
Kultur und Digitalisierung

Von Dominik Landwehr

Welche Folgen hat der Siegeszug der Digitalisierung auf die Kultur und welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Kulturförderer?

Zwei grosse Fragen, mögen Skeptiker seufzend einwenden und wie so oft bei grossen Fragen, verdeckt zunächst ein Nebel die Antworten. Es mag deshalb sinnvoll sein, diesen Nebel zu benennen. Zunächst wird vielfach übersehen, dass Digitalisierung nicht ein singuläres, möglicherweise vorübergehendes Phänomen ist, sondern um eine tiefgreifende Innovation. Und so wie es aussieht ist die Welle dieser Innovation noch nicht an ihrem Ziel angekommen, wenn es denn überhaupt ein solches gibt.

Ein zweiter Grund liegt in der gesellschaftlichen Dynamik, die gerade im letzten Viertel des 20. Jahrhunderts besonders stark war und von der namentlich das Wertesystem aber auch der Kulturbegriff stark betroffen sind. Stichworte dazu sind die Hochkonjunktur der späten 50er und der 60er Jahre, die 68er Bewegung, der Ölschock und der Beginn der Ökologie-Bewegung, die Aufwertung der Jugendkultur in der Folge der Unruhen der 80er Jahren und die Globalisierung, die in den 90er Jahren verstärkt thematisiert wurden. Die Kulturlandschaft wurde durch diesen gesellschaftlichen Wandel verändert, was sich in einem überproportionalen Wachstum einerseits und einem veränderten Kulturbegriff niedergeschlagen hat. Die normative Prägung des Kulturbegriffs der unmittelbaren Nachkriegszeit – hat sich heute aufgelöst, möglicherweise sogar ins Gegenteil eines beliebigen „anything goes“ verkehrt.

Was ist genau mit Digitalisierung gemeint? - Eine tiefgreifende Innovation mit mehreren, miteinander verbundenen Komplexen: Computertechnik, Netzwerke und die daraus entstandenen Medien. Sie sind gleichzeitig technische Systeme und soziokulturelle Praktiken.

Diese Innovation findet in einem besonders sensiblen und gewissermassen „besetzten“ Feld statt – nämlich auf jenem der Produktion von Code und Symbolen, kurz der Kommunikation. Und es ist gleichzeitig das Feld der Kultur, denn jegliche kulturelle Äusserung des Menschen, sei es Sprache, Ton, Geste und Bild ist eine kommunikative Äusserung.

These 1

Die Digitalisierung ist ein epochaler Einschnitt

Digitalisierung, Netzwerke und digitale Medien sind mehr als singuläre, möglicherweise vorübergehende Phänomene, sondern Ausdruck eines epochalen Einschnittes. Sie ermöglichen die mathematische Operationalisierung von Information. Inhalte werden körperlos gespeichert, verändert, transportiert und rezipiert. Die Digitalisierung betrifft alte Medien: Jene des Tons (Schallplatte und CD), jene des Bilds (Film und Video) und jene der geschriebenen und gesprochenen Sprache (Text, Buch, Radio). Die Digitalisierung schafft gleichzeitig ein neues Universalmedium, verkörpert im Computer.

These 2

Digitalisierung ist ein Motor der Globalisierung. Aber sie schafft auch neue Nischen.

Ohne digitale Medien, ohne Computer und Netzwerke keine Globalisierung: Elektronische Netze bilden das Nervensystem des globalen Austausches, der nicht nur ein wirtschaftliches, sondern auch ein kulturelles Faktum von steigender Bedeutung ist. Dabei stehen globale und lokale Kulturen in einem komplexen Wechselverhältnis.

Das schafft Verwirrung, denn die Globalisierung begünstigt einerseits die Entstehung einer globalen Einheitskultur. Die Digitalisierung, die ebendieser Globalisierung zum Durchbruch verholfen hat, ermöglicht aber gleichzeitig die Bildung von einer bisher

nicht möglichen Anzahl von Nischen mögen sie nun geografisch, thematisch oder sozialer Natur sein. Auch in diesen Nischen findet kulturelle Innovation statt und kann sich unter Umständen entlang der Nervenstränge der digitalen Medien in rasendem Tempo ausbreiten.

