Medienanthropologie

Historische und kulturellanthropologische Perspektiven

Christoph Wulf

Freie Universität Berlin, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie,
Anthropologie und Erziehung, Habelschwerdter Allee 45, D-14195 Berlin
chrwulf@zedat.fu-berlin.de

Abstract

This article analyses the role of media for human development and education and the importance of anthropology for the understanding of media. It focuses the role of media for the social and cultural development of human beings and for the performative use of media. It demonstrates to what degree media are prerequisites for our understanding of the world and of ourselves and emphasizes the importance of the new media for the ›digital natives‹.

Einführung

Medienanthropologie untersucht die Bedeutung der Medien für den Menschen und die Bedeutung der Anthropologie für das Verständnis und die Erforschung der Medien. Es handelt sich um ein inter- und transdisziplinäres Forschungsfeld, das für viele Kultur- und Sozialwissenschaften von grundlegender Bedeutung ist. Drei Fragen sind von zentralem Interesse. Welche Rolle spielen Medien für die soziale und kulturelle Entwicklung der Menschen (vgl. Boellstorff 2008)? Welche gesellschaftliche Bedeutung haben Medien und wie werden sie gebraucht (vgl. Couldry 2012)? Inwieweit sind Medien Grundlage unserer kulturellen und sozialen Weltverhältnisse und unseres Selbstverständnisses (vgl. Fuchs/Sandoval 2014)? Fragt man von der Anthropologie aus nach den Medien, so wird diese Frage von dem zugrundeliegenden Verständnis der Anthropologie bestimmt. Perspektiven eines historisch-anthropologischen und eines kulturellanthropologischen bzw. ethnologischen Paradigmas der Anthropologie und einer ›symmetrischen Anthropologie‹ (Latour) sind im Rahmen einer kultur- und sozialwissenschaftlichen Medienwissenschaft von besonderem Interesse (vgl. Wulf 2009, 2013).

Medien haben heute vielfältige Bedeutungen. Anfangs wurde betont, dass Medien der ›Stoff‹ sind, mit dessen Hilfe Informationen übertragen werden. Die Übertragung von Schall bedarf z.B. der Luft als eines vermittelnden Mediums. Später wurden Medien oft mit der Gesamtheit aller Kommunikationsmittel gleichgesetzt. Nach wie vor sinnvoll ist Harry Pross' Unterscheidung der Medien nach ihren Produktions- und Rezeptionsbedingungen in vier Gruppen: (1) primäre Medien als Mittel des direkten menschlichen Kontakts ohne Geräte; (2) sekundäre Medien, die zu ihrer Erzeugung, nicht jedoch zu ihrer Wahrnehmung Geräte benötigen; (3) tertiäre Medien, die auf Seiten der Produzenten_Produzentinnen und der Konsumenten_Konsumentinnen Geräte benötigen; (4) quartäre Medien, die auf die Nutzung von Geräten angewiesen sind, bei denen es jedoch weder einer zeitlichen noch örtlichen Übereinstimmung bedarf (vgl. Pross 1970, S. 129). Zu dieser Gruppe kommen noch Medien hinzu, bei denen wie beim Internet Produzent_in und Konsument_in zwar Geräte benötigen, diese aber nicht ausschließlich der massenmedialen Kommunikation dienen. Beim Internet muss der_die Verbraucher_in aktiv entscheiden, wie er_sie es nutzt. Da der_die Nutzer_in auch zum Produzenten_zur Produzentin werden kann, ist eine eindeutige Unterscheidung zwischen Anbieter_in und Nutzer_in, Produzent_in und Konsument_in nicht länger möglich; die Bildung des Begriff ›Producers‹ ist die Folge.

