

## Neue Medien

### **Simone Kimpeler, Michael Mangold, Wolfgang Schweiger (Hg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation**

Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 256 S., ISBN: 978-3-531-15477-0, € 29,90

Im anzuzeigenden Band sind die 17 Referate einer Tagung zusammengestellt, die 2006 unter dem Titel „Computervermittelte Kommunikation als Innovation“ in Karlsruhe gehalten worden sind. Die Autorinnen und Autoren veranschaulichen darin die Stellung, welche das Thema „computervermittelte Kommunikation“ im Rahmen von Publizistik und Kommunikationswissenschaft einnimmt - soweit die Rede ist von allen „Formen der interpersonalen, gruppenbezogenen und öffentlichen Kommunikation, die offline oder online über Computernetze oder digitale Endgeräte“ erfolgen. Der Gegenstand der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung ist die Analyse der wirtschaftlichen, technischen und sozialen Implikate computerbasierter Anwendungen zur Kommunikation, Information und Unterhaltung. Als Grundfragen der Forschung gelten jene nach den Herausforderungen, den Potenzialen und den Gefahren der fortschreitenden Vernetzung und Mobilität der Handelnden, nach den Prozessen der Virtualisierung, der Fragmentierung von Öffentlichkeit, nach einem sich vertiefenden ‚Digital Gap‘, nach Konzentrationstendenzen des Medienmarkts sowie nach Praktiken der Informationsfilterung und -selektion.

Der vorliegende Band gewährt einen zwar nicht systematischen, aber demzufolge umso bunteren Einblick in die sich hinter dem schwerfälligen Buchtitel versteckenden, derzeit sehr aktuellen und publikumsrelevanten Themenfelder computervermittelter Kommunikation(sweisen), die in der öffentlichen Diskussion kontrovers, aber weitgehend unter der Perspektive der „Neuheiten“ erörtert werden. Es geht um Online-Anzeigen, ‚E-Learning‘, Skype-Gespräche, ‚Videostories‘ im Internet und Computerspiel, um Internet-Chat, Gaming, Online-Wahlkämpfe und einen ‚Offliner‘/‚Onliner‘-Vergleich.

Zu diesen Themen enthält der Band knapp gehaltene Aufsätze, deren Argumentationen auf empirischen Studien fußen, deren Forschungsorientierung also dominiert. Genau dies macht neben der Aktualität der Fragestellungen die Attraktivität des Bandes aus - theoriegeleitete Forschungsfragen, quantitativ oder qualitativ akzentuierte empirische Designs und die aus den gewonnenen Daten sorgfältig abgeleiteten Schlüsse. Darum sei das Buch jenen empfohlen, welche sich aufgrund sorgfältig erarbeiteter Detailstudien ein Bild von den in rasanter Entwicklung befindlichen Möglichkeiten der computerbasierten Kommunikation

machen möchten.

Im ersten der beiden zu Beginn abgedruckten programmatischen Gastbeiträge skizziert Michael Friedewald die Geschichte des interaktiven Computers von dessen Anfängen bis zum individuell genutzten PC, der ‚persönlichen Informationsverarbeitungsmaschine‘. Anschließend diskutieren Roger Häussling und Michael Mangold neue Anforderungen an eine kritische und gesellschaftsbezogene Medienforschung. Mit Bezug auf Habermas’ Medienkritik setzen sie bei der zentralen Funktion der Medien an, der Wissensvermittlung. Sie plädieren dafür, die computervermittelte Kommunikation in die Analyse einzubeziehen, „da auch hier vielfältige Anknüpfungspunkte zur Gestaltung sozialer Wandlungsprozesse ermittelt und genutzt werden können“.

