
Mediatisierung: Ein Forschungskonzept

Friedrich Krotz

Zusammenfassung

Der Text gibt einen Einstieg in die neuere Mediatisierungsforschung, wobei der Schwerpunkt auf den im Rahmen des DFG-Schwerpunktprogramms „Mediatisierte Welten“ entwickelten Konzepten und Überlegungen liegt. Zunächst geht es um grundlegende konzeptionelle und auch wissenschaftstheoretische Überlegungen. Im zweiten Teilkapitel werden vor allem die unterliegenden Konzepte von Medien, Mediensystem und Medienwandel diskutiert. Insbesondere wird hier das Entstehen einer digitalen, computerkontrollierten Infrastruktur herausgearbeitet. Das dritte Teilkapitel befasst sich dann vor allem mit der Frage, wie Medienwandel allgemein zu Transformationen von Alltag, Kultur und Gesellschaft führt; hier werden auch einige projektübergreifende Schlussfolgerungen vorgetragen. In einem knappen abschließenden Teil wird unter anderem auf den abschließenden Beitrag in diesem Band verwiesen, der an diesen einführenden Text anschließt und neben einem Konzept von möglichen Pfaden von Mediatisierung auch Überlegungen zu einer kritischen Mediatisierungsforschung präsentiert.

Schlüsselwörter

Mediatisierung · Medienwandel · Transformationsprozesse · Soziale Welten · Alltagswandel

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

1 Ein Einstieg in die Mediatisierungsforschung von heute

Der Begriff *Mediatisierung*, so hat Stefanie Averbeck-Lietz (2014) gezeigt, wurde in Bezug auf Medienentwicklungen im 20. Jahrhundert immer wieder verwendet. Eine systematische Theorie von Mediatisierungsprozessen hat sich aber erst seit den 1990er Jahren im Zusammenhang mit dem Aufkommen digitaler Medien und des Computers entwickelt. Vor allem die Tatsache, dass dieser Begriff immer wieder im Zusammenhang mit Medienwandel Verwendung gefunden hat, macht deutlich, dass er am konkreten Erleben und an den verarbeiteten Erfahrungen der Menschen ansetzt: Menschen erleben Medienwandel als ein Neuentstehen und eine Weiterentwicklung von Medien, aber auch als die Entstehung von Kommunikationspotenzialen und Infrastrukturen, kommunikativ konstituierten Entitäten wie Beziehungen, veränderten privaten oder geschäftlichen Aktivitäten und Arbeitsfeldern, und nicht zuletzt auch dadurch, dass sie selbst und auch die anderen Menschen andere Kommunikationsgeräte erproben, ihre Zeit anders verbringen oder sich anders informieren. Damit verbundene Erfahrungen werden dann in der Alltagsperspektive der Menschen häufig mit dem Begriff *Mediatisierung* beschrieben und diskutiert.

Begriffe wie *Mediatisierung* oder *mediatisiert* finden dann auch sinnvoller Weise Verwendung in wissenschaftlichen Ansätzen, die sich mit dem Erleben und den Erfahrungen der Menschen in ihrem Alltag, in Kultur und Gesellschaft beschäftigen, und auch wissenschaftliche Ergebnisse lassen sich damit über die eigene Disziplin hinaus verständlich vermitteln, sofern ein solches Konzept angemessen definiert und entwickelt wird. Dazu muss *Mediatisierung* die sich wandelnden Kommunikationsbedingungen und die daraus resultierenden Veränderungen herausarbeiten, aber auch die neuen Formen symbolischen Handelns, das damit verbundene Erleben und die daraus entstehenden Erfahrungen sowie deren Konsequenzen konzeptionell integrieren. In diesem Sinn wurde der Mediatisierungsbegriff als Prozesskonzept in den 1990er Jahren verwendet und dann auch aufgegriffen (vgl. Krotz 1995; Mazzoleni und Schulz 1999) und in diesem Sinn wird er auch heute verstanden – er dient auch in seiner Verwissenschaftlichung einer wechselseitigen Verständigung.

Der Mediatisierungsansatz untersucht also, kurz gesagt, den Wandel von Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien. Dies geschieht konzeptionell in einer Prozessperspektive: Mediatisierungsforschung nimmt zwei aktuell stattfindende Transformationen, die miteinander in Beziehung stehen, in den Blick, und fragt dementsprechend nicht nach stabilen Sachverhalten oder unveränderbaren Fakten, sondern nach Prozessen des Medienwandels und den

daraus resultierenden prozessualen Veränderungen; in diesem Zusammenhang werden dann auch Medien als Prozesse begriffen. Dieser grundlegende Aspekt spielt natürlich in allen theoretischen und empirischen Überlegungen eine zentrale Rolle; im Hinblick darauf ist auch der vorliegende Band gegliedert, wie es in der Einleitung dieses Bandes beschrieben wird.

Thematisch beschäftigt sich Mediatisierungsforschung dabei mit drei Bereichen: Zuerst zielte der Ansatz darauf ab, den aktuellen, mit dem Aufkommen der ‚universellen, weil programmierbaren Maschine Computer‘ in Gang gekommenen Wandel von Medien mit allen seinen Folgen insbesondere für das Zusammenleben der Menschen angemessen empirisch zu untersuchen und umfassend theoretisch zu fassen. Mediatisierungstheorie beinhaltet dabei zweitens eine historische Perspektive: Sie interessiert sich für den Wandel der Medien von früher und die damals sich ergebenden Veränderungen in Alltag, Kultur und Gesellschaft. Sie will den aktuellen Wandel von heute auch im Kontext der historischen Entwicklungen verstehen. Weil Mediatisierungsforschung sich vor allem für die sozialen, kulturellen, organisatorischen und sonstigen Konsequenzen des Medienwandels interessiert, und diese Konsequenzen für die Menschen und ihr Zusammenleben von erheblicher Bedeutung sein können, gehört schließlich drittens zum Mediatisierungsansatz auch kritische Forschung, die sich an den Fragen der Zivilgesellschaft und damit auch an Werten wie Demokratie und Selbstverwirklichung (vgl. Adloff 2005) orientiert.

Dieses konzeptionelle Vorgehen der Mediatisierungsforschung prägt auch die dafür relevanten wissenschaftstheoretischen Überlegungen: Mediatisierungsforschung kommt nicht als eine mehr oder weniger axiomatische Grundlagentheorie daher, sondern zielt auf *Theoriebildung im Prozess ab, die an konkreten und erlebbaren Phänomen ansetzt*. In den Worten Stuart Halls: „I’m not interested in theory, I’m interested in going on theorizing“ (Hall; zit. nach Ang 1989, S. 110). Danach wird Theorie als eine Möglichkeit begriffen, „die historische Welt und ihre Prozesse zu erfassen, zu verstehen und zu erklären, um Aufschlüsse für unsere eigene Praxis zu gewinnen und sie gegebenenfalls zu ändern“ (Hall 1989, S. 173).¹ Dass ein derartiger pragmatischer Ansatz bei konkreten Studien dabei dann natürlich auf unterschiedliche Grundlagentheorien zurückgreift, liegt auf der Hand – beispielsweise auf ein in den Cultural Studies gegründetes semiotisches Medienkonzept (vgl. Williams 1990; Saussure 1998), die Domestizierungstheorie (vgl. Silverstone und Haddon 1996), auf ein dem symbolischen Interaktionismus

¹Insgesamt zu einer Darstellung des Wissenschaftsverständnisses vgl. auch Krotz (2009, 2015) sowie Dorer und Marschik (2015).

entlehntes Kommunikationskonzept (vgl. Krotz 2001, 2007) und auf damit verträgliche Gesellschafts- und Persönlichkeitskonzepte (vgl. u. a. Marx und Engels 1969; Gramsci 1991; Foucault 1978; Bourdieu 1987).

