

What are you doing?

Medientheorie und Internet mit Marshall McLuhan und Twitter

**Theo Seemann
Sommersemester 2009
Theoriekolloquium**

Inhalt:

1.	<i>Einleitung</i>	2
2.1	<i>Herbert Marshall McLuhan</i>	3
2.2	<i>Twitter</i>	5
3.	<i>Twitter in Bezug auf McLuhan</i>	7
3.1	<i>Medienverständnis</i>	7
3.2	<i>Ausweitungen</i>	7
4.	<i>Fazit</i>	9
5.	<i>Literaturverzeichnis</i>	10

1. Einleitung:

„What are you doing?“

Nur wenigen wird diese Frage, so wie sie hier verwendet wird, wohl tatsächlich bekannt sein, dafür wird ihr Ursprung noch nicht ausreichend genutzt.

Die Rede ist von „Twitter“¹, der neuen Mikroblogging-Plattform im Internet, die momentan in aller Munde ist. Sie wird Thema dieser Arbeit sein. Noch viel bedeutenderen Anteil an der Arbeit wird aber der Medientheoretiker Herbert Marshall McLuhan haben, über dessen Text „*Das Medium ist die Botschaft*“ aus „*Understanding Media - Die magischen Kanäle*“² ich im Rahmen des Kulturtheorie-Kolloquiums im Sommersemester 2009 an der Merz Akademie in Stuttgart unter der Leitung von Prof. Dr. Katrin Busch referiert habe. Eben jenen Text „*Das Medium ist die Botschaft*“³ und die darin enthaltenen Theorien werde ich mit Twitter in ein Verhältnis zu setzen versuchen, um einige aufschlussreiche Erkenntnisse gewinnen zu können.

Dazu werde ich nun zunächst McLuhan vorstellen, den Text und die darin enthaltenen wichtigsten Thesen aufzeigen, und erklären, was Twitter ist, wie es funktioniert und was es ausmacht. Eine solche Basis ist für die daran anschließende Erörterung schließlich sehr wichtig.

1 Siehe <http://www.twitter.com>

2 Marshall McLuhan: „*Das Medium ist die Botschaft*“ in: Gerti Fietzek und Michael Glasmeier: „*Die Magischen Kanäle, Understanding Media*“, Basel 1995

3 Siehe ebd., S. 21

2.1. Herbert Marshall McLuhan

Zu Beginn eine grobe Auflistung McLuhan's Leben:

- wird am 21. Juli 1911 in Edmonton, Kanada geboren
- 1928-1936 Studium in Cambridge, UK und Manitoba, Kanada
- 1939 Heirat mit Corinne Keller
- ab 1936 Unterricht an verschiedenen Universitäten in USA und Kanada
- 1946-1976 Professor für Literatur an der Universität in Toronto, Kanada
- 1952 Forschungsauftrag der Ford Foundation
- 1951 erste Buchveröffentlichung „*The mechanical Bride*“ - weitere folgen zahlreich
- 1979 Herzinfarkt
- 1980 verstirbt am 31. Dezember in Toronto, Kanada ⁴

Weiter werden nun die wichtigsten Thesen aus „*Das Medium ist die Botschaft*“ genannt und kommentiert:

Die Überschrift „*Das Medium ist die Botschaft*“ bildet gemeinsam mit dem einleitenden Satz „*In einer Kultur wie der unseren, die es schon lange gewohnt ist, alle Dinge, um sie unter Kontrolle zu bekommen, aufzusplittern und zu teilen, wirkt es fast schockartig, wenn man daran erinnert wird, dass in seiner Funktion und praktischen Anwendung das Medium die Botschaft ist.*“⁵ bereits eine seinerzeit recht radikale These.

Diese auch noch im ersten Satz eines Textes auszusprechen, darf als recht gewagt betrachtet werden und hat McLuhan nicht nur Sympathien eingebracht, sondern auch viel Kritik. Konkret will er hier sagen, dass ein Medium unabhängig dessen, was es transportiert oder verarbeitet, ganze Sozialstrukturen verändert und damit in Fragen der Gewichtung weit über dem Inhalt steht.

