Das Thema der Narrativität von Computerspielen hat über diese Debatte eine gewisse Prominenz gewonnen,[1] wobei die Ansichten von einer generellen Ablehnung bis

zur euphorischen Bejahung der neuen Möglichkeiten des Erzählens reichen.

Der Ansatz, Computerspiele in Hinblick auf ihre Fähigkeit, gute Geschichten zu erzählen – in anderen Worten – eine gute Erzählung als einen Maßstab für ein gutes Spiel zu nehmen, wird zum Beispiel von Janet Murray in „Hamlet on the Holodeck“ (1999) vertreten. Sie geht davon aus, dass die dem Leben im 20. Jhd. angemessene Erzählung die verschiedenen Rollen reflektieren müsse, die ein Mensch zu spielen hätte, tatsächlich spricht sie sogar von „alternative possible selves“ (ebd. 38). Dies sei nur möglich, wenn die Erzählungen mit alternativen Welten und verzweigten Plotlines arbeiteten – Techniken, die nur mit Unterstützung des Computers angewendet werden könnten. Und sie geht – unhinterfragt – davon aus, dass „The largest commercial success and the greatest creative effort in digital narrative have so far been in the area of computer games.“ (ebd., S. 51) Zwar sei der narrative Inhalt noch dünn, oftmals aus anderen Medien importiert und behandle nur stereotype Charaktere, doch würden die ökonomischen und sozialen Kräfte anspruchsvolle Game-Designer nicht davon abhalten können, in Zukunft auch Geschichten mit größerem dramatischen Potential und menschlicher Bedeutung zu erzählen. Während Murray Computerspiele als die Zukunft von Erzählungen betrachtet, ist eine Reihe von vehementer und oftmals polemischer Kritik an Untersuchungen entstanden, die Computerspiele als eine potenzielle Form des Erzählens oder als Medium betrachten, das narrative Elemente enthält. In diesem Zusammenhang wurden alle Versuche, die Beziehung von Computerspielen und Erzählungen zu betrachten, als Angriffe verstanden, als Eroberungsfeldzüge von unbebautem Land. Eine sehr eindeutige Ablehnung einer narrativen Untersuchung von Computerspielen stammt von Markku Eskelinen:

*„Outside academic theory people are usually excellent at making distinctions between narrative, drama*

*and games. If I throw a ball at you I don't expect you to drop it and wait until it starts telling stories. On the other hand, if and when games and especially computer games are studied and theorized they are almost without exception colonised from the fields of literary, theatre, drama and film studies. Games are seen as interactive narratives, procedural stories or remediated cinema. On top of everything else, such definitions, despite being successful in terms of influence or funding, are conceptually weak and ill-grounded, as they are usually derived from a very limited knowledge of mere mainstream drama or outdated literary theory, or both. Consequently, the seriously and hilariously obsolete presuppositions of Aristotelian drama, commedia dell'arte, Victorian novels, and Proppian folklore continue to dominate the scene. To put it less nicely, it's an attempt to skip the 20th century altogether and avoid any intellectual contact with it, a consumerist double assassination of both the avant-garde and advanced theory."* (Eskelinen 2001)

Solche Kritik wird vor allem von der Angst getragen, dass die Methoden der Literaturwissenschaft ungenügend sind, um die Spezifika von Computerspielen zu erfassen und dass sie stattdessen die Computerspiele einfach in ihr Untersuchungsfeld inkorporieren, um sie als Derivate der Literatur zu behandeln. Kurz gefasst, geht diese kritische Position davon aus, dass Computerspiele Spiele sind, und da Spiele etwas grundsätzlich Verschiedenes von Erzählungen seien, könnten sie nicht nach narrativen Kriterien untersucht werden. Die ‚Ludology vs. Narratology‘-Debatte war geboren – eine Debatte, die tatsächlich niemals stattfand, wie Gonzalo Frasca, einer der ersten Ludologen 2002 selbstironisch einräumte (vgl. Frasca 2002). Tatsächlich lassen sich – bis auf das Buch von Murray – kaum Texte finden, die Computerspiele einfach der Erzählung oder dem Film unterordnen. Es wird vielmehr versucht, Differenzen und Gemeinsamkeiten aufzuzeigen (vgl.

z.B. King/Krzywinska 2002). Wissenschaftspolitisch ist die Debatte – auch wenn sie erfunden wurde – gut nachzuvollziehen [2], auch die Theaterwissenschaft und die Filmwissenschaft mussten sich von der Literaturwissenschaft emanzipieren, um Spezifika ihrer Gegenstände, wie z.B. die Performativität der Aufführung oder visuelle Gestaltungsmuster des Films überhaupt thematisieren zu können. Ebenso wenig wie das Theater durch eine Analyse des geschriebenen Stücks hinreichend beschrieben werden kann oder der Bereich der Filmwissenschaft schon mit der Thematisierung von Literaturverfilmungen abgesteckt ist, können Computerspiele als eine Form von Erzählung oder gar Literatur betrachtet werden. So wichtig jedoch eine Betonung von Spezifika – insbesondere bei einem neuen Forschungsgebiet – auch ist, sie läuft Gefahr, intermediale Beziehungen zu übersehen. So haben meines Erachtens beide Positionen, sowohl diejenige, die Computerspiele als Narrationen ansieht, und auch diejenige, die jede Beziehung zwischen Spielen und Erzählungen negiert, einen zu eingeschränkten Fokus. Im ersten Fall besteht die beträchtliche Gefahr, dass Differenzen zwischen Spielen und Erzählungen übersehen werden, denn Computerspiele sind tatsächlich mehr und anderes als ‚interaktive Erzählungen‘; im zweiten Fall besteht die Gefahr, dass Ähnlichkeiten und Interdependenzen zwischen Computerspielen und Erzählungen übersehen werden. Nicht alle Spiele sind gleichartig strukturiert oder operieren gleichartig, und ich wage zu behaupten, dass z.B. *Metal Gear Solid: Snake Eater* (Konami 2004) mindestens ebenso viele Verbindungen zu einem narrativen Film hat, wie zu einem Ballspiel – unter bestimmten Gesichtspunkten auch mehr. Gemeinsam ist beiden Positionen, dass sie auf Exklusivität und ‚wesentliche‘ Prinzipien ausgerichtet sind und damit die Spezifität des Computers übersehen: Er ist ein hybrides Medium, das verschiedene Formen anderer Medien integriert und dabei Grenzen

zwischen ihnen auflöst (vgl. z.B. Thomsen 1994). Speicherfähigkeit und Prozessoren erlauben es dem Computer, eine fast unbegrenzte Vielzahl von Oberflächen, Strukturen und Funktionen anderer Medien zu adaptieren und miteinander zu koppeln (vgl. Manovich 2001). Der Computer als Spielzeug und auch das Computerspiel sollten deshalb in Hinblick auf die Auflösung von Grenzen und die Integration verschiedener Elemente beschrieben werden. Die Tatsache, dass Computerspiele Spiele sind, schließt sie keineswegs davon aus, auch narrative Qualitäten zu haben. Es gibt gemeinsame und grenzüberschreitende Elemente in Computerspielen und Erzählungen und auch eine Übergangszone zwischen narrativen und nicht-narrativen Computerspielen.

