

o. Univ.-Prof. Dr. Thomas A. Bauer, Universität Wien

Kommunikationskulturen im Wandel

Wertemodelle und Wissensmodelle der Mediengesellschaft

Gliederung

1. Vorbemerkung
2. Eine kybernetische Problematisierung
3. Ethik als Topologie des Menschlichen
4. Die Herausforderung der Mediengesellschaft
5. Bewegliche Grenzen und hybride Kulturen
6. Internet als Modell einer Do-it-yourself-Society
7. Verantwortung und Kompetenz im Kontext des kommunikativen Mediengebrauchs:
Media Literacy
8. Literaturhinweise

1. Vorbemerkung

Die Macht der Organisation ist es Kontingenz zu Potentialen zu formen und Komplexität so zu bündeln, dass, obwohl der einzelne von ihr entlastet wird, sie doch um ein Vielfaches erweitert wird. Das wirklich entscheidende Moment darin ist das Gelingen von Kommunikation. Die Gesellschaft, in der wir leben, ist kommunikativ konstituiert, das heißt: sie organisiert sich in Strukturen von Kommunikation und sie besteht (nur) als kommunikatives Gebilde, sie ist ein kommunikatives Konstrukt. Die Frage nach den Kriterien des Gelingens von Kommunikation stellt sich aber nicht nur pragmatisch, sondern – weil nur so Pragmatik nachhaltig eingelöst werden kann – auch kulturell. Und das auf mindestens drei Ebenen:

- auf der Sinnebene . ethisch,
- auf der Lernebene: ästhetisch
- und auf der Politikebene: rhetorisch.

Kommunikationskulturen beschreibt man, etwas einfach systematisiert, - ethisch, weil sie sich auf Werte- und Wissensmodelle beziehen,

- ästhetisch, weil sie sich in Sinnbestimmungs- und Wahrnehmungsprozessen realisiert
- rhetorisch, weil sie sich in Gestaltungsmodellen Performanz gibt.

Im dem Versuch, Kommunikationskultur als Modell einer gesellschaftlichen Ordnungsidee, wie die Gesellschaft sich selbst sinnvoll reflektiert, zu beschreiben, kann man sich auf verschiedene Vorstellungen beziehen, die zwischen dialogischer und diskursiver (Flusser 1998, 16-50) Verständigung liegen. Verständigung ist aber selbst ein kulturell bedingtes Gut. Über die Kultur der Verständigung zu sprechen setzt eine Verständigung über Kultur voraus. Der Gegenstand der Betrachtung fällt mit der Betrachtung des Gegenstands in Eins. (Schmidt 2004,17)

2. Eine kybernetische Problematisierung

Eine Betrachtung des Wandels der Kulturen macht nur Sinn aus der Bedingung den Wandel selbst als Kultur bzw. als kulturelle Leistung zu betrachten. Kultur ist die Informationsebene des Wandels wie Wandel die Formationsebene von Kultur ist. Was Kultur ist, wandelt sich unter den Augen der (sich ändernden) Betrachtung (und nicht aus sich selbst oder jenseits dieser), wenn und weil es als kulturwürdig gilt den Betrachtungsblickwinkel zu ändern. Es ist also die Betrachtung von Kultur, die wir im Folgenden kritisch beobachten, um orientierungsfähige Aussagen darüber machen zu können, wie wir den Kulturwandel im Kontext der Medienkommunikation bzw. der Mediengesellschaft für die Zukunft (und diese ist hier als ethische Kategorie gemeint) der Gesellschaft zu interpretieren gedenken.

Wenn es nun so ist, dass die Betrachtung darüber entscheidet, wie der Gegenstand der Betrachtung dann aussehen wird – was ja nichts Überraschendes in sich birgt -, dann macht es offenbar nicht nur einen epistemologischen, sondern auch einen ethischen, weil das Erkennen berechnenden Unterschied, ob man ein technisch-lineares (minder komplexes) Modell oder ein sozial-dynamisches (mehr komplexes, kybernetisches) Modell der Betrachtung der Kommunikationsgesellschaft wählt (Foerster 1993,53) Da es uns um den kulturellen Komplex der Kommunikation geht, scheint es vernünftig, sich auf ein komplexeres Modell der Betrachtung des gesellschaftlichen (kulturellen) Wandels einzulassen.

Dem kybernetischen Denken, dem Denken in Regelkreisen und vernetzten Rückkoppelungssystemen, wie es Norbert Wiener (1968) in die Sozialwissenschaft eingebracht hat, darf man wohl zurecht die kulturelle Ambition des Wandels nachsagen, die sich darin realisiert, nicht neue Lösungen für alte Probleme aufzutischen, sondern für die Attraktivität neuer Probleme (Sichten) zu sorgen. Das kybernetische Denkmodell ist in diesem Sinne auch eine wissenschaftsethische Entscheidung für eine geistige Umbruchshaltung (intendierter Wandel) – weg von der technischen Linearität (Ursache-Wirkung) und weg vom Paradigma der Machbarkeit zum Paradigma des Lernens durch Information und Kontrolle (Reflexion) der Information. In eben diesem Sinne braucht Wissen auch Mehrwissen. Und Mehrwissen ist nichts anderes als Wissen(schaft) über Wissen. Um sich beispielsweise (kritisches) Wissen über unser kulturelles Wissen zu schaffen, bedarf es einer Positionierung der absichtsvollen Betrachtung, wobei die Absicht (Ziel, Erkenntnisinteresse, Unterscheidungsgesichtspunkt) selbst zum Gegenstand der Betrachtung wird.

Ein solcher Vorgang kann nur systemisch (immer einen Zusammenhang in Unterscheidung zu Umwelten im Auge habend) sein. Mehr noch: ein solcher Vorgang generiert Systeme, macht also Zusammenhänge auf Grund des Betrachtungsinteresses (Absicht) sichtbar. Sie entstehen im Wege der Beobachtung und vollziehen sich als Beobachtung von Beobachtung unter Einbindung von Steuerungsgrößen – zum Beispiel von Wertemodellen, Wissensmodellen, Sinnmatrizen der Erfahrung. So werden Systeme des Denkens, Wissens und Handelns von Tautologien und Paradoxien entlastet. Eine in diesem Sinne kritische Beobachtung ist immer eine Beobachtung mit intervenierender Absicht. Sie ist die Grundlage einer lernenden Gesellschaft.