Dies wird einige Zeilen später verdeutlicht, wo er schreibt „*Viele Menschen sind wohl eher dazu geneigt zu sagen, dass nicht in der Maschine, sondern in dem, was man mit der Maschine tut, der Sinn oder die Botschaft liege. Für die Art und Weise, wie die Maschine unsere Beziehungen zueinander und zu uns selbst verändert, ist es vollkommen gleichgültig, ob sie Cornflakes oder Cadillacs produziert.*“⁶

Nochmal zur Verdeutlichung: Das Medium verändert unsere Sozialstrukturen auch ohne

4 Siehe hierzu: Martin Baltes u.a.: „Medien verstehen. Der McLuhan-Reader“, Mannheim 1997, S. 237

5 Marshall McLuhan: „Das Medium ist die Botschaft“ in: Gerti Fietzek und Michael Glasmeier: „Die Magischen Kanäle, Understanding Media“, Basel 1995, S. 21

6 ebd., S. 21f.

besonderen Inhalt, daher sagt McLuhan so radikal: „Das Medium ist die Botschaft“. In diesem Zitat wird außerdem bereits McLuhans zweite wichtige These - sein Verständnis von Medien betreffend - deutlich.

Er definiert prinzipiell jede technische Neuerung als Medium⁷, was den klassischen Medienbegriff komplett in Frage stellt. So wäre also nicht nur das Radio, das Fernsehen, oder die Zeitung ein Medium, sondern vor allem auch viel banalere Dinge, wie das Rad, ein Hammer, Abwasserkanäle, Autos, einfach alles, was der Mensch im Lauf der Zeit erfunden hat, um sich das Leben einfacher zu machen.

Hiermit sind wir dann auch schon bei einer weiteren markanten These „*unsere Menschlichen Sinne, von welchen alle Medien Ausweitungen darstellen*“⁸. McLuhan definiert hier nicht nur neue Dinge wie das Rad als Medium, sondern beschreibt auch noch deren Wirkung auf uns als Ausweitung unseres Sinnessystems. Mein persönlich erster Eindruck dieser These hatte gewissermaßen etwas von Cyborg-Visionen – und durchaus, wenn man sich abstrakt vorstellt, wie der Mensch sich verschiedene Techniken aneignet, um seine Fähigkeiten zu vergrößern, dann hat das teilweise tatsächlich gewissermaßen Cyborg-Charakter.

Zuletzt noch weist McLuhan darauf hin, dass jedes Medium ein weiteres Medium beinhaltet. „*Der Inhalt der Schrift ist Sprache, genauso wie das geschriebene Wort Inhalt des Buchdrucks ist und der Druck wieder Inhalt des Telegrafens. Auf die Frage: »Was ist der Inhalt der Sprache?« muss man antworten: »Es ist ein effektiver Denkvorgang, der an sich nicht verbal ist.«*“⁹.

Zusammengefasst bedeutet das: Telegraf beinhaltet Druck beinhaltet Schrift beinhaltet Sprache beinhaltet Gedanken. Wie weit das noch weitergeht und inwiefern man das auf alle technischen Neuerungen anwenden lässt, bliebe im Einzelfall nachzuprüfen, aber es klingt doch in diesem Beispiel schon recht logisch und nachvollziehbar.

7 Siehe hierzu: Marshall McLuhan: „Das Medium ist die Botschaft“ in: Gerti Fietzek und Michael Glasmeier: „Die Magischen Kanäle, Understanding Media“, Basel 1995, S. 21ff.

8 ebd., S. 43

9 ebd., S. 22

2.2 Twitter

Kommen wir zu der Mikroblogging-Plattform Twitter, die zunächst kurz vorgestellt wird.

Twitter findet im Internet statt und ist eine geschlossene Plattform mit Registrierung. Wer einen Account hat, kann als User einen öffentlichen Blog (Weblog = Tagebuch) füllen, der auch ohne Registrierung einsehbar ist. Die Einträge in diesem Blog – und das scheint vielerorts die wesentlichste Eigenschaft von Twitter zu sein – sind auf maximal 140 Schriftzeichen begrenzt.

