



Thomas Birkner

Medialisierung und Mediatisierung

3. Auflage



Nomos

**Konzepte. Ansätze der Medien- und
Kommunikationswissenschaft**

**herausgegeben von
Prof. Dr. Patrick Rössler und
Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius**

Band 18

Thomas Birkner

Medialisierung und Mediatisierung

3., aktualisierte und überarbeitete Auflage



Nomos

© Titelbild: sdecoret – Fotolia.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-7480-7 (Print)

ISBN 978-3-7489-3271-0 (ePDF)



Onlineversion
Nomos eLibrary

3., aktualisierte und überarbeitete Auflage 2023

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2023. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort der Reihenherausgeber

Etliche Jahre schien das Fehlen von Lehrbüchern auch die akademische Emanzipation der Kommunikationswissenschaft zu behindern. Doch in jüngerer Zeit hat der fachkundige Leser die Auswahl aus einer Fülle von Angeboten, die nur noch schwierig zu überblicken sind. Wie lässt es sich dann rechtfertigen, nicht nur noch ein weiteres Lehrbuch, sondern gleich eine ganze Lehrbuchreihe zu konzipieren?

Wir sehen immer noch eine Lücke zwischen den großen Überblickswerken auf der einen Seite, die eine Einführung in das Fach in seiner ganzen Breite versprechen oder eine ganze Subdisziplin wie etwa die Medienwirkungsforschung abhandeln – und andererseits den Einträgen in Handbüchern und Lexika, die oft sehr spezifische Stichworte beschreiben, ohne Raum für die erforderliche Kontextualisierung zu besitzen. Dazwischen fehlen allerdings (und zwar vor allem im Bereich der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung) monographische Abhandlungen über zentrale KONZEPTE, die häufig mit dem Begriff der „Theorien mittlerer Reichweite“ umschrieben werden.

Diese KONZEPTE gehören zum theoretischen Kerninventar unseres Fachs, sie bilden die Grundlage für empirische Forschung und akademisches Interesse gleichermaßen. Unsere Lehrbuchreihe will also nicht nur Wissenschaftlern einen soliden und gleichzeitig weiterführenden Überblick zu einem Forschungsfeld bieten, der deutlich über einen zusammenfassenden Aufsatz hinausgeht: Die Bände sollen genauso Studierenden einen fundierten Einstieg liefern, die sich für Referate, Hausarbeiten oder Abschlussarbeiten mit einem dieser KONZEPTE befassen. Wir betrachten unsere Lehrbuchreihe deswegen auch als eine Reaktion auf die Vorwürfe, mit der Umstellung auf die Bachelor- und Masterstudiengänge würde Ausbildung nur noch auf Schmalspurniveau betrieben.

Die Bände der Reihe KONZEPTE widmen sich deswegen intensiv jeweils einem einzelnen Ansatz der Mediennutzungs- und Wirkungsforschung. Einem einheitlichen Aufbau folgend sollen sie die historische Entwicklung skizzieren, grundlegende Definitionen liefern, theoretische Differenzierungen vornehmen, die Logik einschlägiger Forschungsmethoden erläutern und empirische Befunde zusammenstellen. Darüber hinaus greifen sie aber auch Kontroversen und Weiterentwicklungen auf, und sie stellen die Beziehungen zu theoretisch verwandten KONZEPTEN her. Ihre Gestaltung und ihr Aufbau enthält didaktische Elemente in Form von Kernsätzen, Anekdoten oder Definitionen – ebenso wie Kurzbiografien der Schlüsselauf Autoren und

kommentierte Literaturempfehlungen. Sie haben ein Format, das es in der Publikationslandschaft leider viel zu selten gibt: ausführlicher als ein Zeitschriften- oder Buchbeitrag, kompakter als dickleibige Forschungsberichte und konziser als thematische Sammelbände.

Die Reihe KONZEPTE folgt einem Editionsplan, der gegenwärtig 25 Bände vorsieht, die in den nächsten Jahren sukzessive erscheinen werden. Als Autoren zeichnen fachlich bereits ausgewiesene, aber noch jüngere Kolleginnen und Kollegen, die einen frischen Blick auf die einzelnen KONZEPTE versprechen und sich durch ein solches Kompendium auch als akademisch Lehrende qualifizieren. Für Anregungen und Kritik wenden Sie sich gerne an die Herausgeber unter



patrick.roessler@uni-erfurt.de



brosius@ifkw.lmu.de

Vorwort zur dritten Auflage

„So dynamisch wie der Wandel von Kommunikation und Medien stellt sich auch die Forschung hierzu dar“, habe ich im Vorwort zur zweiten Auflage dieses Buches geschrieben. Dem ist eigentlich gar nicht so viel hinzuzufügen. Doch möchte ich diese Feststellung hier im Vorwort zur dritten Auflage nicht allein auf die Forschung zu Medialisierung und Mediatisierung beziehen, sondern auch auf die geographischen Dynamiken von uns Forscherinnen und Forschern. Als ich die erste Auflage dieses Bandes 2017 schrieb, hatte ich einige Jahre lang quasi Tür an Tür mit der Mediatisierungsforscherin Jutta Röser und dem Medialisierungsforscher Frank Marcinkowski auf dem Flur des Instituts für Kommunikationswissenschaft in Münster verbracht. Damals habe ich vor allem mit Daniel Nölleke und Andreas Scheu intensiv zusammengearbeitet. Bei der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft und Publizistik (DGPK) 2016 in Leipzig haben wir erstmals unsere Ideen über „Die andere Seite der Medialisierung: Abschirmung als Aspekt von Medialisierung in Gesundheit, Politik, Recht, Sport und Wissenschaft“ vorgestellt. Einige Jahre später (2021) sind unsere entsprechenden Überlegungen weiter gediehen und als „The other side of mediatization: Expanding the concept to defensive strategies“ im ICA-Journal *Communication Theory* erschienen. Mittlerweile sind wir aber auch alle drei nicht mehr in Münster. Daniel Nölleke ist Juniorprofessor am Institut für Kommunikations- und Medienforschung der Deutschen Sporthochschule Köln. Andreas Scheu leitet die Transfer Unit Wissenschaftskommunikation an der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. Und ich leite die Abteilung Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft an der Paris Lodron Universität Salzburg. Zu meinen Kollegen hier gehört unter anderem nun der Mediatisierungsforscher Thomas Steinmaurer, dessen Habilitationsschrift „Permanent vernetzt – Zur Theorie und Geschichte der Mediatisierung“ ich 2017 in der *Publizistik* besprochen habe. Und auch Corinna Peil ist jetzt (wieder) eine Kollegin von mir. Sie ist stellvertretende Leiterin des von Thomas Steinmaurer geleiteten Centers for Information and Communication Technologies & Society (ICT&S) in Salzburg und war einst Mitarbeiterin im Forschungsprojekt „Das mediatisierte Zuhause“ von Jutta Röser. Während Frank Marcinkowski schon vor Jahren dem Ruf der Heimat aus Düsseldorf an die dortige Heinrich-Heine-Universität folgte, lehrt und forscht Jutta Röser noch in Münster. Allerdings ist mit Sigrid Kannengießer ihre Nachfolgerin aus Bremen bereits berufen. Und so schreitet die

Wissenschaft voran, geografisch und intellektuell. Dabei scheinen die großen Schlachten zwischen Medialisierungs- und Mediatisierungsforschung geschlagen, jedenfalls ist der scharfe Ton zwischen dem l- und dem t-Lager deutlich abgeklungen, wenn nicht verstummt. Vielmehr wird immer deutlicher, dass die Ansätze nicht gegensätzlich verstanden werden müssen, sondern sich ergänzen können, ja teilweise müssen. Ob es dafür zukünftig auch einen gemeinsamen Oberbegriff ohne l und t wie etwa „Mediasierung“ geben wird, bleibt vorerst offen. Sicher ist aber, dass Forscherinnen und Forscher in den Bereichen Medialisierung und Mediatisierung den Forschungsstand stetig vorantreiben und neue Impulse wie jenen der *Deep mediatization* von Andreas Hepp aufnehmen und auch “The other side of mediatization“ zunehmend beachten. Es bleibt spannend.