Dieser regelgesteuerten Entscheidung für Information aus Beobachtung und aus Beobachtung von Beobachtung steht allerdings das Moment der Überraschung (Zufall?) gegenüber. Es stammt aus der Autonomie des intelligenten Regelbruchs, der aus einsichtsvoller Absicht bewusst

gesteuerten Irritation des Gewohnten - was nichts anderes darstellt als die Regel der Beobachtung von Regeln, die eben auch zu der Erkenntnis führt, dass Regeln sich selbst oder auch die Erkenntnis, die ihnen folgt, ad absurdum führen können. Offene Gesellschaften halten sich solche Flächen der kritischen Intervention und des regelbrüchigen Diskurses frei – zumindest in Wissenschaft und Kunst. In Wissenschaft und Kunst generiert sie diskursive Instanzen der Skepsis, in denen sie – vermittelt methodischer (Wissenschaft) und/oder sensitiver (Kunst) Reflexion die Routinen des Alltags (Zeit, Raum, Relationen) unterbricht. Diese Unterbrechung ist schon eine Intervention im Sinne des notwendigen intelligenten Regelbruchs. Solche Unterbrechungen schleusen neue, andere, vielleicht überraschende Steuerungskriterien ein und lenken auf diese Weise die Regelkreisbewegung auf eine neue Ebene der Erfahrung. So werden Setzungen zu Voraussetzungen, die ihrerseits dann wieder neue Setzungen ermöglichen (Mitterer 2001,28, Schmidt 2003, 27) oder sogar notwendig machen. Denn erst die Unterbrechung ermöglicht eine Problematisierung, deren Sinn und Zweck ja nur die Umstellung der Problemsicht, also der Problemwechsel sein kann. Einer solchen Unterbrechung kann es gar nicht darum gehen für die gleichen und bisher schon so definierten Probleme (nur) neue Lösungen vorzuschlagen, sondern darum, die Routinen der impliziten Beobachtung umzulenken, um so die Aufmerksamkeit auf neue Probleme zu lenken. Die Lösung ist die Lesefähigkeit von Problemen.

Damit kommt das Kompetenzthema ins Spiel: Die Fähigkeit, Bereitschaft, Zuständigkeit und Verantwortung, sich auf neue Formationen einzulassen (In-Formation), sie wahr zu nehmen und mit ihnen die Welt der Erfahrung, des Wissens und Handelns zu umzugestalten, ist eine explizit ethische Entscheidung, weil sie bewusst kreativ und generativ ist. Ethik ist also keine dumpfe Ahnung von einer besseren Welt, sondern die moralisch kompetente Unterbrechung der Alltagssicht, sie ist die Regel zur Regel, sie erschließt sich nur kulturell (als Regelkreis der Kultur) im Wege der Autonomie des Erkennens (vgl. von Foerster 1985)

Kultur kann man als ein solches sich durch Selbstreflexion beobachtendes und so sich stets erneuerndes Kreislaufgeschehen betrachten und – wie dies im Konzept der Cultural Studies (Hepp 2002,875) auch verankert ist - im Modell des Kreislaufs beschreiben: Kultur passiert in der Regel als „Kampf“ um Bedeutungen, Territorien, Identitäten oder Aufmerksamkeit. In diesem Prozess spielen vor allem drei Instanzen, die zueinander in einem komplexen, zirkulären Interaktionsverhältnis stehen, ein prozessentscheidende Rolle:

- die Produktion von Kulturprodukten,
- die diskursiven Repräsentation derselben und
- die Aneignung der Kulturangebote.

Die Produktion von Kulturgütern entsteht aus dem Bedürfnis nach Selbstdarstellung, Selbstreflexion und Repräsentation gegenüber anderen. Dieser Vorgang beansprucht Territorien, der einerseits erreicht wird durch Identifikation, der andererseits aber auch wieder Regulationen ausgesetzt ist. Kulturidentitäten können sich in einer durch Medienkommunikation vermittelten Gesellschaft immer weniger, wenn überhaupt, auf feste Territorien (Grenzziehungen gegenüber anderen) berufen. Die Grenzen verfließen, Inhalte werden vermischt (hybride Produkte), Ansprüche finden keine gesellschaftliche Absicherung und verlieren sich in globalen (globalisierten) Diskursen. Mit der Globalisierung der Medienkommunikation werden (nationalkulturelle, ethnisch kulturelle, lokal kulturelle) Territorien obsolet. Medienkulturen deterritorialisieren Inhalte, Repräsentationsmuster und Gebrauchsmuster. Sie absorbieren

unterschiedlichste Wert- und Bedeutungszusammenhänge, lösen diese aus ihren Traditionen und gesellschaftlichen Ordnungen, plastifizieren sie zu news-wertigen Konsumgestalten und rekomponieren sie im Kontext verstreuter Konversation. So werden die Kreisläufe der Kultur zueinander vermischt und verschnitten. Kulturen, die immer auch Kulturen von Kommunikation sind, wandeln sich also durch Kommunikation wie die Kommunikation selbst durch sie gewandelt wird. Das Kreislaufmodell bleibt als (theoretische) Option der Beschreibung.

3. Ethik als Topologie des Menschlichen

Gesellschaften überleben kulturell durch ihr ethisches Programm. Wo dieses außerhalb der Reichweite von alltäglicher gesellschaftlicher Kommunikation gelangt oder (mitunter sogar absichtlich) gestellt wird, entsteht ein moralisches Vakuum, das nicht nur den Einzelnen ratlos, sondern auch die Gesellschaft perspektivenlos macht. Da diese alltägliche Repräsentation des impliziten ethischen Programms einer Gesellschaft zunehmend durch Medienkommunikation expliziert wird, stellt sich die Frage nach dem (eigentlichen) Ort gesellschaftlicher Selbstbestimmung. Die Kommunikation der Gesellschaft ist erst dann ethisch gesichert, wenn die Gesellschaft eine ethische Konzeption als eine Gesellschaft der Kommunikation vor sich hat. Ethik braucht Kommunikation wie Kommunikation Ethik braucht. Beide Momente begründen sich gegenseitig im Kontext von Kultur – und nur in diesem macht es Sinn von Medienkompetenz (media literacy) zu sprechen.

