

Andreas Hepp

Kommunikation löst sich aus dem Hier und Jetzt

Anmerkungen aus Sicht der
Mediatisierungsforschung

Zuerst einmal ist festzuhalten, dass es positiv zu bewerten ist, wenn sich die Deutsche Bischofskonferenz dem aktuellen Medienwandel annimmt. Der Grundhaltung des Papiers, dass Fragen der Medienkommunikation für die Art und Weise, wie wir in unseren Gesellschaften und Kulturen leben, wichtig sind, ist sicherlich zuzustimmen. Aus Sicht der aktuellen Mediatisierungsforschung – gerade auch der zur Mediatisierung von Religion – bleiben aber Zweifel, inwiefern das Papier wirklich die zentralen Punkte von Medienkommunikationswandel benennt.

Geht es um „Virtualität“ und „Inszenierung“?

Das grundlegende Problem des Papiers ist die Tendenz zu einem gewissen Dualismus: Hier das „Virtuelle“ und die „Inszenierung“ der (digitalen) Medien, dort das „Authentische“ und „Orientierende“ der Lebenswirklichkeit. Exemplarisch für diesen Grundgedanken stehen Sätze wie der folgende: „Keineswegs stimmt schon alles mit der Wirklichkeit überein, nur weil es gut inszeniert ist“ (S. 31). Auch der Aufbau des Papiers steht für eine solche Dualität, wenn im diagnostischen Teil die zunehmende „Virtualität“ und „Inszenierung“ der (digitalen) Medien beklagt wird (S. 17-35), um dann gewissermaßen als kirchlich getragene, medienethische Antwort darauf „Authentizität“ und „Orientierung“ (S. 36-66) einzufordern. Würde man an dieser Stelle polemisch werden, könnte man sagen, das Selbstmarketing der katholischen Kirche geht auch in diesem Papier weiter, indem die „Inszenierung“ eines wahrlich „virtuellen“ Glaubens als Garant für „Authentizität“ und „Orientierung“ dargestellt wird (Ballardini 2005). Mit einer solchen Kritik macht man es sich aber vermutlich zu einfach, weil das Problem tiefergehend ist: So stimmt die grundlegende Diagnose des Papiers zumindest aus Sicht der aktuellen Mediatisierungsforschung nicht, auch wenn die eine oder andere medienethische Forderung sympathisch sein mag.

Wie können wir das „Zeitalter der digitalen Medien“ (S. 81) dann angemessen fassen? Die Antwort, die die aktuelle Mediatisierungsforschung auf diese Frage liefert, ist zuerst einmal stärker historisch kontextualisierend. Versteht man Mediatisierung als die zunehmende Verbreitung von Medienkommunikation und die damit verbundene „Prägung“ unserer Kulturen und Gesellschaften durch diese, ist Mediatisierung nicht ein Prozess, der erst mit den digitalen Medien beginnt, sondern einer der großen Wandlungszusammenhänge der Menschheitsgeschichte (Krotz 2007; Lundby 2009).

Sicherlich gab und gibt es verschiedene „Mediatisierungsschübe“ im Sinne von verdichteten Phasen dieses Entwicklungsprozesses. Die „Erfindung“ des Buchdrucks, aber auch die der digitalen Medien sind Beispiele dafür. Jedoch ist es dabei nicht einfach so, dass „technische Entwicklung [...] zu einem Medienwandel“ (S. 5) führt, der dann soziokulturelle Veränderungen nach sich zieht. Die aktuelle Mediatisierungsforschung zeigt sehr deutlich, dass die „Verdinglichung“ von Medientechnologien und soziokulturelle Veränderung Hand in Hand gehen, ja in Teilen die „Verdinglichung“ der Medientechnologien einen bestehenden Wandel von soziokulturellen Kommunikationsformen „objekthaft“ nachvollzieht. So zeigt ein detaillierter Blick, dass die „Erfindung“ des modernen Buchs mit seinem linearen Aufbau vor dem Buchdruck stattfand (Illich 2010) und in diesem erst „technisiert“ wurde. Ebenso hat das Internet mit seinem Social Web nicht einfach Individualisierung zu Folge. Zumindest in Teilen kann man sagen, dass diese Kommunikationsinfrastruktur so etwas wie die „materielle Stütze eines vernetzten Individualismus“ (Castells 2005) ist, was meint, dass sich ein Wandel hin zu radikalisierten individualisierten Lebensformen und die „Erfindung“ ihrer Technologien artikulierbar, also untrennbar zusammen zu denken sind. Gleichzeitig ist es aber so, dass das Social Web nicht individualisierend angeeignet werden muss, sondern durchaus Stütze einer monothematischen Orientierung auf Religion sein kann, wie unsere eigene Forschung zeigt (Hepp et al. 2011).