Die nachfolgenden Aufsätze sind in sechs Themenblöcke gegliedert. Im ersten Themenblock geht es um neue Typen von ‚Kommunikatoren‘ in der Online-Kommunikation, die aufgrund der Entwicklung des ‚Web 2.0‘ weiter bedeutsam geworden sind. In seiner schönen Studie liefert Jan Schmidt empirische Befunde zu Stabilität und zum Wandel von Weblog-Praktiken. Sechs unterschiedliche Sendetypen von Podcasts beschreibt Dennis Mocigemba aufgrund seiner explorativ generierten Daten.

Im zweiten thematischen Schwerpunkt stehen die Aneignungsprozesse und die Effekte von Online-Medien zur Diskussion. Werner Wirth, Thilo von Pape und Veronika Karnowski präsentieren ein integratives Modell der Aneignung mobiler Kommunikationsdienste und Patrick Rössler erhellt den Forschungsstand zu Wirkungen der Online-Kommunikation in einem ‚rückblickenden Essay‘.

Der dritte Themenblock beginnt mit Oliver Quirings Schilderungen bislang unausgeschöpfter Potenziale des interaktiven Fernsehens (iTV) in Deutschland. Im Anschluss folgt Castulus Kolo dem Strukturwandel im Anzeigengeschäft, wenn er die Online-Rubriken der Märkte für Stellen, Immobilien und Fahrzeuge heranzieht. Schließlich fragt Peter Georgieff nach den Chancen zielgruppenorientierten ‚E-Learnings‘ für ältere Menschen.

Im Rahmen des vierten thematischen Schwerpunkts beschreibt Martina Joisten die Prozesse der Hybridisierung von interpersonaler Kommunikation als Ergebnisse einer Untersuchung multimedialer ‚Skype‘-Gespräche. Im Kontext ihrer ethnografischen Fallstudie in einem Unternehmen interessiert sie sich für die Frage, ob die technische Konvergenz eine Konvergenz der Gebrauchsweisen nach sich ziehe. Damit ermöglicht ihr Text einen Einblick in die Aneignung konvergenter interpersonaler Kommunikationsmedien und verweist auf erste Kommunikationsveränderungen. Julie Woletz schildert mit der Kommunikationsform des ‚Digital Storytelling‘ oder der ‚Videostories‘ eine junge Entwicklung der computervermittelten Kommunikation und zeigt zugleich, dass die Strukturen multimedialer Kommunikation sowie Interaktion in den medialen Gebrauchsweisen gründen. Lesenswert ist der Beitrag von Jan-Noël Thon zum Thema ‚Kommunikation im

Computerspiel'. Schließlich stellen Markus Schubert und Nadin Ernst Resultate einer Untersuchung zu ‚Involvementsituationen‘ im Internet-Chat vor.

Der fünfte Themenschwerpunkt beinhaltet die Frage Harald Raus, inwieweit theoretische Ansätze aus der Vor-Internet-Ära auf Regeln und Kontexte einer ‚Second-Life-Plattform‘ anwendbar seien, und bei Jörg Müller-Lietzkow geht es um die Übertragbarkeit von Forschungsergebnissen zu Computerspielgemeinschaften auf virtuelle Arbeitsorganisationseinheiten.

Im letzten Themenblock untersucht Eva Johanna Schweitzer schließlich deutsche Parteiwebsites zu den Bundestagswahlen 2002 und 2005 nach dem Kriterium ‚Innovations-Konvergenz‘. Martin Emmer und Jens Wolling fördern im abschließenden Aufsatz Differenzen zwischen den Themenagenden von ‚Offlinern‘ und ‚Onlinern‘ zutage.

Mit seinem empirischen Akzent und den sorgfältig präsentierten, immer theoriegeleiteten Texten zu den aktuellsten Themen im Bereich der computervermittelten Kommunikation bietet dieser Reader trotz gelegentlich zu wenig detailliert ausgewerteter empirischer Daten einen adäquaten Einstieg in eine schnelllebige und sich rasant wandelnde Kommunikationswelt und deren zeitnahe Erforschung.

Hans-Ulrich Grunder (Zofingen, Schweiz)