

---

# Pfade des Mediatisierungsprozesses: Plädoyer für einen Wandel

Friedrich Krotz

---

## 1 Die Fragestellung

Das Konzept *De-Mediatisierung* fragt danach, wo und wie auf der Basis individuellen oder kollektiven Handelns der Metaprozess Mediatisierung in seiner derzeitigen Form kritisch hinterfragt wird, nicht stattfindet oder sogar zurückgenommen wird. Als mögliche Ausdrucksformen dafür werden spezifische Handlungsorientierungen genannt: das Bestehen auf Face-to-Face-Begegnungen, eine gezielte Verwendung von Medien für ein standortbezogenes soziales Handeln, und eine praktische bzw. politische Kritik an der mit Mediatisierung verbundenen Beschleunigung.

Natürlich sind in diesem Zusammenhang auch noch ganz andere, nicht in der Beurteilung von Medien gründende Motivationen für ein Sichwidersetzen möglich, insbesondere religiöse und weltanschauliche – man denke nur an die frühchristlichen oder die islamischen Bilderverbote, an gesundheitliche Argumente gegen die Zunahme elektromagnetischer Wellen oder das, wie es heißt, krankmachende, in die Bildschirme integrierte sogenannte Blaulicht oder auch an die vielen anderen Überlegungen, die im Laufe der Geschichte gegen die Medien vorgebracht worden sind, angefangen von Sokrates' Misstrauen gegen die Schrift (vgl. Platon 1994) bis hin zu den Polemiken von Hirnforschern, die ihr Unbehagen mit eher grobschlächtigen Charakterisierungen wie „Digitale Demenz“ verobjektivieren wollen (Spitzer 2012). Demgegenüber nimmt der hier in den Blick genommene De-Mediatisierungsbegriff Handlungsweisen auf, die den konkreten

---

F. Krotz (✉)  
Bremen, Deutschland  
E-Mail: krotz@uni-bremen.de

Umgang der Menschen mit den Medien beschreiben, und zielt darauf ab, diese empirisch zu analysieren, theoretisch einzuordnen und im Sinne einer demokratisch veranlassten und kontrollierten Entwicklung zu beurteilen.

Zu diesem Diskurs will der vorliegende Text beitragen, indem er im zweiten Kapitel einen für Mediatisierungsforschung adäquaten Medienbegriff einführt und daran orientiert erläutert, wie Medien entstehen, sich wandeln und in die Gesellschaft integriert werden. Im dritten Kapitel wird dann der Prozess der Mediatisierung entwickelt, wobei deutlich wird, dass dieser Metaprozess als komplexer Aushandlungsprozess begriffen werden muss, der auf kultureller, struktureller und institutioneller wie auch individueller und weiteren Ebenen stattfindet. Dabei wird über die Festlegung hinaus, welche Rolle neue bzw. sich wandelnde Medien in einer konkreten Gesellschaft spielen, auch ein Rahmen dafür festgelegt, wie im Anschluss daran sich Alltag, Kultur und Gesellschaft verändern und damit auch, welchem Pfad der Metaprozess Mediatisierung im konkreten Fall folgt. Im abschließenden vierten Kapitel wird in dieser Perspektive das Konzept „De-Mediatisierung“ diskutiert und vorgeschlagen, Widerständigkeiten eher als Positionen im Aushandlungsprozess zu verstehen, in dem der konkrete Mediatisierungspfad festgelegt wird. In Bezug darauf wird schließlich für den Wandel heute gefordert, den derzeitigen technisch/ökonomisch begründeten Pfad zu verlassen und die Zivilgesellschaft stärker an diesen Aushandlungen zu beteiligen, also einen demokratisch gestalteten Mediatisierungsprozess in Gang zu bringen.

---

## 2 Medien, Medienentstehung und Medienwandel

Das Ziel des Mediatisierungsansatzes ist es, kurz gesagt, den Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien zu beschreiben (vgl. Krotz 2001, 2007; Lundby 2014). Dies setzt voraus, dass man sich darüber Gedanken macht, was Medien sind und wie Medienwandel stattfindet – nicht zuletzt, weil derartige Basisfragen offen bleiben, können sich Mediatisierungsforscherinnen häufig nicht auf einheitliche Konzepte einigen. Mit einem brauchbaren Medienkonzept kann dann beschrieben und analysiert werden, wie ein damit zusammenhängender sozialer, kultureller und der entsprechende Alltagswandel zustande kommt.

*Mit dem Begriff „Medien“ werden hier technisch, ästhetisch und gesellschaftlich vereinbarte und betriebene Kommunikationsapparate bezeichnet, deren Potenziale sich die Menschen unter spezifischen gesellschaftlichen Bedingungen bedienen können.* Dementsprechend müssen Medien vor allem im Hinblick auf Mediatisierung

in zwei Stufen beschrieben werden: Einmal von innen heraus im Hinblick auf ihre Struktur und ihre funktionalen Leistungen, gewissermaßen, um sie von ihrem offiziellen Zweck und ihrer normalen Verwendungsweise her zu charakterisieren, zum anderen in ihrer gesellschaftlichen Bedeutung im Spannungsfeld zwischen Hegemonie und Widerstand, also längs der zentralen Kategorie „Macht“.

Im Hinblick auf ihre Struktur und ihre funktionalen Leistungen können wir Medien dazu in einer semiotischen Sichtweise durch ihre *Struktur und durch ihre situativen Leistungspotenziale* beschreiben:

Strukturell sind Medien

- einerseits gesellschaftlich als Organisationen oder Unternehmen in die Gesellschaft eingebettete Institutionen (vgl. Berger und Luckmann 1980), um die herum sich zahlreiche weitere Institutionen, Normen, Regeln und Erwartungen konstituiert haben, die auf diese kommunikativen Potenziale Einfluss nehmen.
- Andererseits sind Medien technisch/ökonomisch strukturiert; insofern ist ihre Funktionsfähigkeit und Nutzung an technische und an ökonomische Bedingungen geknüpft.

