

Universität Bremen    ZeMKI    Schwerpunktprogramm 1995 „MEDIATISIERTE WELTEN“

**Friedrich Krotz**

Der Wandel jugendspezifischer Kommunikationskulturen im Prozess der Mediatisierung.

**Bitte Beachtung:**

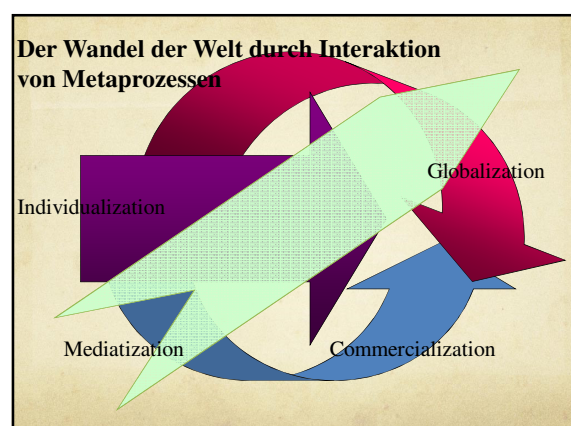
Alle Bilder entweder privat oder aus Wikipedia/nach Creative Commons Lizenz

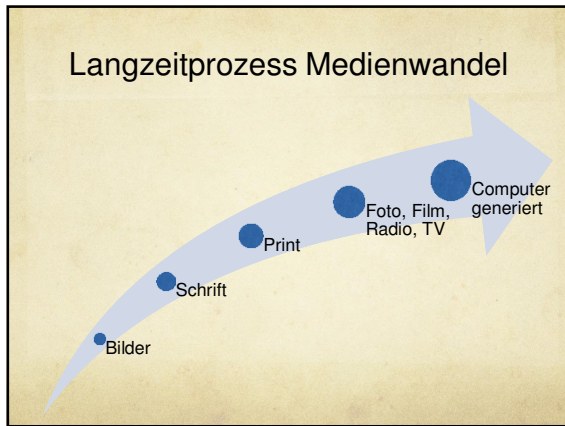
I  
**Mediatisierungsperspektive**



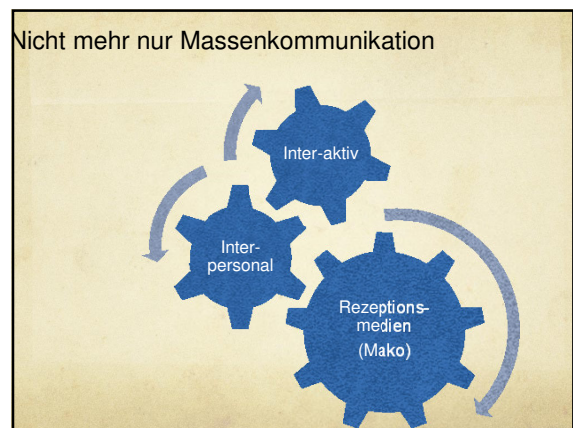
**Drei Besonderheiten**

1 Denken in Prozessen: Medien, Medienwandel, Mediatisierung sind Prozesskategorien





- ### Drei Besonderheiten
- 1 Denken in Prozessen: Medien, Medienwandel, Mediatisierung sind Prozesskategorien
  - 2 Medienbegriff, Kommunikationsbegriff, Ausdifferenzierung von Medien und Kommunikation



- ### Wandel der Rahmenbedingungen für Kommunikation
- Wandel der gesellschaftlichen Aushandlungsprozesse Z.B. Netzneutralität, Datenschutz,
  - Wandel der jeweiligen Lebens- und Gesellschaftsbereiche (Soziale Welten)
- ### Wandel des kommunikativen Handelns

### Drei Besonderheiten

- 1 Denken in Prozessen: Medien, Medienwandel, Mediatisierung sind Prozesskategorien
- 2 Medienbegriff, Kommunikationsbegriff, Ausdifferenzierung von Medien und Kommunikation
- 3 Eine sozial und kulturell ausgerichtete Perspektive: wie wandelt sich Alltag, Kultur und Gesellschaft im Kontext der Medien? Welche Einheit?

### Einheit „Soziale Welt“:

- Medien als Alltagsinstrumente.
- Wenn ein Mensch ein neues Medium ausprobiert, lernt er es in der Regel in einer seiner Lebensbereiche bzw. „sozialen Welten“ kennen (z.B. am Arbeitsplatz, mit Freunden, in irgendwelchen institutionellen Zusammenhängen oder aus einem Themeninteresse heraus)
- Wenn es ihr oder ihm nutzt, wird meist versucht, das Medium auch in anderen sozialen Welten zu verwenden.

