

2 Praxistheorien

In diesem Kapitel werden wir ganz grundlegend ausarbeiten was mit »Praxistheorien« oder einer »praxistheoretischen Perspektive« gemeint ist und anschließend aufzeigen auf welche Weise kommunikationswissenschaftliche Forschung davon profitieren kann. Der Schwerpunkt liegt damit auf einer epistemologischen und sozial-/kulturtheoretischen Standortbestimmung und weniger auf der ebenfalls noch ausstehenden Ausarbeitung einzelner Theoreme (bspw. dem Status von Artefakten) oder spezifischer methodischer Instrumente (bspw. der Abgrenzung von ethnographischen Netzwerkanalysen von ANT-Netzwerkkarten im Sinne Bruno Latours).

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden (bzw. sie im Lichte gegenwärtiger Forschung überhaupt erst einmal zu legitimieren) wird in der Folge zunächst begründet, warum Praxistheorien als Ausgangspunkt und später als spezifisch akzentuierte Leseweise der Mediatisierungskonzeption hinzugezogen werden. Es wird sich zeigen, dass wir hier nicht nur an mediatisierungstheoretischen sondern viel allgemeiner auch den verschiedensten kommunikationswissenschaftlichen Überlegungen, so sie sich denn aus einer Meta-Perspektive mit dem Gegenstand, dem Erkenntnisinteresse der Disziplin auseinandersetzen, anknüpfen. Anschließend werden wir die Frage beantworten, was denn Praxistheorien sind - wobei sich die Darstellung wie angekündigt in erster Instanz hauptsächlich den wissenschaftstheoretischen und epistemologischen, methodologischen (einschließlich der Verschiebung empirischer Erkenntnisinteressen) sowie den sozialtheoretischen Entwicklungslinien in den Sozialwissenschaften seit dem »cultural-turn« (vgl. Alexander 1988) aus der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts widmet (die letzten beiden Punkte im Anschluss an Reckwitz 2008). Am Ende dieser allgemeinen theoretisch-systematischen Diskussion kristallisieren sich vier Merkmale heraus, die wir als Identitätsaufhänger der praxistheoretischen Perspektive begreifen. Diese benutzen wir dann im weiteren Verlauf der Arbeit, a.) um die These der Familienähnlichkeit mit der Mediatisierungstheorie zu begründen, b.) als Analyseheuristik bzw. Ausgangstypologie für die Codierung der Werbeanzeigen und c.) um einen Weg zur interdisziplinären, gemeinsamen Diskussion über empirische Muster des spätmodernen Wandels von Kommunikation, Medien, Kultur und Gesellschaft zu skizzieren. An die basale Erläuterung von Praxistheorien schließen sich vier Diskussionsräume an, die für weitere

kommunikationswissenschaftliche Forschungen zentrale Begrifflichkeiten und Konzepte diskutieren. Diese Begriffe und Konzepte sind jeweils in doppelter Hinsicht zu besprechen: Einerseits gelten sie in der praxistheoretischen Diskussion selbst als offen bzw. mitunter gar umstritten, andererseits sind sie grundlegend für jedwede Auseinandersetzung mit und Rede von »Praktiken« in der Kommunikationswissenschaft. Insofern wird mittels eines begründeten Plädoyers für den Verbleib im dezidiert sinnhaft-intentionalen Vokabular (in Anlehnung an Reckwitz 2008) in den Diskussionen um »Wissen«, »Alltag«, »Kultur und Text« sowie »Artefakte und Technik« einerseits Position im praxistheoretischen Diskurs bezogen und andererseits disziplinärer Anschluss gewährleistet.

