

## Vortrag Leipzig

### In Parasocial Media we trust

Die heutige Veranstaltung soll dazu dienen, die digitale Gesellschaft zu verstehen, daher freue ich mich sehr, Ihnen heute das soziologische Äquivalent eines Mikroskops<sup>1</sup> vorstellen zu dürfen, mit dem wir die kleinsten Bindeglieder der digitalen Gesellschaft erkennen und die Mikrostruktur der sozialen Ordnung darin beschreiben können.

Nutzen wir nun also unser Mikroskop und beschäftigen wir uns mit zivilisatorischen Prozessen, bei denen Technik, aber auch Macht, vor allem aber Kommunikation und das in der Überschrift für meinen Vortrag bereits genannte parasoziale Vertrauen im Mittelpunkt einer Betrachtung steht.

Tauchen wir dazu einfach einmal in diese Mikrostrukturen ein, dazu möchte ich mit Ihnen über einige einfache alltägliche Verhaltensweisen sprechen. Es geht um Verhaltensweisen, die sie selbst wahrscheinlich schon praktiziert haben, und obwohl Ihnen diese Verhaltensweise bereits beim Tun und danach als völlig sinnlos, riskant, primitiv und irgendwie peinlich vor anderen vorkommen müssten, tun sie es aber immer wieder.

Sie sprechen doch auch mit ihrem Rechner. Sie sprechen auch mit ihrem Auto.

Die Folgen dieser Phantasien, wenn sie mit ihrem Rechner oder ihrem Auto sprechen, sind eigentlich verrückt oder wenig hilfreich, um das technische Problem zu lösen oder einen Dialog weiterzuführen, aber wissenschaftlich gesprochen ist dies eine äußerst interessante Form von parasozialer Kommunikation.

Wenn es uns gelingt, Sinn und Gewinn hinter solchen parasozialen Kommunikationen zu verstehen, wird uns das helfen, die große Herausforderung erfolgreich zu gestalten, welche die parasoziale – über Medien und das Internet, über PC, Smartphone und Tablett stattfindende – Kommunikation mit ihren Kunden in ihren Informatikprojekten stellt.

Vielleicht ist es daher für Sie hilfreich, wenn wir gemeinsam in diesem Impulsbeitrag über folgende Fragen mit den Methoden der Soziologie und deren Theorieangebot nachdenken:

- Wie entsteht eigentlich unsere gemeinsame soziale Realität?
- Was sind die Grundlagen dieser unserer alltäglichen sozialen Ordnung?
- Was ermöglicht und verhindert Vertrauen und Kooperation?

### Wenn der Homo oeconomicus auf den Homo clausus trifft ...

Ökonomen sehen meist rationales und zielgerichtetes, auf Gewinnmaximierung und Effizienz ausgerichtetes Denken und Handeln als „Realität“, dahinter steckt aber oft nichts anderes als „Der Kampf Aller gegen Alle“ (Hobbes). Andererseits gehen wir alle irgendwie davon aus, dass es gemeinsame überindividuelle Werte gibt, die uns aneinander binden.

---

<sup>1</sup>So wird die soziologische Theorie von Harold Garfinkel allgemein beschrieben, u.a. von Harald Wenzel,(2001)

Die Experimente, die Forschungen und die soziologische Theorie liefern uns sehr gute Argumente, die Grundlage für Integration und für den Zusammenhalt von Menschen eher als ein Ergebnis von Kommunikation, als in ökonomischen Handlungsprämissen wie dem Kampf Aller gegen Alle oder in einem spezifischen philosophischen, psychologischen oder biologischen Menschenbild eines „Ich-Kern“ zu suchen.

Die Idee eines Ich-Kernes, einer nach außen abgeschlossenen Instanz "in uns", hat ihre Quelle bei Immanuel Kant, und es war der Neu-Kantianer Richard Höningwald, der mit Kant dem deutschen Soziologen Norbert Elias die Karriere in der Philosophie verbaute, der aber dadurch zum Soziologen wurde, und ihm verdanken wir die Ausarbeitung seiner Figurationssoziologie und die darin ausgearbeitete Kritik am Paradigma einer Individualsoziologie und am Bild eines homo clausus.

Elias verortet das Aufkommen des homo clausus als moderne bürgerliche Form der Selbstwahrnehmung des modernen Menschen. Elias zeigt uns aber eine solche Wahrnehmung als Einsamkeit einer inneren Existenz. Ihre Begriffe und das Denkmodell sind abhängig von dem Prozess der Zivilisation. Darum lernen Kinder erst allmählich zu lächeln ohne zu fühlen. Und dann erst erscheint es den Menschen so, als ob ihr eigentliches Ich in ihrem Innern gefangen sei und von jedem Bezug auf andere Menschen abgetrennt existiere. Seine Theorie ermöglicht es uns zu erkennen, dass dieser Typ des Selbsterlebnisses und der Individualisierung selbst etwas Gewordenes, Teil eines sozialen Prozesses ist.

Weil das Hinterfragen des Homo clausus inzwischen auch durch das Internet und die Vernetzung zu völlig neuen kommunikativen Figurationen<sup>2</sup> geführt hat, wir aber z.B. immer noch vom User sprechen, der das alles entweder ganz toll findet, oder eben das Programm oder die ganze Digitalisierung nicht versteht. Das Phänomen des Shitstorms und andere plötzliche Zusammenrottungen im Internet zeigen aber ganz klar, dass die Vorstellung eines individuellen und schwachen „User clausus“ so nicht stimmt. Wir brauchen daher andere Theorien über die Internetnutzung. Es ist deshalb vielleicht nicht ganz unnützlich, sich mit alternativen soziologischen Befunden und mit Norbert Elias zu beschäftigen. Es ist hier nicht der Raum, diese kluge und komplexe Theorie oder auch nur ansatzweise das Modell der Figurationssoziologie darzustellen, daher verweise ich Sie auf die zusammenfassende Arbeit meines BDS-Kollegen Klaus Janowitz.<sup>3</sup>

Die gleiche Sorgfalt und Vorsicht gilt es auch zu bewahren, wenn wir versuchen, aus einer Leittechnologie wie der Digitalisierung – schwupp di wupp – einen neuen tollen hippen Gesellschaftsbegriff zu machen.

## **Die digitale Gesellschaft ist für uns alle Neuland**

Selbst Angehörige Ihrer Profession, der Informatik, haben aber offensichtlich noch so ihre Zweifel an einer solchen Begrifflichkeit, und fragen sich und andere, wie weit wir denn wirklich in der Digitalisierung und damit der digitalen Gesellschaft sind.

---

<sup>2</sup> Elias 3.0. Lebt! Es gibt neue Forschungsansätze, welche die Realität der medienübergreifenden vernetzten Kommunikation als kommunikative Figuration beschreiben:

<http://www.kommunikative-figurationen.de/de/institutionen.html> Zugriff am 13.2.2015

<sup>3</sup> <http://www.klaus-janowitz.de/pdf/Zivilisationstheorie.pdf>

So hat die Informatikerin Julia Pressburger in ihrer Masterarbeit untersucht, ob es eine Digitale Gesellschaft denn wirklich schon gibt und wer bereits Teil dieser digitalen Gesellschaft ist.<sup>4</sup>

Klar, der Großteil der Bürger in der westlichen Welt ist ständig mit Informationen aus dem Internet konfrontiert. Die Digitalisierung durchdringt unseren Alltag und schreitet unaufhaltsam voran. Wir surfen im Internet, wir kaufen in Online-Shops, wir mailen, chatten und liken. Das wohl bekannteste Beispiel für Digitalisierung ist das am Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS entwickelte mp3-Format, das nicht nur unsere Hörgewohnheiten, sondern die ganze Musikbranche revolutioniert hat.

Beruf, Bildung und gesellschaftliche Teilhabe sind mittlerweile ohne digitale Medien kaum noch vorstellbar und in nahezu allen gesellschaftlichen Bereichen sind digitale Technologien Voraussetzung und Begleiter neuer Entwicklungen. Wie wir uns informieren, wie wir leben und wie wir kommunizieren, hat sich in den vergangenen 25 Jahren dramatisch verändert – aber ist es wirklich eine Revolution innerhalb unserer sozialen Realität, sprich innerhalb unserer menschlichen Beziehungen und der Grundlage unserer sozialen Ordnungen?