Was zeichnet dann den aktuellen Mediatisierungsschub aus? Auf diese Frage ist die aktuelle Mediatisierungsforschung dabei, viel grundlegendere Antworten zu entwickeln, als in dem Papier der Bischofskonferenz anklingt. Letztlich besteht ein Spezifikum des aktuellen Mediatisierungsschubs darin, dass wir in umfassenden „mediatisierten Welten“ leben (vgl. dazu Hepp 2011; Krotz/Hepp 2011). Gemeint ist damit, dass unsere verschiedenen „kleinen Lebenswelten“ konstitutiv durch Medienkommunikation geprägt sind. Um nur drei Beispiele zu nennen: Unsere Familie ist eine „mediatisierte

Welt“, indem die Vorstellungen von Liebe, Zusammenleben und Elternschaft durch Werbung, Filme und Musik kommuniziert werden, indem wir familiäres Zusammensein beim gemeinsamen Fernsehen herstellen, indem wir unsere Zeitplanungen mit Mobiltelefon, iPad und Social Network Sites abgleichen usw. Unsere Arbeitswelt ist eine „mediatisierte Welt“, indem wir in den meisten Berufen Medienarbeit leisten, lesen, mailen, telefonieren, Maschinen programmieren usw. Und unsere Politik ist eine „mediatisierte Welt“, nicht einfach weil in Massenmedien über Politik berichtet wird, sondern weil Politik mit Datenbanken, vertraulichen oder nicht-vertraulichen SMS oder „Leaks“ gemacht wird. Indem unser Leben auf alltagsweltlicher Ebene durch solche „mediatisierten Welten“ gekennzeichnet ist, müssen wir unsere heutige Kultur als „Medienkultur“ verstehen – eben als „Kultur mediatisierter Welten“. Es kommt also darauf an, solche „mediatisierten Welten“ und deren Probleme insgesamt zu erfassen. Über die „Probleme“ eines einzelnen Mediums und seiner „Inhalte“ zu reflektieren, greift zu kurz.

Hat das Papier der Bischofskonferenz also doch recht? Alles „virtuell“, alles „inszeniert“? Ein klares Nein ist die Antwort. Politik mit einem vortrefflich inszenierten „Leak“ ist genauso „real“, wie die erlebte familiäre Nähe zu einem Sohn beim gemeinsamen Spiel von „World of Warcraft“. Wir müssen verstehen, dass es hier um Grundsätzlicheres geht: Menschen stellen ihre Wirklichkeit durch Kommunikation her (Berger/Luckmann 1977; Knoblauch 2008), und diese Kommunikation ist in zunehmendem Maße medienvermittelt, gegenwärtig mehr und mehr durch digitale Medien. „Mediatisierte Welten“ als konstitutiv auf medienvermittelter Kommunikation beruhende Teilbereiche menschlicher Wirklichkeit haben für die Menschen, die in ihnen leben, den Charakter von Selbstverständlichkeit. Die „Präkräfte“ von Medien entfalten sich dadurch, dass diese Kommunikation „institutionalisieren“ und „verdinglichen“ und damit auch die Art und Weise unserer Wirklichkeitskonstruktion. Es bleibt aber das Handeln von Menschen, ihre Praktiken und deren Vollzug, durch die die Wirklichkeit „mediatisierter Welten“ hergestellt wird.

Was folgt daraus – auch für Religion?

Aus diesem aktuellen Diskussionsstand folgt erst einmal, dass „Virtualität“ und „Inszenierung“ nicht das Problem sind. Mediatisierte Phantasiewelten (und das scheint das Papier vor allem unter „Virtualität“ zu verstehen) gab es schon vor den digitalen Medien, und „Inszenierung“ ist ein Kernmoment von Mediatisierung überhaupt.

