

Rezensionen



 Friedrich Krotz

Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation

 Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. 328 Seiten

 ISBN: 3531904140

 € 29.90; CHF 59.50

Ein Paradigma, das es weiter zu konkretisieren gilt. Der Begriff der Mediatisierung bei Krotz

Seit gut zehn Jahren, nimmt man die zahlreichen Publikationen als Maß, versucht der inzwischen in Erfurt lehrende Kommunikationswissenschaftler «Mediatisierung» als zentrales Paradigma und analytische Kategorie in der einschlägigen Kommunikations- und Medienwissenschaft durchzusetzen. Und dies nicht nur als Konzept neben anderen, sondern als universaler «Metaprozess [des] sozialen und kulturellen Wandels» (12), «von Alltag und sozialen Beziehungen, von Kultur und Gesellschaft». Ein weiterer Schritt in diese Richtung ist die vorliegende Weiterführung seiner 2001 veröffentlichten Habilitation, die als Zwischenbilanz gelesen werden kann. Sie enthält – neben den vier Kapiteln zu einschlägigen Fallstudien, die aber eher als Anschauungen für die theoretischen Ausführungen denn als umfängliche empirische Befunde gewertet werden – im zweiten Kapitel eine Grundlegung für eine «kulturwissenschaftliche Kommunikationstheorie». Mit ihr will Krotz gewissermaßen das «Mediatisierung»-Paradigma prinzipiell, und zwar vor allem mit Rekurs auf den symbolischen Interaktionismus, auf Theorien des sozialen Handelns und der Cultural Studies, unterfüttern. Dass diese Kombination nicht ganz reibungslos verläuft – immerhin enthält der Symbolische Interaktionismus behavioristische Wurzeln und Anleihen – ist ihm zwar bewusst, dennoch meint er, sie im «gleichartigen Grundverständnis» darüber, dass «beide die Bedeutungskonstruktion durch die Menschen als konstitutiv ansehen», (S. 81) zusammenführen zu können.

Solche terminologischen Setzungen, die nicht immer einer intensiveren Überprüfung standhalten, begegnet man allenthalben in diesem Band und

Rezensionen

sie prägen auch die nun gewagten Zwischenbilanzierungen:

1. Krotz betreibt terminologischen und theoretischen Aufwand, um «Mediatisierung» zu beschreiben und zu erklären. Eine einigermaßen konzise Definition operationabler Indikatoren legt er nicht vor; vielmehr schließt er sie ausdrücklich aus (S. 39). Aber genau dies sollen doch seine zahlreichen Fallstudien leisten und induktiv tun sie es auch. Deshalb könnten für verschiedene Phasen der Medienentwicklung schon überprüfbare Kriterien genannt werden. Für den ebenfalls angesprochenen Medienwandel wird sogar postuliert, dass «Mediatisierung» in ihm zugleich eine «gerichtete Entwicklung» bezeichnet, aber zugleich auch sein Konzept «präzisiert» (43). Doch worin Medienwandel besteht bzw. wie er sich ausbildet, wenn einerseits vom so genannten Riepl'schen Gesetz der Medienkomplementarität und des Funktionswandels ausgegangen wird, andererseits jeweils kulturell neue Aneignungsformen identifiziert werden, wird nicht hinreichend geklärt. Da bleibt also noch terminologische und theoretische Arbeit zu leisten.
2. Wörtlich genommen, heißt «Mediatisierung» Mittelbarmachung (mittels Medien) – wobei der Mediengriff bekanntlich unscharf ist und auch bei Krotz trotz seiner Dreiteilung so bleibt (s. a. S. 88). Wenn es eine universale, gewissermaßen menscheitsgeschichtliche Kategorie sein soll, dann kann sie eigentlich nicht nur in eine Richtung, nämlich in die der ständig wachsenden medial-technischen Mittelbarmachung wirksam sein. Es müsste geprüft werden, ob sie sich nicht auch in umgekehrter, wenigstens in verschiedenartige Richtungen vollziehen kann. Erstere wäre eine zumindest tendenzielle (Wieder)Unmittelbarmachung, letztere wären Verzweigungen in Nebensträngen oder auch in eigenständige Optionen, aber auch in Sackgassen, wie sie ja die Technik- und Medien-geschichte vielfach vorkommen. Aber für alle bedürfte es konkreter Kriterien, mit denen man diese Entwicklungen identifizieren und einordnen könnte.
3. Umfangreich erläutert Krotz im 2. Kapitel seinen «kulturwissenschaftlich» begründeten Kommunikationsbegriff und stattet ihn mit sämtlichen Attributen aus, die für qualitative, interpretative, ganzheitliche und/oder konstruktivistische Ansätze üblich sind und sie vom kritisierten Main-stream-Modell des Informationstransports und/oder der Transmission unterscheidet: Soziales, symbolisches Handeln, Sinn- und Bedeutungskonstitution, innerer und äußerer Prozess, Interaktion, Reziprozität und Reflexivität, Dialog, Verstehen und Aneignung, Identität und Empathie –