Situativ existieren Medien in der Realisierung ihrer kommunikativen Potenziale. Dies geschieht

- indem sie einerseits spezifische Inhalte in spezifischen Formen managen, produzieren oder produzieren lassen und adäquat verteilen bzw. weiterleiten, sodass Themen und Formen die Regeln, Normen und Erwartungen angemessen erfüllen,
- und andererseits, indem sie als Räume kommunikativer Erfahrungen der Menschen und für darauf gründende soziale, kommunikative und reflektierende Anschlussprozesse dienen.

Wir werden auf diese vier aufeinander verweisende Gestaltformen eines Mediums im Folgenden mit dem Begriff der *Aspekte eines Mediums* Bezug nehmen. Medien ermöglichen und strukturieren also Kommunikation, die immer situativ ist; gleichzeitig sind sie selbst strukturiert als technisch basierte gesellschaftliche Institutionen. Die damit möglichen Kommunikationsprozesse lassen sich entweder als Produktion und Rezeption/Aneignung von formal und inhaltlich vorstrukturierten Angeboten wie im Falle der Massenmedien verstehen, als interaktives Handeln mit Hardware/Software-Systemen wie im Falle des Surfs im Netz, dem Lesen mittels E-Book-Readern oder dem Umgang mit Computerspielen oder

als wechselseitig reziprok sich entwickelnde interpersonale Kommunikation. Mithilfe dieser Definition kann man zudem die verschiedenen Medien voneinander unterscheiden und damit *das jeweilige aktuelle Mediensystem sowie die medialen Umgebungen der einzelnen Menschen beschreiben, mittels derer sie kommunizieren, sowie den Wandel von Mediensystem und individuellen Medienumgebungen analysieren.*

Dieses auf vier Aspekte von Medium recurrierende Medienkonzept ist für Mediatisierungsforschung hilfreich, weil sich damit rekonstruieren lässt, *wie ein Medium entsteht und sich funktional über die Zeit als Teil des gesellschaftlichen Mediensystems hinweg entwickelt:* Die Druckmaschine war beispielsweise eine technische Erfindung, während z. B. eine Zensur von Medien durch gesellschaftliche Entscheidungen zustande kommt und nicht die Technik, sondern das Medium als Institution betrifft und sich darüber auf Inhalte und Formen auswirkt. Beides sind geänderte Strukturbedingungen. Neue Medien können aber auch durch den Wandel von Nutzungs- und Aneignungsformen zustande kommen: Das Medium SMS etwa wurde bekanntlich von Jugendlichen ‚erfunden‘, die ein technisches Potenzial des Mobiltelefons verwendet und gesellschaftlich institutionalisiert haben. Schließlich hat beispielsweise die Verwendung von Computersimulationsprogrammen völlig neuartige Filme und neue Ästhetiken ermöglicht und so den Film gewandelt. Ergänzend zu betonen ist, dass sich natürlich auch weitere gesellschaftliche und kulturelle Prozesse auf den Wandel der Medien auswirken können, beispielsweise Globalisierungs-, Ökonomisierungs- und Individualisierungsprozesse, die auch umgekehrt wieder von Mediatisierungsprozessen beeinflusst werden können. Dabei müssen auch in vergleichbar ‚weit entfernten‘ kulturellen und gesellschaftlichen Bereichen stattfindende Entwicklungen berücksichtigt werden: Beispielsweise hat die Alphabetisierung, die im 19. Jahrhundert die Völker Mitteleuropas erfasst hat, und die vor allem aus Gründen der Entwicklung der Volkswirtschaft stattgefunden hat und somit eigentlich Ausfluss eines industriellen Modernisierungsprozesses ist (vgl. Stein 2010; Osterhammel 2011), die Bedeutung von Buch und Zeitung erhöht; insofern ist Alphabetisierung auch Teil eines Mediatisierungsprozesses. Ebenso haben gesellschaftliche Diskussionen, die in den 1960er Jahren neue Sendungen für Vorschulkinder wie *Sesamstraße* oder *Die Sendung mit der Maus* oder in den 1990ern Sendungen für Kleinstkinder wie die *Teletubbies* in Gang brachten, zu einem Wandel des Fernsehens durch die Erweiterung seiner Zielgruppe beigetragen und müssen als Teil der Mediatisierung in Europa gesehen werden (vgl. Krotz 2001).

*Die obige Definition von Medien durch die jeweiligen vier konstitutiven Aspekte allein kann jedoch weder die Bedeutung von Medien in Alltag, Kultur und Gesellschaft, noch deren Entwicklung im Prozess sozialen und kulturellen Wandels*

*konzeptionell fassen*. Denn die gesellschaftliche Bedeutung jedes einzelnen kommunikativen Mediums und dementsprechend auch der Wandel einzelner Medien wie auch der des gesamtgesellschaftlichen Mediensystems sind darüber hinaus *an gesamtgesellschaftliche Bedingungen bzw. Entwicklungen gebunden*. Die Bedeutung von Medien und die Gestaltung von Medienwandel finden über funktionale Operationen hinaus statt auf der Basis eines „Zusammenwirken[s] von technischen Bedingungen, gesellschaftlichen Ordnungsvorstellungen, normativ-kulturellen Faktoren und mentalen Entsprechungen auf der Seite der ZuschauerInnen, die aus dem Akzeptieren solcher macht- und ordnungspolitischer Rahmenbedingungen, den kulturellen Konventionen und psychischen Gestimmtheiten und Erwartungen entstehen.“ Damit beschreibt Hickethier (2007, S. 20) in Anlehnung an Baudry (1999) und Foucault (1978, 2011) *Mediendispositive*, die die Wahrnehmung von Medien und die damit verbundenen, gesellschaftlich bestimmten Kommunikationspotenziale regeln; dies ist es, was der Begriff „Apparatus“ für Mediausdrücken soll – laut Duden (1989) ist dieses Wort im 17. Jahrhundert in die deutsche Sprache eingewandert und meint heute Gerät, Vorrichtung, Ausrüstung. Im Sinne von Michel Foucault handelt es sich bei dem Begriff des Dispositivs nicht um einen der in großen Teilen der Sozialwissenschaft üblicherweise erwarteten analytischen Begriffe, der primär der Unterscheidung des gemeinten Objekts von anderen dient, sondern um die komplexe inhaltliche Festlegung von „Medien“ als diskursiv überformte Netze aus sozialen Institutionen, Normen und Regeln, materialen Bedingungen, reglementierenden Einflüssen und Entscheidungen, administrativen Maßnahmen, wissenschaftlichen und philosophischen Stellungnahmen und Aussagen (vgl. Foucault 1978, S. 119 f.; Stauff 2004). Damit lassen sich Medien in ihrer Komplexität als gesellschaftliche Apparate begreifen, die der menschlichen Kommunikation dienen und ihr zugleich Bedingungen setzen (vgl. auch Hickethier 2007; Lepa et al. 2014; Bürmann und Schneider 2008). Dies macht auch die Abhängigkeit der Medien von gesellschaftlichen Arrangements deutlich, in denen sich hegemoniale Strukturen ausdrücken. Dementsprechend ist der Machtbezug eines Mediums diesem nicht äußerlich, sondern für die von ihm eröffneten Kommunikationspotenziale konstitutiv, weil bei jedem kommunikativen Akt, der mittels Medien zustande kommt, im zugehörigen Dispositiv festgelegte Bedingungen erfüllt sein müssen bzw. sollen.

