

Astrid Schwabe: Ein Blick über den disziplinären Tellerrand. Über die Potenziale eines kommunikationswissenschaftlichen Medienverständnisses für die geschichtsdidaktische Mediendiskussion im digitalen Wandel. In: Christoph Pallaske (Hrsg): Medien machen Geschichte. Neue Anforderungen an den geschichtsdidaktischen Medienbegriff im digitalen Wandel. Berlin 2015, S. 37-51.

Band 2 der Reihe „Geschichtsdidaktische Studien“, herausgegeben von Bettina Alavi, Markus Bernhardt, Charlotte Bühl-Gramer, Marko Demantowsky und Thomas Hellmuth.

Erschienen im Logos-Verlag Berlin

ISBN 978-3-8325-3956-6

ISSN 2362-670X

[Link zur Verlagsseite](#)

Ein Blick über den disziplinären Tellerrand

Über die Potenziale eines kommunikationswissenschaftlichen Medienverständnisses für die geschichtsdidaktische Mediendiskussion im digitalen Wandel

Die Aussage grenzt mittlerweile an eine Plattitüde: Der Begriff *Medium* beziehungsweise *Medien* ist unscharf und nicht klar umrissen, obwohl wir ihn selbstverständlich gebrauchen. Neben dem alltäglichen Gebrauch im Sinne von *Mittler* stehen auch im wissenschaftlichen Kontext Begriffsverständnisse, die vom technischen Übertragungswerkzeug über Informations- und Bedeutungsträger hin zu mächtigen Organisationen beziehungsweise bestimmten komplexen über-organisatorischen, institutionellen Zusammenhängen reichen. Grundsätzlich lassen sich in verschiedensten Disziplinen grundlegende theoretische Auseinandersetzungen mit dem Phänomen von instrumentellen Begriffsverwendungen abgrenzen.¹

In der Geschichtsdidaktik überwog bisher eine solche pragmatische, stark auf die unterrichtlichen Anwendung fokussierte Betrachtung des Gegenstands, im Zentrum standen Unterrichtsmedien oder, mit den Worten Christoph Pallaskes, „das ‚Material‘ des Geschichtslernens“.² Dieser Medienbegriff geht maßgeblich auf Hans-Jürgen Pandel zurück, der *Medien des Geschichtsunterrichts* „als geschichtsdidaktische Präsentationsformen“ nachhaltig wirkend entsprechend des Entstehungszeitpunkts im Zusammenspiel mit dem jeweiligen Erkenntnisinteresse idealtypisch in Quellen, Darstellungen und Imaginationen (früher: Fiktionen) unterscheidet. Zur Charakterisierung zieht

¹ Vgl. u.a. Werner Faulstich: *Medium*. In: Ders. (Hrsg.): *Grundwissen Medien*. Paderborn 2004, S. 13-102, hier S. 13-18; Michael Sauer: *Medien im Geschichtsunterricht*. In: Michele Barricelli/Martin Lücke (Hrsg.): *Handbuch Praxis des Geschichtsunterrichts*, Bd. 2. Schwalbach 2012 (Forum Historisches Lernen), S. 85-91, hier S. 85.

² Christoph Pallaskes: *Sprachverwirrung. Was ist ein geschichtsdidaktisches Medium?* In: *Public History Weekly* 2 (2014) 25, DOI: [dx.doi.org/10.1515/phw-2014-2311](https://doi.org/10.1515/phw-2014-2311).

er nach langjähriger Beschäftigung 2013 die „Kontinua“ *Authentizität vs. Fiktion* und *Gegenwart vs. Vergangenheit* heran.³

Dieser Medienbegriff mit seiner engen Fokussierung auf die unterschiedlichen Erscheinungsformen, in denen Lernende im Unterricht auf Geschichte treffen, ist allerdings kaum als umfassender geschichtsdidaktischer Medienbegriff zu bezeichnen, der hinreichende analytische Tiefenschärfe aufweist für „die vielfältigen Präsentationsformen, in denen Geschichte in der Gesellschaft auftritt“⁴ und ihre individuelle Aneignung. Gerade historische Darstellungen der außerschulischen Geschichtskultur erfordern ein breiteres Medienverständnis, das es ermöglicht, gesellschaftlich bedeutsame Sinnstiftungsprozesse von Medienproduzent/innen und Sinnbildungsprozesse von Mediennutzer/innen und ihre Implikationen für historische Lernprozesse zu untersuchen und zu bewerten.

Auf die besonderen Herausforderungen, vor denen ein geschichtsdidaktischer Medienbegriff unter den Bedingungen einer zunehmend digitalisierten Welt steht, haben in jüngster Zeit einige Autor/innen hingewiesen.⁵ Im Kontext dieser Debatte ist der vorliegende Sammelband zu verorten. Ich verzichte auf eine ausführliche Darstellung ihres bisherigen Verlaufs, da einige der beteiligten Autor/innen mit eigenen Beiträgen im Band vertreten sind, zudem

³ Vgl. Hans-Jürgen Pandel: *Geschichtsdidaktik. Eine Theorie für die Praxis*. Schwalbach/Ts. 2013, hier S. 274f. (Zitate ebd.) in Weiterentwicklung seiner immer wieder überarbeiteten Überlegungen zum Medienbegriff. Siehe für seine ersten Überlegungen Ders.: *Medien für historisches Lernen*. In: *Lehrmittel aktuell* 6 (1980), Nr. 3, S. 23-27; Ders.: *Das geschichtsdidaktische Medium zwischen Quelle und Geschichtsdarstellung*. In: Ders./Gerhard Schneider (Hrsg.): *Handbuch Medien des Geschichtsunterrichts*. Düsseldorf 1985, S. 11-27.