Zur Medienanthropologie haben zahlreiche Autoren und Autorinnen Beiträge geleistet. Manche haben ihren Beitrag schon vor der Entstehung des Begriffs »Medienanthropologie«, andere später unter Verwendung dieses Begriffs gemacht; oder sie haben Fragen der Medienanthropologie unter Begriffen wie Medienphilosophie oder Medienkultur behandelt. Unter den vielen Autoren_Autorinnen sind hier in exemplarischer Hinsicht zu nennen: Günther Anders (1956, 1980), Vilém Flusser (1994), McLuhan (1964, 1968), Jean Baudrillard (1981, 1992), Paul Virilio (1988, 1996), Donna Haraway (1995), Régis Debray (2003), Friedrich Kittler (2000, 2013), Sybille Krämer (2008), Dieter Mersch (2006), Lorenz Engell (Engell et al. 2000; Engell et al. 2013) und Christiane Voss und Lorenz Engell (2015).

1 Performativität: Medium und Gebrauch

In den letzten Jahren hat der Medienbegriff viele Differenzierungen erfahren. Wichtig ist dabei der Perspektivenwechsel, in dem die Frage ›was ist ein Medium‹ hinter die Frage zurücktritt ›wie wird etwas als Medium gebraucht‹. Der Gebrauch, d.h. die kulturelle Praktik und ihre Performativität entscheiden darüber, ob etwas zum Medium wird oder nicht. Grundsätzlich kann alles

zum Medium werden. Wenn etwas als Medium verwendet wird, wird es damit zum Medium. Medien entstehen also in sozialen und kulturellen Praktiken. In ihrem Vollzug kommt es zu Wiederholungen und Veränderungen. »Etwas zu ›gebrauchen‹ heißt: mit etwas, das wir nicht selbst erzeugt haben, so umzugehen, dass es in diesem Umgang zugleich verändert wird. Wiederholung und Veränderung gehen im Gebrauch Hand in Hand. Praktiken eignen die Kraft, Programmen, Mustern, Regeln, Skripten dadurch zu ›folgen‹, dass diese im Tun zugleich modifiziert werden. Im Vollzug ereignet sich immer auch ein ›Überschuss‹ gegenüber demjenigen, was dabei vollzogen wird« (Arbeitsgruppe Medien 2004, S. 130–131). Im alltäglichen Umgang werden uns die Medien nicht bewusst. Im problemlosen Funktionieren treten sie hinter die von ihnen vermittelten Botschaften zurück. Nur in den Künsten werden die Medien selbst zum Thema.

Im Mediengebrauch lassen sich zwei Positionen unterscheiden, von denen jede eine Seite des Spektrums der Mediendiskussion ausmacht. Die eine Position geht davon aus, dass Medien dadurch charakterisiert sind, dass sie etwas vermitteln, das sie nicht selbst sind, für dessen Vermittlung sie jedoch als Medium dienen. Die andere radikale Position vertritt einen Apriori-Charakter der Medien und betont, dass ohne Medien die menschliche Welt- und Selbsterzeugung nicht möglich sei, der Gebrauch von Medien also eine *conditio humana* sei. Wenn man den performativen Charakter der Medien und ihres Gebrauchs betont (vgl. Wulf/Zirfas 2008), so wird zur leitenden Frage, »wie ›Übertragung durch Medien‹ zugleich als ›Transformation bzw. Subversion des Übertragenen‹ verstanden werden kann« (ebd., S. 131). Diese Frage impliziert die anthropologische Einsicht, dass Wiederholungen im Sozialen und Kulturellen nicht bloße Kopierprozesse, sondern produktive mimetische Prozesse sind (vgl. Wulf 2005; Gebauer/Wulf 1992, 1998).

