

Digitale Kommunikation

Der Begriff der digitalen Kommunikation vereint in sich unterschiedlichste Bedeutungsfacetten. Er steht für die Kommunikation in und über „soziale“ Medien und Plattformen ebenso wie für Mensch-Maschine-Kommunikation oder das Internet der Dinge, in dem Geräte und Software eigenständig „interagieren“ und „handeln“. Konsens besteht in der Forschung dahingehend, dass sich mindestens in den „westlichen“ Gesellschaften mehr und mehr Kommunikation in digitalen Formen vollzieht. Auch die drei massenmedialen „Dinosaurier“ Zeitung, Radio und Fernsehen, die historisch für das analoge Medienzeitalter stehen, senden bzw. kommunizieren längst digital, betreiben netzbasierte Ableger, und nutzen digitale Plattformen wie Twitter und Facebook, um ihr Publikum zu binden und Interaktivitätspotenziale anzuzeigen. Auf der gegenüberliegenden Seite des Spektrums der Kommunikationsformen sieht es nicht anders aus. Natürlich gibt es weiterhin die kopräsente, nicht technisch-medial vermittelte Kommunikation. Denken wir jedoch an Videofonieanbieter wie Skype oder Instant-Messaging-Plattformen wie WhatsApp, wird deutlich, dass auch ein beträchtlicher Teil der interpersonalen Kommunikation heute digital vonstatten geht. Und selbst wenn wir ohne Messenger-, Videochat- und Netzwerkdienst in Beziehung treten, sind die in digitalen Medien aufgeschichteten Inhalte und Kommunikationssedimente häufig ein wesentlicher Bezugspunkt.

Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich auf die *Mediatisierung der sozialen Beziehungen* durch digitale Medien in zeitlicher Hinsicht. Diese Mediatisierung könnte im Prinzip auf ganz unterschiedliche Weise erfolgen. Faktisch wird sie dominiert von einigen großen Dienstleistern, die zunehmend auch das klassische Telefonieren in ihr Funktionsspektrum eingemeinden. Private Firmenmarken wie Facebook, WhatsApp, Instagram (alle drei konzentriert in der Facebook Inc.) oder Snapchat und TikTok vermitteln im Wortsinn unsere Beziehungen zur Umwelt. Mit ihren Plattformen und Apps sind wir mit der Welt verbunden – mit Freund*innen, Angehörigen, Bekannten, Kolleg*innen und Fremden, aber auch mit Marken, Vereinen, Medienhäusern, Parteien usw. All diese Akteur*innen versuchen ihrerseits, über diese Plattformen (Ver-)Bindung zu uns herzustellen. Phänomenologisch be-

trachtet steht jede*r von uns im Mittelpunkt vielfältiger Netzwerke, die sich um uns gruppieren. In all diesen Netzwerken wird kommuniziert. Die kommunizierenden Akteur*innen sind Individuen und Kollektive bzw. ihre medialen Personae oder auch technische Akteure wie Bots. Wenig überraschend verändert diese mediatisierte Eingebundenheit durch digitale Kommunikation Alltagsrhythmen, Zeiterleben und zeitbezogene Lebensführungsmuster.

Medien und Zeit sind in der Kulturgeschichte eng miteinander verwoben. Schon das Medium Zeitung und später die elektronischen Massenmedien waren wichtige *soziale Zeitgeber*. Eingebettet in Alltags- und Nutzungsroutinen hatten sie im Tagesablauf ihre Zeiten und forderten diese ein. Die Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin Irene Neverla verknüpft in ihren Arbeiten Erkenntnisse zur kulturhistorischen Zeitordnung mit der Geschichte der Medienentwicklung. Blicke man primär auf ihre Produktionsbedingungen, so Neverla (2010), durchliefen die (Massen-)Medien seit der Neuzeit eine Entwicklung von der „occasionellen“ Zeitordnung (z.B. Flugblätter) über die „zyklische“ bzw. periodische Zeitordnung (Zeitschrift und Zeitung im 19. Jahrhundert) hin zur „abstrakt-linearen Zeitordnung“ der elektronischen Medien Funk, Fernsehen und Internet. Abstrakt und linear meine hierbei, dass die letztgenannten Medien dem Prinzip nach „weder Anfang noch Ende [kennen], weder Pausen noch Unterbrechungen, keine Transport- und Vertriebszeiten und kaum noch Wartungszeiten, wie sie für die Printmedien noch notwendig waren“ (ebd.: 190). Was sich in diesem Gedankenbogen andeutet, ist ein Leitmotiv in Medientheorie und Mediengeschichte: Die Produktionsbedingungen und die Logistik der Distribution medialer Kommunikation unterliegen ebenso einer *Beschleunigung* wie sie diese evozieren. Oder kurz und knapp: Immer mehr Information kann immer schneller und „gleichzeitiger“ verbreitet werden. In der digitalen Kommunikation findet diese Steigerungslogik ihren vorläufigen Höhepunkt. Wir sollten die Beschleunigungsrhetorik aber auch nicht überstrapazieren. Dazu weiter unten.