Veranschaulichen lässt sich dies beispielsweise dadurch, dass neben den explizit kommunizierenden Akteuren, die sich eines Mediums bedienen bzw. darauf Bezug nehmen, weitere dritte Akteure dabei sind, die das Medium technisch oder organisatorisch betreiben und die vereinbarten Bedingungen garantieren, dabei aber natürlich auf der Basis der je eigenen institutionellen, etwa ökonomischen Interessen diese Kommunikation beeinflussen – offen oder insgeheim.

Ein Beispiel für derartige Zusammenhänge werde ich weiter unten mit dem Radio kurz referieren. Ergänzend ist hier zunächst darauf hinzuweisen, dass Mediendispositiven eine besondere Rolle für die Strukturierung der Gesellschaft zukommt. Dies liegt daran, dass sie Einfluss auf Kommunikation als fundamentale Handlungsweise der Menschen nehmen: Sie sind für Lernen und Erfahrungen, Gefühle und Ausdruckweisen, soziale Beziehungen, Demokratie und Selbstverwirklichung, für Traditionen und Hoffnungen von grundlegender Bedeutung, und damit auch für Vergemeinschaftung, Kultur, Sinn. Dies ergibt sich auch aus den Gesellschaftskonzepten von George Herbert Mead (1969, 1973) und Jürgen Habermas (1987), Alfred Schütz (1971) und Berger und Luckmann (1980), aber auch aus ganz konkreten Überlegungen dieser Autoren, wie Denken, Reflexivität und soziales und kulturelles Leben möglich sind. Medien orientieren damit zugleich aber auch – mit welchem Erfolg auch immer – menschliche Kommunikation auf die diskursiv verankerten Normen, wie, worüber und was in welchen Formen kommuniziert werden kann und soll und wie dies zu verstehen ist. Insofern muss die Aneignung von Medien immer auch als Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Machtstrukturen interpretiert werden, wie dies die Cultural Studies immer wieder propagieren (vgl. Williams 1974). Dementsprechend zielt der Begriff des Mediendispositivs darauf ab, „Medien als apparativ konsolidierte Anordnungen zu beschreiben, die Menschen zu Subjekten machen, indem sie diesen eine spezifische und eindeutige Wahrnehmung vorschreiben“ (Stauff 2004, S. 142). Sie umstellen in ihrer Gesamtheit das Subjekt in seinen konkreten alltäglichen Handlungen und vermitteln darüber die je relevanten Machtdiskurse, deren angemessene Wahrnehmung und damit deren Durchsetzung, und verwandeln das dadurch strukturierte Individuum in ein normalisiertes Subjekt, das sich im Alltag mit hegemonialen Strukturen auseinander setzen muss, wie sie Gramsci (1991) beschrieben hat. Deswegen ist es keineswegs gleichgültig, wer die Medien beherrscht, wie sie Kommunikation die gesellschaftlichen Akteure wird – und was im Prozess der Mediatisierung genau geschieht.

---

### 3 Mediatisierung

Das Prozesskonzept Mediatisierung will nun *den Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien in einer breiten Weise empirisch beschreiben und theoretisch rekonstruieren und fassen, und zwar insbesondere in einer subjektbezogenen Perspektive* (vgl. Krotz 2001, 2007; Lundby 2014). Das heißt, dass die für einen Mediatisierungsschub relevanten bzw. die davon beeinflussten Medien untersucht und beschrieben und zudem der Wandel des gesamten

Mediensystems analysiert und berücksichtigt werden muss, dass es aber vor allem darum geht, aus einer subjektbezogenen Perspektive heraus zu rekonstruieren, wie die Menschen (bzw. die gesellschaftlichen Akteure) Mediatisierung erleben und gestalten, und wie sich dies dann auf alle Ebenen von Kultur und Gesellschaft auswirkt – nicht im Sinne einer kausalen Wirkung, sondern als Kontext einer sozialen Konstruktion von Wirklichkeit.