⁴ Waltraud Schreiber: *Geschichtskultur – eine Herausforderung für den Geschichtsunterricht?* In: Ulrich Baumgärtner/Dies. (Hrsg.): *Geschichts-Erzählung und Geschichtskultur. Zwei geschichtsdidaktische Leitbegriffe in der Diskussion*. München 2001 (Münchner Geschichtsdidaktisches Kolloquium, Bd. 3), S. 99-136, hier S. 106.

⁵ Vgl. Daniel Bernsen/Alexander König/Thomas Spahn: *Medien und historisches Lernen: Eine Verhältnisbestimmung und ein Plädoyer für eine digitale Geschichtsdidaktik*. In: *Zeitschrift für digitale Geschichtswissenschaften*, 1/2012. Online unter: <http://universaar.uni-saarland.de/journals/index.php/zdg/article/view/294/358> [Stand: 18.03.2015], bes. S. 14-16; Pallaske: *Spachverwirrung* (Anm. 2); Ders.: *Die Vermessung der (digitalen) Welt. Geschichtslernen mit digitalen Medien*. In: Marco Demantowky/Ders. (Hrsg.): *Geschichte lernen im digitalen Wandel*. Berlin/München/Boston 2015, S. 135-147.

der Beitrag von Hilke Günther-Arndt die ‚Geschichte des Medienbegriffs‘ in der Geschichtsdidaktik nachzeichnet.⁶

In den Medien- und Kommunikationswissenschaften finden sich aus verschiedenen Gründen, die auch in unterschiedlichen Wissenschaftstraditionen liegen, zahlreiche Definitionen des Begriffs *Medium* wie auch einige Medientheorien, die oft kaum vereinbar nebeneinander stehen.⁷ Eine größere Anzahl breit rezipierter Theorien fokussiert jedoch bei allen Unterschieden im Detail auf die Integration der technischen, inhaltlichen, funktionalen und sozialen Aspekte des komplexen Gegenstands. Diese integrativen Medienkonzepte gehen somit über ein Verständnis von Medium als technischem Werkzeug weit hinaus und betonen die gesellschaftliche Bedeutung von Medien in individuellen und kollektiven Kommunikationsprozessen. Grundsätzlich bieten diese Medienkonzepte lohnenswerte Potenziale für eine moderne Geschichtsdidaktik mit ihren Zentralkategorien Geschichtsbewusstsein und Geschichtskultur, die das historische Lernen in den Mittelpunkt stellt, und zwar auf allen drei klassischen Handlungsfeldern, nämlich Theorie, Empirie und Pragmatik. Hierzu existieren fruchtbare Überlegungen in unserer Disziplin, in jüngster Zeit unter anderem von Jakob Krameritsch⁸ und Jan Hodel.⁹

⁶ Vgl. den Beitrag von Hilke Günther-Arndt in diesem Band.

⁷ Vgl. für einen systematisierenden Überblick über existierende Medientheorien Faulstich: *Medium* (Anm. 1), S. 13-18; auch Karin Bruns/Ramón Reichert: Einleitung Kapitel „Computer und Digitalisierung: Medium, Tool, Form?“ In: Dies. (Hrsg.): *Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation*. Bielefeld 2007, S. 23-32, hier S. 24; Astrid Erll: *Medium des kollektiven Gedächtnisses: Ein (erinnerungs-) kulturwissenschaftlicher Kompaktbegriff*. In: Dies./Ansgar Nünning (Hrsg.): *Medien des kollektiven Gedächtnisses. Konstruktivität – Historizität – Kulturspezifität*. Berlin/New York 2004 (*Media and Cultural Memory*, Bd. 1), S. 3-22, hier S. 12.

⁸ Jakob Krameritsch: *Geschichte(n) im Netzwerk. Hypertext und dessen Potentiale für die Produktion, Repräsentation und Rezeption der historischen Erzählung*. Münster u.a. 2007 (*Medien in der Wissenschaft*, Bd. 43), bes. S. 9-50.

⁹ Jan Hodel: *Verkürzen und Verknüpfen: Geschichte als Netz narrativer Fragmente – Wie Jugendliche digitale Netzmedien für die Erstellung von Referaten im Geschichtsunterricht verwenden*. Bern 2013 (*Geschichtsdidaktik heute*, Bd. 5), bes. S. 22-26 und S. 82-126. Vgl. auch die Überlegungen von Christoph Pallaske: *Ders.: Sprachverwirrung* (Anm. 2); Astrid Schwabe: *Historisches Lernen im World Wide Web: suchen, flanieren oder forschen? Fachdidaktisch-mediale Konzeption, praktische Umsetzung und empirische Evaluation der regionalhistorischen Website Vimu.info*. Göttingen 2012 (*Beihefte zur Zeitschrift für Geschichtsdidaktik*, Bd. 4), bes. S. 15-24 und S. 77-154; Zum Zusammenhang von medialen Strukturmerkmalen und historischer Narration vgl.

