BUCKOWER MEDIENGESPRÄCHE

Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.)

Die vernetzte Welt: Eine Herausforderung an tradierte gesellschaftliche Normen und Werte

[16]

kopaed

Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.)

Die vernetzte Welt: Eine Herausforderung an tradierte gesellschaftliche Normen und Werte

[16]

Erweiterte Dokumentation
zu den 16. Buckower Mediengesprächen 2012

kopaed

Die 16. Buckower Mediengespräche wurden durch das Medienboard Berlin-Brandenburg gefördert.

Für weitere freundliche Unterstützung gilt es Dank zu sagen an:
Hans-Böckler-Stiftung Düsseldorf, Land Sachsen-Anhalt (LISA Halle/Saale), DEFA-Stiftung Berlin, Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. Berlin, absolut MEDIEN GmbH Berlin sowie allen Anzeigengebern.

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar
ISBN 978-3-86736-016-6

© kopaed 2013
Kommunikation und Pädagogik
Pfälzer-Wald-Straße 64, 81539 München
Fon: 089. 688 900 98 Fax: 089. 689 1912
E-Mail: info@kopaed.de
Internet: www.kopaed.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Lektorat: Barbara Felsmann
Gestaltung und Satz:
typo//designbüro, Uta Thieme & Jens Wolfram
Titelbild unter Verwendung eines Fotos von © Jürgen Fälche / Fotolia.com
Druck: Kessler Druck+Medien, Bobingen

INHALT

VORWORT DES HERAUSGEBERS 7

DIGITALE WELT VERSUS SOZIALE WELT

GÜNTHER SCHATTER
Mediale Interdependenzen in Netzen
Mechanismen der Bindung, Abhängigkeit und Unentrinnbarkeit 13

ALEXANDER GRAU
Diesseits von Gut und Böse
Das Internet und die Anatomie der Moral 27

RALF LANKAU
Systemfehler
Oder: Es gibt kein richtiges Leben im digitalen 35

DIETER WIEDEMANN
Über den Umgang mit Medien
Können traditionelle Wertmaßstäbe für das Web 2.0 gelten bzw.
brauchen wir einen neuen Werte- und Finanzierungsdiskurs? 47

KLAUS-DIETER FELSMANN
Zukunftsdiskurs –
gern mit aufklärerischem und politischem Anspruch 55

MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN

JOACHIM VON GOTTBERG
Legitimation durch Masse
Mit dem Internet geht allmählich die Macht tatsächlich vom Volk aus 65

GERD HALLENBERGER
Die Medien, die Bäume und der Wald 77

JÖRG HOLTEN, JAKOB JÜNGER
Medieninnovationsbewertung,
anthropologisch und soziologisch gesehen 87

DANIEL HAJOK, ACHIM LAUBER
Kompetent durchs Internet!?
Anlässe und Perspektiven internetbezogener Medienkompetenzförderung 99

VERA LINß
Digitale Vernetzung ist Paradigmenwechsel
Drei Beispiele, wie Neues entsteht 111

SEBASTIAN SOMMERSCHUH
Aufklärung 2.0 – Gedanken zum Umgang mit der eigenen
Verantwortung als (noch) freier Mensch im globalen Netz 119

VERSUCHE

THOMAS BRENNER
Zum Vernetzen brauchen Menschen Menschen
Ein Blitzlicht aus der Lehrerfortbildung 129

STEPHAN J. MITTERWIESER
Bildung durch Medien? (Schul-)Bildung durch (Schul-)Medien!
Gedanken zum derzeitigen Stand der schulischen Medienwelt 137

FRIEDEMANN SCHUCHARDT
»Du gehörst zu uns!« – Was der Dokumentarfilm »Berg Fidel – Eine Schule
für alle« für die Umsetzung des inklusiven Unterrichtens leistet 141

HERBERT GRUNAU
Medienkompetenz … äh … Medien- … was???
Einige Anmerkungen zur medienpädagogischen Bilanz und Ausblick 2013 149