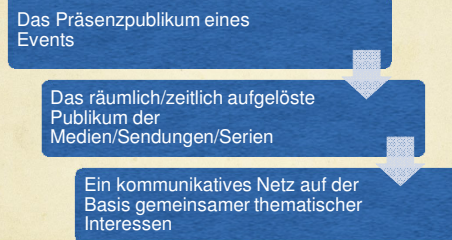
### Soziale Welt als soziale Einheit, die sich im Prozess der Mediatisierung wandelt

Mediatisierungsprozesse finden in der Regel nicht als Mediatisierung gesamter Lebenswelten statt, sondern in einzelnen **Handlungsbereichen des Individuums bzw. Gesellschaftsbereichen**

**Social World as** „a set of common or joint activities or concerns bound together by a network of communication“ (Anselm Strauss u.a.):

- z.B. Fan-Kulturen, Arbeitsbeziehungen, Schule, Pokern im Internet, Geschäftsmodell....

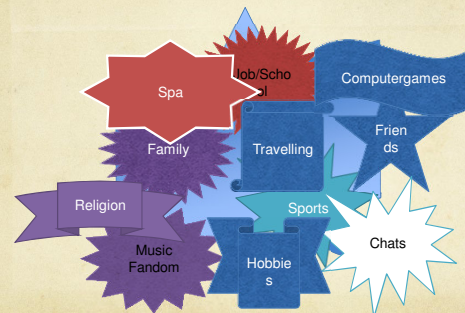
### Soziale Welt als Generalisierung des Publikumsbegriffs



### Handlungen in einer meditierten Sozialen Welt

- Medienvermittelte Kommunikation
- Medienbezogene Kommunikation und Handlungsformen
- ediatisierte Soziale Welt: Wenn das Geschehen in einer Sozialen Welt ohne Berücksichtigung der Medien nicht mehr verstanden werden kann.
- Mediatisierte Kommunikation
- Schule, Familie, Peergroup, Politik, Bürojobs...

Der postmoderne Mensch und seine sozialen Welten



### Bspl: die mediatisierte Welt des Fussballs



- ### Akteure und Organisationen
- Im Stadion: Priorität für die Kameras und die presse, TV Bildschirme, Kameras zur Beobachtung und Identifizierung von Zuschauern, Lautsprechersysteme, Medien für Werbung
  - Das Spiel: Primär organisiert für die Medien, die ja auch das Geld beibringen
  - Die Spieler als beobachtete Stars, beobachtet von den Medien, fotografiert von den Menschen, Marktwert auch über die Medien, Ihr Beitrag zur Wahrnehmung von Fussball zwischen den Spielen
  - Schiedsrichter ausgerüstet mit WalkieTalkies und allen möglichen weiteren Geräten bis hin zu Torkameras etc.
  - Das Personal des Clubs und der Vereinsübergreifenden Organisationen mit ihren Arbeitsmedien with TV: virtual ads, announcing sponsors, second screen
  - Fans mit ihren Orten, Zeiten und Medien der Kommunikation – Alle Medien, spezifische Zeitungen, Blogs, Websites, Handynetzen

Medienvermittelte Kommunikation

Medienbezogene (S) Kommunikation/ Handeln

Mediatisierte Welt, *weil sie ohne Berücksichtigung der Rolle der Medien nicht verstanden werden kann*




### Wandel durch neue/sich wandelnde Medien

Andere Inhalte, Formen, Ästhetiken

Neue Kommunikationformen und eine andere soziale Konstruktion von Wirklichkeit

Veränderte soziale Institutionen, auf Medien bezogene Normen und Handlungsweisen, andere Machtbalancen und Einflussnahmen

Andere Erwartungen an Medien, andere Wahrnehmungsweisen und Aneignungsformen

Starting points: Change of Media

Why? How?

What, How?

Theory of changing Culture  
Process  
Politics  
Identity  
...

Further consequence



### z.B.

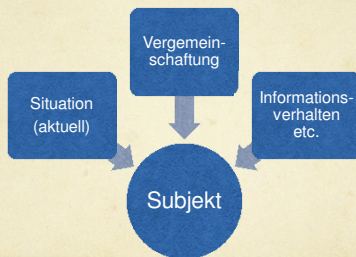
- Wandel der Familienkommunikation (Röser et al.)
- Informationsverhalten Jugendlicher (JFF)
- Familie unter Migrationsbedingungen (Greschke et al.)
- Mediatisierte Mediennutzung (Göttlich et al.)
- Reflexive Mediatisierung (Hitzler et al.)
- Rekursive, d.h. historisch bezogene Mediatisierung (Krotz et al.)
- Von sozialen zu synthetischen Situationen (Knorr Cetina et al.)