### **Ein neues Gewächs? Spiele und Computerspiele**

Dass die Games Studies mit der Narratology-Ludology-Debatte begannen, zeigt auch, dass die Frage, worum es sich bei Computerspielen eigentlich handelt, nicht geklärt war. Erzählforschung hat sich in den letzten 100 Jahren zunehmend ausdifferenziert und in verschiedenen Disziplinen etabliert, während Spielforschung – mit Ausnahme der mathematischen Spieltheorie – außerhalb der Pädagogik kaum Beachtung fand und vor allem in Hinblick auf Medienforschung immer noch unterrepräsentiert ist. So konstatierte Peter Vorderer, der seit einigen Jahren ‚empirische Unterhaltungsforschung‘ betreibt, in seinem Vortrag zur Frage „Warum sind Computerspiele attraktiv?“ auf der Konferenz „Clash of Realities“ (Köln, 23.03.06) dass man zur Erforschung des Unterhaltungserlebens bei Computerspielen auf Methoden und Erkenntnisse aus der Film- und Fernsehforschung zurückgreifen könne. Auf die Nachfrage, warum denn nicht auch auf die Spielforschung zurückgegriffen würde, schließlich differiere das Erleben beim Spielen ja

ggf. vom Erleben beim Fernsehen, sagte er schlicht, dass es solche Methoden nicht gäbe (sinngemäße Wiedergabe aus der Erinnerung). Weniger erstaunlich ist dabei, dass es solche Methoden nicht gibt, als vielmehr, dass nicht versucht wird, sie zu entwickeln. [3] Grundlagenforschung nicht nur für die Wirkungsforschung wäre also ein notwendiges Unterfangen. Solche Grundlagenforschung zum Computerspiel, mit dem Ziel, zunächst einmal den Gegenstand zu definieren betreibt die Ludologie (ob sie sich nun selbst so bezeichnet oder durch Fremdbestimmung so genannt wird). [4] So extrahiert z.B. Jesper Juul (2005, 23-54, siehe auch Juul 2003) in einer Zusammenfassung verschiedener Theorien des Spiels sechs Kriterien, die ein Spiel definieren, und kommt zu folgendem ‚klassischen‘ Modell eines Spiels:

*„A game is a rule-based system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels emotionally attached to the outcome, and the consequences are negotiable.“ (Juul 2005, 36)*

Als Kennzeichen eines Spiels als formales System wertet er allerdings nur die Regeln, das variable und quantifizierbare Ergebnis sowie die Einflussnahme eines Spielers. Die anderen Kriterien bestimmen, so Juul, die Beziehungen eines Spiels einerseits zum Spieler (Wert und Bewertung des Ergebnisses sowie noch einmal die Einflussnahme des Spielers), andererseits zur Welt (verhandelbare Konsequenzen). Ich möchte hier nur einen entscheidenden Punkt an Juuls Definition herausgreifen (für weitere Erläuterungen und Kritik s. Neitzel 2006, 60f.), nämlich seine Integration der Einflussnahme eines Spielers als formales Kennzeichen in das System Spiel. Wenn die Einflussnahme eines Spielers formales Kennzeichen des Spiels ist oder, wie Searle (1983, 55) es betrachtet, das Anstreben des Gewinns eine konstitutive Regel aller Spiele ist, dann wird deutlich, dass ein Spiel

nicht nur als Regelsystem, sondern zudem als ein auf Regeln basierendes Interaktionssystem betrachtet werden muss, als etwas, das auf die eine oder andere Weise gespielt werden muss. Ein Computerspiel wird damit als geregelter Prozess verstanden, in den Spieler und Programm eingebunden sind.

### **Verwandte Arten: Spiele und Computer**

Ein Spiel ist durch seine Regeln definiert, die, so Salen & Zimmerman (2004, 125), die Handlungen der Spieler limitieren und die explizit, unzweideutig, festgelegt, verbindlich und wiederholbar sind. Damit sind Spiele prädestiniert, auch als Computerprogramme implementiert zu werden. Schon Brenda Laurel konstatierte 1991, dass es „natürlich“ war, Spiele für Computer zu entwickeln (vgl. Laurel 1991, 1). Festlegung, Eindeutigkeit und Verbindlichkeit und Wiederholbarkeit sind ebenfalls Eigenschaften von Programmen, wobei vor allem die Wiederholbarkeit die anderen Eigenschaften schon einschließt, denn nur was einmal festgelegt, eindeutig und verbindlich ist, kann auch wiederholt werden. Ein Computerprogramm ist die „Formulierung eines Algorithmus und der zugehörigen Datenbereiche sowie Darstellung von Prozessen und Objekten in einer Programmiersprache.“ Wobei ein Algorithmus „eine Verarbeitungsvorschrift [ist] [...]. Aus der Präzision der sprachlichen Darstellung eines Algorithmus muss die Abfolge der einzelnen Verarbeitungsschritte eindeutig hervorgehen“ (Duden Informatik, Programm & Algorithmus). Ein Computerprogramm entspricht den Spielregeln eines Spiels, die einmal festgelegt, gemeinsam mit den unterschiedlichen Spielweisen, immer wieder neue Spiele hervorbringen. Spielregeln und das Spielen können wie Programm und Ausführung in ihrem Ineinandergreifen unterschieden werden: „Wo die Ausführung die Schleife unzählige Male durchlaufen muss, kommt das Programm mit einer

einzigsten Formulierung (und einem arithmetischen Zähler) aus“ (Winkler 2004, 172). Durch veränderte Variablenwerte – beim Spiel sind dies die immer unterschiedlich ausfallenden Eingaben des Spielers – wird in der Wiederholung der Ausführung eine „vordefinierte Variation“ (ebd. 173) hergestellt.

### **An- und Abbaumethoden: Medienwissenschaft**

Schon in diesen wenigen Bemerkungen zum Computerspiel eröffnen sich Perspektiven, unter denen die Computerspiele in der Medienwissenschaft gewinnbringend untersucht werden können. Die Einflussnahme des Spielers im Prozess der Mediennutzung geistert zwar seit Jahren als Interaktivität durch die Diskurse um die digitalen Medien, ist jedoch noch immer untertheoretisiert. Insbesondere in Kombination mit einem zweiten ungeklärten Phänomen – der Immersion – wären die verschiedenen Formen der Involvierung von Spielern im Spiel und durch die Spiele zu untersuchen. [5] Die Formen der Involvierung betreffen auch die Ästhetik der Spiele, weder visuelle Darstellungsmuster noch narrative Strukturen bleiben davon unberührt. Die gesamte sinnliche Wahrnehmung, d.h. Ästhetik im Sinne von Aisthesis, ist davon betroffen. Dieses Phänomen betrifft nicht nur Computerspiele, Wechselwirkungen entstehen auch mit anderen digitalen und nicht-digitalen Medien. Damit eröffnet sich schon der Weg zu einer intermedialen Perspektive, die fruchtbar erscheint, da sich auch spielerische Momente nicht nur in Computerspielen finden. So können Ergebnisse oder Ideen der Game-Studies auch für die Analyse anderer medialer Formen genutzt und weitergeführt werden, z. B. für die Filmrezeption auf DVD, die längst mehr ist als reines ‚Film-Sehen‘ (vgl. Distelmeyer 2006). Und nicht nur die DVD, auch (digitales) Fernsehen, Mobiltelefone, Websites, Internetradio, E-Learning, Text-, Bild-, und Soundverarbeitungsprogramme sind abhängig von einer je spezifischen Einflussnahme der