Im Mittelpunkt mediatisierungsbezogener Forschung steht deswegen, wie die gesellschaftlichen Akteure die neuen Medien bzw. die sich wandelnden Medien verwenden – wie sie sich diese Medien aneignen und in ihren Alltag einbetten, wie sie darüber Wissen erwerben und sich unterhalten, soziale Beziehungen gestalten, sich präsentieren, arbeiten, einkaufen etc., wie die Organisationen und Institutionen diese Medien mit ihren internen Strukturen und ihren Leistungen in die Gesellschaftsarchitektur einbetten, und auch, wie sich in der Folge Alltag und soziale Beziehungen der Menschen, Organisationen, Institutionen, Parteien und Unternehmen und darüber auch insgesamt Politik und Demokratie, Ökonomie und Sozialisation etc. und damit Kultur und Gesellschaft wandeln. Die Medien werden hier dementsprechend, wie im letzten Abschnitt herausgearbeitet, als kommunikative Potenziale und zugleich als sich entwickelnde technische und institutionelle Einrichtungen verstanden. Es liegt auf der Hand, dass Mediatisierung in der Regel kein linearer und kausal zu verstehender Prozess ist, sondern einer, der in Abhängigkeit von Kultur und Gesellschaft, von technischen Entwicklungen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, insbesondere auch von Globalisierung, Individualisierung und ökonomischem Wandel, aber auch von wissenschaftlichem Wissen, gesellschaftlichen Mobilitätsbedingungen, materiellen und körperlichen Bedingungen sowie neuen Bedarfen und Bedürfnissen der Menschen, von kriegerischen Verwicklungen und allen möglichen anderen Einflüssen vor sich geht. Es geht also bei Mediatisierung um einen einerseits kulturell abhängigen, andererseits kulturell übergreifenden Prozess, der einerseits aktuell stattfindet, der aber andererseits mit der Fähigkeit der Menschen, symbolisch vermittelt zu kommunizieren und damit den Dingen Bedeutung zu verleihen, auf die Welt gekommen ist und seither die Menschheit in ihrer Entwicklung begleitet. Denn Menschen haben schon immer versucht, sich auch in kollektiv vereinbarten und situationsübergreifend vorhandenen Symbolen auszudrücken, wie die prähistorische Forschung gezeigt hat. Sie haben Bilder erfunden und andere materiell basierte Träger für symbolische Aussagen geschaffen, sie haben Begriffe vereinbart, sich in Schrift und in immer wieder neuen Medien auszudrücken versucht, was dann jeweils für die Formen des Zusammenlebens, für Ästhetik, Selbstbild, Vergemeinschaftungsformen etc. von Bedeutung wurde. Und diese Entwicklungen fanden nicht stetig und kontinuierlich, sondern in Schüben statt, nicht

kulturübergreifend gleichzeitig und unidirektional, sondern in Abhängigkeit von vielerlei Bedingungen ungleichzeitig, multidirektional und oszillierend.<sup>1</sup>

Die beiden in dieser Perspektive *zentralen Fragen sind dann die danach, wie und unter welchen Bedingungen neue Medien entstehen und sich alte wandeln, sowie danach, wie sich dann Alltag, Kultur und Gesellschaft verändern*. Was die erste Frage angeht, so lässt sie sich durch eine Zuspitzung der Überlegungen des vorherigen Kapitels beantworten (vgl. hierzu auch Krotz 2014). *Medien entstehen* in einem längeren Institutionalisierungsprozess, in dessen Verlauf durch neue Techniken, neue institutionelle Aktivitäten, innovative Produktions- oder Nutzungs- und Aneignungsformen neue kommunikative Potenziale entstehen, die sich über ihre gesellschaftliche Einbettung zu einem Medium im Rahmen des Mediensystems weiterentwickeln – die also alle vier Aspekte in eine gesellschaftliche akzeptable Balance bringen müssen. Dabei spielen neben den internen, also das Medium in seinen vier zentralen Aspekten konstituierenden Wandlungsprozessen, die mit dem Begriff des Mediendispositivs gefassten Aushandlungsprozesse im Rahmen der hegemonialen Gesellschaftsstrukturen und den darauf bezogenen Widerstandspraktiken eine zentrale Rolle. Ein derartiger Entwicklungsprozess soll hier kurz am Beispiel der Entstehung des Radios in Deutschland umrissen werden:

Die technische Erfindung ‚Radio‘ wurde in Deutschland zunächst als Rundfunk im Stellungskrieg des 1. Weltkriegs verwendet, vor allem, um die Soldaten zum Sturm auf die gegnerischen Schützengräben anzutreiben, aber gelegentlich auch für heimatbezogene Stimmungen etwa an Weihnachten. Das Medium fand dann nach dem Krieg viele Interessenten, so auch die Gewerkschaften, die einen eigenen Sender wollten; aber es gelang der trotz Revolution eigentlich immer noch kaiserlichen Bürokratie unter Beteiligung des späteren Reichsrundfunkkommissars Hans Bredow letztlich, einen staatlich kontrollierten Rundfunk zu etablieren, den dann später die NSDAP übernehmen konnte (vgl. insgesamt hierzu Dahl 1983). Dazu mussten entsprechende, den Rundfunk tragende und begleitende Institutionen aufgebaut und unerwünschte Einmischungen und Ansprüche ferngehalten werden; dazu mussten entsprechende Techniken, Geräte und Netze entwickelt und finanziell subventioniert oder finanziell lohnend organisiert werden; dazu mussten entsprechende Sendungsarten und Genres und dafür auch geeignete Organisationsstrukturen, Programmpläne und Produktionsvorgänge entwickelt

---

<sup>1</sup>Insofern ist Menschsein ohne Medien nicht vorstellbar, weil Menschsein ohne symbolisch vermittelte Kommunikation nicht vorstellbar ist, wobei wir Sprache als Basis für all das ansehen.



werden, und dazu mussten die Menschen und Staatsbürger zu Zuhörerinnen und Zuhörern erzogen werden, die spezifische Erwartungen und Wahrnehmungsweisen entwickelten und sich andere abgewöhnten – beispielsweise die bekannte Forderung von Brecht nach einer Umkehrung der Distribution von Kommunikanten. Und schließlich musste dazu auch ein gesellschaftlicher abgrenzender Diskurs etabliert werden, über den all diese Entwicklungen und damit verbundenen Einschränkungen diskutiert und als normal, sinnvoll und notwendig dargestellt und gesellschaftlich akzeptiert wurden, sodass die bestehenden Machtstrukturen vor allem auch in einer von Unruhen und Revolutionen bedrohten Gesellschaft wie der Weimarer Republik letztlich erhalten und unterstützt und andere Bestrebungen verhindert und deren Fürsprecher ausgegrenzt wurden. Dieser Prozess lässt sich im Sinne Foucaults (1978, 2011) als *Normalisierungsprozess* beschreiben: in den USA dagegen drückte sich der damalige Normalisierungsprozess in einer ökonomisch-privatwirtschaftlichen Organisation von Radio aus.<sup>2</sup>