Kultur wird in menschlichen Praktiken erzeugt; durch sie wird verkörpert, was nicht wahrnehmbar bzw. abwesend ist. Unsichtbares und Unverfügbares wird in Verkörperungen zugänglich. Verkörperungen können Wiederholungen von Bekanntem, Produktionen von Neuem oder Mischformen zwischen beiden sein. Medien vermitteln und machen wahrnehmbar im Gebrauch, in der Performativität des alltäglichen Handelns; sie ›ästhetisieren‹. In anthropologischer Hinsicht bedeutet Verkörperung, »dass das In-Distanz-Sein zu etwas eine existentielle Dimension des menschlichen In-der-Welt-Seins ausmacht [...] Spaltung, Differenz, Distanz und Entfernung sind Attribute unseres Welt- und Selbstverhältnisses, und es sind die Medien, die Kulturen der Distanz, im Sinne von Distanzierung und Distanzüberbrückung ermöglichen« (Arbeitsgruppe Medien 2004, S. 132). Durch Verkörperung und Ästhetisierung

vermitteln die Medien etwas, was fern ist. Dabei bringen sie etwas ihnen Fremdes, Heteronomes zur Erscheinung. Darin gleichen sie dem Boten, der nicht mit seiner Stimme, sondern mit der seines Auftraggebers spricht (vgl. Krämer 2008). Im medialen Vollzug entsteht eine Verbindung zwischen dem Medium und dem ihm Fremden, das es vermittelt. Dabei verschmelzen beide zu einem neuen hybriden Dritten. Auch Intermedialität lässt sich so begreifen, dass ein Medium mit einem anderen zu der Intermedialität eines neuen Mediums verschmilzt.

2 Historische Anthropologie der Medien: Ein Beispiel

Um die Komplexität der Medien zu verstehen, bedarf es einer historischen Anthropologie der Medien. Diese nimmt ihren Ausgangspunkt bei einer doppelten Historizität. Eine besteht in der Geschichtlichkeit der Medien bzw. der medialen Phänomene, die zweite beruht auf der Geschichtlichkeit der Untersuchungen der Medien und ihrer Erforschung. Medienentwicklung ist weder linear noch die bloße Folge radikaler Umbrüche. Sie vollzieht sich eher durch mediale Interferenzen zwischen alten und neuen Medien, durch die die Möglichkeiten der verschiedenen Medien erweitert und verändert werden. Medien vermitteln Informationen und konstituieren neue Wirklichkeiten. Verdeutlichen wir uns dies an einem Beispiel.

Mit der Etablierung des Experiments als Medium der Generierung neuer Formen des Wissens am Beginn der Neuzeit entwickelt sich ein neues Verständnis der Natur. Sie wird nun in einer vom Menschen ersonnenen Weise inszeniert und kontrolliert. Damit einher geht ein neues Verständnis von Wahrheit, das sich im Laufe der nächsten Jahrhunderte durchsetzt und andere Formen von Wahrheit in den Hintergrund drängt. In diesem Prozess wandelt sich das Verhältnis des Menschen zur Welt, die ihm von nun an vor allem als eine objektive Welt gegenübertritt und damit das menschliche Selbstverständnis verändert.

Als Beispiel für die ein neues Wirklichkeits- und Selbstverständnis erzeugende Kraft der Medien soll ein von Robert Boyle 1660 durchgeführtes Experiment dienen, mit dem er die Herstellung und Auswirkung des Vakuums überprüfte. Seit Francis Bacon galt das Experiment als das neue Medium der wissenschaftlichen Erkenntnisgewinnung. Im 17. Jahrhundert wurde es häufig als Spektakel inszeniert, bei dem der Bezug zur Inszenierung und zum Theater unübersehbar war. So lud Robert Boyle Vertreter der englischen Gesellschaft ein, an seinem Experiment teilzunehmen. Vor diesen Personen wurde einer

Lerche, die sich in einem Glasbehälter befand, durch das Abpumpen der Luft die Atemluft entzogen, so dass sie vor den Augen der als Zuschauer_innen geladenen Gäste starb. Dabei geschah Folgendes: Die Lerche wurde zum Zeichen für das Vakuum; die Repräsentanten_Repräsentantinnen der Gesellschaft dienten als Zeugen_Zeuginnen für die Glaubwürdigkeit des Experiments; und Robert Boyle übernahm die Rolle eines Sprechers der Natur, der der Erzeugung und den Wirkungen des Vakuums wissenschaftlichen Ausdruck verlieh. Durch das Zusammenwirken solcher Faktoren wurde das Experiment zum neuen Medium wissenschaftlicher Erkenntnis und menschlichen Selbstverständnisses (vgl. Arbeitsgruppe Medien 2004).