Rezensionen

all dies und einiges mehr sind aufgeführte und richtige Komponenten für das Phänomen Kommunikation. Warum er aber alle mediatisierten Formen von Kommunikation, auch die maschinell-automatisierten, lediglich als «Modifikation» oder als «Sonderfall» (78ff; 85ff) jener Kommunikation bezeichnet, bleibt erklärlich. Lässt sich Mediatisierung ohne einen konzisen Kommunikation- und einen ebensolche Medienbegriff analytisch überhaupt aufrechterhalten?

In seinen Fallstudien im Teil II will Krotz sein vielfach aufgestelltes Plädoyer, ‚die‘ Kommunikationswissenschaft müsse sich allen Formen von Kommunikation (wie immer auch definiert) analytisch zuwenden, bekräftigen und beweisen. Dabei überwiegt meist der theoretische Ansporn, zumal die ausführlichen empirischen Befunde, wie er schreibt, bereits 2001 dargestellt wurden. Beim Computerspiel münden sie etwa in einigen Konturen eines digitalen Spielbegriffs bzw. -entertainments. Das 5. Kapitel widmet sich dem «Wandel mediatisierter interpersonalen Kommunikation» (177ff), und zwar an den Beispielen mobiles Telefon sowie Chats und Foren, deren Befunde umfangreicheren Studien über Daily Talks und Daily Soap entspringen.

Im sechsten Kapitel werden Fallstudien thematisiert, die Transformationen von der nicht mehr haltbaren «Massenkommunikation» zur «Produktion und Rezeption allgemein adressierter, standardisierter Kommunikate» (213ff) aufzeigen sollen. Zunächst will Krotz nachweisen, warum der «Begriff Massenkommunikation disfunktional» und warum auch die These vom «Ende der Massenkommunikation» mit den digitalen Medien «voreilig und falsch sei» (S. 214). Aber zunächst rubriziert er Massenkommunikation als «Modifikation» interpersonalen Kommunikation, sogar des Gesprächs, und am Ende dieses Abschnitts räumt er sogar ein, dass einige der nunmehr angemessener definierten «standardisierten, allgemein adressierten Kommunikate» sich durchaus noch mit dem «Begriff der Massenkommunikation belegen» lassen (216ff), zumal sie, wie schon Maletzke wusste, öffentlich, einseitig, mittelbar und ohne direkten Rollentausch seien. Natürlich lässt sich dieser für Kommunikator und Rezipient ausdifferenzieren, aber just dadurch entfernt sich Krotz immer nachdrücklicher von der interpersonalen Kommunikation; allenfalls als suggerierte Als-Ob-Kommunikation von Seiten des Rezipienten hat sie noch eingebildete Ähnlichkeiten.

Rezensionen

Mit seinem bedenkenswerten Modell der Rezeptionskaskade, also der mehrstufigen, auch polyvalente Aneignung und Verarbeitung standardisierter Kommunikaten sowie mit diversen kommunikativen Interventionen und Konstrukten, lassen sich gegenwärtige Aneignungsprozesse solcher Kommunikate sicherlich angemessener beschreiben, aber analytisch strukturiert und erklärt sind sie lange noch nicht. Ob sich in solchen neuerlichen Veröffentlichungen des Fernsehens, die dem sonstigen Trend der Individualisierung der Fernsehnutzung diametral entgegenstehen, weitere Aspekte der Mediatisierung markieren oder ob sich dadurch -gegentails – Fernsehen zumindest als Rezeptionstätigkeit entmedialisiert, weil Event, körperliche Nähe und direkter Austausch ungleich wichtiger werden als das meist wenig wahrgenommene Geschehen auf dem Bildschirm, bedürfte sicherlich noch der gründlicheren Analyse.