Thomas Birkner, Frühjahr 2023

Vorwort zur zweiten Auflage

So dynamisch wie der Wandel von Kommunikation und Medien stellt sich auch die Forschung hierzu dar. Medialisierung und Mediatisierung bezeichnen dabei zugleich Prozesse des Medien- und Gesellschaftswandels und Konzepte zur Erforschung ebendieser Prozesse. Die Nachfrage nach der ersten Auflage in den vergangenen zwei Jahren ist Anlass dieser Neuauflage, die ich gerne zur inhaltlichen Aktualisierung dieses Bandes nutze. Denn in der Mediatisierungsforschung wird mittlerweile teilweise von tiefgreifender Mediatisierung gesprochen und diese auch erforscht. Währenddessen wird in der Medialisierungsforschung das Konzept der Medienlogik(en) weiter gedacht und auch auf Netzwerkmedien erweitert. Zugleich werden sowohl in der Mediatisierungsforschung als auch in der Medialisierungsforschung gegenläufige Trends stärker in den Blick genommen. In der Mediatisierungsforschung sind dies das Beharren auf alten medialen Praktiken sowie die bewusste Abkopplung von Mediatisierungsprozessen, die, wie etwa „Digital Detox“, als De-Mediatisierung bezeichnet werden. In der Medialisierungsforschung werden zunehmend auch die Abschirmung gegenüber den Medien sowie die bewusste „Nicht-Anpassung“ empirisch beobachtet und theoretisch in das Konzept integriert.

Gleichsam lässt sich in all dem Wandel durchaus ein sehr hohes Maß an Kontinuität auch in der Forschung feststellen. Denn die theoretischen Konzepte, obschon sie stetig weiterentwickelt und verfeinert werden, haben nun doch schon seit Jahren Bestand und werden in immer vielfältigeren empirischen Projekten angewendet. Insofern fiel die Überarbeitung dieses Buches insgesamt sehr behutsam aus.

Thomas Birkner, Sommer 2019

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Reihenherausgeber	5
Vorwort zur dritten Auflage	7
Vorwort zur zweiten Auflage	9
1. Grundzüge der Theorie	13
1.1 Die Konzepte Medialisierung und Mediatisierung	13
1.2 Stellung innerhalb der Kommunikationswissenschaft	20
1.3 Zentrale Begriffe	25
2. Entwicklungsgeschichte des Ansatzes	39
2.1 Mediengeschichte als Grundlage für Medialisierungs- und Mediatisierungsprozesse	39
2.2 Entstehungsgeschichte des Medialisierungs- und Mediatisierungsansatzes	45
3. Forschungslogiken der Medialisierungs- und Mediatisierungs-Forschung	51
3.1 Quantitative Verfahren	51
3.2 Qualitative Verfahren	54
4. Empirische Befunde	58
4.1 Studien zur Mediatisierung des Zuhauses	58
4.2 Studien zur Mediatisierung der Lebenswelt	62
4.3 Studien zur Medialisierung der Politik	71
4.4 Studien zur Medialisierung der Wissenschaft	82
4.5 Studien zur Medialisierung des Sports	89
5. Fazit und Ausblick	98
6. Top Ten der Forschungsliteratur	106
7. Literatur	109
Bisher in der Reihe erschienene Bände	139

1. Grundzüge der Theorie

1.1 Die Konzepte Medialisierung und Mediatisierung

Medialisierung und Mediatisierung beschreiben, zunächst einmal völlig unabhängig von der Schreibweise, die Tatsache, dass die Bedeutung von Medien in unserer Welt zunimmt. Nun könnte man das mit gutem Grund für recht banal halten. Doch hat die Kommunikationswissenschaft darüber hinaus kaum Konzepte, die diesem Umstand analytisch wirklich gerecht werden, und das, obwohl lange schon vom „Medienzeitalter“ (Meyrowitz 1987) oder auch von einer „Mediendemokratie“ (Marcinkowski & Pfetsch 2009) oder „Mediengesellschaft“ (Rössler & Krotz 2005; Donges 2008; Imhof 2006; Meyen 2009: 27; Krotz 2010: 93; Weischenberg, Malik & Scholl 2006; Saxer 2012) gesprochen wird. Im internationalen Kontext werden Begriffe wie „Mediapolis“ (Silverstone 2007) oder „Media Life“ (Deuze 2012) bemüht und damit jeweils auf die Allgegenwart der Medien verwiesen. Auf der Hand liegt in diesem Zusammenhang sicherlich, dass mit der Betonung der zunehmenden Bedeutung der Medien auch die Bedeutung der diesen Bedeutungszuwachs erfordernden wissenschaftlichen Disziplinen hervorgehoben werden soll.

Medialisierung und
Mediatisierung

Im englischsprachigen Raum bezeichnet der Begriff Mediatization diese immer stärkere Durchdringung moderner Gesellschaften mit Medien. Welche Rolle etwa spielt es, wenn Journalist*innen Politiker*innen auflauern, wenn Sportler*innen auf Schritt und Tritt von Kameras verfolgt werden, wenn wir beim Fernsehen twittern und überhaupt mit unseren Smartphones permanent online sind?

Mediatization

Begriffe

„Mediatization has become a much-used concept to characterize changes in practices, cultures, and institutions in media-saturated societies, thus denoting transformations of these societies themselves.“ (Lundby 2014: 3)

In der Kommunikationswissenschaft haben sich zwei Forschungsstränge entwickelt, die sich auf unterschiedliche Art und Weise mit dem Bedeutungsgewinn der Medien in unserer Gesellschaft beschäftigen: Medialisierung und Mediatisierung klingen also zunächst nicht nur sehr ähnlich, sondern haben durchaus ein gemeinsames Forschungsinteresse. Gleichzeitig stehen sie aber doch für unterschiedliche Herangehensweisen, die im Folgenden gegenübergestellt werden sollen. Der vorliegende Band behandelt also zwei wissenschaftliche Konzepte, deren Schreibweise sich nur in einem Buchstaben unter-

zwei Forschungsstränge

scheidet und die sicherlich zukünftig gemeinsam gedacht werden müssen, die jedoch gelegentlich Welten zu trennen scheinen.

Die Antipoden von Mediatisierung und Medialisierung innerhalb der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft sind geographisch etwa im Norden und im Süden der Bundesrepublik gelegen, genauer gesagt in Bremen und in München. In Bremen haben vor allem Andreas Hepp und der mittlerweile emeritierte Friedrich Krotz das Schwerpunktprogramm *Mediatisierte Welten* (Krotz & Hepp 2012; Hepp & Krotz 2014) vorangetrieben und etwa zu Vergemeinschaftung und Mediengenerationen (Hepp, Berg & Roitsch 2012, 2014, 2015) und zur *Deep mediatization* (Hepp 2020) geforscht. In München steht Michael Meyen für das Medialisierungskonzept (Meyen 2009; Meyen, Strenger & Thieroff 2015) und für Untersuchungen zur Medialisierung des Sports (Meyen 2014) oder der Politik (Meyen, Thieroff & Strenger 2014). Bei Carsten Reinemann (Reinemann 2010; Reinemann & Wilke 2007) sind in München etwa die Dissertationen von Nayla Fawzi (2014a) und Philipp Baugut (2017) zur Medialisierung von Politik entstanden. Und der Journalismusforscher Christoph Neuberger, mittlerweile in Berlin, hat in München den Journalismus in Bezug auf Medialisierung in den Blick genommen (Neuberger 2023). Im österreichischen Salzburg hat Thomas Steinmaurer (2016) eine beeindruckende Habilitation im Bereich der Mediatisierung vorgelegt. Künftig kann Thomas Birkner dort mit ihm zusammenarbeiten. Birkner hatte zuvor in Münster gemeinsam mit Daniel Nölleke, sowie mit Lena Küpper und Greta Kossing zur Medialisierung des Sports geforscht (Birkner & Nölleke 2016; Nölleke & Birkner 2019; Küpper, Kossing & Birkner 2022) und mit Nölleke und Andreas Scheu „The other side of mediatization“ beleuchtet (Nölleke, Scheu & Birkner 2021). In Münster forschten lange Frank Marcinkowski zur Medialisierung von Politik, Wissenschaft und Spitzensport (Marcinkowski & Steiner 2010, 2014, Marcinkowski, Kohring, Linder & Karis 2013; Flemming, Lünich, Marcinkowski & Starke 2016) und Jutta Röser zum mediatisierten Zuhause (Röser & Peil 2010a, 2010b, 2012; Peil & Röser 2014; Röser, Müller, Niemand & Roth 2017) Tür an Tür. Seit 2017 arbeitet Marcinkowski in Düsseldorf, wo sich vor ihm bereits Gerhard Vowe und Marco Dohle mit Medien und Sport beschäftigten (u.a. Vowe & Dohle 2016). Sport spielt in diesem Buch eine bedeutende Rolle, denn einige Entwicklungen treten hier besonders deutlich auf. Armin Scholl und Siegfried Weischenberg galt der Sportjournalismus schon lange als „Frühwarnsystem“ für Prozesse der „Kommerzialisierung und Enter-

tainisierung“ der Medien insgesamt (Scholl & Weischenberg 1998: 29).

