Der Beitrag diskutiert den Zusammenhang von Medien, Emotionen und Affekten als gesellschafts- wie medientheoretisches Grundlagenproblem, das sich im Zuge digitaler Transformation erneuert. Zentral ist das Theorieproblem des Verhältnisses von gesellschaftlicher Struktur und subjektiver Psyche, das durch technisch-mediale Affektsteuerung und transhumanistische Entwürfe neu akzentuiert wird. Für die Medienpädagogik resultieren daraus neue Herausforderungen im Umgang mit Künstlicher Intelligenz.

The article discusses the relation between media, emotions and affects as a fundamental problem of social and media theory that is being renewed in the course of digital transformation. The theoretical problem of the relationship between social structure and the subjective psyche remains central, accentuated anew by technical-media affect control and transhumanist concepts. Media education is therefore facing new challenges in dealing with artificial intelligence.

DIGITALE STIMMUNGSLAGEN

MEDIEN, EMOTIONEN UND AFFEKTE IM ZEITALTER KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

Thomas Wendt

EINLEITUNG

Die Gesellschaft der Gegenwart erlebt emotional bewegende Zeiten: Emotionen sind ein zentraler Bezugspunkt aktueller Gesellschaftsdiagnosen. Verschiedene Beschreibungen einer Erregungsgesellschaft diskutieren etwa das Unbehagen einer überforderten Gesellschaft (Nassehi, 2021), bestimmen Triggerpunkte (Mau et al., 2023), thematisieren Verlusterfahrungen (Reckwitz, 2024) oder diagnostizieren eine Gesellschaft der Angst (Bude, 2014). Transportiert und vermittelt werden die gesellschaftlichen Stimmungslagen nicht zuletzt durch digitale Medien. Der Beitrag diskutiert das Verhältnis von Medien, Emotionen und Affekten als gesellschafts- wie medientheoretisches Grundlagenproblem, das sich im Zeitalter Künstlicher Intelligenz erneuert. Dazu werden Wechselwirkungen von Medien, Emotionen und Affekten im Kontext der digitalen Transformation erörtert, theoretische Implikationen für Gesellschafts- und Medientheorie markiert und daraus

Herausforderungen für die Medienpädagogik abgeleitet. Die steigende Leistungsfähigkeit digitaler Strukturen evoziert die Frage, inwieweit klassische sozial- und medientheoretische Annahmen noch aktuell sind. Im Zeitalter Künstlicher Intelligenz wird etwa die Differenz zwischen systemtheoretischen und Perspektiven kritischer Theorie erneut auf den Prüfstand gestellt: Während auf der einen Seite die unhintergehbare Trennung von Gesellschaft und Psyche betont wird, steht dem die Möglichkeit der Integration von Bewusstsein und gesellschaftlichen Strukturen gegenüber. Als nächste Evolutionsstufe von technisch-medialer Affektsteuerung und digitaler Personalisierung stellen transhumanistische Szenarien diese Differenz infrage und eröffnen auf diese Weise neue Perspektiven auf die Konvergenz von menschlichem Subjekt und technisch-medialen Strukturen.

Im ersten Schritt wird die gegenwärtige Konjunktur der Diagnose von Emotionen als Diskursphänomen im Kontext gesellschaftlicher Transformationsherausforderungen analysiert (1). Vor dem Hintergrund, dass das Verhältnis von gesellschaftlichen Strukturen und menschlicher Psyche ein klassisches Sujet der Sozialtheorie darstellt, wird, zweitens, ausgeführt, dass die Bearbeitung von Emotionen in der Aufmerksamkeitsarchitektur der Massenmedien angelegt ist (2). Im dritten Schritt werden medientheoretische Anschlüsse aufgezeigt, um die digitale Transformation der Gesellschaft und die zunehmende Bedeutung technisch-medialer Affektbearbeitung analytisch abzubilden und grundlagentheoretisch einzuordnen (3). Spätestens im Zeitalter Künstlicher Intelligenz wird die Frage virulent, inwieweit etablierte Theorieannahmen noch Gültigkeit beanspruchen können, da technisch-mediale Aufforderungsstrukturen die Leistungsfähigkeit digitaler Ordnungsbildung steigern, während transhumanistische Ideen darauf zielen, die mentalen Grenzen des menschlichen Subjekts gänzlich aufzuheben. Ein abschließendes Fazit bilanziert den Einfluss der digitalen Transformation auf Gesellschafts- und Medientheorie und leitet damit verbundene Herausforderungen für die Medienpädagogik ab (4). Auf diese Weise wird ein konzeptioneller Beitrag zu einer Theorie der digitalen Mediengesellschaft geleistet.

1 GESELLSCHAFTSTHEORIE DER EMOTIONEN

Die Transformationsherausforderungen der Gegenwart und das damit verbundene Ende bekannter Normalität gehen mit einer Vielzahl von Zeitdiagnosen einher, die das Unbehagen des menschlichen Subjekts ins Zentrum der Analyse rücken. Der derzeitige Veränderungsdruck unterminiert diskursive Beruhigungsfaktoren (Manhart & Wendt, 2025). So sind der gegenwärtige Eindruck und die Frage danach, „ob bald alles auseinanderfliegt" (Mau, 2023) oder „das Gefühl, gesellschaftlich nicht mehr mitzukommen und von Richtung und Tempo des Wandels abgekoppelt zu sein" (Mau, 2024, S. 13), zwei exemplarische Formulierungen für zahlreiche Diagnosen einer grassierenden Verlustangst und Zukunftsunsicherheit (Lang, 2025). Dieses Unbehagen an der Gegenwart drückt sich beispielsweise auch in der zunehmenden Ablehnung staatlicher Vorgaben aus (Amlinger & Nachtwey, 2022), wobei der Unmut gegenüber bürokratischen Regelungen selbst ein „warmes Gefühl" (Küppers, 2025, S. 92) erzeugt. Es sind aber nicht nur die Entsicherung gesellschaftlicher Verhältnisse und die damit verknüpfte Wahrnehmung einer wachsenden Zukunftsoffenheit, die

erneut für „große Gereiztheit" (Pörksen, 2018) sorgen. Auch die sicherheitsstiftenden Routinen der Bürokratie erzeugen Negativemotionen wie Verwirrung, Frustration und Wut (Hattke et al., 2019) – besonders dann, wenn sachneutrale und emotionslose Gesetzesvorgaben als Affront gegen die eigenen Handlungsmöglichkeiten wahrgenommen werden (Manhart & Wendt, 2020). Der vielfach replizierte Befund, dass die Gesellschaft der Gegenwart von Angst und Verunsicherung geprägt ist (Thompson et al., 2021), spiegelt sich in einer zunehmenden Enthemmung politischer Kommunikation, die jegliche Zurückhaltung oder Triebkontrolle abgelegt hat (O'Toole, 2025). Obwohl Emotionen in der sozialtheoretischen Diskursgeschichte immer wieder Berücksichtigung finden (Gerhards, 1988; Senge et al., 2022), verschärft die zeitgenössische Bewirtschaftung von Ressentiments (Hochschild, 2024) den Eindruck, dass ein neues Zeitalter der Emotion angebrochen ist.