2.1 Warum Praxistheorien?

Die Gründe, warum es sich für die Kommunikationswissenschaft lohnt, den praxistheoretischen Diskurs, der bisher nahezu ausschließlich in benachbarten sozialwissenschaftlichen Disziplinen geführt wird, aufzugreifen, sind vielfältig. Wir werden in der Folge drei Begründungszusammenhänge aufzeigen, wobei wir uns vom Allgemeinen (bspw. allgemeinen Urteilen zum status quo kommunikationswissenschaftlicher Forschung) zum Besonderen (bspw. den Erkenntnisinteressen dieser Arbeit) bewegen. Neben dem Abstraktionsgrad wandelt sich dabei auch die Art der Argumente: Zunächst werden Defizite in der kommunikationswissenschaftlichen Theorie- und Forschungslandschaft identifiziert, für die eine disziplinäre Diskussion um praxistheoretische Perspektiven einen möglichen Pfad zur Bearbeitung darstellt. Das bedeutet: Wir haben es zunächst mit einer Argumentation zu tun, die ex negativo funktioniert, weil sie Fehlstellen benennt. Im weiteren Verlauf werden wir dann positive Gründe für praxistheoretische Überlegungen benennen. Hinter diesen Ausführungen steht zudem die These, dass man die als praxistheoretisch bezeichnete Theorienbewegung der Sozialwissenschaften nach dem »cultural turn« heute auch in bestimmten Teilen der Kommunikationswissenschaft finden kann – weshalb wir nun cursorisch einige Beobachtungen zu Material- und Formalobjekt anstellen und diese schließlich den genannten Dimensionen Wissenschaftstheorie und Epistemologie, Methodologie und Erkenntnisinteresse sowie Sozialtheorie zuordnen. Damit wird zugleich auch rein formal angezeigt, dass zumindest Teile der deutschen Kommunikationswissenschaft sich in den Kanon der sozialwissenschaftlichen Kulturtheorie und deren Bewegung einreihen lassen.

Vergleicht man die beiden letzten Selbstverständnispapiere der für das Fach national maßgebenden disziplinären Vereinigung, der »Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft«, so lässt sich ein Wandel

bezüglich der Erkenntnisinteressen bzw. -objekte konstatieren: Im Papier vom Januar 2001 wird das »Zentrum des Fachs« noch dezidiert mit »Fragen nach der Produktion, Verarbeitung und Rezeption öffentlicher Kommunikation« sowie den, diesen Prozess vermittelnden, »klassischen Massenmedien« (bspw. Radio, Fernsehen, Zeitung und Zeitschriften) und den daran beteiligten »institutionalisierten Akteuren« (bspw. Parteien, Verbände oder Unternehmen) belegt (vgl. DGPK 2001). Der interpersonalen Kommunikation wird legitime Beachtung zugestanden insofern sie an »öffentliche Kommunikationsprozesse gebunden ist« (vgl. ebd.). Nur sieben Jahre später sieht man das Materialobjekt der Kommunikationswissenschaft in den »sozialen Bedingungen, Folgen und Bedeutungen öffentlicher und interpersonaler Kommunikation«, was explizit auf die »Veränderung von Gesellschaft, Kultur und Alltag«¹ durch die zunehmende »gegenseitige Durchdringung der unterschiedlichen Mediengattungen«, wie auch der Kommunikationsformen, d.h. der »Durchdringung öffentlicher und privater Kommunikation«, bezogen ist (DGPK 2008). Interessant zu sehen ist auch die kleine aber feine Veränderung der Überschriften: Während 2001 noch von einer »Mediengesellschaft und ihrer Wissenschaft« die Rede ist, wird aktuell von »Kommunikation und Medien in der Gesellschaft« gesprochen. Es scheint als habe sich der Kerngegenstand der Disziplin mindestens verkompliziert. So ist das Verhältnis der beiden genannten Kommunikationsformen offenbar kein eindeutig hierarchisches mehr; so interessiert Kommunikation nun in Bezug auf Gesellschaft, Kultur, Alltag; und so scheint der feste, definierbare Boden einer Mediengesellschaft zu Gunsten der offenen Frage nach der Bedeutung von Medien und Kommunikation in und für Gesellschaft aufgegeben (vgl. dazu auch u.a. Krotz 2007: 11- 49; das gegenteilige Plädoyer: vgl. Meyen 2009). Bezieht man ein weiteres dieser formal-strategischen Papiere, den Bericht des Wissenschaftsrates aus dem Jahr 2007, mit ein, so scheint die Bearbeitung dieser Veränderungen vor allem in theoretischer (vgl. Wissenschaftsrat 2007: 45, 74) aber auch in forschungspraktischer Hinsicht (vgl. ebd.: 75) mehr oder minder missra-