Ethik ist ein Wissensmodell des Menschlichen. Sie spannt die Interpretation der Existenz des Menschen zwischen Realität und Idee und moniert im Vollzug des Alltags die Verantwortung für das allem Geschehen und Tun Eigenliche und Identische. Sie fordert die Vorgänge zu sein, was sie tun und zu tun, was sie sind. In diesem Sinne ist Ethik eine sich selbst stellende Perspektive der Betrachtung, ein Grundmuster des menschlichen Wissens von sich selbst und seiner Umwelt. Sie ist ein implizites Modell der Auffassung von Wirklichkeit und des Umgangs mit ihr. Sie ist nicht ein privilegiertes Erkenntnis, sie ist eine intrinsische Größe des Erkennens selbst; das Warum des Erkenntniswillens, das Wie des Entscheidens und das Was des Wissens und Handelns. Ethik ist demnach das implizite Wertemoment der Begriffe, die die Wirklichkeit darstellen und ausdeuten, wie wir sie meinen.

Ethik braucht keine spezifische Intelligenz oder Position, daher ist niemand von ihr ausgeschlossen und niemand durch sie bevorzugt. Sie ist die Referenzgröße für die gleiche Verteilung von Würde und Recht, von sozialer und kultureller Aufmerksamkeit. Mit Ethik beschreiben wir eine Grundannahme über den Sinnwillen der Wahrnehmung von sich und vom Andern, daher existiert sie nicht außerhalb oder jenseits von Kommunikation, sie ist die innere Seite der Kommunikation und das intrinsische Argument für den Sinn von sozialer Verständigung. Wenn Ethik die innere Seite und Aufmerksamkeit die äußere Seite von Kommunikation ist, dann kann im Sinne kritischer Reflexion Kommunikation gar nicht anders aufgefasst werden denn als kulturelles Handeln mit ethisch kreativer Absicht, also als Bedeutung stiftende Wahrnehmung von Welt aus der Position der Empathie für sich selbst (Authentizität, Subjektivität) und für den oder das Andere: die soziale und symbolische Umwelt (Differenz, Sozietät). In diesem Spannungsfeld der Wahrnehmung unterscheidet das ethische Wissen die Welt als das Eigene (Innere) im Fremden (Äußeren) und das Äußere (Andere) im Inneren (Eigenen). Die kritische Referenz

dieser kommunikativen Auseinandersetzung (Die Welt in mir und Ich in der Welt) ist das kulturelle Konstrukt von Identität.

4. Die Herausforderung der Mediengesellschaft

Die Gesellschaft, in der wir heute leben, wird immer weniger von der Produktion materieller Güter bestimmt, immer mehr aber vom Austausch von Informationen und Wissen sowie von der kommunikativen Vernetzung. Vor allem in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Technik und Bildung entwickeln sich Kompetenzzentren der kommunikativen Vernetzung von Daten, Informationen und Wissen. Sie bildet sich im System wechselseitiger Relationalität, in der technologisch rationalisierte Prozesse der Kommunikation die gesellschaftliche Entwicklung, das wirtschaftliche Wachstum, den ökonomischen Auf- und Abschwung, die Machtverteilung und nicht zuletzt soziale Bewegungen bestimmt. (Münch, 1995, S.12) In dieser Art organisierter Gesellschaften sind es vor allem die liberalen Vorstellungen des herrschaftsfreien Diskurses und die Tatsache, dass es keine „herrschende Vernunft“ mehr gibt, die die Gesellschaft (auch hinsichtlich ihres ethischen Programms) in Schach halten. So ist die Welt der gesellschaftlichen Kommunikation in den letzten Jahrzehnten vor allem durch das Potenzial der Medien erheblich vielfältiger, vieldeutiger, komplexer und nicht zuletzt verletzlicher und zerbrechlicher (Stehr 2000) geworden. Politik und Wirtschaft lassen sich nicht mehr so einfach über gleich geschaltete oder hegemoniale Strategien, schon gar nicht mehr über strategische Komplizenschaften zwischen den diversen (politischen, wirtschaftlichen, publizistischen) Zentren der Macht aushandeln und so in eine bestimmte dominante Richtung gestalten. Durch die globalisierte Medienkommunikation sind die Systeme offener, durchlässiger und durchsichtiger geworden. Das philosophische Konzept der Aufklärung hat mediale Realität angenommen. Mündig gewordene Bürger lassen sich zunehmend weniger mit trivialen Konversationskonserven ästhetisch, moralisch oder politisch bevormunden. Sie verstehen sich als Koproduzenten gesellschaftlicher Wirklichkeit, nicht als Befehlsempfänger oder als Lakaien einer herrschenden Elite. Die partizipatorischen Ansätze in Politik, Medien, Öffentlichkeit und Bildung sind nicht nur in theoretischen Konzepten zu finden, sondern setzen sich auch zunehmend real um.

Eine Mediengesellschaft ist eben nicht mehr eine einfältige, in eindimensionalen und klar voneinander getrennten Rollenmustern (z.B. der Journalist, das Publikum, öffentlich und privat) funktionierende und so in überschaubaren Bezügen geordnete Agrargesellschaft. Ebenso wenig ist sie eine nur auf Produktion von Gütern ausgerichtete Industriegesellschaft. Sie ist eine diversifizierte, weithin dehierarchisierte (heterarchisierte), ziemlich vermischte und überall gegenwärtige, überall intervenierende, überall anwesende und von jeder Seite beeinspruchbare soziale Form der Kooperation und Koordination von Individuen. In Mediengesellschaften wird die öffentliche Gesellschaft zu einem privaten Ereignis und das private Leben zu einem gesellschaftlichen Event. Öffentliches erreicht private Relevanz, Privates erreicht öffentliche Aufmerksamkeit. Der Bezugsrahmen für Entscheidungen wird auf diese Weise ziemlich komplex.

In dem Begriff der Mediengesellschaft sind allerdings auch Mythen verpackt, die den Menschen in dem Maße fordern wie er sie fordert, zum Beispiel die Mythen der Allwissendheit, der Allöffentlichkeit und der Allsagbarkeit. Es braucht offenbar solche Attribute, um sich des Stands und der Entwicklung der Gesellschaft im Hinblick auf ihre besonderen Kennzeichen, Herausforderungen und Probleme zu vergewissern, zugleich aber mythologisieren solche

Attribute die in ihnen bemühten Faktoren der gesellschaftlichen Entwicklung. Andererseits sind aber eben diese mythologischen Einschlüsse in den Selbstreflexionen der Gesellschaft vermutlich ein Hinweis auf das energetische, produktive und die sozialen Herausforderungen bestimmende Potential, das man solchen Faktoren wie Industrie (Industriegesellschaft), Medien (Mediengesellschaft), Information (Informationsgesellschaft), Wissen (Wissensgesellschaft) und vielleicht auch Freizeit (Freizeitgesellschaft) zuordnet.

