

Literatur

Inhalt:

Jörg Hagenah/Heiner Meulemann (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Lothar Mikos	92
Karl Nikolaus Renner: Fernsehen Lothar Mikos	94
Frank Kelleter (Hrsg.): Populäre Serialität: Narration – Evolution – Distinktion. Zum seriellen Erzählen seit dem 19. Jahrhundert Michael Wedel	95
Thomas Bellut (Hrsg.): Jugendmedienschutz in der digitalen Generation. Fakten und Positionen aus Wissenschaft und Praxis Anja Humberg	96
André Grzeszyk: Unreine Bilder. Zur medialen (Selbst-) Inszenierung von School Shootern Lothar Mikos	97
Ines Müller: Filmbildung in der Schule. Ein filmdidaktisches Konzept für den Unterricht und die Lehrerbildung Reinhard Middel	98
Anja Hartung/Achim Lauber/Wolfgang Reissmann (Hrsg.): Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik. Festschrift für Bernd Schorb Klaus-Dieter Felsmann	99
Tobias Kurwinkel/Philipp Schmerheim: Kinder- und Jugendfilmanalyse Tilman P. Gangloff	100
Kurzbesprechungen 1 Hans-Dieter Kübler	101
Kurzbesprechungen 2 Tilman P. Gangloff, Lothar Mikos, Daniel Hajok	102

Mediatisierung mit Fragezeichen

Mediatisierung ist zu einem Allerweltsbegriff geworden. „Mit dem Begriff verbunden ist die These, dass sich der Einfluss massenhaft genutzter Medien auf den Lebensalltag der Bevölkerung in den letzten Jahren verstärkt hat“ (S. 7), so die Herausgeber in ihrem einleitenden Beitrag *Mediatisierung in vergleichender Perspektive*. Der Begriff greift populäres Wissen auf, indem er einen Namen für ein Phänomen bereithält. So ist der Erkenntniswert entsprechend auch im Wesentlichen auf der beschreibenden, phänomenologischen Ebene angesiedelt. Im Titel des Bandes ist Mediatisierung zwar noch mit einem Fragezeichen versehen, doch gehen die einzelnen Beiträge davon aus, dass Mediatisierung ein bedeutendes Phänomen gegenwärtiger Gesellschaft ist. Die 15 Beiträge des Bandes sind fünf Themen zugeordnet: 1) Theoretische Zugänge, 2) Empirische Zugänge, 3) Mediatisierung als Wandel der Mediennutzung, 4) Mediatisierung und sozialer Wandel, 5) Mediatisierung und politische Meinungsbildung. Die Herausgeber differenzieren in ihrem einleitenden Beitrag noch zwischen einer sozialen, einer räumlichen und einer temporalen Perspektive. Bei der sozialen Perspektive geht es darum, „welche sozialen Gruppen mit welchen Medien wie erreicht werden“ (S. 9). Die räumliche Perspektive legt den Fokus auf Unterschiede in der Mediennutzung an verschiedenen Orten und in verschiedenen Ländern. Mit der temporalen Perspektive wird untersucht, welche Medien mit der Zeit an Bedeutung gewinnen oder eben auch verlieren.

Der theoretische Teil wird mit einem Beitrag von Friedrich Krotz eingeleitet mit dem Titel *Mediatisierung als Metaprozess*. Krotz war Initiator des Schwerpunktprogramms „Mediatisierte Welten“ der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG), das sich auf den Mediatisierungsbegriff stützt. Schade nur, dass Krotz in seinem Beitrag lediglich einen Aufguss eines Kapitels aus seinem Buch *Mediatisierung* beisteuert. Bemerkenswert ist jedoch sein Verweis darauf, dass es nicht darum gehe, eine technizistische Perspektive einzunehmen. Es müsse darum gehen, die Veränderungen in Alltag und Kultur zu beschreiben. „Damit ist Mediatisierung nicht als Zunahme der Medien und als Bedeutungszunahme der Medien beschreibbar, sondern muss als Wandel von Kommunikation bzw. kommunikativem Handeln beschrieben und theoretisch gefasst werden“ (S. 26). Doch wenn es um den Wandel von Kommunikation geht, ist zu fragen, warum sich sowohl die meisten Beiträge in diesem Band als auch die Projekte im Mediatisierungsschwerpunkt der DFG mit der Rolle und Bedeutung der Medien befassen. Vielleicht liegt aber – ganz hintersinnig – hierin das Fragezeichen im Titel begründet. Norbert Schneider setzt sich in seinem Beitrag mit den neuen Möglichkeiten von Öffentlichkeit durch das Internet auseinander. Sein Fazit: „Nicht ein Mangel an Öffentlichkeit ist zu beklagen. Eher schon ein Überfluss. Nicht die Öffentlichkeit braucht Stützen oder gar Schutz. Bedroht ist der private Raum, bedroht über die saisonalen Schwankungen hinaus durch Kontrolleure, die niemand kontrolliert“ (S. 52). Angesichts der aktuellen Diskussion um die

NSA-Überwachung ein wahrlich prophetischer Satz. Michael Schenk und Cornelia Jers können in ihrem Beitrag zeigen, dass die Funktionen einzelner tagesaktueller Medien über einen langen Zeitraum stabil bleiben. Das ändert sich erst durch das Internet. „Die seit dem Jahr 2000 stark wachsende Verbreitung und Nutzung des Internet kennzeichnet einen neuen Mediatisierungsschub, der auch von einem Wandel der Bewertung der anderen Medien begleitet ist“ (S. 71). Das Internet wird nach Auffassung der Autoren jedoch vorwiegend komplementär zu den anderen Medien genutzt.