> SICHERHEITSSTIFTENDE ROUTINEN DER BÜROKRATIE ERZEUGEN NEGATIV-EMOTIONEN WIE VERWIRRUNG, FRUSTRATION UND WUT

Den zeitgenössischen Diagnosen einer Erregungsgesellschaft liegt ein Theorieproblem zugrunde, das trotz der gegenwärtigen Transformationsherausforderungen und Veränderungszumutungen nicht neu ist. Dies betrifft nicht nur den Umstand, dass das Erleben, die Leidenschaften und Gefühle des Subjekts als Bezugspunkte der Romantik eine Reaktion auf den rationalitätsfixierten Geist der Aufklärung darstellen (Rustemeyer, 2025) – eine Konstellation, die sich in der zeitgenössischen Wissenschaftsskepsis erneut einspielt (Sauerborn & Scheve, 2025, S. 52 ff.). Denn vor allem erneuern die aktuellen Stimmungsbilder der Gesellschaft in der Relationierung gesellschaftlicher Strukturen und subjektiver Welterfahrung ein klassisches Theorieproblem: Was etwa bei Marx in der These mündet, dass das gesellschaftliche Sein das Bewusstsein bestimmt (1969, S. 9), findet bei Adorno in der Aktualisierung der Marx'schen Ideen als Diagnose eines „Zeitalter[s] wahrhaft beispielloser sozialer Integration" (1969, S. 57) seine Entsprechung. Die dahinterstehenden Annahmen sind bei Marx und Adorno indes identisch: Gemeinsam ist ihnen nicht nur die Annahme, dass gesellschaftliche Verhältnisse im Wesentlichen Produktionsverhältnisse sind, sondern auch, dass die damit verbundenen Bedingungen die Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsmöglichkeiten des Subjekts bestimmen und es seiner Eigentlichkeit in uniformer Gleichförmigkeit berauben.

Als Wirkungsannahme formiert das Verhältnis von gesellschaftlicher Struktur und subjektiver Psyche eine theoretische Maximalposition: Gemäß dieser Annahme formatieren Gesellschaftsstrukturen die mentalen Zustände des menschlichen Subjekts in einer bestimmten Art und Weise – und damit auch seine Emotionen. Es ist aber ein Unterschied, ob man das Bewusstsein des menschlichen Subjekts als friktionsfreie Ableitung von

Gesellschaftsstrukturen versteht, oder umgekehrt, von der strukturprägenden Wirkung emotionaler Prozesse ausgeht (Scheve, 2010). Die auf Ersteres bezogene Kritik, gesellschaftliche Bedingungen absolut zu setzen und Gesellschaftsdiagnosen mehr an akademischen Diskursen als an gesellschaftlichen Strukturen auszurichten, ist mitunter scharf (Schlaudt, 2024), illustriert aber auch die Langlebigkeit einer Theoriefigur. Bemerkenswerterweise ist die „Entwicklung zur totalen Integration" (Horkheimer & Adorno, 1969, S. XXX) – das Subjekt in der Totalität des Verblendungszusammenhangs – eine so traditionsreiche Figur, obwohl gesellschaftliche Strukturen nie absolut, sondern die psychischen Eigenheiten des Subjekts bei aller Willfährigkeit immer auch resistent gegenüber Strukturdeterminismen sind. Bei Determinismen in sozialen Kontexten ist nicht nur aus Sicht der Systemtheorie – Stichwort doppelte Kontingenz (Luhmann, 1997, S. 332 f.) – Vorsicht angebracht. Was sich als Grundlagentheorem der Differenz von sozialen und psychischen Systemzusammenhängen bei Luhmann findet (1984, S. 92 ff.), ist beispielsweise auch eine Kritik Bourdieus (1992, S. 43 f.) an den Determinismusannahmen von Marx und seinen Nachfolgern der Frankfurter Schule und damit Gegenstand von Positionen, denen nicht das Vorurteil der sozialtechnischen Lebensweltferne (Habermas, 1971) anhaftet. Und selbst Adorno notiert – wenn auch eher beiläufig –, dass das subjektive Bewusstsein nicht vollends in Gesellschaftsstrukturen aufgeht (1969, S. 67).

> MARX UND ADORNO IST NICHT NUR DIE ANNAHME GEMEINSAM, DASS GESELLSCHAFTLICHE VERHÄLTNISSE IM WESENTLICHEN PRODUKTIONSVERHÄLTNISSE SIND, SONDERN AUCH, DASS DIE DAMIT VERBUNDENEN BEDINGUNGEN DIE DENK-, WAHRNEHMUNGS- UND HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN DES SUBJEKTS BESTIMMEN

Die Unterscheidung zwischen Gesellschaftsstruktur und dem Denken und Fühlen des Subjekts verweist auf eine Lücke zwischen sozialen und psychischen Prozessen. Die damit verbundene Annahme eines subjektiven Refugiums, auf das kein direkter Zugriff möglich ist, ist jedoch nicht ausschließlich ein Thema gesellschaftstheoretischer Grundlagendebatten. Gegenwärtig zeigt sich dies ganz praktisch in der technisch-medialen Formatierung subjektiver Handlungsmöglichkeiten, etwa durch die designten Vermittlungsweisen und Aufforderungsstrukturen digitaler Software (Klinge, 2024), durch affektives Computing (Picard, 1997; Romeo & Testolin, 2025) oder

durch die gezielte Bearbeitung von Wahrnehmungen mittels Künstlicher Intelligenz (Glickman & Sharot, 2025). In der Sache geht es dann weniger um das Diskursphänomen einer emotionalen Erregungsgesellschaft (Freis, 2025), sondern um die technisch-mediale Bearbeitung von Affekten. „Die Lücke, die der Rechner lässt" (Baecker, 2018), wird nicht nur aus Sicht des techideologischen Solutionismus als Problem verstanden, das sich mit dem technischen Fortschritt auflösen soll, indem der Gegensatz von „smarten Gadgets und dummen Menschen" (Morozov, 2013, S. 525 ff.) obsolet wird. Kausalität – der determinierende Zusammenhang von Ursache und Wirkung – ist als Konstituens von Technik (Luhmann, 1997, S. 524) ein zentrales Bezugsproblem zeitgenössischen Mediendesigns. Medien bewegen, motivieren und prägen das menschliche Subjekt, sie formen Einstellungen, Meinungen und Motive. Und sie tun dies als digitaltechnische Medien auf immer ausgefeiltere Art und Weise, indem designte Affordanzen (Gibson, 1977) bei der Nutzung von Sozialen Medien (Lünenborg, 2022), in Gamification-Anwendungen (Zichermann & Cunningham, 2011), durch Nudging (Decuypere & Hartong, 2022), personalisierte Interfaces (Gaspar et al., 2024) oder KI-gestützte Feedbacksysteme (Carillon, 2024) spezifische Handlungen in digitaltechnisch präformierten Handlungsspielräumen anregen.