### Teil II

## Thesen zum Wandel von Jugendkulturen und Subjektformationen

Basis: theoretische und empirische Einsichten aus unserer Forschung

### Wandel/These



### Aktuell: Wandel der Situation



Wikipedia/  
Creative Commons  
Lizenz

### Die Mediatisierung der Situation

- Apps, die auf neue Weise weiterhelfen (Landkarten, Wetter, Wörterbücher)
- Neue Apps, die nur in Situationen weiterhelfen (Taschenlampe, Wasserwaage, Einkaufshinweise in der Umgebung, Unfallmelder)
- Apps, die die Situation analysieren (Schrittzähler, Pulsmesser usw.)
- Apps, die neue Situationen erzeugen (sollen): touristische Hinweise, Yoga und TaiChi)
- Komplexere Beispiele (Augmented reality, Auto-diebstahlkontrolle, Kinderüberwachung, Einbruchsmelder ...).

### Neue Formen Begleitung und medizinischer Überwachung per Handy

- z.B. medizinische Überwachung per Handy von Blutdruck, Herzschlag, Zuckerspiegel,
- Ferndiagnosen, automatische Alarmer
- regelmäßige Erinnerung etwa zur Einnahme von Medikamenten etc.
- Kontrolle belastender Arbeits-/Lebensverhältnisse, Stadtteilmedizin
- Kontakt zu Mitgliedschaftsgruppen – Schwangerschaft, Eltern, Älter (Anknüpfung an Selbsthilfe)
- Roboter als Freundschafts- und Kontrollinstanz für Älter und Kranke

## These

- **Integration der Medien ins Ich:**

z.B. Begriffswandel: Allein mit Medien, Personalisierung des Mobiltelefons (Jugendliche), das persönliche Kommunikationsinstrument wächst in den Körper hinein,

Symbol smartphone, Google Brille, Ohrhörer als Bilder

## Wandel der Vergemeinschaftungsformen und sozialen Beziehungen

## Neue Medienvermittelte Vergemeinschaftungsformen

- Ständige Verbundenheit mit der Peergroup und den anderen stets direkt erreichbaren Kontaktpersonen
- Zunehmende Nutzung und Bedeutung von Musik als zumindest temporäre Vergemeinschaftungsform
- Flashmobs,
- Gruppenbezogen via Whatsapp und anderen Instant Messengern.
- Partizipative, die peergroup übergreifende Vergemeinschaftungsformen sind zumindest möglich

## Wandel sozialer Beziehungen und Bezugsgruppen

- Verdichtung von Kontakten, Facebook-Freunden und Followern,
- Zum Teil: Deintensivierung von Offline-Kontakten, z.B. politisches Engagement
- Deintensivierung des Freundschaftsbegriffs
- Zunahme von Kommunikation in sozialen Netzwerken, aber Reduktion auf bestimmte Beziehungen  
Priorität früherer Beziehungen
- Selfies als Versuch, die eigene Person durch situative Bezüge darzustellen (als noch nicht völlig durchstrukturierter FACEBOOK-Bereich)
- Präsentation vor unbekanntem Publikum

## Wandel der Selbstdarstellung und deren Verwendung

*Von der situativen Selbstdarstellung im Rahmen von Kommunikation zu einer inszenierten Präsentation der Gesamtperson*

*Von der Selbstdarstellung auf Websites, mittels Avataren und in Blogs zur Abbildung der Biographie bei Facebook als mindestens eine Ergänzung*

*Facebook: Von vielfältigen und ausdifferenzierten Sozialen Softwareangeboten hin zum Monopolisten Facebook, das zudem die Kategorien bestimmt, wie man sich ausdrücken kann*

*Von sozialen Kontakten in sozialer Software hin zur einer von Facebook angeregten kontinuierlichen Erzeugung von möglichst vielen zuordenbaren und verarbeitbaren Daten zur Katalogisierung: BIG DATA*

## These

- **Integration des Ich in die Medien** über die Anbindung durch das Mobiltelefon und die für immer mehr Jugendliche immer länger präsen- und verwendete Medien, aber auch über Avatare als Projektionen ins Web, emailadressen, unterschiedliche Identitätskonstruktionen, Gewohnheiten etc.: Das Netz wird vom Medium zum realen Lebensbereich.