LEOPOLD GRÜN
Verfluchte Nabelschau oder Schutzraum Märkische Schweiz 157

ZU DEN AUTOREN 162

»Handy an, Hirn aus – wie doof machen uns Apple und Co?«, so hieß Anfang Februar 2013 eine Folge der Talkreihe »Hart aber fair« von Frank Plasberg. Die Gäste der Sendung zeichneten nahezu durchgängig ein Angstszenario, das mit der Lebenswirklichkeit kaum etwas zu tun hatte. Christoph Lauer, der Fraktionsvorsitzende der Berliner Piraten-Partei, ging im ansonsten heraufbeschworenen Schreckensszenario mit seinen Forderungen nach differenzierter Debatte, entsprechenden Bildungsangeboten und bewusster Trennung von anlogem Leben und Handhabung des Internets mehr oder weniger unter. Dabei hat er genau das benannt, was unsere Gesellschaft braucht. Technische Entwicklungen zu verdammen, dokumentiert zuvorderst eine eher fatalistische Hilflosigkeit. Man kann noch so sentimental darauf verweisen, dass die 35-mm-Filmprojektion schon über Jahrzehnte zuverlässig unser Bedürfnis nach großen Kino-Erlebnissen erfüllt, die sich gerade rasant vollziehende Umstellung auf digitale Projektionstechniken ist nicht zu verhindern. Denn, so sagt der stellvertretende Vorstandsvorsitzende des Hauptverbandes deutscher Filmtheater (HDF) Andreas Kramer: »Es geht auch nicht darum, ob man das möchte oder nicht. Wenn ich diese Entscheidung nicht treffe, verschwinde ich vom Markt. Punkt.« Wer innerhalb dieser Gegebenheiten konstruktive Zeichen setzen will, der muss die Primärstellung des Marktes als treibenden Faktor annehmen. Es sei denn, er hat grundsätzlich eine bessere Idee, wie soziales Wohlbefinden zu organisieren sei. Wer dagegen allein über Symptome wettert, der erreicht je nach Inszenierungsstrategie vielleicht kurzfristige Aufmerksamkeit, er wird aber selbst am von ihm beklagten Sachverhalt nichts ändern. Der so genannte Markt lacht sich ob des ablenkenden Kaspertheaters allenfalls ins Fäustchen.

Notwendig ist eine weitergehende Debatte darüber, wie die digitale Welt, als die wirtschaftlich gesehen momentan entscheidende Kraft, mit der sozialen Welt interagiert.

Udo Vetter, ein Anwalt, der wie Lauer für die Piraten-Partei arbeitet, meinte mit Blick auf die Literaten, die sich 2012 vehement gegen eine Aufweichung des Urheberrechts ausgesprochen hatten: »Ihr seid nicht (mehr) systemrelevant«. Was würde das, wenn es so wäre, aber in der Konsequenz für unsere gesellschaftliche Verfasstheit insgesamt bedeuten? Sind angesichts eines sich ausbreitenden virtuellen Paralleluniversums Normen und Werte, die sich bei der Strukturierung eines funktionierenden

analogen Gemeinwesens bewährt haben, generell obsolet geworden? Müssen sie modifiziert werden oder braucht es neue Rahmenstrukturen, damit sie hier wie dort gelten? Die Autoren der vorliegenden Publikation gehen solcherlei Fragen aus ihrer jeweiligen Fachperspektive – aber auch deutlich vor dem Hintergrund subjektiv gemachter Erfahrungen – nach. Dabei geht es im ersten Kapitel um grundsätzliche Konfliktfelder, die sich angesichts des Aufeinandertreffens von digitalen Konstrukten und sozialen Räumen ergeben. Im zweiten Kapitel steht die Interpretation medialer Welten als solche im Mittelpunkt. Hier zeigt sich, dass es unverzichtbar ist, die jeweilige Betrachtungsperspektive genau zu beschreiben, um die oft zu beobachtende unverbindliche Beliebigkeit vieler Debatten zu überwinden. Ein gewisses Alleinstellungsmerkmal innerhalb des Kapitels kann der Aufsatz von Daniel Hajok und Achim Lauber dahingehend beanspruchen, weil er explizit auf den Aspekt der permanent geforderten Medienkompetenzförderung eingeht. Hierbei wird nicht der diesbezüglich bekannte Anspruch wiederholt, sondern es wird danach gefragt, was die bereits vorhandenen Initiativen im Einzelnen leisten. Das dritte Kapitel eröffnet ein aufschlussreiches Spektrum an subjektiven Erfahrungen von Akteuren, die von den unterschiedlichsten Positionen aus im medialen Bereich tätig sind.