Doch auch die integrativen Medienkonzepte stehen bei der Beschreibung digitaler medialer Phänomene spätestens seit der Durchsetzung des sogenannten ‚Web 2.0‘ oder ‚Social Web‘ vor neuen Herausforderungen.¹⁰ Daher soll im Mittelpunkt dieses als Denkanstoß aus interdisziplinärer Perspektive gedachten Beitrags die Frage stehen, welche Beiträge die Medien- und Kommunikationswissenschaften liefern können, um digitale mediale Phänomene in ihren Implikationen auf historische Lernprozesse zu beschreiben und zu analysieren. Dabei möchte sich die folgende Auseinandersetzung ausdrücklich als Debattenbeitrag verstanden wissen, der die diskutierten Medienkonzepte in Bezug auf ihre Anschlussfähigkeit an den geschichtsdidaktischen Diskurs zur kritischen Diskussion stellt. Aus diesem Grund werde ich in Fortführung existierender Überlegungen in gebotener Kürze das integrative Medienverständnis referieren, um dann seine Aktualität in einer digitalen Medienlandschaft zu prüfen. Im Anschluss skizziere ich einen Ansatz des Kommunikationswissenschaftlers Lutz Goertz zur *Medienanwendung*, der meiner Ansicht nach wertvolle Impulse für die aktuelle Debatte liefern kann.

Integrative Medienkonzepte

Werfen wir nun einen Blick auf die Mediendiskurse in den Medien- und Kommunikationswissenschaften: Grundsätzlich herrscht in den Disziplinen mittlerweile weitestgehend Konsens darüber, dass der Begriff des Mediums drei Ebenen umfasst, nämlich eine technische (Apparatur), eine inhaltliche (Aussage) und eine funktionale (Kommunikation). W. J. Mitchel beschreibt

u.a. Waltraud Schreiber: Kompetenzbereich historische Methodenkompetenz. In: Andreas Körber/Dies./Alexander Schöner (Hrsg.): Kompetenzen historischen Denkens. Neuried 2007 (Kompetenzen: Grundlagen – Entwicklung – Förderung, Bd. 2), S. 194-235, hier S. 222; Andreas Körber: Neue Medien und Informationsgesellschaft als Problembereich geschichtsdidaktischer Forschung. In: Zeitschrift für Geschichtsdidaktik 1 (2002), S. 165-181, hier S. 177, dort Anm. 1; auch Saskia Handro: „Wie es Euch gefällt!“ Geschichte im Fernsehen. In: Zeitschrift für Geschichtsdidaktik 6 (2007), S. 213-231, bes. S. 213-214. Vgl. auch die Veröffentlichungen von Peter Haber, u.a. Ders.: Zur Narrativität und Medialität von Geschichte im digitalen Zeitalter. In: Uwe Danker/Astrid Schwabe (Hrsg.): Historisches Lernen im Internet. Geschichtsdidaktik und Neue Medien. Schwalbach/Ts. 2008 (Forum Historisches Lernen), S. 196-204.

¹⁰ Vgl. zu dieser Ausgangslage Schwabe: Historisches Lernen (Anm. 9), S. 88-91.

ein Medium als „eine komplexe soziale Institution, die in ihrem Inneren Individuen enthält und durch eine Geschichte von Praktiken, Ritualen, Gewohnheiten, Fähigkeiten und Techniken ebenso konstruiert wird wie durch eine Reihe materieller Objekte und Räume“.¹¹ Diese „institutionalisierten Kommunikationseinrichtungen“¹² wirken auf die Menschen und ihre Erinnerungen, Wahrnehmungen und Handlungsweisen, und damit auf und in die Gesellschaft. Medienwissenschaftler wie Marshall McLuhan oder Harold A. Innis konstatieren die „Medienabhängigkeit des Wahrnehmens und Denkens von Gesellschaften“.¹³

Auf den ersten Blick keineswegs eingängig, aber schlüssig und die drei benannten Ebenen umfassend, definiert Werner Faulstich ein Medium im diesem Sinne: „Ein Medium ist ein institutionalisiertes System um einen organisierten Kommunikationskanal von spezifischem Leistungsvermögen mit gesellschaftlicher Dominanz.“¹⁴ Es handelt sich bei Medien also um durch eine etablierte Organisation vermittelte Kommunikation in einer bestimmten Form, in einem bestimmten Zeichensystem, die Einfluss auf die Öffentlichkeit beziehungsweise die öffentliche Wahrnehmung hat. Dies impliziert, dass Medien nicht neutral sind, dass es sich bei Medien nicht um wertfreie Lautverstärker, Informationsspeicher oder eben bloße Werkzeuge handelt, sondern um sinnstiftende Akteure.¹⁵ Ihre gesellschaftliche Relevanz ist historisch und damit wandelbar. Zudem ist ihre Nutzung meist so habitualisiert, dass sie in unserem Alltag unbewusst und selbstverständlich geschieht und wir uns der

¹¹ W. J. Mitchell: Der Mehrwert von Bildern. In: Stefan Andriopoulos/Gabriele Schabacher/Eckhard Schumacher (Hrsg.): Die Adresse des Mediums. Köln 2001 (Mediologie, Bd. 2), S. 158-184, hier S. 159.

¹² Knut Hickethier: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar ²2002, hier S. 20.

¹³ Daniela Pscheida: Das Internet als Leitmedium der Wissensgesellschaft und dessen Auswirkungen auf die gesellschaftliche Wissenskultur. In: Daniel Müller/Annemone Ligensa/Peter Gendolla (Hrsg.): Leitmedien. Konzepte – Relevanz – Geschichte. Bd. 1. Bielefeld 2009 (Medienumbrüche), S. 247-266, hier S. 248.

¹⁴ Faulstich: Medium (Anm. 1), S. 18 (im Original kursiv).