Dabei hat sich – um nochmals auf die zugegebenermaßen polemische Kritik von Bruno Ballardini (2005) zu verweisen – die katholische Kirche über die Jahrhunderte als Meisterin der „Inszenierung“ ihrer selbst gezeigt. Stellt man Gedanken darüber an, was sich mit dem aktuellen Mediatisierungsschub ändert, geht es um andere Dinge: Kommunikation löst sich mehr und mehr aus dem Hier und Jetzt, sie wird „translokal“ (ohne gleich global zu sein). Das heißt nicht, dass das Lokale verloren geht – wir Menschen als physische Wesen leben nach wie vor an bestimmten Orten. Es heißt aber, dass zunehmende Möglichkeiten von Kommunikationsbezügen an dem Ort bestehen, an dem wir leben. Die kommunikative Kontrolle, die kirchliche wie staatliche Gewalt über viele Orte in Europa noch vor 150 Jahren ausübte, ist mit der fortschreitenden Mediatisierung wesentlich geringer geworden. Glaube bewegt sich in einer zunehmenden Vielfalt von Kommunikationsräumen – und dass dies eine „Herausforderung“ ebenfalls für die katholische Kirche ist, wird daran deutlich, dass sie die „Weltjugendtage“ erfand, um den eigenen Glauben medienübergreifend, d.h. in den letzten Jahren gerade auch über digitale Medien für heutige Medienkulturen als „authentisch“ zu „inszenieren“ (Forschungskonsortium-WJT 2007; Hepp/Krönert 2009).

Auch Glaubensgemeinschaften bewegen sich also in der Komplexität heutiger „mediatisierter Welten“. An dieser Stelle verweist die Mediatisierung von Religion auf die zunehmende Individualisierung von Glauben überhaupt, wie einschlägige Diskussionen der Mediatisierungsforschung zeigen (vgl. aktuell beispielsweise Knoblauch 2006 und die Ausgabe 12, Nr. 2 von „Culture and Religion“). Vor einem solchen Hintergrund bedeutet Mediatisierung zuerst einmal etwas für die Kirchen: Indem sich die „mediatisierten Welten“ des Glaubens wandeln, ändern sich auch die Prozesse der fortlaufenden kommunikativen Konstruktion von Religion und Transzendenz – nicht als Wirkung, sondern als Ko-Artikulation. Das Papier der Publizistischen Kommission der Bischofskonferenz ist in einer solchen Sicht ebenso Teil des Phänomens wie seine Reflexion.

Was ist nun zu empfehlen? Aus Sicht der aktuellen Mediatisierungsforschung sind dies m.E. vor allem zwei Dinge. Erstens gilt es für unsere Medienkulturen insgesamt, den aktuellen Mediatisierungsschub in seinem historischen Kontext grundlegend zu erforschen. Wenn es bei der Mediatisierung nämlich um eine Veränderung von soziokultureller Wirklichkeitskonstruktion insgesamt geht, reicht es nicht aus, einen anderen Umgang mit „Gewalt“, einen besseren „Datenschutz“ und kompetenteres Handeln in „sozialen Netzwerken“ einzufordern, wie es in dem Papier gemacht wird

– so wichtig einzelne Ideen darunter sein mögen. Was ist, wenn sich mit dem aktuellen Mediatisierungsschub beispielsweise langfristig die subjektiven Horizonte von Vergemeinschaftung verschieben, wie dies schon einmal beim letzten Mediatisierungsschub der sogenannten Massenmedien geschah? Was ist, wenn die im Sinne politischer Entscheidungsfindung und -durchsetzung erfolgreiche Ko-Artikulation von Nationalstaat und nationalen Kommunikationsräumen aufweicht? Was heißt dies für Zivilgesellschaft, Politik und ggf. auch Kirchen? Dies ist nur eines der Phänomene, das derzeit in dem von der DFG geförderten Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“ (<http://www.mediatisiertewelten.de>) untersucht wird – neben vielen anderen. Wie wichtig eine solche grundlegende Forschung ist, zeigt sich daran, dass ähnliche Forschungsverbünde an anderen europäischen Universitäten entstehen, beispielsweise in Kopenhagen oder Oslo. Viel spricht dafür, dass ein angemessenes Verständnis des aktuellen Mediatisierungsschubs es erfordert, einige Konzepte, die wir in Bezug auf die „gesellschaftliche Relevanz“ von Massenmedien in den Köpfen haben, zu überdenken. Dazu müssen wir aber auch den Mediatisierungsschub der traditionellen Massenmedien historisieren und besser verstehen, als dies übliche Phasenmodelle nahelegen (vgl. beispielsweise Meyrowitz 1995).

