
Einleitung: Projektübergreifende Konzepte und theoretische Bezüge der Untersuchung mediatisierter Welten

Friedrich Krotz

1 Zum Stand der Mediatisierungsforschung und zur Idee des vorliegenden Bandes

Der vorliegende Band ist ein Ergebnis der Arbeit der ersten drei Jahre des von der DFG geförderten Schwerpunktprogramms (SPP) »Mediatisierte Welten. Kommunikation im medialen und gesellschaftlichen Wandel«. Dieses Schwerpunktprogramm ist zeitlich in drei zweijährige Phasen eingeteilt und setzt sich in jeder der beiden bisherigen Phasen aus zwölf Projekten zusammen, die von dem von der DFG eingesetzten Ausschuss aus je ca. 50 Anträgen ausgewählt wurden. Die konkrete Verbundforschung an den je beteiligten Universitäten hat im Oktober 2010 begonnen und arbeitet jetzt im vierten Jahr – jeweils in unterschiedlichen Zusammensetzungen (vgl. hierzu auch www.mediatisierteWelten.de).

Die historische Forschung hat gezeigt, dass der Mediatisierungsbegriff bereits über eine längere Geschichte in der Kommunikationswissenschaft verfügt (vgl. Averbek-Lietz 2014). Sie hat auch gezeigt, dass eine systematische Mediatisierungsforschung erst in den 1990er Jahren mit den sich damals schnell verbreitenden digitalen Medien entstanden ist (vgl. Krotz 2014, 1995). Damals wurde deutlich, dass die Kommunikationswissenschaft Antworten auf die sich verändernden Medienlandschaften, Kommunikationsbedingungen und -erfahrungen im Zusammenhang mit der Digitalisierung und dem Erfolg der computergesteuerten Kommunikation benötigte. Denn es war unübersehbar, dass die Medien immer wichtiger wurden, Kommunikation immer häufiger im Zusammenhang mit Medien stattfand, und sich in der Folge auch allerlei anderes veränderte – soziale Beziehungen, die Politik, Geschäftsmodelle und so weiter.

Im internationalen Zusammenhang wurden hier zunächst verschiedene Konzepte verwendet, um diese Entwicklungen zu beschreiben – nicht nur, etwa in Skandinavien, der Begriff *Mediatization*, sondern auch *Mediation* (vgl. Martín

Barbero 1993; Silverstone 2007) und Mediazation (vgl. Thompson 1995) – jeweils Konzepte, die auf spezifische Weise theoretisch und empirisch unterfüttert waren (vgl. auch Livingstone 2009). Mit der Etablierung verschiedener Verbundforschungsprojekte auch im internationalen Raum, der ECREA Temporary Working Group »Mediatization« sowie einer Reihe internationaler Publikationen, dem anstehenden Handbuch zur Mediatisierungsforschung (vgl. Lundby 2014) und den in diesem Rahmen geführten terminologischen und konzeptionellen Diskussionen (vgl. z. B. Couldry 2008) in Skandinavien und UK hat man sich international im Großen und Ganzen zumindest derzeit auf »Mediatization« als allgemeinstes Konzept geeinigt – weil dahinter auch eine klare konzeptionelle Zielsetzung sowie darauf bezogene empirische Forschung und sich entwickelnde theoretische Diskurse stehen. In der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft verlief die Diskussion anders – den verschiedenen Ausformungen von Mediatisierung (vgl. beispielsweise Hjavard 2013; Schulz 2004; Mazzoleni und Schulz 1999; Krotz 2001, 2007; Kepplinger 2008) wird auch heute immer wieder der Begriff Medialisierung gegenübergestellt – zum Teil aus terminologischen Gründen, zum Teil drücken sich darin aber auch andere theoretische Orientierungen aus, wie Thomas Steinmaurer (2013) in seiner Habilitationsschrift herausgearbeitet hat.

Parallel zu diesen terminologischen Verständigungen hat sich weiter geklärt, was genau Mediatisierungsforschung eigentlich untersucht: *Mediatisierungsforschung fragt, dies lässt sich zunächst relativ konsensuell sagen, nach dem sozialen und kulturellen Wandel auf Mikro-, Meso- und Makroebene im Kontext des Wandels der Medien und umgekehrt* (vgl. Hepp und Krotz 2012). Weniger einheitlich sind dann allerdings die Vorstellungen davon, wie Medienwandel gefasst werden soll, was sich im Kontext des Wandels der Medien eigentlich wandelt und wie dieser Wandel genau zustande kommt. Umstritten ist auch, ob mit Mediatisierung ein langfristiger historischer Metaprozess bezeichnet wird und wie der zu beschreiben ist, oder ob es sich um ein Konzept handelt, das nur für den medialen Wandel von heute verwendet werden sollte.