3 Kulturanthropologie der Medien: ›Digital natives‹ heute

Während medienhistorische Untersuchungen diachrones anthropologisches Wissen erzeugen, schaffen kulturanthropologische bzw. ethnografische Untersuchungen synchrones Wissen. Dieses Wissen entsteht etwa zeitgleich, ist aber aufgrund kultureller Unterschiede vielfältig. Ein Beispiel für diese Form pädagogisch-anthropologischen Wissens liefert die transkulturelle Studie »Global Youth in Digital Trajectories«. In ihr wird untersucht, wie Jugendliche aus verschiedenen Ländern und Kulturen mit den digitalen Medien umgehen (vgl. Kontopodis/Varvantakis/Wulf 2017). Um die mediale Durchdringung und digitale Transformationen der Lebenswelten der Jugendlichen zu untersuchen, bedarf es ihrer ethnographischen Erforschung. Mithilfe ethnographischer Methoden wird es möglich, den Umgang der Jugendlichen mit den digitalen Medien in ihrer Lebenswelt zu erforschen. Ethnographische Verfahren machen es möglich, die kulturelle Diversität und Vielfalt zu erforschen. Dadurch erfahren wir viel über die Fragen und Probleme, die Gefühle und Einschätzungen, die Lebensformen und Dynamiken der Jugendlichen. In diesem Zusammenhang wurde auch die Begegnung Jugendlicher mit hybriden Medienphänomenen untersucht, deren kulturelle Ursprünge nicht eindeutig sind, die jedoch im virtuellen Teil der Welt der Jugendlichen eine wachsende Bedeutung gewinnen. Mehrere ethnographische Verfahren kamen zur Anwendung: Interviews und Gruppendiskussionen, in denen sich die Ich-Perspektive der Jugendlichen und ihr Medienerleben und Medienverständnis ausdrücken. Zugleich wurden Methoden verwendet, in denen die Es-Perspektive im Mittelpunkt steht. Dazu gehörten zum Beispiel Verfahren der teilnehmenden und der videogestützten teilnehmenden Beobachtung. Zu der Erforschung von Videospielen wurden Verfahren der *Technography* entwickelt, bei denen es sich um eine medien-fokussierte Ethnographie handelt. Bei der Herstellung eines digitalen

Produkts, etwa eines Textes oder Filmes, wurden mehrere mediale Praktiken und Fertigkeiten zusammengeführt. Diesen Prozess zu untersuchen und seinen performativen Charakter herauszuarbeiten, ist eine wichtige Möglichkeit der Anwendung kulturanthropologischer bzw. ethnographischer Methoden und Verfahren (vgl. Wulf/Zirfas 2008; Kraus/Budde/Hietzge/Wulf 2017).

In den Fallstudien von Jugendlichen aus drei Kontinenten wurde deutlich, dass die Unterscheidung zwischen einer *offline*-Welt und einer *online*-Welt im Hinblick auf das Leben der meisten jungen Menschen heute wenig aussagekräftig ist. Der besondere Charakter der *online*-Welt, den manche Untersuchungen betonten, entspricht nicht mehr dem Erleben der meisten Jugendlichen. Die *online*-Welt ist ein fester Bestandteil der alltäglichen Lebenswelt der Jugendlichen in urbanen Lebensverhältnissen geworden. Wie Sport, Spiele oder künstlerische Aktivitäten Formen des Lebens junger Menschen sind, so handelt es sich auch bei den *online*- und den *offline*-Aktivitäten lediglich um unterschiedliche Formen bzw. Modi des alltäglichen Lebens. Die Jugendlichen nutzen die *online*-Kommunikation als eine Form des Umgangs mit den Aufgaben und Probleme ihres Alltagslebens. Die *links* zwischen *online* und *offline* sind Teil der Lebenswelt der Jugendlichen und ermöglichen eine schnelle und unkomplizierte Kommunikation. Sie machen es z.B. möglich, kurzfristig und spontan Verabredungen zu treffen und durch den Austausch von Gefühlen und Gedanken sowie die Erörterung von Fragen und Problemen zu kommunizieren und neue Formen sozialer Interaktion zu entwickeln. Für viele Jugendliche ist der Rückzug in eine Welt ohne eine solche Kommunikation undenkbar. Sie sind – wie einige es ausdrücken – fortwährend kommunikationsbereit (*pready*). Die meisten Jugendlichen wollen sofort erreichbar sein, wie sie auch andere Jugendliche sofort erreichen möchten. Die eigene Verfügbarkeit und die Verfügbarkeit der Anderen sowie die erforderliche Flexibilität sind erstrebenswert.