Ob der von der Kanzlerin gebrauchte Begriff Neuland als realistische Zustandsbeschreibung für die Folgen der Digitalisierung und für das Internet als Superstruktur des Digitalen taugt, darüber kann man trefflich streiten. Gestritten wird aber auch in der digitalen Wirtschaft darüber, wie weit man dort selbst schon ist.

„Erfolgreiche Start-ups und Internet-Konzerne? Erfolgreiche Beispiele der digitalen Transformation im Bereich Medien/Verlage? Nicht vorhanden. Verbreitung und Akzeptanz von digitalen Themen, Social Media und Co. in Unternehmen und Agenturen? So lala. Zuletzt war ich unter anderem auf der Dmexco in Köln und der Neocom in Düsseldorf, zwei ausgewiesene Fachmessen zu den Themen Digital, Mobile und E-Commerce. Die Gespräche, die ich dort geführt habe bzw. die ich mitbekommen habe, erinnern mich aber eher an 2006 als an 2014... Es geht nicht nur ums Internet und den Breitbandausbau. Es geht um den digitalen Wandel, um ein digitales Deutschland, folglich müsste der Minister bzw. sein Ministerium einen Namen wie „Minister für Medienkompetenz und digitalen Wandel“ oder „Minister für digitalen Wandel“ tragen. Wir werden bald keine Banken mehr brauchen. Keine Verlage, keine terrestrischen TV- und Radiosender, keine Taxiunternehmen, keine Post, keine Schulen oder Universitäten. Das ist Disruption. Das ist Dynamik. Das ist Digital.“<sup>5</sup>

Mein Vorschlag ist daher, dass wir uns die Kommunikation als Grundlage aller sozialen Ordnungen erst einmal etwas genauer ansehen. Wenn Kommunikation das Steuerungsmedium in allen Bereichen von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ist, dann wäre zu erforschen, was da, von wem, zu welchem Zweck, wie kommuniziert wird, und zu welchem Zweck und mit welchen Mitteln.

Wenn man zunächst einfach nach einem wissenschaftlich präzisen Überbegriff für das sucht, was da kommuniziert wird, dann bieten sich die Begriffe *Information* und *Informationsgesellschaft* an.

---

<sup>4</sup> [http://edoc.sub.uni-hamburg.de/haw/volltexte/2011/1256/pdf/Masterarbeit\\_Pressburger\\_2010\\_12\\_05.pdf](http://edoc.sub.uni-hamburg.de/haw/volltexte/2011/1256/pdf/Masterarbeit_Pressburger_2010_12_05.pdf)

<sup>5</sup> <http://www.mobilebusiness.de/home/a/digitales-deutschland.html>,  
<http://www.wiwo.de/unternehmen/industrie/muenchner-kreis-schleppende-digitalisierung-bedroht-deutsche-wirtschaft/11233854.html>

Es spricht sehr viel dafür, dass unsere Lebensbereiche von Informationstechnik durchdrungen sind, diese Durchdringung lässt sich als Kondratiew-Zyklus bezeichnen, der uns eine langfristige Sicht auf die Veränderung erlaubt. Die unabsichtlichen Nebenfolgen von solchen technologischen Sprüngen hat der vor kurzem verstorbene deutsche Soziologe Ulrich Beck in seinem Buch „Die Risikogesellschaft“ 1986 breit beschrieben, darin die gesellschaftliche Reaktion auf hochmoderne hochriskante neue Technologien als Risikofeststellungen bezeichnet und sie so definiert:

„Risikofeststellungen sind eine noch unerkannte, unentwickelte Symbiose von Natur- und Geisteswissenschaft, von Alltags- und Expertenrationalität, von Interesse und Tatsache. Sie sind gleichzeitig weder nur das eine noch nur das andere. Sie sind beides, und zwar in neuer Form. Sie können nicht mehr spezialisiert von dem einen oder anderen isoliert und an den eigenen Rationalitätsstandards entwickelt und fixiert werden. Sie setzen ein Zusammenwirken über die Disziplinen, Bürgergruppen, Betriebe, Verwaltung und Politik voraus oder – was wahrscheinlicher ist – zerbrechen zwischen diesen in gegensätzliche Definitionen und Definitionskämpfe. Hierin liegt die wesentliche und folgenreiche Konsequenz: In Risikodefinitionen wird das Rationalitätsmonopol der Wissenschaften gebrochen (...) Wo und wie sind die Grenzen zu ziehen zwischen noch und nicht mehr hinzunehmenden Belastungen? (...) Was sind Notwendigkeiten, was vermeintliche Notwendigkeiten, was zu verändernde Notwendigkeiten? Der Rationalitätsanspruch der Wissenschaften, den des Risikos sachlich zu ermitteln, entkräftet sich permanent selbst: Er beruht zum einen auf einem Kartenhaus spekulativer Annahmen und bewegt sich ausschließlich im Rahmen von Wahrscheinlichkeitsaussagen, deren Sicherheitsprognosen durch tatsächliche Unfälle streng genommen nicht einmal widerlegt werden können. (...) Risikofeststellungen basieren auf mathematischen Möglichkeiten und gesellschaftlichen Interessen selbst und gerade dort, wo sie sich mit technischer Gewissheit präsentieren.“ (Ulrich Beck , 1986, S.38)

Wenn also in Gegenwart und Zukunft der modernen Gesellschaft alle Informationen über Medien verteilt werden, in Freundeskreisen wie unter Fremden, und wenn wir ständig Medieninformationen und Daten aufnehmen, speichern und visualisieren, dann ist vordergründig die Funktion des Informierens zentral und stellt eine Verbesserung gegenüber früherer Lösungen dar. Das ist keineswegs so trivial oder gar tautologisch, wie es sich anhört – das merken Sie heute nämlich sehr schnell, wenn Sie von Informationen abgehängt sind, kein Netz haben oder der Akku alle ist, oder wenn Sie in der Organisation mal wieder der Letzte sind, der informiert wurde, oder wenn Sie von Informationsquellen wie Meetings ausgeschlossen werden.

Informationstechnologie und neue Medien ziehen aber eben auch Risikofeststellungen nach sich – eine dieser Nebenfolgen wäre die Verbesserung ihrer Fähigkeit, unsere Gesellschaft künstlich zusammenzuhalten, genauer sie, uns, durch Kommunikation von Informationen in unserer Kultur, Gesellschaft und auch persönlich zu integrieren. Kommunikationen über neue Medien bieten die neuen hochmodernen Möglichkeiten, in allen Bereichen der Gesellschaft Vertrauen als kleinste Bindeglieder zu schaffen – es gibt gute Gründe, das parasoziale Vertrauen als zentrales Bindemittel für den Zusammenhalt, für das Eingehen von Beziehungen anzusehen.

Wir machen uns täglich mit Fremden vertraut, versetzen uns in sie hinein, übernehmen ihre Rolle – das sind alltägliche Fähigkeiten des Menschen. In der modernen Gesellschaft übernehmen die Massenmedien das für uns als Funktion der Integration und der Organisation der Gesellschaft.

Durch Medien wie die Zeitung, das Kino, aber auch den Massentransport in öffentlichen Verkehrsmitteln, wird in der Großstadt täglich ein Vertrauen von Fremden zu Fremden gebildet, und damit die Möglichkeit geschaffen, fiktional die natürlichen und kulturellen Grenzen, die es zwischen uns und dem Fremden gibt, gedanklich zu überwinden, und Fremden – parasozial – zu vertrauen.

In den Großstädten in Deutschland wurde das Phänomen des parasozialen Vertrauens von Soziologen wie Georg Simmel, und in den USA von Soziologen wie Robert Park und der Soziologin Lyn H.Lofland beschrieben.

