

Gebhard Rusch / Helmut Schanze /  
Gregor Schwering

# Theorien der Neuen Medien

Kino – Radio – Fernsehen – Computer

**Wilhelm Fink**

# Inhalt

Helmut Schanze

<b>Vorwort</b> .....	<b>11</b>
<i>Ziel des Bandes</i> .....	11
<i>Kursstruktur der Darstellung</i> .....	12
<i>Methodisches Konzept</i> .....	16

## 1. Kurs

Helmut Schanze

<b>1. Vorklärungen und Grundbegriffe</b> .....	<b>21</b>
<i>Digitalmedien – Digitalmedium?</i> .....	21
<i>Neues Medium – ein ‚vager‘ Begriff</i> .....	27
<i>Pluralität der Medienbegriffe</i> .....	30
<i>Diskursgeschichte der Medienbegriffe</i> .....	31
<i>Zum Stand der Forschung</i> .....	34
<b>2. Systematische und historische Konzepte der Theorien der Neuen Medien</b> .....	<b>39</b>
<i>Digitalmedien – Analogmedien?</i> .....	39
<i>Apriori der Kunst</i> .....	39
<i>Apriori der Differenz</i> .....	41
<i>Medienphilosophisches Apriori: Zeit, Raum und das Problem der Person</i> .....	43
<i>Skalierbarkeit der Neuen Medien</i> .....	46
<i>Hybridität und Pluralität der Neuen Medien</i> .....	48
<i>Metaphorik der Neuen Medien</i> .....	49
<i>Vorgeschichte der Digitalisierung</i> .....	51
<i>Körper, Neue Medien, Medienkunst</i> .....	52
<i>Neue Medien und Ideologie</i> .....	53
<b>3. Die Neuheit der Neuen Medien</b> .....	<b>55</b>
<i>Theorien der Neuheit: Fortschritt, Innovation, Avantgarden und Alteritäten</i> .....	56
<i>Neue Medien und Medienumbrüche</i> .....	59
<i>Elektronische Moderne</i> .....	59
<i>Euphorien und Apokalypsen</i> .....	61
<i>Technische Reproduzierbarkeit und Kritische Theorien</i> .....	62
<i>Digitalmedien – Digitalmedium</i> .....	63
<i>Medien und Krieg: Armaturen der Sinne</i> .....	64
<i>Massenmedien und Digitalmedien</i> .....	65

<i>Medienästhetiken</i> .....	67
<i>Magie der Neuen Medien</i> .....	68
<i>Multimedia und Hybridisierungen</i> .....	69
<b>4. Argumentationen, Dispute, Querelen, Debatten, Diskurse.</b>	
<b>Formate der Medientheorien im 20. und am Beginn des 21. Jh.</b> .....	71
<i>Medienbegriffe im Kontext</i> .....	71
<i>Topik der Mediengeschichtsschreibung</i> .....	75
<b>5. Medientheoretiker und Medientheorien</b> .....	83
<i>Leittheorien und Leittheoretiker</i> .....	83
<i>Methoden, Disziplinen, Künste</i> .....	86
<b>6. Leittheorien</b> .....	91
<i>Definitionsversuche: Technik – Ökonomie – Soziologie – Psychologie</i> .....	91
<i>Kultur der Neuen Medien</i> .....	93
<i>„Theorie der Neuen Medien“</i> .....	95
<i>Multimedia</i> .....	97
<i>Digitale Plattform</i> .....	99
<i>Interaktivität und Individualisierung</i> .....	103
<i>Traditionalismus der Neuen Medien</i> .....	105
<i>Historische Werkbegriffe und deren Auflösung:</i>	
<i>Von der ‚Rede‘ zum ‚Gesamtkunstwerk‘</i> .....	107
<i>Medien und Gesellschaft</i> .....	113
<i>Medien und Ökonomie</i> .....	114
<i>Wahrnehmung, Kognition, Konstruktion</i> .....	116
<i>Medienkulturen</i> .....	120

## 2. Kurs

*Gregor Schwering*

<b>1. Kino-Debatten</b> .....	121
<i>Der Mythos</i> .....	121
<i>Kino-Debatte</i> .....	123
<i>Anfänge der Filmtheorie (Balázs, Arnheim)</i> .....	127
<i>Der Film im Fahrwasser der Politik: Von Caligari zu Hitler?</i> <i>(Benjamin, Kracauer)</i> .....	132
<i>Das Leitmedium des Medienumbruchs um 1900: Ein Schock?</i> .....	138
<b>2. Radio-Debatten</b> .....	143
<i>„An alle“ – das Medium für die Massen?</i> .....	143
<i>Radio-Debatte: Wer waren alle?</i> .....	146