Allen terminologischen, konzeptionellen und sonstigen Schwierigkeiten mit dem Konzept *Mediatisierung* zum Trotz hat sich dieser Forschungsansatz im Rahmen der Kommunikations- und Medienwissenschaft vermutlich vor allem deshalb etabliert, weil er letztlich der einzige übergreifend angelegte konzeptionelle Ansatz ist, der darauf abzielt, den derzeitigen Mediatisierungsschub insgesamt empirisch und theoretisch zu fassen. Dies geschieht insbesondere auch durch historische Studien und die Entwicklung eines Verständnisses des heutigen Wandels auch als Fortsetzung historischen Medienwandels, und, wie bereits erläutert, mit einer kritischen Zielsetzung. In dieser Hinsicht hat sich dieser Ansatz bisher auch ebenso bewährt wie die Untersuchung anderer langfristiger und kulturell übergreifender Metaprozesse (vgl. Krotz 2001, 2011) wie etwa der Globalisierungs- und der Individualisierungsforschung. Andere Rahmenkonzepte, die versucht haben, die gesamte Medienentwicklung und deren kulturelle wie gesellschaftliche Bedeutung zu beschreiben, wie etwa Konzepte einer Netzwerk-, Informations- oder Mediengesellschaft, haben immer nur Teilaspekte in den Blick genommen oder den Prozesscharakter der Entwicklungen nicht angemessen berücksichtigen können. Ähnliche Aussagen gelten für weitere Ansätze wie Remedialisierung, Domestizierung, Affordanz- und Praxistheorien, kommunikativen Konstruktivismus oder die Suche nach einer umfassenden und zeitübergreifenden Medienlogik, aber auch Konvergenzthesen – sie sind hilfreich und relevant, aber können immer nur Einzelaspekte angemessen in den Blick nehmen.

Insgesamt hat sich um das Konzept *Mediatisierung* herum vor allem in Europa eine breite Forschungslandschaft etabliert, was sich auch in dem Zustandekommen einer Sektion „Mediatisierung“ des europäischen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Verbandes ECREA ausdrückt. Zudem hat sich der Ansatz auch in andere Disziplinen hinein verbreitet – in die Soziologie und die Pädagogik beispielsweise, und das Konzept hat auch in weiteren Wissenschaften Beachtung gefunden, die sich mit dem Wandel ihres Gegenstandsbereichs durch eine wachsende Bedeutung von Medien beschäftigen. Dass der Mediatisierungsansatz dabei heute durchaus Lücken und Defizite aufweist und viele Konzepte noch nicht konsensuell festgelegt sind, soll dabei nicht verschwiegen werden. Häufig wird beispielsweise in publizierten Arbeiten nicht explizit angegeben, auf welche Medientheorien sich die Autorinnen oder Autoren beziehen, was dann zu Missverständnissen führen kann. Gleichwohl entwickeln sich aber allmählich gemeinsame Bezugsmuster (vgl. Lundby 2009, 2014), zu denen auch der vorliegende Aufsatz beitragen will.

Dazu wird im folgenden zweiten Teilkapitel zunächst ein Überblick über das theoretische und empirische Konzept der Transformation ‚Medienwandel‘ im Mediatisierungsansatz vorgestellt und begründet und im dritten Teilkapitel dann ausgeführt, wie die daraus resultierenden Transformationen von Alltag, Kultur und Gesellschaft entstehen und wie sie sich empirisch untersuchen und theoretisch fassen lassen. Zudem werden einige allgemeine Resultate neuer Mediatisierungsforschung umrissen. Im vierten Teilkapitel werden abschließend einige weiterführende Überlegungen präsentiert.²

2 Medienwandel: von einem Mediensystem aus technisch, sozial und kulturell singulären Mediengruppen zu einer computerkontrollierten digitalen Infrastruktur

2.1 Medien und Medienwandel in den Zeiten analoger Medien

Wenn man den prädigitalen Medienwandel beschreiben will, muss man zunächst den Begriff *Mediensystem* einführen – damit wurde bekanntlich in der klassischen vordigitalen Kommunikations- und Medienwissenschaft (KMW) die Menge aller damals noch analogen kommunikativen Medien einer Kultur bzw. Gesellschaft bezeichnet, die dort zu einem Zeitpunkt zur Verfügung standen und genutzt wurden (vgl. Kleinsteuber 2005; Thomaß 2007).

Medienwandel kann dann entweder durch den Wandel eines Mediums, also dessen Entstehung oder Weiterentwicklung zustande kommen, oder durch einen Wandel des Mediensystems – der wiederum durch den Wandel eines Mediums, einen Wandel von Verhältnissen von Medien zueinander oder aber auch durch andere, etwa medienübergreifende Einflüsse zustande kommen kann. Die Einführung religiöser Zensurmaßnahmen oder ein grundlegender Wandel von Finanzierungsbedingungen beispielsweise wären derartige übergreifende Einflüsse.

²Die Rolle externer Bedingungen für Medienwandel und Mediatisierung wie etwa von Globalisierung und kulturellen Voraussetzungen und die Frage nach der Bedeutung historischer Mediatisierungsprozesse für heutige Mediatisierungsprozesse etc. wird dann im diesen Band abschließenden Aufsatz unter dem Titel der „Pfade der Mediatisierung“ vorgestellt. Dort werden auch Überlegungen zu den Grundlagen einer kritischen Mediatisierungsforschung besprochen.

Behandeln wir zunächst den Fall des Aufkommens und des Wandels eines *Einzelmediums*. Hier ist zunächst zu berücksichtigen, dass die verschiedenen analogen Medien bzw. Mediengruppen wie Schrift, Print, Foto, Tonband, Fernsehen, Brief und Telefon etc. auf ganz unterschiedliche Weisen in unterschiedlichen historischen Zusammenhängen entstanden sind, aus ganz unterschiedlichen Techniken bestanden, je an spezifische Sinneswahrnehmungen gerichtet waren, unterschiedliche Kompetenzen voraussetzten, unterschiedliche Inhalte und Ästhetiken verwendeten und über unterschiedlich ausgerichtete Institutionalisierungsprozesse in die jeweiligen Gesellschaften und Kulturen eingebettet worden waren.

In technischer wie in sozialer Hinsicht basierten alle Mediengruppen bzw. Medien insofern auf eigenständigen Grundlagen und entwickelten sich im Laufe der Geschichte auch auf eigenständige Weise: Die Printtechnologie beispielsweise wurde in Europa im 15. Jahrhundert erfunden, wobei die Druckmaschinen zunächst mechanisch arbeiteten; die Fotografie war eine Erfindung des 19. Jahrhunderts und beruhte damals auf chemischen Grundlagen; das elektromagnetische Fernsehen stammt aus dem zwanzigsten Jahrhundert; jede dieser Mediengruppen hat sich auch eigenständig entwickelt (vgl. Hörisch 2004; Bösch 2011). Das Gleiche lässt sich für die sozialen Grundlagen sagen: Jedes einzelne Medium ist auf seine Weise organisiert und in die Gesellschaft eingebettet worden. So entstanden für die Printmedien Druckereien und Verlage, später öffentliche Bibliotheken und Schulen, aber auch staatliche und kirchliche Zensurinstitutionen und dafür notwendige Normen. Die Fotografie benötigte optische Geräte und chemische Verfahren, um Bilder herzustellen, sichtbar und haltbar zu machen – über die Jahrzehnte hinweg entstanden zentralisierte Entwicklungslabore und darauf spezialisierte Transportsysteme, Museen und spezifische Zeitschriften für fotografische Bilder; es gab aber auch Pornografieverbot und das Recht am eigenen Bild.