Die Handschrift eines Menschen ist einzigartig

Generationen von Lehrern und Lehrerinnen haben sich redlich gemüht, ihren Grundschülern wenigstens ansatzweise die Normen der Lateinischen Ausgangsschrift (im Westen) oder die der Schulausgangsschrift (im Osten) beizubringen. Gelungen ist das, trotz aller verordneten Zusatzübungen, jedoch immer nur tendenziell, denn die Handschrift eines Menschen ist einzigartig. Sie ist »Resultat der durch Gehirnimpulse gesteuerten Schreibbewegung«, so kann man es im Brockhaus-Lexikon lesen. Mithin ist die Handschrift, wie es im traditionellen Nachschlagewerk weiter heißt, »auch ein Phänomen des Persönlichkeitsausdrucks«, individuell wie die Augenfarbe oder der Fingerabdruck. Recht besehen, hatten die Pädagogen von daher auch gar keine Chance, eine an einheitlichen Maßstäben orientierte Handschrift durchzusetzen. Wenn heute vielfach nur noch eine vereinfachte Handschrift unterrichtet wird, dann ist das allerdings keine Kapitulation vor den Schülergenen, sondern eine vor den heute gebräuchlichen elektronischen Kommunikationsformen, die nur noch Maschinenschriften kennen. Ach Fräulein Frost, so hieß meine Schönschreiblehrerin, wie kann ich nur für manchen ungezogenen Fluch über Ihre Dressurbemühungen Abbitte leisten? Sie haben sich um eine wichtige Seite meiner Individualität verdient gemacht.

Die traditionelle Bildstrecke unserer Publikationsreihe gibt in diesem Jahr eine Vorstellung davon, wie spezifisch Handschriften sein können. Die Frage ist, ob wir ein solches Persönlichkeitsmerkmal wirklich aufgeben wollen? Um von Maschinen verstanden zu werden, wäre das sicher praktisch, im Hinblick auf die Sinnlichkeit eher schade.

Die »Buckower Mediengespräche«

Vor sechzehn Jahren fanden die ersten »Buckower Mediengespräche« statt. Damals trafen sich neunzehn Interessierte, die über das Thema der Medienbildung in ruhiger Atmosphäre sprechen wollten. In der folgenden Zeit wurden die Runden größer, die

Themen grundsätzlicher und die Diskussionsansätze vielfältiger. Immer konnte sich die Veranstaltung dabei aber eine große institutionelle und finanzielle Unabhängigkeit bewahren, die ein kreatives Miteinander im interdisziplinären Rahmen ermöglichte.

Es war 1997 vielleicht eine Ahnung, doch noch lange keine Gewissheit, dass die Gesprächsrunde parallel zum Beginn einer revolutionären Umwälzung im Medienbereich ihren Anfang nahm. Damit verbunden ergab sich ein großer gesellschaftlicher Selbstverständigungsbedarf, für den Buckow ein seltenes zeitgemäßes Podium bot. In der Folge gingen von hier, nicht zuletzt auch durch die regelmäßigen Tagungspublikationen, wichtige Impulse aus, die in vielerlei Zusammenhängen aufgegriffen worden sind.

Inzwischen haben sich die Verhältnisse geändert. Der digitale Medienwandel ist vollzogen, die Wissenschaft hat ihre entsprechenden Reflexionsraster ausgespannt und öffentliche wie private Handlungsräume wurden den neuen Gegebenheiten angepasst. Allenthalben versuchen Bilanztagungen von Forschungs- und Förderprojekten auf sich aufmerksam zu machen, es gibt Kompetenzförderinitiativen und Industriemessen mit entsprechendem Rahmenprogramm und es wird »getalkt«, was das Zeug hält. Wo ist bei all dem heute der Platz für die »Buckower Mediengespräche«, wenn sie ihrem Charakter treu bleiben wollen? Darüber gilt es nachzudenken und dafür braucht es etwas Zeit. Im Herbst 2012 haben wir begonnen, darüber zu sprechen. Deutlich wurde, dass der Gesprächsbedarf größer ist denn je. Doch wie ist er zu organisieren zwischen Drittmittelforschung, Unterhaltungsevent und verdichteter Alltagsanforderung für die relevanten Protagonisten? Auch diesbezüglich braucht es Raum und Abstand für sinnstiftende Gespräche und Inspiration. Schauen wir, wohin der Weg führen wird. So setzen wir mit dem 16. Band zunächst einen Punkt unter ein spannendes und glückliches Kapitel zeitgeschichtlicher Diskussion.