¹⁵ Vgl. Erll: Medium (Anm. 7), S. 4ff.; auch Tobias Ebbrecht: Geschichtsbilder im medialen Gedächtnis. Filmische Narrationen des Holocaust. Bielefeld 2011, S. 36-40; Kramers: Netzwerk (Anm. 8), S. 37-44.

sinngebenden Macht der Medien oft kaum bewusst sind.¹⁶ Dennoch sei mit Knut Hickethier darauf verwiesen, dass wir bei aller aufzubauenden Sensibilität gegenüber medialer Macht gut daran täten, „nicht alles, was heute geschieht, auf die Existenz und die Ausbreitung von Medien zu schieben“, da menschliche Praxis auch von anderen Faktoren bestimmt würde.¹⁷

Unterschieden wurde lange Zeit zwischen Individual- und Massenkommunikation. Die verbreitete Definition Gerhard Maletzkes aus dem Jahr 1963 charakterisiert Massenkommunikation als „jene Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft), durch technische Verbreitungsmittel (Medien), indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raum-zeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Ausagendem und Aufnehmenden) an ein disperses Publikum“¹⁸ als eine heterogene Gruppe unbekannter Menschen gesendet werden. Massenkommunikation sei also weniger Austausch, als uni-direktionales Senden von Informationen.

Den Massenmedien wie Zeitung, Hörfunk, Film und Fernsehen wurden bedeutende politische, soziale und ökonomische Funktionen und Wirkungen zugeschrieben.¹⁹ Dazu gehören als wichtigste die Herstellung von Öffentlichkeit, Kritik und Kontrolle, politische Bildung und Wissensvermittlung, Sozialisation und Unterhaltung sowie eine Speicher- und Gedächtnisfunktion. Die Kennzeichnung eines Mediums als Massenmedium spricht ihm also eine noch bedeutendere Rolle in der Gesellschaft zu, die Niklas Luhmann – oft zitiert – auf den Punkt bringt: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir über die Massenmedien.“²⁰ Dabei beeinflus-

¹⁶ Vgl. Werner Faulstich: Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen. München 2002, hier S. 23f; Hartmut Winkler: Basiswissen Medien. Frankfurt a. M. 2008, bes. S. 11.

¹⁷ Knut Hickethier: Zeitgeschichte in der Mediengesellschaft. Dimensionen und Forschungsperspektiven. In: Zeithistorische Forschungen. Studies in contemporary history, Online-Ausgabe, 6 (2009), H. 3. Online unter: <http://www.zeithistorische-forschungen.de/3-2009/id=4524> [Stand: 31.12.2014], Abs. 1.

¹⁸ Gerhard Maletzke: Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg 1963, S. 32f.

¹⁹ Vgl. u.a. Günter Bentele/Howard Nothhaft: Kommunikation/Massenkommunikation. In: Jürgen Hüther/Bernd Schorb (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. München 2005, S. 210-221, hier S. 221.

²⁰ Luhmann 1996, zit. nach: Hans-Jürgen Bucher: Das Internet als Netzwerk des Wissens.

sen zahlreiche Faktoren Funktion und Wirkung eines Massenmediums: die Bedürfnisse und Voraussetzungen der Rezipierenden, ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen und ebenso maßgeblich die spezifischen Strukturmerkmale des Mediums.²¹ Diese Aussagen implizieren jedoch keineswegs die Annahme, Individuen und Gesellschaften stünden (Massen-)Medien ohnmächtig gegenüber. Im Gegenteil: Menschen gestalten Medien und ihre Inhalte, Menschen nutzen Medien in bestimmter Art und Weise, Menschen nehmen medial vermittelte Inhalte auf und verarbeiten sie aktiv.²² Dieses Verständnis von Medien, die nicht nur über die Realität berichten, sondern eben auch Wirklichkeit(en) erschaffen,²³ sollte auch den geschichtsdidaktischen Medienbegriff prägen.

Digitale Medien als Herausforderung bisheriger Medienkonzepte

Nun stellt sich angesichts des digitalen Wandels allerdings die Frage: Erfassen die vorgestellten integrativen Medienverständnisse auch die gesellschaftliche Realität digitaler Medien und ihrer Nutzung oder bedarf es Weiterentwicklungen? Welche Charakteristika kennzeichnen überhaupt digitale Medien?

Die Phänomene, denen wir auf den Grund gehen möchten, zeichnen sich zunächst durch ihre Digitalität aus. Digitale Objekte basieren nach Lev Manovich (2001) auf „numerischer Repräsentation“.²⁴ Als weitere Prinzipien

Zur Dynamik und Qualität von spontanen Wissensordnungen im Web 2.0. In: Heiner Fangerau/Thorsten Halling (Hrsg.): Netzwerke. Allgemeine Theorie oder Universalmetapher in den Wissenschaften? Ein transdisziplinärer Überblick. Bielefeld 2009 (Science Studies), S. 133-171, hier S. 133.

²¹ Vgl. Michael Meyen: Massenmedien. In: Hüther/Schorb (Hrsg.): Grundbegriffe (Anm. 19), S. 228-233.

²² Vgl. Jakob Krameritsch: Die fünf Typen des historischen Erzählens – im Zeitalter digitaler Medien. In: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History, Online-Ausgabe, 8 (2009), H. 3. Online unter: <http://www.zeithistorische-forschungen.de/3-2009/id=4566> [Stand: 31.12.2014], bes. Abs. 1.

²³ Vgl. Krameritsch: Netzwerk (Anm. 8), S. 39.