¹ Sonja Livingstone argumentiert mit Blick auf stereotype Buchtitel, Institutsbezeichnungen oder Konzeptnamen aus der amerikanischen Kommunikationsforschung ganz ähnlich: Sie macht darauf aufmerksam, dass Buchtitel der Form »Mass Communication and...«, »Television and ...« oder »The Public Sphere and ...« in ihrer Popularität hinter Wendungen wie »The Mediation of ...« zurückfallen. Dies wertet sie als Indiz für die veränderte Bedeutung bzw. Rolle der Medien, die nicht mehr allein anhand von Funktionen und Leistungen für andere Institutionen oder gesellschaftliche Teilbereiche bestimmt werden könne, sondern als diesen inhärente verstanden werden müssten – und so natürlich zu essentiellen Bestandteilen bzw. Dimensionen der qualitativen Transformation von Institutionen, gesellschaftlichen Teilbereichen und Lebenswelten selbst werden (vgl. Livingstone 2009: 2ff.). Die Bedeutung der Medien in der Spätmoderne ist dann nicht mehr nur in Kategorien von „mehr oder weniger“, „funktional oder dysfunktional“ erklärbar sondern muss über prozessorientierte Verstehens- und Beschreibungsansätze rekonstruiert werden. Wir werden auf diese Überlegungen weiter unten noch ausführlicher eingehen.

ten. Als Hauptkritikpunkte lassen sich ein eklatanter Mangel an Theoriebildung und Grundlagenforschung sowie ein spärliches Maß an intra- wie interdisziplinärer Zusammenarbeit bzw. Diskursbereitschaft identifizieren (vgl. ebd.: 8, 38, 45, 74f.). Diese Diagnosen finden sich zudem auch vermehrt bei einzelnen Fachvertretern wieder, wenn sie von »kleinteiliger Forschung geringer Reichweite« (Hachmeister: 2008) oder »non existent basic research« (Schnoor 2003) sprechen. Bemerkenswert ist schließlich, dass als Ursache dieser Defizite häufig die eher naturwissenschaftlich orientierte Theoriebildung und Forschungspraxis der deutschen Kommunikationswissenschaft identifiziert wird (vgl. u.a. Wehmeier 2011: 3f.; Reichertz 2009: 48ff.; Krotz 2008a).

Explizit wird der Bezug von Praxistheorien zu kommunikationswissenschaftlicher Forschung, wenn wir uns einen Teilbereich etwas genauer anschauen.² Dieser soll hier aus heuristischen Zwecken Forschungsfelder wie historische Kommunikationsforschung (vgl. u.a. Gentzel/Koenen 2012), Kommunikationssoziologie (vgl. u.a. Reichertz 2009), Medienkulturforschung (vgl. u.a. Hepp/Höhn/Wimmer 2010; Hepp 2011), Cultural Studies (vgl. u.a. Hepp 1999; Hepp/Krotz/Thomas 2009) und Mediatisierungsforschung (vgl. v.a. Krotz 2001a, ders. 2007) umfassen.³ Augenfällig ist nun zunächst die begriffliche Fokussierung auf Kommunikations*praktiken*: Sowohl in Publikationen als auch in Vorträgen, die diesem Teilbereich der Disziplin zuzuordnen sind, kommt man nicht umhin, einen terminologischen Schwenk von den kommunikativen Handlungen zu kommunikativen Praktiken zu konstatieren (bspw. Hepp 2011; Hartmann/Hepp 2011; Reichertz 2009). Von einer eingehenden Diskussion oder einer systematischen Rekonstruktion von Bezügen, Ähnlichkeiten und Unterschieden zu sprechen, wäre aber schlicht falsch, weil es keine praxistheoretische Diskussion in der deutschen Kommunikationswissenschaft gibt.⁴ Dieser terminolo-

² Wobei nicht verschwiegen werden soll, dass auch die eher positivistisch geprägte Rezeptionsforschung immer häufiger und – nimmt man ihr naturwissenschaftliches Wissenschaftsideal ernst – sorglos mit der Vokabel der (Rezeptions-)Praktiken hantiert.