Zu danken wäre allen Gesprächsteilnehmern, allen Impulsgebern und allen Autoren. Zu danken ist besonders aber auch allen Unterstützern, ohne deren Hilfe die Gespräche nicht möglich gewesen wären. Unterstützer, das waren immer Institutionen und Firmen. Doch hinter diesen standen und stehen konkrete Personen. Sie seien an dieser Stelle mit Blick auf die gesamten sechzehn Jahre in dankbarer Verbundenheit namentlich genannt:

Werner Koep-Kerstin, Ursula Lessing-Rischmüller, Marion Effenberger, Dorothea Mehnert, Wolfgang Nitsche, Susanne Grams, Anka Heinze, Sabine Kühnel, Hans-Georg Pusch, Rangeen Katharina Horami, Maike Petersen, Petra Müller, Elmar Giglinger, Kirsten Niehuus, Joachim von Gottberg, Dieter Czaja, Bernd Wittchow, Riamara Sommerschuh, Thomas Petzold, Rolf Dietrich Dammann, Peter Gundlach, Friedemann Schuchardt, Lutz Laumen, Uwe L. Haass, Jörg Wichmann, Harald Hackenberg, Anna K. Winter-Hesse, Lothar Wolf, Paul D. Bartsch, Michael Arndt, Wolfgang Klaue, Helmut Morsbach, Ralf Schenk, Klemens Renoldner, Molto Menz, Dagmar Puzich, Dietmar Boettcher, Agnes Schaap, Michael Harbauer, Margret Albers, Gabriele Röthemeyer, Uwe Rosentreter, Manfred Schmidt, Oliver Rittweger.

Klaus-Dieter Felsmann

Wir fördern Filme im Südwesten

Drehbuch
Produktionsvorbereitung
Produktion
Postproduktion
Verleih/Vertrieb
Kino
Infrastrukturmaßnahmen

www.mfg-filmfoerderung.de

MFG **Filmförderung Baden-Württemberg**

DIGITALE WELT VERSUS SOZIALE WELT

Mediale Interdependenzen in Netzen

Mechanismen der Bindung, Abhängigkeit und Unentrinnbarkeit

Fortschritt ist ambivalent. Er entwickelt zugleich das Potential der Freiheit und die Wirklichkeit der Unterdrückung.
Theodor W. Adorno: Minima Moralia.
Reflexionen aus dem beschädigten Leben.

2. Die Belegschaft bestimmt, was und wofür produziert wird, nämlich was sinnvoll ist.
3. Nicht den Gewinn maximieren, sondern den Sinn.
4. Schädliche Arbeit und schädliche Produkte sind untersagt.
Volker Braun: Die hellen Haufen.
Die Mansfelder Artikel von den Rechten aller (Auszug)

Der Mediensektor befindet sich allem Anschein nach erst am Anfang einer lang währenden Zeit der Veränderungen, Umbrüche und Verwerfungen. Die Vorhersage künftiger Entwicklungen kann niemand leisten – wir sind darauf verwiesen, Veränderungen zu erkennen, zu verstehen und zu bewerten und vorsichtig Tendenzen abzuschätzen. Diese sind gegenwärtig in verschiedenen Tatsachen zu sehen: Im forcierten Wettbewerb um Zeitbudgets, Gunst und Aufmerksamkeit, in der Fragmentierung als auch in der Auflösung von Massenpublika für Zeitungen, Zeitschriften und Rundfunkangebote, in der Verbreitung von massenhafter Gruppenkommunikation und disparater Nischenpublika usw. Tradierte Formen und Praktiken des Mediengebrauchs werden weiter Bestand haben, solange sie nicht durch überzeugende Vorteile im Gebrauch und in der Wirtschaftlichkeit neuer Entwicklungen ersetzt werden. So wissen Anbieter von Druckerzeugnissen und Veranstalter des herkömmlichen Rundfunks um ihre virulente Bedrohung, die jedoch erst mit der Durchsetzung neuartiger effizienter Geschäftsmodelle der digitalen Welt vehement einsetzen wird.[1, 2]

