

Kommunikationshistorische Perspektiven auf das Werden der digitalen Gesellschaft: Visionen und Visionäre der digitalen Zukunft von gestern.

Der digitale Wandel der Gesellschaft ist ein multidimensionaler Prozess, der bereits mehrere Jahrzehnte andauert und verschiedene Lebensbereiche sowie Kontexte und Konstellationen der Kommunikation berührt und seither geprägt hat. Kommunikationswissenschaftlich gebräuchliche Begriffskonstruktionen wie das „digitale Zeitalter“, „digitale Gesellschaft“ oder auch die Rede von „tiefgreifend mediatisierten Gesellschaften“ nehmen diesen Wandel als weithin vollzogen an und blenden zugleich den andauernden Wandel und die Transformationsprozesse innerhalb dessen, was zu verschiedenen Zeiten digitale Technologien, digitale Kommunikation und digitaler Medienalltag bedeutet haben, partiell aus. „Digitale Medien“ als Begriff hat sich selbst vermeintlich seiner Zeitgebundenheit entkleidet und steht unitär für das Nachher des Wandels: frühere Medienepochen werden als Gegenstück des Digitalen somit ebenso als Block gefasst.

Die Beiträge in diesem Panel erinnern an die Zeitlichkeit der digitalen Transformation und dass das was digitale Medien und digitale Kommunikation jeweils gewesen sind, und wie zu verschiedenen Zeitpunkten über sie und ihre Potenziale für die gesellschaftliche Entwicklung nachgedacht worden ist, an sich wandelnde Visionen, Hoffnungen und Befürchtungen einerseits und adaptive Praktiken sowie Aneignungsformen andererseits gebunden war. Die vier Vorträge gehen aus den programmatischen Auseinandersetzungen mit der kommunikationshistorischen Dimension des digitalen Medienwandels und der damit verbundenen medienkulturellen und gesellschaftlichen Transformationsprozesse hervor, die aktuell in einer am CAIS angesiedelten interdisziplinären Arbeitsgruppe entwickelt werden. Geteilte theoretische Annahme ist dabei, dass Medienwandel sich nicht einfach ereignet, sondern gestaltet werden muss und neue Medienkulturen nicht bloß passiv als Folge technologischer Innovationen emergieren, sondern ihrerseits gebildet werden müssen und in den Gang der digitalen Transformation gestaltend eingreifen. Dabei lassen sich sowohl gestaltende Agenten des Wandels, die sie leitenden und von ihnen vertretenen Agenden sowie die vom Wandel betroffenen Formationen als analytische Linsen differenzieren. Die einzelnen Beiträge des Panels illustrieren das Potenzial des Zugangs zum digitalen Medienwandel anhand der Linsen Agenten, Agenden und Formationen indem sie verschiedene Ebenen der Visionen und Visionäre digitaler Zukunft mit den Linsen betrachten: Welche Bereiche werden als vom digitalem Medienwandel als betroffen bzw. herausgefordert dargestellt, wo und wie werden welche Vorstellungen und Wahrscheinlichkeiten gesehen, damit das Leben unter Einfluss der Technologie (für wen?) gut oder besser bleibt und was wird jeweils auch unter dem guten Leben, das es zu erreichen oder zu bewahren gilt, verstanden?

Im ersten Beitrag steht mit Joseph Weizenbaum dabei ein Visionär, Pionier aber auch Mahner als Agent der digitalen Zukunft im Fokus. Der zweite Beitrag adressiert einen korporativen Agenten und thematisiert Netflix als Gestalter digitaler Zukunft, auch wenn seine Vision erst auf die Optimierung eines spezifischen analogen Mediensegments abgezielt hatte. Im dritten Beitrag werden Computer- und Technologiemesen als Schau- und Umschlagplätze digitaler Zukunftsversprechen als Agenten des Wandels beschrieben und die Rolle der Berichterstattung zur Realisierung ihres Potenzials adressiert. Im letzten Beitrag schließlich stehen Nutzende im Fokus und wie die Visionen und Erwartungen einer frühen digitalen Subkultur die (unmittelbare) digitale Zukunft gestalten wollte.

Weizenbaums gescheiterte Zukunft: Warum wir heute noch so über KI denken (sollten) wie vor 50 Jahren

Unter dem Titel „Computer Power and Human Reason“ veröffentlichte der deutsch-amerikanische Informatiker Joseph Weizenbaum 1976 eine Kritik der ideellen Grundlagen des damals noch jungen Forschungsfelds der Künstlichen Intelligenz. Weizenbaum kritisierte darin ein inhumanes Menschenbild der KI-Forschung, ihre militärische Zweckgebundenheit sowie ein instrumentelles, solutionistisches Technik- und Wissenschaftsverständnis. Auch wenn dieses Buch nicht die erste Kritik an der KI-Forschung war (siehe „What Computers Can't Do“ von Hubert L. Dreyfus, 1972), erregte es in den USA und auch in Deutschland viel Aufsehen. Dies lag auch daran, dass Weizenbaum, zu jener Zeit Professor am MIT, spätestens seit seiner Entwicklung des Chatbots ELIZA 1966 selbst etablierter Teil jenes Forschungsfeldes war, das er kritisierte. Von der „Artificial Intelligencia“, wie Weizenbaum seine Kollegen aus der KI-Forschung bezeichnete, wurde das Buch abgelehnt (siehe „An Unreasonable Book“ von John McCarthy) oder einfach ignoriert. In den USA geriet Weizenbaums Kritik so mit der Zeit ins Abseits, während sie in Deutschland auf ein weitaus größeres Interesse stieß. Angesichts des wieder zunehmenden Interesses an Weizenbaums Kritik im Zuge des aktuellen KI-Hypes auch in den USA, geht der Beitrag der Frage nach, welche Faktoren dazu beitrugen, dass Weizenbaum im US-Kontext so lange keine Resonanz fand, nun aber das Potenzial hat, zu einer zentralen Referenzfigur für die aktuelle KI-Kritik zu werden.