Der innere Zusammenhang von Digitalisierung und Globalisierung spiegelt sich in einer nicht abgeschlossenen Kontroverse zwischen Utopisten und Skeptikern. Stichworte dazu sind auf Seiten der Utopisten etwa die Hoffnungen der grenzenlosen Kommunikation, Enthierarchisierung des Wissens, grössere Transparenz in Wirtschaft, Politik und Kultur und generell die Chancen ein Machtverschiebung von oben nach unten. Dem stehen auf der anderen Seite (berechtigte) Ängste vor totaler Kontrolle, Unterwerfung unter Standards und Systeme, Verlust von individueller Freiheit etc. gegenüber.

These 3

Neue Medien lösen alte Medien nicht ab, sondern stehen in einem komplexen Wechselverhältnis zueinander.

Die Idee, dass neue Medien, alte Medien ablösen ist falsch und mediengeschichtlich widerlegt. Von einem harmonischen Nebeneinander „das Neue ergänzt das Alte“ kann allerdings auch keine Rede sein. Vielmehr treten die verschiedenen Medien in ein komplexes Wechselverhältnis. Hier finden, wenn auch nicht immer, auch Verdrängungskämpfe statt. Im Fall der (bedrängten) Printmedien führt dies gelegentlich auch zur Herausbildung von neuen Formaten, wie sich etwa im Fall der erfolgreichen Lancierung von Pendlerzeitungen zeigen lässt.

These 4

Die Digitalisierung ergreift alle Bereiche des kulturellen Schaffens

Die Digitalisierung ergreift alle Bereiche und Ebenen des kulturellen Schaffens. Das heisst Produktion, Distribution (zu der auch das Marketing zu zählen ist) und die Rezeption. Das geschieht aber nicht unbedingt simultan. Bei der Musik ist der Prozess am weitesten fortgeschritten und gleichzeitig auch ausdifferenziert: Das lässt sich am Beispiel der Popmusik zeigen: Sie wird digital erzeugt, weiterverarbeitet, verteilt und rezeptiert wird. Der Siegeszug des MP3 Formats ist dabei nur ein Teil eines lange dauernden Prozesses. Beim Film scheint sich, wenn auch mit einigen Jahren Verzögerung, Ähnliches anzubahnen. Das Buch trotz der Digitalisierung nur scheinbar – denn heute ist die Literaturproduktion zu praktisch 100 Prozent digitalisiert und nur das Endprodukt ist noch analog.

Die Veränderungen, die sich im Musikmarkt beobachten lassen, sind grundlegend und müssen als paradigmatisch angesehen werden: Grosse Teile der einstigen Wertschöpfungskette fallen weg, namentlich im Bereich der Distribution treten gänzlich neue und bisher unbekannte Player auf. Dies lässt sich etwa am Beispiel des Computerherstellers Apple beobachten, der durch seine Strategie praktisch über Nacht zu einem wichtigen Content-Lieferanten geworden ist und traditionelle Anbieter bedrängt.

Etwas anders sieht es (noch) im Bereich von Tanz und Theater aus oder generell überall dort, wo performative live-Elemente eine wichtige Rolle spielen, also auch bei der Aufführung von klassischer Musik und natürlich auch bei Pop auf der Bühne.

These 5

Neue Medien werden selber zu einer kulturellen Form

Die neu entstandenen Computermedien sind mehr als nur die Summe ihrer Einzelteile, sondern neues Medium selber. Es ist bestimmt durch die Gleichzeitigkeit von Bild, Ton,

Text und Sprache und Interaktivität. Der Begriff der Medienkunst ist ein, wenn auch wenig geglückter Versuch, diese neue Kunstform zu beschreiben. Gefragt sind hier offenere Begriffe, die auch Gattungen wie etwa das Computergame integrieren. Gerade im Computergame zeigen sich exemplarisch die Möglichkeiten und auch die Suggestionskraft der Computermedien. Noch weitgehend unerforscht ist das künstlerische Potential des Internet und mit seinem komplexen, sozialen Wirkungspotential im Spannungsfeld zwischen Individuum und Gesellschaft. Das zeigt sich etwa in der gegenwärtigen Diskussion um Online-Tagebücher, so genannte Blogs und um Formen kollektiver Publikation wie sie in den Wiki-Medien zum Ausdruck kommen.

These 6

Kulturvermittler aufgepasst: Goldene Zeiten für Coach-Potatos. Auch die Macht der Geräte darf nicht unterschätzt werden.