Seit der berühmten Studie von K. Lang zur Siegesparade des General McArthur 1951 beschäftigt sich die Kommunikationsforschung mit so genannten Medienereignissen und ihrer Inszenierung, was Krotz in seiner nächsten Fallstudie ebenfalls tut. Medienereignisse unterbrechen die Routine und den Rhythmus der alltäglichen Mediennutzung, die freilich durch die Mediatisierung lockerer und zufälliger wird als zu exklusiven Zeiten der so genannten Programm- und Emissionsmedien. Ausführlich und differenziert diskutiert er die diversen Aspekte der Selektion, Inszenierung und Verzerrung. Zum Ende des Abschnitts trifft er die prinzipielle Unterscheidung zwischen Medienereignissen, die wie immer vermittelt auf reale Ereignisse rekurrieren, und jenen, die von den Medien für ihre Resonanz und Aufmerksamkeitsökonomie selbst produziert werden. Krotz sieht darin nur noch ein unspektakuläres «Kontinuum», weil in einer Mediengesellschaft alles als «wichtig inszeniert wird» (272).

Im letzten Kapitel befasst sich Krotz mit dem ubiquitären Schlagwort der digitalen Spaltung (digital divide). Zu Recht erkennt Krotz das zu Grunde liegende soziale Problem als das vielfältiger Ungleichheit oder gar Benachteiligung, das unterschiedlich bewertet werden kann, je nachdem welcher Art von Diskriminierung damit gemeint ist. Sozialwissenschaftlich lässt es sich in der Theorie der Diffusion bzw. Modernisierung, der Wissensklufthypothese, dem diffusen Postulat nach Medienkompetenz und in Bourdieus strukturellem Konzept des kulturellen Kapitals, wofür Krotz plädiert, rubrizieren. Kommunikationswissenschaftlich bedürfte es funktionaler Kategorisierung und

Rezensionen

Differenzierung; allein schon die Unterscheidung zwischen Zugangs- und Nutzungsklüften wird meist ignoriert, und vollends ausgeblendet bleiben die Fragen, wer welche digitale Technologie wofür nutzen soll bzw. kann. Solche Sichtweisen überwinden technikzentrierte Kurzsichtigkeit, die Krotz den Diffusionsansätzen vorwirft. Aber wenn man etwas beherrschen will, muss man wissen, wie und wozu es funktioniert. Das meint nicht «Medienkompetenz als Ideologie» (291), vielmehr rationale Disposition für fundierte Medienkompetenz. Wiederum zu Recht fordert Krotz mehr empirische und differenzierte Forschung, die es seither auch verstärkt gibt. Sie brächte und bringt u.a. zu Tage, dass der «Wandel des Wertes vorhandener kultureller und sozialer Kapitale» (298), gleich ob er vom Medienwandel «induziert» ist oder nicht, in «unterschiedliche Richtungen denkbar ist» (Ebd.) – wie hier ja schon eingangs für das Konzept der Mediatisierung postuliert wurde. Auch in diesem Kapitel finden sich einige Beispiele dafür. Diese Zielsetzung gelingt aber nur, wenn die Frage «welche Rolle Medien für die Formen des menschlichen Zusammenlebens und der Gesellschaft spielen, [...] viel umfassender entwickelt und auf spezifische Fragestellungen [...] abgewendet» wird (293), was Krotz der Kommunikationswissenschaft als Desiderat vorwirft. Dass man an sein Konzept der Mediatisierung selbst solche Postulate nach sozialstrukturelle und -kulturelle Fundierungen, vor aber allem nach vielfach noch ausstehenden konkreten Umsetzungen ebenso herantragen kann, sollte hier dargestellt werden. Am Thema Medienwandel muss weiter gearbeitet werden.

Hans-Dieter Kübler