Benutzer. Mediennutzung besteht nicht mehr hauptsächlich in der Rezeption, d. h. der Auswahl und Interpretation von wie auch immer gearteten Informationen, sondern in der Interaktion von Technologien und Handlungen. Eine Umgangsform, die prototypisch an Computerspielen beobachtet werden kann. ■

## Anmerkungen

[1] So beschäftigt sich nicht nur die erste Ausgabe der Game Studies mit dem Thema Computerspiele und Erzählungen. In jeder Anthologie oder Überblicksmonographie zum Computerspiel wird immer auch die Narrativität von Computerspielen diskutiert, so bei Wolf 2001, Wolf & Perron 2003, Newman 2004, Wardrip-Fruin & Harrigan 2004, Salen & Zimmerman 2004, Neitzel, Bopp & Nohr 2005, Raessens & Goldstein 2005.

[2] Auch halten sich die Zuschreibungen der Positionen hartnäckig.

[3] Zurückzuführen ist dies auf das leicht gewendete Ludology – Narratology-Problem. Film, Fernsehen, Computerspiele werden als textuelle Phänomene verstanden, deren ‚Wirkungen‘ sich über die audiovisuelle Darstellungsebene entfalten. Unterschiede im Umgang mit diesen Phänomenen, sei es durch spielerische Manipulation, konzentriertes Zuschauen oder abgelenktem Nebenbei-Schauen wird dabei ignoriert.

[4] Die Selbst- bzw. Fremdbezeichnung ‚Ludologie‘ weist nicht auf inhaltlicher, wohl aber auf methodischer Ebene eine Verwandtschaft zur Narratologie auf. Denn ebenso wie bei der Narratologie hat die Ludologie eine strukturalistische Grundtendenz, indem sie versucht, die Einheiten des Computerspiels auszumachen und zu benennen, um daraus Strukturen zu bilden (vgl. dazu z.B. Järvinen, 2003).

[5] Zum Formen der Interaktivität, Immersion und Partizipation in den Medien s. Neitzel /Nohr 2006.

## Literatur

Aarseth, Espen (2001) „Computer Game Studies, Year One“, in: Game Studies. The International Journal in Computer Game Research, Vol. 1, Issue 1 2001 <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html> (11.07.06)

Distelmeyer, Jan (2006) „Spielräume – Videospiele, populäres Kino und die intermediale Architektur der Film-DVD“, Vortrag auf der Tagung „Spielformen im Spielfilm, Siegen, 10.06.06, erscheint in: Leschke, Rainer & Venus, Jochen (Hgg.) Spielformen im Spielfilm, Siegen 2007.

Duden Informatik. Ein Fachlexikon für Studium und Praxis, Mannheim [u.a.]: Duden Verlag 2003.  
Eskelinen, Markku (2001) „The Gaming Situation“, in: Game Studies, vol. 1, issue 1 July 2001, <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/> (2.1.2006).

Frasca, Gonzalo (2003) „Ludologists Love Stories, too: Notes from a Debate that Never Took Place“, in: Copier, Marinka & Raessens, Joost (Hgg.) Level Up. Digital Research Conference, Utrecht: Universiteit Utrecht, 2003, S. 92-99.

Järvinen, Aki (2003) „Making and Breaking Games: A Typology of Rules“, in Copier, Marinka & Raessens, Joost (Hgg.) Level Up. Digital Research Conference, Utrecht: Universiteit Utrecht, 2003:, S. 68-79.

Juul, Jesper (2003) „The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness“, in: Copier, Marinka & Raessens, Joost (Hgg.) Level Up. Digital Research Conference, Utrecht: Universiteit Utrecht, 2003, S. 30-45.

Ders. (2005) Half-Real. Videogames between Real Rules and Fictional Worlds, Cambridge, Mass: MIT Press.

King, Geoff & Krzywinska, Tanya (2002) „Introduction“ in: dies. (Hgg.) SreenPlay. Cinema/Videogames/Interfaces, London: Wallflower.

Laurel, Brenda (1991) Computers as Theatre, Reading, Mass [u.a.]: Addison-Wesley.

Manovich, Lev (2001) The Language of New Media, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Murray, Janet H. (1999 [1997]) Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace: Cambridge, Mass.: MIT Press, 2. Aufl.

Neitzel, Britta/ Bopp, Matthias & Nohr, Rolf F. (2005) „See? I'm Real ...“ Multidisziplinäre Zugänge zum Computerspiel am Beispiel von ‚Silent Hill‘, Münster: Lit.

Neitzel, Britta & Nohr, Rolf F. (Hgg.) (2006) Das Spiel mit dem Medium. Partizipation – Immersion – Interaktion, Marburg: Schüren.  
Neitzel, Britta (2006) Gespielte Geschichten? Narration und visueller Diskurs in Computerspielen, Münster: Lit (in Vorbereitung).

Newman, James (2004) Videogames, New York & London: Routledge.

Raessens, Joost & Goldstein, Jeffrey (2005) Handbook of Computer Game Studies, Cambridge Mass.: MIT Press.

Salen, Katie & Zimmerman, Eric (2003) Rules of Play, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Searle, John R. (1983) Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Thomsen, Christian W. (Hg.) (1994) Hybridkultur. Bildschirmmedien und Evolutionsformen der Künste. Arbeitshefte Bildschirmmedien 46, Siegen: DGF Sonderforschungsbereich.

Winkler, Hartmut (2004) Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien, Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Wardrip-Fruin, Noah & Harrigan, Pat (eds.) (2004) First Person. New Media as Story, Performance, and Game, Cambridge, Mass: MIT Press.

Wolf J.P (Hg.) (2001) The Medium of the Video Game, Austin: University of Texas Press.

Wolf J.P. & Perron, Bernard (Hgg.) (2003) The Video Game Theory Reader, New York & London: Routledge.

DiGRA (Digital Games Research Association (<http://www.digra.org>))

# Kultur(en) in der globalen Nachrichtenkommunikation

Inwieweit hängen Kultur, Globalisierung und Nachrichtenkommunikation zusammen? Auf der Grundlage einer spezifischen Kulturdefinition soll im folgenden dieser Frage nachgegangen werden, wobei drei unterschiedlichen Interpretationen der Globalisierung konkrete Szenarien einer globalen Kommunikationsordnung zugeordnet werden.