Radiotheorie (Brecht, Arnheim).....	153
Das „Maul des Führers“ .....	166
<b>3. Literaturdebatten .....</b>	<b>173</b>
<i>Sprachkrise (Hofmannsthal)</i> .....	173
<i>Das neue und das alte Medium – Film und Sprache</i> .....	178
<i>Für eine neue Literatur im Zeichen des Kinos</i> .....	181
<i>Filmische Schreibweise</i> .....	184
<i>Autor, Leser, Massenmedien</i> .....	186
<i>Medienumbruch um 1900: Von der ‚Sprachkrise‘ zum ‚Tod des Autors‘?</i> .....	191
<b>4. Drähte zur Seele .....</b>	<b>195</b>
<i>Metropolis</i> .....	195
<i>Photographische Klinik (Charcot) und Psychoanalyse (Freud)</i> .....	197
<i>Traumdeutung – Bilderschrift</i> .....	199
<i>Psychoanalyse und Film: Ranks Doppelgänger     und Benjamins Optisch-Unbewusstes</i> .....	203
<i>Medienumbruch um 1900: Psychoanalytische Perspektiven</i> .....	208
<i>Psychotechnik (Münsterberg)</i> .....	210
<i>Psychotechnik und das „Lichtspiel“</i> .....	211
<i>„Unwillkürliche Aufmerksamkeit“</i> .....	213
<i>Medienumbruch um 1900: Psychotechnische Perspektiven</i> .....	215
<i>Drähte zur Seele: Positionen von Psychoanalyse und Psychotechnik</i> .....	217
<b>5. Schaltungen, Gleichschaltungen, Seelenmassage.....</b>	<b>219</b>
<i>Medium und Manipulation (zunächst: der Film)</i> .....	219
<i>Industrialisierung der Wahrnehmung: Die Ideologie der Unterhaltung</i> .....	222
<i>Ideologie und Filmriss</i> .....	225
<i>Medienverbund und Ideologie – Kulturindustrie (Horkheimer/Adorno)</i> .....	227
a). <i>Verwerfung des Anderen im Medienverbund</i> .....	229
b). <i>„Aufklärung als Massenbetrug“: Reklame – der Motor des Totalitären</i> ..	230
c). <i>Austreibung des Leibes</i> .....	232
<i>Medienumbruch um 1900: Ein Ende mit Schrecken?</i> .....	234
<b>6. Vom Publikum zur Masse zum Massenpublikum.....</b>	<b>241</b>
<i>Eine Masse im Zeichen der Galgen</i> .....	243
<i>Massenpsychologie (Le Bon, Freud)</i> .....	249
<i>Aufstand der Massen? (Ortega y Gasset, Jünger, Benjamin)</i> .....	260
<i>Publikum und Masse</i> .....	273

### 3. Kurs

Gebhard Rusch

<b>Fernsehdebatten – Theorien des Fernsehens als Neues Medium</b> .....	277
1. <i>Das immerneue Fernsehen</i> .....	277
2. <i>Theorien des Fernsehens als Neues Medium</i> .....	280
2.1 <i>Theorien und Theoriendynamik</i> .....	280
2.2 <i>Vortheoretische Fernsehkonzepte</i> .....	282
2.3 <i>Frühe Fernsehtheorien: Fernsehen als Neues Medium</i> .....	286
2.3.1 <i>Die Kritische Theorie des Fernsehens</i> .....	287
2.3.2 <i>Fernsehästhetik und Fernseh dramaturgie</i> .....	293
<i>Das dramaturgische Gesetz des Fernsehens</i> .....	294
<i>Die Kunst des Fernsehens</i> .....	297
2.3.3 <i>Kulturpsychologie – Medienpsychologie – Medienanthropologie</i> ....	301
<i>Das Fernsehen als Steigerungsapparatur des Sehens</i> .....	302
2.3.4 <i>Fernseh-Philosophie</i> .....	305
<i>Die Welt als Phantom und Matrize</i> .....	306
2.3.5 <i>Fernsehforschung, medien- und kommunikations-</i> <i>wissenschaftliche Fernsehtheorien</i> .....	311
<i>Die Theorie der Fernseh-Empirie</i> .....	313
<i>Medienwissenschaftliche Theorie des Fernsehens</i> .....	315
<i>Fernsehen im Feld der Massenkommunikation</i> .....	317
<i>Das zukünftige Fernsehen</i> .....	321
2.4 <i>Fernsehen auf den zweiten Blick: Fernsehen und die Folgen</i> .....	323
2.5. <i>Das Fernsehen und die Transformation der Geisteswissenschaften:</i> <i>Fernsehen als neues Medium der Literaturwissenschaft</i> .....	325
2.6 <i>Theorien der Normalisierung des Fernsehens</i> .....	330
2.7 <i>Theorien des neuen Fernsehens – Fernsehen und „Die Neuen Medien“</i> ....	332
<i>Farbfernsehen</i> .....	333
<i>Remote Control: Fernbedienung der Affekte</i> .....	334
<i>Video – „Die neue Potenz“</i> .....	337
<i>Kabel- und Satelliten-Fernsehen</i> .....	341
<i>Fernsehen als Neues Medium</i> .....	342
<b>Computer als Neues Medium - Medientheorien des Computers</b> .....	345
1. <i>Theorie der Neuen Medien</i> .....	346
1.1 <i>Computation – Garten konvergierender Pfade</i> .....	349
1.2 <i>Meta-Symbol Information</i> .....	350

2. Vier Schritte zum Computer als Medium .....	354
3. Computer als Medium wissenschaftlichen Arbeitens .....	357
3.1 „As We May Think“.....	357
3.2 „Augmenting Human Intellect“.....	359
3.3 Computer als Kommunikationsgerät .....	362
3.4 Exkurs: eMail im BITNET .....	365
3.5 Computer als Teil des World Wide Web. ....	366
4. Identität und Sozialität im Netz. ....	369
4.1 Symbiotics.....	370
4.2 Cyborgs.....	371
4.3 Virtual Personality.....	372
4.4 Virtual Community. ....	376
5. Netzkultur – Netzpolitik – Netzökonomie.....	376
5.1 The American Way – Information Superhighway .....	379
5.2 European Information Society .....	380
5.3 Digitaler Kapitalismus .....	381
6. Medientheorien des Computers. ....	384
6.1 Computer als Integrationsmedium – „Das Netz ist der Computer“ .....	386
6.2 Computer als instrumentales Medium .....	387
6.3 Computer als Medium der Übersetzungen .....	387
6.4 Der Computer als Medium der Isolation und als symbolische Maschine.....	389
6.5 Computer als Medium telekommunikativer Spiele.....	392
<b>Literatur.....</b>	<b>395</b>