5. Bewegliche Grenzen und hybride Kulturen

Kultur ist kein homogenes, wiewohl ein homologisches Gebilde, in dem sich Ethik als Sinnmatrix für jene letztgültige Entscheidungen historisch einschreibt, die besondere Dilemma-Situationen darstellen, die die Sinnfrage am stärksten strapazieren oder für jene aporetischen Situationen, für die die Erfahrung aus der Praxis unzureichend bleibt. Sie ist kein paradoxmatisches Protokoll, sondern wechselhafte Auseinandersetzung mit deutbarer Erfahrung und undeutbaren Einsichten, also ein fluider, in Geschichten und Diskursen vertikal und horizontal, zunehmend gesellschaftlich diagonal kommunizierter Rahmen, der von Differenz, Hybridität und Diversität lebt. Gerade deshalb verlangt er immer auch ethische Entscheidungen ab, gerade deshalb braucht Kultur – auch des Kontingenzpotentials wegen – sozial inspirierte Verwertung und kreative Performance. Kultur ist die Herausforderung zur Unterscheidung und zugleich die alltägliche Darstellung von (grundsätzlicher) Entscheidung.

Die Verbindungen und Passagen zwischen diversen Komponenten müssen nicht erst hergestellt sondern vor allem erkannt werden. Die Medien, vor allem aber die Netzmedien ("Neue Medien") könnten als eine dieser Passagen dienen, sofern der Zugang und Umgang für partizipationswillige Menschen problemlos gestaltet wird, was nicht zuletzt Aufgabe der Medienpolitik oder kommunaler Kommunikationspolitik ist.

Medien vermischen die Kulturen zu einer verallgemeinerten kulturell relevanten symbolischen Umwelt. Hybridkulturen können mehrere Aspekte gleichzeitig einschließen: Einerseits stellt dieses Konzept einen diskursiven Raum als Vermittlungsbasis verschiedener kultureller Elemente dar, andererseits dient sie als Schlüssel für einen partizipativen Medienbegriff. Die These in diesem Zusammenhang lautet: Die soziale Welt ist ein komplexer Funktionszusammenhang. Aus diesem Grund ist sie mit einfachen und eindimensionalen Beschreibungen nicht zu fassen. Moderne Gesellschaften sind in sich hochgradig differenziert und durch viele Codes kulturell diversifiziert - vor allem in urbanen Räumen, sodass von Einheitlichkeit nicht die Rede sein kann. Zur Beschreibung dieser Phänomene reicht auch nicht der viel zitierte Mythos der „Multikulturalität“, weil dieser zwar das gemeinsame Existieren verschiedener Kulturen aufnimmt, sie jedoch nur als nebeneinander existierende Welten der Bedeutung betrachtet. Die Synthese (auch wenn sie nur als positives theoretisches Desiderat gedacht wird) schafft das Konzept des Hybriden – oder der Transkulturalität (vgl. Hepp / Löffelholz 2002). Beide Termini und Betrachtungsweisen gehen von einer Durchmischung und Überschneidung von Kulturen untereinander aus, was bedeutet, dass eine permanente Reaktualisierung der Identitäten, der am Prozess teilhabenden Individuen diesen Prozess Kultur erst ermöglicht.

Die den herrschenden Wertordnungen zuliebe rationalisierten Trennlinien zwischen Politik und Unterhaltung, zwischen seriöser Berichterstattung und Unterhaltung (das eine ist die Arbeit, das andere das Spiel), die die Medienprogrammhersteller in verschwiegener Übereinstimmung mit dominanten Ideologien breiten Rezipientenkreisen vorgelegt haben, verfließen in neuen konvergenten Mustern. Politische Information wird zunehmend als ein Faktor von Unterhaltung wie Unterhaltsamkeit zunehmend als ein Faktor für die Rezeption von politischer Information akzeptiert oder gefordert wird. Die Fiktionalität von faktischer Information wird ebenso offenkundig wie die Bestimmung der faktischen Realität durch Fiktion. Die kommunikative Verteilung von Gesellschaftlichkeit und Macht deckt sich immer weniger mit den etablierten Strukturen der Organisation von Macht.

Die Macht der praktischen Kommunikation findet sich nicht mehr nur in professionell organisierten Medien, sondern ebenso jenseits dieser in spontan entstehenden und wieder zerfallenden Plattformen des Internet oder anderer Foren politischer Aktivität. Mehr noch: die Macht der gesellschaftlichen Kommunikation verlagert sich (theoretisch wohl begründet und praktisch konkret) immer mehr auf die Seite von Publikum und Rezipient. Es ist immer mehr die ästhetische Intervention des Rezipienten (Lesen, Hören und Sehen, Lesekulturen, Hörkulturen und die Kulturen des Blicks), die als der eigentlich die Realität bestimmende Faktor gesehen wird. Stabile und ruhende Systeme (vor allem Institutionen und Routinen des gesellschaftlichen Alltags) kommen unter Verdacht (Glaubwürdigkeitsdefizit, strategischer Skeptizismus), kommen in Bewegung, werden aufgeschreckt oder sehen sich der Herausforderung gegenüber, bisher geschlossene und selektiv zugängliche Kommunikationswelten öffnen zu müssen, wollen sie gesellschaftlich überleben. Die bürgerlich-politische (zunehmend zivilgesellschaftliche) Moral, generiert, transformiert und dargestellt durch Medien, fordert die Demystifikation der politisch inszenierten Rituale privilegierter Eliten: Ärzte, Lehrer, Politiker, Wissenschaftler, aber auch Institutionen haben ihre Legitimation nicht mehr aus dem gesellschaftlichen Status und nicht mehr aus ihrer Funktion, sondern zunehmend (und nur mehr noch) aus ihrem kommunikativen Kompetenz. Vertrauen wird zunehmend Kommunikationssache, gründet sich nicht mehr auf dem Prinzip des Gehorsams gegenüber Autoritäten, sondern auf dem Prinzip der Möglichkeit der kritischen Reflexion. Politisch gebildete und gesellschaftlich mündige Bürger reklamieren ihren Anspruch auf Integrität und Glaubwürdigkeit in einer Welt, in der Menschen der liberalen Verfügbarkeit von Information wegen viel mehr voneinander abhängig sind als es je der Fall war. Die horizontale Vernetzung von Erfahrung, Wissen und Kompetenz nimmt zu und konterkariert die vertikale Ordnung der Gesellschaft. Sie ermöglicht, aber erfordert auch viel mehr Kooperation und wechselseitige Koorientierung (vgl. Faßler 1997).