Zweitens sollten wir – gerne zeitgleich, aber in jedem Fall in Bezug auf solche Forschungen – die zivilgesellschaftlichen Herausforderungen der gegenwärtigen Mediatisierung fundamentaler diskutieren, als es in den medienethischen Empfehlungen des Papiers der Bischofskonferenz anklingt. Hier nur ein Beispiel, das die obigen grundlegenden Fragen aufgreift: Was heißt es für einen „Nationalstaat“ und die Legitimation seiner politischen Prozesse ganz „praktisch“, wenn die hierfür konstitutive, standardisierte Kommunikation in die privatisierte Kommunikationsinfrastruktur des Internets verlagert wird? Wie gehen wir damit um, wenn damit das „Standardmodell“ der Einbindung durch Massenmedien mit nationaler Reichweite dem „Standardmodell“ der ego-zentrierten translokalen Kommunikationsräume weichen sollte, in denen bestimmte Nachrichten- und Unterhaltungsmenüs automatisiert durch Software generiert werden (wie beispielsweise jetzt schon die „Empfehlungen“ im „iTunes“ oder „Amazon Online Store“ oder bei „GoogleNews“) bzw. durch Vorschläge des eigenen sozialen Netzwerks, das ggf. sehr monothematisch orientiert ist? Würde das nicht heißen, dass wir auch nochmals anders und grundlegender über das nachdenken müssten, was „öffentliche Medien“ sind?

Wie gesagt, Gewaltprävention, Datenschutz und Handlungskompetenz sind wichtig. Man sollte deswegen aber nicht grundsätzlichere Fragen aus dem Blick verlieren. Diese eröffnen sich erst über ein grundlegendes Verständnis des Mediatisierungsprozesses, an dessen vorläufigem Ende unsere heutigen „mediatisierten Welten“ stehen.

Literatur

- Ballardini, Bruno (2005): Jesus wäscht weißer. Wie die Kirche das Marketing erfand. Leipzig.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (1977): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt a. M.
- Castells, Manuel (2005): Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden.
- Forschungskonsortium-WJT (2007): Weltjugendtag 2005: Megaparty Glaubensfest. Erlebnis, Medien, Organisation. Wiesbaden.
- Hepp, Andreas (2011): Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten. Wiesbaden.
- Hepp, Andreas/Berg, Matthias/Roitsch, Cindy (2011): Monothematische und multithematische mediatisierte Vergemeinschaftungshorizonte: Grundmuster kommunikativer Vernetzung und medienvermittelter Vergemeinschaftung. In: *Studies in Communication and Media*, 1. Jg., H. 2, im Druck.
- Hepp, Andreas/Krönert, Veronika (2009): Medien – Event – Religion: Die Mediatisierung des Religiösen. Wiesbaden.
- Illich, Ivan (2010): Im Weinberg des Textes: Als das Schriftbild der Moderne entstand. München.
- Knoblauch, Hubert (2006): Die populäre Religion. In: *Theologisch-Praktische Quartalsschrift*, 154. Jg., Nr. 2, S. 164-172.
- Knoblauch, Hubert (2008): Kommunikationskultur, Kulturalismus und die Diskursivierung der Kultur. In: Yousefi, Hamid Reza/Fischer, Klaus/Kather, Reginer/Gerdson, Peter (Hg.): *Wege zur Kultur. Gemeinsamkeiten – Differenzen und interdisziplinäre Dimensionen*. Nordhausen, S. 261-284.
- Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden.
- Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (2011): A concretization of mediatization: How mediatization works and why ‘mediatized worlds’ are a helpful concept for empirical mediatization research. In: *Empedocles. European Journal for the Philosophy of Communication*, Jg. 3, im Druck.
- Lundby, Knut (2009): Introduction: ‘Mediatization’ as a Key. In: Lundby, Knut (Hg.): *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York, S. 1-18.
- Meyrowitz, Joshua (1995): *Medium Theory*. In: Crowley, David J./Mitchell, David (Hg.): *Communication Theory Today*. Cambridge, S. 50-77.