Geräte spielen eine wachsende Rolle für Rezipienten. Auch hier lassen sich widersprüchliche Tendenzen feststellen: Einerseits wird der Computer zu einem Universalgerät für alle Medien und steht unmittelbar davor auch das Wohnzimmer zu erobern. Auf der anderen Seite wächst die Flut von spezialisierten Geräten, die sich zunehmend auch gegenseitig konkurrenzieren. Als Beispiel mögen MP3 Player und Mobiltelefone dienen. Fast sieht es so aus, als würden die beiden versuchen, sich gegenseitig obsolet zu machen.

Die Mediengeräte in den Wohnstuben werden immer mächtiger und interaktiver und damit wächst ihr Einfluss auch traditionelle Formen der Kultur und Wissensvermittlung. Im Fall des Kinos lässt sich dieser Einfluss bereits nachweisen: Die Einführung der DVD hat nachweislich zu einem Rückgang der Kinobesuche geführt. Von dieser Entwicklung betroffen sind aber potentiell alle kulturellen Formen, die eine örtliche Präsenz erfordern.

These 7

Netzwerkkultur ermöglicht Neudefinition des Verhältnisses zwischen Individuum und Gesellschaft

In der Netzwerkgesellschaft wird das Individuum zum Knoten im Netzwerk und erhält ein Wirkungspotential, das in früheren Gesellschaften nur wenigen, einflussreichen Individuen vorbehalten war. Dazu bedarf es in der Praxis allerdings weit mehr als nur eines Zugangs zum Internet und World Wide Web: Es braucht Kenntnisse und Einsichten in Wirkungszusammenhänge, die nicht in jedem Fall einfach anzueignen sind.

Zwar haben auch im Internetzeitalter die Grossen das Sagen: In unserem Fall sind es Technologie- und Medienkonzerne. Doch eröffnet sich daneben ein Feld für selbst verwaltete Gruppen und Communities, die weit über das hinausgehen, was soziologisch traditionellerweise unter Non Government Organisationen verstanden wird: Währenddem einige dieser virtuellen Gemeinschaften äusserst volatil und kurzlebig sind, erweisen sich andere als äusserst zäh und langlebig. Zu letzterer Kategorie sind unter anderem die Communities der Wikimedia - Gruppe zuzuordnen.

Eine ganz neue Bedeutung erfährt im digitalen Zeitalter die Freiwilligenarbeit: Nur dank ihnen können die genannten Communities existieren. Eine spezielle Gruppe unter ihnen sind Verfasser – einzeln oder kollektiv – von Open Source Software. Die wichtigste dieser Gruppe dürfte wohl die von Linus Thorwald gegründete Linux Gruppe sein, die ein Betriebssystem entwickelt hat, das mittlerweile als weltweiter Standard und brauchbare Alternative zum Microsoft Windows gilt.

These 8

Die Erinnerung wird aus den Archiven befreit

Zu den ungelösten Fragen rund um die digitalen Medien gehört ihre beschränkte Haltbarkeit, denn noch ist kein digitales Medium bekannt, dessen physikalische Haltbarkeit einige wenige Jahrzehnte überdauert und auf der Symbolebene gibt es kaum wirklich verbindliche Standards und Datenformat. Trotzdem ergreift die Digitalisierung auch die Welt der Erinnerung und mit ihr Bibliotheken, Archive und Sammlungen. Denn kein anderes Medium ermöglicht es, einerseits potentiell vom Zerfall bedrohte Medien – Bücher, Bilder, Dokumente, Filme – wiederherzustellen und gleichzeitig zugänglich zu machen. Stichworte dazu sind etwa der Plan des US Unternehmens Google die Bestände von renommierten Universitätsbibliotheken vollständig zu digitalisieren oder die digitale Erschliessung von umfangreichen, historischen Archiven wie etwas der britischen Luftbildersammlung aus dem Zweiten Weltkrieg oder der deutschen Filmwochenschau.

Damit erhalten Archive eine neue Dimension und Dynamik – denn sie sind nun Knoten in einem Netzwerk und mindestens potentiell auf der ganzen Welt verfügbar.

Etwas Ähnliches passiert, weitgehend unbemerkt von einer grösseren Öffentlichkeit, im Bereich der wissenschaftlichen Publikationen: Schon seit längerem sind die etablierten Verlage und Herausgeber wissenschaftlicher Periodika dazu übergegangen, ihre Angebote online anzubieten. Hochschulen wie die ETH Zürich geben heute schon mehr Geld aus für Abonnemente wissenschaftlicher Datenbanken als für Anschaffungen von Büchern in Bibliotheken. Es mag hart tönen, aber hier hat das Buch ausgedient!