Das Eingabefeld für Einträge ist betitelt mit der Frage „What are you doing?“ - diese Frage wird jedoch in den seltensten Fällen wirklich beantwortet, was auch nicht zwingend ist. Vielmehr schreibt der gewöhnliche Twitter-User, was gerade sein Interesse erweckt.

Der Twitter-User kann innerhalb der Community anderen Usern folgen, womit er deren neueste Tweets (Einträge) immer unmittelbar nach Veröffentlichung angezeigt bekommt. Wenn zwei User sich gegenseitig folgen, ist es möglich, sich gegenseitig direkte Nachrichten zu schreiben, die in keinem Blog erscheinen, aber ebenfalls auf 140 Zeichen limitiert sind. Außenstehende können einem User zwar nicht auf die selbe Weise folgen, aber sie können den RSS-Feed seines Mikroblogs abonnieren, der ebenfalls alle neuen Nachrichten nahezu unmittelbar nach der Veröffentlichung bereitstellt.

Innerhalb der Community ist außerdem möglich, mit Hilfe der Syntax „@username“ jemanden auf etwas hinzuweisen – dies hat dann denselben Effekt, wie wenn der angeschriebene meinem Account folgen würde. Zuletzt ist es möglich mit Hilfe der Syntax „#stichwort“ sogenannte „tags“ zu setzen, anhand derer eine thematische Suche nach Tweets möglich wird.¹⁰

Wirtschaftliche Relevanz birgt Twitter in seiner Struktur als in das Internet integriertes hypertextuelles Medium und mit seiner API (Application Program Interface), einer Schnittstelle für Softwareentwickler, die aber auch einfach als sehr exakte Suchfunktion (Stichwort, Ort, Zeit, Sprache, Stimmung, Links, Personen) genutzt werden kann. Mit Hilfe der API kann beispielsweise ein Unternehmer potenzielle Käufer ausfindig machen – z.B. der Pizzabote im Stuttgarter Osten, der mitverfolgt, dass sich die Beschäftigten beim SWR über Twitter zur Mittagspause verabreden. Auch Marktforschung im größeren

¹⁰ Siehe: Twitter, Inc.: We're here to help, Stand: 14. 08.2009, <http://help.twitter.com/portal>

Umfang wird hier möglich gemacht.¹¹

Um zum Stichwort Hypertextualität¹² zu kommen: Twitter findet im Internet statt und bringt somit natürlich auch ein der wichtigsten Eigenschaften des Netzes mit – die Möglichkeit Links zu setzen. Bemerkenswert ist, dass sich um Twitter herum mittlerweile sogar noch eine ganze Bandbreite an anderen Diensten entwickelt hat, die allesamt mit Links zu tun haben: twitpic.com¹³ bietet gratis Speicherplatz und Kurz-URL's für Fotos in Twitter, außerdem gibt es mittlerweile zahlreiche weitere Kurz-URL-Services, die in Anbetracht der beschränkten Zeichenzahl viel genutzt werden.

Wirtschaftlich gesehen bringt die Link-Nutzung in Twitter zudem die Möglichkeit zur SEO (Search Engine Optimization)¹⁴. Da die Google-Suche zur Indizierung von Webseiten das Netz nach Links durchsucht und anhand der Häufigkeit von Links die Relevanz einer Website errechnet. In der Google-Suche ganz oben zu stehen, hat sich schließlich mittlerweile zu einem wirtschaftlich sehr wichtigen Aspekt entwickelt.

Der letzte und in diesem Eigenschaften-Verbund wohl wichtigste Aspekt in Twitter ist – bedingt durch parallele Entwicklungen von Smartphones und der Ausweitung von kabellosem Internetzugang durch WIFI und UMTS – die Verbindung von Mobilität und Internetnutzung. Bisher waren zwar SMS (Short Message Service) Nachrichten über Mobiltelefone möglich, und auch die Eigenschaften des Internet waren weit bekannt und geschätzt. Aber beides existierte nebeneinander ohne jeglichen Bezug zueinander. Der mobile Internetzugang über Smartphones revolutioniert im Moment aber vieles ähnlich radikal, wie dies bei Druck, Funk, Fernsehen, Computer der Fall war.