In den Beiträgen zum empirischen Zugang geht es im Wesentlichen um methodische Fragen der Integration der MA-Daten und die Möglichkeiten und Grenzen des Nutzens solcher Daten. Für *tv-diskurs*-Leser dürfte vor allem der Beitrag von Damir Babic und Jörg Hagenah mit dem schönen Titel *Auch die privaten Fernsehsender haben unterschiedliche Publika* interessant sein. Im Zeitverlauf zeigte sich, dass bei ProSieben und SAT.1 ein Zuschauerverlust zu verzeichnen war, während RTL im Zeitraum von 1998 bis 2009 relativ stabil blieb. Vor allem Menschen mittleren Alters nutzen die privaten Sender intensiv, hier mehr im Osten als im Westen. Während RTL und SAT.1 von Frauen mehr genutzt werden, hat ProSieben eher männliche Intensivnutzer, die auch etwas jünger sind. Die Ansicht, dass es sich beim Privatfernsehen um ein „Unterschichtenfernsehen“ handelt, „kann zwar nicht endgültig widerlegt, aber in ihrer Aussagekraft deutlich relativiert werden“ (S. 182). Im Beitrag von Heiner Meulemann, Beate ApolinarSKI und David Gilles geht es um den Aspekt

der digitalen Spaltung im Internet. Sie stellen fest: „Die Barriere des Zugangs begünstigt zwar höhere Schichten, aber unter den Onlinern sind die höheren Schichten nicht bei jeder Anwendung im Vorteil“ (S. 213). Eine digitale Spaltung tritt demnach vor allem bei spezifischen Anwendungen auf, nicht jedoch bei der allgemeinen Nutzung des Internets. Die Filmwissenschaftlerin Sabine Hake befasst sich in ihrem Beitrag mit dem *Kinobesuch in Deutschland 1976 bis 2006*. Sie kann feststellen, dass der Anteil der Kinogänger an der Gesamtbevölkerung zunimmt. „Der typische Kinogänger ist jung, befindet sich noch in der Ausbildung oder ist berufstätig, ist ledig und besitzt einen höheren Schulabschluss. Zudem zeichnet er sich durch ein reges Freizeitverhalten aus, bei dem insbesondere Musik, Sport, Videos und DVDs, der Besuch von Kneipen und Diskotheken, Gaststätten und Restaurants, aber auch von Theater, Konzert und kulturellen Veranstaltungen eine Rolle spielen“ (S. 233). Allerdings ist die Zahl der über 50-Jährigen, die ins Kino gehen, stark gestiegen. Als Fazit hält die Autorin fest: „Das Kino sieht sich durch den demografischen Wandel und das Wachstum des Home-Entertainment-Marktes sicherlich einer ganzen Reihe von Herausforderungen gegenüber, deren Tragweite noch nicht absehbar ist“ (S. 235). Daran hat sich bis heute nichts geändert. Die Beiträge des Bandes bieten einen guten Überblick über die Veränderung der Medienlandschaft in Deutschland und die sich wandelnde Bedeutung einzelner Medien. Ob das allerdings etwas mit Mediatisierung zu tun hat, muss mit einem Fragezeichen versehen werden.

Wenn Mediatisierung, wie Krotz behauptet, ein Metaprozess ist – ähnlich der Globalisierung oder der Individualisierung –, dann müssten Medien das kommunikative Handeln der Menschen wesentlich verändert haben. Das scheint aber, wie einige der Beiträge zeigen, nicht der Fall zu sein. Die Funktionen von Kommunikation sind stabil, es ändern sich lediglich die benutzten Techniken. Mit dem Begriff der Mediatisierung werden einerseits alte kulturpessimistische Sichtweisen von Medien wieder aufgegriffen und damit andererseits den Medien ein mächtiges Wirkpotenzial unterstellt. Die Tatsache, dass sich unser Leben aus Arbeit, Freizeit und sozialen Beziehungen zusammensetzt, hat sich nicht geändert. Lediglich bei der Ausgestaltung dieser Lebensbereiche spielen auch Medien eine Rolle. Das Fragezeichen im Titel sollte daher besser so verstanden werden, den Begriff der Mediatisierung selbst in Frage zu stellen. Das tun die Autorinnen und Autoren dieses Sammelbandes leider nicht. Die Beiträge bieten jedoch einen Überblick über die Veränderungen in der deutschen Medienlandschaft in den letzten 60 Jahren.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Jörg Hagenah/Heiner Meulemann (Hrsg.): *Mediatisierung der Gesellschaft?* Berlin 2012: LIT Verlag. 314 Seiten, 29,90 Euro