Wenn die Figur der Totalintegration des Bewusstseins gegenwärtig noch diskursive Relevanz oder empirische Brisanz entfaltet, dann demzufolge weniger als industriellökonomisches Wirkprinzip, sondern in erster Linie als eine mögliche Folge digitaltechnischer Medien. Noch einmal anders formuliert, konstituieren sich gesellschaftliche Verhältnisse nicht ausschließlich als Produktionsverhältnisse entlang der Unterscheidung von Kapital und Arbeit, sondern auch als Aufmerksamkeitsökonomie, das heißt emotions- und affektökonomisch (Töpper, 2021). Die gegenwärtige Diskurskonjunktur von Emotionen ist deshalb nicht nur ein Effekt von Transformationsherausforderungen und der damit erfahrenen Unsicherheit, sondern resultiert auch daraus, dass Affekte in der jüngsten Stufe der Medienevolution durch die technisch-mediale Formatierung subjektiver Erfahrungen angesteuert werden. Vor diesem Hintergrund erneuern die digitaltechnischen Möglichkeiten der Gegenwart und Zukunft das

DIE GEGENWÄRTIGE DISKURSKONJUNKTUR VON EMOTIONEN RESULTIERT AUCH DARAUS, DASS AFFEKTE IN DER JÜNGSTEN STUFE DER MEDIENEVOLUTION DURCH DIE TECHNISCH-MEDIALE FORMATIERUNG SUBJEKTIVER ERFAHRUNGEN ANGESTEUERT WERDEN

grundlagentheoretische Interesse, ob und wie gesellschaftliche Strukturen die mentalen Zustände des menschlichen Subjekts prägen. Dies gilt für den Transhumanismus (Bostrom, 2013; Arnold, 2024) einschließlich der Zukunft von Neuroenhancement, Orthetik, Prothetik sowie Nano- und Neurotechnologie (Kurzweil, 2005), aber auch für das Heute digitaler Personalisierung als Folge des individuellen Mediennutzungsverhaltens. Im Einspielen personalisierter Inhalte formiert die nutzerbezogene Passgenauigkeit von Algorithmen eine ganz eigene Form unverwechselbarer Einzigartigkeit, die weniger Ausdruck subjektiver Entscheidungen als vielmehr die Folge eines technisch-medialen Zusammenhangs ist (Wendt, 2022). Der Blick auf die Eigenlogik massenmedialer Vermittlung zeigt im Folgenden, dass die fortschreitende Durchsetzung der Gesellschaft mit Algorithmen (Wendt, 2024a) mediengeschichtlich nur konsequent ist.

2 GESELLSCHAFTSTHEORIE DIGITALER MEDIEN

Die Stimmung der Gesellschaft ist immer medial vermittelt. Denn die Gesellschaft hat keine Gefühle – obwohl oder gerade weil gesellschaftliche Kommunikation Emotionen thematisiert (Luhmann, 1984, S. 364 f.). Soziale und psychische Zusammenhänge unterscheiden sich in ihrer jeweiligen operativen Geschlossenheit und der daraus resultierenden kommunikativen Unzugänglichkeit der Psyche: Worte schließen nur an Worte, Gefühle nur an Gefühle an, auch wenn beide durch strukturelle Kopplung aufeinander einwirken. Als Grundlagenproblem ist dies vor allem relevant, weil zielgerichtete Beeinflussungsversuche stets nur Versuche sind, deren Ergebnis von der Autologik psychischer Verarbeitung bestimmt wird. Luhmann selbst kaschiert diese Differenz jedoch teilweise, wenn er Psychopathologien zur Beschreibung gesellschaftlicher Medienpraxis nutzt. Gerade an diesen wird jedoch deutlich, dass der gegenwärtige Wandel von der Mediendemokratie zur Empörungsdemokratie (Pörksen, 2018) in der massenmedialen Aufmerksamkeitsarchitektur bereits angelegt ist. So führt der Umstand, dass die Dinge mit Blick auf Geopolitik, Klimawandel oder Digitalisierung nicht so bleiben wie sie sind, zu dem, was Luhmann als die „Schizophrenie des doppelten Wunsches" bezeichnet hat: „an Änderungen teilnehmen zu können und gegen ihre Folgen abgesichert zu sein" (1997, S. 1100). Die Fragilisierung der eigenen Orientierungspunkte und Routinen führt in Verbindung mit einem unzureichenden subjektiven Versicherungsschutz gegenüber sich vollziehenden Änderungen zu einer gesteigerten Empfindsamkeit, die in medialen Krisendiskursen der Erregungsgesellschaft (Manhart & Wendt, 2025) intensiv bespielt wird.

Die Prämisse der modernen Mediengesellschaft – dass jegliches Wissen über Welt und Gesellschaft den Massenmedien entstammt (Luhmann, 1996, S. 9) – vollzieht sich weder gestern noch heute als Vorgang sachneutraler Wissensvermittlung. Denn Massenmedien realisieren nicht zuletzt eine Funktion der Generalisierung von Emotionen, indem ganz unterschiedliche Einzelindividuen zum gemeinsamen Adressaten von gruppenspezifischen Angeboten werden, die einen möglichst großen Geltungsbereich abdecken sollen (Bösel, 2025). Die Maximierung möglicher Zielgruppen beruht deshalb nicht selten auf einer Form medialer Aufmerksamkeitsattraktion, die Kurzlebigkeit und Dramatik prämiert. Das entsprechende Argument, dass vor allem

negative Superlative mediale Reichweite generieren, begründet – mit einer weiteren der angesprochenen Luhmann'schen Psychopathologien – eine „statistische Normaldepression" (Luhmann, 1997, S. 1099) der Gesellschaft, die sich in zeitlicher, sozialer und sachlicher Hinsicht daraus speist, dass insbesondere Neuheit, Konflikt sowie Mengen- und Steigerungsverhältnisse zielgruppenübergreifend Aufmerksamkeit erzeugen (ebd., S. 1099 f.). Verhältnisbestimmungen von Medien und Emotionen sind deshalb nicht nur ein klassischer Topos der Gesellschaftstheorie, sie thematisieren auch die mediale Bearbeitung der Differenz von sozialen und psychischen Systemzusammenhängen, indem der schnelle Wechsel von Schlagzeilen, die Thematisierung von konflikthaften Auseinandersetzungen und die Beschreibung von Wachstum und Schrumpfung aufmerksamkeitsattrahierend wirken. Massenmedien realisieren eine spezifische Form kommunikativer Emotionalisierung, die durch Drastik und Dramatik versucht, die Lücke zwischen sozialen und psychischen Vollzügen zu schließen, ohne dass dies gelingt.