Auf diesen jeweiligen technisch-sozialen Grundlagen wurden dann in Form einer lang andauernden Ausdifferenzierung *spezifisch ausgerichtete Mediendienste entwickelt, die als wirtschaftlich wie politisch tragfähige Geschäfts- und Organisationsmodelle an sich gleichzeitig entwickelnde Gewohnheiten, Praktiken und Erwartungen der Nutzerinnen und Nutzer gekoppelt waren, und die sich über die Zeit hinweg veränderten*. So differenzierten sich die Printmedien unter anderem in Flugblätter, Bücher, Zeitungen und Zeitschriften etc. aus; für die einzelnen dieser Mediendienste wurden dann jeweils angepasste Technologien entwickelt oder verwendet und spezifische Organisations- und Geschäftsmodelle gefunden. Ferner wurden soziale Institutionen eingerichtet, wie beispielsweise feudalistische Zensurinstanzen oder der demokratisch legitimierte Presserat, und die Schule fürs Lernen von Lesen und Schreiben entstand und wurde später für alle obligatorisch.

Auch das Fotografieren veränderte sich im Laufe der Zeit, etwa durch vereinfachte fotografische Geräte und eine Auslagerung des Entwickelns von Bildern durch schnell erreichbare Labore, wobei aber nach wie vor die meisten geknipsten Bilder in privaten Fotoalben verschwanden (vgl. Hörisch 2004; Bösch 2011).

Neben diesen technischen und sozialen Strukturen von Medien müssen im Hinblick auf Einzigartigkeit und andauernde Veränderung der Medien auch *die konkreten Inhalte, deren ästhetische Formen und die je medienspezifischen Erwartungen der Bevölkerung und ihre entsprechenden Nutzungsformen* berücksichtigt werden: Die technischen und sozialen Strukturen waren ja eigentlich nur die Voraussetzung für die konkreten Inhalte, die für die früheren Massenmedien produziert wurden, für die sich die Menschen interessierten und die sie auf ihre Weise nutzten, während für die Medien interpersonaler Kommunikation ästhetische, aber auch Nutzungsformen vorgegeben waren, Inhalte aber in bestimmten Rahmen nach Bedarf und Absicht gewählt werden konnten.

Im Hinblick auf Inhalte und ästhetische Formen unterschieden sich die früheren analogen Medien bekanntlich beträchtlich, und jedes Medium entwickelte sich auf seine Weise. Die Zeitung war beispielsweise als tagesaktuelles Informationsmedium etabliert, das zunächst in schwarz-weiß, später mit Bildern erschien, aus unterschiedlichen, dann aber fest vorgegebenen und geordnet angebotenen Genres wie Leitartikel, Kommentar oder Anzeigen bestand und für die es journalistische Regeln und diese kontrollierende Institutionen gab. Hingegen sind die Informationsleistungen des Fernsehens sehr viel mehr an Bilder, Bewegung und Farbe gebunden, sind unterschiedlich ausführlich, und sie konkurrieren mit anderen Genres wie Unterhaltung oder Sport. Dabei haben sich sowohl die Inhalte wie die Darstellungsformen wesentlich verändert, alltäglich in kleinen Schritten beispielsweise durch veränderte Schnitttechniken, oder mit großen Schritten, etwa durch die Einführung von Satellitenübertragungen.

Schließlich im Hinblick auf die Nutzungsformen und deren Wandel ist davon auszugehen, dass Medien für Nutzerin und Nutzer einen Erfahrungsraum bilden, in dem sich die Nutzungspersonen weitgehend nach eigenen Kriterien auf Inhalte einlassen konnten. Dabei konnten die individuellen oder schichtspezifischen Erwartungen und Gewohnheiten relativ unterschiedlich sein, nicht nur im Hinblick auf die verschiedenen Medien, etwa Zeitung und Buch, sondern auch im Hinblick darauf, wie mit einzelnen Medien umgegangen wurde. Gab es im Kino trotz Dunkelheit eine implizite soziale Kontrolle durch die enge Sitzordnung, so fand Fernsehnutzung überwiegend zu Hause und allenfalls im Kreis der Familie und damit weitgehend unbeobachtet statt. Zu erinnern ist auch daran, dass ein Wandel von Medien gleichwohl auch von der Nutzendenseite her erfolgen konnte – nach Illich (2010) kam die Entwicklung des Buches zu einer Form, wie wir sie heute kennen,

bereits im 12. und 13. Jahrhundert zustande durch eine veränderte Nachfrage nach brauchbaren, in der jeweiligen Nationalsprache verfassten Büchern, deren Verwendung konkreten Nutzen versprechen sollte.

Ähnliche technische und soziale Besonderheiten wie auch historische Entwicklungen lassen sich auch für die anderen analogen sowie auch für die Medien interpersonaler Kommunikation aufzeigen – so benutzte Schrift unterschiedliche Trägermaterialien, wurde das Briefgeheimnis im Laufe der Zeit verbindlich und entwickelte sich das Telefon in vielen europäischen Ländern zum dispersen Massenmedium, das beispielsweise auch Konferenzschaltungen oder Zeitansagen anbot.

Zusammenfassend zeigen diese Überlegungen und Beispiele, dass die analogen einzelnen Medien je eigene technisch-organisatorische und soziale Strukturen besaßen und sich mit typischen Inhalten und ästhetischen Formen an ihre Nutzerinnen und Nutzer wandten, die ihrerseits ihre je eigenen Nutzungserwartungen und -gewohnheiten komplementär dazu entwickelten. Jede dieser vier Ebenen eines Mediums – Technik/Organisation, soziale Einbettung und Normen, Inhalte und ästhetische Formen sowie Nutzungserwartungen und -praktiken – unterlag eigenständigen Entwicklungen, die so zu Veränderungen des jeweiligen Mediums und damit des Mediensystems führten.

Was *die Einzelmedien übergreifenden Veränderungen des Mediensystems* angeht, so kann hier etwa das Hinzutreten neuer Fernsehanbieter wie im Jahre 1984 in Deutschland als Beispiel dienen, wodurch dann auch neue Genres zustande kamen, sich die Finanzierungsquellen der Medien veränderten, neue gesetzliche oder sonstige normative Regeln und damit zusammenhängende Institutionen wie etwa die Landesmedienanstalten aufkamen, neue Unternehmen entstanden und Nutzengruppen wie etwa Kleinkinder einbezogen wurden etc. Entsprechende Einflüsse können aus der Gesellschaft, aber auch aus der Religion, der Wirtschaft, der Politik oder aus anderen Teilsystemen kommen, aber auch beispielsweise durch Globalisierung in Gang gesetzt werden.