Großstädte sind Schmelztiegel von Rassen, Sprachen, Kulturen. Die USA als Einwanderungsland konnte zunächst keine Traditionen oder Werte, die von allen geteilt werden konnten, aufbauen. Unter solch hochriskanten Bedingungen waren es Soziologen in Chicago, die sich mit den Verhältnissen und der Ordnung durch die neuen Öffentlichkeiten in der Großstadt beschäftigten und uns damit die ersten wissenschaftlich glaubwürdigen Argumente für die Existenz von parasozialem Vertrauen geben. Die „Chicagoer Schule der Soziologie“ begründete aber nicht nur die erste und bis heute gültige Sozialtheorie des modernen Handlungsraumes Großstadt. Sie entdeckte auch die Möglichkeit und die Kraft parasozialen Vertrauens als eine menschliche Grundeigenschaft, die sich in der modernen Gesellschaft, und vor allem in der Großstadt, entwickelt hat.

"Die moderne Gesellschaft und die modernen Sitten sind die Frucht einer breiten Aufklärung. Mit Hilfe des Kinos wird jeder mit den entferntesten Szenerien und den intimsten Aspekten des gegenwärtigen Lebens vertraut gemacht – als wäre er auf einem fliegenden Teppich unterwegs. Wir sind nicht länger eingeengt durch Hemmungen, die Zurückhaltung und die Entfernungen, die bestimmte Aspekte des Lebens in früheren Zeiten zu einem Mysterium gemacht haben." (Robert Park)

Robert Park wurde von der Arbeit als Zeitungsreporter (der Soziologe als „Super-Reporter“) zutiefst geprägt. Für ihn war die Forschung im Alltäglichen von besonderer Bedeutung, „to see and to know life“ wurde zu seiner empirischen Devise. Park sah sich selbst als Forschungsleiter, ein „captain of inquiry“. Seine Denkweisen und Ideen waren geprägt von immer wiederkehrenden Begriffen der Bewegung, des Übergangs, des Wechsels: Movement, change, restlessness, mobility, fluctuation, locomotion, news. In „The city“ schlägt Park ein Programm zur Untersuchung menschlichen Verhaltens in der Großstadt vor. Dieser Aufsatz ist ein Grundstein für die empirische Soziologie, in dem Park in vier Abschnitten sein Untersuchungsfeld die Großstadt behandelt:

1. Untersuchung der Wechselwirkung zwischen physischer Struktur und kultureller Ordnung der Stadt.
2. Individualisierung und Spezialisierung in der Großstadt und Thematisierung der daraus resultierenden Folgen.
3. Behandlung der Veränderung in Beziehungen und Gewohnheiten der Stadtbewohner.
4. Der Charakter des Großstädtischen und das „Naturell“ der Großstadtbürger. Das Studium des menschlichen Gruppenverhaltens sollte nicht in abstrakten Situationen am Schreibtisch erfolgen, sondern in spezifischen geographischen Gebieten in der Stadt untersucht werden.

Park sah in sozialen Institutionen der Stadt ökologische Einheiten, in denen man – wie unter einem Vergrößerungsglas – die Probleme der Vergesellschaftung und des sozialen Wandels allgemein erkennen konnte. Vorformen der Erforschung gab es natürlich auch, so hat der bereits erwähnte Soziologe Georg Simmel die Bedingungen in der Metropole Berlin zum Thema seiner gut besuchten Vorlesungen gemacht. Seine Vorträge waren damals so beliebt, dass sie die Hörsäle sprengten, weil sie auch Zuschauer anzogen, die keine Studenten waren. Nur hat sich daraus keine Schule oder Forschungsrichtung entwickeln können, die bis heute praxisrelevant ist. Park sieht, ähnlich wie Georg Simmel, die Stadt als pars pro toto für die Gesellschaft. Sie wird zu seinem Untersuchungsobjekt, das er als natürliches Labor anerkennt, in dem menschliches Verhalten und soziale Prozesse in situ und in statu nascendi studiert werden können. Die Stadt ist eine „Menschenwerkstatt“, in der sich der Städter („city man“) und verschiedene andere Typen durch die Arbeitsteilung entwickeln.

Der gesellschaftliche Reproduktionsverlauf wird nach Park durch Kommunikation und Konkurrenz geschaffen und aufrechterhalten. Die Konkurrenz bewirkt Individualisierung, die Kommunikation Integration und Vergesellschaftung. Park stellte in seiner Großstadtforschung aber auch fest, dass schon das erste künstliche Echtzeit-Massenmedium, die Zeitung, nicht nur eine politische Öffentlichkeit schuf, mittels derer die Politik kontrolliert werden konnte. Ihre zweite, neuartige Qualität war ihre integrative Funktion für alle in Stadtviertel aufgeteilte Einwohner in der Großstadt. Wenn das stimmt, dann übernehmen Echtzeit Massenmedien eine sehr wichtige Integrationsleistung für uns, sie stiften aber eine neue Form von parasozialem Vertrauen, wenn sich Menschen eben nicht von Angesicht zu Angesicht begegnen, sondern sich über Medien vermittelt ein parasoziales Vertrauen bildet, das durch Beziehungsphantasien, Bindungen und Kommunikationen zwischen eigentlich völlig fremden Menschen entsteht. Nun wird auch schnell klar, dass es das durch parasoziale Kommunikation über Massenmedien entstehende parasoziale Vertrauen ist, was unsere soziale Ordnung, wenn sie so wollen, in ihrem Innersten zusammenhält und eben nicht mehr nur gemeinsame überindividuelle Werte oder Prämissen. Diese Leistung der parasozialen Vertrauensbildung und der Integration wurde zunächst von Massenmedien wie Zeitung, Telegraf, Rundfunk, Fernsehen erbracht. Massenmedien wird damit eine deutlich positivere Funktion für unser Zusammenleben zugeschrieben, als Sie Ihnen wahrscheinlich aus der Literatur z.B. soziologischer und philosophischer Klassiker geläufig ist.

Medien sind sowohl für die Erweiterung unseres Umfeldes, als auch für die Abgrenzung wesentlich. Stellvertretend für uns, die Leser, die Hörer, die Zuschauer gehen Medienarbeiter, Journalisten an Orte, berichten von dort für uns, stellen uns Rollen vor, die Menschen dort spielen. Wir lesen dieses Verhalten in Zeitungen, hören davon im Rundfunk, hören und sehen es im Fernsehen oder im Kino. Natürlich hatte die Zeitung auch eine wirtschaftliche Funktion. Sie versorgte dank der Nutzung des Telegrafen die Wirtschaft mit den neuesten Nachrichten und stellte über Anzeigen die Nachfrage nach Produkten und Vertrauen in die Produkte her. Wir müssen heute pragmatische Denker wie Park wieder entdecken. Sie kamen aus der Medienpraxis und der Informationstechnologie, und sie können uns helfen, das Problem der Vertrauensbildung und der Privatsphäre im Internet gründlicher als bisher zu verstehen. Im Internetzeitalter können wir direkt mit fremden Menschen interaktiv kommunizieren, wir können zuhören, lesen, sehen, was andere tun. Die allergrößte Neuerung kommt noch obendrauf: wir können die Datenspuren verfolgen, die jemand im Internet hinterlässt.

Die Herausforderungen, die Twitter, Facebook und andere Plattformen an das Leadership von heute und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stellen, sind aber von weit größerem Kaliber. Und: sie verändern sich ständig. Daher gibt es hier kein Rezeptwissen, kaum empirische Forschung, sondern hier gilt: Vorsichtig an den Aufgaben wachsen, aus dem Scheitern einer Aktion die richtigen Schlüsse ziehen und sich der Grenzen bewusst werden, die dem Willen hier durch eine Komplexität von Wegen und Möglichkeiten besteht, Ihre Botschaft zu ignorieren, sie misszuverstehen.

Es gibt natürlich eine Menge von Experten und Beratern, die Hilfen und **komplette** Dienstleistungen für Social Media und das Datenspurenlesen im Internet anbieten, doch bei genauem Hinsehen erkennt man sehr schnell, dass hier eine große Unsicherheit vor den neuen Technologien und Medien besteht.