Von Daniel Kock und Christoph Klimmer



Graphik: Daniel Kock

„Kultur besteht aus – expliziten und impliziten – Mustern von und für Verhalten, erworben und übermittelt durch Symbole; sie bilden die unterscheidenden Leistungen menschlicher Gruppen, einschließlich deren Verkörperung in Artefakten; der wesentliche Kern von Kultur besteht aus traditionellen (das heißt historisch gewonnenen und ausgewählten) Ideen und besonders den ihnen beigelegten Werten; Kultursysteme können einerseits als Ergebnis von Handeln, andererseits als konditionierende Elemente fernern Handelns betrachtet werden.“<sup>1</sup>

Mit dieser Definition von Alfred Kroeber und Clyde Kluckhohn, die in ihrer Publikation aus den 1950er Jahren eine Vielzahl von Kultur-Definitionen ausgewertet und diese daraus extrahiert haben, liegt ein dynamisches Kulturkonzept vor, welches Kultur als einen immer wieder neu realisierten symbolischen Selbst- und Weltbezug fasst, der vor allem insofern relevant ist, als er zwischenmenschliches Verhalten modelliert. Dennoch wäre es unrealistisch, zu leugnen, dass sich innerhalb einer (historisch entstandenen) sozialen Gemeinschaft solche Verhaltensmuster auf spezifische Weise verfestigten.<sup>2</sup> Daher rührt auch der Verweis auf die Tatsache, dass Ideen nicht beliebig zirkulieren, sondern „der wesentliche Kern von Kultur“ gerade aus jenen Ideen besteht, die sich als „traditionelle“ profiliert und damit herausgebildet haben.

Siegfried J. Schmidt beschreibt diesen Prozess als „Institutionalisierung.“<sup>3</sup> Institutionen wie Familie, Schule, Militär sowie Zeremonien und Rituale, stellen gesellschaftlich relevantes Unterscheidungskwissen inklusive praktischer Problemlösungen

in auf Dauer gestellter Form zur Verfügung und organisieren auf diese Weise die Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund denkt Schmidt die Kultur als etwas immaterielles, als ein Programm, das Basisdichotomien und ihre internen Differenzierungen semantisch auflädt und dadurch ein individuell und kollektiv geltendes Wirklichkeitsmodell konstituiert, demgemäß sich Menschen in Gesellschaften verhalten.

In diese Heuristik integriert Schmidt nun die Medien, die in seiner systemtheoretischen Deutung qua struktureller Koppelung mit dem Kulturprogramm verknüpft sind.<sup>4</sup> Das Kulturprogramm benötigt die Medien zur „kontinuierlichen Kommunikation ihrer Anwendung“, während die Medien gleichzeitig Selektionspräferenzen der Kommunikation über das Kulturprogramm gemäß der eigenen Systembildungslogik setzen.

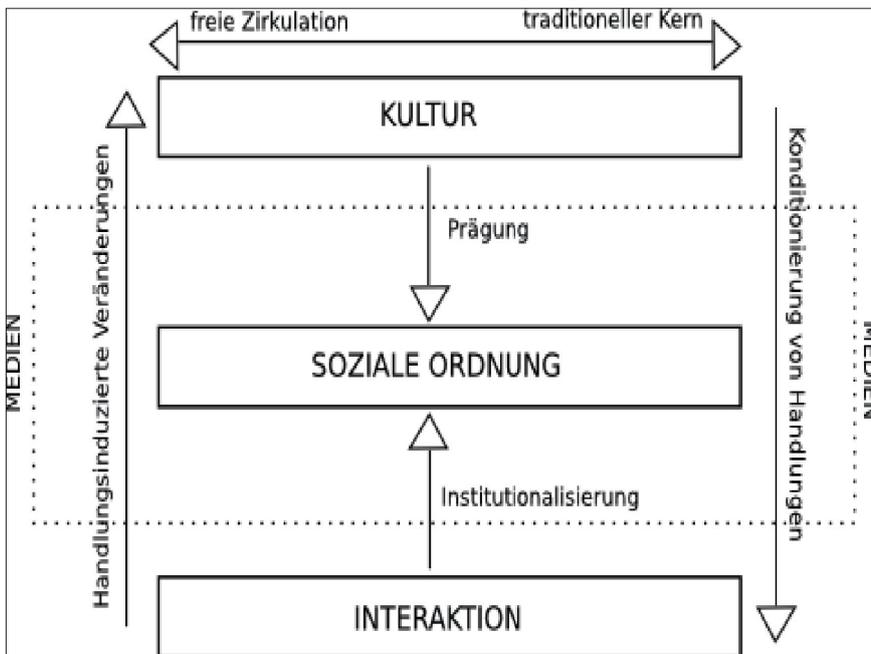
Fassen wir anhand der nebenstehenden Graphik (S. 55) die bisherigen Ausführungen zusammen:<sup>5</sup>

Die Kultur ist zugleich Produkt als auch konditionierendes Element der Handlungen von gesellschaftlichen Akteuren (Interaktion). Sie dient als Bezugssystem bei der symbolvermittelten Kommunikation und modelliert damit zugleich den auf Kommunikation beruhenden Aufbau sozialer Ordnung (Institutionalisierung und Prägung). Die Medien sind mit diesem Prozess gekoppelt, indem sie sich in die Kommunikation einschalten, das kulturelle Bezugssystem damit neu aufbereiten, zugleich aber auch gemäß systemeigener Präferenzen umgestalten können.

Dieses recht abstrakte begriffliche Raster soll nun im Kontext der globalen Nachrichtenkommunikation konkretisiert werden. Dazu muss aber zunächst dieser Kontext genauer bestimmt werden. Wir greifen dabei auf drei theoretische Perspektiven zurück, die von Jean C. Kapumba Akenda ausgearbeitet wurden.

## Globalisierungstendenzen

Akenda<sup>6</sup> skizziert drei grundlegend voneinander differenzierbare idealtypische Formen der Globalisierung



Graphik: Daniel Kock

und vollführt den äußerst interessanten Versuch, diese Formen auf je unterschiedliche ethische Grundlagen zurückzuführen.

Die gegenwärtig in ihrer Wirkmächtigkeit dominierende Form ist nach Akenda (1) jene, die ihren Ursprung in dem im Selbstverständnis des Okzidents weit verbreiteten Universalismus nach Kant hat. Hierbei wird laut Akenda die universal geltende Moralität des handlungsfähigen Subjekts durch die universal geltenden Interessen des Finanzmarktes ersetzt. Entscheidend ist dabei, dass beiden Denkansätze überhaupt universale Paradigmen zugrunde liegen.

Der Vergleich dieser Globalisierungsform mit dem wissenschafts- bzw. logikverpflichteten Verständnis der Ethik besteht darin, dass beide Denkrichtungen eine Superwelt (intelligible Welt und Menschheit Kants, aktuelle globalisierende Cyberkultur) bilden, in der das historische Leben der konkreten Subjekte (Kant) und die kulturellen Nationalstaaten ausgeklammert werden.