In diesem Kontext ruft sich die Fähigkeit des Menschen in Erinnerung mit der komplexer werdenden Umwelt auch die Werkzeuge der Anpassung mit gesteigerter Komplexität (Funktionsvielseitigkeit) auszustatten. Der Mensch, so lehrt die Anthropologie, lernt ja auch mit der Verwendung der Werkzeuge. Diese Grundannahme der Anthropologie ist die Grundlage für die evolutionäre Transformation der sozialen Wirklichkeit wie auch für die transformative Evolution der Werkzeuge (Medien) selbst (vgl. Bauer). Das evolutionäre Lernvermögen des Menschen (hier also: der sich im Lernen verändernde Mediengebrauch und das sich im Mediengebrauch entwickelnde Lernen) ist vermutlich der Ort bzw. der vermittelnde Faktor, aus dem zwischen Medien (auch Sprache, Verhalten, Riten, Gebräuche) und medial geformten Inhalten (sozialen Wirklichkeiten) ein zirkulärer Prozess wechselseitig getauschter Animation entsteht, der die gesellschaftliche Veränderung, meist als „sozialer Wandel“ definiert, reflektiert.

Medien schließen vieldeutige Welten in einer hybriden symbolischen Umwelt zusammen und bilden so einen Schirm generalisierter Konnektivität von individuellen Ereignissen. Die Metapher der Netzgesellschaft ist da schnell bei der Hand, sie ist ebenso mythologisch wie sie gebräuchlich ist. Sie erfasst auf der einen Seite den Wandel in der sozialen Architektur des gesellschaftlichen Zusammenschlusses, sie schließt aber auch auf der anderen Seite Mythen ein, so z.B. den Mythos der Symmetrie der Zeichenmächtigkeit, der Chancengleichheit im Zugang zu den Schlüsselressourcen von Wohlstand und Wohlfahrt oder der Gleichwertigkeit der Beteiligung an den erhofften Segnungen einer liberalisierten und auf dem Prinzip der kompetitiven Diskursivität gebauten Gesellschaft. Das Attribut der medienvernetzten Gesellschaft macht aber den Blick frei für die Perspektive, in der Gesellschaft nicht nur als strukturelle Voraussetzung für die Sozietät des Alltags gesehen wird, sondern auch als kulturelles Ergebnis von gelebter Konnektivität.

6. Internet als Modell einer Do-it-yourself-Society

Technische Grenzen, die sich nun zunehmend auflösen (Konvergenz) sind das Abbild der (möglichen) Auflösung sozialer oder kultureller Grenzziehungen. Bisher getrennt Betrachtetes kann nun zueinander in Beziehung gesetzt werden. Das Phänomen, dass Strukturen einander komplementieren, sich substituieren und mitunter symbiotische Modelle entwickeln, ist nicht nur technisch (Multimedia), sondern auch sozial und kulturell relevant. In diesem Zusammenhang ist Multimedia eben nicht nur als technische Entwicklung zu betrachten, sondern (auch) als kulturelle Kreativität und Produktivität. Multimediale Lösungen (für welchen Gebrauchszusammenhang auch immer) sind zugleich auch multiästhetische Konstrukte in einer von Polysemie besetzten Welt. Im Wissen um die Konstruktivität der kommunikativen Welt macht es (kreativen) Sinn zu dekonstruieren und auch Inhalte, Zeichen und Codes zu konvergieren. Daraus entstehen nicht nur kritische Aufnahmen bestehender Verhältnisse, sondern auch kritische Hinweise auf noch zu leistende, noch nicht entdeckte oder auch wieder vergessene Welten. Erst dieses Phänomen der ästhetischen Konvergenz kulturell divergenter Welten ist die eigentliche emanzipative Herausforderung für media literacy und Medienkompetenz. Der eingeübte Mediengebrauch (Konsumtion und sozialisierte Konsumhaltung) reicht nicht mehr aus, um sich in diesen (medialen) Welten zurecht zu finden. Es steht die Forderung nach dem sozialen Mediengebrauch, fest zu halten mit den Stichworten Partizipation, Interaktion, Empathie.

Die strukturelle Entwicklung der Medien spielt in diesem Prozess eine entscheidende Rolle. Medien sind die Agentur der aktiven und produktiven Beobachtung der Gesellschaft. Sie repräsentieren und performieren die gesellschaftliche Selbstbeobachtung, vor allem deren kommunikative Beziehungen und Bewegungen. In den Medien findet die (an sich immer bewegliche) Kultur eine performative Verkörperung.

Nichts macht diesen Wandel deutlicher als das Internet. Nach einer Erfolgsgeschichte, die mehr als 500 Jahre dauerte, bricht nun das Verhältnis zwischen Buchkultur und industrialisierter Gesellschaft. Die postmodernen Gesellschaften entwickeln neue Muster der Kommunikations- und Medienkultur, um sich den Bedingungen des permanenten Wandels anzupassen. Die neuen Netzmedien sind sowohl Subjekt wie auch Objekt der gesellschaftlichen Transformation. Dennoch ist es nicht die simple Fortschreibung zwischenmenschlicher Interaktion auf der Basis von elektronischer Infrastruktur. Es entwickelt in Korrespondenz zu gesellschaftlichen Visionen

technische Infrastrukturen, die auch abbilden, was sie ermöglichen: die ungewohnte und im Lichte der Ordnung von Massenmedien (Trennung von Professionisten und Laien, Trennung zwischen Produktion und Konsumtion) als relativ beliebig empfundene Muster der Verteilung von Diskursen und des Austausches von individueller Weltinterpretation. Die Produktion und Verteilung von Information wird deprofessionalisiert, die informativen Genres lösen sich auf in allgemein narrative und performative Muster der gesellschaftlichen Konversation. Im Modell des Internet etablieren sich neue lose zueinander gesellte gesellschaftliche Zusammenschlüsse von Individuen (Charles Taylor 2002) für relativ individuell und unter sich vereinbarte Zeiten und Räume, die quer zu den bisherigen sozialen, kulturellen oder nationalen Grenzziehungen (von Zeiten und Räumen) liegen. Dadurch entstehen ohne viel rituellem Aufwand (es braucht keine öffentliche Symbolisierung von Macht) und quer zu den homogenisierten gesellschaftlichen Ordnungsmodellen (Öffentlichkeit) heterarchische und frei floatende Referenzräume der gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Orientierung. Diese werden überdies - wieder ohne bemerkenswerte soziale Kosten und ohne rituellen Aufwand gewechselt werden, wann immer es individuell und situativ opportun erscheint. Die Änderungen und Bewegungen im Modell des Internet sind also gesellschaftlich integrativ, strukturell und im System mindestens vierfach:

- in der Sozietät der Zeit,
- in der Sozietät des Raumes,
- in der Sozietät der thematischen Relation und
- in der Sozietät der persönlichen Relation.