Christoph Neuberger hat in seinem Aufsatz zu „Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft“ eine „*weite, mediale*, auf das technische Potenzial von Medien und ihre institutionelle Aneignung abhebende“ und „eine *enge, systemische* Variante, welche nur die Massenmedien und ihre Verwendung in publizistischen Teilsystemen, z.B. im Journalismus und in der Unterhaltung betrachtet“ (Neuberger 2023: 338-339, Hervorhebung im Original) unterschieden. Nick Couldry und Andreas Hepp haben in einem Special Issue der Zeitschrift *Communication Theory* entsprechend eine *sozialkonstruktivistische* und eine *institutionalistische Tradition* (2013: 196) gegenübergestellt. Entscheidend ist zunächst, dass sowohl Neuberger als auch Couldry und Hepp jeweils von unterschiedlichen Varianten bzw. Traditionen sprechen. Der eine (Neuberger) nennt das gemeinsame Dach Medialisierung, die anderen (Couldry und Hepp) hingegen Mediatisierung.

Und es wird noch komplizierter: Hans Mathias Kepplinger (2008: 327) etwa nennt das gemeinsame Dach ebenfalls „Mediatisierung“, exkludiert jedoch in einer ersten Fußnote Mediatisierung nach Krotz, einem der prägenden Protagonisten des Mediatisierungsansatzes: „Nicht behandelt wird hier die Mediatisierung im Sinne einer zunehmenden Nutzung von Medien zur Kommunikation. Vgl. hierzu Friedrich Krotz (2007: 37).“ Er versteht Mediatisierung ausschließlich als Medialisierung, nämlich als „Anpassung der Akteure in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und zahlreichen anderen gesellschaftlichen Subsystemen an die Erfolgsbedingungen der Medien“ (Kepplinger 2008: 327). Das hat Kepplinger übrigens mit Gerd Vowe gemeinsam (etwa Vowe 2006; Dohle, Vowe & Wodtke 2009), und so wird deutlich, dass die Form des ‚Labelings‘ sicherlich nicht im Vordergrund stehen sollte, sondern die empirische Forschung zu konkreten wissenschaftlichen Fragestellungen.

Im deutschen Kontext also müssen die Konzepte, bei allen Gemeinsamkeiten, hier zunächst klar getrennt werden: Die *weite, mediale, sozialkonstruktivistische* Linie meint Mediatisierungsforschung und die *enge, systemische, institutionalistische* Linie meint Medialisierungsforschung. „Enge“ bzw. „Weite“ beziehen sich vor allem auf den unterschiedlichen zugrunde liegenden Medienbegriff. Während bei der engeren Medialisierungsforschung die massenmedial vermittelte öffentliche Kommunikation im Fokus steht, fasst die Mediatisierungsforschung „gleichermaßen Massenmedien, Medien der inter-

Sozialkonstruktivistische und
institutionalistische Tradition

personalen Kommunikation und interaktive Computermedien“ unter ihren weiten Medienbegriff (Kinnebrock, Schwarzenegger & Birkner 2015: 21).

Nimmt Mediatisierung das Agieren von Akteuren mit Medientechnologien in den Blick, untersucht Medialisierung die Anpassungen im Handeln von Akteuren gegenüber den Massenmedien: „Mediatization generally refers to the process through which core elements of a social or cultural activity (e.g., politics, religion, and education) become influenced by and dependent on the media.“ (Hjarvard 2012: 30)

Akteure



Michael Meyen

Genau auf halber Strecke seines Journalistikstudiums an der Universität Leipzig (1988–1992), der Ausbildungsstätte für DDR-Journalist*innen brach das System zusammen. Michael Meyen, 1967 in Bergen auf Rügen geboren, arbeitete dennoch von 1991 bis 1997 als Journalist und Nachrichtenredakteur in der Tagespresse, beim Hörfunk und beim Teletext und promovierte währenddessen (1995) mit einer Arbeit über *Leipzigs bürgerliche Presse in der Weimarer Republik* (Meyen, 1996). Mithilfe eines Stipendiums der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) habilitierte er sich 2001 und wurde, nach einem kurzen Gastspiel als Gastprofessor an der TU Dresden, zum Sommersemester 2002 auf eine Professur für Allgemeine und Systematische Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität in München berufen. Meyen gehört zu den produktivsten, vielseitigsten und streitbarsten deutschen Kommunikationswissenschaftlern. Dabei ist er vielfach vor allem als Kommunikationshistoriker in Erscheinung getreten. Er forscht nach wie vor zu den Medien der DDR, ihren Akteuren und ihrer Nutzung und insgesamt zu historischer Rezeptionsforschung. Darüber hinaus ist er in der Fach- und Theoriegeschichte der Kommunikationswissenschaft profiliert durch zahlreiche Bücher und das Biographische Lexikon der Kommunikationswissenschaft: <http://blexxom.halemverlag.de>. Er ist außerdem ausgewiesener Journalismusforscher, hat sich im Bereich der qualitativen, nicht standardisierten Methoden positioniert, wie auch in der Medialisierungsforschung. In jüngerer Zeit hat er die medienkritischen Bücher *Breaking News – Die Welt im Ausnahmezustand* (Meyen, 2018) und *Das Elend der Medien – Schlechte Nachrichten für den Journalismus* vorgelegt (Mirbach & Meyen, 2021).

In ihrer Kritik beider Ansätze erklären David Deacon und James Stanyer (2014: 1033), Medialisierung würde sich den „großen“

2. Entwicklungsgeschichte des Ansatzes

2.1 Mediengeschichte als Grundlage für Medialisierungs- und Mediatisierungsprozesse

Für die Entstehungsgeschichte der hier zu behandelnden Ansätze ist zunächst wichtig, wie jeweils der historische Prozess der Durchdringung menschlichen Zusammenlebens mit Medien rekonstruiert wird. Krotz spricht in diesem Zusammenhang von der „Geschichte der Menschheit“ als einer „*Geschichte der Zunahme der Medien*“ (Krotz 2010: 99, Hervorhebung im Original). Schließlich sei zur Sprache die Schrift hinzugekommen, dann die Druckmaschine, der Fotoapparat, das Radio, das Fernsehen, schließlich das Internet. Komplementär zum kommunikationshistorisch erforschbaren Medienwandel entwickelt Krotz „ein Konzept des Medienwandels von heute, das wir ‚*Mediatisierung*‘ nennen“ (Krotz 2010: 100, Hervorhebung im Original).

Doch was ist überhaupt Medienwandel? Philipp Müller (2016: 33) hat in seiner Dissertation auf breiter Literaturbasis folgende Arbeitsdefinition zu den beiden Begriffen des Kompositums „Medienwandel“ vorgeschlagen:

„Unter Medienwandel werden [...] die nachhaltigen Veränderungen der technischen Kommunikationskanäle, Organisationen und sozialen Institutionen verstanden, die die Kommunikation in einer Gesellschaft ermöglichen und vermitteln und dadurch auch mitbestimmen und prägen.“

Damit sei keinesfalls unterstellt, dass der Impuls für nachhaltige Veränderungen vom Medienbereich ausgehen müsse. Wie bereits viele vor ihm (u.a. Hickethier 2003) schließt auch Müller (2016: 33) hier „ein Primat technologischer Veränderungen“ aus. Entsprechend haben auch Bösch und Frei (2006: 10, 14) zur Erforschung von „Schüben der Medialisierung“ vor allem auf die Entwicklung von Demokratie und Gesellschaft geachtet. Für das 19. Jahrhundert stellen sie heraus, dass die Pressefreiheit zu den zentralen Forderungen des Frühliberalismus etwa im Vormärz und der 1848er- Revolution gehörte.