2.2 Das Entstehen einer sich wandelnden digitalen computerkontrollierten Infrastruktur für symbolische Operationen

Heute befinden wir uns mitten in einem grundlegenden medialen Wandel, in dessen Folge die einzelnen Medien und die gesellschaftlichen Mediensysteme sowie deren Wandel vollständig anders beschrieben und charakterisiert werden müssen. Auch wenn manche heutigen Medienangebote mit den Namen früherer analoger

Medien bezeichnet werden – etwa Bilder als Fotos – so heißt dies keineswegs, dass sich da nichts geändert hat. Grundsätzlich kann man heute auch nicht mehr allgemein sagen, dass alle Hardware/Software-Systeme als menschlich nutzbare Kommunikationspotenziale dienen können – Suchmaschinen wie *Google* etwa hantieren zum größten Teil auf der Basis von komplexen und zum Teil autonomen Computersystemen und übersetzten allenfalls einzelne Resultate für menschliche Wahrnehmungen.

Denn seit einem halben Jahrhundert haben die analogen Mediensysteme sich *in homogene, sich immer weiter entwickelnde computergesteuerte, digitale Infrastrukturen verwandelt, über die tendenziell die gesamten symbolischen Operationen in einer Gesellschaft abgewickelt werden*. Auch diesem Wandel liegen technische Neuerungen zugrunde, aber ganz anderer Art, nämlich die *Erfindung und Entwicklung des Computers*³, der dabei ist, zum Teil aller technischen Einrichtungen zu werden und alle derartigen Einrichtungen zu vernetzen, und der dabei insbesondere auch die alten Medien ‚verschluckt‘ hat. Wenn dies in den folgenden Punkten genauer beschrieben wird, so ist zu berücksichtigen, dass die je beobachteten Entwicklungen natürlich derzeit noch voll im Gange sind und keineswegs überall ein Endzustand erreicht ist, sofern ein solcher überhaupt jemals eintreten wird.

Was die analogen Medien angeht, so hat dabei jedes seine einzigartige Technik und Organisation ebenso wie seine typische soziale Einbettung und Struktur verloren und ist in Form eines Hardware/Software-System als Teil dieser digitalen Infrastruktur neu entstanden; d. h. alle sind in Computernetzen als Endgeräte integriert oder sogar von Computern simuliert. Am weitesten ist dieser Prozess bei der Fotografie vorangeschritten, die inzwischen überwiegend ohne ein darauf bezogenes spezifisches Gerät genutzt wird, mit Chemie nichts mehr zu tun hat, es dafür auch kaum noch eigenständige Geschäfte oder Distributionsformen gibt – selbst die Motive und die Verwendung von Fotos haben sich geändert bzw. erweitert, wie einerseits Selfies, andererseits die Verwendung von Foto-Präsentation oder Lagerung in *Instagram* oder *Facebook* zeigen. Man liest allmählich auch weniger auf Papier, und Bücher teilen ihre Gattungsbezeichnung mit e-books. Ebenso wie Filme, Serien und Musik werden bald auch geschriebene Texte

³Wir halten die Bedeutung des Computers für den heutigen Medienwandel für überragend; wenn die Entwicklung zu Beginn von dessen Verwendung zu Recht als Digitalisierung (etwa des Schreibens oder Rechnens) bezeichnet worden ist, kann ‚Digitalisierung‘ die späteren Entwicklungen nicht mehr angemessen beschreiben, wie weiter unten noch genauer begründet wird.

überwiegend mittels Streaming verteilt; bekanntlich plant *Amazon* auch schon eine nutzungsabhängige Gebühr anstatt eines Kaufpreises.

Die zudem auf Computerbasis entstandenen neuen Medien/Mediendienste von heute sind Hardware/Software-Systeme, die in mindestens die folgenden Typen unterschieden werden können:

1. Distributionssysteme wie beispielsweise Blogs oder Websites, die prinzipiell von jedem Individuum oder sonstigen sozialen Akteur betrieben werden können, um darüber Inhalte, beispielsweise Meinungen, zu verteilen oder kontrollierte öffentliche Dialoge zu führen. Hier ist anzunehmen, dass sich diese Gruppe zunehmend in professionelle und nicht-professionelle Angebote ausdifferenziert.
2. Professionelle Distributionssysteme wie beispielsweise Streaming-Dienste oder Portale, die eine Vielzahl von professionellen Angeboten anbieten und bereithalten.
3. Interaktive Kommunikationsangebote, also wechselseitige Handlungsverhältnisse zwischen Mensch und mobilen, aber in der Regel an Rechnernetze geknüpften Computern. Diese liefern den Menschen spezifische fiktive oder reale Repräsentationen und bieten darauf bezogene symbolische Operationsmöglichkeiten, wie etwa Computerspiele oder Roboter, beispielsweise der AIBO (vgl. Krotz 2007). Derartige Geräte simulieren immer häufiger auch menschliche Kommunikation, wie beispielsweise SIRI bei *Apple* oder sogenannte Bots, d. h. ‚autonom‘ agierende Software-Programme die sich in *Facebook* oder *Twitter* bewegen und dort als scheinbare Menschen in der Kommunikation auftreten.
4. Hardware/Software-Systeme, die interpersonale oder Gruppenkommunikation organisieren, wie etwa *WhatsApp*, *Telegram*, SMS oder in der Art des klassischen Telefonierens.
5. Hardware/Software-Systeme, die spezifische Handlungsformen organisieren, indem sie auf bestimmte Handlungsintentionen bezogene Organisationsformen anbieten und darüber Menschen und andere soziale Akteure zu spezifischen Aktivitäten zusammenbringen. Beispiele dafür sind etwa Partnerschaftsvermittlungen, Angebote wie *Tinder*, *YouPorn*, *Uber*, aber auch *Twitter* und *Amazon*, *Avaaz* und ähnliche Dienste.
6. Hardware/Software-Systeme, die spezifische Dienstleistungen anbieten, wie etwa Stadtpläne, Übersetzungshilfen etc., und dabei, wie manche der anderen Typen, vor allem als Datensammelstellen operieren.
7. Hardware/Software-Systeme, deren Zweck vor allem darin liegt, Daten zu sammeln, die einzelnen Individuen oder sozialen Akteuren zugeordnet werden können, sowie als Dienstleistungen Daten zu speichern oder auszuwerten.

Im Anschluss an solche Systematisierungen sind eine Reihe ergänzender Anmerkungen zu machen. Zunächst ist festzuhalten, dass die neu entstehenden Hardware/Software-Systeme *meist der Organisation von Handlungsweisen dienen sollen*, und diese auch gestalten und möglichst monopolartig einfangen wollen. Beispielsweise hat *Facebook* mittlerweile ein Monopol auf die Organisation privater Beziehungen im Rahmen der genannten digitalen computergesteuerten Infrastruktur, während *Google* das Wissen und damit auch die Traditionen der Menschen verwaltet und *Twitter* das Gestaltungsbedürfnis der Menschen kanalisiert. Zwar ermöglichen und vereinfachen derartige Angebote viele Formen der Internetnutzung, gleichzeitig schränken sie sie aber auch ein und nutzen sie zum Datensammeln. Hinzu kommt, dass viele derartige Dienste die Inhalte, die sie kontrollieren, nur noch personalisiert, d. h. selektiv an die Menschen zurückgeben.