Dabei entsteht ein neuer öffentlicher Feedbackkanal. Eine Äußerung kann kommentiert, auf diesen Kommentar wieder reagiert und theoretisch so ein Kommentar unendlich kommentiert werden. Das Neue ist der direkte, persönliche Austausch, auf globaler Ebene, über Länder und Zeitzonen hinweg. Und es können sich neue virtuelle Gemeinden und Internet-Staaten bilden, ohne dass es dafür reale territoriale Verwaltung braucht. Um das Marktmodell des Internets verstehen zu können muss man sich zuerst zu Eigen machen, womit das Internet arbeitet – was sein Code ist.

"Facebook ist ein Konzern, der die Wünsche, Begehren und Daten seiner Teilnehmer nutzt, um ihre sozialen Beziehungen zu industrialisieren." (Dr. Yuk Hui)



Yuk Hui beim Vortrag (c) Sebastian Drumfish Fischer

„Es wird eine riesige Menge an Daten gesammelt – Nachrichten, Bilder, Videos und unzählige „Gefällt Mir-Daumen“ die nur allzu gut zeigen, wofür man sein Geld am schnellsten an den Mann bringen würde. Dabei arbeitet Facebook ähnlich wie eine Werbeagentur aus vergangener Zeit.“( Dr. Yuk Hui)

### **Kurzbiografie Yuk Hui:**

Yuk Hui ist Postdoctoral Researcher am CDC, dem Centre for Digital Cultures an der Leuphana Universität Lüneburg. Zuvor arbeitete er am Institut de Recherche et d'Innovation (IRI) du Centre Georges Pompidou, Paris. Hui hat einen Ph.D in Philosophie und einen MA in Cultural Studies, beides von der Goldsmiths Universität in London. Er arbeitete an mehreren Projekten welche sich mit den Möglichkeiten neuer Technologien und Medien befassen.

Was in der Sprache der Satz, das Wort und der Ton ist, ist im Internet etwas, das in seiner momentanen Form kaum genau zu beschreiben ist: Daten – und diese in jedweder Art und Weise.

2003 konnte sich noch niemand vorstellen, mit so etwas Geld verdienen zu können, und selbst im Jahre 2008 noch war ein amerikanischer Automobilhersteller namens General Motors an der Spitze der Verdienenden.

Dieser sollte im folgenden aber in kürzester Zeit durch Amazon, Apple, Facebook, Google und Co. abgelöst werden. Was das Web 2.0 mit sich brachte, nämlich die Individualisierung des eigenen digitalen Portraits durch soziale Medien mit Bildern, „Gefällt mir“-Buttons und der ständigen Synchronisierung einer Vielzahl von Programmen, führte zu einem immensen Reichtum an äußerst komplexen Beziehungskonstellationen und Figurationen im Web.

„Das Internet organisiert Kommunikation zwischen allen in ihm operierenden Akteuren durch Daten. Seien es Suchbegriffe in Suchmaschinen, Bankverbindungen, E-Mail-Accounts, der letzte Shopping-Ausflug ins Amazonsche Einkaufsparadies oder die Aneignung von Wissen über den eigenen Tellerrand hinaus – die Formen der Kommunikation scheinen kaum Grenzen zu kennen, denn schließlich bietet das Internet einen fast unendlichen Reichtum an Kultur und Wissen. Und der will natürlich genutzt werden. (...) Im Web 2.0 wird zum einen Gedankengut und digitales Wissen vervielfältigt. Zum anderen hat es die Intention, komplexe menschliche Interaktionen verfolgen und speichern zu können. Diese menschlichen Interaktionen, seien sie zwischenmenschliche Unterhaltung in Form von Chats, Shopping-Touren durchs Web oder eine Playlist auf Spotify – sie alle sind Bestandteil dieser Daten, welche im Internet als „Intangibles“, als immaterielle Güter gehandelt werden.“ (Yann Moulier-Boatang)

Die dadurch entstandene neue Form des Kapitalismus ist der sogenannte kognitive Kapitalismus. Er hat gelernt, der Masse Arbeit zu verschaffen, ohne einen Großteil der Ressourcen und nur einen minimalen Bruchteil seiner Arbeiter bezahlen zu müssen. Das Web 2.0 ist zwar nicht intelligent, denn das würde die Fähigkeit zum komplexen Problemlösen beinhalten, es nutzt jedoch die Intelligenz der Masse für sich, indem es sie fördert, vergrößert und speichert.

### Von Blumen und Bienen

„Ähnlich wie Bienen ihre Pollen im Flug mit sich tragen und damit die Blüten der Blumen bestäuben, so verteilen wir unsere Pollen und Sporen im World Wide Web – und ebenso ähnlich wie die Bienen wissen viele von uns nicht, was sie wann im Internet tun und was für ein immenses Sammelsurium an Daten sie dort hinterlassen. Denn die Befruchtung der Blüte durch die Biene geschieht per Zufall, es ist ein Nebeneffekt. Ein externer Effekt, wenn man so will. Und verdienen tut daran bestimmt auch schon irgendjemand. Darum kann es heutzutage, in Zeiten, in denen die Clouds immer größer und eigene Daten immer mehr ausgelagert werden, nicht schaden, vom kognitiven Kapitalismus gehört zu haben. Vielleicht wird die rosarote Internetbrille dann ein wenig blasser und klarer.“ (Yann Moulier-Boutang)

Yann Moulier-Boutang ist Herausgeber der Vierteljahreszeitschrift [Revue Multitudes](#). Zu seinen Forschungsgebieten zählen Modelle digitaler Ökonomie, Ökonomie der Innovation, Ökonomie der Kontribution, Nachhaltiges Wachstum, Finanzialisierung und Globalisierung, Systemische Transformation des Unternehmens und des Kapitalismus. Seine vieldiskutierte Monographie *Le capitalisme cognitif* (Paris 2007) ist

kürzlich unter dem Titel [\*Cognitive capitalism\*](#) bei Polity Press in englischer Übersetzung erschienen.

- Hier der Link zu dem Artikel: <http://www.labkultur.tv/blog/von-kapitalisten-dem-internet-und-bienen>
- Weitere Informationen zu Prof. Dr. Yann Moulier- Boutang : [http://www.ruhr-uni-bochum.de/socialmedia/2013-01-15\\_Moulier-Boutang.htm](http://www.ruhr-uni-bochum.de/socialmedia/2013-01-15_Moulier-Boutang.htm)
- Weitere Informationen zur Social Media Ringvorlesung der Ruhr Universität Bochum: [http://www.ruhr-uni-bochum.de/socialmedia/index\\_2.htm](http://www.ruhr-uni-bochum.de/socialmedia/index_2.htm)

### ***Parasoziale Kundenbeziehungen sind Abenteuer der Kommunikation***

Moderne Kundenbeziehungen werden heute mehr und mehr zu parasozialen Vertrauensbeziehungen im Internet, auf Facebook, in anderen sozialen Netzwerken und in den Massenmedien. Man muss mitschwimmen und sich dem Abenteuer der Kommunikation stellen, um sowohl die Risiken zu minimieren und die Chancen zu erkennen. Es muss grundlos vertraut werden, eine Vorleistung erbracht werden, eine Beziehung fingiert werden, deren Ausgang unsicher, ein Abenteuer – also riskant ist.

Die neuen sozialen Öffentlichkeiten sind als Hefe in einem Teig von Massenmedien und deren Informationen anzusehen. Die Echtzeitmassenmedien stellen die *"verkörperte Intelligenz"* dieser Kommunikation dar: Ohne sie ist die Kommunikation von Vertrauen im Sinn parasozialer Teilhabe nicht denkbar. Als technische Infrastruktur bildet sie die Ausgangsbedingungen für einen nicht *routinisierten, nicht technisierten Kommunikationsprozess*. Die Integration der Gesellschaft bleibt prekär, unsicher, kontingent: in der hochmodernen Gesellschaft erreicht diese Kontingenz jedoch ein neues Niveau : Sie erweist sich als *Abenteuer der Kommunikation.*" (Wenzel S. 80)

Der wirtschaftliche Erfolg einer Kundenbeziehung lässt sich eben bis heute nicht automatisieren, und selbst wenn man das richtige Thema hat, das tollste Produkt, die besten Mitarbeiter und viele Kunden hinter sich weiß, so ist es eine Kunst, eine Wissenschaft für sich und oft Glückssache, hier diese Leistung auch im Internet und den Massenmedien anderen und neuen Kunden präsentieren zu können.