Was ist Medienwandel?

Kernsätze

„Domains such as law, science, art and business have long established highly rationalized systems of specialist expertise, along with respected institutions that protect their autonomy. So as high modernity (in the West, roughly from the late 18th century) came to prioritise public accountability to an increasingly literate and educated public, the media proved

a controversial intrusion, with clashes of values to be strategically repelled in various ways. But in the domains of civil society, sport, politics, religion and education, each of which depends for its intrinsic operations on establishing a close relationship with the public, the door to mediatization and the potency of media logics could never be closed, however protective they might be of their professional norms, publicity being core to their success. Mediatization across domains, therefore, takes different forms, as the case studies in Lundby (2014) show, and as further research could usefully explore.“ (Lunt & Livingstone 2016: 6)

Fünf Epochen der
Medialisierung

Fünf Epochen der Medialisierung öffentlicher Kommunikation haben Edzard Schade und Matthias Künzler vorgeschlagen (Schade & Künzler 2010: 89–90):

1. Von der Frühgeschichte bis Mitte des 15. Jahrhunderts: Der Wandel von Kommunikationsstrukturen im Übergang von archaischen zu stratifizierten Gesellschaften und die Entwicklung von szenischen Medien, Schriften und nicht mechanisierten Druckverfahren.
2. Mitte 15. bis zum 17. Jahrhundert: Die Mechanisierung des Buchdrucks und die zögerliche Ausbreitung periodischer Publikationen in stratifizierten Gesellschaften.
3. 18. und 19. Jahrhundert: Die Beschleunigung der Medialisierung bei der Herausbildung funktional differenzierter Gesellschaften; Entstehung der Massenpresse im Zeitalter des Liberalismus und der Industrialisierung.
4. 20. Jahrhundert: Die Popularisierung tertiärer Medien; forcierte Differenzierung des Medienangebots durch die Rundfunkmedien Radio und Fernsehen.
5. Ab den 1980er-Jahren: Die Entzeitlichung der Rezeption von Rundfunkmedien.

Bevor wir uns dem letzten Punkt, der Entzeitlichung der Rezeption als Kennzeichen der Digitalisierung und damit einem Kernbereich der Mediatisierungsforschung, zuwenden, schauen wir auf die Entwicklung im 20. Jahrhundert. Hier benennen Bösch und Frei drei entscheidende Schnittpunkte, die jedoch nichts mit dem Aufkommen neuer Medientechnologien zu tun haben, nämlich „der Aufbau von Hugenberg's Medienimperium, die alliierten Neustrukturierungen nach 1945 und die Spiegel-Affäre“ (Bösch & Frei 2006: 14). Die beiden argumentieren, dass ersteres in Deutschland zum Sinnbild einer antidemokratischen Pressekonzentration wurde und letzteres

zur „Ikone einer selbstbewußten [sic!] Öffentlichkeit“ (Bösch & Frei, 2006: 15).

Dazwischen lagen die wichtigen institutionellen Weichenstellungen der Alliierten, die in Westdeutschland nach 1945 sowohl die Presse neu strukturierten und wieder dezentralisierten, als auch ein öffentlich-rechtliches Rundfunksystem etablierten. Durchaus in Anlehnung an Bösch und Frei, jedoch stärker auf die Verbreitung jeweils neuer Medien abhebend, hat Meyen (2009: 25) insgesamt fünf Phasen vorgeschlagen:

1. das Aufkommen der Massenpresse im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts,
2. die Ausbreitung des Hörfunks und der Übergang vom Stummzum Tonfilm in den späten 1920er- und frühen 1930er-Jahren,
3. die Ausbreitung des Fernsehens in den ersten beiden Nachkriegsjahrzehnten,
4. die Kommerzialisierung des Rundfunks in den 1980er-Jahren, und
5. die Digitalisierung sowie die Ausbreitung des Internets ab Mitte der 1990er-Jahre.

Hier wird deutlich, dass für die Medialisierungsforschung, ihrer Orientierung an Massenmedien folgend, der historische Prozess der Medialisierung eigentlich erst mit dem Aufkommen der Massenpresse Ende des 19. Jahrhunderts beginnt, was wiederum Teil der sich seit dem 18. Jahrhundert vollziehenden funktionalen Ausdifferenzierung modernen Gesellschaften ist. Triebkräfte sind hierbei Industrialisierung und Technisierung, Verrechtlichung und Demokratisierung, Urbanisierung und Alphabetisierung (Birkner 2012). Die Durchdringung der modernen Massengesellschaft mit Massenmedien und die dazugehörigen Demokratisierungs- und Urbanisierungsprozesse, aber auch Globalisierungs- und Individualisierungsprozesse von der gedruckten Presse hin zur Digitalisierung spielen dabei eine Rolle.

Einen weiteren bedeutenden Vorschlag einer Phaseneinteilung für den Prozess der Medialisierung im Verlauf des 20. Jahrhunderts hat Jesper Strömbäck (2008: 236ff.) vorgelegt. Danach beginnt Medialisierung mit einer ersten Phase, in der politische Inhalte weitestgehend über Medien verbreitet werden, diese aber noch stark von der Politik abhängig sind. Diese Abhängigkeit, die für Westdeutschland deutlich über 1945 hinausreichte und für Ostdeutschland bis 1989 andauerte, schwindet in der zweiten Phase. Hier kann man etwa für Westdeutschland an die *Spiegel*-Affäre als Wendepunkt denken (Birkner

Aufkommen der
Massenpresse

Vierphasenmodell von
Strömbäck

& Mallek 2020). Ergebnis des damaligen Konfliktes war, dass sich Medien und Politik zukünftig auf Augenhöhe begegneten, was eine ältere Generation von Politikern überforderte, während jüngere dies anzunehmen bereit waren (Birkner 2016a). In der dritten Phase, so Strömbäck (2008: 238), kippt dann die Dominanz im Verhältnis von Politik und Medien, und politische Akteure müssen akzeptieren, dass sie sich nicht mehr darauf verlassen können, dass die Medien ihnen gefällig sind.

Akteure



Jesper Strömbäck

Jesper Strömbäck, geboren 1971 in Göteborg, ist einer der profiliertesten europäischen Kommunikationswissenschaftler in der Medialisierungsforschung, insbesondere im Bereich der politischen Kommunikation. Er ist Professor für Journalismus und politische Kommunikation am Department of Journalism, Media and Communication an der Universität von Göteborg. Bereits seine ersten Schriften von 1997 und 1998 beschäftigten sich mit dem Begriff Medienlogik. Er hat mit den Phasen (2008) bzw. Dimensionen (2011) der Medialisierung das Konzept Medialisierung theoretisch entscheidend mit voran gebracht. Er war Chair (2014–2016) der Political Communication Division der International Communication Association (ICA) und hat gemeinsam mit Frank Esser unter anderem die Bücher *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies* (2014) und *Making Sense of Mediatized Politics: Theoretical and Empirical Perspectives* (2015) herausgegeben. Zuletzt hat er in *Political Communication* über „Media-centric or politics-centric political communication research“ reflektiert (Strömbäck 2022).

In der vierten Phase der Medialisierung nach Strömbäck (2008: 240) wird dann Politik durch die Medien kolonialisiert (Meyer 2001). Dieser negative Fluchtpunkt von Medialisierung wird mittlerweile jedoch ebenso bezweifelt wie die historische Trennschärfe der Strömbäckschen Phaseinteilung. Gleichwohl sind seine Phasen als Heuristik zur historischen Erforschung von Medialisierung durchaus sehr brauchbar (Averbeck-Lietz 2014; Birkner 2013, 2015). Für Österreich etwa wurden in einer bemerkenswerten Studie Medialisierungsphasen nach Strömbäck (2008) in Wahlkampagnen seit den 1970er-Jahren gezeigt (Seethaler & Melischek 2014).

Wellen der Mediatisierung

Auch die Mediatisierungsforschung spricht von Mediatisierungsschüben oder -wellen und betont die Notwendigkeit einer langfristigen historischen Perspektive (Hepp & Krotz, 2012: 10). Couldry und

Hepp (2016) haben drei große Wellen (s.o.) der Mediatisierung identifiziert:

- Mechanisierung,
- Elektrifizierung und
- Digitalisierung.