Im Sinne Samuel P. Huntingtons lassen sich (2) jedoch ebenfalls Tendenzen einer so genannten Anti-Globalisierung beobachten, die eine „multipolare, multikulturelle Welt“ zur Konsequenz hätten. Huntington

erhärtert die These, dass nationalstaatliche territoriale Grenzlinien zwar an Gültigkeit verlören, die globale Neugestaltung aber entlang „kulturelle[r] Kampflinien“ stattfinden würde. „Politische Grenzen werden in zunehmendem Maße neu gezogen, um mit kulturellen, ethnischen, religiösen und zivilisationsbedingten Grenzen zusammenzufallen.“<sup>8</sup> Huntington vernachlässigt dabei jedoch, dass Bewegungen zur Stärkung kultureller Identität immer schon in Wechselwirkung mit Prozessen stehen, die eine solche in Frage stellen. Schließlich ist es nicht zuletzt „die Auseinandersetzung mit dem Fremden, Andersartigen“, durch die es „zu einem gegenseitig befruchtenden Prozess kultureller Entwicklung“<sup>9</sup> kommt.

Eine weitere von Akenda aufgezeigte Tendenz der Globalisierung stellt (3) eine ideale Form der globalen Neuordnung dar, die auf der Idee der Möglichkeit interkultureller Kommunikation basiert. Es handelt sich hierbei um einen Universalismus der allgemeinen Anerkennung sowohl der individuellen und kulturellen Selbstständigkeit, als auch deren Verschiedenheit. Im Gegensatz zu der oben erwähnten Cyberkultur ist damit nicht die Subsumtion sämtlicher Individuen, Gesellschaften und damit Kulturen unter vorausgesetzte

Gesetzmäßigkeiten der Ökonomie gemeint, sondern die Bemühung um eine „Suprakultur“, die sich dadurch auszeichnet, dass sie durch das Transzendieren kultureller Identitäten den Austausch mit anderen Kulturen zulässt, ohne ein Gefahrenpotential für das eigene Selbstverständnis zu erfahren.

„Die Kulturen hängen voneinander ab und integrieren dadurch fremde Elemente. Sie lassen sich als historische Individualitäten [nach Max Weber, DK/CK] verstehen. Sie wachsen aus vielen Elementen zusammen und bilden aber eine organische Einheit, in der die verschiedenen Elemente durch ihr Wirken miteinander verschränkt sind. Über diese Verhältnisse repräsentiert jeder Teil das Ganze dieser Einheit. Daher kann man keinen Teil wegnehmen oder hinzufügen, ohne das Ganze dieser Einheit zu verändern.“ (Akenda, S. 160f)

Um nun verschiedene Szenarien einer globalen Nachrichtenkommunikation zu erarbeiten, wollen wir die drei Globalisierungstendenzen soweit abstrahieren, dass sie mit dem anfangs eingeführten Modell verknüpft werden können. Dass damit die intendierte Bedeutung der Autoren zum Teil verloren geht, muss dabei in Kauf genommen werden.

### Das Empire und die Medien

Beginnen wir mit der von Akenda entworfenen ‚Superwelt‘. Relevant ist im Kontext der globalen Nachrichtenkommunikation der Entwurf einer weltumspannenden Einflussphäre. Wenn wir uns an die Konzeption der Medien als einen Mittler im kulturbedingten und -bedingenden Prozess der Institutionalisierung (und damit des Aufbaus einer sozialen Ordnung) erinnern, dann stellt sich die Frage, wo diese Einflussphäre im Modell zu integrieren ist. Schafft diese sich ihr eigenes Bezugssystem und ersetzt damit die Kultur in ihrer Funktion, der Kommunikation ihr ‚Material‘ zur Verfügung zu stellen? Nimmt sie somit auch die Medien in ihren Dienst?

Michael Hardt und Antonio Negri

entwerfen in ihrem Buch „Empire - Die neue Weltordnung“ das Szenario einer globalen Herrschaftsstruktur, die sich von territorialen Begrenzungen löst und in einer netzartigen Konstellation aus militärischer Gewalt, ökonomischen Kontrollmechanismen<sup>10</sup> und deren Untermauerung durch neue Rechtsstrukturen<sup>11</sup> manifestiert. Um das Individuum in die Strukturen des Empire einzubinden, muss mittels Kommunikations- und Informationssystemen eine „ununterbrochene und vollkommene Zirkulation von Zeichen“<sup>12</sup> in Gang gesetzt werden, welche in ihrer Wirkung auf das Bewusstsein die der staatlichen Souveränität entzogene Aufgabe der Erziehung übernimmt und die Individuen im Sinne der Foucaultschen Biopolitik<sup>13</sup> zur Teilhabe an Prozessen der Vergesellschaftung drängt.

Dieses Szenario enthält zugleich eine radikale Antwort auf die zuvor gestellte Frage: mit dem Postulat eines ‚Empire‘ muss ein Bezugssystem angenommen werden, welches die Funktion der Kultur ersetzt, oder genauer: die traditionellen Strukturen von Kultur auflöst, mittels Kommunikationstechnologien die Zirkulation von Symbolen beeinflusst und damit zugleich beim Aufbau einer neuen sozialen Ordnung mitwirkt. Die globale Nachrichtenkommunikation muss in dieser Deutung in den globalen Wirkungsmechanismus integriert werden und kann trotz der von Hardt und Negri behaupteten Eigen-dynamik der Kommunikationstechnologien nur als stabilisierendes Element des ‚Empire‘ gedacht werden.

Die empirische Verifikation eines ‚Empire‘ und dessen immateriellen Effekts auf die globale Nachrichten-kommunikation erscheint als aussichtsloses Unterfangen, jedoch kann die Theorie produktiver Anreiz für eine Reihe von Fragestellungen sein: Lässt sich eine ideologische Vereinheitlichung der Inhalte von Nachrichten herauslesen? Wie wirkt sich die Existenz einer globalen Medieninfrastruktur auf einzelne Kulturen und Länder aus? Welche Machtstrukturen wirken im Hintergrund auf die Selektion von Informationen?

## Machtverhältnisse in der Nachrichten-kommunikation

„Auch auf dem Informations- und Kommunikationsmarkt wächst die Macht der Multis. Mit zunehmender Konzentration im Mediensektor steigt der Druck der Konzerne auf die politischen Kräfte, die ihre wirtschaftlichen Interessen fördern sollen. Dies beschleunigt die Banalisierung der Medieninhalte. Bürger und Wähler, die über die Geschicke ihrer Gesellschaften entscheiden sollen, werden immer schlechter informiert.“<sup>14</sup>

Mit diesem Zitat aus dem „Atlas der Globalisierung“ rückt eine ganz andere Ebene unseres Modells in den Vordergrund: die Ebene der Interaktionen. Schon die obigen Fragen nach Medieninhalt, Infrastruktur und Machtverhältnissen lassen eine Lesart zu, in welcher weniger ein globaler Wirkungszusammenhang als vielmehr das Handeln einzelner Akteure von Interesse ist. Der „Atlas der Globalisierung“ hat dabei die multinationalen Konzerne im Blick, doch wenn wir Akendas zweite Deutung heranziehen wollen, müssen wir soweit abstrahieren, dass jeglicher Akteur – sei es im internationalen System, im globalen Markt oder in der einzelnen Gesellschaft – in Frage kommt. Auch Huntington stellt dann nur den Sonderfall einer Deutung dar, in welcher die Vision einer Super- oder Suprakultur beiseite geschoben und das Zusammenwirken personal oder organisatorisch gebündelter politischer und wirtschaftlicher Kräfte in den Blick gerät.<sup>15</sup>