These 9**Der kulturelle Sektor wächst dank Digitalisierung auch in wirtschaftlicher Hinsicht.**

Eingangs war vom Wachstum des kulturellen Sektors seit dem letzten Quartal des 20. Jahrhunderts die Rede. Es scheint, dass die Digitalisierung zu diesem Wachstum beigetragen hat. Zu diesem Schluss kommt eine Studie der europäischen Kommission. Viele dieser Kulturschaffenden sind selbstständige Freiberufliche (Freelancer) oder arbeiten in sehr kleinen Unternehmen, vielfach in atypischen Beschäftigungsverhältnissen. Durch die zunehmende Ersetzung von traditionellen kulturellen Medien durch digitale Anwendungen wird ihre Zahl weiter ansteigen. Damit ist ein zweiter, ebenso wichtiger Prozess auf der symbolischen Ebene verbunden:

„In der europäischen Tradition der Kulturkritik wurde der Verknüpfung zwischen Wirtschaft und Kultur lange mit Skepsis bzw. offener Ablehnung begegnet. "Kultur als Ware" und kommerzielle Kulturprodukte wurden von der öffentlichen Hand ignoriert - sie fielen in die Verantwortlichkeit von Wirtschaft und Industrie. Das hat sich verändert. Pop- und Konsumkultur haben neue Verbindungen und semantische Systeme etabliert. Mehr Individualismus und Pluralismus in den Lebensstilen, und die Auffassung von Kultur als Sammelbecken für Unterschiede und Unterscheidungen haben weiters dazu beigetragen, die Trennung von Hochkultur und Massenkultur aufzuheben. In diesem Prozess haben sich auch die Kriterien für Kunst- und Kultursubventionssysteme verändert. Die traditionell strenge Trennung zwischen einem öffentlich subventionierten nicht-kommerziellen Sektor einerseits und der Kulturindustrie andererseits wurde zunehmend "aufgeweicht" um Mischformen Platz zu machen.“

These 10

Neue Chancen für die Kulturförderung

Damit ergibt sich auch für die Kulturförderer ein neues Bild. Er trifft eine Situation an, in der die Kluft zwischen Produzenten und Konsumenten kleiner geworden ist. Die Computermedien haben die Kulturproduktion so leicht wie noch nie gemacht und führen zu einer bisher unbekanntem Vielfalt, die wohl zu Lasten einer gewissen Übersichtlichkeit geht. Umso gefragter ist wohl die Rolle der Vermittlers. Mehr denn je, muss er Farbe bekennen und Kriterien seiner Förderung benennen. Dass dies nicht einfach ist, liegt auf der Hand, zumal es auch für den Förderer immer schwieriger wird, einen Überblick zu behalten. Eine Möglichkeit, nicht in die Falle einer nur schwer einzulösenden Universal- oder Fachkompetenz zu tappen wäre es, Experimentier- und Forschungsfelder zu benennen, auf welchen sich eine Förderung entlang bewegt.

Förderung überwindet tritt damit in einen Dialog ein. Die Frage lautet dann nicht mehr: Was gut ist und Entwicklungspotential hat, wird von uns gefördert sondern möglicherweise radikal und subjektiv: Wir interessieren uns im Moment für diese ganz bestimmten Inhalte und möchten uns zusammen mit einer Reihe von Künstlern auf eine Entdeckungsreise begeben.

Der Vielfalt der Inhalte steht eine ebenso unübersichtliche Vielfalt von Akteuren gegenüber. Dank der Hebelwirkung und der Produktivität von digitalen Medien gelingt es einzelnen Akteuren immer wieder im Verbund mit ihren Netzwerken Projekte von bisher kaum geahnter Grösse und Bedeutung auf die Beine zu stellen.

Schliesslich bieten die digitalen Medien selber ein Vermittlungspotential, das sich längst nicht in Online-Portalen oder Link- und Adressverzeichnissen erschöpft. Beispielhaft mag hier etwa das Potential des MP3 Formats für die Musikvermittlung genannt werden. Es ist bezeichnend, dass bei diesem Format lange die Gefahren (Verlust von Urheberrechts-Entschädigungen) für Künstler höher gewertet wurden als die Chancen der Entwicklungen für das Publikum.