Durch die digitalen Medien entstehen neue anthropologische, soziale und kulturelle Bedingungen und Veränderungen im Leben der *virtual youth*. Sie sind ähnlich grundlegend wie der neue Gebrauch der Schrift in der griechischen Antike, die zu tiefgreifenden Veränderungen der mentalen Strukturen führte. In den Dialogen Platons, in denen sich Philosophie im gemeinsamen Dialog vollzieht, kündigt sich dieser Übergang vom gesprochenen Wort zum geschriebenen Text an. Wie mehrfach gezeigt wurde, führt die Entstehung der Schrift zu neuen Formen rationaler und argumentativer Sprachgestaltung (vgl. Havelock 1986; Ong 2002; Gebauer/Wulf 1992). Nun gilt es z.B. Wiederholungen, die noch für die ästhetische Gestaltung der homerischen Epen von zentraler Bedeutung sind, wegen der Klarheit der Gedankenführung zu vermeiden. Ähnlich einschneidend wirken sich zweitausend Jahre später die Erfindung und Verbreitung des Buchdrucks aus (vgl. Giesecke 1998). Unsere

ethnographischen Fallstudien zeigen in Zitaten aus Interviews, Gruppendiskussionen und Aufzeichnungen der Jugendlichen sowie aus umfangreicher teilnehmender und videogestützter teilnehmender Beobachtung: Bilder, Schrift und gesprochene Sprache gehen bislang nicht für möglich gehaltene neue Verbindungen ein. Diese haben Rückwirkungen auf die Bild-, Schrift- und Sprachkultur der Jugendlichen. Auffallend ist, dass Bilder zu Medien der Kommunikation zwischen den Jugendlichen werden. Das Spektrum reicht von *selfies* bis zu *screenshots*. Immer häufiger kommunizieren Jugendliche ihre Situation, ihr Anliegen, ihre Emotionen mithilfe von Bildern. Dabei werden sie zu *producers*, d.h. zu Personen, die durch die Herstellung bzw. durch eine gezielte Auswahl von Bildern produktiv sind. Diese Jugendlichen gebrauchen ihre Produkte und unterlaufen dadurch die Unterscheidung zwischen Produzent_in und Konsument_in. In Bildern werden ikonische, zum Teil sprachlich nur unzulänglich ausdrückbare Informationen kommuniziert, die bei den Jugendlichen neue Sensibilitäten und Kompetenzen entwickeln. Die Bilder machen einen immer größeren Teil des Imaginären bei Jugendlichen aus (vgl. Wulf 2014). Mit ihnen entstehen neue Formen der Kreativität, die für die Entwicklung und Bildung der Jugendlichen von zentraler Bedeutung sind.