Unter den Medientheoretikern kommt Paul Virilio als (selbsternanntem) Begründer der „Dromologie“, der Wissenschaft der Geschwindigkeit, eine zeittheoretisch herausgehobene Bedeutung zu. Viele seiner Visionen wirken, sofern man seinen Hang zum Untergangsszenario teilt, erstaunlich aktuell. 1990 veröffentlichte er seinen berühmten Essay *Rasender Stillstand* (Virilio 1997). Grundton dieser Schrift: Wo zunächst die Transportrevolution den Raum zerstörte, wirbeln die modernen Telekommunikationsmedien das Zeiterleben durcheinander. Der französische Philosoph beschwört das heraufziehende „Zeitalter der intensiven Zeit“: Wenn alles simultan erscheine und audiovisuell nach Hause komme, trete der Mensch rastlos und ohnmächtig auf der Stelle. Als Virilio seinen Essay veröffentlichte, stand das World Wide Web gerade noch am Anfang. Die Diskurse, die wir seit der Jahrtausendwende um digitale Medien führen, mittels derer nicht nur Jugendliche „al-

ways on“ und „permanent vernetzt“ sind (vgl. Steinmaurer 2016 zu einer Geschichte mediatisierter Konnektivität), können in mancher Hinsicht als nachträgliche Bestätigung dieser Diagnose gelesen werden.

„*Ein Film zu werden*, das scheint unser gemeinsames Schicksal zu sein“, orakelt Virilio im genannten Essayband. Fünfzehn Jahre nach seiner Vorahnung nahm Facebook den Dienst auf. Seither arbeiten viele Menschen ruhelos an ihren eigenen und den Lebens-Filmen bzw. Text- und Bildströmen der anderen. Mal als Akteur*innen, mal als Zuschauer*innen, mal als Claqueure. Die *Timeline* kann als erste Programmzeitschrift bezeichnet werden, die das Programm nicht vorhersagt, sondern von der Gegenwartsschwelle in die Vergangenheit schreibt. Das ändert allerdings nichts daran, dass wir als digitale Medienveranstalter*innen unserem Publikum verpflichtet sind: „The show must go on.“

Die aktuelle Medienlandschaft macht es uns einfach, argumentativ auf die Geschwindigkeits- und Simulationszüge eines Virilio aufzuspringen: Wir brauchen Zeit für die Bewältigung der Kommunikationsströme, in die wir eingebunden sind. Wir brauchen Fähigkeiten, um mit der Gleichzeitigkeit der Ereignisse und Informationen umzugehen, die auf uns einprasseln. Wir brauchen Zeit für die medien-gerechte Inszenierung unseres eigenen Alltags zum Zwecke seiner Teilbarkeit. Viele Menschen fühlen Stress angesichts dieser zeitlichen Verdichtung und des aus rezi-proken Kommunikationserwartungen resultierenden (Erwartungs-)Drucks. Dennoch ist „Aussteigen“ für die wenigsten eine realistische Option. Wer kann es sich schon leisten, sein Beziehungsnetz hinter sich zu lassen? Digitale Kommunikation mag oft spielerisch und lustig daherkommen. Wahrscheinlich aber war der aus the-rapeutischen Kontexten stammende Begriff der Kommunikations- und Beziehungs-arbeit noch nie so global gültig wie heute.

Wir sind im Zuge der aktiven Nutzung digitaler Medien zudem in *Plattform- und Bewertungslogiken* eingebunden. So rechnen die großen Tech-Firmen mit unserer beschränkten Zeit und Informationsverarbeitungskapazität und prägen mit ihren Rankings von Suchtreffern und mit ihren algorithmisch gesteuerten Hervorhebungs- und Ausblendungspraktiken die Kommunikationsstränge, die uns überhaupt erreichen. Außerdem vermessen und qualifizieren sie die Zeit, die wir zunächst gelebt und dann geteilt haben: „Null Menschen gefällt das?“ – für viele ein Albtraum. Aktivitäten, die sich gegen ihre mediale Aufbereitung verwehren und sich nicht in einen Informations- oder Unterhaltungswert verwandeln lassen, sind aufmerksamkeitsökonomische Verlustgeschäfte. Noch schlimmer ist es, Zeit ungenutzt zu lassen. Ungenutzte Zeit scheint mit dem digitalen Zeitgeist nicht vereinbar. Die letzten Inseln im Meer der digitalen Kommunikation waren die Wege von A nach B sowie die Warte- und Verweilzeiten. Heute macht sich verdächtig, wer sich unterwegs oder im Wartezimmer nicht diszipliniert in sein Display vertieft.