Die mediale Konstruktion gesellschaftlicher Wirklichkeit (Couldry und Hepp, 2023) vollzieht sich mit den Zäsuren gesellschaftlicher Medienevolution (Ehrenspeck, 2004; Baecker, 2007) und der damit verbundenen Pluralisierung der Medienlandschaft inzwischen jedoch immer weniger als Prinzip der Generalisierung, als Versuch eines reichweitenstarken Angebots, das ganz unterschiedliche Adressatengruppen übergreift. Dass etwa der Aufstieg sozialer Medien mit einem Zeitungssterben (Maaß, 2025) oder der Relativierung journalistischen Gatekeepings und damit assoziierten Qualitätssicherungsverfahrens einhergeht, dass Content Creation umgekehrt als Demokratisierung von Autorschaft verstanden werden kann (Neuberger, 2018), sind wie die damit verbundenen Effekte der inhaltlichen Verkürzung, Personenzentrierung, Moralisierung oder Dekontextualisierung (Heidenreich, 2022) vieldiskutierte Symptome eines sich grundsätzlich vollziehenden Medienwandels: Statt einer Generalisierungsfunktion realisieren insbesondere digitale Medien zunehmend ein Prinzip der Verhaltensspezifikation, das Einzelsubjekte adressiert.

Die Drastik und Dramatik generalisierender massenmedialer Kommunikation wird durch subtile Formen der digitalen Personalisierung (Manhart, 2023) ergänzt und ersetzt. Medial vermittelte Inhalte richten sich dann nicht nur an eine abstrakte

DASS ETWA DER AUFSTIEG SOZIALER MEDIEN MIT EINEM ZEITUNGSSTERBEN ODER DER RELATIVIERUNG JOURNALISTISCHEN GATEKEEPINGS EINHERGEHT, SIND VIELDISKUTIERTE SYMPTOME EINES SICH GRUNDSÄTZLICH VOLLZIEHENDEN MEDIENWANDELS

Allgemeinheit oder spezifische Nutzergruppen, sondern auch sehr konkret an individuelle Nutzer*innen (Bösel, 2021). Nicht zufällig fungieren das Warten bis zur Extraausgabe der Tageszeitung am Abend und die damit aufzubringende Geduld als Anachronismus und medienhistorische Randnotiz. Längst geht es nicht mehr darum, Aufmerksamkeit plakativ durch negative Superlative zu erzeugen. Denn durch Targeting-Anwendungen ist es möglich, aus dem individuellen Mediennutzungsverhalten abgeleitete Inhalte einzuspielen, um die subjektive Aufmerksamkeitsallokation zu steuern, eine Bindungswirkung zu erzielen und auf diese Weise die jeweilige Nutzungsdauer zu verlängern (Decker, 2025; Milli et al., 2025). Dabei geht es nicht (nur) um Emotionen, nicht nur um und das mit Reflexivität assoziierte Dual von Auf- und Abregung und die damit verbundene Möglichkeit der Distanznahme, die Wirkung von Medien auf das eigene Selbst zu reflektieren (Baacke, 1997, S. 98), sondern vor allem um Affekte, die unterhalb der Wahrnehmungsschwelle liegen: Digitale Medien realisieren subliminale Vermittlungsweisen, Handlungsangebote und Aufforderungsstrukturen, die kaum zurückgewiesen werden können, da sie nicht als absichtsvolle Veränderungszumutung bemerkt werden (Wendt & Klinge, 2025). Während Emotionen auch reflexiv handhabbar sind und kognitiv verarbeitet werden können, sind Affekte unmittelbare, physiologische Reaktionen auf Stimuli, die häufig unkontrollierbar sind (Fuchs, 2024).

Die Entstehung einer „digitalen Affektkultur" (Döveling & Seyfert, 2023) beruht darauf, dass Modi der Massenmedien digitaltechnisch überformt werden. Neuheit in zeitlicher, Mengensteigerung in sachlicher und Konflikthaftigkeit in sozialer Hinsicht werden in Formen digitaler Personalisierung integriert und passgenau auf Nutzer*innen zugeschnitten (Wendt, 2022). Affektsteuerung gelingt durch Prozesse digitaler Strukturbildung mittlerweile so gut (Ovsyannikova et al., 2025), weil die Nutzungsspuren des Subjekts über seine Interessen, Präferenzen, Gewohnheiten, Probleme oder raumzeitliche Verortung informieren und damit einen weitaus präziseren Zuschnitt ermöglichen, als dies über eine rein thematische Adressierung möglich ist. Durch technisch-medialen Fortschritt und Versuche subliminaler Steuerung wird deshalb die Annahme eines exklusiven Refugiums der menschlichen Psyche immer wieder herausgefordert und das damit verbundene Diskursschema aufgerufen. Das Heute Künstlicher Intelligenz realisiert die Aufmerksamkeitsökonomie einer „sich selbst alarmierenden Gesellschaft" (Luhmann, 1997, S. 1100) auf Basis der Algorithmen Künstlicher Intelligenz und damit grundlegend anders als das Gestern analoger Massenmedien: Mit den Möglichkeiten digitaler Sensorik, mit Eye-Tracking, durch Empfehlungsalgorithmen oder das Auslesen von Logfiles wird die Unüberbrückbarkeit von

> DIE ENTSTEHUNG EINER ‚DIGITALEN AFFEKTKULTUR' BERUHT DARAUF, DASS MODI DER MASSENMEDIEN DIGITALTECHNISCH ÜBERFORMT WERDEN

soziotechnischen und psychischen Prozessen von einem theoretischen Grundlagenproblem der Sozialwissenschaft immer mehr zum praktischen Gegenstand technisch-medialer Entwicklung (Lim et al., 2020; Glickman & Sharot, 2025; Romeo & Testolin, 2025). Auch wenn die Grenze zwischen soziotechnischen und psychischen Zusammenhängen noch existiert, wird längst intensiv an ihrer Überwindung gearbeitet. Die Möglichkeiten der digitalen Gegenwartsgesellschaft und ihre zukünftige Weiterentwicklung bedeuten aber nicht, dass Medientheorien des analogen Gestern nicht zum Verständnis der jüngsten Epoche der Medienevolution beitragen. So wird im Folgenden diskutiert, dass die Medientheorie Marshall McLuhans Hinweise enthält, die noch aktuell sind und den Anschluss an grundlagentheoretische Fragen ermöglichen.