Es gibt aber leider – dies ist die schlechte Nachricht – bis heute keine wissenschaftliche, empirisch exakte, konsistente Soziologie der Massenmedien – das ist der eigentliche Forschungsskandal, auf den ich später noch einmal zurückkomme. Die gute Nachricht ist, dass die vorliegenden Fragmente und Bruchstücke, die ich Ihnen bisher präsentiert habe, ein positives Forschungsprogramm ermöglichen würden. Wie müsste aber eine solche Theorie, nach der wir noch suchen, aussehen?

In seinem bereits 2001 erschienenen Buch „Die Abenteuer der Kommunikation“ hat der Berliner Soziologe Harald Wenzel diese Spurensuche auf über 500 Seiten ausgeführt und ein Forschungsprogramm entwickelt, dass für die OPEN Data, Big und Smart Data Forschung fruchtbar sein könnte.

Der rote Faden seines Buches ist die Idee, dass die Abenteuer der modernen und hochmodernen Gesellschaft in der Kommunikation in Echtzeit-Massenmedien zu bestehen sind. Harald Wenzel untersucht die Technikgeschichte, wobei er die Geschichte der Verkehrsmittel mit einbezieht. Das ist Ihnen sicher alles bekannt, es lohnt sich aber dennoch, Harald Wenzel bei seiner Spurensuche zu folgen.

In einer langen Entwicklung und in einer durch die miteinander verwobene Geschichte der Verkehrsmittel und der Kommunikationsmittel wurde die jeweilige technische Weiterentwicklung neu befeuert. Die Echtzeitmassenmedien stellen für Wenzel die „verkörperte Intelligenz“ dieser Abenteuer der Kommunikation dar:

„Ohne sie ist die Kommunikation von Vertrauen durch aktive, aber parasoziale Teilhabe nicht denkbar. Als technische Infrastruktur bildet sie die Ausgangsbedingungen für einen bis heute aber nicht routinisierten und nicht technisierbaren Kommunikationsprozess. Die Integration der Gesellschaft durch Massenmedien bleibt zwar noch immer prekär, ist stets unsicher, kontingent: aber in der hochmodernen Gesellschaft erreicht diese Kontingenz ein neues Niveau: Sie erweist sich erneut als Abenteuer der Kommunikation.“ (Wenzel S. 80)

Wenzel wird seit dem Erscheinen seines Werkes 2001 von der akademischen Soziologie regelrecht geschnitten, denn er kritisiert Argumentationsfehler und Desinteresse an Empirie bei den Großdenkern und Übervätern der deutschen Soziologie der Nachkriegszeit und widerlegt ihre Vorverurteilung der Massenmedien.

Ich empfehle Wenzel als Praktiker der Public Relations und Kundendatensoziologe besonders Ihnen, weil er eine empirisch abgesicherte wissenschaftliche Grundlage für die Wirksamkeit von parasozialer Kommunikation als Vertrauenskommunikation und damit für die Integrationsleistung moderner Medien geschaffen hat. Damit hat er bereits Ansätze gefunden, um uns sowohl von Horrorszenarien als auch von hermetischen Denkmodellen zu befreien. Er versetzt uns in die Lage, Bekanntes neu zu denken.

Verabschieden Sie sich für einen Moment von der bekannten Kritik der Massenkultur, der Massengesellschaft, des massenmedialen Imperialismus, und von den prominenten Richtungen nachklassischer Sozialtheorie von Luhmann, Giddens und Habermas.

Denn leider kranken diese prominenten Großtheorien daran, dass sie ihren Gegenstand empirisch nicht untersucht haben, und deshalb gar nicht kennen ... Ihre Kritik ist daher nur bloße Distanzierung von der Populärkultur, die aus dem Gestus hochkultureller Distinktion entsteht. So wird Unterhaltung als Massenbetrug denunziert, aber es bleibt unaufgeklärt, was Unterhaltung für die Rezipienten in der modernen Gesellschaft wirklich bedeutet, oder die Kritik gilt der Anpassung der Welt an den Warencharakter der Nachrichten und Informationen.

Zwar kommt es zu einer Beobachtung der verdeckten Eigenlogik der Massenmedien, doch, so Wenzel, wird diese Eigenlogik

„... nicht als solche begriffen und ihre Auswirkungen auf Gesellschaft, Kultur, Persönlichkeit ... nicht weiter untersucht, weil sie schon von vornherein gesetzt sind: als Manipulation, als Entfremdung. Auf die Spitze getrieben wird die Manipulationskritik, wenn die Forschungen zur aktiven praktischen Teilhabe der Rezipienten an der

massenmedialen Kommunikation zwar registriert werden, um sie sogleich unter einen pauschalen Ideologieverdacht zu stellen. Die Manipulationskritik der massenmedialen Kommunikation, die ihre Hochphase in den fünfziger und sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts hat, geht auf diese Kommunikation nicht wirklich ein und bleibt deshalb auf eine eigenartige Weise leer, steril, und pauschal.“ (Wenzel)

Wenzel referiert die Arbeiten des amerikanischen Publizisten Walter Lippman und des amerikanischen Philosophen John Dewey, um die Unterschiede deutlich zu machen, die in den prominenten Begriffen der Öffentlichkeit in Amerika und bei uns in Deutschland bestehen. Schon mit der Existenz von Zeitung, Kino, Rundfunk und Fernsehen entstand in Amerika ein großes Problem, das mit dem Internet als zusätzlichem Kanal, Medium, und künstlichem Raum nur noch vergrößert wurde:

„Das Problem besteht nicht darin, dass es zu wenig Öffentlichkeit gibt: Es gibt zu viele unkoordinierte, diffuse, komplexe, im Fluss befindliche Öffentlichkeiten, deren Integration in einer Ganzheit wenig aussichtsreich erscheinen will.“

Schrieb John Dewey (Harald Wenzel, S. 69) und begrub damit die romantische Leitidee einer direkten Demokratie aus dem Dialog der Anwesenden in einer lokalen Gemeinschaft. Diese Idee der Öffentlichkeit ist ein Phantom, verweist auf ein „fantôme public“ – denn die moderne Gesellschaft, so Wenzel, hat „eine Größenordnung und Komplexität angenommen, so dass sich dieses Modell einer Öffentlichkeit als untauglich erweist, sie ist zur Great Society geworden.“

Lippman und John Dewey hatten beide aktive persönliche Medienerfahrung, der eine als Soldat eines militärischen Propaganda-Apparates, der andere hat sich an einem später gescheiterten Zeitungs- bzw. Agenturprojekt, den Thought News, versucht.

Beide haben unabhängig voneinander und auf verschiedenen Erfahrungsebenen mit der Praxis der Medien und Öffentlichkeit in Amerika die Frage gestellt, welche Aufgaben der Öffentlichkeit in einer von Massenmedien geprägten Welt zukommen wird. Das taten sie übrigens Jahrzehnte vor Jürgen Habermas' Untersuchungen zum „Strukturwandel der Öffentlichkeit“, und er hat sie vollständig ignoriert: Lippman und Dewey setzen ihre Theorie weit jenseits eines Modells primärer Oralität an (...)