Mit dem Zusammenwachsen von Telefon und Internet ist Virilios rastlose Bewegungslosigkeit ziemlich mobil geworden. Self-Tracking-Applikationen schicken sich an, mit dem Schlaf eine weitere Bastion zu Fall zu bringen, auch diese Zeit der vermessenden Qualifizierung zuzuführen und uns über digitale Kommunikation zurückzuspielen, wie viele Tiefschlafminuten wir hatten und wie weit wir im Minus stehen.

Wir könnten mit der Aufzählung mühelos fortfahren und etwa mit dem Soziologen Hartmut Rosa (2019) den Verlust an Zeit beklagen, die mit Erfahrungen gefüllt sein könnte, die Resonanz ermöglichen. Digitale Kommunikation, so die *medienkritische Quintessenz*, verstärkt zwei Zeitregime: Sie setzt jedermann und jede-frau in das Beschleunigungskarussell, das insbesondere elektronische Medien immer schon angetrieben haben. Und sie rechnet unsere Zeit sekundengenau ab. Plattformen und ihre Displays machen sie vergleichbar als (investierte) Produktionszeit, Verweil- und Feedbackzeit. Die Pflege unserer sozialen Beziehungen wird so unter ein (quasi-)ökonomisches Primat gestellt: „Zeit ist Geld“ gilt nicht mehr nur im Berufsleben.

Ist damit alles gesagt? Zum Glück nicht. Denn zum einen konkurriert das Beschleunigungsnarrativ mit einem anderen und ebenso etablierten Digitalisierungsnarrativ. Und zum anderen konkurrieren alle primär aus der medialen Logik abgeleiteten Thesen mit der sozialen Logik der Praxis und Medienaneignung.

In „analogen Zeiten“ war es Medientheorie gewohnt, sich an Einzelmedien ab-zuarbeiten und diese möglichst trennscharf zueinander in Stellung zu bringen. Eine wichtige Einsicht ist, dass mit der digitalen Repräsentation, Verarbeitung und Ver-netzung von Daten und Informationen Einzelmedien (und ihre Theorien) über kurz oder lang obsolet werden. Zwar gab und gibt es Ansätze, die etwa von einem Compu-ter- oder Internetdispositiv sprechen und/oder die Eigenschaften wie Multime-dialität als Charakteristika herausstellen. Wenigstens im starken Wortsinn unterläuft digitale Medientechnik jedoch fixe strukturelle (An-)Ordnungen, Funktionalitäten und Wahrnehmungskonfigurationen, wie man sie noch bei einem Dispositiv Kino oder Radio plausibel machen kann. Die Universalmaschine Computer ist im Ver-bund mit (globalen/lokalen) Datennetzen in der Lage, alle vorangegangenen Ein-zelmedien in sich aufzunehmen, sie zu reproduzieren und neue Ligaturen, Hybride und Legierungen zu produzieren. Digitale Medientechnik scheint in besonderem Maße *plastisch und gestaltbar* zu sein. Für Zeiterleben und medial konstituierte Zeit-ordnungen bedeutet das, dass digitale Kommunikation alle früheren (medialen) Zeit-ordnungen potenziell in sich aufnimmt, diese teils reproduziert, teils zu etwas Neu-em hybridisiert und amalgamiert. Neverla (2002) spricht in diesem Zusammen-hang von *polychronen Zeitordnungen*, die im Wechselspiel mit der sozialen Logik der Praxis und Medienaneignung zu denken sind. Ihre Digitalisierung (allein) be-

deutet nämlich nicht, dass historisch eingespielte Medien- und Kommunikationspraktiken notwendig ihre kulturelle Stabilität verlieren. Wenn wir den Liebsten abends einen Gruß zur guten Nacht schicken, zum Geburtstag gratulieren oder ein frohes, neues Jahr wünschen, folgen wir einer zyklischen und ritualisierten Kommunikation, die mit dem Beschleunigungsnarrativ nicht zu fassen ist. Dominante Kultur erzeugt zudem Gegenkultur. Nur halbironisch greift in Teilen der Bevölkerung die Sehnsucht nach einem „digital detox“ um sich. Es gibt mittlerweile sogar Ablagestationen, die dazu da sind, dass man das Mobiltelefon mal bewusst nicht nutzt.