Ergänzend finden sich neue Arten der Symbolisierung, insofern jede soziale Handlung entdifferenziert werden kann in einerseits das beabsichtigte Geschehen, andererseits eine symbolische Repräsentation, die dann in der computergesteuerten Infrastruktur vorgehalten wird. Beispielsweise Rasenmähen oder Staubsaugen werden so zu Tätigkeiten, die nicht mehr vom Menschen ausgeführt werden, sondern die der Mensch veranlasst und die irgendwelche Computeragglomerationen verbunden mit spezifischen Aktanten ausführen. Zudem werden die Inhalte, auf die derartige Hardware/Software-Systeme Zugriff haben und die sie sammeln, in Formen gespeichert und verwertet, die die Menschen mit ihrem Wahrnehmungsapparat nicht mehr unvermittelt nutzen können. Vielmehr finden alle Operationen auf der Basis von gespeicherten Daten in computergerechten Datenbanken statt, auf die nur noch dafür zugelassene bzw. zugeschnittene Computerprogramme sowie für bestimmte Zwecke programmierte Algorithmen zugreifen können. Diese liefern – Beispiel Personalisierung – den Endverbraucherinnen und -verbrauchern nur noch das zu, was der Algorithmus für angemessen hält. Dabei werden die für Menschen als zusammengehörig begriffenen Inhalte aufgelöst und entdifferenziert und sind insbesondere nur noch über Software zugänglich. Dem ist weiter hinzuzufügen, dass soziales Handeln von Menschen untereinander, sofern es nicht mittels Medien stattfindet, gleichwohl zunehmend von Medien begleitet, beobachtet oder beeinflusst wird, beispielsweise in sogenannten synthetischen Situationen (d. h. in Präsenz von Bildschirmmedien), wie Knorr Cetina et al. in diesem Band zeigen.

Gleichzeitig wird diese Infrastruktur von wenigen großen Unternehmen und Institutionen gesteuert, die dabei weitgehend ihren Interessen folgen, nur gelegentlich eingeschränkt von politischen Vorgaben. Zudem lässt sich beobachten,

dass diese Infrastruktur zunehmend homogen wird, beispielsweise, was Datensammlung angeht, die von immer mehr Einzelakteuren betrieben wird, aber auch, was die Datenhaltung angeht. Durch neue Software besteht prinzipiell auch die Möglichkeit, dass immer neue handlungsbezogene Angebote entwickelt werden: Nicht mehr ‚content ist king‘, sondern ‚Handlungsorganisation durch Medien ist king‘. Ein neueres Beispiel dafür sind beispielsweise die medizinischen Apps, die jeweils bestimmte Lebensbereiche und sozialweltlich gerichtete Aktivitäten der Menschen organisieren – sie machen sie einfacher und leichter, schränken sie aber gleichzeitig auch ein und machen sie zum Teil der computergesteuerten Infrastruktur. Denn in ihrem Rahmen lassen sich auch immer neue Geschäftsmodelle entwickeln, die auch deswegen erst einmal funktionieren, weil sie grenzüberschreitend angelegt sind und versuchen, Nutzerinnen und Nutzer in den verschiedenen Kulturen zu finden, um so genügend Rendite abzuwerfen.

Diese Überlegungen leiten aber bereits über auf das nächste Teilkapitel, nämlich, wie die Transformation der Medien zu einer Transformation im sozialen Leben, also von Alltag, Kultur und Gesellschaft führt.

3 Die Transformation des Sozialen und Kulturellen

Mediatisierungsforschung will sich ja, wie bereits eingangs angemerkt, gerade nicht auf die Untersuchung des Medienwandels beschränken, sondern die dadurch in Gang gebrachte Transformation von Alltag, Kultur und Gesellschaft herausarbeiten. Die zentrale Frage ist dementsprechend, wie der Wandel der Medien welche Transformationen von Alltag und Gesellschaft hervorruft, genauer, wie dieser Zusammenhang, der ohne Zweifel nicht als kausaler Zusammenhang verstanden werden kann (vgl. Krotz 2001, 2007; Lundby 2014), funktioniert.

Einen wesentlichen systematischen Beitrag zur Beantwortung dieser Frage liefert hier das im Schwerpunktprogramm vom Symbolischen Interaktionismus übernommene und weiter entwickelte Konzept der *sozialen bzw. mediatisierten Welten*. Diese Übernahme beruht auf der Beobachtung, dass sich wandelnde oder neu entstehende Medien oder Mediendienste in der Regel heute für alle Mitglieder einer Gesellschaft eingeführt, aber keineswegs von allen direkt übernommen oder gar verwendet werden. Dabei sind vielmehr komplexe Übernahme- bzw. Verweigerungsprozesse zu beobachten. Hinzu kommt, dass von manchen Bevölkerungsgruppen manche Medien besonders früh oder manchmal auch mit ganz anderen Intentionen übernommen werden, als das von den Erfindenden bzw. Organisierenden gedacht war. Beispielsweise wurde das Mobiltelefon bekanntlich zunächst der angepeilten Zielgruppe, nämlich gut bezahlten Managerinnen und

Managern angetragen, die das keineswegs alle übernahmen. Stattdessen waren es dann vor allem auch interessierte Jugendliche, die dieses Gerät domestizierten und mit der Kreation der SMS, später mit dem sogenannten ‚Anklingeln‘ preiswerte Formen der Nutzung fanden (vgl. Schulz 2012; Höflisch 2016).

In allen solchen Fällen ist zudem festzuhalten, dass die meisten Menschen ein neues Medium nicht ganz allgemein in all ihre Lebensbereiche einführen, sondern es – erzwungen, angeregt oder einfach interessiert – in der Regel in einem bestimmten Lebensbereich erproben und dann seinen Einsatz ausweiten, wenn es sich denn bewährt hat. Das zeigen unter anderem die Studien von Röser et al. in diesem Band sowie etwa auch die phänomenologische Studie von Maria Bakardjieva (2005).

Für eine empirische Konzeption des dann doch recht offenen Begriffs der Lebensbereiche eignet sich nun der insbesondere von den Forscherinnen und Forschern um Anselm Strauss eingeführte Begriff der *sozialen Welt* oder auch *Sozialwelt* (vgl. Strauss 1978; Krotz 2014a). Darunter werden alle kommunikativen Aktivitäten bezüglich eines Themas oder Themenbereichs gefasst, zusammen mit den beteiligten Personen und Akteuren, die zu einem Zeitpunkt oder in einer bestimmten Zeitphase über dieses Thema kommunizieren – beispielsweise eine Fangruppe, ein Universitätsinstitut, eine Forschendengruppe oder eine Familie lassen sich als solche thematisch strukturierten kommunikativen Entitäten begreifen.⁴ Die kommunikative Teilhabe in solchen thematisch über Interesse begründeten Entitäten verwickelt die Individuen in zusammenhängende Strukturen von Erleben und Handeln – und es sind in der Regel immer solche Sozialwelten, in denen neue Medien erprobt werden und in denen dann auch Vereinbarungen explizit oder implizit ausgehandelt werden, wie man was auf welche Weise kommuniziert, etwa, um zu kooperieren, sich zu informieren oder was auch immer sonst anfällt.