3 MEDIEN- UND GESELLSCHAFTSTHEORIE ZWISCHEN ANALOGER VERGANGENHEIT UND DIGITALER ZUKUNFT

Die Bearbeitung von Emotionen ist in der Aufmerksamkeitsarchitektur der Massenmedien angelegt und liefert Erklärungsansätze für deren gegenwärtige Diskurskonjunktur. Die aktuellen Diagnosen der Erregungsgesellschaft erneuern aber auch die Relevanz klassischer Medientheorie – und dies nicht nur im Hinblick auf die Berücksichtigung von Emotionen, sondern auch auf die technisch-mediale Bearbeitung von Affekten. So realisieren digitale Medien beispielsweise in mehrfacher Hinsicht Thesen McLuhans aus den 1960er-Jahren. Hinsichtlich der Wirkungen von Medien spricht McLuhan etwa von einem „Zeitalter der Angst" oder vom „Zeitalter des Unbewußten und der Apathie" (1968, S. 56). Wie schon der Blick auf Luhmann zeigt, sind auch bei McLuhan psychologische Bezugspunkte Gegenstand der Argumentation.

Insbesondere eine These McLuhans wird im Kontext der technisch-medialen Affektsteuerung der Aufmerksamkeitsökonomie erneut relevant. Durch neue (Digital-)Techniken werden menschliche Subjekte zu deren „Servomechanismen" (ebd., S. 55). Gerade der Umstand, dass qua Künstliche Intelligenz generierte Inhalte einen wachsenden Anteil am verfügbaren Online-Content ausmachen (Diakopoulos, 2019), verleiht dieser Relevanz für die Gegenwartsbeschreibung des Internets. Dass Chat- und Spambots, aber auch Deepfakes Einfluss auf gesellschaftliche wie politische Meinungsbildung entfalten, lässt sich mit McLuhan so interpretieren: Die den technisch-medial vermittelten Aufmerksamkeitskonjunkturen folgenden menschlichen Subjekte werden zunehmend zu Anhängseln digitaltechnischer Medien. Als Relationierung von gesellschaftlicher Struktur und menschlichem Subjekt spiegelt das McLuhan'sche Axiom des Servomechanismus das Theorieproblem der Differenzierung von sozialen und psychischen Prozessen bzw. deren Integration und gibt eine Antwort auf die Frage, wie Medien auf die Ununterscheidbarkeit von soziotechnischer Struktur und subjektiver Psyche hinwirken können. Als Gradmesser für das Maß technisch-medialer Beeinflussung stellt dabei vor allem die McLuhan'sche Unterscheidung zwischen heißen und kalten Medien einen Erklärungswert bereit. Der Detailreichtum und geringe Vervollständigungsbedarf digitaler Medien entspricht einem heißen Medium McLuhans, indem die zunehmende Leistungsfähigkeit neuronaler Netze und Künstlicher Intelligenz immer „weniger persönliche Beteiligung" (McLuhan, 1968,

S. 30) erforderlich macht. Gerade generative Künstliche Intelligenz fungiert in der Erzeugung von Text-, Bild-, Audio- und Videomaterial als idealtypisches Beispiel für ein heißes Medium, das – wenn es als Mittel politischer Agitation funktionalisiert wird – auch mit einer Erhitzung der Gemüter assoziiert wird (Lünenborg, 2022). Da bereits bezweifelt wird, dass kalte Medien im Digitalzeitalter eine Abkühlung der gesellschaftlichen Erregungsspirale bewirken (Leinung, 2022), das menschliche Subjekt also im Sog seines Feeds gefangen bleibt, gewinnen klassische Argumente der Medienkritik erneut an Bedeutung.

Im Blick auf den technisch-medial vermittelten Strukturwandel der Öffentlichkeit diagnostiziert etwa Habermas einen neuerlichen Schubabriss rationaler Argumentation, woran sich ein (erneuter) Verlust eines deliberativen Ideals der Meinungsbildung anschließt (Habermas, 2022). Rationalität, Vernunft oder Wahrheit infrage zu stellen, ist aber nicht erst ein Effekt der jüngsten technisch-medialen Umwälzung der Gesellschaft. Dass beispielsweise bereits Nietzsche Wahrheit als „Summe von menschlichen Relationen" (Nietzsche, 1922, S. 81) bezeichnet, verdeutlicht, dass das gesellschaftliche Fundament verbindlich objektiver Eckpunkte nicht erst im Post-Truth-Zeitalter anfällig für Spannungsrisse ist (Manhart & Wendt, 2021, S. 45; Kumkar, 2022). Im Zeitalter Künstlicher Intelligenz wird aus Wahrheit als Summe menschlicher Relationen nun das mathematische Rekombinationsvermögen von Algorithmen. Die Frage, weshalb die Darstellungen, Informationen und Vorgaben dynamischer Interfaces regelmäßig für wahr genommen werden – als reale Realität und wahre Wahrheit – (Lopez, 2025), führt im Blick auf das Verhältnis von soziotechnischer Struktur und subjektiver Erfahrung deshalb dazu, dass sich die Kontroverse Frankfurt-Bielefeld (Habermas & Luhmann, 1971) im Diskurs der digitalen Transformation der Gesellschaft erneuert.

IM ZEITALTER KÜNSTLICHER INTELLIGENZ WIRD AUS WAHRHEIT ALS SUMME MENSCHLICHER RELATIONEN NUN DAS MATHEMATISCHE REKOMBINATIONS-VERMÖGEN VON ALGORITHMEN

Der Theoriekonflikt zwischen Habermas und Luhmann begründet sich unter anderem daraus, dass ersterer annahm, was Luhmann strikt ausschloss: Habermas' Vorstellung von intersubjektivem Konsens setzt Zustimmung auf Basis von Vernunft voraus (Habermas, 1971, S. 124); Luhmann hingegen lehnt dies als empirische Verdopplung menschlicher Bewusstseinsinhalte und Einebnung der Unterscheidung von sozialen und psychischen Sachverhalten ab (Luhmann, 1986, S. 88). Nach mehr als 50 Jahren scheint der große Theoriestreit der damals jungen Bundesrepublik Deutschland in der digitalen Gesellschaft nicht nur die Plausibilität seiner Gegensätzlichkeiten zu verlieren, sondern sich in der digitaltechnischen Zukunft vor allem empirisch zu entscheiden. Denn wie sich soziotechnische Struk-

tur und die psychischen Eigenheiten des menschlichen Subjekts zueinander verhalten, adressiert weder das Problem einer sozial ausgehandelten, aus Vernunft resultierenden Wahrheit (Habermas, 1971, S. 131), noch scheint sich die Unüberbrückbarkeit von sozialen und psychischen Systemgrenzen im womöglich aufziehenden Zeitalter des Transhumanismus als Ewigkeitsgarantie der Sozialtheorie zu eignen. Vielmehr läuft dieser Antagonismus vor dem Hintergrund zunehmend leer, dass eine zentrale Idee des Transhumanismus darin besteht, durch die Verschmelzung von menschlichem Subjekt und maschineller Intelligenz als einzigartige Singularität (Kurzweil, 2005) zukünftig neue Formen von Subjektivität zu ermöglichen.