Digitale Medien sind zu einem festen Bestandteil des Lebens der Jugendlichen geworden; sie haben große Potentiale für Erziehung und Bildung. Digitale Medien bieten durch die Produktion von Texten und Videos den Jugendlichen die Möglichkeit, selbstbestimmt und kreativ zu lernen. Die jungen Menschen bringen ihren Körper und ihre Emotionen in den Umgang mit den digitalen Medien ein; mithilfe digitaler Praktiken schaffen sie bisher unbekannte Ausdrucksformen und soziale Erfahrungen. Sie erzeugen neue Formen der Anerkennung und Wertschätzung, allerdings auch der Verachtung und des Hasses. Digitale Medien ermöglichen den Umgang mit neuen *tools* und fördern die Entwicklung neuer *skills*. Sie unterstützen Prozesse der Dezentralisierung und der Individualisierung von Bildung. Sie tragen zur Entwicklung von *digital literacy* und *multiliteracy* und damit zur menschlichen Entwicklung bei. Auch durch die Verbindung mit anderen Formen und Medien der Bildung faszinieren digitale Medien viele Schüler_innen. Dies bietet die Möglichkeit, viele bewährte Formen des Lernens um digitale Formen zu erweitern.

Die Digitalkultur hat ein hohes politisches Potential. Im Rahmen digitaler Öffentlichkeit erfolgt die Konstruktion und Verbreitung politischer Sachverhalte, Einsichten, Erkenntnisse und Überzeugungen. Eine ethnografische Untersuchung und Analyse kann Einblick in gesellschaftliche Krisensituationen bieten, in denen wie in Griechenland die Hoffnung vieler Jugendlicher auf eine erfüllte Zukunft geschwunden und ein junges Prekariat entstanden ist. Mit der Produktion von Videofilmen versuchen Jugendliche,

ihre politische, ökonomische, soziale und emotionale Lage auszudrücken. In einem Epigramm eines digitalen Films heißt es dazu: ›I do not hope for everything, I am not afraid of anything, I am free‹. In kontinuierlichen Kommunikationsprozessen entwickeln Jugendliche Bilder, Schemata und Deutungen der politischen Situation und stellen diese in der digitalen Öffentlichkeit zur Diskussion. Ein *bottom-up*-Prozess politischer Partizipation entsteht, in dem sich das Lebensgefühl vieler junger Menschen ausdrückt. Mithilfe des Internets entsteht eine horizontale Politisierung. Jeder kann zu jeder Zeit partizipieren und versuchen, in einer ausgewählten Öffentlichkeit des digitalen Netzes Anerkennung zu finden. In diesen digitalen Gemeinschaften besteht häufig ein starker sozialer Druck, übereinzustimmen und keine abweichenden Meinungen zu äußern. In einem medial verbreiteten Populismus nimmt dieser noch zu, so dass ihm viele Jugendliche nicht widerstehen können (vgl. Akbaba/Jeffrey 2017).

4 Digitale Medien und die Akteur-Netzwerk-Theorie

Einen dritten anthropologischen Ansatz zum Verständnis und zur Erforschung des Verhältnisses zwischen digitalen Medien und Menschen stellt die Akteur-Netzwerk-Theorie Bruno Latours dar. Auch sie geht davon aus, dass Medien und insbesondere digitale Medien im Gebrauch entstehen, also performativ sind und dabei die Eindeutigkeit der Unterscheidung zwischen Subjekt und Objekt auflösen (vgl. Latour 2000). Nach dieser Auffassung werden Handlungen nicht nur von Subjekten vollzogen, wie dies fälschlich die Agency-Theorie suggerierte (vgl. Köpping/Schnepel/Wulf 2009). Vielmehr entstehen soziale Handlungen auch durch nichtmenschliche ›Aktanten‹. Das Ziel der Akteur-Netzwerk-Theorie besteht darin, die unterstellte Dichotomie zwischen Mensch und Nicht-Mensch, Natur und Mensch, Subjekt und Objekt zu suspendieren, zu bearbeiten und zu verringern. Untersucht werden die medialen Verknüpfungen zwischen Mensch und Welt. Die digitalen Medien werden als Ergebnis menschlicher Praxis und als Verdichtung kultureller Entwicklungen begriffen.