Dieser Begriff hat bei genauerem Hinsehen neben seiner Eignung als Einheit für Mediatisierungsforschung zwei Vorteile. Einmal sind auch *Publika*, das klassische Objekt der prädigitalen KMW, derartige Sozialwelten, weil sie sowohl als Präsenzpublika im Theater als auch als disperse Publika einer Zeitung oder einer Fernsehsendung als Sozialwelten begriffen werden können. Insofern knüpft Mediatisierungsforschung hier an die vordigitale KMW an. Zum anderen lässt sich auf der Basis des Begriffs der Sozialwelt auch sinnvoll definieren, was mit *mediatisiert* gemeint ist: In jeder solchen sozialen Welt werden dann neben situativer,

⁴Gelegentlich wird stattdessen auch der an die Arbeiten Norbert Elias' angelehnte Begriff der *kommunikativen Figuration* verwendet (vgl. Hepp und Hasebrink 2014), der aber mehr die objektivierte Vernetzung als das thematische Interesse als Grundlage in den Vordergrund stellt.

d. h. nicht medienvermittelter, Kommunikation bestimmte kommunikative Medien benutzt. In manchen dieser Sozialwelten sind dann eines oder mehrere der verwendeten Medien derart wichtig, dass man das, was dort geschieht, nur dann verstehen bzw. wissenschaftlich rekonstruieren kann, wenn man diese relevanten Medien prominent berücksichtigt – diese kann man dann *mediatisierte Sozialwelten* (im Hinblick auf ein spezifisches Medium) nennen: Beispielsweise ist die soziale Welt der Fußballspieler eines professionellen Vereins im Hinblick auf das Fernsehen mediatisiert, weil darüber sowohl die Karrieren der Spielenden als auch diese ganze Sozialwelt in ihrer Besonderheit finanziert werden. Beispielsweise waren Universitätsinstitute früher im Hinblick auf Bücher mediatisiert und sind es heute im Hinblick auf Computermidien (vgl. McNeely und Wolverton 2008).

Auf Basis dieser Überlegungen kann die Frage danach, wie sich Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien verändern, auf die Frage konzentriert werden, wie soziale Welten sich im Kontext des Wandels der Medien verändern und ggf. zu mediatisierten Welten werden.⁵ Dazu lassen sich systematisch mögliche Prozesse beschreiben, wie die sich wandelnden Medien in sozialen Welten erprobt und verwendet werden und was dies dann etwa in alltäglicher, sozialer und kultureller, aber auch ökonomischer und politischer Hinsicht etc. verändert. In einer derartigen Perspektive können dafür auf der Basis abstrakter Überlegungen zunächst einmal die folgenden ‚Mechanismen‘ benannt werden, wie solcher sozialer und kultureller Wandel zustande kommt. Die hier benannten Mechanismen beziehen sich auf die oben bestimmten konkreten Formen gesellschaftlichen Medienwandels:

Einmal kann derartiger Wandel an einem ganz spezifischen Medium anknüpfen, weil die Menschen anders kommunizieren oder sich darauf beziehen, dass Medien wie auch immer eine zusätzliche Bedeutung zukommt. So verändert etwa die Nutzung von *Facebook* die sozialen Beziehungen der Menschen, oder Blogs und Informationsmedien wie *Twitter* etc. führen zu einer anderen politischen Öffentlichkeit. Dabei muss berücksichtigt werden, dass sich Aufkommen oder Wandel eines Mediums auch zunächst nur oder vor allem in den technischen oder sozialen Strukturen dieses Mediums oder in den darüber transportierten Inhalten, den verwendeten Ästhetiken oder schließlich in den veränderten Nutzungsbedingungen ausdrücken kann, insofern beispielsweise anlässlich der Zulassung von Privatfernsehen in Deutschland in den 1980er Jahren Landesmedienanstalten als neue Institutionen entstehen oder sich Machtbalancen verändern.

⁵Die daran anschließende Frage, wie sich dann Gesellschaft als Konglomerat einander überlappender und sich wandelnder sozialer Welten verändert, kann hier aus Platzgründen nicht weiter behandelt werden (vgl. auch Krotz 2014a).

Zweitens ist es möglich, dass Individuen und andere soziale Akteure ihr Handeln daran orientieren, dass die Menschen in spezifischen sozialen Welten anders kommunizieren, und so in Betracht ziehen, dass das eventuell auch für andere Akteure eine Rolle spielt – beispielsweise, wenn Unternehmen ihre Struktur so weiter entwickeln, dass sie ihre kommunikativen Beziehungen zu Lieferantinnen und Lieferanten, in der Produktion und zu Kundinnen und Kunden neu organisieren. So musste sich ja auch die Musikindustrie mit dem Aufkommen des Internet darauf einstellen, dass infolgedessen Musik außerhalb ihrer Kontrolle freigehtauscht wird. Generell müssen sich alle sozialen Akteure wie etwa Unternehmen und Institutionen auf vielfältigen Ebenen auf derartige Veränderungen einstellen. In manchen Fällen sind derartige Anpassungen fortlaufende Prozesse, wie es das Konzept einer *reflexiven Mediatisierung* ausdrückt (vgl. hierzu Möll und Hitzler sowie Grenz und Pfadenhauer in diesem Band).

Drittens können das Aufkommen und die Verwendung neuer/veränderter Medien Auswirkungen auf das Mediensystem insgesamt haben, indem beispielsweise ergänzend weitere Mediendienste, neue Kombinationen von Medien oder neue Nutzungsformen mit weiteren Konsequenzen entstehen und verwendet werden, also weitere Mediatisierungsschübe in Gang gesetzt werden. Beispielsweise hatte der Erfolg von Smartphones zur Folge, dass spezifische Mediendienste als Apps entwickelt wurden, insbesondere solche, die auf die situative Präsenz von Smartphones zielten – Bezahlfunktionen, Taschenlampen, Schrittzähler und weitere situativ nutzbare Software (vgl. Krotz 2014b). Zudem ist hier auf die Entwicklung des Internets von einem Kommunikationsmedium zu einem Marktplatz zu verweisen – Medien und Mediengruppen können so auf andere Zielsetzungen hin orientiert werden.

Viertens können im Kontext des Wandels von Medien jenseits der Nutzerinnen und Nutzer, die an den kommunikativen Inhalten interessiert sind, andere Zielsetzungen für mediale Angebote eine Rolle spielen, um konkretes kommunikatives Handeln zu beeinflussen. So zielen beispielsweise viele pädagogische und politische Mediendienste darauf ab, politische Partizipation oder Medienkompetenz zu befördern. Insbesondere ist es auch so, dass Medien immer technisch/organisatorisch von Unternehmen oder Institutionen kontrolliert werden, die dadurch eigene Interessen verfolgen können. Hier ist insbesondere an die vielfältigen Kontroll- und Datensammelaktivitäten im Netz zu denken, aber auch an Bots, die auf *Twitter* agieren oder in *Facebook* Kommunikation zu beeinflussen versuchen.

Fünftens schließlich ist zu berücksichtigen, dass die entstehende computergestützte digitale Infrastruktur darauf abzielt, das Gesamt der symbolischen Aktivitäten einer Gesellschaft zu organisieren. In dieser Hinsicht ist auf die zukünftig wahrscheinlich zunehmende Bedeutung von Augmented Reality, auf das Entstehen neuer ‚Kommunikationspartner‘, die Menschen simulieren, etwa

als Roboter, und die Potenziale des sogenannten Internets der Dinge zu verweisen (vgl. Krotz 2014b). Die damit verbundenen Möglichkeiten einer Selbststeuerung von Maschinen und Algorithmen konstituieren extern steuerbare Umgebungsbedingungen für konkretes Handeln und machen so völlig neue Geschäfts- und Organisationsmodelle, neue Machtquellen und politische Einflussnahmen, neue Verbrechen und Manipulationsformen usw. möglich.