Medien, so lassen sich diese Beobachtungen und Überlegungen verallgemeinernd zusammenfassen, entstehen also schwerpunktmäßig auf der Basis von einem der vier Aspekte, als die ein Medium in der Gesellschaft erscheint, und diese vier Aspekte müssen dann in der weiteren Entwicklung vervollständigt und in eine mehr oder weniger stabile Balance gebracht werden. Dabei spielen natürlich auch die oben erläuterten Normalisierungsprozesse eine Rolle. Dies verändert das Mediensystem, das sich in der Regel auch dadurch verändert, dass sich die anderen Medien diesen Entwicklungen anpassen müssen – so wandelte sich das Radio durch das Fernsehen und dieses durch das Internet. Hinzu kommen in der Regel gleichzeitig aber auch neue Entwicklungen für andere Medien, etwa durch neue Techniken, sich verändernde institutionelle, produktionsbezogene oder aneignungsrelevante Bedingungen in Kultur und Gesellschaft, beispielsweise durch Globalisierungsprozesse, einen Wandel von Ökonomie oder von Machtstrukturen.

Damit liegen vier Schlussfolgerungen auf der Hand:

Einmal, dass diese ganzen Prozesse des Aufkommens neuer Medien, des Wandels alter Medien und eines gesellschaftlich akzeptablen wechselseitigen Bezugs von Medien im Rahmen des gesellschaftlichen Mediensystems zueinander und ebenso die notwendigen Anpassungsprozesse immer weiter gehen, vor allem auch, weil auf das Mediensystem zusätzliche gesellschaftliche, ökonomische, technische etc. Einflüsse wirken: Medien sind Prozesse.

---

<sup>2</sup>Weitere Beispiele finden sich etwa in Krotz (2014a).

Zum zweiten, dass solche Entwicklungsprozesse des Mediensystems als Teil des Mediatisierungsprozess verstanden werden müssen, weil das Mediensystem aus den kommunikativen Potenzialen der einzelnen Medien besteht, und diese, damit von Medien die Rede sein kann, in die Gesellschaft eingebettet sind und von den gesellschaftlichen Akteuren genutzt werden müssen.

Zum dritten, dass dabei gesellschaftliche, kulturelle und strukturelle, aber auch von Institutionen, Unternehmen, sozialen Gruppen und Individuen betriebene Aushandlungsprozesse auf den verschiedensten Ebenen stattfinden, wie Medien als Teil des gesamten Mediensystems funktionieren und funktionieren sollen und was damit geschehen kann: gesetzlich, juristisch, technisch, auf der Ebene der Erwartungen und der ökonomischen Bedingungen etc.

Und viertens, dass diese Entwicklungen dementsprechend wesentlich davon abhängen, wie diese Aushandlungsprozesse verlaufen und sich in der Folge in Alltag, Kultur und Gesellschaft der Menschen realisieren.

Beispielsweise lernen manche Leute heute den Nutzen computervermittelter ‚sozialer Netzwerke‘ oder von Mediendiensten wie WhatsApp über ihre Freunde kennen, andere dagegen über kommunikative Aktivitäten im Rahmen von Organisationen oder im Beruf. Jede Gruppe erarbeitet sich dabei spezifische Sichtweisen und Bewertungen, die dann auch dafür relevant sind, ob und wie die Nutzung dieser so zur Verfügung stehenden Medien und Mediendienste auch in anderen sozialen Welten, etwa im Rahmen der Familie Sinn machen können. Damit verbunden sind jeweils Aushandlungsprozesse auf individueller Ebene mit Arbeitgebern, Familienmitgliedern oder Freunden, was wo wann auf welche Weise und wofür verwendet werden kann und soll, und die je im Rahmen allgemeinerer Bedingungen und Erwartungen stattfinden. Ebenso lassen sich Gesetzgebungsprozesse über verbindliche Eigenschaften und Bedingungen von Medien und Mediendiensten als institutionelle Aushandlungsprozesse begreifen, etwa die Frage, welche Daten wo gesammelt, verarbeitet und gespeichert werden dürfen, ob die derzeitige Netzneutralität im Internet weiter bestehen soll oder zugunsten von Firmen aufgehoben wird. All dies entscheidet natürlich mit, wie die derzeitigen Mediatisierungsteilprozesse sich weiter entwickeln – welchen Pfad Mediatisierung im kulturellen und gesellschaftlichen Zusammenhang dann einschlägt.

Die durch neue Medien generierten kommunikativen Potenziale können dementsprechend von Individuen und von ökonomischen oder anderen Akteuren ebenso wie in einzelnen Gesellschaften ganz unterschiedlich realisiert werden, ebenso wie innerhalb oder zwischen verschiedenen sozialen Subwelten bzw. Lebensbereichen. Dabei spielen politische, ökonomische, traditionale, kulturelle und andere Normen und Wandlungsprozesse, aber auch internationale Zusammenhänge eine Rolle. Es gibt deshalb keine in einer konkreten historischen

Phase und einer konkreten Kultur und Gesellschaft fest vorgegebene Form, in der sich neue Medien in einer Gesamtgesellschaft entwickeln und in vorhandene Alltage und Organisationsformen eingebettet werden, indem die Menschen sie zu ihrer Kommunikation verwenden. Stattdessen gibt es verschiedene Pfade von Mediatisierung innerhalb der Alltage einzelner Individuen, Organisationen, sozialen Subwelten und Kulturen, aber auch im kulturübergreifenden Vergleich in verschiedenen Gesellschaften. Dabei geht die Entwicklung ungleichzeitig, in verschiedenen Richtungen und Geschwindigkeiten voran, und vermutlich unterscheiden sich ‚Endzustände‘, in denen das Mediensystem zu verharren scheint, von Mediatisierungsschüben nur durch die Geschwindigkeit und Breite von Entwicklungen.