²⁴ Vgl. Lev Manovich. Zit. nach: Daniel Michelis: Die Sprache der Neuen Medien (Lev Manovich). In: Ders./Thomas Schildhauer (Hrsg.): Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle, Praxis. Baden-Baden ²2012, S. 56-66, bes. S. 57-61 (Zitate ebd.).

seien die „Modularität“ sowohl in Bezug auf Inhalte als auch Software, die „Automatisierung“ – also die Möglichkeit, der algorithmischen Produktion und Bearbeitung sowie des Zugangs und der Nutzung – und die mit dem Begriff „Variabilität“ gekennzeichnete Reproduzier- und Bearbeitungsmöglichkeit zu nennen. Ganz unterschiedliche Codierungen – Schrift, Ton, Grafik, Bild und laufende Bilder – können also – verlustfrei oder komprimiert – im binären Code wiedergegeben, und so mehr oder weniger beliebig vervielfältigt, bearbeitet und übertragen werden. Dies ermöglicht auch die Integration zahlreicher ehemaliger Einzelmedien in andere und das Verschmelzen verschiedener Medien. Als fünftes Prinzip nennt Manovich die „Transkodierung“, die Auswirkungen der Eigenschaften digitaler Objekte auf das soziokulturelle Verhalten der User/innen. In den aktuellen digitalen Medien lösen sich die Rollen von Produzent/in und Adressat/in auf, wir stoßen auf aktive Medienaneignung, die über Empfang und Verarbeitung hinausgeht, ‚user generated content‘ steht neben redaktionellen Inhalten, Medien werden zu Beteiligungsmedien.²⁵

Mittlerweile sind die zu Grunde liegenden und entstehenden Daten oft nicht mehr an ein bestimmtes Gerät, an einen bestimmten Ort gekoppelt, sondern werden zwischen verschiedenen, global vernetzten Geräten ausgetauscht. Immer öfter sind sie weder beim Medienproduzenten noch beim Rezipierenden gespeichert, sondern lagern in zentralen ‚Server Farmen‘. Ihre Verwaltung folgt immer stärker der Logik von Datenbanken und der Zugriff erfolgt über Algorithmen. Die Daten sind mittlerweile quasi jederzeit von überall aus abfragbar, über diverse mobile Endgeräte, teilweise auch über in Alltagsgegenstände integrierte Elemente („Internet of things“). Gleichzeitig findet eine immer stärkere Kombination bestimmter Daten mit ortsbezogenen Informationen statt, das Phänomen der ‚Net locality‘.²⁶ Daten und ihre Nutzung generieren immer mehr Daten, die quasi nur noch mit ‚digitalen Methoden‘ analy-

²⁵ Vgl. u.a. Harrison Rainie/Barry Wellmann: *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge 2012; Daren C. Brabham: *Crowdsourcing*. Cambridge 2013. Vgl. zum ganzen Absatz auch Faulstich: *Einführung* (Anm. 16), S. 41.

²⁶ Eric Gordon/Adriana de Souza e Silva: *Net locality. Why Location Matters in a Networked World*. Chichester 2011.

siert werden *können* (Stichwort ‚Big Data‘²⁷). Informationen lagern dezentral als modulare, in Netzwerken flexibel einsetzbare Einheiten, werden auch in nichtlinearer Weise verlinkt präsentiert, es geht nicht mehr um Abgeschlossenheit, sondern um Wandel.²⁸

Es ist evident: Die bisher vorgestellten Medienkonzepte geraten im digitalen Wandel in den bisherigen Formen an ihre Grenzen.²⁹ In der digitalen Kommunikation verschmelzen uni- und bidirektionale Kommunikationsformen, weder die Unterscheidung von Individual- und Massenkommunikation, noch die von Sender und Empfänger sind aufrecht zu erhalten. Die Angebote digitaler – nicht bloß digitalisierter – Medien und ihre „Modelle der Angebotsstrukturierung“ lösen sich also von bekannten massenmedialen Ordnungsmustern, die Hinweise auf Produktionsbedingungen, „Strukturierung der Inhalte“ und Medienrezeption geben.³⁰ Konrad Scherfer erörtert dies für das WWW:³¹ Im Web gäbe es zwar Angebotsbereiche, die „im Sinne der traditionellen Medien Informationen individuell und medial“ nach klassischen medienwissenschaftlichen Kategorien vermittelten, nämlich so genannte „Portale“. Große andere Bereiche aber, nämlich „Plattformen“, in denen User/innen eigenen Content produzierten, ließen jedoch alle Bedingungen „bekannte[r] massenmediale[r] Ordnungsmodelle“ vermissen: Voraussehbarkeit, Komplexitätsreduktion und Konventionalisierung. Für diese Bereiche ließe sich also kein „Programm“ erstellen. Zudem könnten im Web Medienangebote vervielfacht und ‚gesendet‘ werden, ohne dass auf ein institutionalisi-

²⁷ Danah Boyd/ Kate Crawford: Critical Questions for Big Data. In: Information, Communication and Society 15 (5), S. 662-679; vgl. auch Richard Rogers: Digital Methods. Cambridge 2013.

²⁸ Vgl. Manuel Castells: Das Informationszeitalter. Teil 1. Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen 2004; vgl. die Zusammenfassung bei Krameritsch: Netzwerk (Anm. 8), S. 16f.

²⁹ Vgl. Schwabe: Historisches Lernen (Anm. 9), S. 90; Faulstich: Einführung (Anm. 16), S. 41. Ähnlich argumentiert Ulf Kerber: Ders.: Medientheoretische und medienpädagogische Grundlagen einer „Historischen Medienkompetenz“. In: Demantowsky/Pallaske (Hrsg.): Digitaler Wandel (Anm. 5), S. 105-131, hier S. 107.