Grundsätzlich lassen sich Mediatisierungsprozesse in der Geschichte der Menschheit insofern bis heute und vermutlich auch in der weiteren Zukunft als Ausdifferenzierung von Medien und von Kommunikation beschreiben. In dem so aufgespannten Rahmen lassen sich die im DFG-Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“ (vgl. auch Krotz und Hepp 2012; Krotz et al. 2014; Hepp und Krotz 2014) realisierten Projekte ansiedeln (wenn sie auch nicht alle diese Begrifflichkeiten verwendet haben oder sich auf derartige Rahmenüberlegungen beziehen), wie sich Leserinnen und Leser im Folgenden überzeugen können. Aus derartigen Projekten können insofern wichtige Schlussfolgerungen über den Prozess der Mediatisierung gezogen werden, wie er heute stattfindet. Einige projektübergreifende Schlussfolgerungen, welche Konsequenzen Medienwandel in Alltag, Kultur und Gesellschaft auslösen kann, sollen schließlich diese Überlegungen illustrieren.

Waren die früheren Mediatisierungsformen der 1980er und 1990er Jahre auf die Etablierung und Durchsetzung der digitalen Infrastruktur ausgerichtet und war deshalb zunächst auch zu Recht von Digitalisierung die Rede, so richten sich die derzeitigen und wohl auch die zukünftigen Mediatisierungsschübe eher auf eine breitere und tiefere Durchdringung bisher eher oberflächlich beeinflusster Felder – *Digitalisierung war gestern*, heute geht es eher um die Breite und Tiefe der computergesteuerten medialen Infrastruktur und vor allem deren Orientierung und Gestalt. Hier bekommt auch das Smartphone als alltäglicher Begleiter jeder und jedes Einzelnen seine Bedeutung, dessen Ableger wie Kopfhörer, *Google Glass* und Schrittzähler zunehmend zu Körperteilen werden. Es entsteht eine stets an die Netze angeschlossene *Augmented Personality*, die nicht mehr nur an den Körper gebunden sein muss.

Die ständige potenzielle Verbundenheit jedes Individuums mit allen anderen Individuen und Institutionen, also eine zunehmende und radikale Verdichtung von Vergemeinschaftung bzw. Vergesellschaftung, kann als besonderes Kennzeichen des Entstehens einer computerkontrollierten digitalen Infrastruktur gesehen werden. Eine daran anschließende These ist, dass die zunehmend über ihre Teilhabe an der computergesteuerten digitalen Infrastruktur vergesellschafteten Individuen das Netz immer weiter gehend zu ihrem Lebensraum machen. Infolgedessen wäre es notwendig, ein Menschenrecht auf einen freien und unkontrollierten Zugriff auf das Internet zu definieren – ein Recht, das weder begrenzt, noch kommerziell erstickt, aber auch nicht durch Datensammelei gegen das Individuum gewendet

oder durch staatliche Regulierung wie etwa Abschaffung von Netzneutralität eingeschränkt werden darf.

Weiter ist festzuhalten, dass die Vergemeinschaftungsformen im Internet mittlerweile entweder durchkommerzialisiert sind oder sie gerade durchkommerzialisiert werden. Die Behauptung, dass bei den damit verbundenen und auch von den Staaten vorangetriebenen Überwachungsformen nur vorhandene Datenspuren eingesammelt werden, ist aber eine der verharmlosenden Lügen. Richtig ist, dass Aktivitäten der Nutzerinnen und Nutzer systematisch angeregt, beobachtet und registriert werden, dass viele Apps so programmiert wurden, dass möglichst viele ‚Spuren‘ entstehen, und dass eine Vielzahl sammelnder Programme und Mechanismen extra entwickelt wurden. Die These hier ist, dass langfristig dem nur eine radikale Dezentrierung sowie eine demokratische, gesellschaftlich organisierte Kontrolle und Begrenzung von Hardware/Software-Systemen abhelfen kann.

Von Bedeutung für Demokratie und politische Partizipation ist weiter, dass sich das Informationsverhalten der Menschen langfristig deutlich zu verändern scheint (vgl. Wagner und Gebel 2014). Waren früher im Alltag der Bürgerinnen und Bürger bestimmte Teile des Tages dem Ritual der Nachrichtenaufnahme und deren Reflexion gewidmet, so wird ein Bedarf an Informationen zunehmend an die je konkrete Situation gebunden, in der diese Informationen relevant wären, und so anders eingefordert und aufgenommen. Darauf gerichtete situative Informationsangebote sind aber natürlich schwieriger in ihren Intentionen und Hintergründen zu beurteilen und machen so abhängiger: Augmented Reality sowie die stetige kommunikative Anbindung an soziale Netzwerke und das Aufkommen des Internet der Dinge lassen vermuten, dass sich in diesem Zusammenhang auch die zutiefst menschliche Aktivität, Erleben zu reflektieren und es dadurch in persönliche Erfahrungen umzuwandeln, verändern wird. Denn für solche Prozesse werden zunehmend etwa via *Facebook* präsentative Formen nach Außen verwendet, auf die dann beliebige Andere, aber auch Aktanten, Apps und Algorithmen reagieren und sich zu Wort melden, aber auch sonst etwa via *Twitter* und anderen Kanälen zunehmend Ansichten Anderer einbezogen werden. Derartige Überlegungen verweisen auf notwendige weitere Untersuchungen.

4 Ergänzende Überlegungen

Insgesamt knüpft der Mediatisierungsansatz einerseits an die klassische Kommunikationswissenschaft des 20. Jahrhunderts an, indem er thematisch der zunehmenden qualitativen und quantitativen Bedeutung der Medien für die Menschen nachgeht und sich dabei konzeptionell auf die zentralen Konzepte der KMW wie *Medium*, *Sozialwelt*, *Kommunikation* oder *Wandel* bezieht. Dabei geht er aber

über die Fragen der klassischen Kommunikationswissenschaft hinaus. Denn die kulturelle und gesellschaftliche Bedeutung der Medien wie des Medienwandels geht heute nicht mehr nur die Kommunikations- und Medienwissenschaft an, sondern muss interdisziplinär erforscht, verstanden und praktisch beeinflusst werden. Dabei müssen auch andere Metaprozesse wie Globalisierung und Individualisierung berücksichtigt werden, die parallel und in Bezug zu Mediatisierungsschüben stattfinden; schließlich ist auch eine auf die Fragen der Zivilgesellschaft gerichtete kritische Perspektive notwendig.

Insofern ist der Mediatisierungsansatz als in der Kommunikationswissenschaft wurzelnde, aber gleichzeitig interdisziplinär angelegte Sozialwissenschaft anzusehen, die prinzipiell von den sozialen Subjekten und insbesondere den menschlichen Individuen ausgeht. Der Ansatz ist also neben seiner bereits eingangs genannten Prozessualität insbesondere sozial- und nicht medienzentriert. Dabei ist freilich darauf zu achten, dass er bei seinen Fragestellungen bleibt. Ergänzend ist weiter festzuhalten, dass die hier vorgelegten Überlegungen und Ergebnisse einerseits vorläufig sind, wie alle prozessorientierten Ergebnisse, die inmitten eines laufenden Metaprozesses gesammelt und entwickelt wurden. Hinzu kommt, dass sich die berücksichtigten Transformationsprozesse nach wie vor beschleunigen und wegen der Akkumulierbarkeit von Software und den sich dadurch immer weiter entwickelnden Steuerungspotenzialen von Computern auch weiter beschleunigen und immer mehr Lebensbereiche immer tiefer durchdringen werden. Andererseits legen die hier vorgestellten theoretischen Überlegungen und die Ergebnisse empirischer Forschung eine brauchbare Grundlage für die weitere Entwicklung der Mediatisierungsforschung. Denn sie sind daraufhin ausgelegt, längerfristig relevante Prozesse herauszuarbeiten und so zu einer übergreifenden Beschreibung und Theoretisierung des derzeit stattfindenden grundlegenden Mediatisierungsschubs (vgl. hierzu Krotz 2001) beizutragen. Dies geschieht insbesondere durch die in diesem Band vorgestellten Projekte, die auch vielfältige weitere Schlussfolgerungen präsentieren. Im Anschluss daran wird in einem abschließenden Text in diesem Band auf weitere, insbesondere externe Einflüsse auf den Metaprozess Mediatisierung sowie auf kritische Mediatisierungsansätze eingegangen.