11 Twitter Inc.: A special guide, Stand: 14.08.2009, <http://business.twitter.com/twitter101>

12 Siehe hierzu: Wikimedia Foundation Inc.: Hypertext, Stand: 14.08.2009, <http://de.wikipedia.org/wiki/Hypertext>

13 Siehe hierzu: Twitpic, Inc.: Frequently Asked Questions, Stand: 14.08.2009, <http://twitpic.com/faq.do>

14 Wikimedia Foundation Inc.: Suchmaschinenoptimierung, Stand 14.08.2009, http://de.wikipedia.org/wiki/Search_Engine_Optimization

3. Twitter in Bezug auf McLuhan

Hier sind wir dann auch endgültig an dem Punkt angelangt, an dem Twitter und die Arbeit von McLuhan in ein Verhältnis zueinander gesetzt werden können.

Bei der Lektüre von McLuhan's „Das Medium ist die Botschaft“ drängt sich oft die Frage nach seiner Position auf. Ich glaube letztendlich, McLuhan wollte nicht zum Ausdruck bringen, für wie toll oder wie schlimm er neue Medien befindet, sondern vielmehr seine neu gewonnenen Erkenntnisse und Überzeugungen Medien betreffend weiterzugeben, die Menschen zu sensibilisieren, und ihnen das Rüstzeug mitzugeben, dass sie in der schnellebigen Zeit mit immer neuen Entwicklungen nicht komplett den Überblick verlieren, sondern selbstbewusst mit ihnen umzugehen wissen¹⁵. Das wiederum ist auch nach McLuhan auf alle neuerscheinenden Technologien wie eben beispielsweise Twitter im immer ubiquitärer werdenden Internet anzuwenden.

3.1 Medienverständnis

Wie kann man nun McLuhan also auf Twitter anwenden?

Ein erster Ansatz wäre einmal, Twitter als Medium verstehen zu versuchen, was sich als nicht allzuschwer herausstellen dürfte. Twitter ist eine Neuentwicklung basierend auf der Technik des Internet und auf Mobilfunk. Twitter beinhaltet beispielsweise digitale Schrift, die wiederum Schriftsatz und Sprache beinhaltet. Außerdem sind in Twitter Bild und sogar Bewegtbild über die Hypertextualität der Links vertreten. Twitter verändert unsere sozialen Interaktionsstrukturen sogar noch mehr, als dies schon SMS erreicht hat. Es steht also fest, dass Twitter ist nach McLuhan als Medium zu verstehen ist.

3.2 Ausweitungen

Desweiteren gilt es, Twitter als Ausweitung des menschlichen Körpers und unseres sensorischen Systems verstehen zu versuchen. Ich denke hier muss man zweigleisig fahren. Denn hier gilt es die Verschmelzung von Internet und Mobilfunk in die Betrachtung miteinzubeziehen.

¹⁵ So auch bei: Martin Baltes u.a.: „Medien verstehen. Der McLuhan-Reader“, Mannheim 1997, S. 8f.

Inwiefern also sind Mobilfunk und das Internet Ausweitungen des menschlichen Nervensystems und wie lässt sich das dann auch auf Twitter anwenden?

Das sind natürlich zwei Paradebeispiele in Bezug auf McLuhan's Theorien - Mobilfunk und vor allem Mobilfunkgeräte sind passen bildlich gesehen ja exakt in eine Vorstellung von Körperextensionen, die unser soziales Interaktionsverhalten verändern:

Ein kleines Gerät, das fast immer am Körper getragen wird und im aktiven Zustand in der Hand als Werkzeug benutzt wird, mit dem wir auch unterwegs nicht mehr von A nach B gelangen müssen, um mit einer bestimmten Person sprechen zu können.

Im speziellen Fall der Kurznachricht SMS, die ebenfalls über Mobilfunkkanäle gesendet wird, wird die soziale Interaktion einerseits noch mehr beschleunigt, aber dafür auch verschleiert – schließlich kann man in den 160 Zeichen einer SMS die Dinge bei weitem nicht so klar und deutlich verständlich machen, wie im direkten Gespräch, wodurch die gesamte Kommunikation über diesen Kanal recht vage wird.