Diese Unklarheiten gründen im Wesentlichen in den unterschiedlichen Medienkonzepten und den damit verbundenen Annahmen, die ja wesentlich für das Verständnis von Mediatisierung sind, aber in der Regel nicht explizit gemacht werden.

- Die Anhänger einer Medienlogik berufen sich auf den Ansatz von Altheide und Snow (1979), verstehen unter Medien mehr oder weniger explizit Massenmedien und beschreiben den Output von Mediatisierung als vermittelt durch das Aufkommen neuer oder den Wandel vorhandener Institutionen – zum Beispiel im Rahmen der politischen Kommunikationsforschung als Machtzuwachs neuer Akteure, die dann die vorhandenen Macht- und Entscheidungsstrukturen irritieren (vgl. z. B. Hjavard 2013).

- Schulz (2004) sowie Mazzoleni und Schulz (1999) fassen bekanntlich Mediatisierung als vier Teilprozesse, die sie Extension, Substitution, Amalgamation und Accomodation nennen, und die im Wesentlichen Anpassungsprozesse der handelnden Akteure an die Medienentwicklung beschreiben. Anhänger dieses Ansatzes orientieren sich meist an dem wohlbekannten, aber sehr allgemeinen Konzept von McLuhan von Medien als ›extensions of human beings‹. Hier wird der Zusammenhang zwischen Medienwandel und dem Wandel von Kultur und Gesellschaft nicht weiter präzisiert.

Der in dem DFG-Schwerpunktprogramm 1505 »Mediatisierte Welten« entwickelte Medienbegriff, der ›Medium‹ in einer semiotischen Orientierung als komplexe vierfältige Einrichtung zur Modifikation von Kommunikation beschreibt (und dabei sowohl Massenmedien als auch Medien interpersonaler und interaktiver Kommunikation berücksichtigt), integriert die Potenziale dieser Sichtweisen, wie in 2 deutlich gemacht wird; dabei handelt es sich aber um den unseres Wissens einzigen bisher im Rahmen von Mediatisierungsstudien entwickelten Medienbegriff. Dieses systematische Vorgehen macht zudem deutlich, dass hier das kommunikative Handeln der Menschen die entscheidende Verbindung zwischen Medienwandel auf der einen und soziokulturellem Wandel auf der anderen Seite bildet – Prozesse, die sich natürlich dann auch auf den Wandel sozialer Institutionen, Technologien, Medieninhalten und -ästhetiken sowie Rezeptions- und Aneignungsformen auswirken (wie in 2 noch ausgeführt wird).

An diesen beiden Klärungsprozessen zusammen – die Entwicklung hin zu einer Terminologie und die Elaboration eines angemessenen Medienbegriffs sowie dessen Konsequenzen für Mediatisierung – war das Koordinationsprojekt des SPP »Mediatisierte Welten« wesentlich beteiligt. Die damit erarbeiteten Konzeptionen können nun als Basis für eine weitergehende Entwicklung des Mediatisierungsansatzes und auch dazu dienen, die Forschung im Rahmen des SPP voranzutreiben bzw. Ergebnisse sinnvoll einzuordnen.

Während der erste gemeinsam von den Projekten des Schwerpunktprogramms verfasste Herausgeberband (vgl. Krotz und Hepp 2012) dazu diente, die Projekte der ersten Phase und damit die Arbeit des Schwerpunktprogramms insgesamt vorzustellen, war es die Grundidee für den hier vorgelegten zweiten Band, an den grundlegenden Fragen von Medien-, Kultur- und Gesellschaftsentwicklung weiter zu arbeiten sowie auf der Ebene der Arbeit der einzelnen Teilprojekte projektübergreifend theoretische Synergien aus empirischer Forschung zu präsentieren. Dementsprechend wurde beschlossen, dass jeder in diesem Band gedruckte Text (mit Ausnahme des Einleitungstextes, der auch zur theoretischen Selbstverständigung im Rahmen des SPP dienen soll) von mindestens zwei Autorinnen und Autoren aus mindestens zwei Projekten des SPP gemeinsam verfasst werden sollte.