Damit wird deutlich, dass es sich bei dem Verhältnis von Medienwandel zu dem von Mediatisierung beschriebenen und theoretisch gefassten Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft nicht um ein kausales oder ein Wirk- oder Prägeverhältnis handelt, sondern um ein interaktionales: Der Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft findet auf der Basis von komplexen Aushandlungsprozessen statt – nur dann macht der Begriff der Apparatur in seiner Komplexität Sinn. Insgesamt ist damit auch klar, dass Mediatisierung weder allein einer medialen noch einer zwingenden ökonomischen – und erst recht nicht einer über die Zeit hinweg unveränderlichen – Logik folgt, wenn man darunter die internen und externen Zwänge und strukturelle und institutionelle Bedingungen für den Wandel von Medien, insbesondere auch aus organisatorischen, traditionellen, kulturellen, ökonomischen und sozialen Bedingungen versteht.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen können wir nun die folgende *These über Mediatisierung* formulieren: Es gibt keine standardisierte Form von Mediatisierung, wie sich Alltag, Kultur und Gesellschaft wandeln, wenn sich das Mediensystem wandelt – weder, wenn ein neues Medium entsteht noch, wenn sich ein altes Medium weiterentwickelt. Neue oder sich wandelnde Medien beinhalten die Entstehung neuer und erweiterter kommunikativer Potenziale in spezifischen kulturellen Formen, über deren Bedeutung und deren Nutzung viele konkrete Erprobungs- und Aushandlungsprozesse zu beobachten sind. Sie finden auf Makro-, Meso- und Mikroebene statt: Auf der Makroebene wird beispielsweise über ökonomische Verwertbarkeit, gesetzliche Rahmenbedingungen, ethische Verpflichtungen und dergleichen entschieden, auf der Mesoebene geht es in der Wirtschaft um möglicherweise unterschiedliche Geschäftsmodelle und damit um ökonomischen Nutzen und neue Eliten, aber auch um die Brauchbarkeit für Institutionen und Organisationen aller Art, die sich aber alle eben auch durch die sich wandelnden Formen interner oder externer Kommunikation, auf die sie angewiesen sind, verändern und in ihrer Struktur ggf. auch anpassen müssen. Und auf

der Mikroebene lässt sich heute empirisch beobachten, dass neue Medien in der Regel in einzelnen Lebensbereichen zur Kenntnis genommen und erprobt werden, dass dort bestimmte Regeln und Praktiken ausgehandelt werden und dass diese dann in manchen Fällen auf andere Lebensbereiche und soziale Welten übertragen und dort modifiziert werden. Zudem wandeln sich darüber zumindest möglicherweise das kommunikative Handeln der Menschen, die Machtpotenziale der Institutionen und deren Handlungsstrategien, es entstehen neue Eliten, neue Geschäftsmodelle, neue Handlungssituationen wie etwa durch skopische Medien, es mag sein, dass sich darüber die Bedingungen für Medien verändern und unvorhergesehene Mediatisierungsfolgen zu einer reflexiven Mediatisierung beitragen usw. – die Verhältnisse und Folgen können in der vorliegenden Skizze nicht weiter ausgeführt werden.<sup>3</sup>

---

#### 4 De-Mediatisierung oder die Forderung nach anderen Mediatisierungspfaden

Was kann im Lichte der bisher vorgetragenen Überlegungen nun De-Mediatisierung heißen? *Reflektierte oder nicht reflektierte Beharrung* und eine Weiterentwicklung von vorher genutzten und erfahrenen Medien und damit verbundenen Kommunikationsformen ist empirisch in breitem Umfang feststellbar – weil gesellschaftliche Akteure den Nutzen spezifischer Medien für sich nicht feststellen können oder sie neue Medien weder kennenlernen noch erproben, weil sie keinen Zugang haben, keine adäquaten Vorkenntnisse besitzen oder weil manchen die Medienentwicklung auch gleichgültig ist. Etwa die Studien von Jutta Röser und Corinna Peil (vgl. Röser und Peil 2014) haben dies aufgezeigt.

Jedoch ist dies nicht als De-Mediatisierung auf gleichem konzeptuellen Level wie Mediatisierung zu verstehen, sondern als persönliche oder organisatorische Haltung, wie mit den sich wandelnden kommunikativen Potenzialen umgegangen werden soll. Damit ist diese Form von De-Mediatisierung eigentlich nichts anderes als eine Position in dem Aushandlungsprozess „Mediatisierung“, die obendrein zumindest langfristig zu einer Reduktion der Partizipation an der Gesellschaft führt: „Hierzulande musst du so schnell rennen, wie du kannst: wenn du am gleichen Fleck bleiben willst. Und um woandershin zu kommen, muß man

---

<sup>3</sup>Ebenso muss hier offen bleiben, wie sich die Entwicklung des Mediensystems zu einer computergesteuerten digitalen Infrastruktur im Detail auf die hier diskutierten Prozesse auswirkt.

noch mindestens doppelt so schnell laufen“ (Carroll 1974, S. 39, ohne Hervorhebung) sagt die Königin zu Alice. Während ein solches Beharren im Falle des Fernsehens oder bei manchen digitalen Medien als gutes Recht gilt, ist dies im Falle des Lesenlernens oder des Verwendens eines Telefons unter heutigen Bedingungen meist kaum nachvollziehbar – insofern wäre es unabhängig von individuellen Bewertungen wichtig zu überlegen, welche medialen Infrastrukturen eine Gesellschaft in der Zukunft vorhalten und welche Medienliterateität gewährleistet sein muss.

*Die Verweigerung gesellschaftlicher Gruppen oder ganzer Gesellschaften, sich spezifischer Medien zu bedienen bzw. an spezifischen Mediatisierungsprozessen teilzuhaben, beschränkt sich wohl in der Regel nicht auf einzelne Medien, die ja als kommunikative Potenziale Chancen und Risiken beinhalten, was dann im konkreten Fall der Abwägung unterliegt, sondern impliziert generell Probleme der jeweiligen Gruppe mit Modernisierungsprozessen. Auch dies ist letztlich eine mehr oder weniger rational begründete Position im Aushandlungsprozess „Mediatisierung“, die den gesamten Metaprozess nur dann wesentlich berührt, wenn solche Positionen über andere Haltungen hinweg machtvoll durchgesetzt werden und demokratische Aushandlungsprozesse verhindern, wobei natürlich Minderheitenrechte angemessen berücksichtigt werden müssen.*