Dabei stehen jeweils vordergründig neue Technologien wie die Drucktechnik, der elektrische Telegraph oder eben Computer, Internet und Smartphone am Anfang, werden jedoch als wichtige Stufen im langfristigen Prozess der Mediatisierung eingebunden (Couldry & Hepp, 2016: 34-56).

Einen umfangreichen wie anspruchsvollen Entwurf für Mediatisierungsstufen im historischen Kontext hat Thomas Steinmaurer in seiner Habilitationsschrift *Permanent vernetzt – Zur Theorie und Geschichte der Mediatisierung* (Steinmaurer 2016) vorgelegt. Dabei ist vor allem auffällig, dass es sich hierbei um einen konsistenten Entwurf in einer Monografie über mehr als hundert Seiten handelt und nicht – wie so oft – um die Skizze von Phasen in Aufsätzen oder Sammelbandbeiträgen. Auch wenn Steinmaurer (2016: 179) nur von einem „Baustein für eine noch zu entwickelnde umfassende Geschichte der Mediatisierung“ spricht, beeindruckt der große Bogen, den er vom Beginn von Sprache und Schrift hin zur permanenten Vernetzung im 21. Jahrhundert schlägt.

Mediatisierungsstufen nach
Steinmaurer

Steinmaurer (2016: 179) konzeptualisiert Sprache und Schrift als Medien und kann so, wie auch Schade und Künzler (2010: 89–90), bereits die Zeit vor der Erfindung des Buchdrucks in seinem Modell berücksichtigen. Mit der Drucktechnologie ist dann die erste Mediatisierungsstufe (siehe Tab. 2) erreicht. Die zweite Mediatisierungsstufe folgt dann mit der Telegraphie, wobei hier die Innovationsstufen zunächst der optischen und schließlich der elektrischen Telegraphie neue Dimensionen der Konnektivität eröffneten: „Verstärkt durch den Metaprozess der Kommerzialisierung und Technisierung sollte auf Basis der Mobilitätskopplung von Waren, Personen und Informationen die Telegrafie ein neues Netzwerk globaler Konnektivität etablieren.“ (Steinmaurer 2016: 75) Mobilität im Anschluss an John Urry (2002, 2007) ist hier ein zentrales Motiv.

Für Steinmaurer ist „primäre Konnektivität“ erst mit der Telefonie und der Verkabelung der klassischen Medien wie Rundfunk und Fernsehen auf der dritten Mediatisierungsstufe gegeben. Die Mobilität bekommt dann aber auf der vierten Stufe mit Mobiltelefonie und mobilem Internet noch mal einen enormen Schub. Dadurch, dass nun mobile Empfänger und mobile Sender vorherrschen, besteht nun eine

2. Entwicklungsgeschichte des Ansatzes

vollständige „Mediatisierung in permanenter und ubiquitärer Konnektivität und Umgebungsvernetzung“ (Steinmauer 2016: 308). Weil hier vor allem technische Medieninnovationen beim Erreichen der jeweils nächsten Stufe der Mediatisierung eine zentrale Rolle spielen, besteht natürlich die Gefahr eines „technological fascination bias“ (Mattoni & Treré 2014: 254), also die Gefahr der Überbetonung von technologischen Innovationen als Begründungszusammenhang von Zäsuren.

Phase	Technologie	Medium/ Infrastruktur	Phänomene
Medialisierungsstufe 1	Drucktechnologie	Buch, Zeitungen, Zeitschriften	Kollektive und individualisierte Aneignungsformen
Medialisierungsstufe 2	Fixe und mobile Vernetzung	Drahtgebundene optische und elektrische Telegrafie, drahtlose Telegrafie	Beschleunigung, Nationalisierung, Transnationalisierung, Globalisierung, kommunikative Mobilität
Medialisierungsstufe 3 (primäre Konnektivität)	Fixe und mobile Vernetzung	Telefonie, Verkabelung klass. Medien, beginnende Konvergenz	Kommunikative Mobilität, Vernetzung, Globalisierung, Individualisierung, Beschleunigung
Medialisierungsstufe 4 (sekundäre, mediatisierte Konnektivität)	Mobile Sender und mobile Empfänger	Mobiltelefonie, weitreichende Konvergenz (mobiles Internet und „ubiquitous computing“)	Vollständige Mediatisierung in permanenter und ubiquitärer Konnektivität und Umgebungsvernetzung

Tabelle 2: Mediatisierungsstufen nach Steinmaurer (2016: 308).

Außerdem fällt auf, wie sehr Steinmaurer durch das Dispositiv der Konnektivität (im Sinne Michel Foucaults) einerseits die Vernetzung

besonders hervorhebt, dabei aber die audiovisuellen Medien etwas aus dem Blick verliert. So sind etwa Fotografie und Film, im Anschluss an Zielinskis „Audiovisionen“ hier „Zwischenspiele“ (Steinmaurer 2016: 214). Doch kann dies aufgefangen werden etwa durch die Lektüre des Medienwissenschaftlers Joseph Garncarz (2016), der den Medienwandel vor allem am Wandel der Kino- und Fernsehkultur illustriert.

Besonders verdienstvoll in diesem Bereich aber ist der von Katharina Lobinger und Stephanie Geise (2015) herausgegebene Band zu *Visualisierung – Mediatisierung*. Gerade weil Bilder zentrale Elemente der medialen Durchdringung des Alltags seien, wird hier von visueller Mediatisierung gesprochen (Lobinger & Geise 2015: 9) und Visualisierung als „eigenständiger aktueller und historischer Teilprozess des Metaprozesses Mediatisierung“ bezeichnet (Krotz 2015c: 18). Krotz hat auch an anderer Stelle die Bedeutung des Visuellen hervorgehoben, so in seinem Beitrag „Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality“ (Krotz 2012). Er betont die historische Dimension der Mediatisierung. Da es sich um einen Metaprozess handelt, sind die langen Linien für ihn so wichtig, weshalb er Mediatisierung auch als kulturübergreifenden Langzeitprozess versteht. Damit werden aktuelle Wandlungsprozesse, die sicherlich den Großteil der Forschung ausmachen, an größere Zusammenhänge und Entwicklungen anschlussfähig.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass für die Medialisierung das Aufkommen der Massenpresse als historischer Ausgangspunkt gelten kann. Seither erfüllen „die“ Medien eine spezifische kommunikative Funktion in modernen Gesellschaften. Medienwandel wird dann vielfach als Bedeutungsgewinn verstanden, was dann wiederum Medialisierungsprozesse in unterschiedlichen gesellschaftlichen Teilbereichen auslösen kann. Die Mediatisierung setzt deutlich früher in der Menschheitsgeschichte ein. Hier können über den Begriff des Metaprozesses auch frühere Stufen wie die Entwicklung von Sprache und Schrift einbezogen werden. Mit immer neuen Medientechnologien kommen immer neue Kommunikationsmöglichkeiten hinzu, die sich im 21. Jahrhundert in einer medialen Allgegenwart äußern, die sehr eng mit menschlichem Handeln insgesamt verwoben ist.

2.2 Entstehungsgeschichte des Medialisierungs- und Mediatisierungsansatzes

Insbesondere Krotz und Hepp haben das Mediatisierungskonzept im deutschsprachigen Raum entwickelt. Sie finden unter den Klassikern der Soziologie wie Ernest Manheim, Jean Baudrillard und, wie er-

Soziologische Prägung der
Mediatisierungsforschung

zu solchen Umbrüchen hat innerhalb des Projekt Stephan Niemand (2020, 2021a) geforscht und sich unter anderem damit beschäftigt, „[w]ie und warum junge Eltern nach der Geburt eines Kindes ihre Mediennutzung anpassen“ (Niemand 2021b: 79). Insgesamt lassen sich also tatsächlich Umwälzungen des Alltags feststellen, die dann auch das Medienhandeln beeinflussen, während „das Narrativ vom ‚revolutionären Umbruch‘ durch digitale Medien abermals zurückgewiesen werden“ müsse, „zugunsten der Betonung einer allmählichen Transformation des mediatisierten Zuhauses unter der ebenso alltagsbezogenen wie eigensinnigen Handlungshoheit der Mediennutzer und -nutzerinnen“ (Röser, Müller, Niemand & Roth 2017: 158).

Neben Wandel, das dürfte deutlich geworden sein, bleibt bei der Erforschung des *Mediatisierten Zuhauses* die Beobachtung von „Beharrung“ ein spannendes Phänomen, welches sich auch bei Erforschung der Mediatisierung unseres Alltags zeigt.