Hierzu wurden auch die in der zweiten Phase nicht mehr geförderten Projekte eingeladen. Der Band zielt insofern ebenso wie die zahlreichen, ihn vorbereitenden SPP-internen Workshops darauf ab, erste tragfähige übergreifende theoretische Einsichten zu erarbeiten.

An dieser Stelle ist auf eine Besonderheit von Schwerpunktprogrammen als Förderungsform durch die DFG zu verweisen: Während Forschungsgruppen oder Sonderforschungsbereiche eine gemeinsame Vorgeschichte haben, in der die dann beantragten Projekte die gemeinsamen Konzepte und ihre Bezüge zu existierenden Theorien etc. entwickeln, bestehen Schwerpunktprogramme aus einem konzeptionellen Dach, aber davon relativ unabhängigen Projekten, die von einem Ausschuss der Gutachterinnen und Gutachter ausgesucht werden. Welche Projekte dies sind und worauf sie abzielen, weiß man in jeder Phase eigentlich erst, wenn sie mit der Arbeit beginnen. Die erfolgreichen Antragstellerinnen und Antragsteller sind sich zwar bewusst, dass sie in einem, sagen wir, wissenschaftlichen Geleitzug forschen, aber was das genau bedeutet, muss sich erst in gemeinsamen Aktivitäten entwickeln. Dies gilt natürlich erst recht in einem neuen Forschungsbereich wie dem über Mediatisierung, der sich in der Arbeit des Schwerpunktprogramms erst noch konstituieren muss. Anders ausgedrückt: Die Arbeit der einzelnen Projekte ist im Rahmen von Schwerpunktprogrammen zunächst von den jeweiligen Projektzielen bestimmt. Projektübergreifende Synergien müssen sich im Rahmen der konkreten Forschungsarbeit deshalb erst entwickeln. Dies sorgt für kreative Diskussionen, immer neue Einblicke und eine spannende Arbeit, macht es aber nicht immer leicht, aus den exzellenten Forschungsarbeiten der einzelnen Projekte Synergien zu konstruieren. In diesem Prozess sind zudem fortlaufend die Grundlagen des zugrunde liegenden Konzepts weiter zu entwickeln. Dies gehört dann auch zu den Aufgaben des Koordinationsprojekts, das sich übergreifend um klare Begrifflichkeiten und Zusammenhänge bemüht hat – insofern es etwa die Fragestellungen und die Forschung im Rahmen von Mediatisierung präzisiert, einen dafür nützlichen Medienbegriff entwickelt und kommunikatives Handeln als Basis der unterschiedlichen Treibriemen zwischen Medienwandel und sozialkulturellem Wandel identifiziert hat. Dies geschah auch im Hinblick auf aktuelle empirische, historische Forschung und kritische Perspektiven.

Einige damit verbundene konzeptionelle Fragen werden in den weiteren Abschnitten dieser Einleitung skizziert, die so einen konzeptionellen Rahmen entwickelt, vor dessen Hintergrund die im Folgenden vorgestellten Beiträge aus der Zusammenarbeit der Projekte gelesen werden können (aber nicht gelesen werden müssen). Diese Beiträge werden im Abschnitt 5 dieser Einleitung kurz vorgestellt. Vorher werden wir in 2 das hier unterlegte Konzept von Medien skizzieren, erläutern, wie in dem hier vertretenen Mediatisierungskonzept Medienentwicklung und sozialer und kultureller Wandel zusammenhängen, und herausarbeiten, wel-

che Bedeutung dem Konzept ›mediatisierte Welten‹ zukommt und warum es ein derartiges Konzept in der Kommunikationswissenschaft braucht. Dazu wird das dem Begriff ›mediatisierte Welten‹ unterlegte Konzept ›soziale Welt‹ dann in 3 umrissen; in 4 geht es weiter um Überlegungen zur Mediatisierung solcher sozialer Welten. 5 stellt dann, wie bereits gesagt, die weiteren Texte dieses Synergiebandes vor und benennt ergänzend einige Desiderate weiterer empirischer Forschung und theoretischer Entwicklung.