„Bilder sind das sicherste Medium, um eine Idee zu transportieren und zu einem kollektiven Gut zu erheben. Sie übertragen die Idee nicht nur, sie halten zu teilnehmendem Handeln an, Bilder, so Lippman, aktivieren, zwingen ihn zu Urteilen und Parteinahmen, beziehen ihn in eine Interaktion ein (...) Ergebnis ist eine parasoziale Interaktion, eine Teilhabe, (re-enactment) an der durch Bilder eröffneten Erfahrung. Trotz dieser Aktivität ist ein Publikum in einer Position der Abhängigkeit; es kann die komplexen Gegenstände nicht mehr verstehen, es ist auf den Rat und die Kompetenz von Spezialisten angewiesen. Experten, Treuhänder, Vertrauenspersonen machen der Öffentlichkeit diese vereinfachenden Bilder und Fiktionen verfügbar – sodass die darin konstruierte Pseudo-Umwelt zur Wirklichkeit wird.“ (Harald Wenzel S.67)

Medien erzeugen also eine merkwürdige, eine künstliche, aber soziale Intelligenz. Es ist aber hier nicht die Intelligenz einer einzelnen Person gemeint, sondern die durch Massenmedien ermöglichte künstliche Massen-Kommunikation einer „Great Community“.

„Lippman und Dewey stoßen als erste auf die verdeckte Eigenlogik der massenmedialen Kommunikation, wie sie dann Jahrzehnte später zunächst in der Medientheorie von Harold Innis und Marshall McLuhan expliziert wird. (...)“ (Harald Wenzel)

In Lippmans und Deweys Auffassung stehen sich eine Zuschauer- und eine Teilnehmer-Theorie gegenüber. Die verdeckte Eigenlogik der massenmedialen Kommunikation wird von Dewey nicht als ein Verzerrungseffekt in der Wahrnehmung und Erkenntnis der modernen Gesellschaft und ihrer Probleme gelesen, sondern als ein Handlungspotential zur Integration der Gesellschaft und zur Lösung ihrer Probleme. Damit ist das zweite Grundmerkmal massenmedialer Kommunikation schon benannt: Lippman und Dewey heben beide „die praktische aktive Teilhabe der Rezipienten hervor – freilich mit unterschiedlichen Akzenten“ (Wenzel S. 75)

„Solange Geheimhaltung, Vorurteil, Befangenheit, Verdrehung und Propaganda sowie bloße Unwissenheit nicht durch Untersuchung und Publizität ersetzt worden sind, können wir nicht wissen, wie sehr die vorhandene Intelligenz der Massen für die Beurteilung gesellschaftlicher Politiken geeignet sein mag. Sie wird mit Sicherheit weiter reichen als jetzt.“ (Dewey 1996, (1927) S.174)

Jeder, der versucht Kommunikation zu verstehen, um sie mit hochmoderner Technik zu initiieren, muss, so Wenzel, dazu an Theorien anknüpfen, die stärker berücksichtigen und erklären können, warum Medien eine solche integrative Funktion haben. Je nach Lage der Dinge ist das zum einen Deweys Vision von der Great Community oder einige Denker in der zeitgenössischen Sozialtheorie. Diese beiden Stränge sind die Nervenenden, die Wenzel gefunden hat und die wir wieder zusammenfügen müssen, um Echtzeitmassenmedien wirklich zu verstehen und die Kommunikation gestalten können:

„Die Sozialtheorie hat sich klar zu machen, was es heißt, Öffentlichkeit als praktische Teilhabe zu verstehen – jedoch an massenmedialer Kommunikation und nicht am Gespräch unter Anwesenden auf dem Forum“ (Harald Wenzel S. 76–78)

Das parasoziale Vertrauen, das bereits durch das Fernsehen gebildet wurde, ist sehr stark. Über die Ton- und Bild-Kommunikation am Fernsehschirm wird eine beidseitige Vertrauensbeziehung entwickelt und gestaltet, deren Qualität seit den ersten Tagen des amerikanischen Fernsehens Gegenstand von wissenschaftlicher Forschung ist.

Und doch kann es sehr schnell wieder verloren werden. Wir meinen oft, die Moderatoren im Fernsehen sehr gut zu kennen, wir entwickeln ein Gefühl für sie, weil sie mehrmals in der Woche regelmäßig in unserem Wohnzimmer auf dem Bildschirm auftauchen. Wir achten auf die Glaubwürdigkeit dieser parasozialen Partner fast genauso, wie wir auf die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen von Freunden, Verwandten, Arbeitskollegen oder unserer Mitarbeiter und Führungskräfte achten, obwohl deren reale Bedeutung für unser Leben natürlich viel höher ist, als das der Fernsehstars. 1956 veröffentlichten Anselm Strauss, Donald Horton und R. Richard Wohl in der Zeitschrift *Psychiatry* eine Arbeit mit dem Titel „Mass communication and para-social interaction. Observations on intimacy at a distance“. Eine der wichtigsten Eigenschaften der Massenmedien sei, so die These von Horton und Wohl, die Erzeugung einer Illusion von „face-to-face“ Beziehungen zwischen Zuschauern und Darstellern (1956, 215).

„Besonders dem Fernsehen gelinge es, derartige Beziehungen zu ermöglichen, da es Größen abbildet, auf die soziale Wahrnehmung normalerweise gerichtet ist, wie z.B. Aussehen und Verhalten von Personen. Diese Beziehung der Zuschauer zu den im Medium Auftretenden wird „parasozial“ genannt. Eine besondere Rolle bei der Erzeugung parasozialer Beziehungen fällt nach der These Horton und Wohls der direkten Adressierung des Publikums zu. Die passive Rolle eines nur Zusehenden werde überlagert, indem er in das Beziehungsgefüge hineingezogen werde, das das Programm anbiete. Anders ausgedrückt, er wird selbst Teil des Beziehungsgefüges.“ ([http://montage-av.de/pdf/011\\_1992/01\\_1\\_Klemens\\_Hippel\\_Parasoziale\\_Interaktion.pdf](http://montage-av.de/pdf/011_1992/01_1_Klemens_Hippel_Parasoziale_Interaktion.pdf) )

Es gibt im Fernsehen keine Gestaltungsfreiheit von Moderator und Publikum. Das parasoziale Vertrauen entsteht wie bei einem Schachspiel. Der Moderator muss dazu eine Rolle übernehmen, die die Zuschauer direkt anspricht, eine Rolle, die als Persona bezeichnet wird. Diese Rolle der Persona steht der Zuschauerrolle direkt gegenüber:

„Der Conferencier, der Moderator, der Talkshow Gastgeber, der Quizmaster, das sind typische personae, das heißt typische den Zuschauer direkt adressierende Rollen. Rollenübernahme bedeutet für den Zuschauer am Fernsehgerät, dass er eine Teilhandlung zur Kooperation beizutragen hat, die soziale Gestaltung vervollständigen muss. Er unterwirft sich dabei dem Gestaltungswillen des Showmasters, macht sich von dessen treuhänderischem mit seiner Teilhandlung abhängig – ganz im Sinne des hochmodernen blinden Vertrauens.“ (Wenzel)

Die Autoren vergleichen dieses Verhältnis der beiden Rollen mit einer bestimmten Form von Eröffnung im Schachspiel: Die eröffnende weiße Farbe zwingt Schwarz in bestimmte Spielzüge hinein, sofern Schwarz seine Gewinnchance behalten will. Solche eine Eröffnung nennt man Gambit. Wenn sie erfolgreich ist, verpflichtet sie den Gegner, entgegen seinen Wünschen zu handeln.

„Durch solche Züge kann man zu einer Statusabwertung (beschämt, degradiert, zum Narren gemacht) oder auch zu einer Statusaufwertung (geehrt, bewundert, vergöttert) gezwungen werden. Prozesse der Statuserzwingung verpflichten einen, Kompromisse zu schließen, Extrempositionen aufzugeben; sie machen Interaktion fließend, vielfältig und unvorhersehbar.“ (Horton/Strauss 1957, zitiert von Wenzel, S. 473)

Die Folge davon ist, dass wir, obwohl wir die Menschen im Fernsehen, die Moderatoren, Schauspieler und Experten nicht kennen können, entwickeln wir zu ihnen eine Beziehung, als ob wir sie wirklich kennen würden.