Im Kontext der globalen Nachrichten-kommunikation identifiziert Jaap van Ginneken in seinem Buch „Understanding Global News“<sup>16</sup> solch distinkte Kräfte in den an der Finanzierung von Nachrichtensendungen beteiligten Unternehmen und Regierungen<sup>17</sup> sowie den an der Auswahl von Nachrichten beteiligten Agenturen: „On a world scale, only a few dozen media and media organizations play a key role in the ‚selective articulation‘ of life experiences, media messages and news definitions across all continents.“<sup>18</sup> Dieser Kritik wie auch dem Zitat aus dem „Atlas der Globalisierung“ liegt die Vorstel-

lung zugrunde, dass mit der Berichterstattung gewisse journalistische Ideale verbunden sind, die durch Fremdinteressen deformiert werden und somit verhindert wird, dass der Bürger adäquat informiert werden kann. In eine solche Kritik reiht sich auch Noam Chomskys Buch „Media Control“ ein, in welchem er beschreibt, wie die amerikanische Regierung zusammen mit der PR-Industrie Methoden entwickelte, die Bevölkerung mit leeren Phrasen gegen die Arbeiterbewegung und den Kommunismus zu mobilisieren.<sup>19</sup> Im Gegensatz zum Postulat einer sich formierenden Superkultur werden hier konkrete Interessen und deren institutionelle Verwirklichung herausgestellt, die mit dem Ideal einer gerechten sozialen Ordnung kollidieren. In einer Konfrontation mit Michel Foucault hebt Chomsky entsprechend hervor, dass die Kritik an der gesellschaftlichen Wirklichkeit einen Begriff von Gerechtigkeit voraussetzt.<sup>20</sup> Wie soll nun aber eine gerechte globale Informationsordnung aussehen?

## Dialog der Kulturen

Sean McBride, irischer Politiker und Mitgründer der Menschenrechtsorganisation „amnesty international“, trug 1980 als Kommissionsvorsitzender mit seinem Bericht „Many Voices – One World“ zur UNESCO-Debatte bei, die sich mit der Stimmenverteilung im globalen Nachrichtenverkehr, insbesondere der Gewichtung der „blockfreien“ Staaten, befasste.<sup>21</sup> Der als „McBride-Report“ bekannt gewordene Bericht enthält Passagen über die Bewahrung kultureller Identität, die Stärkung der Zivilgesellschaft, die Eindämmung einer zu starken Kommerzialisierung im Nachrichtengewerbe sowie die Notwendigkeit einer profunden Ausbildung von Journalisten, die dazu befähigen soll, Sprache, Kultur und Geschichte anderer Länder zu verstehen. Kritisiert wird zudem die Dominanz einer Minderheit von Industrienationen, die durch die Berichterstattung der Medien nicht auch noch verstärkt werden darf:

*„The press and broadcasters in the industrialized world should allot more space and time to reporting*

*events in and background material about foreign countries in general and news from the developing world in particular. Also, the media in developed countries -- especially the 'gatekeepers', editors and producers of print and broadcasting media who select the news items to be published or broadcast -- should become more familiar with the cultures and conditions in developing countries. Although the present imbalance in news flow calls for strengthening capacities in developing countries, the media of the industrialized countries have their contribution to make towards the correction of these inequalities.*"<sup>22</sup>

Die von Akenda vorgestellte dritte Perspektive einer „Suprakultur“, die die „Möglichkeit interkultureller Kommunikation“ einschließt, wird hier verknüpft mit der Hoffnung, dass die soziale Ordnung weder durch eine Art kulturellen Überbau einer globalen Weltordnung noch durch die Dominanz einzelner Akteure deformiert wird. Vielmehr soll der Kreis der Akteure und damit auch die Breite kultureller Einflüsse erweitert werden. Die Medien – mit ihrer spezifischen Fähigkeit, identifikatorische Nähe herzustellen und Distanzen zu überbrücken – spielen dabei die Rolle der Vermittler, oder wie es Magnus Macedo, brasilianischer TV-Journalist, formuliert: „I believe TV journalism brings understanding and gives you the opportunity to get you closer to people. Being close to people is very important to understanding, co-existing and surviving among so many different cultures, ethnicities and religions around our complex world.“<sup>23</sup>

### Fazit

Es hat sich also gezeigt, dass die Forderung nach einer integrativen Nutzung der Medien zur Förderung eines interkulturellen Dialogs angesichts des enormen Machtpotentials, das den Eigendynamiken des globalen Mediensystems sowie seinen Akteuren innewohnt, aktueller ist als je zuvor. Die grundlegende Skepsis, eine solche Zuordnung überhaupt vornehmen zu können, ist sicherlich berechtigt; doch soll ihren defizitären Ver-

fikationsmöglichkeiten ein medienpolitischer Anspruch entgegengestellt werden, in dem die Forderung nach einer medialen Vernetzung unter Bedingungen, die die Integrität von verschiedenen Kulturen berücksichtigt, enthalten ist.

Es bleibt demnach zu hoffen, dass das Machtpotential der Medien nicht im Sinne des Empires eine nach neoliberalen Gesetzmäßigkeiten funktionierende globale Vereinheitlichung, wie sie von Hardt und Negri skizziert wurde, reproduziert oder gar, wie es van Ginneken oder Chomsky befürchten, ein Machtungleichgewicht zwischen Gruppen global handelnder Akteure initiiert und etabliert, sondern dass die Medien durch ihr außergewöhnliches verbindendes Potential dazu beitragen, interkulturellen Austausch zu ermöglichen und zu forcieren. Sicherlich ist das ein frommer Wunsch; doch scheint eine solche radikale Forderung nach einer gerechten Umstrukturierung der Machtverhältnisse innerhalb des globalen Mediensystems die einzige Alternative zu sein, wenn man sich die globalisierungskritischen Szenarien vor Augen führt, die hier umrissen wurden.

### Anmerkungen

<sup>1</sup> Kroeber/Kluckhohn 1952; zitiert nach Schmidt, Siegfried J.: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Lit-Verlag, Münster 2003, S. 206.

<sup>2</sup> So definiert beispielsweise Oswald Schwemmer die Kultur als „alle in einer Gesellschaft etablierten Ausdrucksformen [...], die als Muster auf das Ausdruckshandeln in dieser Gesellschaft wirken.“ und verknüpft damit den Begriff der Kultur mit dem der Gesellschaft, indem diese als Rahmen verstanden wird, in dem sich kulturelle Ausdrucksformen etablieren können. Schwemmer, Oswald: Kulturphilosophie. Eine medientheoretische Grundlegung. Fink, München 2005, S. 39.

<sup>3</sup> Schmidt 2003, S. 234 [vgl. FN 1].

<sup>4</sup> Nach Schmidt bilden die Medien ein autopoietisches System aus, dessen vier strukturelle Komponenten (Medienangebote, Kommunikationsinstrumente, Sozialsystemische Institutionen, Medientechnologien) in Wechselwirkung zueinander stehen. Wichtig ist hierbei, dass der Medienbegriff mehrdimensionale Komponenten habe, dass es also verfehlt wäre, bspw. von einem singulären Medienangebot als „Medium“ zu sprechen (vgl. Schmidt, Siegfried J.: „Medienkulturwissenschaft“. In: Nünning/Nünning 2003: Konzepte der Kulturwissenschaften Theoretische Grundlagen, Ansätze, Perspektiven. Metzler Verlag, Stuttgart 2003, S. 351 – 370).