4.2 Studien zur Mediatisierung der Lebenswelt

„digital natives“

Wie die Studien zum Einzug des Internets in den Wohnraum gezeigt haben, hat das Internet gleichsam die Lebenswelt verändert. Vielen Menschen, ob alt oder jung, erscheint ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellbar. Doch während ältere Menschen sich zum Teil mühsam die neue digitale Welt erschließen müssen, wachsen junge Leute ganz selbstverständlich mit den neuen Technologien auf. In diesem Zusammenhang betont das Schlagwort der „digital natives“ (Prensky 2001; Palfrey & Gasser 2008) zunächst einen grundlegenden, geradezu epochalen Wandel bei Jugendlichen. Allerdings weisen Andreas Hepp, Matthias Berg und Cindy Roitsch darauf hin, „dass es *die* Generation der ‚digital natives‘ so einfach nicht gibt“, weshalb die ‚digital natives‘ in ihrem Projekttitel „Mediatisierte Alltagswelten translokaler Vergemeinschaftung: Die kommunikative Vernetzung und medienvermittelte Gemeinschaftsbildung der ‚digital natives‘“ im Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“ auch nur in Anführungszeichen stehen (Hepp, Berg & Roitsch 2012: 228–229, Hervorhebung im Original). Der Generationenbegriff ist dennoch wichtig für die Forscher*innen, da neben den Jugendlichen auch die medienvermittelte Gemeinschaftsbildung von Menschen mittleren Alters und älterer Menschen analysiert werden und dann miteinander in Beziehung gesetzt werden können.

Medienethnografische
Miniaturen

Auch bei der Studie zur Vergemeinschaftung von Jugendlichen in mediatisierten Welten kam eine aufwändige Methodenkombination zum Einsatz. Auf der Basis von durchschnittlich zweistündigen qualitativen Interviews sowie einer Visualisierung des jeweiligen Kommu-

A hand-drawn mind map with a central node 'X (Ich)' and several branches:

- Kino**: Connected by a line labeled 'Kino und Fernsehen' and 'Kino ist Fernsehen'.
- Fernsehen**: Connected by a line labeled 'Kino und Fernsehen' and 'Kino ist Fernsehen'.
- Radio**: Connected by a line labeled 'Radio' and 'Radio'.
- Zeitung**: Connected by a line labeled 'Zeitung' and 'Zeitung'.
- Bücher**: Connected by a line labeled 'Bücher' and 'Bücher'.
- WWW**: Connected by a line labeled 'WWW' and 'WWW'.
- Musik**: Connected by a line labeled 'Musik' and 'Musik'.

Additional notes on the branches include:

- Next to **Kino**: 'Kino und Fernsehen', 'Kino ist Fernsehen'.
- Next to **Fernsehen**: 'Kino und Fernsehen', 'Kino ist Fernsehen'.
- Next to **Radio**: 'Radio', 'Radio'.
- Next to **Zeitung**: 'Zeitung', 'Zeitung'.
- Next to **Bücher**: 'Bücher', 'Bücher'.
- Next to **WWW**: 'WWW', 'WWW'.
- Next to **Musik**: 'Musik', 'Musik'.

Fallbeispiele

welch große Rolle Zeitungen und Bücher spielen, wie unwichtig sie klassisches Fernsehen einschätzt und dennoch täglich nutzt und welche hohe Bedeutung sie dem

Internet beheimst. Die wichtige Rolle des Internets findet sich dann auch in der persönlichen Kommunikation (siehe Abb. 2) von Swantje Knebel, die mit vielen Freunden, Bekannten und der Familie via E-Mail oder Facebook kommuniziert und

auch im Interview seufzend gesteht, dass Facebook „echt täglich“ läuft und sie bereits, noch während sie Kaffee kocht „kurz mal in den E-Mail- Kasten guck[t]“ (Hepp, Berg & Roitsch 2012: 245).

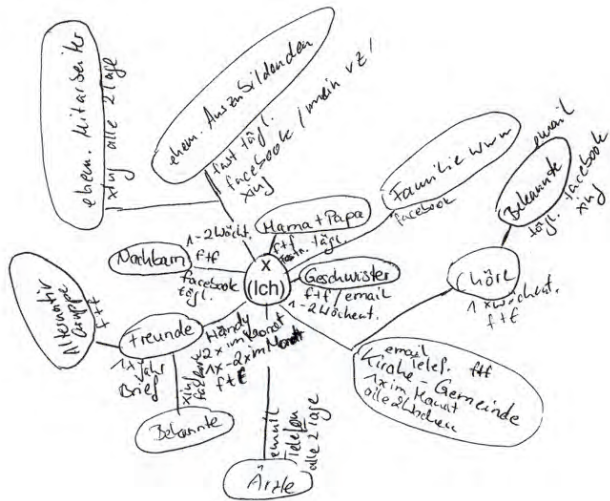


Abbildung 2: Netzwerkkarte personaler Kommunikation (Hepp, Berg & Roitsch 2012: 246).

Insgesamt können zwei Arten von Vergemeinschaftung unterschieden werden (siehe Abb. 3). Unter mediatisierten Vergemeinschaftungen sind „solche Formen von Vergemeinschaftung“, zu verstehen, „für die Mediatisierung zwar nicht konstitutiv ist, die aber zunehmend durch Mediatisierung in ihrer jeweils spezifischen Form geprägt sind“. Als Mediatisierungsvergemeinschaftungen werden wiederum „solche Formen von Vergemeinschaftung“, verstanden, „für deren Artikulation technische Kommunikationsmedien konstitutiv sind“ (Hepp, Berg & Roitsch 2012: 251–252; Hepp, Berg & Roitsch 2014: 56).

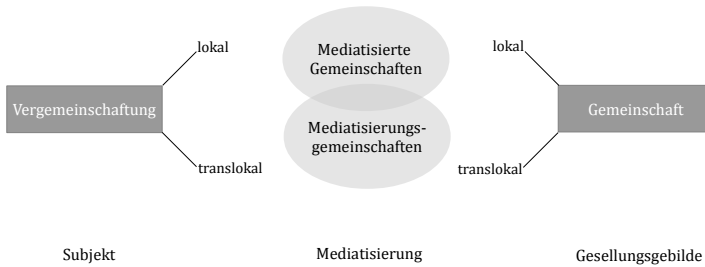


Abbildung 3: Mediatisierte Gemeinschaften und Mediatisierungsgemeinschaften (Hepp, Berg & Roitsch 2014: 57).

Insgesamt werden zunächst vier Typen entwickelt, und zwar „Lokalisten“, „Zentristen“, „Multilokalisten“ und „Pluralisten“. Diese sind dadurch charakterisiert, dass Lokalisten auf das „jeweils direkte Lebensumfeld“ ausgerichtet sind, die Vernetzungen von Zentristen um eine „spezifische thematische Gemeinschaft angeordnet sind“, jene der Multilokalisten an definierten Orten orientiert ist, während die vielfältigen Vergemeinschaftungen der Pluralisten „zum Teil unverbunden nebeneinander stehen“ (Hepp, Berg & Roitsch 2014: 248–249). Ihnen allen ist zwar gemeinsam, dass Dynamiken der Mediatisierung insgesamt ihre Vergemeinschaftungen prägen. Jedoch lassen sich daneben auch Momente der Beharrung analysieren. Während bei Multilokalisten und Pluralisten vielfach die Mediatisierungsgemeinschaften dominieren, ist bei Lokalisten und auch bei Zentristen zu beobachten, dass diese Typen auch nicht-mediatisiert vorkommen können. Die Befunde schränken auch die Erklärungskraft des Begriffs der ‚digital natives‘ stark ein und zeigen auf, wie wenig durch den „Mediatisierungsschub der Digitalisierung ein *einheitlicher* mediatisierter Vergemeinschaftungshorizont entsteht“ (Hepp, Berg & Roitsch 2014: 248, Hervorhebung im Original). Bei der Beschäftigung mit älteren Menschen wurde schließlich noch ein weiterer Typus manifest, der sich latent auch schon bei den Jugendlichen zeigt. Diese wenigen „Isolationisten“ sind oft nur sehr eingeschränkt kommunikativ vernetzt (Hepp, Berg & Roitsch 2017: 94). Bei einer zweiten Datenerhebungswelle wurden 58 ältere Menschen zwischen 60 und 88 Jahren und allesamt im Ruhestand befragt, später dann noch Menschen mittleren Alters (31–59 Jahre). Insgesamt, so lässt sich zusammenfassen, agieren junge Menschen sehr unterschiedlich in der mediatisierten Welt, vernetzen sich auch nicht-mediatisiert – und doch lassen sich Typen

Mediengenerations-
übergreifende Typen

Mediengenerationen

entlang der Dimensionen von mediatisierten Vergemeinschaftungen und Mediatisierungsvergemeinschaftungen bilden.