Aber bereits in der Gegenwart der digitalen Mediengesellschaft schreiben sich Handlungsangebote und Aufforderungsstrukturen digitaler Medien unbemerkt in die Handlungsrealität des menschlichen Subjekts ein, indem Algorithmen Wirkungen unterhalb der subjektiven Wahrnehmungsschwelle erzeugen und dadurch Wahrnehmungen lenken (Wendt & Klinge, 2025). Dies führt dazu, dass sich den Möglichkeiten des subjektiven Mitvollzugs entzieht, auf welcher Basis, mit welcher Gewichtung oder anhand welcher Kriterien der Newsfeed gefüllt, Beiträge angezeigt oder Produkte empfohlen werden (Pasquale, 2015; Ernst, 2022). Algorithmen sortieren die Spuren des individuellen Mediennutzungsverhaltens, kartieren diese und selektieren so die subjektiven Handlungsmöglichkeiten der Zukunft (Wendt, 2024b). Mit Konsens, Wahrheit oder Vernunft hat diese Praxis genauso wenig zu tun, wie es in der Gegenwart von technisch-medialer Affektsteuerung, Microtargeting, Native Advertising, Psychographics oder den Bestrebungen des Transhumanismus in Sachen Genetik oder Nanotechnologie (Warwick, 2014) als vielversprechend erscheint, die Psyche des menschlichen Subjekts aufgrund ihrer Autologik auf immer als per se abgeschlossenes Refugium zu verstehen. Vielmehr wird anhand gesellschafts- wie medientheoretischer Kontinuitätslinien deutlich, dass die digitale Transformation der Gesellschaft sowohl begrifflich-konzeptuelle Reflexionsgrundlagen erfasst als auch neue empirische Fragen aufwirft. Spätestens dort, wo Grenzziehungen zwischen Geist, Körper und Technik mittels Gehirn-Maschine-Schnittstellen infrage gestellt werden, greifen transhumanistische Diskurse (Kurzweil, 2005; Clausen, 2009), deren zentrale Zielperspektive unter anderem darin besteht, die Unterscheidung von technisch-medialer Struktur und menschlicher Psyche durch die Kopplung kognitiver Prozesse mit Maschinen aufzuheben.

4 TECHNISCH-MEDIALE AUFFORDERUNGSSTRUKTUREN ALS MEDIENPÄDAGOGISCHE HERAUSFORDERUNG IN THEORIE UND PRAXIS

Im Zeitalter Künstlicher Intelligenz wird eine Bestandsaufnahme gesellschafts- wie medientheoretischer Grundannahmen erforderlich. Dass gegenwärtig zahlreiche Sozialtheorien Emotionen in den Blick nehmen, ist genauso ein Ausdruck von Interdisziplinarität wie ein Beleg der Tatsache, wie sehr medienpädagogische Fragen und Befunde durch die Thematisierung von verhaltens- und handlungsformenden Vermittlungs- und Aufforderungsstrukturen in überfachliche Zusammenhänge integriert sind: Pädagogische Vermittlungspraxis realisiert sich in der digitalen

Gesellschaft zunehmend durch die Inskriptionen digitaltechnischer Medien (Wendt & Klinge, 2025). Die solutionistische Zielstellung direkter Beeinflussung und ihre technisch-mediale Operationalisierung rückt Kausalitäten ins Zentrum der Theoriebildung und deutet zugleich auf einen Wandel sozialwissenschaftlicher Reflexion hin, in dem die großtheoretischen Konflikte der Vergangenheit allmählich an Relevanz verlieren. Gerade für eine Erziehungswissenschaft, der die Absage an Automatismen und Gelingensbedingungen in Lehr-Lernverhältnissen als DNA im Stammbuch steht, ist dies insofern eine Herausforderung, als der Versuch der Auflösung des pädagogischen Technologiedefizits etwa durch Feedback- und Recommendersysteme oder subliminales Targeting ein zentraler Gegenstand technisch-medialer Entwicklung ist.

Die Vermittlungsweisen und Aufforderungsstrukturen digitaler Medien und die Eigenständigkeit digitaler Systeme aktualisieren nicht nur gesellschaftliche Strukturbildung (Manhart & Wendt, 2021). Sie führen auch zu einer neuen pädagogischen Beeinflussung von subjektiven Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata (Biermann, 2023; Klinge, 2020, 2024). Die edukative Kraft digitaler Affordanzen – ihre aufmerksamkeits- und affektsteuernde Wirkung – stellt die Medienpädagogik vor neue Aufgaben in Theoriebildung und Vermittlung. Im Hinblick auf das heiße Medium generativer Künstlicher Intelligenz resultiert beispielsweise die Frage, ob und wie deren zielgerichtete Nutzung im Sinne der AI-Literacy (Stolpe & Hallström, 2024) möglich ist. Dabei geht es darum, dass ihr reflexiver Einsatz einem Grad subjektiver Beteiligung entspricht, der sie zu einem kalten Medium und das menschliche Subjekt damit mehr zum Akteur als zum Servomechanismus macht. Ob und inwieweit die Annahme einer unüberbrückbaren Differenz von soziotechnischer Struktur auf der einen Seite und der menschlichen Psyche auf der anderen Seite in Zukunft noch trägt, kann und muss abgewartet werden. Solange es diese Grenze noch gibt, kann die Einsicht in das zugrundeliegende Theorieproblem helfen, dem aufgeheizten Meinungsklima der Erregungsgesellschaft ein Stück mehr unaufgeregt zu begegnen. Mindestens aber drückt sich Anwendungswissen über digitale Medien als Reflexionsfähigkeit auch in einer kritischen Distanznahme gegenüber medial vermittelten Aufmerksamkeitskonjunkturen aus.

> DIE VERMITTLUNGSWEISEN UND AUFFORDERUNGSSTRUKTUREN DIGITALER MEDIEN UND DIE EIGENSTÄNDIGKEIT DIGITALER SYSTEME FÜHREN ZU EINER NEUEN PÄDAGOGISCHEN BEEINFLUSSUNG VON SUBJEKTIVEN DENK-, WAHRNEHMUNGS- UND HANDLUNGSSCHEMATA

Literatur

Adorno, T. W. (1969). Freizeit. In Ders., *Stichworte. Kritische Modelle* (Bd. 2, S. 57–67). Suhrkamp.