³⁰ Joan Bleicher, zitiert nach: Konrad Scherfer: Ist das Web ein Medium? In: Ders. (Hrsg.): Webwissenschaft – Eine Einführung. Berlin 2010 (Einführungen – Kommunikationswissenschaft, Bd. 2), S. 10-30, hier S. 20.

³¹ Vgl. ebd., S. 20-25, Zitate S. 20ff. Ähnlich argumentiert auch Stöber, vgl. Rudolf Stöber: Von Gutenberg bis Apple und google. Neue Medien. Geschichte. Medieninnovation und Evolution. Bremen 2012, hier S. 223.

siertes Kommunikationssystem zurückgegriffen werden müsste. Die Struktur im Web sei „unbestimmt, beliebig, automatisiert“.³² Die für das skizzierte Medienverständnis konstitutiven Institutionen übernehmen teilweise nur noch die Aufgabe, Infrastruktur bereitzustellen, ähnlich wie früher die Post in Bezug auf das Medium Brief. Scherfer beantwortet deshalb die Frage „Ist das Web ein [Einzel-]Medium?“ mit ‚Nein‘, denn Portale ließen sich mit dem traditionellen Medienbegriff nicht fassen.³³

Während sich das World Wide Web (1.0) unter bestimmten Prämissen noch als Einzel(Massen)Medium im Sinne Maletzkes verstehen ließ³⁴ – Kommunikation von Aussagen mithilfe von Technik öffentlich, indirekt und uni-direktional an eine heterogene Zielgruppe –, trifft diese Beschreibung für das Web 2.0 oder Social Web definitiv nicht mehr zu. Denn Social Web-User/innen sind nicht mehr Publikum, sondern „Teil des Webs“, wie Stefan Münker anführt.³⁵ Das ist ein entscheidender Unterschied zu nicht-digitalen Massenmedien, denn „[s]ie werden aber kein Teil des Radios oder des Fernsehens, wenn Sie einschalten oder der Zeitung, wenn Sie sie aufschlagen.“ Digitale Medien aber werden zu Beteiligungsmedien, zu sozialen Interaktionsplattformen, die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit verändern sich.

Ein neues Medienverständnis zur Erfassung von Beteiligungsmedien – Überlegungen von Lutz Goertz

Auch in den Medien- und Kommunikationswissenschaften haben bisher erst wenige Ansätze versucht, Antworten auf das beschriebene Dilemma zu finden; in aktuelle medienwissenschaftliche Handbücher und Einführungswerke haben sie noch kaum Eingang gefunden.³⁶ Ich möchte hier einen kommunika-

³² Scherfer: Medium? (Anm. 30), S. 26.

³³ Vgl. ebd., S. 24.

³⁴ Vgl. Schwabe: Historisches Lernen (Anm. 9), S. 80f und S. 89f.

³⁵ Stefan Münker: Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0. Frankfurt a. M. 2009, hier S. 73 (auch das folgende Zitat).

³⁶ Hans-Dieter Kübler erweitert (recht bemüht) die Maletzke'sche Definition der Massenkommunikation auf mediale Kommunikation, um digitale Medien zu integrieren; vgl. Ders.: Kommunikation und Medien. Eine Einführung. Berlin ²2003, S. 124-126.

tionswissenschaftlichen Ansatz aus dem Jahr 1995 vorstellen, der meines Erachtens in der Diskussion des umrissenen Problemhorizonts zumindest einer ernsthaften Prüfung wert ist; auch wenn das angesichts seines stattlichen Alters von 20 Jahren erstaunen mag. Es geht um Überlegungen von Lutz Goertz, der vorschlug, den Begriff Medium durch „Medienanwendung“ zu ersetzen.³⁷ Mir erscheint die Berücksichtigung der Frage der Cultural Studies „Was machen die Menschen mit den Medien?“, die Frage nach der aktiven Beteiligung der User/innen, nach ihrer Aneignung medialer Botschaften, die durch diesen Ansatz möglich wird, im Hinblick auf digitale Medien vielversprechend.

Zehn Jahre vor dem Aufkommen des Web 2.0 legt Goertz in der Zeitschrift „Rundfunk und Fernsehen“ einen Beitrag zum Gegenstandsbereich der Interaktivität vor. Er versucht sich an einer operationalisierbaren Definition dieses Begriffs, der Mitte der 1990er Jahre in aller Munde war – vor allem als Beschreibung in werbenden Ankündigungen ‚neuer Medientechnologien‘ –, ohne dass Konsens über seine Gestalt geherrscht hätte.³⁸ Ausgehend von der Untersuchung der begrifflichen Grundlagen und einer systematischen Kritik existierender Definitionen entwickelt der Autor einen „neue[n] Interaktivitätsbegriff“, den ich hier nicht im Detail vorstellen will.³⁹ Mehr oder weniger ‚im Vorbeigehen‘, als im Hinblick auf die Interaktivität nötige Grundlage, diskutiert Goertz ein neues Verständnis von Medien. Dabei bezieht er sich auf ein von ihm selbst ein Jahr zuvor abseitig publiziertes „Schema zur Klassifikation von Medien“.⁴⁰

Goertz unternimmt den Versuch, ein Modell zur Beschreibung der Massenkommunikation so zu erweitern, dass es auch interaktive Medien erfasst (in seinem Falle: *Virtual Reality*). Denn die Terminologie der Massenkommunikationsforschung, die maßgeblich auf der referierten Definition von Ma-

³⁷ Lutz Goertz: Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität? In: Rundfunk und Fernsehen 4 (1995), S. 477-493 (nochmals abgedruckt in Christoph Bieber/Claus Leggewie (Hrsg.): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Frankfurt a. M. u.a. 2004 (Interaktiva, Bd. 1), S. 97-117; auf diesen Text beziehen sich die folgenden Verweise).