Betrachten wir nun das Internet als Ausweitung des menschlichen Körpers und seines Nervensystems, so fällt die Parallele zu McLuhan's Metapher des Nervensystems als ausgestülptes weltumspannendes Netz auf¹⁶. Unser PC oder Laptop zuhause stellt also unseren Zugang zu einem hochkomplexen weltweiten Netz dar, in dem durch seine besonderen strukturellen Eigenschaften eine ganz neue Inetraktion möglich wurde. Wir können an den verschiedensten Orten der Welt nahezu gleichzeitig „sein“ und beispielsweise zur Informationsbeschaffung Wissen aus den entlegensten Winkeln der Welt zusammenstellen, um neue Erkenntnisse zu gewinnen.

Twitter verbindet diese beiden Medien und ist wahrscheinlich deshalb zur Zeit so interessant, weil es der Inbegriff des mobilen Internet über Mobilfunkgeräte ist. Was wäre ein Blackberry oder ein iPhone ohne Twitter? Twitter verkörpert in meinen Augen den mobilen Zugang zum Internet und genießt daher die Ausnahmestellung, die ihm momentan als der große Hype attestiert wird.

16 Marshall McLuhan: Die magischen Kanäle, Understanding Media, Düsseldorf 1968, S. 9

4. Fazit

Was lernen wir jedoch aus alledem? Twitter ist schnell wie SMS, nicht ganz so unverbindlich, aber immer noch nicht gleichzusetzen mit einem direkten Gespräch. McLuhan beschreibt die Problematik mit neuen Medien so, dass nicht nur Ausweitungen des Körpers durch neue Medien entstehen, sondern dass durch die Konzentration der Sinne auf neue Impulse auch andere Sinne rückgebildet werden, was einer Amputation gleichzusetzen wäre. Dann wäre ein neues Medium also nicht mehr nur der Heilsbringer, sondern muss in jedem Fall auch hinterfragt und kritisch betrachtet werden.

Für Twitter bedeutet das, dass alle Welt mit mobilem Internet auf Wolke sieben schwebt und genießt, dass man per Twitter schnell und einfach seine Gefühle und Eindrücke kundtun kann. Twitter ist momentan auch gerade in der Politik sehr beliebt (wo man sich allerdings auch ein Stück weit nach dem Zweck fragen muss).

Wenn jedoch mobiles Internet dazu führt, dass im Kino oder im Restaurant das Smartphone aus der Tasche geholt wird, nur um der uninteressierten Welt mitzuteilen, wie grausam die Special Effects sind oder wie fantastisch das Rindersteak schmeckt, so wird mobiles Internet zu einem Störfaktor gewöhnlicher sozialer Interaktion von Mensch zu Mensch. Um es metaphorisch zu sagen: mobiles Internet kann uns die Fähigkeit des Sprechens und Zuhörens nehmen.

Wir sollten also auch beim Genuss Twitter und seinen Vorzügen immer darauf bedacht sein, den kleinen Taschencomputer auch mal wegzulegen und uns trotz aller Vorzüge, die uns mobiles Internet und Twitter bieten, auf Mensch-zu-Mensch-Kommunikation konzentrieren. Das kann schließlich auch ganz nett sein.

What are you doing?

Literaturverzeichnis:

Marshall McLuhan: Die magischen Kanäle, Understanding Media, Düsseldorf 1968

Martin Baltes u.a.: „Medien verstehen. Der McLuhan-Reader“, Mannheim 1997

Gerti Fietzek und Michael Glasmeier: „Die Magischen Kanäle, Understanding Media“,
Basel 1995

Twitter, Inc.: We're here to help, Stand: 14. 08.2009, <http://help.twitter.com/portal>

Twitter Inc.: A special guide, Stand: 14.08.2009, <http://business.twitter.com/twitter101>

Wikimedia Foundation Inc.: Hypertext, Stand: 14.08.2009,
<http://de.wikipedia.org/wiki/Hypertext>

Twitpic, Inc.: Frequently Asked Questions, Stand: 14.08.2009, <http://twitpic.com/faq.do>

Wikimedia Foundation Inc.: Suchmaschinenoptimierung, Stand 14.08.2009,
http://de.wikipedia.org/wiki/Search_Engine_Optimization