2 Umrisse einer Konzeption von Mediatisierung

Mediatisierung ist ein Prozess mit vielen Facetten, der in seiner konkreten Form von den jeweiligen Kontexten abhängt, in denen er sich entwickelt. Deswegen sind die jeweiligen Medien zu berücksichtigen, die sich in diesen Entwicklungen wandeln bzw. neu entstehen, und dazu bedarf es eines entsprechenden Medienbegriffs. Mediatisierung greift auf einer mikrosozialen Ebene auch tief in das kommunikative Handeln der Menschen ein, weil sich im Zusammenhang damit diese für sie selbst als Individuum wie auch als Gattungswesen fundamentale Tätigkeit und damit auch deren Resultat verändern – und dies braucht Zeit, geschieht ungleichzeitig in verschiedenen Lebensbereichen und muss als unruhiger, komplexer und dialektischer Prozess verstanden werden. Um die damit verbundenen Fragen geht es in dem vorliegenden Abschnitt, der den derzeitigen, aber keineswegs endgültigen Stand einer systematischen Mediatisierungsforschung umreißen will.

2.1 Ein semiotisch inspiriertes Konzept von ›Medium‹ zum Verständnis von Mediatisierungsprozessen

Um den Begriff Mediatisierung sinnvoll definieren und deutlich beschreiben zu können, wie Mediatisierung ›funktioniert‹, wurde im Rahmen des Schwerpunktprogramms zunächst ein dafür brauchbares, semiotisch orientiertes Medienkonzept entwickelt, das den Wandel von Kultur und Gesellschaft im Kontext des Wandels der Medien fassbar machen kann (vgl. Krotz 2011, 2012). *Danach ist ein Medium eine Einrichtung zum Ermöglichen und Gestalten von Kommunikation (komplexer Inhalte), die erstens strukturell und zweitens situativ bestimmt ist: Strukturell ist ein Medium einerseits soziale Institution und an Organisationen gebunden und damit z. B. auch gesellschaftlicher Akteur, andererseits Technologie, die bestimmte Kommunikationspotenziale und -bedingungen konstituiert. Situativ ist ein Medium einerseits eine Einrichtung zur Inszenierung und zum Angebot von Inhalten, andererseits ein Erfahrungsraum für Nutzerinnen und Nutzer.*

Historisch und aktuell kann man dann zeigen, dass Medienwandel auf jedem dieser vier Bestimmungsstücke beginnen kann (vgl. Krotz 2012, 2011):

- Die klassische politische Kommunikationsforschung behandelt, wie bereits angesprochen, die digitalen Medien in der Regel als Institutionen und Akteure, die die politischen Machtverhältnisse beeinflussen, sodass sich die traditionellen politischen Akteure an diese neuen Mitspieler anpassen müssen. Dies gilt ganz offensichtlich für einen Wandel politisch relevanter Massenmedien, fasst aber zweifelsohne nicht den Wandel, der durch die Potenziale computergestützter Individualkommunikation oder interaktive Kommunikation zustande kommen kann.
- Technologisch orientierte Ansätze einer Analyse von Medienwandel rücken heute vor allem die neuen Endgeräte wie Smartphones und Tablets oder Breitband-Netze und deren Eigenschaften in den Vordergrund. Sie konzentrieren sich in der Folge auf konvergente Nutzung, die Zweckmäßigkeit digitaler Datenformen und deren Verarbeitung und die Potenziale der sich weiter entwickelnden computergestützten Infrastruktur. Nur der technische Blick allein verführt aber auch dazu, die ebenfalls konstitutiven nichttechnischen Zusammenhänge zu vernachlässigen.
- Inhaltsorientierte Ansätze beschäftigen sich mit im Rahmen von Medienentwicklung neuen Inszenierungsformen und Ästhetiken, Medienformaten und Inhalten. Medienwandel manifestiert sich hier heute z. B. als zunehmende Bedeutung von Bildern, in den Möglichkeiten der dreidimensionalen Bilddarstellung oder im Wandel des Hörens und Erlebens, der mit den Entwicklungen der auditiven Medien verbunden ist.
- Nutzerorientierte Ansätze dagegen betrachten den Medienwandel heute überwiegend nicht mehr als Aufkommen von Einzelmedien, sondern als Entstehen eines mediatisierten Kommunikationsnetzes, das heute nicht mehr als virtuelles der face-to-face-Kommunikation gegenübergestellt, sondern als mit den Formen von face-to-face-Kommunikation unentwirrbar verschränkt begriffen wird. Dementsprechend machen die Menschen dieses Netz zunehmend auch zu ihrem Lebensraum, während es umgekehrt die Menschen als soziale Wesen in ihrem Handeln durchdringt. Neue oder sich wandelnde Medien kommen hier durch neue Bedarfe und Bedürfnisse, durch neue Erwartungen und kreative Nutzungsweisen und Kommunikationsformen der Menschen zustande.