<sup>5</sup> Die Graphik erhebt nicht den Anspruch, Schmidts Modell wiederzugeben. Vielmehr dient sie der Visualisierung einer Arbeitshypothese.

<sup>6</sup> Akenda, Jean C Kapumba: Kulturelle Identität und interkulturelle Kommunikation. Zur Problematik des ethischen Universalismus im Zeitalter der Globalisierung. IKO-Verlag für Kulturelle Kommunikation, Frankfurt a. Main, 2004.

<sup>7</sup> Huntington, Samuel P.: Kampf der Kulturen. Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert. Wilhelm Goldmann Verlag, München 2002, S. 193.

<sup>8</sup> Ebd.

<sup>9</sup> Gieler, Wolfgang: Entwicklung und Kultur. Ein wissenschaftstheoretischer Diskurs zum westlichen Ethnozentrismus. Lit-Verlag, Berlin 2006, S. 7. Gieler wirft Huntington zum einen eine „ethnozentristisch geprägte Sicht“ vor und verweist zum anderen auf das unzureichende, weil unflexible und statische Kulturverständnis Huntingtons, der außer Acht lässt, dass „Kultur immer ein äußerst dynamischer und vor allem durch Migrationsbewegungen positiv wie innovativ beeinflusstes Element darstellt“ (Ebd.).

<sup>10</sup> Hardt, Michael/Negri, Antonio: Empire. Die neue Weltordnung. Campus Verlag, 2002, S. 334ff

<sup>11</sup> Ebd., S. 19ff.

<sup>12</sup> Ebd, S. 355.

<sup>13</sup> Ebd, S. 37ff. Der Begriff der Biopolitik wird von Foucault übernommen, um eine Herrschaftsform zu charakterisieren, die nicht mehr auf Disziplinierung angewiesen ist, sondern über Kontrollmechanismen die interne Verhaltensregulierung der Individuen aktiv hält.

<sup>14</sup> Gresh, Alain/Radvanyi, Jean/Rekacewicz, Philippe u.a. (Hg.): Atlas der Globalisierung. Le Monde Diplomatique/taz Verlags und Vertriebs-GmbH, Berlin 2007, S. 98.

<sup>15</sup> Huntingtons ‚Kampf der Kulturen‘ wäre in dieser Hinsicht ein Fall von Bündelung politischer Kräfte „entlang kultureller Kampflinien“.

<sup>16</sup> Van Ginneken, Jaap: Understanding Global News. A Critical Introduction, SAGE Publications, 1998.

<sup>17</sup> In Bezug auf Unternehmen verweist van Ginneken auf den „Umfeld-Effekt“, womit der Einfluss der Werbung auf den Inhalt der benachbarten Sendungen bezeichnet wird (S. 55ff); bzgl des Einflusses von Regierungen stellt er fest, dass weltweit das Weiße Haus, zusammen mit dem „State Department“ und dem Pentagon die Hauptproduzenten von Nachrichten sind (S. 93ff).

<sup>18</sup> Ebd, S. 41.

<sup>19</sup> Chomsky, Noam: Media Control. Wie die Medien uns manipulieren, Europa Verlag, 2003, 28ff. Analog entlarven Albrecht Müller und Wolfgang Lieb auf den „Nachdenkseiten“ ([www.nachdenkseiten.de](http://www.nachdenkseiten.de)) die Indienstnahme deutscher Medien zur Durchsetzung der Regierungsagenda.

<sup>20</sup> „Justice vs Power - Chomsky vs. Foucault“ (You Tube) <http://www.youtube.com/watch?v=mj2VJ7oexKc>, 13.08.08.

<sup>21</sup> Vgl Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten: Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung, Verlag für Sozialwissenschaften 2005, S. 107.

<sup>22</sup> <http://www2.hawaii.edu/~rvincent/mcbcon2.htm>, 2008-05-18

<sup>23</sup> Das Zitat stammt aus einem Interview der Seite <http://english.ohmynews.com/>, welches leider nicht mehr zugänglich ist.

# Rezension

Knut Hickethier und Katja Schumann (Hg.): Die schönen und die nützlichen Künste. Literatur, Technik und Medien seit der Aufklärung. München: Fink 2007. 403 S., ISBN 978-3-7705-4561-2

von Marein Budiner



Anlässlich des 65. Geburtstags von Harro Segeberg erschien 2007 dieser facettenreiche Sammelband, der sich den Forschungsschwerpunkten des Jubilars verschrieben hat. Unter der Herausgeberschaft von Knut Hickethier und Katja Schumann trugen namhafte literatur- und medienwissenschaftliche Wegbegleiter zu Betrachtungen über die ‚schönen‘ und die ‚nützlichen‘ Künste bei. Der Fokus liegt hierbei im Sinne Harro Segebergs nicht etwa auf der Unvereinbarkeit des ‚Schönen‘ – zu

dem Literatur, Malerei, Musik und Theater zählen – mit dem ‚Nützlichen‘, also dem industriell verwertbaren Technischen, sondern in der vielgestaltigen Auseinandersetzung mit Schnittstellen und Mischformen dieses traditionell gegensätzlich aufgefassten Begriffspaares. Rechnung getragen wird in diesem Band daher dem Film als moderne Kunstform, die letztlich mediengeschichtlich als Produkt ihrer Vorläufermedien gesehen werden kann und somit sinnbildlich für das enge Zusammenwirken von

Technik und Kunst in der industriellen Moderne steht. Auch gegenwärtige Medienentwicklungen wie etwa DVD und Internet als Kommunikations- und Speichermedien finden in der weit blickenden Publikation ihre Beachtung. Zu kurz gekommen scheint die Berücksichtigung des Segebergischen Interesses für die deutsche Film- und Kinogeschichte im 20. Jahrhundert, vor allem im NS-Kontext.

Inhaltlich gliedert sich die Festschrift zunächst in vier größere Themenkomplexe, die anhand der Beiträge wiederum in sich unterschiedliche Ansätze versammeln.

So folgen nach der aufschlussreichen Einleitung der Herausgeber, die sich dem Dreieck Literatur – Technik – Medien kultur- und medienwissenschaftlich nähert und auf das historisch verankerte Wechselspiel der scheinbar unvereinbaren Bereiche verweist, zunächst Texte zu Technik und Kultur. Von Knut Hickethiers Aufsatz zur Sichtbarkeit der Medientechnik, in welchem er sich Medien und Technik als kulturellen Dispositiven nähert, spannt Hans Jürgen Wulff den thematischen Bogen bis zum Computer-Körper der Cyborgs als filmischem Sujet und verweist auf die Mischformen von Natur und Technik anhand der Mensch-Maschinen des Kinofilms.