Die gesellschaftliche Wirklichkeit ist medienbestimmt, oder, um es ganz deutlich und alle Konsequenzen miteinschließend zu sagen: es gibt keine medienfreie Existenz. Die individuellen Alltagsordnungen von Zeit, Raum, Beziehungen und Themen orientieren sich an den medialen Verallgemeinerungen von Zeit, Raum, Beziehungen und Themen. Der Alltag nimmt in diesem Sinne Medienrealität an. Medienrealität als die verallgemeinerte und vermischte Summe möglicher individueller Positionen konstruiert Modelle des Seins, des Bewusstseins, der Befindlichkeit, der Krise oder auch des Glücks aus den Versatzstücken knapp bemessener Aufmerksamkeit und entlastet so die Komplexität der Entscheidung im Alltag. Alltagswelten bilden, weil von der Realität der Medien durchmischt, eine soziale, symbolische, kulturell und kognitiv vergrößerte Umwelt.

Dieser Tatbestand macht es möglich, aber auch notwendig jeweils jedem anderen ein ähnliches setting von Information, Wissen und Urteil zu unterstellen. Diese generelle und wechselseitige Unterstellbarkeit medienvermittelter Wissenszusammenhänge macht natürlich auch sozialen Druck. Man weiß, dass man wissen muss. Kinder z.B. die im Fernsehen nicht das sehen, was andere sehen oder die nicht auf jenen Seiten surfen, auf denen andere surfen, fühlen sich benachteiligt oder der Gefahr sozialer Minderbewertung ausgesetzt. Die Verteilung von Information, Wissen und Meinung im Kontext der medialen gesellschaftlichen Konversation ist auch Verteilung von Gesellschaftlichkeit: Status, Position, Privilegierung oder eben dessen Mangel. Die kommunikative Wirkung (Wissen, Urteil, Meinungsbildung) geht aber nicht, wie sich das triviale und im Muster der Mechanik konzipierte Abläufe von Medienkommunikation vorstellen, vom Medium auf den Rezipienten über. Vielmehr muss man sich die kommunikative Wirkung als sinnstrategische Entscheidung des Rezipienten auf Basis symbolisch vermittelter Interaktion zwischen (vgl. Blumer 1969) den Bedeutungszusammenhängen, die die Lebenswelt des Rezipienten bestimmen und jene, die in Medienkontexten kodifiziert sind. Der Rezipient sucht im Interesse seiner eigenen sozialen Definition Information, Erfahrung und Wissen und

bildet sich in Referenz zu seiner sozialen Umwelt Meinungen und Urteile, mit denen er seine Position in den für ihn relevanten Lebenswelten bestimmen kann. Trotz allen sozialen Drucks bedeutet dieser Vorgang aber (eben) auch Herausforderung und Chance zu selbst bestimmter und emanzipatorischer Entscheidung (Kompetenz).

Kompetente Medienkommunikation ist also im Hinblick auf den individuellen Rezipienten jene interaktive und partizipative Aufmerksamkeit gegenüber gesellschaftlichen Diskursen, die zum einen die Vergemeinschaftung von Unterschieden (der Erfahrung, des Denkens und der Absichten) ermöglicht, die zum andern auch – und das ist hier von Bedeutung – die Verteilung von Gesellschaftlichkeit sicherstellt. Diese Charakterisierung legitimiert ihnen kommunikative Wirkung zu unterstellen. Durch Kommunikation werden Menschen an der Gesellschaftlichkeit von Erfahrungen, Wissen und Problemen beteiligt, was auch heißt. In deren Verantwortung gezogen. Kommuniziertes Wissen verpflichtet gegenüber dem Inhalt und der Bedeutung des Wissens. Wissen durch Kommunikation (oder Medien) ist immer moralisch verpflichtendes Wissen. Wegschauen, Verweigern, Verschweigen ist die Kommunikation der bewussten oder ignoranten Missachtung. Da es in einer nach dem Modell des Internet generell öffentlichen Welt kein legitimes Versteck für privatisiertes Wissen gibt, gibt es auch keine privatisierte oder für bestimmte Personen oder Gruppen reservierte Verantwortung.

7. Verantwortung und Kompetenz im Kontext des kommunikativen Mediengebrauchs: Media Literacy

Die Fähigkeit des Umgangs mit Medien ist eine erlernt und erlernbar. Weil der Mensch mit der Verwendung der Werkzeuge auch lernt, die Werkzeuge zu verbessern, erlernt man media literacy am Besten durch den Umgang mit Medien. Deshalb steht Medienkompetenz in Abhängigkeit zur Verfügbarkeit der Medien. Das Media Literacy-Konzept hat mehrere Komponenten:

- Technik- Kompetenz: sie bezieht sich auf die grundlegenden Kulturtechniken (z.B. Lesen, Schreiben oder technischer Umgang mit dem Computer),
- Zeichen-Kompetenz: sie bezieht sich auf das Verstehen und Kombinieren einzelner Datenpakete (wie etwa Text und Bild / Bild und Ton / u.ä.) zusammen. Erst durch die Fähigkeit des Umgangs mit Medien kann aus den einzelnen Datenpaketen Information und Handlungsvermögen gewonnen werden.
- Kultur-Kompetenz: Eine dritte Komponente von Media Literacy ist die medienkulturelle Kompetenz. Sie beschreibt die Fähigkeit technisch erworbene Information mit den Kommunikationsvorgängen der sozialen Umwelt bedeutsam (handlungsorientierend) zu verknüpfen.

Der Bestimmungsrahmen von Media Literacy ist allerdings das Verständnis von Medienkultur. Sie stellt das Bündel an Richtlinien dar, die zur Konstruktion von kommunikativem Sinn (vgl. Bauer 1979) zwischen Kommunikationspartnern üblich bzw. möglich ist, um eine möglichst fehler- und einwandfreie Kommunikation zu gewährleisten. Sie bündelt Formen der Darstellung mit Formen der Übermittlung von Inhalten. Media Literacy stellt dabei einen determinierenden Faktor dar, sagt sie doch aus, in wie weit man gelernt hat mit den Medien umzugehen. Dabei umfasst die Medienkultur aber nicht unbedingt die kürzeste (theoretische) Verbindung, sondern

die geläufigste / häufigste, die am Besten auf gelerntes menschliches Kommunikationsverhalten angepasste. Denn als Faktor in der Bildung von (kultureller) Identität ist Medienkommunikation nicht nur ein technisches Instrument, sondern zugleich ein (sich selbst generierendes) kulturelles Programm.