³⁸ Vgl. ebd., S. 97.

³⁹ Ebd. S. 105.

⁴⁰ Lutz Goertz: Untersuchungsdesigns zur Nutzung von VR-Anwendungen. In: Hans-Jürgen Warnecke/Hans-Jörg Bullinger (Hrsg.): Virtual reality '94. Anwendungen und Trends. Berlin 1994, S. 311-321.

letzke basiert, sei, so Goertz, hier schlicht nicht geeignet. Sie ermögliche es nicht, die Beteiligung der Rezipierenden interaktiver Medien zu erfassen. Er schlägt deshalb – ausgehend von Vorarbeiten anderer Autor/innen – eine veränderte, neue Terminologie vor:⁴¹

- An die Stelle des Rezipienten solle der im Kommunikationsprozess aktiv „Beteiligte“ treten, der auch Aussagen selbst gestalten kann (Rezipient → Beteiligter);
- aus dem Kommunikator solle der „organisierende Beteiligte“ werden, der teilweise alleine Aussagen trifft, teilweise an Aussagen mitwirkt, eventuell aber auch lediglich den technischen Ablauf der Kommunikation bereitstellt; wir erinnern uns im Hinblick auf Web-Plattformen an den Vergleich mit der Post (Kommunikator → Organisierender Beteiligter);
- das Medium im technisch-vermittelnden Sinne solle durch „Kommunikationsstruktur“ ersetzt werden, um diese technische Ebene so auch von der inhaltlichen und der kommunikativen Ebene abzugrenzen (Medium als technisches Verbreitungsmittel → Kommunikationsstruktur);
- „Medienanwendung“ solle den Platz des medialen Angebots einnehmen (Medium als Angebot/Dienst → Medienanwendung);
- der Begriff der Aussage bleibe bestehen (Aussage → Aussage).

Es sei zentral, dass die Kommunikationssituation nun als „Bezugsrahmen“ verstanden würde, in dem Beteiligte und nicht organisierende Beteiligte „zumindest theoretisch auf einer Stufe sehen können“.⁴² Auch die nicht organisierenden Beteiligten hätten diverse Handlungsmöglichkeiten, beispielsweise den Kommunikationsprozess zu initialisieren, auch die Kommunikationsstruktur auszuwählen, die Aussagen zu modifizieren oder zu speichern. Mit dieser Ausdifferenzierung möchte Goertz dem Umstand gerecht werden, dass im Gegensatz zu den herkömmlichen Massenmedien mittlerweile sowohl verschiedene Geräte die gleiche Aufgabe übernehmen können (Zugang zum Internet via PC und via Mobiltelefon) als auch, dass eine Maschine diverse mediale Funktionen innehaben könne (PC als Zugang zum Internet, zum Telefonieren, zum Fernsehen).

⁴¹ Vgl. hier und im Folgenden für das Modell ebd., S. 314-318 und Goertz: Medien? (Anm. 37), S. 105-107.

⁴² Goertz: Medien? (Anm. 37), S. 106.

Das *Konzept der Medienanwendung* solle es erlauben, den Fokus auf einen Dienst, eine spezifische Leistung mit bestimmten Strukturmerkmalen und ihre Aneignung zu richten⁴³ und die realen und potenziellen Aktivitäten aller am Kommunikationsprozess Beteiligten in den Blick zu nehmen.⁴⁴ Eine Medienanwendung im Sinne Goertz' umfasste folglich die indirekte Vermittlung von Aussagen mit Hilfe einer von organisierenden Beteiligten bereitgestellten spezifischen Kommunikationsstruktur zwischen Beteiligten, die organisierend sein können, aber nicht sein müssen.

Fazit

Dieser Wechsel des Fokus' vom Medium zur Medienanwendung legt die tiefere eingehende prüfende Beschäftigung nahe. Wäre es möglich, mit dem Begriff der Medienanwendung spezifische digitale ‚Dienste‘, wie beispielsweise Kommunikationsforen, Twitter oder Facebook, die jeweils Teil des konvergenten Kommunikationsraums Internet sind, analytisch zu erfassen? Weiterführende Untersuchungen scheinen lohnenswert. Im Besonderen scheint mir die Verschiebung des Fokus' Potenziale zu bergen, neben den Medienprodukten der klassischen, professionellen Medienanbieter und ihren historischen Sinnstiftungsangeboten auch die Content generierenden User/innen in den Blick zu nehmen. Er könnte helfen, die Prämisse der aktiven Aneignung und Beteiligung der Mediennutzer/innen zu berücksichtigen: Welche Kommunikationsstrukturen herrschen in spezifischen Medienanwendungen vor? Wie sind sie gestaltet? Welche Möglichkeiten der Aktivität haben User/innen tatsächlich? Wie steht es um die Machtverhältnisse zwischen den organisierenden und den ‚einfachen‘ Beteiligten, und auch zwischen letzteren untereinander?⁴⁵ Dieser Blick auf die Beteiligten, auf ihr Verhalten, ihre Motive, ihr Vorwissen und die zwischen ihnen stattfindenden Aushandlungsprozesse sowie auf ihre Medienaneignung könnte dieses Medienverständnis auch für die ‚Geschichtsdidaktik im digitalen Wandel‘ anschlussfähig machen.