Orientiert am Generationenbegriff von Karl Mannheim (1964) und auf der Basis der Forschung zur Vergemeinschaftung haben Hepp, Berg und Roitsch sich den Mediengenerationen angenommen.

Begriffe

„Als Mediengeneration lässt sich [...] die Verdichtung einer Altersgruppe oder mehrerer Altersgruppen von Menschen definieren, die in ihrer Medienaneignung einen spezifischen Erfahrungsraum von Mediatisierung sowie ein generationelles, sich auf die eigene Medienbiografie stützendes Selbstverständnis als eine Mediengeneration teilen.“ (Hepp, Berg & Roitsch, 2017: 86, Hervorhebung im Original)

Wichtig ist zu betonen, dass es sich bei Mediengenerationen keinesfalls um ein statisches Konzept handelt, sondern eine solche nur im jeweiligen Moment und nur in Abgrenzung gegenüber anderen Mediengenerationen hergestellt werden kann (Hepp, Berg & Roitsch 2015: 30-31). Außerdem ist bedeutsam, dass hier die Medien im Zentrum der Betrachtung stehen und weitere Aspekte einer Generation wie „die 68er“ außen vor bleiben. Gleichfalls aber entsteht durch die Medienaneignung eine generationelle Spezifik, durchaus im Sinne der auf Seite 36 erläuterten kommunikativen Figurationen (u.a. Hepp & Hasebrink 2014a, 2014b) und stärker nach innen gedacht. Schließlich gibt es dann in diesem Zusammenhang die Positionierung gegenüber anderen, ebenso medienspezifisch, aber eher nach außen gerichtet (Hepp, Berg & Roitsch 2017: 87-88). Ausgangspunkt waren die so genannten ‚digital natives‘, die hier besser beschrieben sind mit dem Begriff der „digitalen Mediengeneration“ (siehe Abb. 4). Zwischen diesen jungen Menschen und den heute älteren Menschen, der „massenmedialen Mediengeneration“, befinden sich die heute mittelalten Menschen, die als „Sandwichgeneration“ zwischen den anderen Generationen liegen und hier als „sekundär digitale Mediengeneration“ bezeichnet werden (Hepp, Berg & Roitsch 2014: 30).

Massenmediale
Mediengeneration

Die „massenmediale Mediengeneration“ zeichnet sich vor allem durch eine besonders hohe Bandbreite von Personen aus, in deren „Medienrepertoires verschiedene digitale Medien eine große Bedeutung für die Vernetzung haben, bis hin zu solchen, in deren Repertoires digitale Medien praktisch nicht vorkommen“ (Hepp, Berg & Roitsch 2017: 105). Der Name der Generation bezieht sich hier auf eine Mediensozialisation, die durch zwei Mediatisierungsschübe ge-

Lundby 2015) gesprochen; Esser und Strömbäck (2014) sehen ein „paradigm in the making“, und auch Livingstone und Lunt (2014) sprechen von einem „emerging paradigm“.

Akteure

Sonia Livingstone

Sonia Livingstone, Jahrgang 1960, trägt seit 2014 den Titel „Officer of the Order of the British Empire (OBE)“ für ihre Verdienste für Kinder und ihre Sicherheit im Internet. Berühmt sind vor allem ihre Studien „UK Children Go Online“ und „EU Kids Online I–III“. Die studierte und promovierte Psychologin (BA in Psychologie am University College London, PhD in Psychologie an der Oxford University) ging zunächst 1990 als Lecturer an das Department für Sozialpsychologie an der London School of Economics (LSE), wo sie 1997 Senior Lecturer und 1999 Professorin wurde. Seit 2003 lehrt sie als Professorin am neu gegründeten Department für Medien und Kommunikation der LSE.

Livingstone war von 2007 bis 2008 Präsidentin der International Communication Association (ICA); eine von sehr wenigen Frauen in diesem Amt und darüber hinaus auch eine der wenigen, die nicht aus den USA stammt (Meyen 2012; Wiedemann & Meyen 2016). In ihrer ICA Presidential Address sprach sie 2008 von der „mediation of everything“ (Livingstone 2009). Sie trug damit zum einen zur Popularisierung des Ansatzes bei, aber auch zur kritischen Auseinandersetzung damit. Dieser Einstellung ist sie treu geblieben. 2014 und 2016 lieferte sie gemeinsam mit ihrem Kollegen Peter Lunt luzide Beiträge zum Paradigma Mediatization, in denen sie einerseits das Konzept verteidigten, andererseits verstärkt auf seine Weiterentwicklung beharrten. Auch mit der Wahrnehmung der Kommunikationswissenschaft hat sie sich immer wieder auseinandergesetzt. Im Interview mit Michael Meyen sagte sie 2012: „A typical political scientist might study the impact of the Internet for political processes, without ever reading a communication journal.“ (Meyen 2012: 2392) Im *Aviso* der DGPK äußerte sie sich 2016 optimistischer: „I believe we are needed by many constituencies across society, and our job is to get out there, talk to all those who value what we bring, and get on with the job.“ (Livingstone 2016: 8)



Beide Ansätze versuchen, die wachsende Bedeutung der Medien in unserer Gesellschaft analytisch zu fassen, theoretisch zu erklären und empirisch zugänglich zu machen. Weil sie hierzu durchaus unterschiedliche Wege wählen, können sie sich sinnvoll ergänzen, können also als komplementär statt konkurrierend verstanden werden und

in gemeinsamen Forschungsprojekten zusammenfließen, wenn man miteinander stärker darauf fokussiert, zu untersuchen, „how media-tization functions by what happens with communication when individuals, institutions, and organizations use media“ (Krotz & Hepp 2013: 123).

Zukünftig könnten die sich ausdifferenzierenden neuen kommunikativen Formen der individuellen Mediennutzung und -aneignung auf der Mikroebene aus der Perspektive der Mediatisierungsforschung sowie der mediale Anpassungsdruck auf Organisationen aus der Perspektive der Medialisierungsforschung als Prägung des jeweiligen Mediensystems im Zeitverlauf ineinandergreifen. Bei den beiden Konzepten, so Marian Adolf, handele es sich zwar um zwei Gesichter, aber eben nur einen Kopf. Denn die Zunahme von Medienkanälen im individuellen Alltag und die Zunahme des Einflusses von Medien in weiteren gesellschaftlichen Feldern benötige jeweils als Grundlage ein „hinreichend abstraktes Konzept“ für die Erfassung des „jeweils historisch spezifische[n] Medienensembles“ (Adolf 2017: 46). Das gilt auch, aber eben nicht nur, für die Mediensozialisationsforschung (Birkner & Krämer 2016, 2017). So fanden bislang etwa Erkenntnisse zur Medialisierung des Sports keine Berücksichtigung bei der Forschung zur mediatisierten Fitness oder zum mediatisierten Poker, obwohl dort explizit mediatisierte Varianten von Sportarten auf der höchsten Stufe auf der Mediatisierungstreppe stehen (siehe Seite 87).

Kernsätze

„Mediatisierungsforschung fragt, dies ist zunächst relativ konsensuell zu sagen, nach dem sozialen Wandel auf Mikro-, Meso- und Makroebene im Kontext der Medien und umgekehrt.“ (Krotz 2014: 8)

Dabei könnte neben der jeweils noch nicht abgeschlossenen Theoriearbeit das Miteinander helfen, die theoretischen Defizite beider Ansätze zu verringern und so gemeinsam stärker empirische Forschung anzuleiten, wenn die „institutional dimension of the media as it is originally linked with the concept of ‘media logic’, as well as the more situative focus on the communicative construction of sociocultural reality“ (Hepp 2013c: 627), zusammen gedacht werden. James Stanvers und Sabina Miheljs Klage im *Journal of Communication*, die Kommunikationswissenschaft verfüge weder über Konzepte noch über methodisches Rüstzeug, um Wandel analytisch zu fassen, ist vor allem auf die hier besprochenen Konzepte zu Medialisierung und

Mediatisierung gemünzt (Stanyer & Mihelj 2016). Nach wie vor fehlen die große Linien, fehlen beiden Ansätzen solide theoretische Grundlagen, weshalb gelegentlich der Eindruck entsteht, viele Forscher*innen nutzten das jeweilige Konzept gerade so, wie es ihnen passt.