„Der Entertainer lockt den Zuschauer in ein Gambit. Diese Metapher der Schachsprache deutet schon an, dass der Zuschauer in eine Abfolge von geradezu mit Notwendigkeit aufeinander folgende Spielzüge verwickelt lässt, wenn er sich auf das einladende Kommunikationsangebot des Zuschauers eingelassen hat. (...) Wenn sie erfolgreich sind, verpflichten solche Gambits den Anderen, entgegen seinen Wünschen zu handeln.“

Die Spielzüge des Entertainers, seine Vorgaben, müssen mit den Spielzügen des Publikums ergänzt, vervollständigt werden. Das Publikum muss dem Entertainer vertrauen (...) In letzter Instanz liegt die Vervollständigung des Gambits durch den Zuschauer darin, die Werbeunterbrechungen des Network über sich ergehen zu lassen, das die Aufmerksamkeit des Zuschauers en gros an die Werbekunden verkauft hat. Die Parasozialität der Interaktion zwischen Entertainer und Publikum

stiftet auf diese Weise eine gelingende Kooperation – als solche muss man den Vorgang doch wohl bezeichnen, wenn eine Partei der anderen auf längere Dauer ihre Aufmerksamkeit verleiht. (...) Der Entertainer kommt als ein Fremder in unser Haus, auf den Bildschirm unseres Fernsehgeräts. Wir vertrauen ihm, wie er uns vertraut.“ (Wenzel S. 20)

Die gute Nachricht: Das parasoziale Vertrauen hier ist auch ein starkes Band. Es wird als Vorleistung gegeben und es ist sehr schwer so zu enttäuschen, dass es wirklich zu einem Abbruch der Beziehung oder zu einer gesellschaftlichen Anomie kommt. Der Soziologe Erving Goffman hat das Fingieren von sozialen Bedingungen für die Kraft und die Entstehung des Vertrauens aus Beobachtungen des Straßenverkehrs sehr präzise herausgearbeitet.

„Der Verkehr auf der Fahrbahn berührt sich mit dem Bürgersteig- oder Fußgänger-verkehr, insbesondere an Straßenübergängen und Ein- oder Auffahrten. Die beiden Systeme weisen in bestimmten Punkten Ähnlichkeiten auf. In beiden wird das Passieren unbekannter Piloten- oder zumindest solcher, die man nicht zu kennen braucht, geregelt, so dass sich hier eine Materialquelle für die Untersuchung sozialer Beziehungen zwischen Fremden ergibt. In beiden Fällen muss der Teilnehmer sein Schicksal vertrauensvoll in die Hände anderer Personen legen. (...)“<sup>6</sup>

Im Hinblick auf den Fußgängerverkehr kann das Vertrauen als hochproblematisch angesehen werden, die Koordination der Handlungen beruht weder auf Diskussion noch auf stillschweigender Kommunikation. Wenn sich die beiden Parteien einander nähern, gibt jeder dem anderen fortlaufend Hinweise, dass er an einem angemessenen und von ihm angedeuteten Kurs festhält. Die von allen zunächst fingierten und dann erfolgreich befolgten Straßenverkehrsregeln helfen uns aber nur ein Stück weit, um Zusammenstöße zu vermeiden. Neben den Techniken, die wir anwenden, um diese Ordnung zu schaffen, damit es keine Zusammenstöße gibt, ist aber, so Goffman, vor allem das Vertrauen darauf, dass sich auch andere an die Regeln halten, dafür verantwortlich, dass eine soziale Ordnung unfallfrei funktioniert. Weil wir wissen, dass wir beobachtet werden und dass wir andere beobachten, können wir in die riskante Vorleistung Vertrauen gehen, wenn wir am Straßenverkehr teilnehmen.

„Ein Handeln gegenüber Fremden, das zugleich auch eine gemeinsame Realität, ein gemeinsames Verständnis der Situation und der Kooperation erst herstellen muss, ist nicht sozial – es ist parasozial.“ (Harald Wenzel)

Eine solche Verknüpfung von Medientheorien könnte helfen, sowohl die „Nebenfolgen“ des Internets in den Griff zu bekommen, die Sie, Herr Prof. Gräbe, in Ihrem Ankündigungstext beschrieben haben. Sie sprechen vom Verlust der Privatsphäre, Frank Schirmacher befürchtete gar das Ende der marktwirtschaftlichen Grundlagen unserer Gesellschaft durch die Digitalisierung und die sozialen Medien und die neuen technisch einfachen Möglichkeiten der Überwachung der parasozialen Kommunikation im Internet. Die Sozialtheorie und auch die Privacy-Forschung hat sich dazu klar zu machen, was es heißt, Öffentlichkeit primär als aktive praktische parasoziale Teilhabe zu verstehen.

Kommen wir nun zum Abschluss noch auf die Horrorszenarien durch wahlweise Big Brother Phantasien oder über die Allmacht von Algorithmen und die Gefahren des Verlustes der Meinungsvielfalt durch die Filterbubble zurück: Virilios Ansatz ermöglicht uns eine neue Sichtweise auf mögliche Folgen und die Horrorszenarien von Big

<sup>6</sup> Goffman, Erving, Das Individuum im öffentlichen Austausch, Frankfurt am Main, 1982, S.28

Brother und den Untergang unserer modernen offenen Gesellschaft, die Virilio konsequent aus der Aufklärung ableitet. Der Endzustand der nach dem Fernsehen und der Hochgeschwindigkeitskommunikation irgendwann entsteht, der vernetzte Universalmonitor, oder das Internet of everything, wird laut Virilio eine unvorstellbar eigensinnige und damit letztlich auch nicht mehr in unserem Sinn von Kontrolle und Überwachung fassbare, also neue und unkontrollierbare Realität elektronischer Kommunikationen hervorbringen.

Wenn audiovisuelle Medien, die in elektronischer Echtzeit, in Lichtgeschwindigkeit miteinander kommunizieren, dann wäre es denkbar, dass irgendwann ein Punkt erreicht ist, dass sämtliche Bildschirme und Kameras miteinander vernetzt in einer umfassenden Superstruktur enden, die der französische Philosoph Paul Virilio Universalmonitor nennt. Mit diesem Universalmonitor wird eine zukünftige Entwicklung beschrieben, der Clou und die Idee von Paul Virilio ist nun, von diesem Endstadium aus wieder zurückzugehen, um dann auf eine neue Art und Weise die Artefakte der Gegenwart, das wäre z.B. das derzeitige Internet-Weltpanorama, in dem Raum und Zeit schrumpfen und sich gleichzeitig ausweiten, zu beschreiben. Schon heute sind z.B. bei der Skype-Konferenz Kamera und Bildschirme vernetzt, d.h. jeder, der beobachtet, wird auch von den anderen Teilnehmern beobachtet. Wer beobachtet und überwacht wen?

Was lernen wir daraus?

Theorien des Verfalls von Werten durch die Digitalisierung sind wie Verschwörungstheorien meist empirisch nicht belegte gesellschaftliche PHANTASIEN UND Distinktionsphänomene, die man aber mit Hinweis auf Paul Virilio und auf die real existierenden Eigenlogiken der Massenmedien von gestern und heute, die ich Ihnen in diesem Parforce-Ritt nur andeuten kann, kontern kann.

Daher kann ich nur hoffen, dass sie mit Hilfe meines soziologischen Äquivalentes die sozialen Grundlagen unserer Gesellschaft besser verstehen und wie ich den Zauberteppichen der Parasozialität mehr und mehr lernen zu vertrauen. Wenn man sich das ganze Bild der Paradoxie der Aufklärung vor Augen führt, dann wird schnell klar, dass jeglicher Alarmismus oder Schwarz-Weiß-Denken an der Unkontrollierbarkeit des Universalmonitors einfach abperlen muss.