⁴³ Vgl. Goertz: Medien? (Anm. 37), S. 107.

⁴⁴ Vgl. Goertz: Untersuchungsdesigns (Anm. 40), S. 316f. Goertz führt beispielhafte Forschungsfragen auf.

⁴⁵ Vgl. hierzu auch Goertz: Medien? (Anm. 37), S. 115.

Der Begriff der Medienanwendung birgt möglicherweise die Potenziale, das Lernen *über* Medien der Geschichtskultur mit ihren spezifischen Charakteristika *und* ihre Aneignung in den Fokus zu rücken, das nach meinem Verständnis das von den Autoren Bernsen, König und Spahn differenzierte Lernen *an* und Lernen *im* (digitalen) Medium impliziert, also über ihr Verständnis von Lernen *über* Medien hinausgeht.⁴⁶ Es scheint mir lohnenswert, die Operationalisierbarkeit dieses theoretischen Ansatzes für alle drei Handlungsfelder der Fachdidaktik Geschichte zu prüfen.

Erste Überlegungen können sein:

1. „Theorie: Geschichtsdidaktik als Reflexionsinstanz“:⁴⁷ Neben dem Bemühen um fachdidaktische Normsetzungen für diverse digitale Medien(anwendungen) geht es um die Frage der Integration eines ausdifferenzierten Medien- oder Medienanwendungsbegriffs in die geschichtsdidaktische Theorie, sowohl in Bezug auf die Kategorie der Geschichtskultur als auch im Hinblick auf fachspezifische Kompetenzmodelle: Denn in allen in unserem Fach entwickelten Modellen spielt – implizit oder explizit – eine ‚fachspezifische Medienkompetenz‘ eine zentrale Rolle. Jedes Medium, im skizzierten Sinne verstanden, fungiert eben nicht als bloßes Übertragungswerkzeug, sondern beeinflusst maßgeblich Inhalt und Struktur der historischen Narration. Es herrscht also weitgehend Einigkeit über die Medialität des Zugangs zur Vergangenheit. Dies betont neben anderen auch Hodel unter Bezug auf Fabio Crivellari und andere: „Doch lässt es sich nicht ignorieren, dass die Verständigung über Geschichte, verstanden als sozialer Prozess des Aushandelns von Deutungen der Vergangenheit, sich in einer Medienlandschaft vollzieht“.⁴⁸ – Dieses Verständnis der „Medialität der Geschichte“⁴⁹ sollte meiner Ansicht nach als grundlegendes Prinzip in kompetenzorientierte historische Vermittlungsprozesse einfließen.

⁴⁶ Vgl. Bernsen/König/Spahn: Historisches Lernen (Anm. 5), S. 17-19.

⁴⁷ Dieses und die folgenden beiden Zitate: Bernd Schönemann: Geschichtsdidaktik, Geschichtskultur, Geschichtswissenschaft. In: Hilke Günther-Arndt (Hrsg.): Geschichts-Didaktik. Praxishandbuch für die Sekundarstufe I und II. 2. Aufl. Berlin 2005, S. 11-22, hier S. 13f.

⁴⁸ Hodel: Verkürzen (Anm. 9), S. 88.

⁴⁹ Fabio Crivellari/ Markus Sandl: Die Medialität der Geschichte. Forschungsstand und Perspektiven einer interdisziplinären Zusammenarbeit von Geschichts- und Medienwissenschaften. In: Historische Zeitschrift 277 (2003), S. 619-654.

2. „Empirie: Geschichtsdidaktik als Erfahrungswissenschaft“: In dieses Handlungsfeld fallen unter anderen besonders Fragen in Bezug auf die bisher weiter unbekanntem User/innen historischer Social Web-Angebote und ihre Aneignungs- und Aushandlungsprozesse. Wer sind denn die aktiven User/innen? Warum sind sie aktiv? Wer bleibt warum passiv? In welchem Verhältnisse stehen aktive und passive User? Was umfasst die öffentliche und veröffentlichte Meinung zu historischen Phänomenen in den digitalen Medien? Wessen Meinung ist das? Wie steht es mit der schweigenden Mehrheit? Oder in Bezug auf die Analyse der jeweiligen medialen Strukturmerkmale einzelner Medienanwendungen und ihres Einflusses auf die historische Narration und im Besonderen auch auf ihre spezifische Rezeption(en): Wie beeinflusst beispielsweise die überwiegend dekontextualisierte und häufig beiläufige Rezeption von multimedialem Hypertext die historischen Sinnbildungsprozesse?

3. „Pragmatik: Geschichtsdidaktik als Handlungswissenschaft“: In dieses Handlungsfeld fällt vor allem die Vermittlung einer geschichtskulturellen Kompetenz,⁵⁰ die in Bezug auf die digitalen Medien unbedingt die Förderung einer inhaltsgebundenen, fachspezifischen Medienkompetenz beinhalten sollte. Dazu gehört auch, wie oben schon angesprochen, die Reflexion der gesellschaftlichen Relevanz bestimmter Medien(anwendungen), die Untersuchung ihrer Spezifika und deren Wirkung auf historische Narrationen. Dies verlangt aber zunächst als Grundlage ein operationalisierbares Medienverständnis, das auch ihre Nutzer/innen als gestaltende Beteiligte beachtet.

⁵⁰ Vgl. Hans-Jürgen Pandel: Geschichtsunterricht nach PISA. Kompetenzen, Bildungsstandards und Kerncurricula Schwalbach a. T. 2005 (Forum Historisches Lernen), hier S. 40.