Die Bedeutung von Medien bei der Konstituierung von individueller und gesellschaftlicher Identität liegt in der Konstruktion einer kulturellen (nicht nur strukturellen) Zusammengehörigkeit (cultural citizenship). (vgl. Klaus 2004: 196) Verantwortung ist eine soziale Kategorie von Wissen, sie ist die ethische Auslegung von Wissen, egal ob dieses Wissen implizit (Grundannahmen, Erfahrungen) oder explizit (Reflexion, Analyse von Erfahrung) ist. Verantwortung kann es nur dort geben, wo solches Wissen gegeben ist. Oder anders (medienpädagogisch argumentiert: Um Verantwortung für den Gebrauch von Medien übernehmen zu können, muss man (Medien-)Wissen erwerben. Weil Wissen immer (mit-)geteiltes Wissen ist, weil es also sozialen Charakter hat, ist auch Verantwortung immer sozial geteilt, also gesellschaftlich. Die Gesellschaftlichkeit des Wissens ist die Grundlage für Verantwortung, aber auch für subjektive Kompetenz. In diesem Sinne ist Verantwortung eine Kategorie der kulturellen Kompetenz, ein Wert, der in einer von Mediendiskursen definierten Welt immer interaktiv und partizipativ entsteht. Verantwortung hat in einer offenen Mediengesellschaft kommunikativen Charakter, sie begründet sozial und moralisch ein partizipatives Prinzip der Konstruktion von Welt. Das impliziert die Umstellung der Gesellschaft von hierarchischen zu heterarchischen Ordnungen. Die Medien (vor allem im Modell des Internet) ermöglichen nicht nur, sie verlangen im Sinne dieser aktiven Verantwortung geradezu die Teilhabe an den kulturellen Ressourcen der Gesellschaft. Wer sie nicht (kritisch) wahrnimmt, ist entweder strukturell ausgeschlossen und so Opfer von struktureller Macht (Galtung 1982) oder moralisch indifferent und so Täter durch Verzicht auf Kompetenz. Medien sind (mittlerweile) die zentrale kulturelle Ressource vor allen anderen kulturellen Erfahrungsquellen. Im Verhältnis zu älteren kulturellen Ressourcen (Religion, Familie, Peers) war die Zugehörigkeitsbestimmung (citizenship) zu gewissem Grade immer auch ein Geschenk (Privileg) oder eine Stigmatisierung, in der Mediengesellschaft ist diese Bestimmung der Zugehörigkeit (citizenship), so mutmaßen Sozialwissenschaftler, (Hartley 1999: 154) auch im Do-it-yourself-Verfahren möglich. Das kann man nur für möglich halten, wenn man unterstellt, dass dem Menschen die dazu notwendige Kompetenz (kritische Distanz, technische Fähigkeit, kognitive und emotionale Bereitschaft, moralische Zuständigkeit) entweder als Habitus oder als Lernaufgabe zuzumuten ist. In diesem Sinne ist Kompetenz (Medienkompetenz, media literacy) der vernünftige Gebrauch der Medien, besser formuliert: der der Rationalität von Kommunikation entsprechende Gebrauch von Medien. Eine solche Kompetenz ist anthropologisch unterstellbar (vgl. Rabinov 2004). Im Unterschied zu traditionellen Rahmenwerken der Bestimmung von Zugehörigkeit und Identität (Familie, Institution, Nation) ist man in der heterarchisch und diskursiv geformten Mediengesellschaft - im Sinne der Kompetenztheorie - der gesellschaftliche Souverän seiner Entscheidungen nicht mehr (nur) durch die Ausstattung mit Rechten und Pflichten (autoritäres Konzept von Kompetenz) sondern durch die Partizipation an Diskursen (kommunikatives Konzept von Lebenskompetenz).

Diese Analyse verlangt es, das autoritäre und an Machtkumulation orientierte Modell ethischer Verantwortung umzudeuten in ein triadisches Modell von Chancen, Herausforderung und Entscheidung.

Gegenüber den (in alten, asymmetrischen Massenmedien: one to many) Verteilungsstrukturen von Wissen ändern sich im Modell des Internet (symmetrisches Massenmedium: many to many) nicht nur die Verteilungsmuster von Information, Wissen und Erfahrung), es ändert sich mit diesen auch die gesellschaftliche Verteilung und Bestimmung von sozialen bzw. kulturellen Konstrukten. Grundsätzlich kann jeder mit jedem das Gespräch eröffnen – zeitversetzt und rollenversetzt und es ohne deklarierte Absicht auch wieder beenden. Die soziale Kontrolle hat sich zum Modus der Selbstkontrolle verändert – ein Austausch-Modell ohne sozialen Vertrag: any to any.

Zeitordnungen, Raumordnungen und Beziehungsordnungen werden situativ, diskursiv und in gewollter Zufälligkeit unter Einhaltung des Minimums an gegenseitiger Verpflichtung ausverhandelt, sie sind ein nur für den Moment gültiges Ergebnis der Vereinbarung von Nähe unter den Bedingungen des jederzeit möglichen Rückzugs auf Distanz. Solche Begegnungen haben keine protokollarische Existenz. Dieser Prozess der offenen kommunikativen Bestimmung von Wirklichkeit betrifft selbstverständlich auch die Bedeutung und die soziale Absicht von gesellschaftlicher Ordnung selbst, also den sozialen Sinn von Ordnungen der Zeit, des Raum und von Beziehungen. Ordnungen ändern ihre Bedeutung, indem man mit ihnen anders umgeht. Der mediale Umgang mit gesellschaftlichen Ordnungen wurde und wird besonders in der sozialen Formation des Internet variiert.