Netflix' Agenda des Wandels: Von der Reform des Home-Video-Marktes zur Transformation der Mediennutzung

Netflix ist heute ein führender globaler Anbieter für digitale audiovisuelle Unterhaltungsinhalte. Durch Antizipation der Diffusion von zunächst DVD-Medien und dann Video-on-Demand-Technik spielte der ursprüngliche Nischenanbieter sein disruptives Potential aus und revolutionierte Unterhaltungsindustrie, -medien und Freizeitkultur. Im Sinne einer diachronen Perspektive auf digitale Transformationsprozesse eignet sich das Beispiel Netflix als Untersuchungsgegenstand für digitalen Wandel, weil der korporative Agent sich eine kohärente Agenda zu eigen gemacht hat, die Affordanzen schafft, z. B. für eine progressive Unternehmenskultur, die Vermarktung von Unterhaltungsangeboten als kreative Meilensteine und nutzerfreundliche, flexible Rezeptionsmöglichkeiten. In dieser Hinsicht bündelt Netflix als Agent des Wandels technische, ökonomische und inhaltliche Elemente und begünstigt eine Transformation der Kommunikationsmodi, also die Art und Weise der Rezeptionserwartungen und des Umgangs mit dem Angebot. Durchgeführt wird die Analyse mithilfe von öffentlich zugänglichen digitalen und nachträglich digitalisierten Quellen, die aus dem institutionellen Kontext (bspw. Unternehmensberichte von Netflix) stammen oder als Alltagszeugnisse (bspw. Forenbeiträge auf Reddit) betrachtet werden können.

Die Computermesse als Agent des digitalen Wandels? Visionen, Visionäre des digitalen Lebens aus 32 Jahren CeBit

Die Durchsetzung, Akzeptanz und Aneignung neuer Medien- und Kommunikationstechnologien hängen nicht nur von den technologischen Potenzialen und Funktionen ab, sondern insbesondere auch von passenden Anwendungs- und Einsatzszenarien für verschiedene Nutzergruppen. Visionen von positiven Veränderungen

durch Technik im beruflichen und privaten Leben prägen Nutzungserwartungen. Ein Schauplatz für die Verbreitung von Visionen für das zukünftige digitale Leben, das durch eine Konsumentenscheidung schon in der Gegenwart seinen Ausgangspunkt nehmen könnte, sind Computer- und Technologiemesen. Messen sind Schauplätze für neueste Technologien, teils noch vor Marktreife, die versprechen ein „Fenster zur Zukunft“ zu bieten. Zudem sind sie auch Medienereignisse, die in ritueller Wiederkehr in Fach- und Tagespresse gerahmt und in ihrer Bedeutung als Schauplatz für Zukunftsvisionen bestätigt werden. Aufbauend auf einer qualitativen Inhaltsanalyse der Berichterstattung rund um die CeBit (1986–2018) präsentieren wir Kontinuitäten und Wandel in der Inszenierung der digitalen Zukunft, ihrer Reichweite, ihrer Helden und Visionäre, sowie der Angesprochenen und der Bewertung der visionären Versprechungen. Es zeigt sich dabei, dass trotz immensen technologischen Wandels und Adressatenverschiebungen (mäandernd zwischen Berufswelt und Privatem, wechselwirkend mit dem Zeitgeist) die Visionen für die digitale Zukunft erstaunlich konstant und sowohl in Form als auch in Inhalt stabil geblieben sind.

Die erste digitale Generation: Jugendliche Medienwelten und Subkulturen in den 1980er Jahren

Die Durchsetzung von Computer und vergleichbaren digitalen Technologien wie Spielkonsolen als populäre digitale Medien lässt sich auf das Jahrzehnt der 1980er Jahre datieren. Vorreiter der Aneignung waren insbesondere Heranwachsende, was eine alsbald einsetzende empirische Jugendmedienforschung zum Anlass nahm, Nutzungsweisen und Wirkungen dieser frühen Digitalmedien auf Jugendliche in den Blick zu nehmen. Für die historische Mediennutzungsforschung sind diese Studien heute ein wichtiger Datenkorpus, um die Etablierung digitaler Medien in der Frühzeit der Digitalisierung aus Rezipientenperspektive zu rekonstruieren. Die mehrdimensionalen Daten, bestehend aus Interviews, Umfragematerial und Statistiken, offenbaren zum einen facettenreichen Einblicke in die alltäglichen, vielschichtigen und spannungsreichen historischen Lernprozesse der Aneignung, Akzeptanz, Diffusion und Nutzung der neuen Medien. Zum anderen zeigen sie die Ausdifferenzierung und Entstehung neuer hybrider jugendlicher Medienwelten und Subkulturen, was im Vortrag exemplarisch für die Herausbildung von Computer-, Musik- und Spieleszenen gezeigt wird.