Amlinger, C. & Nachtwey, O. (2022). *Gekränkte Freiheit. Aspekte des libertären Autoritarismus*. Suhrkamp.

Arnold, F. (2024). Transhumanismus. In F. Arnold, J. Bernhardt, D. Feige & C. Schröter (Hrsg.), *Digitalität von A bis Z* (S. 327–336). transcript.

Baacke, D. (1997). *Medienpädagogik*. De Gruyter.

Baecker, D. (2007). *Studien zur nächsten Gesellschaft*. Suhrkamp.

Baecker, D. (2018). *4.0 oder die Lücke, die der Rechner lässt*. Merve.

Biermann, R. (2023). Der digitale Habitus: Das Habitus-Konzept unter Berücksichtigung von Digitalität und Algorithmizität. *Medienimpulse, 61*(4), 1–34. https://doi.org/10.21243/mi-04-23-08

Bösel, B. (2021). *Die Plastizität der Gefühle. Das affektive Leben zwischen Psychotechnik und Ereignis*. Campus.

Bösel, B. (2025). Theorien affektiver Medien. In C. Ernst, K. Krtilova, J. Schröter, & A. Sudmann (Hrsg.), *Handbuch Medientheorien im 21. Jahrhundert*. Springer VS.

Bostrom, N. (2013). *Superintelligence. Paths, Dangers, Strategies*. Oxford University Press.

Bourdieu, P. (1992). *Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik und Kultur 1*. VSA.

Bude, H. (2014). *Gesellschaft der Angst*. Hamburger Edition.

Carillon, K. (2024). „An Algorithm for Public Service Media?" Embedding Public Service Values in the News Recommender System on RTBF's Platform. *Emerging Media, 2*(3), 422–448.

Couldry, N., Hepp, A. (2023). *Die mediale Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Mediatisierung und Datafizierung*. Springer.

Clausen, J. (2009). Man, machine and in between. *Nature, 457* (7233), 1080–1081.

Decker, H. (2025). The role of content personalisation in political social media campaigning: A review of political microtargeting. *Zeitschrift für Politikwissenschaft, 35*(1), 83–98.

Decuypere, M. & Hartong, S. (2022). Edunudge. *Learning, Media and Technology, 48*(1), 1–15.

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.

Döveling, K. & Seyfert, R. (2023). Digitale Affektkulturen. Soziale Medien als affektive Intensitätsmedien. In G. L. Schiewer, J. Szczepaniak & J. Pociask (Hrsg.), *Emotionen – Medien – Diskurse. Interdisziplinäre Zugänge zur Emotionsforschung* (S. 23–36). Harrassowitz-Verlag.

Ehrenspeck, Y. (2004). Kontingenz in den Medientheorien der Moderne. In A. Schäfer & M. Wimmer (Hrsg.), *Tradition und Kontingenz* (S. 183–200). Waxmann.

Ernst, J. (2022). Kritik am (Un)Sichtbaren? Medienpädagogische Überlegungen zur alltäglichen Erfahrung als Ausgangspunkt der kritischen Auseinandersetzung mit Algorithmen. *merz | medien + erziehung, 66*(6), 171–181.

Freis, T. (2025). Emotion management in organizations: the transformation of unreachable feelings to modifiable communication in organizations. *Frontiers in Eduation, 10*, 1505275. https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1505275

Fuchs, T. (2024). *Verkörperte Gefühle. Zur Phänomenologie von Affektivität und Interaffektivität*. Suhrkamp.

Gaspar, A., Gil, M., Panach, J. I., & Romero, V. (2024). Towards a general user model to develop intelligent user interfaces. *Multimedia Tools and Applications, 83*, 67501–67534.

Gerhards, J. (1988). Die sozialen Bedingungen der Entstehung von Emotionen: Eine Modellskizze. *Zeitschrift für Soziologie, 17*(3), 187-202

Gibson, J. J. (1977). The Theory of Affordances. In R. Shaw & J. Bransford (Hrsg.), *Perceiving, Acting, and Knowing. Towards an Ecological Psychology* (S. 67–82). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Glickman, M. & Sharot, T. (2025). How human–AI feedback loops alter human perceptual, emotional and social judgements. *Nature Human Behaviour, 9*, 455–467.

Habermas, J. (1971). Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Eine Auseinandersetzung mit Niklas Luhmann. In J. Habermas & N. Luhmann, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie – Was leistet die Systemforschung* (S. 142-290). Suhrkamp.

Habermas, J. (2022). *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik*. Suhrkamp.

Habermas, J. & Luhmann, N. (1971). *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie – Was leistet die Systemforschung*. Suhrkamp.

Hattke, F., Hensel, D. & Kalucza, J. (2019). Emotional Responses to Bureaucratic Red Tape. *Public Administration Review, 80*(1), 53–63.

Heidenreich, F. (2022). Der Philosoph in der twitterisierten Öffentlichkeit. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 76*(883), 77-81.

Hochschild, A. R. (2024). *Stolen Pride. Loss, Shame, and the Rise of the Right*. The New Press.

Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1969). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. S. Fischer Verlag.

Klinge, D. (2020). Lehrende Algorithmen – spielend-behavioristische Lernanregungen von Apps als digitale Technologien. *Hessische Blätter für Volksbildung, 3*, 65–75.

Klinge, D. (2024). *Algorithmische Wissenskonstruktionen und designte Vermittlungsweisen. Pädagogische Modi Operandi digitaler Technologie*. Beltz Juventa.

Küppers, M. (2025). Mehr Bürokratie wagen. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 79*(911), 83–92.

Kumkar, N. C. (2022). *Alternative Fakten. Zur Praxis der kommunikativen Erkenntnisverweigerung*. Suhrkamp.

Kurzweil, R. (2005). *The singularity is near: When humans transcend biology*. Viking.

Lang, L. (2025). Zukunftsfragen: Die alltagspraktische Bewältigung von Zukunftsangst und die sozial-ökologische Transformation. *Soziologie und Nachhaltigkeit, 11*(2), 30–46.

Leinung, M. (2022). In Stein gemeißelt. Kalte Medien schreiben heiße Geschichte. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 76*(876), 90–96.

Lim, J. Z., Mountstephens, J. & Teo, J. (2020). Emotion Recognition Using Eye-Tracking: Taxonomy, Review and Current Challenges. *Sensors, 20*(8), 2384.

Lopez, P. (2025). KI-Kolumne. Über die Wahrheitseigenschaft. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 79*(908), 49–56.

Luhmann, N. (1984). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Suhrkamp.

Luhmann, N. (1986). Systeme verstehen Systeme. In N. Luhmann & K. E. Schorr, *Zwischen Intransparenz und Verstehen. Fragen an die Pädagogik* (S. 72–117). Suhrkamp..

Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien* (2. Aufl.). Westdeutscher Verlag.

Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp.

Lünenborg, M. (2022). Soziale Medien, Emotionen und Affekte. In J. H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 233–250). Springer VS.

Maaß, S. (2025). Das Verschwinden von Lokalzeitungen und seine Auswirkungen auf Demokratie und Gemeinwesen – eine systematische Literaturanalyse. *MedienWirtschaft, 22*(1), 18–37.

Manhart, S. (2023). Das gekränkte Subjekt in den Mythen digitaler Technik. Das Digital Mindset zwischen analoger Individualisierung und digitaler Personalisierung. In S. Kaiser & B. Ertl (Hrsg.), *Digitale Mindsets* (S. 211–235). Springer.

Manhart, S., & Wendt, T. (2020). Komplexe Organisation und organisierte Komplexität. Die Pädagogik partizipativer Organisationsgestaltung im Zeitalter des Populismus. *Zeitschrift für Weiterbildungsforschung, 43*(3), 377–393.

Manhart, S. & Wendt, T. (2021). Soziale Systeme? Systemtheorie digitaler Organisation. *Soziale Systeme, 26*(1-2), 21–53.

Manhart, S. & Wendt, T. (2025). Krisenlernen. Zur Andragogik der Krisenkommunikation. *Zeitschrift für Weiterbildungsforschung, 48*(1), 65–88.

Marx, K. (1969). Zur Kritik der Politischen Ökonomie. Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED (Hrsg.), *Karl Marx. Friedrich Engels. Werke* (Bd. 13, S. 3-160). Dietz.

Mau, S. (2023). Fliegt bald alles auseinander? Zur Konstruktion gesellschaftlicher Spaltungsdiagnosen. *Kursbuch, 215*, 10–24.

Mau, S. (2024). Keine Zeit. Zum Verhältnis von politischen Entscheidungen und sozialem Wandel. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 78*(907), 5–23.

Mau, S., Lux, T. & Westheuser, L. (2023). *Triggerpunkte. Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft*. Suhrkamp.

McLuhan, M. (1968). *Die magischen Kanäle*. Econ.

Milli, S., Carroll, M., Wang, Y., Pandey, S., Zhao, S. & Dragan, A. D. (2025). Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media. *PNAS Nexus, 4*(3), pgaf062.

Morozov, E. (2013). *Smarte neue Welt. Digitale Technik und die Freiheit des Menschen*. Blessing.

Nassehi, A. (2021). *Unbehagen. Theorie der überforderten Gesellschaft*. C. H. Beck.

Neuberger, C. (2018). Entfesselte Kontexte. Status und Konsequenz digitaler Öffentlichkeit. *Kursbuch, 195*, 31–52.

Nietzsche, F. (1922). Ueber Wahrheit und Lüge im aussermoralischen Sinne. In Ders., *Gesammelte Werke. Sechster Band* (S. 75-92). Musarion Verlag.

O'Toole, F. (2025). Trumps Wiederkehr. Der Sieg der Enthemmung. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 79*(908), 36–45.

Ovsyannikova, D., Oldemburgo de Mello, V., & Inzlicht, M. (2025). Third-party evaluators perceive AI as more compassionate than expert humans. *Communications Psychology, 3*, 4.

Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard University Press.

Picard, R. W. (1997). *Affective computing*. The MIT Press.

Pörksen, B. (2018). *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*. Carl Hanser Verlag.

Reckwitz, A. (2024). *Verlust. Ein Grundproblem der Moderne*. Suhrkamp.

Romeo, Z. & Testolin, A. (2025). Artificial intelligence can emulate human normative judgments on emotional visual scenes. *Royal Society Open Science, 12*, 250128.

Rustemeyer, D. (2025). *Absolute Gegenwart. Aktualität der Romantik*. K & N.

Sauerborn, E. & von Scheve, C. (2025). Begeisterung, Nüchternheit und Verbitterung: Das Sprechen über Emotionen im Zusammenspiel von Wissenschaften und Gesellschaft. *Leviathan, 53*(1), 34–62.

Schlaudt, O. (2024). Zur Soziologie des Verlusts. *Merkur. Gegründet 1947 als Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken, 78*(906), 61–71.

Senge, K., Schützeichel, R. & Zink, V. (Hrsg.) (2022). *Schlüsselwerke der Emotionssoziologie*. Springer.

Stolpe, K. & Hallström, J. (2024). Artificial intelligence literacy for technology education. *Computers and Education Open*, 6, 100159. https://doi.org/10.1016/j.caeo.2024.100159

Thompson, C., Zirfas, J., Meseth, W. & Fuchs, T. (2021) (Hrsg.). *Erziehungswirklichkeiten in Zeiten von Angst und Verunsicherung*. Beltz Juventa.

Töpper, C. (2021). *Mediale Affektökonomie: Emotionen im Reality TV und deren Kommentierung bei Facebook*. transcript.

von Scheve, C. (2010). Die emotionale Struktur sozialer Interaktion: Emotionsexpression und soziale Ordnungsbildung. *Zeitschrift für Soziologie*, 39(5), 346-362.

Warwick, K. (2014). The cyborg revolution. *NanoEthics, 8*, 263–273.

Wendt, T. (2022). Das Subjekt im Zeitalter digitaler Reproduzierbarkeit. Subjektivierung als Praxis digitaler (Selbst-) Organisation. *merzWissenschaft*, 66(6), 37–48.

Wendt, T. (2024a). Die Gesellschaft der Algorithmen. Medientheoretische Anschlüsse für die Analyse der digitalen Moderne. *merzWissenschaft*, 68(6), 27–40.

Wendt, T. (2024b). Vom Homo organisans zum Homo digitalis: Anthropologie als Theorie digitaler Organisation. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 63, 21–41.

Wendt, T., & Klinge, D. (2025). Das Design der digitalen Mediengesellschaft: Zur Medien(bildungs)theorie designter Vermittlungsweisen und Aufforderungsstrukturen. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung (Jahrbuch Medienpädagogik 22)*.

Zichermann, G. & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly.

merz-zeitschrift.de/article/view/3053

lir 365 2mind CA Fb GFH GT In



PDF

Veröffentlicht
17.11.2025

Ausgabe
Jg. 69 Nr. 6 (2025): merzWissenschaft | Medien und Emotionen

Rubrik
merzWissenschaft

Lizenz
Copyright (c) 2025 Dr. Thomas Wendt

Dieses Werk steht unter der Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 International.

Zitationsvorschlag

Wendt, T. (2025). Digitale Stimmungslagen: Medien, Emotionen und Affekte im Zeitalter Künstlicher Intelligenz. *merz | medien + erziehung*, *69*(6), 17-31. https://doi.org/10.21240/merz/2025.6.03