In diesem Modell medialer Interaktion und Partizipation entfaltet sich der soziale Wandel besonders deutlich: soziale Ordnungen gestalten sich relativ offen, in relativ beliebigen, subjektiven und situativen Verfahrensmustern. Eben anders als gewohnt: relativ begrenzt und im Hinblick auf individuelle Verantwortung relativ entlastet durch soziale Regulierung und hierarchisierte Verteilung von Kompetenz. Durch die Individualisierung, Digitalisierung, Virtualisierung und durch die Hypertextstruktur der Medien aber werden Zeitbezüge und Raumbezüge zur Simulation, Sozialbezüge werden umkehrbar, Rollen und Rollenbilder entpuppen sich als ziemlich abstrakte und willkürliche Konstrukte einer auf mentaler Kontrolle versessenen Gesellschaft, die im interaktiven Modell des Internet ihre Axiomatik verlieren. Die bisher selbstverständlich zueinander hierarchisch geordneten Zentren der (politischen, wirtschaftlichen, kulturellen) Herrschaft sehen sich zunehmend in Konkurrenz zu defokussierten und sozial dislozierten Epizentren der Macht. Hierarchien verlieren ihre Adressaten, situativ und temporär sich bildende communities entwickeln heterarchische Muster von Verteilung und Beteiligung und mobilisieren über diesen Weg zivilgesellschaftliche Modelle von Kooperation, Subsidiarität und Solidarität.

8. Literaturhinweise

Bauer, Thomas A. (2002): Die Kompetenz ethischen und ästhetischen Handelns: Medienethik aus medienpädagogischer Perspektive. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik. Stuttgart (Reclam): 194 – 219

Bauer, Thomas A. (1979): Medienpädagogik. Einführung und Grundlegung. Bd. 1: Theorie-Diskussion: Der Kommunikationssinn. Wien-Köln-Graz (Böhlau)

Bauer, Thomas A. (2002): Zweitwissenschaft oder Erschließungsperspektive? Zur Relevanz der pädagogischen Intervention in der Kommunikationswissenschaft. In: Paus-Haase, Ingrid /

Lampert / Claudia, Süss, Daniel (Hrsg.): Medienpädagogik in der Kommunikationswissenschaft. Positionen, Perspektiven, Potenziale. Wiesbaden (Westdeutscher Verlag): 21 – 33

Bauer, Thomas A. (2003): Medienpädagogik als Mediationsagentur zwischen Medienökonomie und Medienkultur. In: Altmeppen, Klaus-Dieter / Karmasin, Mathias (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Bd. 1/1: Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Medienwirtschaft. Wiesbaden (Westdeutscher Verlag): 115 – 138

Bauer, Thomas A. (2003a): Vom Strukturblick zum Kulturblick. Entwürfe zu einem Blended Theory-Modell. In: Karmasin, Matthias / Winter, Carsten (Hrsg.): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme und Perspektiven. Wiesbaden (Westdeutscher Verlag): 127 – 167

Blumer, Herbert A. (1969): Symbolic Interactionism. Englewood Cliffs (Prentice-Hall)

Deleuze, Gilles (1992): Differenz und Wiederholung. München (Fink Verlag)

Faßler, Manfred (1997): Was ist Kommunikation? München (Fink Verlag)

Flusser, Vilém (1998): Kommunikologie. Hsg. Von Stefan Bollmann und Edith Flusser. Frankfurt (Fischer)

Foerster, Heinz von (1985): Sicht und Einsicht. Braunschweig (Vieweg, Reihe Wissenschaftstheorie, Wissenschaft und Philosophie, Bd. 21)

Foerster, Heinz von (1993): Wissen und Gewissen. Versuch einer Brücke. Herausgegeben von Siegfried J. Schmidt. Frankfurt (suhrkamp)

Foucault, Michel (1988) Der Tod des Menschen im Denken des Lebens, hg. Von Marcelo Marques. Tübingen

Galtung, Joan (1982): Beiträge zur Friedens- und Konfliktforschung. Reinbeck bei Hamburg (Rowohlt)

Gebauer, Gunter / Wulf, Christoph (1998): Spiel, Ritual, Geste. Mimetisches Handeln in der sozialen Welt. Reinbeck bei Hamburg (Rowohlt)

Hartley, John (1999): Uses of television. London / New York (Routledge)

Hepp, Andreas / Winter, Rainer (1997): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen (Westdeutscher Verlag)

Hepp, Andreas (1998): Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen/Wiesbaden (Westdeutscher Verlag)

Hepp, Andreas (2002): Translokale Medienkulturen. In: Hepp, Andreas / Löffelholz, Martin (2002) (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz (UVK), 861 - 885

Hoffmann, Bernward (2003): Medienpädagogik. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Paderborn-München-Wien-Zürich (Ferdinand Schöningh)

Klaus, Elisabeth (2004): Cultural Citizenship. Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft 2 /04: 193 – 213

Mitterer, Josef (2001): Die Flucht aus der Beliebigkeit. Frankfurt (Fischer)

Münc, Richard (1995): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt/Main (suhrkamp)

Ortner, Gerhard E. (2004): Massenmedien und Lernvermögen. Der Einfluss asymmetrischer Massenmedien auf die Entwicklung des individuellen Lernvermögens von Kindern und Jugendlichen. www.treffpunkt-ethik.de/Dozententreff

Rabinov, Paul (2004): Anthropologie der Vernunft. Studien zu Wissenschaft und Lebensführung. Frankfurt/Main (suhrkamp)

Schmidt, Siegfried J. (2003): Geschichten & Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus. Reinbeck bei Hamburg (Rowohlt)

Schmidt, Siegfried J. (2003): Geschichten & Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus. Reinbeck bei Hamburg (Rowohlt)

Schmidt, Siegfried J. (2004): Unternehmenskultur. Die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Weilerswist (Velbrück Wissenschaft)

Stehr, Nico (2000): Die Zerbrechlichkeit moderner Gesellschaften. Die Stagnation der Macht und die Chance des Individuums. Weilerwist (Velbrück Wissenschaft)

Taylor, Charles (2002): Die Formen des Religiösen in der Gegenwart. Frankfurt (suhrkamp)

Wiener, Norbert (1963): Kybernetik. Reinbeck bei Hamburg (Rowohlt)

Der Autor ist Ordinarius und Professor für Kommunikationswissenschaft am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, Gastprofessor an der (PUC)-Universität São Paulo, Brasilien und an der CUNY Universität New York, USA Mitglied des Kuratoriums der GPI und Mitglied in der Projektgruppe Ethik-Media. Seine Arbeitsschwerpunkte sind u.a.: Medienkultur, Medienpädagogik, Kulturtheorie der gesellschaftlichen Kommunikation, Kommunikationsberufe, Inter- und transkulturelle Kommunikation.

thomas.bauer@univie.ac.at
www.thomasbauer.at