Es soll an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass der so definierte semiotische Medienbegriff, der sich zugleich an Raymond Williams' bekannte Dichotomie von Medien als ›technology and social form‹ und Ferdinand de Saussures Differenz zwischen Sprache und Sprechen anschließt, für Medienentwicklung

und Medienentstehung geeignet ist (vgl. hierzu auch Krotz 2011), dass aber auch andere Medienbegriffe ergänzend hilfreich sein können, so auch der in diesem Band genauer analysierte Mediendispositivbegriff, der durchaus geeignet zu sein scheint, um die konkreten Formen des Wandels von Kommunikation und Medien im Hinblick auf Machtprozesse zu beschreiben.

2.2 Kommunikation als Zentralbegriff von Mediatisierungsforschung

Medien als Technologien und soziale Institutionen, Inhalte, Ästhetiken und Erfahrungen sind darauf gerichtet, neue und andere Formen von Kommunikation der Menschen zu ermöglichen und zu fördern: als produzierte Inhaltsmedien, als Potenziale zwischenmenschlicher und interaktiver Kommunikation zwischen Mensch und Computer – deshalb sind hier mit Medien ja auch Kommunikationsmedien gemeint. Der entscheidende und langfristig wirksame Zusammenhang von Medienwandel mit kulturellem und sozialem Wandel liegt folglich nicht in der Durchsetzung technischer, sozialer oder sonstiger funktionaler Logiken (was immer das genau sein soll) oder im Erzwingen von Anpassungsprozessen, sondern darin, dass sich das kommunikative Handeln der Menschen und in der Folge die sozialen und kulturellen Entitäten verändern, die kommunikativ und sozial erzeugt werden. Damit sind etwa soziale Beziehungen und Sozialisation, der Alltag und die Art, wie die Menschen mit sich selbst und mit ihren verschiedenen Lebensbereichen umgehen und in ihnen handeln, gemeint, aber auch beispielsweise der Wandel von Nähe-/Distanzverhältnissen, die Raum- und Zeitwahrnehmung und vieles andere (vgl. Berger und Luckmann 1980; vgl. auch die Überlegungen von Keller et al. 2013 über eine zumindest partielle kommunikativ basierte Konstruktion sozialer Wirklichkeit).

In einer derartigen Perspektive auf Medien-, Kultur- und Gesellschaftswandel geht es dementsprechend nicht um lineare oder kausale Zusammenhänge und Abhängigkeiten, sondern um komplexe Wechselwirkungen in den je betroffenen Kultur- und Handlungsräumen auf verschiedenen Ebenen, in unterschiedlichen Dimensionen und unter unterschiedlichen historischen, kulturellen und sozialen Bedingungen sowie medienbezogenen Kontexten und Entwicklungen. Sie beruhen, wie erläutert, auf den mikrosozialen Veränderungen kommunikativen Handelns und deren Bedeutung für Gesellschaft, die langfristig eben auch Sinnkonstruktionen, Sozialisation, Selbst- und Fremdbilder und so weiter beeinflussen. Sie wirken sich aber auch in die Meso- und Makroebene hinein aus und sind beispielsweise auch von Machteinflüssen geprägt und für Machtverhältnisse relevant. *Mediatisierungsforschung rückt damit das situative kommunikative Handeln in Be-*

zug auf sich wandelnde und neue Medien in den Mittelpunkt und fragt nach den darin gründenden, auch strukturellen, Veränderungen in den verschiedenen Lebensbereichen der Menschen.

