

2 Medien

2.1 Begriffsdefinition

Der Begriff „Medien“ ist ein Pluralwort und bezeichnet unspezifiziert Trägersysteme zur Informationsvermittlung, wobei der Begriff dann im Sinne von „Massenmedien“ gebraucht wird (wenn also „etwas durch die Medien geht“, dann meint man damit zunächst Presse, Hörfunk und Fernsehen). Oft wird der Begriff in seinem Gebrauch spezifiziert (z. B. Kommunikationsmedien, audiovisuelle Medien usw.), wodurch die Medien in ihrer Funktion oder aber ihrer Beschaffenheit genauer gefasst werden. Auffällig am Begriffsgebrauch ist dabei, dass sich das Wort von seiner ursprünglichen Bedeutung als „Medium“ (Singular) entfernt hat, also nicht mehr als Kanal verstanden wird – so etwa wie Luft das physikalische Medium zur Übertragung gesprochener Sprache von Angesicht zu Angesicht ist. Entsprechend wird auch niemand im Alltag davon sprechen, er habe „Medien“ benutzt, wenn er eine Postkarte geschrieben oder telefoniert hat.

In der Spezifizierung „Neue Medien“ erfährt der Begriffsinhalt noch einmal eine Umdeutung, indem der Begriff über neue Formen der Kommunikation mit bestimmt wird. Wenn also jemand statt Postkarten Tweets schreibt, benutzt derjenige nicht einfach ein neueres bzw. moderneres Medium, sondern nutzt damit eine Kommunikationsform, die vor allem über ihre grundsätzlichen Möglichkeiten bestimmt wird, die im Falle der Tweets darin bestehen, den Nachrichteninhalte in nahezu Echtzeit schneeballprinzipartig global zu verbreiten. Diese Möglichkeiten verstellen dabei den Blick auf die normale Nutzung des Mediums. Wenn ein Mädchen früher von ihrem ersten Freund eine Postkarte bekommen hat, hat sie die Karte sicher auch ihren besten Freundinnen gezeigt. Heute heißen diese besten Freundinnen „Followers“ und erfahren eben per Tweet, was der Freund aus dem Urlaub geschrieben (oder besser: gesimst) hat. Der Rest der Welt interessiert sich nach wie vor herzlich wenig für das Mädchen und seinen Freund, sofern dieser, was freilich sehr selten vorkommt, nicht gerade eine Flugzeugnotlandung auf dem Hudson River beobachtet hat oder als amerikanische/r Präsident/in kandidiert.

2.2 Geschichte der Medien

Bereits aus der Begriffsbestimmung wird deutlich, dass sich die **Geschichte der Medien** am besten medientechnisch fassen lässt (vgl. den Text von Hans-Dieter Kübler „Medien- und Massenkommunikation“ im Klett Themenheft, S. 57f.). Allgemein wird die Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern durch Johannes Gutenberg Mitte des 15. Jahrhunderts als **erste Kommunikationsrevolution** bezeichnet. Die Bedeutung dieser Erfindung für die Verbreitung der Lesefähigkeit, der Entwicklung von Wissenschaft und Kultur und letztlich auch der Entwicklung des Bürgertums und der Öffentlichkeit (und damit auch der Demokratie) kann nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Eine **zweite Kommunikationsrevolution** setzte Mitte des 19. Jahrhunderts mit Entwicklung der Massenmedien – insbesondere von Film und Rundfunk – ein. Aus medientechnischer Sicht ist hier die Elektrifizierung der Medien entscheidend. Zugleich veränderten sich die Medienfunktionen, was sich in Stichworten wie Mediendemokratie, Propaganda oder Werbung zeigt; zugleich etablierte sich eine Medienindustrie mit zahlreichen Medienberufen.

Auch für die **dritte Kommunikationsrevolution** war eine technische Neuerung entscheidend, nämlich die zunehmende Ablösung der analogen Übertragung durch die digitale vor allem seit den 1990er-Jahren: Durch die verbesserten Speichermöglichkeiten einerseits, andererseits durch die unbeschränkte Konversion aller Formate wurde sowohl Multimedialität als auch Interaktivität möglich.

2.3 Wandel der Mediennutzung

Mit dem funktionalen Wandel der Medien ist ein **Wandel der Mediennutzung** verbunden, was sich zunächst im Wandel der Medien zu Massenmedien erwies. Genau diese Massenwirkung kommt den Neuen Medien nicht mehr zu. Vielmehr segmentieren sich die medialen Zielgruppen bis hin zur Individualisierung: Erreichten noch im ausgehenden 20. Jahrhundert bestimmte Fernsehsendungen ein Millionenpublikum („ganz Deutschland“ hatte dann z. B. eine Fernsehshow gesehen und sprach dann vielleicht am nächsten Tag darüber in der Schule oder am Arbeitsplatz), kann man heute zwischen Hunderten Programmen auswählen oder am PC und im Internet spielen oder sich mit anderen „Usern“ in Chatrooms und Newsgroups austauschen.

Wurde bereits die zweite Kommunikationsrevolution von kulturpessimistischen Prognosen begleitet, gilt dies noch mehr für die dritte, was vor allem an dem rasanten Tempo der Entwicklung liegen dürfte: Im Jahr 1989 wurden am CERN die Grundlagen des *world wide web* gelegt, 1993 konnte der erste grafikfähige Webbrowser kostenlos aus dem Netz heruntergeladen werden, womit der eigentliche **Siegeszug des Internets** begann. In den westlichen Industriestaaten waren noch 1997 erst rund elf Prozent Internetnutzer, zehn Jahre später waren es bereits 62 Prozent. Heute verfügen etwa 75 Prozent der deutschen Haushalte über einen PC mit Internetanschluss (dabei besteht eine sogenannte „digitale Kluft“, was meint, dass vor allem ältere und/oder sozial schwache Menschen das Internet deutlich weniger nutzen), 80 Prozent der deutschen Jugendlichen (10–13 Jahre) nutzen regelmäßig das Internet.

2.4 Medienkritik

Eine Folge dieser rasanten Entwicklung ist dabei, dass zwar fast jeder das Internet nutzt, doch keineswegs alle in derselben Weise damit umgehen können (oder vielleicht auch wollen). Meist souveräne Internetnutzer sind nach einer Bezeichnung von Marc Prensky aus dem Jahr 2001 die Digital Natives, also Personen, die mit digitalen Medien bzw.