Das Bild, das mit diesen wenigen Thesen gezeichnet wurde, mag dem einen oder anderen möglicherweise schemen- und skizzenhaft vorkommen. Zu Recht und wer dies konstatiert ist immerhin nicht allein. Der deutsche Medienwissenschaftler Wolfgang Coy schreibt in seinem Aufsatz „Internetgesellschaft – Version 0.9 Beta: „So wie es aussieht, müssen wir uns also auf lange Zeit in einer Folge von Beta-Versionen der Informationsgesellschaft einrichten. Wir können und wir wollen nicht zurück, und wir wissen doch nicht wirklich, wo es hingeht. Und wir wissen nicht einmal sicher, ob das Ganze die Mühe wert ist. Henry David Thoreau hat vor 150 Jahren in Walden eine ähnliche Situation beschrieben: ‚We are in great haste to construct a magnetic telegraph from Maine to Texas; but Maine and Texas, it may be, have nothing important to communicate.‘ Aber damals bedeutete das Wort Kommunikation auch noch etwas anderes.“ (Wolfgang Coy in Gendolla, Netzwerkgesellschaft, S.41)

Zum Autor

Dominik Landwehr leitet die Abteilung Pop und Neue Medien in der Direktion Kultur und Soziales des Migros-Genossenschafts-Bundes in Zürich. www.sternenjaeger.ch – www.peshawar.ch – www.dominiklandwehr.net

Bibliografie

Aus der Flut der einschlägigen Publikationen sind hier einige Texte aus den letzten Jahren herausgegriffen.

Gedruckte Quellen:

- Georg Christoph Tholen: Die Zäsur der Medien. Kulturphilosophische Konturen. Frankfurt 2002. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft.
- Jochen Hörisch: Eine Geschichte der Medien. Von der Oblate zum Internet. Frankfurt 2004. Eichborn und Suhrkamp Verlag.
- Bundesamt für Kultur: Mapping New Territories. Schweizer Medienkunst International. Basel 2005.
- Martin Warnke, Wolfgang Coy, Georg Christoph Tholen: Hyperkult II. Zur Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien. Bielefeld 2005. Transcript Verlag.
- Peter Gendolla, Jörgen Schäfer: Wissensprozesse in der Netzwerkgesellschaft. Bielefeld 2005. Transcript Verlag.
- Friedrich Kittler: Optische Medien. Berlin 2002. Merve Verlag.
- Siegfried Zielinski: Archäologie der Medien. Zur Tiefenzeit des technischen Sehens und Hörens. Hamburg 2002. Rowohlt Verlag.
- Helmut Schanze: Handbuch der Mediengeschichte. Frankfurt 2002. Kröner Verlag.
- Vilem Flusser: Medienkultur. Frankfurt 1997. Fischer Verlag.

Online-Quellen

- Pius Knüsel: Langes Werben, zäher Widerstand. Neue Paradigmen in der Kulturförderung. In: Passagen. Kulturmagazin der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia. Nr.40. 2005. S. 9 – 14.
<http://www.prohelvetia.ch/index.cfm?rub=719>

-
- Florian Rötzer: Vom Beobachter zum Mitspieler. Über die wachsende Lust am Interaktiven. In: Passagen. Kulturmagazin der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia. Nr.40. 2005. S. 22 – 25.
<http://www.prohelvetia.ch/index.cfm?rub=719>
 - Neue Medien und Kultur. Bericht des Büros für Technikfolgen-Abschätzung des Deutschen Bundestages (2001)
<http://www.tab.fzk.de/de/projekt/zusammenfassung/ab74.htm>
 - Diverse Texte von Prof.Giaco Schiesser, Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich
http://giaco.schiesser.hgkz.ch/pub/dmk_leitung.php
 - Beispiele für digitale Archive:
<http://www.deutsche-wochenschau.de/>
<http://www.evidenceincamera.co.uk/>
 - Wissenschaftliche Datenbanken am Beispiel von ETH Zürich und Fachhochschulen
<http://www.ethbib.ethz.ch/db.html>
<http://www.kfh.ch/> (siehe „Datenbanken Konsortium“)
 - Digitale Medien + Arbeitsmarkt-Entwicklung
http://www.kulturdokumentation.org/akt_proj/potential.html
http://www.europa.eu.int/comm/employment_social/news/2001/jul/digital_en.html
<http://www.kulturwirtschaft.ch/>
 - Online Communities
www.wikimedia.org – www.wikipedia.ch
www.fotocommunity.de
 - Open Source
<http://www.opensource.org/> - http://de.wikipedia.org/wiki/Open_source
 - Blogs, Vlogs, und Aggregatoren:
www.rebell.tv
www.blog.ch
www.slug.ch