Die Veränderungen im gesellschaftlichen Mediensystem werden durch viele Einflussfaktoren und deren Wechselwirkungen befördert: Nutzungsangebote und -arten, Medienpolitik, Märkte – und alles wird vorangetrieben durch permanente technische Entwicklungen. Technik ist dabei wesentlich, aber nicht allein bestimmend – sie ist weder autonomer noch einheitlicher Faktor, jedoch Ausgangspunkt subtiler Versuche, Konsumenten an Geräte, Systeme und Geschäftsmodelle dauerhaft zu binden.

Während in der Vergangenheit Instrumente der Kundenbindung sich auf Abonnements, kleine Prämien und symbolische Umarmungen konzentrierten, werden die Mechanismen raffinierter und ausgeklügelter, in manchen Fällen auch forsch und skrupellos. Der bidirektionale Charakter der Netze hat für die Nutzer zu enormen Freiheiten der Auswahl geführt – auf der anderen Seite jedoch auch bislang ungekannte Möglichkeiten der Beobachtung, des Marketing und der Bindung eröffnet. In diesem Sinne wird das Arsenal moderner Allianzen aus Neurowissenschaft, theoretischer Biologie, Psychologie und Informatik zunehmend benutzt, um affektive und kognitive Prozesse des Menschen zu durchleuchten und pragmatisch zu modellieren. Die modernen Werkzeuge heißen u. a. Theorie analytischer Hierarchieprozesse, Motivationsforschung, Neuroökonomie und Neuromarketing.

Einerseits lösen sich traditionelle Beziehungen von herkömmlichen Medien, um andererseits oftmals umso festere Bindungen mit neuen medialen Plattformen einzugehen. Dieses Paradoxon ist mit widersprüchlichen Botschaften auf unterschiedlichen Ebenen verbunden. Sowohl Lust- und Freiheitsgewinn als auch eine schwer entrinnbare Dauerbindung an ökonomische Umgebungsvariablen bis hin zur Aufgabe von Identitäten bestimmen die Situation. Diese durch die Doppelbindungstheorie der Psychologie beschreibbare Lage ähnelt bisweilen schizoiden Momenten.[3] Obwohl dieses Thema auch demokratiepolitisch brisant erscheint, kann es unter diesem Gesichtspunkt hier beiseite bleiben.

In diesem Beitrag sollen jüngere Entwicklungen betrachtet werden, die mit der Herausbildung vielfältiger einseitiger und wechselseitiger Abhängigkeitsverhältnisse zwischen der Medienindustrie und den Nutzern verbunden sind. Symptome werden versammelt als auch Ursachen und Mechanismen benannt, die sich in den letzten Jahren schleichend ausgeprägt haben. Damit sind auch kulturelle, gesellschafts- und demokratiepolitische Fragen zu formulieren. Summarisch geht es um die Kopplung von Verheißungen und neuen Möglichkeiten oft um den Preis der Unentrinnbarkeit fester Bindungen. Diese sind nicht allein durch Komplexität bedingt, sondern vielmehr durch wirtschaftliche Interessen. Im Einzelnen werden angesprochen: Das Abhängig-Werden von Mediengeräten und -angeboten, die Herausbildung von Großunternehmen, die ein umfassendes Medienangebot mit hoher Bindungskraft anbieten, als auch neue Formen der medialen Integration von Nutzern in die Produktentwicklung von Unternehmen. Konsequenzen für die Medienbildung werden im Anschluss skizziert.