Ein weiterer Themenkomplex widmet sich Literatur, Kultur und Technik; drei Begriffe, die das Feld der Segebergischen Forschungsinteressen beispielhaft benennen. Hier trifft der Leser auf unterschiedlichste Ansätze unter dem Fokus des Mit- und Ineinanders der drei Bereiche. Ingrid Schröder z.B. untersucht den niederdeutschen Sprachwandel im 18. Jhd. als Ausdruck sozialer und kultureller Differenzen, während Gerd Eversberg sich den ‚filmischen Romanen‘ Theodor Stroms nähert und somit den Weg vom Roman zum Film skizziert. Auch Irina Scheidgen beleuchtet diesen Aspekt, indem sie sich Verfilmungen von Theodor Fontanes Romanen zuwendet und den mit der filmischen Umsetzung einhergehenden Wandel in der Rezeption der Texte herausstellt.

Stehen in diesem zweiten Kapitel literarische, kulturelle und technische Beispiele des Zusammenspiels im Vor-

dergrund, so erweitert der folgende Abschnitt *Die Medien, Fin de Siècle und 20. Jahrhundert* das Sichtfeld um medienhistorische Wechselspiele, wie sie etwa in Marc Föckings Aufsatz zum Aufeinandertreffen von Lyrik, Telefon und Telegrafie um 1900 zum Ausdruck kommen. Besondere Aufmerksamkeit erfährt in diesem Kapitel die Auseinandersetzung mit dem Autor Ernst Jünger, dessen literarische Technik-Bilder sowohl bei Danièle Beltran-Vidals Beitrag als auch bei Lutz Hagededts Gedanken zur Fotografie bei Jünger im Vordergrund stehen und somit ein weiteres Beispiel für die Vermischung und Grenzüberschreitung von ‚schöner‘ Literatur und ‚nützlicher‘ Technik sind. Bernhard J. Dotzler, am Ende dieses Komplexes platziert, markiert mit seinem Text zu Alfred Hitchcock als Wanderer zwischen Kino und Fernsehen inhaltlich und strukturell den Übergang zum abschließenden Kapitel *Gegenwart und digitale Medien*, welches ebenfalls mit einer großen thematischen Bandbreite überzeugt. Medientheoretische Betrachtungen wie z.B. Heinz Hieblers Aufsatz zum Stil des Analogen und Digitalen stehen hier neben Überlegungen zur medialen Speicherung auf DVD, denen Jan Distelmeyer sich zuwendet, und Corinna Müllers Fragen zur Hybridisierung der Gattung des Dokumentarfilms am Beispiel der Dino-Dokus. Der Sammelband bietet auf abwechslungsreiche und erhellende Weise einen gelungenen Einblick in das Forschungsspektrum von Harro Segeberg und nähert sich auf gut 400 Seiten der Vielfältigkeit im Wechsel und Zusammenspiel von Literatur, Technik, Medien und Kultur.

## **Impressum**

Die tiefenschärfe ist die Zeitschrift des Instituts für Medien und Kommunikation (IMK) im Department Sprache, Literatur und Medien (SLM I) an der Universität Hamburg.

ISSN 1619-5450

### **Redaktion:**

Katja Schumann (verantw.)  
Daniel Kock

### **Schlussredaktion:**

Nicola Weber  
Christoph Klimmer

### **Gestaltung dieser Ausgabe:**

Daniel Kock

### **Layout-Vorlagen:**

Frank Schätzlein

### **Druck:**

Print und Mail der Universität Hamburg  
Allende-Platz 1, 20146 Hamburg

### **Institut für Medien und Kommunikation**

Von-Melle-Park 6  
20146 Hamburg  
<http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/>

# Sexy Media?

Gender Medialität Kulturalität

Ringvorlesung Montags 18 bis 20 Uhr

Uni Hamburg Hörsaal M im Hauptgebäude, Edmund-Siemers-Allee 1

27.10.08 **A Close Shave: The Ideal of the Smooth Body**

in Contemporary Culture (Vortrag in englischer Sprache)

Prof. Dr. Anneke Smelik, Radboud University Nijmegen

03.11. Von Golden Girls zu Alphamädchen:

Überlegungen zum Verhältnis von Medienfeminismus  
und feministischer Öffentlichkeit

Univ.Prof. Dr. Elisabeth Klaus, Universität Salzburg

10.11. **Towards Queer Television Theory and an Ethics**

of Sofa Spectatorship (Vortrag in englischer Sprache)

Dr. Michele Aaron, University of Birmingham, UK

17.11. **Between Difference and Disagreement:**

Post-Identity Politics and

the Power of Images (Vortrag in englischer Sprache)

Dr. Sandeep Dasgupta, University of Amsterdam

24.11. **Die Tanzkaraoke der Two Chinese Boys:**

Echo Objects für Gender Studies

Dr. Ulrike Bergermann, Universität Köln

01.12. **Zwischen Frauentausch und Küchen-**

**schlacht: Frauenrollen in Reality-Formaten**

Prof. Dr. Joan Kristin Bleicher,

Universität Hamburg

08.12. **Zur politischen Dimension des**

**Unheimlichen: Desperate Housewives revisited**

Ap.Univ.-Prof. Dr. Brigitte Hipfl,

Alpen-Adria Universität Klagenfurt

15.12. **Männlichkeit tragen:**

Der Stoff aus dem die Träume sind

Prof. Dr. Annette Brauerhoch, Universität Paderborn

05.01.09 **Coming to Terms with the Female Audience:**

25 Years of Feminist Reception Analysis

(Vortrag in englischer Sprache)

Prof. Dr. Liesbet van Zoonen, University of Amsterdam

12.01. **Lifestyle-TV und Lebensführung:**

Mediale Geschlechterinazienierungen

Jun.Prof. Dr. Tanja Thome, Universität Lüneburg

19.01. **Logik der Sorge/Selbstpornographisierung:**

Macht, Markt, Sexualität

Prof. Dr. Marie-Luise Angerer,

Kunsthochschule für Medien Köln

26.01. **Die Scham ist vorbei:**

Feminismus reloaded

Prof. Dr. Sabine Hark, TU Berlin

02.02. **Der Sex, die Sinne und die Medien:**

Marshall McLuhan sieht Tokio Dekadenz

Dr. Hedwig Wagner, Friedrich-Schiller-Universität Jena

Konzeption: Sigrid Kannengießer, M.A., Sigrid Lohst, M.A., Katja Schumann, M.A., Institut für Medien und Kommunikation

Mehr Infos: [www.uni-hamburg.de/Info/KV/MK/KommKomm/Ringvorlesung.html](http://www.uni-hamburg.de/Info/KV/MK/KommKomm/Ringvorlesung.html)

Plakatgestaltung: rhrk rampa, [www.queerlibra.de](http://www.queerlibra.de)

UH



Universität Hamburg

frauenstudien | geschlechterforschung

Interdisziplinäre und interdisziplinäre Forschung



Frauenförderfonds  
der Universität Hamburg



Institut für Medien  
und Kommunikation

Algorithmen, Netzwerke  
und Medien



Deutsches Zentrum für Medien-  
und Kommunikationsforschung

HANS-BREDDY-INSTITUT  
Medienforschung | Universität Hamburg