*Demgegenüber gibt es zweifelsohne politischen Protest gegen den fundamentalen Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien, der in seinen strategischen Zielsetzungen bzw. seinen konkreten Formen entweder die Art und den Pfad von Mediatisierung oder aber die dahinter stehenden Aushandlungsprozesse als unangemessen bekämpft. Natürlich kann man beispielsweise auf Netzneutralität, auf Anonymität im Netz bzw. auf weitgehende Transparenz aller staatlichen Entscheidungen und Wissensbestände beharren, um drei relevante Aushandlungsprobleme von heute beispielhaft anzuführen, die politisch umstritten sind. Dies sind dann umgekehrt verhandelbare Fragen, über die (zusammen mit anderen Einflüssen) der Entwicklungspfad des Hybridmediums Internet festgelegt wird.*

Zusammenfassend können wir also sagen: Der Metaprozess Mediatisierung richtet sich zumindest heute auf den gesamten Alltag, alles Handeln und Kommunizieren und alle Lebensbereiche der Menschen und zugleich auf die verschiedenen Felder und Funktionsbereiche, die Kultur und Gesellschaft ausmachen, weil sich zunehmend computergesteuerte Medien in alle medienvermittelten und medienbezogenen Kommunikationsprozesse einklinken bzw. diese begleiten, die Menschen in ihrem Alltag sie verwenden und sich ebenso wie Institutionen und Organisationen darauf einstellen und darüber sich auch Wirtschaft, Demokratie, Politik, Bildung etc. entsprechend weiter entwickeln. Wie derartige Prozesse in

einer Kultur und Gesellschaft aber konkret stattfinden, ist das immer neu verhandelte Ergebnis komplexer struktureller, institutioneller und individueller Aushandlungsprozesse, die auf die spezifischen kommunikativen Potenziale von Medien Bezug nehmen müssen. Dabei ist klar, dass Medien immer sowohl Chancen als auch Risiken beinhalten, die berücksichtigt werden müssen, auch im Hinblick auf die, die gesellschaftlich nicht so gut zu Wort kommen. Es ist aber auch klar, dass kommunikative Potenziale nicht von vorne herein verboten, prohibitiv teuer sein oder für bestimmte gesellschaftliche Akteure reserviert werden können. Diese Aushandlungsprozesse müssen vielmehr demokratisch und unter Berücksichtigung der Zivilgesellschaft stattfinden. Insofern ist ein einfacher De-Mediatisierungsbegriff eher ungeeignet, um die komplexe Lage zu beschreiben, vielmehr geht es um die Frage, wie und auf welchem Pfad Mediatisierung stattfinden soll. Dies wirft abschließend die Frage auf, wer gegenwärtig dabei überhaupt zu Wort kommt und wie Entscheidungen getroffen und durchgesetzt werden.

Im Hinblick darauf wäre davon auszugehen, dass die derzeitigen Ausformungen von Mediatisierung durch Technik und Ökonomie festgelegt sind, während der Staat eher hilflos den Entwicklungen folgt und oft nicht in der Lage ist, die Normen, die er verspätet und halbherzig formuliert, auch durchzusetzen. Was vor allem fehlt, ist die aktive Beteiligung der Zivilgesellschaft, die eigentlich letztlich darüber entscheiden muss, wohin die Reise geht.

In der Folge bedeutet Mediatisierung heute, dass alles, was Kommunikation ist, – zumindest langfristig – von beteiligten Dritten ökonomisch oder auf andere Weise verwertet werden wird. Diesen Dritten ist es in der Regel gleichgültig, welche Bedeutung ein konkreter Kommunikationsprozess für die Beteiligten hat. Denn sie interessieren sich nur für die Verwertbarkeit ihrer Datensammlungen. Was Menschen immer auch datenrelevant miteinander besprechen, vergrößert und aktualisiert diesen Datenschatz, und nicht nur *Facebook* tut alles, um die Kommunikation der Menschen in diese Richtung zu vermehren und anderes zu verhindern.

Das heißt zunächst natürlich, dass Kommunikation und darauf gründende soziale Beziehungen zur Ware werden. Das bedeutet darüber hinaus, dass diese beteiligten Dritten jetzt schon oder auf Dauer sogar versuchen werden, möglichst viel Kommunikation zu erzeugen und damit einen Kommunikationsdruck entstehen lassen, indem sie Belohnungen ausschreiben werden. Es ist recht zweifelhaft, ob eine bloße Vermehrung von Kommunikation auf Dauer zu ihrer Qualität beitragen wird.

Das sind m. E. hinreichende Gründe zu hinterfragen, was da geschieht, und davon auszugehen, dass die Technik und die Wirtschaft jedenfalls auf Dauer nicht alleine entscheiden können, wohin die Reise geht, weil sie ihre Interessen

durchsetzen, ohne dabei für die Folgen Verantwortung zu übernehmen. In dieser Hinsicht leben wir deshalb, wie es Herbert Schiller (1989) ausgedrückt hat, in einem gigantischen Experiment, das unser Menschsein berührt. Dies gilt insbesondere, weil der Staat derzeit ganz offensichtlich Teil des Problems und nicht Teil der Lösung ist; die Staaten und ihre Institutionen haben ihre Glaubwürdigkeit insgesamt als Vertreter der Bürgerinnen und Bürger in dieser Hinsicht weitgehend verloren.

Demgegenüber wäre heute bereits eine Zerschlagung der Monopole von Apple und Microsoft, *Google* und *Amazon*, *Facebook* und einigen anderen notwendig, die versuchen, die Entwicklung auf verschiedenen Feldern in der Hand zu behalten – beispielsweise *Google* das Wissen oder *Facebook* die sozialen Beziehungen der Menschen. Hier könnte Europa von den USA lernen, die immer wieder gigantische Unternehmen wie *Rockefellers* weltweites Ölmonopol zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts oder das *Bell Telephone* Monopol auf überregionale Telekommunikation in den 1960er Jahren in eine Reihe von Einzelunternehmen zerlegt haben. Insofern müssen wir Mediatisierung auf andere Pfade führen, auch wenn es, um dies durchzusetzen, die demokratischen Aushandlungsprozesse in erbitterte Machtkämpfe verwandeln wird. Dazu braucht es spezifische soziale Bewegungen, wie sie mit den Hackern und der Kommunikationsguerilla oder in manchen Communities etwa in den USA zumindest als Ideen bestehen.