Dabei ist der Fluchtpunkt klar und auch gemeinsam formuliert: Der Prozess des Medienwandels wird in seinen Konsequenzen auf der Makroebene des Gesellschaftswandels verortet und kann mit weiteren Metaprozessen wie Ökonomisierung, Individualisierung und Globalisierung in Verbindung gesetzt werden. Untersucht wird der Prozess dann aber vor allem auf der Mikro- bzw. Mesoebene, wenn das Medienhandeln von Akteuren und Institutionen erforscht wird. Weil aber, wie Schwarzenegger mit Bezug auf Bolin (2014) betont, „Makrostrukturen durch die Analyse von Mikroprozessen zu erschließen sind“ (Schwarzenegger 2017: 110), ist Bolins „media as a world“-Ansatz eine Möglichkeit, nicht zwangsläufig zwischen Mikro-, Meso- und Makroperspektiven trennen zu müssen. Hier kann ein vereintes Vorgehen erfolgreich sein. Denn einerseits, sozusagen von „unten“ kommend, hat sich die menschliche Kommunikation fragmentiert, individualisiert, gleichzeitig aber auch weiter sozialisiert, beschleunigt und lokalisiert. Andererseits, sozusagen von „oben“ kommend, sind Organisationen einem verschärften Wettbewerb und einer massiven Ausdifferenzierung ausgesetzt. Will man ganzheitlich erklären können, was dies alles nun für die Gesellschaft, das menschliche Zusammenleben und die Großtrends von Ökonomisierung, Globalisierung und Individualisierung bedeutet, müssen beide Forschungsstränge stärker als bislang gemeinsam gedacht werden.

Einen möglichen Ansatz, Medialisierungs- und Mediatisierungsperspektive zu vereinen, zeigen vermutlich jene Denker auf, die für die Überwindung der Dichotomie von Strukturen und sozialen Systemen auf der einen und Akteuren und Individuen auf der anderen Seite stehen. Hier bietet sich Anthony Giddens (1984) mit seiner Strukturierungstheorie ebenso an wie Uwe Schimank (2010) mit seiner Akteurs-Struktur-Dynamik. Schimank wird – von Elias kommend – sowohl in der Mediatisierungsforschung und hier insbesondere in den Kommunikativen Figurationen (Hepp & Hasebrink 2014a, 2014b; Hepp & Hasebrink 2017) aufgenommen, als auch in der Medialisierungsforschung (Meyen, Thieroff & Strenger 2014; Meyen, Strenger & Thieroff 2015; Karidi 2016, 2017).

Darüber hinaus haben Deacon und Stanyer (2015) vorgeschlagen, doch eher von „Mediatization and“ statt „Mediatization of“ zu spre-

Akteurs-Struktur-Dynamik

chen. Dies erscheint durchaus beachtenswert, denn auf diesem Wege geht viel Deterministisches verloren, und der Blick kann klarer auf das Miteinander von Politik und Medien oder Sportler*innen und Smartphones gerichtet werden. So könnte sich zukünftige Forschung noch stärker als bislang auf das Ineinandergreifen von Medienwandel und gesellschaftlichem Wandel fokussieren, und zwar sowohl in lebensweltlichen Bereichen als auch in gesellschaftlichen Teilbereichen. Mazzoleni hat darauf hingewiesen, dass „Mediatization of“ würde “media-centric and causal meanings” transportieren, dabei sei doch die „media industry” selbst mittlerweile „affected by dramatic changes vis-à-vis the penetration of the Internet and of web-centred (sic!) logics and practices” (Mazzoleni 2017: 139).

Deep Mediatization

Durch das Internet und insgesamt durch die Digitalisierung, so Hepp, sei schließlich eine neue Stufe der Mediatisierung erreicht. In der von ihm konzipierten *Deep mediatization* sieht er „a challenge to mediatization research, as it must incorporate the analysis of algorithms, data and digital infrastructures” (Hepp 2020: 6). Er arbeitet fünf Entwicklungen und Trends heraus: „the increasing differentiation of digital media, their connectivity, their omnipresence, pace of innovation and datafication“ (Hepp 2020: 176). Das 2020 erschienene Buch *Deep mediatization* wurde 2021 in einer deutschen Übersetzung bei Halem unter dem Titel *Auf dem Weg zur digitalen Gesellschaft – Über die tiefgreifende Mediatisierung der sozialen Welt* veröffentlicht (Hepp 2021). Im Vorwort zur deutschen Ausgabe erklärt Hepp (2021: 9): „Wir leben nicht in der digitalen Welt. Wir sind aber auf dem Weg dahin.“ Diesen Weg wissenschaftlich zu begleiten, wird (gemeinsame) Aufgabe von Medialisierung- und Mediatisierungsforschung sein.

Mediasierung

Es ist bereits mehrfach in diesem Buch angeklungen: Durch die Digitalisierung von Kommunikation erscheint es sinnvoll, die beiden Ansätze stärker miteinander zu verschränken. Weil sich

„die bislang vornehmlich von der Medialisierungsforschung erforschte Politik nicht mehr nur medialisiert sondern auch mediatisiert und die von der Mediatisierungsforschung untersuchte Alltagskommunikation sich nicht nur mediatisiert, sondern auch medialisiert und der jeweilige Gegenstand dadurch mit dem jeweiligen Ansatz der Mediatisierungs- bzw. Medialisierungsforschung allein nicht mehr umfassend erforscht werden kann, wird hier für ein gemeinsames Vorgehen plädiert“ (Birkner 2021: 198).

Die bereits vorgestellte Matrix von Schäfer (2014) kann entsprechend auch auf die politische Kommunikation übertragen werden. So wird deutlich, dass Medialisierung und Mediatisierung ineinandergreifen. Eine zukünftige gemeinsame Bezeichnung „könnte Mediasierung lauten“ und durch „den Wegfall von t und l“ würde ein Streitpunkt zwischen den unterschiedlichen Lagern wegfallen (Birkner 2021: 199–200). Wie im Englischen gäbe es einen gemeinsamen Namen, der zwei unterschiedliche Forschungsstränge zwar stärker miteinander verbinden würde, die dennoch in ihrer jeweiligen Tradition wertvoll und unterscheidbar bleiben.

	Massen-kommunikation	Interne Kommunikation	Interaktive Kommunikation
Extension	Massenmediale Präsenz nimmt überall im Politiksystem zu, ebenso wie Social Media	Soziale Medien erweitern den Diskursraum	Und ermöglichen den direkten Austausch mit den Wähler*innen
Amalgamierung & Substitution	Massenmedien und Social Media als relevante Informationsquellen für Politiker*innen und Ersatz von professioneller durch mediale Reputation	Social Media ersetzen/ bedrohen zunehmend vormals arkane Bereiche wie Hinterzimmer und mediatisieren diese Räume	Massenmedientauglichkeit wird ergänzt, ersetzt, durch Follower*innenzahlen, Reichweite auf Social Media als neue Währung
Anpassung	Anpassung von Politiker*innen an die (wahrgenommene) Logik der Massenmedien und die Netzwerklogik von Social Media	Online-/e-Kompetenzen wichtiger; Dataifizierung der Politik und der politischen Kommunikation	Herausforderungen und Möglichkeiten durch fake news, hate speech, social bots, fact checking

Tabelle 4: Matrix zu Medialisierung und Mediatisierung der politischen Kommunikation (Birkner 2022: 104; 2021: 200) nach Schäfer (2014: 574).

Denn auch ohne die hier in Aussicht gestellte Verknüpfung der Ansätze haben die beiden bereits etablierten Blickrichtungen ihre jeweils eigenen Stärken. Medialisierung und Mediatisierung haben auf den eingeschlagenen Wegen ein enormes Potential, die Kommunikations- und Medienforschung weiterzuentwickeln und wertvolle Erkenntnisse über die Rolle der Medien in modernen Gesellschaften liefern zu können.