Von besonderer Bedeutung ist die wechselseitige Durchdringung zwischen Menschen und digitalen Medien, d.h. dem Computer, dem Tablet und dem Handy. Diese Apparate und ihre digitalen Programme werden Teil der Menschen, deren Lebensalltag ohne sie nicht mehr möglich ist. In der Generation der *digital natives* werden diese Geräte und ihre Programme von früher Kindheit inkorporiert und Teil ihres alltäglichen Lebens. Sie dienen dazu, den Kontakt mit der Welt auszuweiten und medial vorzustrukturieren. Digitale

Medien entlasten das Gedächtnis und machen es möglich, große Datenmengen zu speichern und verfügbar zu machen. *Apps* erleichtern die Orientierung in der Welt und den Umgang mit den Problemen des alltäglichen Lebens. *Navis* entlasten vom Suchen; sie suggerieren Sicherheit und Orientierungsfähigkeit. Ohne sie werden immer mehr Menschen hilf- und orientierungslos. In selbstfahrenden Autos erreicht die Symbiose zwischen Maschine, Medien und Mensch einen neuen Höhepunkt. Sie führt zur Entlastung und erhöht zugleich die Abhängigkeit. Maschinen und Medien werden Teil des Handelns, der Körper, der Vorstellungs- und Gedankenwelt. Sie sind nicht äußerlich; sie sind Teil der menschlichen Körper, so dass eine Grenzziehung zwischen ihnen und den menschlichen Subjekten kaum mehr möglich ist.

Bruno Latour weist darauf hin, dass »jedes Ding, das eine gegebene Situation verändert, indem es einen Unterschied macht, ein ›Akteur‹ bzw. ein ›Aktant‹ sein kann« (Latour 2007, S. 123). Dies führt dazu, »dass dort, wo sich menschliche mit nicht-menschlichen Agenten verbinden, ursprüngliche ›Handlungsprogramme‹ verändert werden« (Latour 2000, S. 216). Auf diese Weise entstehen neue soziale Praktiken wie z.B. äußerst kurzfristige Verabredungsformen zwischen Jugendlichen mit Handys. Viele Handlungsprogramme werden von menschlichen Akteuren auf mediale Programme wie *WhatsApp* verlagert (vgl. Gardner/Davis 2013). Die Delegation und der zusammengesetzte Charakter dieser Hybrid-Akteure sind mittlerweile kaum noch jemandem bewusst. Daher bedarf es einer weiteren Erforschung dieser Verkettungen zwischen Mensch und Medien. Noch einen Schritt weiter geht die Verschmelzung zwischen Mensch, Maschine und digitalen Medien im Bereich der Robotik und der künstlichen Intelligenz. Ziel ist die Nachbildung einer Intelligenz, die der menschlichen Intelligenz ähnelt, und die Konstruktion einer Maschine bzw. eines Computers so zu bauen und zu programmieren, dass er eigenständig Probleme bearbeiten kann, also selbst performativ wird. Wenn ein solches Nachschaffen der menschlichen Intelligenz und des menschlichen Handelns gelingt, an dem an vielen Orten der Welt intensiv gearbeitet wird, entstehen neue Perspektiven auf den Menschen und ergeben sich neue Fragen der Anthropologie.

Literatur

- Akbaba, Yaltz/Jeffrey, Bob (Eds.) (2017): The Implication of ›New Populism‹ for Education. Cottage: E & E Publishing.
- Anders, Günther (1956): Die Antiquiertheit des Menschen. Band 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: Beck.