Literatur

- Adloff F (2005) Zivilgesellschaft. Theorie und politische Praxis. Campus, Frankfurt am Main
- Ang I (1989) Wanted: Audiences. In: Seiter E, Borchers H, Kreutzner G, Warth, E (Hrsg) Remote control. Television, audiences, and cultural power. Routledge, London/New York, S 96–115

- Averbeck-Lietz S (2014) Understanding mediatization in „first modernity“. In: Lundby K (Hrsg) *Handbook mediatization of communication*. De Gruyter, Berlin/Boston, S 109–130
- Bakardjieva M (2005) *Internet society: The internet in everyday life*. Sage, London u.a.
- Bösch F (2011) *Mediengeschichte*. Campus, Frankfurt am Main
- Bourdieu P (1987) *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Dorer J, Marschik M (2015) Theoretisierung, Bricolage und Dekonstruktion. In: Hepp A, Krotz F, Lingenberg S, Wimmer J (Hrsg) *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. Springer/VS, Wiesbaden, S 23–30
- Foucault M (1978) *Dispositive der Macht*. Berlin, Merve
- Gramsci A. (1991) *Marxismus und Kultur. Ideologie, Alltag, Literatur*. Herausgegeben von Sabine Kebir. 3. Aufl. VSA, Hamburg
- Hall S (1989) *Ausgewählte Schriften: Ideologie, Kultur, Medien, neue Rechte, Rassismus*. Argument, Hamburg
- Hepp A, Hasebrink U (2014) Human interaction and communicative figurations: The transformation of mediatized cultures and societies In: Lundby K (Hrsg) *Handbook mediatization of communication*. De Gruyter, Berlin/Boston, S 249–272
- Hepp A, Krotz F (2014) *Mediatized worlds. Culture and society in a media age*. Palgrave Macmillan, London
- Höflich J (2016) *Der Mensch und seine Medien*. Springer/VS, Wiesbaden
- Hörsch J (2004) *Eine Geschichte der Medien*. Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Illich I (2010) *Im Weinberg des Textes*. Beck, München
- Kleinsteuber H (2005) *Mediensysteme*. In: Weischenberg S, Kleinsteuber H, Pörksen B (Hrsg) *Handbuch Journalismus und Medien*. UVK, Konstanz, S 275–280
- Krotz F (1995) Elektronisch mediatisierte Kommunikation. *Rundfunk und Fernsehen* 43: 445–462
- Krotz F (2001) *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Wie sich Alltag und soziale Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien wandeln*. Westdeutscher Verlag, Opladen
- Krotz F (2007) *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Springer/VS, Wiesbaden
- Krotz F (2009) Stuart Hall: Encoding/Decoding und Identität. In: Hepp A, Krotz F, Thomas T (Hrsg) *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Springer/VS, Wiesbaden, S 210–223
- Krotz F (2011) Mediatisierung als Metaprozess. In: Hagenah J, Meulemann H (Hrsg) *Mediatisierung der Gesellschaft? LIT, Münster*, S 19–41
- Krotz F (2014a) Einleitung: Projektübergreifende Konzepte und theoretische Bezüge der Untersuchung mediatisierter Welten. In: Krotz F, Despotović C, Kruse M-M (Hrsg) *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Springer/VS, Wiesbaden, S 7–32
- Krotz F (2014b) Die Mediatisierung von Situationen und weitere Herausforderungen für die kommunikationswissenschaftliche Forschung. *Medienjournal* 38:5–20
- Krotz F (2015) Überblicksartikel: Theoretische Basisorientierungen. In: Hepp A, Krotz F, Lingenberg S, Wimmer J (Hrsg) *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. Springer/VS, Wiesbaden, S 17–22
- Krotz F, Hepp A (Hrsg) (2012) *Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Springer/VS, Wiesbaden

- Krotz F, Despotović C, Kruse M-M (Hrsg) (2014) Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung. Springer/VS, Wiesbaden
- Lundby K (Hrsg) (2009) Mediatization. Concept, changes, consequences. Peter Lang, New York
- Lundby K (Hrsg) (2014) Handbook mediatization of communication. De Gruyter, Berlin/Boston
- Marx K, Engels F (1969) Die deutsche Ideologie. Marx/Engels Werke Bd 3. Dietz Verlag, Berlin
- Mazzoleni G, Schulz W (1999) „Mediatization“ of politics: A challenge for democracy? Political Communication 16:247–261
- McNeely IF, Wolverton L (2008) Reinventing knowledge. From Alexandria to the internet. Norton & Co, New York
- Saussure F de (1998) Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft. In: Mersch D (Hrsg) Zeichen über Zeichen. dtv, München, S 193–215
- Schulz I (2012) Mediatisierte Sozialisation im Jugendalter. Kommunikative Praktiken und Beziehungsnetze im Wandel. Vistas, Berlin
- Silverstone R, Haddon L (1996) Design and the domestication of information and communication technologies: Technical change and everyday life. In: Mansell R, Silverstone R (Hrsg) Communication by design: The politics of information and communication technologies. Oxford University Press, Oxford, S 44–74
- Strauss A (1978) A social world perspective. Studies in Symbolic Interaction 1:119–128
- Thomaß B (Hrsg) (2007) Mediensysteme im internationalen Vergleich. UTB, Konstanz
- Wagner U, Gebel C (2014) Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online-Medien. Springer/VS, Wiesbaden
- Williams R (1990) Television: Technology and cultural form. 2. Aufl. Routledge, London/New York

Über den Autor

Friedrich Krotz, Dr. phil. habil., ist Professor für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Soziale Kommunikation und Mediatisierungsforschung an der Universität Bremen. Er ist Initiator und Koordinator des DFG-Schwerpunktprogramms „Mediatisierte Welten“. Forschungsschwerpunkte: Theorie und Methoden der Kommunikationswissenschaft, Kultursoziologie, Cultural Studies, Medien und Gesellschaft und Mediatisierungsforschung. Zu seinen letzten Veröffentlichungen gehören (zus. mit C. Despotović und M. Kruse) 2014 die Herausgabe des Bandes „Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung“ im VS-Verlag sowie (zus. mit A. Hepp) 2014 die Herausgabe des Buches „Mediatized worlds. Culture and society in a media age“ bei Palgrave und (zus. mit A. Hepp) 2012 die Herausgabe des Bandes „Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze“ im VS-Verlag. Zudem ist er gewähltes Mitglied des International Councils der IAMCR.

Mediatisierung als Metaprozess

Transformationen, Formen der Entwicklung und die
Generierung von Neuem

Krotz, F.; Despotović, C.; Kruse, M.-M. (Hrsg.)

2017, VII, 364 S. 12 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16083-8