*Mediatisierungsbezogene Untersuchungen müssen deshalb rekonstruktiv und damit prozessual angelegt sein und an der sozialen Wirklichkeit der Menschen ansetzen, jedenfalls dann, wenn man nicht nur Aussagen über das Medium allein bekommen will, sondern nach dessen Konsequenzen fragt. Das heißt natürlich nicht, dass im SPP »Mediatisierte Welten« nicht auch einzelne Medien untersucht werden können, sie werden dann aber prinzipiell im Hinblick auf ihre transmediale Einbettung und den praktischen Wandel von Kommunikation, Sinn und Bedeutung betrachtet, wie dies etwa in dem von Caja Thimm im SPP geleiteten Projekt geschieht, das das soziale Netzwerk *Twitter* untersucht. Der oben skizzierte Medienbegriff eignet sich in dieser Hinsicht auch dazu, Medienentwicklungen, die in einem der oben genannten vier Bestimmungsstücke von Medien – soziale Institutionen, Technologien, Inszenierungspraktiken, Erfahrungsräume – zustande kommen, in ihren Auswirkungen auf die anderen Bestimmungsstücke zu untersuchen – man könnte dieses Modell von daher als ein *Windmühlenmodell des Medienwandels* bezeichnen, weil der Medienwandel über die Medien Bewegung in Kultur und Gesellschaft bringt.*

2.3 Medienwandel als Wandel spezifischer Lebensbereiche und das Konzept der sozialen Welten

Ein auf derartige Zusammenhänge ausgerichtetes empirisches Vorgehen muss weiter berücksichtigen, dass die Aneignung von neuen oder gewandelten Medien Zeit braucht und von den Menschen mit konkreten Absichten in spezifischen Lebensbereichen erprobt und die damit verbundenen Nutzungsformen dann eventuell in andere Bereiche übertragen werden. In Anbetracht dieser empirisch wichtigen Überlegungen wurde im Rahmenkonzept des Schwerpunktprogramms festgelegt, dass mit dem Begriff der mediatisierten Welt »Handlungsfelder und Sozialwelten bezeichnet [werden, F.K.], in denen sich die relevanten Formen gesellschaftlicher Praktiken und kultureller Sinnggebung untrennbar mit Medien verschränkt haben« (vgl. www.mediatisierteWelten.de). Dies geschieht nicht in allen solchen Handlungsfeldern und Sozialwelten gleichzeitig und einheitlich, sondern macht gerade den ungleichzeitigen, komplexen und nicht linearen Charakter von Mediatisierungsprozessen aus und ist deshalb eine wichtige Voraussetzung für empirische Untersuchungen. Auch wenn sich Menschen für neue oder gewandelte Medien interessieren, haben sie dafür in der Regel bestimmte Ziele und Zwecke in bestimmten, begrenzten Angelegenheiten im Sinn.

In der Kommunikationswissenschaft wurde die Verbreitung von Medien in der Regel als linearer Diffusionsprozess im Hinblick auf Rogers (1996) beschrieben, der dann letztlich zu einer Vollversorgung mit Medien oder einer Annäherung daran führt. Diese eigentlich an den Fragestellungen von Medieninstitutionen angelehnte Perspektive muss hier durch eine andere ersetzt werden, für die die Kommunikationswissenschaft aber bisher keine Konzepte hatte – dies ist der Grund dafür, dass das hier beschriebene Forschungsprogramm ein Konzept wie ›soziale Welten‹ benötigt und dementsprechend mit der Untersuchung der Mediatisierung sozialer Welten, dem Entstehen und der Entwicklung mediatisierter Welten und damit zusammenhängenden weiteren Entwicklungen beschäftigt ist. Denn erst mit einem derartigen Konzept sind spezifische Ausschnitte der sozialen und kulturellen Welt nicht nur identifizierbar, sondern als handlungsrelevante Einheiten abgrenzbar, in denen sich Medienwandel ausdrückt und in denen dadurch in Gang gebrachte kulturelle und soziale Entwicklungen einigermaßen zusammenhängend beschrieben und rekonstruiert werden können.

Um ergänzend schon hier illustrierend auf einige Beispiele zu verweisen, sei im Vorgriff auf eine klare Definition von sozialer Welt der gesellschaftliche Handlungsbereich des Fußballs angesprochen, der sich in den letzten Jahrzehnten zu einer in vieler Hinsicht mediatisierten Welt entwickelt hat. Ein weiteres Beispiel bildet die soziale Welt der Computerspielenden und e-Sportlerinnen und e-Sportler, die von vorneherein als mediatisierte Welt entstanden ist, weil die zentrale Aktivität in dieser Welt, das Spielen am Computer, erst mit der Digitalisierung möglich wurde. Und schließlich lässt sich auch der temporäre Lebensbereich Universität als soziale Welt begreifen, die im 13. Jahrhundert als mediatisiert im Rahmen einer handschriftlichen Kultur entstanden ist, sich dann in eine soziale Welt der gedruckten Bücher und über weitere Zwischenschritte heute zu einer durch Computer weiter mediatisierten sozialen Welt entwickelt hat – diese und weitere Beispiele sollten deutlich machen, warum ein Begriff wie ›soziale Welt‹ notwendig ist, um die verschiedenen Lebensbereiche zu fassen, die sich durch Mediatisierungsprozesse verändern, und dem wir uns in dem folgenden Abschnitt zuwenden.