Sirenen, Fetische, Drogen

Wie hoch die Abhängigkeit deutscher Nutzer vom Internet ist, zeigt die Antwort auf eine hypothetische Frage, welchen Geldbetrag Nutzer im Durchschnitt bezahlen würden, wenn sie eine drohende Abschaltung des WWW durch jährliche Zahlungen verhindern könnten. Im Jahr 2012 beträgt dieser Betrag 811 Euro, der durchschnittlich mehr bezahlt würde, um weiterhin Zugang zum Internet zu haben.[4]

Der Mediennutzungsdruck äußert sich im Alltag zunehmend u. a. darin, dass in immer mehr Lebenssituationen umstandslos vorausgesetzt wird, dass Personen ein Mobiltelefon und einen Internetzugang besitzen, der künftig auch mobil sein soll. So verweisen Hörfunk und Fernsehen permanent auf Zusatzangebote oder Fundstel-

len von Programmübersichten in digitaler Form, die in der Vergangenheit gedruckt bereitgestellt wurden. Weitere Beispiele sind auf Mobiltelefone übermittelte Transaktionsnummern beim Onlinebanking oder beim Abholen von Sendungen an Paketstationen. Auch die zunehmende Bedrängnis, Steuererklärungen online einzureichen, ist eine weitere markante Entwicklung.[5] Diese für Unternehmen bequemen und kostensparenden – zumeist unwidersprochenen – Externalisierungen setzen Kunden unter Druck, in vielfältige Technik mit beträchtlichen finanziellen und zeitlichen Aufwendungen zu investieren, und stellen oft nicht viel mehr als eine aufgenötigte Kostenverlagerung ohne erheblichen Nutzen für die Kunden dar.

Ein exzessiver abhängiger Medienkonsum erscheint gesellschaftlich zunehmend als Problem. Mangelnde Kontrollfähigkeit, Entzugserscheinungen, Vernachlässigung der eigenen Person und direkter Sozialkontakte als auch körperliche Schäden sind z. B. Kriterien für eine krankhafte Bindung an Medien. Eine solche pathologische Mediennutzung, die zur Abhängigkeit führt, kann mit enormen sozialen, psychischen und körperlichen Konsequenzen für den Einzelnen als auch hohen sozialen und finanziellen Aufwendungen für die Gesellschaft verbunden sein. Bezeichnend ist, dass diese Phänomene im Inland durch die Drogenbeauftragte der Bundesregierung beobachtet werden.[6] Vielfach wurde bislang die Meinung vertreten, dass Medienabhängigkeit kausal nur mit anderen psychischen Erkrankungen verbunden auftritt, diese Auffassung wird international zugunsten eines eigenständigen Krankheitsbildes Medienabhängigkeit zunehmend in Frage gestellt. Durch Messungen der Hirnaktivität konnten Verhaltensähnlichkeiten zur Wirkung psychoaktiver Substanzen festgestellt werden.[7] Suchtähnliche Krankheitsbilder liefern zunehmend Argumente für die Anerkennung der Medienabhängigkeit als eigenes Krankheitsbild mit entsprechenden Diagnose- und Therapieaufwendungen bis zur stationären Rehabilitation.

Einige Merkmale wurden ausgemacht, welche die Abhängigkeit insbesondere von Computerspielen fördern können. Diese Faktoren werden von Herstellern offenbar gezielt eingesetzt. Viele Nutzer zeigen sich diesen Merkmalskombinationen auf Dauer nicht gewachsen: Hohes Maß an Interaktionen, verteilte Nutzung im Netz, anthropomorphe Avatare mit implantierten Entwicklungspotenzialen, virtuell-soziale Aufstiegsmöglichkeiten und symbolische Belohnungen, externer Gruppendruck durch erforderliche Präsenzphasen für alle Spieler, schwer überschaubare Lernräume mit hohem Grad an Zufälligkeiten und Überraschungsmomenten, emotionale und kognitive Herausforderungen usw.[8]

Skeptisch werden die Versuche betrachtet, frühkindliche Bildung mit der Nutzung von Computern zu verbinden. Wenngleich viele Forschungsergebnisse ermutigend sind, bleibt doch die Skepsis, inwiefern hier eine frühe Bindung an proprietäre Betriebssysteme und Anwendungsprogramme stattfindet.[9, 10] Zudem steht die Nutzung eines Computers für Schulkinder zum Lernen nach Sozialkontakten, Entspannung und Unterhaltung erst an vierter Stelle.[11] Bereits ein Prozent aller Internetnutzer gilt – mit zunehmender Tendenz – als abhängig. Das mobil genutzte Internet durch Smartphones wird eine noch stärkere Abhängigkeit nachsichziehen.[12]