Der Wandel von Kommunikations- und Medienpraktiken lässt sich also nicht einfach aus den zugeschriebenen Charakteristika digitaler Medialität ableiten, sondern ist das Produkt der sozialen und kulturellen Aneignung von Medien sowie ihrer gesellschaftlichen Institutionalisierung. So betrachtet eröffnet digitale Kommunikation auch neue Möglichkeiten und Freiräume der *Zeitgestaltung*, der *Resonanz-erfahrung* oder auch des (*Wieder-*)*Erlebens vergangener Zeit(en)*: Wir gewinnen Flexibilität und können in einem gewissen Rahmen selbst entscheiden, wann wir etwas anschauen, anhören und wann wir antworten. Termine und Verabredungen können gerade im Privaten flüssiger und situativer gestaltet werden. Digitale Medien geben uns die Möglichkeit, signifikante Erfahrungen im Hier und Jetzt synchron präsent zu machen und mit denen zu teilen, die, aus welchen Gründen auch immer, in diesem Moment nicht bei uns sind. Diese Form der Gleichzeitigkeit ist weder per se eine kognitive Überforderung der Wahrnehmung noch ein Mangel an Präsenz in der „primären“ Situation vor Ort (diese Differenz ist überholt). Sie ist eine neue Form *verteilter Präsenz* und eines *Zeiterlebens*, das sich nicht mehr nur chronologisch (erst-dann-...), sondern auch diachronisch ausdifferenziert (jetzt-parallel-auch-...). Vielleicht ist es gerade die Eingebundenheit in die gemeinsam im sozialen Netzwerk erzeugten Text- und Bildströme, die in der mobilen Gesellschaft und angesichts multilokaler Lebensführungsmuster Menschen heute Halt und „ontologische Sicherheit“ vermittelt (vgl. Reißmann 2014). Wie wichtig mithin die zeitlich synchrone Koordination paralleler Handlungen und Ereignisse ist, zeigt die Nutzung digitaler Medien in repressiven und autoritären Staaten, etwa im Kontext von Demonstrationen und Aufständen. Aber das wäre ein Thema für sich. Ebenso eröffnet die Vermessung der Zeit über Trackingpraktiken Formen der Sinnhaftigkeit, die über eine rein numerisch-vergleichende Selbstoptimierung hinausgehen. Daten sind immer auch potenzielle Reflexionsanlässe.

Zu guter Letzt: Zeitgestaltung durch digitale Kommunikation erschöpft sich nicht im Gegenwartsbezug. In ihrer Gesamtheit erzeugen Video- und Materialplattformen wie YouTube oder Musik-Streamingdienste wie Spotify riesige Kulturarchive. Und wenn diese Einbindung finden, bspw. in Facebook-Gruppen, konstitu-

ieren sich *Erinnerungsräume*, in denen individuelle und kollektive Vergangenheit („Die 80er“, „Leben in der DDR“ usw.) nicht nur repräsentiert, sondern kommunikativ verhandelt werden (vgl. Menke 2019). Im Grunde aber bietet schon jede beliebige Profildseite das Potenzial der Begegnung mit dem vergangenen Selbst. Wir müssen nur herunterscrollen.

Sowohl das globale Lamento als auch die Flucht in die medienökologische Esoterik der Abstinenz verdecken also die Vielfalt des Zeiterlebens durch und in digitale/r Kommunikation. So wichtig die aus ihnen abgeleitete Kritik für das Problembewusstsein ist, Technik- und Geschwindigkeitsdeterminismus, Vermessungs- und Zeitoptimierungspostulate greifen zu kurz.

Wolfgang Reißmann

LITERATUR

- Menke, M. (2019): Mediennostalgie in digitalen Öffentlichkeiten. Zum kollektiven Umgang mit Medien- und Gesellschaftswandel. Köln: Herbert von Halem.
- Neverla, I. (2002): Die polychrone Gesellschaft und ihre Medien. In: *medien & zeit*, Jg. 17, Heft 4, S. 46-52.
- Neverla, I. (2010): Medien als soziale Zeitgeber im Alltag. Ein Beitrag zur kultursoziologischen Wirkungsforschung. In: Hartmann, M./Hepp, A. (Hg.): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.183-194.
- Reißmann, W. (2014): Vom „home mode“ zum „image stream“? Domestizierungstheoretische Überlegungen zum Wandel privater Bildpraxis. In: *Studies in Communication Sciences*, Jg. 14, Heft 2, S. 121-128.
- Rosa, H. (2019): *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung* (2. Auflage). Berlin: Suhrkamp.
- Steinmaurer, T. (2016): *Permanent vernetzt. Zur Theorie und Geschichte der Mediatisierung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Virilio, P. (1997): *Rasender Stillstand. Essay*. Frankfurt am Main: Fischer.