3 Das Konzept ›soziale Welt‹

3.1 Zum Begriff

Das Konzept ›soziale Welt‹ ist im Grunde einfach. Es wurde, soweit bekannt, von *Tamotsu Shibutani* (1955) in die Diskussion gebracht, der auf der Basis der frühen symbolisch-interaktionistischen Chicago-Schule das Konzept der sozialen

Gruppe weiter entwickelt hat, mit dem die Stadt- und Migrationsforscher schon in den dreißiger Jahren Struktur und Entwicklung von Chicago untersucht hatten. Seine zentrale Idee war, dass es neben Mitgliedschaftsgruppen mit ihrem klaren Innen und Außen auch andere Arten von Gruppierungen gibt, die für Handeln und Interaktion Orientierungen anbieten und die er Referenz- oder Bezugsgruppen und dann eben soziale Welten nannte. Bezugsgruppen kennen danach im Gegensatz zu Mitgliedschaftsgruppen keine formellen Mitgliedschaften, aber vermitteln gleichwohl Perspektiven des Handelns und Bewertens und damit der Orientierung. Dabei bezeichnet Shibutani mit ›Perspektive‹ eine spezifische geordnete Sicht auf die Welt, die er als lebensgeschichtlich erworbenes Ordnungsschema der Wahrnehmung und Einordnung begreift, in die gewissermaßen aktuelle Orientierungen eingearbeitet und so auf deren Basis Handlungsentwürfe konstituiert werden (vgl. auch Strübing 2007, S. 78, der die Identität von Bezugsgruppen und sozialen Welten betont). Bezugsgruppen knüpfen damit in gewisser Weise am Thomas Theorem¹ an, weil es keine besondere Rolle spielt, ob sie imaginär oder real sind oder ob es sie überhaupt in einem objektiven Sinn gibt, auch wenn reale soziale Welten vermutlich bedeutsamer sind als nur vorgestellte, so Strübing (2007).

Auf dieser Basis hat Anselm Strauss eine anschauliche und zugleich schlichte Definition formuliert, in der sich die thematisch-gegenständliche und die kommunikative Dimension von ›sozialer Welt‹ treffen: »The term ›social world‹ refers to ›a set of common or joint activities or concerns bound together by a network of communication‹« (Strauss 1984, S. 123 mit Bezug auf eine Arbeit von Kling und Gersson, von denen die Definition inhaltlich stammt). Soziale Welten sind in dieser Sichtweise nicht so sehr soziale Aggregate, weil sie nicht genau abgegrenzt werden können und auch nicht in irgendeiner Weise stabil sein müssen, sondern vielmehr Orte der Entstehung und Begründung handlungspraktischer Konsequenzen, die dann durch das darauf bezogene Handeln wirksam werden: Sie sind »not bounded by geography or formal membership, but by the limits of effective communication« (Shibutani 1955, S. 566).

Der Begriff selbst steht damit in direktem Zusammenhang zu den Grundprinzipien des Symbolischen Interaktionismus, wonach die Welt durch das aufeinander bezogene Handeln von Menschen in ihren Rollen und in gemeinsam ausgehandelten und entwickelten Situationen hergestellt wird – das handelnde Subjekt stellt sich damit gleichzeitig selbst als kommunikativ vergemeinschaftetes Subjekt her, wie die Überlegungen von George Herbert Mead (1969, 1973) zum durch Kommunikation begründeten Selbstbewusstsein und Bewusstsein, aber auch

1 »[I]f men define situations as real, they are real in their consequences« (zitiert nach Fuchs-Heinritz et al. 1978, S. 691).



<http://www.springer.com/978-3-658-04076-5>

Die Mediatisierung sozialer Welten
Synergien empirischer Forschung
Krotz, F.; Despotović, C.; Kruse, M.-M. (Hrsg.)
2014, VI, 313 S. 15 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-04076-5