## These:

- Die Vergemeinschaftungsformen im Internet sind entweder kommerzialisiert oder sie werden gerade kommerzialisiert.

## Wandel durch Informationsverhalten, augmented Reality, Robotik und das Web der Dinge

## Von der akkumulativen zur situativen

### Informationsverarbeitung

„Sich informieren bedeutet für 77 Prozent der Jugendlichen vor allem, ihre Anliegen und Fragen in Suchmaschinen zu formulieren (Mädchen: 74 %, Jungen: 80 %).“ (JIM Studie 2009, S. 35)

Das beinhaltet – zusammen mit der Beobachtung, dass weniger Zeitung gelesen und weniger Nachrichten im Fernsehen eingeschaltet werden, dass sich Jugendliche nicht akkumulativ informieren, sondern situativ, wenn sie Informationen benötigen.

Das ist einerseits zweckmäßig und effektiv, wirft andererseits die Frage auf, wie man Informationen überprüft.

## Kommunikation mit

- W
- A
- L
- D
- I



## These

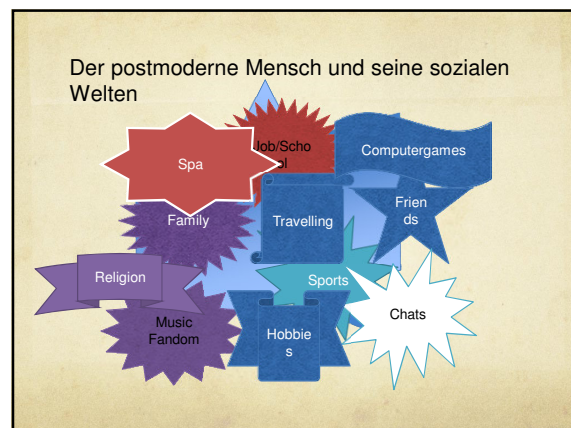
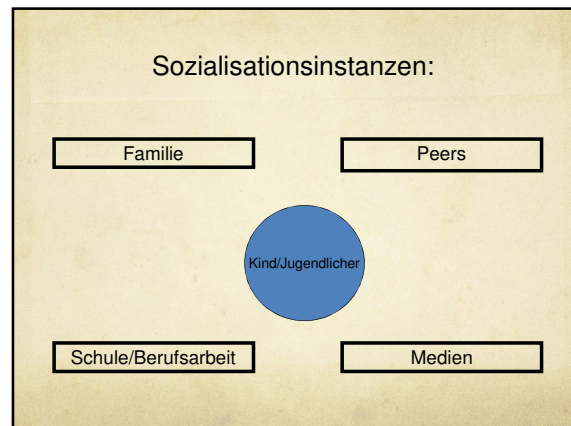
- **Wandel der Reflexion des Erlebten:** Insofern das Erlebte mehr oder weniger sofort ins Netz gestellt und geteilt wird, muss es dafür zunächst aufbereitet werden.
- Zudem werden damit Antworten provoziert und erhalten, die in jede Reflexion und Verarbeitung des Erlebten einfließen. Reflexion als grundlegende Form intellektueller und emotionaler Verarbeitung wird damit gewissermaßen sozialisiert.
- Auf jeden Fall finden so Reflexion und Verarbeitung in einer veränderten Weise statt.
- Vertrauen?

## Wandel des Subjekts?

- Habitus, Sozialcharakter, Sozialisation?
- Adornos Autoritärer, Fromms kapitalistischer, Ziehe und Lashs narzisstischer Character, der außengeleitete Mensch von Riesman, Bourdieus Habitus, Foucaults von Dispositiven umstellter Mensch
- Und kommerzieller Einfluss
- Selbstdarstellung als Präsentation eines positiven und gut gelaunten Erfolgsichs
- Privatisierung aller Probleme und Ängste, die nur noch einer Privatsprache zugänglich sind (Lorenzer)#

### Wandel von Wahrnehmung, und von Gewohnheiten

- Wahrnehmung/Erleben als fundamentale Voraussetzung für Kommunikation und Denken
- Sehen, Lesen, Hören etc. sind erlernt und prägen Perspektiven und Erwartungen/abhängig von Relevanzsystemen
- Gewohnheiten als praktikable Wissensbestände, die auf situationsspezifische Weise verwendet werden können