- Anders, Günther (1980): Die Antiquiertheit des Menschen. Band II: Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution. München: Beck.
- Arbeitsgruppe Medien (2004): Über das Zusammenspiel von »Medialität« und »Performativität«. In: Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie 1/2004, S. 129–185.
- Baudrillard, Jean (1981): Simulacre et simulation. Paris: Editions Galilée.
- Baudrillard, Jean (1992): L'illusion de la fin ou la grève des événements. Paris: Editions Galilée.
- Boellstorff, Tom (2008): Coming of age in Second Life: an anthropologist explores the virtually human. Princeton: Princeton University Press.
- Couldry, Nick (2012): Media, society, world: social theory and digital media practice. Cambridge, MA: Polity.
- Debray, Régis (2003): Einführung in die Mediologie. Facetten der Medienkultur. Bern: Haupt.
- Engell, Lorenz/Hartmann, Frank/Voss, Christiane (Hrsg.) (2013): Körper des Denkens. Neue Positionen der Medienphilosophie. München: Fink.
- Engell, Lorenz/Pias, Claus/Vogl, Joseph/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.) (2000): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA.
- Flusser, Vilém (1994): Kommunikologie. Herausgegeben von Edith Flusser und Stefan Bollmann. Bensheim, Düsseldorf: Bollmann.
- Fuchs, Christian/Sandoval, Marisol (Eds.) (2014): Critique, social media & the information society. London, New York: Routledge.
- Gardner, Howard/Davis, Katie (2013): The App generation: How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world. New Haven, CT: Yale University Press.
- Gebauer, Gunter/Wulf, Christoph (1992): Mimesis. Kultur – Kunst – Gesellschaft [1998]. Reinbek: Rowohlt.
- Gebauer, Gunter/Wulf, Christoph (1998): Spiel – Ritual – Geste. Mimetisches Handeln in der sozialen Welt. Reinbek: Rowohlt.
- Giesecke, Michael (1998): Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Haraway, Donna (1995): »Ein Manifest für Cyborgs«. In: Donna Haraway: Die Neuerfindung der Natur. Frankfurt/Main, New York: Campus, S. 33–72.
- Havelock, Eric A. (1986): The muse learns to write. Reflections on orality and literacy from antiquity to the present. New Haven und London: Yale University Press.
- Kittler, Friedrich (2000): Eine Kulturgeschichte der Kulturwissenschaft. München: Wilhelm Fink.
- Kittler, Friedrich (2013): Die Wahrheit der technischen Welt. Essays zur Genealogie der Gegenwart. Berlin: Suhrkamp.

- Kontopodis, Michael/Varvantakis, Christos/Wulf, Christoph (2017): *Global Youth in Digital Trajectories*. London: Routledge.
- Köpping, Klaus-Peter/Schnepel, Burkhard/Wulf, Christoph (2009): *Handlung und Leidenschaft. Jenseits von actio und passio*. In: *Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie* 2/2009, Berlin: Akademie-Verlag.
- Krämer, Sybille (2008): *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Kraus, Anja/Budde, Jürgen/Hietzge, Maud/Wulf, Christoph (Hrsg.) (2017): *Handbuch Schweigendes Wissen*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Latour, Bruno (2000): *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Latour, Bruno (2007): *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, Marshall (1968): *Die magischen Kanäle. Understanding Media*. Düsseldorf: Econ.
- Mersch, Dieter (2006): *Medientheorien zur Einführung*. Hamburg: Junius.
- Ong, Walter J. (2002): *Orality and literacy. The technologizing of the word*. London, New York: Routledge.
- Pross, Harry (1970): *Publizistik: Thesen zu einem Grundcolloquium*. Neuwied: Luchterhand.
- Virilio, Paul (1988): *La Machine de vision*. Paris: Galilée.
- Virilio, Paul (1996): *Fluchtgeschwindigkeit. Essay*. München: Hanser.
- Voss, Christiane/Engell, Lorenz (Hrsg.) (2015): *Mediale Anthropologie*. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Wulf, Christoph (2005): *Zur Genese des Sozialen: Mimesis, Performativität, Ritual*. Bielefeld: transcript.
- Wulf, Christoph (2009): *Anthropologie. Philosophie, Geschichte, Kultur*. Köln: Anaconda.
- Wulf, Christoph (2013): *Anthropology. A Continental Perspective*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Wulf, Christoph (2014): *Bilder des Menschen. Imaginäre und performative Grundlagen der Kultur*. Bielefeld: transcript.
- Wulf, Christoph/Zirfas, Jörg (Hrsg.) (2008): *Pädagogik des Performativen. Theorien, Methoden, Perspektiven*. Weinheim, Basel: Beltz.