Erheblicher sozialer Druck lastet vor allem auf Kindern und Jugendlichen, über neueste Gerätetechnik der Mobiltelefonie und Computertechnik in immer schnellerer Abfolge zu verfügen und verlockende Angebote der Industrie zu nutzen, um eine

technikgestützte Selbstdarstellung durch Identitätsarbeit und Beziehungsintegration zu ermöglichen. Der aus den Sirenenrufen folgende soziale Zwang führt zunehmend zur permanenten Selbstdarstellung und maskierender Verstellung. Paradox ist die erzwungene Öffnung für oberflächliche Bekanntschaften und Scheinbindungen, die oft zu Enttäuschungen wegen des ausbleibenden Interesses und der mangelnden Anteilnahme der erhofften Öffentlichkeit führt, die eine Resonanz bzw. Belohnung schuldig bleibt. Wünsche werden so auf die Technik übertragen, reale Bindungen vernachlässigt und die Einsamkeit nicht selten verfestigt.[13] Für die gegenseitige soziale Wahrnehmung und Wertschätzung als auch emotionale Erprobung scheint die technisch vermittelte Kommunikation für Heranwachsende inzwischen unverzichtbar zu sein. Neben der irreversiblen Verausgabung von Lebenszeit werden oft auch individuelle ökonomische Grenzen überschritten, da die Absichten der Unternehmen für jugendliche Konsumenten nicht erkennbar sind.

Technische Geräte werden zum Statussymbol mit Fetischcharakter. Böhme macht das Fetischkonzept von Marx[14] – mit seiner ursprünglichen Dichotomie von Tausch- und Gebrauchswert – produktiv für die Warenwelt der Gegenwart: »Der Warenfetisch ist das als Ware verkleidete Ding. Der Fetisch ist der Schein eines Gebrauchswertversprechens, welches durch seine theatrale Form inszeniert wird (...) Dieser Schein macht die Faszinationsmacht der Ware aus. Der Warenfetisch winkt mit der Partizipation am Schlaraffenland. Die Ware ist also der Code einer Utopie. Das ist ihre systematisch erzeugte Illusion«.[15] Nicht nur die Werbeabteilungen der Medienindustrie sind permanent damit beschäftigt, Marken zu anthropomorphisieren, ihnen einen individuellen Charakter zu geben, damit Identifikation, Sehnsucht, libidinöse Bindungen entstehen können, eine manipulative Macht, die verehrt werden kann – also demgemäß ihnen Wesenszüge von Fetischen zu verleihen.

Materielles, das Aufmerksamkeit und Interesse binden will, muss immer stärker kulturell definiert und verankert werden als auch zum Fetisch tendieren, was tendenziell zu Inflation, Reizüberflutung, Kurzatmigkeit und Verausgabung führt. Im Gegenzug zur technischen Rationalität werden Fetische zu wirkmächtigen Symboliken stilisiert, die affektiv besetzt werden können, denen ein virtueller Zauber bzw. eine synthetische Aura implantiert wird. Der Sinn dieser Anstrengungen besteht darin, die Begehrlichkeit der Konsumenten an tote Gegenstände aus Metall, Kunststoff und Glas zu binden, die mit kultischen, spirituellen oder transzendenten Dimensionen aufgeladen werden, die letztlich mit Erlösungsphantasien gekoppelt werden. Nach dem Kaufakt werden jedoch oft genug mangelnder Kundendienst, Softwarefehler, die fehlende Reparaturfähigkeit und die Unmöglichkeit des Auswechselns fest verbauter Spannungsquellen in den Geräten erkannt. An diese Eigenschaften sind die Konsumenten in den vergangenen Jahren schrittweise narkotisch gewöhnt worden. Dennoch: Unter den zehn prominentesten Marken der Welt befinden sich nach Analyse eines Marktforschungsunternehmens allein sechs Konglomerate aus der Informations- und Telekommunikationsbranche.[16]

Wenn nicht allein der Marke, sondern dem Ding personale Eigenschaften, z. B. durch Sprachfähigkeit, verliehen werden, können sich die Wirkungen der Abhängigkeit bis zu erotischen Konnotationen verstärken.[17, 18] Geräte der elektronischen Kommunikation wurden erfolgreich zu modischen Lifestyleobjekten mit sich immer