### These

- War früher der Alltag stabil und waren die Medien ein belebendes Element, so zerfällt heute Alltag in Handeln in verschiedenen sozialen Welten:
- Schule und Berufe, Freunde und Sport, Fankultur und Musik, Familie und Interessen, Computerspiele, Chillen, Kneipe – die Komplexität steigt, die verschiedenen sozialen Welten funktionieren unterschiedlich, auch im Hinblick auf ihre Mediatisierung
- Die Medien dienen nicht mehr dazu, die Welt zu verstehen, sondern der erlebte Alltag und die wahrgenommene Welt werden auf die medialen Angebote und das Wissen daraus bezogen – Medien integrieren so die sich immer weiter ausdifferenzierenden Lebensbereiche

These: KMW und  
Medienpädagogik  
benötigen einen  
angemessenen  
Subjektbegriff  
Das Modell der  
Entwicklungsaufgaben  
nach Havighurst ist zu  
medienfern konstruiert



### III Ergänzungen

- Warum so einflussreich?
- Der Wandel von Kommunikation zu Mediatisierter Kommunikation: Der beteiligte Dritte
- Warum der Medienwandel heute nicht einfach nur Digitalisierung und ein Speichern in anderen Datenformen ist.



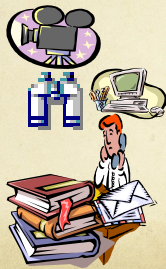
*Das besondere des Medienwandels heute*

*Digitalisierung*

*Der Computer als Schnittstelle und als Steuergerät*

*Die Einzelmedien werden zu Hardware/Software-Kombinationen in der computergesteuerten digitalen Infrastruktur*

Von einem Mediensystem aus einzelnen analogen Medien und dazugehörigen Institutionen, Techniken Inhalten, Ästhetiken, Distributionssystemen und Erfahrungsbereichen

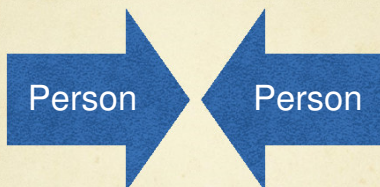


zu einer sich verdichtenden zusammenhängenden, digitalen, computerkontrollierten Infrastruktur aus Hardware/Software-Medien

### Die digitale Infrastruktur

- Verändert die Rolle der Sprache. Sie ist nicht mehr zum dokumentieren und Aufheben, sondern nur noch eine Vermittlung an die Menschen.
- Ermöglicht leichter Zugang zu allen möglichen Kommunikationsformen  
Digital vermittelte Partizipation
- die Kannibalisierung der alten Medien, ein Internet der Dinge: Drohnen, Wasserwaagen und Bezahlen von Bustickets, selbstfahrende Autos, automatische Gesichtserkennung.
- Die externe Steuerung von Kommunikation durch Geschäftsmodelle und
- Das einsammeln und Auswerten von Datenspuren

### Direkte Kommunikation



### Mediatisierte Kommunikation




- Der dritte hat eigene Interessen:
- Zum Beispiel beim Telefonieren „Fasse dich kurz“/“Quatsch dich leer“
- Zum Beispiel, um möglichst viele Daten zu sammeln/personalisierte Werbung, Big Data usw.
  
- Die Richtung der Entwicklung wird derzeit weitgehend von der Technikentwicklung und den ökonomischen Interessen bestimmt.

## Konsequenzen:

- Das abendländische autonome Individuum erweitert sein Ich und macht es gleichzeitig durchlässiger. Es integriert sich damit in einer neuen Weise, macht sich aber gleichzeitig auch von der gewählten oder erreichten Umwelt abhängiger,
  
- Nicht defizitär, sondern als Aufbruch zu einem Individuum in einer anders konstituierten Wirklichkeit

## Jedoch:

- Medienkompetenz ist nicht nur eine individuelle, sondern auch eine gesellschaftliche Fähigkeit, die darin besteht, mit den Medien angemessen umzugehen.
- Kommunikation zwischen Selbstverwirklichung oder verhaltenslenkender Zugang.
- Derzeitige Treiber: Die Technik und die Ökonomie. Das Netz ein gigantischer Marktplatz
- Entscheiden muss die Zivilgesellschaft.
- Wie können wir es als Raum zivilgesellschaftlich akzeptierter Selbstverwirklichungsformen zurückerobern?



Thank you for listening

Kommentare: jetzt oder per e-mail:

[Friedrich.Krotz@uni-Bremen.de](mailto:Friedrich.Krotz@uni-Bremen.de)

[www.mediatizedWorlds.net](http://www.mediatizedWorlds.net)