Das derzeitige Internet enthält und besteht aus einer Unmenge kleinerer Informationseinheiten („Microcontent“), die kaum feststehende Strukturen haben und häufig miteinander verknüpft sind. Im Vergleich zum Buch, das für gewachsenes Wissen in größeren abgeschlossenen Einheiten steht, zeigt das Web die Vielfalt der Welt, ihr äußeres Chaos sowie die Unvollständigkeit, Widersprüchlichkeit und Subjektivität unseres Wissens, und das ist seine Stärke. Die Gefahr der Allmacht von Algorithmen kann mit Blick auf die kleinsten Informationseinheiten ebenfalls relativiert werden:

**„The web only has value because it contains difference“**

“Das Web zeigt Meinungsvielfalt, weil die Akteure im Diskurs auch formal aufeinander verweisen durch Links, Kommentare, Wikis etc., die einen Diskursraum besser erschließen als es jede Zeitung bisher konnte. So findet also der Leser bei anfangs starker Blickverengung durch die ersten Suchergebnisse am Ende oft zu einem Diskursraum, der die Vielfalt einschließt. Es kommt hinzu, dass das Internet Serendipität ermöglicht, also Zufallsfunde, die uns bereichern. Damit wirkt es sogar den eigenen Filtermechanismen entgegen. Auch moderne Empfehlungsverfahren beruhen

nicht auf einfachen Regeln, die die Auswahl nur wiederholen, vielmehr mischen aktuelle Algorithmen erstens Empfehlungen, die abseitig liegen, können, immer wieder mit in ihre Vorschläge, damit sie selbst lernen können. Und sie erstellen zweitens ihre Empfehlungen möglichst auch aufgrund des Verhaltens anderer Menschen. Es wird also wohl nicht dazu kommen, dass, wie die prominente Kommunikationswissenschaftlerin Miriam Meckel annimmt, „perfekte Algorithmen“ dazu führen, dass „es keinen kritischen Diskurs mehr (gibt)“ und „unser System auseinanderfällt“.<sup>7</sup>

Aus vier Gründen scheinen solche apokalyptischen Szenarien abwegig: Erstens werden Algorithmen so programmiert, dass sie lernfähig sind; zweitens sorgt schon das ökonomische Interesse, Neuheiten zu verkaufen, für ständige Innovation; und drittens verdrängt das Internet ja die alten Medien nicht, sondern bildet sie, wenn auch in anderen Formaten und Formen, in sich ab, wodurch ihre Inhalte weiter zugänglich bleiben. Und viertens verweisen Informationen, die der Verlinkungs- und Kommentierungslogik des Webs folgen, recht bald auf abweichende Meinungen, Sachverhalte und Perspektiven. Das Internet filtert nicht wie herkömmliche Medien Informationen für den Rezipienten weg, sondern eröffnet nur – potenziell unendlich viele – gefilterte Sichten. Gern wird zur Veranschaulichung die Cafeteria als Beispiel genannt, die durch die Vorauswahl an Mahlzeiten die Möglichkeiten verringert, während das Web sozusagen alle Zutaten mit Rezepten bereitstellt. Eine bestimmte Information wird obendrein an vielen Stellen des Nachrichtenkonsums auftauchen, wenn sie gewisse Relevanzschwellen überschreitet.“<sup>8</sup>

Die Gestaltung von Open Data und Big Data und Smart Data Projekten und die Verwendung des Internets und von Algorithmen muss also nicht zum Untergang der bestehenden modernen Formen von parasozialer Interaktion führen. Das Kuratieren digitaler Inhalte und der Datenbutler als personalisierte Dienstleistungen, sie müssen kommen. Zumindest der mathematische Kurator, der so genannte Bot, ist ja auch schon da, oder wenn Banken darüber nachdenken, ihren Service als Datenbutler zu beschreiben. Es hilft eben nur nicht, nur wehmütig zurückzuschauen oder den Teufel an die Wand zu malen. Einen Weg zurück in die lediglich orthosoziale Vertrauensbildung sehe ich nicht. Wir brauchen Serviceangebote an die Nutzer, die die Qualität und die Bindekraft des parasozialen Vertrauens auf die nächste technische Stufe bringen können und die die Phantasie ihrer Nutzer bedienen können, diese aber auch nicht im Regen stehen lassen.

Die Beschäftigung mit der Realität parasozialer Kommunikation hilft Ihnen, ihre Projekte verständlicher für alle aufzubauen, indem Sie lernen diese Ängste und Befürchtungen der User zu verstehen und Ihnen beruhigende Antworten auf bisher ungelöste Fragen zu geben. Ein Nebeneffekt der Beschäftigung ist, dass Sie in die Lage versetzt werden, die Horrorszenarien, die über die Folgen der Digitalisierung kursieren, auf ihre empirische Wahrheit hin zu untersuchen und damit zu relativieren oder eine persönliche Kommunikationsstrategie gegen Cassandra-Rufer aufzubauen .

Nur wer die Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft, einzelnen Gruppen, Figurationen von Menschen kennt, kann mit ihnen Handel treiben, Menschen führen und Innovationen akzeptabel machen. kann mit dem viel zitierten Begriff "auf Augenhöhe"

---

<sup>7</sup> <http://www.zeit.de/campus/2012/01/sprechstunde-miriam-meckel>

<sup>8</sup> Christoph Kappes, [http://christophkappes.de/wp-content/uploads/downloads/2012/06/TZD\\_Kappes-Christoph\\_-Filter-Bubble.pdf](http://christophkappes.de/wp-content/uploads/downloads/2012/06/TZD_Kappes-Christoph_-Filter-Bubble.pdf)

aufklären und dazu braucht es mehr Wissen, als nur zu wissen, wie man einen Facebook-Account anlegt oder wie man die Suchmaschinenfunktion technisch optimiert.

Es gilt auf einer soliden empirischen – sprich soziologischen – Grundlage und durch die Themenbeobachtung die möglichen Zukünfte von Entwicklungen zu bestimmen. Dies kann nur gelingen, wenn die Geschichte der menschlichen Figurationen, der Gruppen und Einzelinteressen soziologisch herangezogen werden kann und weiter gedacht wird.

Auf dieser neuen von mir hier nur skizzierten praxissoziologischen Grundlagenforschung und dem positiven Forschungsprogramm, das Harald Wenzel uns in seiner akribischen Untersuchung vorschlägt, lassen sich die Strukturen, der Habitus der Kunden und ihrer Kommunikation in den neuen sozialen Öffentlichkeiten deutlich besser erkennen als in den gängigen küchenpsychologischen Theorien über das Subjekt und auch den prominenten Kommunikationstheorien von Luhmann und Habermas.

### What is to be done?

Eine Website, ein Call-Center, das wirkt heute schon fast "museal", angesichts der Entwicklung der Möglichkeiten, mit denen heute Unternehmen ihre Kunden und Anspruchsgruppen erreichen können und erreichen müssen .



Link zur Website des amerikanischen Marketing Experten Mark Schaefer: <http://www.businessesgrow.com/2013/04/14/the-future-of-business-six-layers-of-customer-engagement/>

Für die Gestaltung von Projekten mit Open Data und Big Data und Smart Data und jedwede Kommunikation von Daten sollten Sie aus meinem Vortrag nur ein paar Dinge im Hinterkopf behalten:

- Jede parasoziale Interaktion braucht für ihr Gelingen die Moderation, das Kuratieren von Daten und damit ein Gambit-Angebot durch einen Moderator ihrer Projekte.

- Spezialisten dafür finden sie nicht schwer in der Public Relations, daher versuchen sie sich selbst daran, ein Angebot an ihre Nutzer zu machen, das die versprengten User zu einer parasozialen Vertrauens-Reaktion bringt. Die Anwendung muss so gestaltet sein, dass sie eine parasoziale Vertrauensbildung MIT IHREM Produkt ermöglicht, wobei es egal ist, ob das Angebot, von einem Menschen oder einem mathematischen elektronischen „Botler“ gemacht wird.

Um zu illustrieren, was ich meine, denken Sie an Jules Verne's Roman „In 80 Tagen um die Welt“: Genau wie der Held Phileas Fogg für seine Reise die Exekutive und die Organisationsfähigkeiten seines Butlers Jacques Passepartout braucht, so braucht angewandte Informationstechnologie as a Service stets auch ein „persönliches“ Gambit-Angebot, um das parasoziale Vertrauen als Steuerungssystem zu aktivieren.