Dies verlangt zudem eine kritische Mediatisierungsforschung, die nicht nur die Potenziale, sondern auch die Risiken der aufkommenden Medien analysiert und das Wissen darüber der Zivilgesellschaft zur Verfügung stellt. Dies wirft aber auch die Frage auf, warum es auch im 21. Jahrhundert keine demokratisch aktive Vertretung des Publikums gibt (außer einigen obskuren, meist ideologisch festgelegten Einrichtungen) und so das Publikum bei den Aushandlungen um den Pfad von Mediatisierung überhaupt nicht präsent ist. Es gibt keine Institution, die den Medienwandel stellvertretend für die Nutzerinnen und Nutzer kritisch begleitet und deren Position in den Aushandlungsprozessen vertritt. Es gibt noch nicht einmal eine Einrichtung, die die Bürgerinnen und Bürger bei Machtmissbrauch, Marktversagen oder Regelverletzungen durch die Medien anrufen können, um Beschwerden loszuwerden oder Missstände aufzuzeigen. Deshalb muss man in diesem Zusammenhang einmal mehr beispielhaft auf die in den letzten zwei Jahrzehnten immer wieder genannte Idee einer *Stiftung Medientest* verweisen (vgl. Krotz 1995, 2010), die sowohl Analysen als auch Interessenvertretung und die Funktionen einer Ombudsperson übernehmen könnte. Dies wäre zumindest ein erster Schritt in einer größeren Transparenz, was die mediale Entwicklung angeht.

## Literatur

- Baudry, Jean Louis. 1999. Das Dispositiv. In *Kursbuch Medienkultur*, Hrsg. Claus Pias, Lorenz Engell, Oliver Fahle, Joseph Vogl, und Britta Neitzel, 381–404. Stuttgart: DVA.
- Berger, Peter, und Thomas Luckmann. 1980. *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Bürmann, Andrea D., und Werner Schneider. 2008. *Vom Diskurs zum Dispositiv. Eine Einführung in die Dispositivanalyse*. Bielefeld: transcript.
- Carroll, Lewis. 1974. *Alice hinter den Spiegeln*. Frankfurt a. M.: Insel.
- Dahl, Peter. 1983. *Radio. Sozialgeschichte des Rundfunks für Sender und Empfänger*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Duden. 1989. *Etymologie. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache*. 5, völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage von Günther Drosdowski. Duden Bd. 7. Mannheim: Dudenverlag.
- Foucault, Michel. 1978. *Dispositive der Macht*. Berlin: Merve.
- Foucault, Michel. 2011. *Überwachen und Strafen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Gramsci, Antonio. 1991. *Marxismus und Kultur*, 3. Aufl. Hamburg: VSA.
- Habermas, Jürgen. 1987. *Theorie kommunikativen Handelns*. Bd. 2, 4. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hickethier, Knut. 2007. *Film- und Fernsehanalyse*, 4. Aufl. Stuttgart: Metzler.
- Krotz, Friedrich. 1995. Zur Konzeption einer Stiftung Medientest. *Rundfunk und Fernsehen* 44 (2): 214–229.
- Krotz, Friedrich. 2001. *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krotz, Friedrich. 2007. *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, Friedrich. 2010. Zivilgesellschaft und Stiftung Medientest. In *Handbuch Medienethik*, Hrsg. Christian Schicha und Carsten Brosda, 244–254. Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, Friedrich. 2014. Media, mediatization and mediatized worlds. In *Mediatized worlds*, Hrsg. Andreas Hepp und Friedrich Krotz, 72–87. Houndsmills: Palgrave Macmillan.
- Lepa, Stefan, Friedrich Krotz, und Anne-Kathrin Hoklas. 2014. Vom Medium zum Mediendispositiv. In *Die Mediatisierung sozialer Welten*, Hrsg. Friedrich Krotz, Cathrin Despotovic, und Merle-Marie Kruse, 115–143. Wiesbaden: Springer VS.
- Lundby, Knut. 2014. *Handbook mediatization of communication*. Berlin: De Gruyter.
- Mead, George Herbert. 1969. *Philosophie der Sozialität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Mead, George Herbert. 1973. *Geist, Identität und Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Osterhammel, Jürgen. 2011. *Die Verwandlung der Welt. Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts*. München: Beck.
- Platon, 1994. *Sämtliche Werke*, Bd. 2. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Röser, Jutta, und Corinna Peil. 2014. *Internetnutzung im häuslichen Alltag Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schiller, Herbert I. 1989. *Culture Inc.: The corporate takeover of public expression*. New York: Oxford University Press.
- Schütz, Alfred. 1971. *Gesammelte Aufsätze, 2 Bände*. Den Haag: Nijhoff.
- Spitzer, Manfred. 2012. *Digitale Demenz Wie wir unsere Kinder um den Verstand bringen*. München: Droemer.



- Stauff, Markus. 2004. *Das neue Fernsehen. Machteffekte einer heterogenen Kulturtechnologie*. Dissertation: Ruhr Universität Bochum.
- Stein, Peter. 2010. *Schriftkultur: Eine Geschichte des Schreibens und Lesens*. 2. durchgesehene Aufl. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Williams, Raymond. 1974. *Television. Technology and cultural form*. London: Fontana.

---

## Über den Autor

**Friedrich Krotz, Dr. Phil.** ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Bremen. Unter anderem koordiniert er derzeit das DFG-Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“ und ist verantwortlicher Herausgeber des *European Journal of Communication Research*. Seine Arbeitsfelder sind Theorie und Methoden der Kommunikationswissenschaft, Kultur- und Kommunikationssoziologie, Cultural Studies, Medien und Gesellschaft sowie Mediatisierungsforschung.

De-Mediatisierung

Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im  
Mediatisierungsprozess

Pfadenhauer, M.; Grenz, T. (Hrsg.)

2017, VII, 298 S. 11 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14665-8