

## Vorwort

Grundlage der vorliegenden Monografie ist meine Dissertation aus dem Jahr 2013, deren Argumente weitestgehend aktualisiert und deren Analysedarstellung den Genreregeln einer wissenschaftlichen Publikation angepasst sind. Zwei Bemerkungen seien der Lektüre vorangestellt: Eine, die sich als Lesehilfe versteht und eine zweite, die sich dem Dank an jene Menschen verschreibt, ohne die es weder diese noch irgendeine Dissertationsschrift gäbe.

So handelt es sich, *erstens*, nicht um eine Studie, deren Konzepte und Begriffe bereits als disziplinäre Traditionsbestände gelten können. Auch ist die Verbindung zwischen theoretischer Argumentation und empirischer Analyse keine exklusive. Das heißt, die sozialtheoretische Aufarbeitung des Begriffs der Praktiken – oder besser einer sozialwissenschaftlich handhabbaren praxistheoretischen Perspektive – muss nicht zwingend in einer Analyse von Anzeigenwerbung für Mobiltelefone münden. Sie ist wesentlich breiter gedacht. Gründe für diese Struktur gibt es viele. Der wichtigste und gleichsam wirkmächtigste ist sicherlich mit dem Umstand verbunden, dass Kommunikationswissenschaftler jedweder Provenienz zwar gerne von Praktiken sprechen aber bisher allenfalls marginal veröffentlichten, was denn damit gemeint ist. Zu dieser möglicherweise ungewöhnlich offenen Verbindungsnaht zwischen Theorie und Empirie, gesellt sich eine quellenkundlich wie methodisch eher kulturhistorisch geprägte Analyse. Denn es sind von ökonomischem Kalkül durchdrungene Werbeanzeigen wie sie in allgemeinen Publikumszeitschriften veröffentlicht wurden, die als Quellenmaterial dienen und deren Veränderungen hier beschreibend (und lediglich sporadisch illustriert) dargestellt werden. Teil der nachstehenden Ausführungen ist also ebenfalls eine kritische Auseinandersetzung mit Werbung als Quellenmaterial für sozialwissenschaftliche Forschung. Nicht zuletzt mangelt es der Darstellung der empirischen Ergebnisse an neu entdeckten, eindeutig kausalen Zusammenhängen und signifikanten Werten. Es ist der Versuch zu beschreiben wie sich kommunikative, an Medien gebundene Praktiken an der Schwelle zur Spätmoderne in Kultur und Gesellschaft einschreiben und gleichsam von ihnen geprägt werden. Möglicherweise lässt sich dies, fern des disziplinären Streits um das eine epistemologisch (dennoch eher methodisch diskutierte) richtige Paradigma, als

Versuch lesen, langfristigen, umfassenden Prozessen anhand eines in gewissem Sinne ebenfalls umfassenden Quellenmaterials Muster zu verleihen.

*Zweitens* möchte ich jenen danken, die mich auf dem gut 3½ jährigen Arbeitsweg begleiteten bzw. diesen durch ihr nicht selbstverständliches aber verständnisvolles und unterstützendes Handeln ermöglichten. An erster Stelle: Katharina, Emil und Wotan für Verständnis und Zeit. Steffi, Wolfgang, Rudi und Ursula für Vertrauen, Unterstützung und manch verkiffene Frage.

Vielen Dank an Friedrich Krotz für all seine Mühen – die ständige Bereitschaft für Austausch, Kritik, Hilfe und ganz besonders für seine Fragen, die weder augenblicklich beantwortet noch, wie es vom Ende dieses Weges her scheint, verstanden wurden. Danke Joachim Höflich und Heiner Stahl insbesondere für die Versicherung festen Bodens. Durch ihre Kritik an einzelnen Ideen und Argumentationszusammenhängen haben mir zudem Arnulf Kutsch, Erik Koenen und Hendrik Wagner sehr geholfen. Nachdrücklich bedanken möchte ich mich zudem bei Johannes Raabe für all die kleinteiligen und all die grundsätzlichen Diskussionen zu all den unmöglichen Tageszeiten.

Mein Dank gilt den Kollegiaten in Erfurt für die individuellen und die gemeinsamen Gespräche – und alles weitere, was die gemeinsame Zeit ausmachte. Ausdrücklich erwähnen möchte ich dabei Maren Würfel, Wolfgang Reißmann, Marie Legrand, Michaela Stumberger, Rebecca Simon, Janina Maric und Martina Mahnke. Nicht zuletzt möchte ich mich bei Rainer Buchheim, Matthias Husemann und Susanne Radelhof für ihre unzweifelhaft mühsame Herausarbeitung der richtigen Worte und der passenden Bilder für diese Publikation bedanken.

Praxistheorie und Mediatisierung  
Grundlagen, Perspektiven und eine Kulturgeschichte  
der Mobilkommunikation

Gentzel, P.

2015, XIV, 437 S. 28 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08993-1