³ Die angegebenen Felder in dieser Form auszudifferenzieren sowie als *einen* Teilbereich kommunikationswissenschaftlicher Forschung zu verstehen, ist sicherlich kein alternativloser Ansatz. Wir werden auf einzelne Aspekte weiter unten noch genauer eingehen, vorerst soll es ausreichen, dass hier zumindest in Teilen eine gewisse Homologie der Basisbegriffe wie auch eine allgemein kongruente Grundorientierung und -verortung im Rahmen kulturorientierter Sozialtheorie auszumachen ist. Neben einigen theoretischen Argumentationen (zum Verhältnis Cultural Studies und Mediatisierung bspw. Krotz 2007: 81ff.) spricht hierfür auch ein einheitliches Erkenntnisthema, wie es sich beispielsweise in der Überschrift der Publikationsreihe Medien – Kultur – Kommunikation des VS-Verlags ausdrückt: Deren Einzelpublikationen widmen sich „(...) ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen (... dem) *Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation* in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive (...)“ (aus dem Kurzbeschreib der Reihe, Hervorhebungen P.G.).

⁴ Ausnahmen hierzu bilden in Deutschland die Arbeiten von Johannes Raabe (u.a. Raabe 2008), Karl Hörning (u.a. Hörning 2008), Udo Göttlich (u.a. Göttlich 2010) und Hubert Knoblauch (u.a. Knob-

logische Schwenk ist aber kein inhaltsloser, bei dem lediglich ein neuer Begriff für ein bekanntes Phänomen geprägt wurde, sondern hat, ernst genommen, einige theoretische und forschungspraktische Konsequenzen. Die Rede von Kommunikationspraktiken im Gegensatz zur kommunikativen Handlung – und damit greifen wir den Ausführungen ein wenig vor – bedeutet zugleich eine Abkehr vom rationalen oder zumindest stets reflektiert-intentional kommunizierenden Akteur, von der singulären und allein zielorientierten Kommunikationssequenz und vom transportierenden und kanalisierenden Medien-Artefakt. Es ist allein durch die Nennung der Begriffe Akteur, Kommunikation, Medien sicher unschwer nachvollziehbar, dass – zumindest in diesem disziplinären Teilbereich – wir hier von einem grundlegenden Wandel des theoretischen Vokabulars ausgehen müssen. Wir werden dies weiter unten unter dem Signet Praxistheorien als Kulturtheorien ausführlich diskutieren und bewerten. Stellvertretend für diese Entwicklung und als zumindest kleines Indiz für die Angemessenheit der behaupteten Tragweite, soll hier das Erkenntnisinteresse einer entsprechend arbeitenden Disziplin, so wie es von den jeweiligen Fachvertretern formuliert wird, angeführt werden: So wird bezüglich der Medienkulturforschung konstatiert, dass sie ausgehend von einem „(...) grundlegenden Interpretationsrahmen, der einerseits die zunehmende (quantitative) Verbreitung von Medien über den Prozess der Zivilisation reflektiert, andererseits die damit verbundenen (qualitativen) Prägungen von Kultur durch Formen mediatisierter Kommunikation (...)“ ein Wechselverhältnis angenommen, das für „(...) spezifische kulturelle Felder (...)“ konkretisiert werden muss und für das gilt, „(...) es auf kontextualisierende Weise zu untersuchen (...)“ (Hepp/Höhn/Wimmer 2010: 20). Eine eher kommunikationssoziologische Perspektive sieht das „(...) zentrale Problem der Kommunikationswissenschaft (... in der) Frage nach der *Macht der Kommunikation* (...)“ (Reichertz 2009: 43; Hervorhebungen im Original). Wobei dies sowohl für den tendenziell eher mikrologischen Ansatz Reichertz', der auf Handlungskoordination und -beeinflussung in der direkten face-to-face Kommunikation zielt, als auch auf den eher makrologischen bzw. strukturorientierten der Cultural Studies, welcher nach hierarchischen, (auch) via Medien etablierten und konsolidierten gesellschaftlichen Machtverhältnissen fragt, zutrifft. Abschließend können wir in diesem Zusammenhang nochmals aus dem Selbstverständnispapier der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft zitieren, welches eingedenk der Mediatisierungstheorie „(...) verstanden als zunehmende zeitliche, räumliche und soziale Durchdringung von Kultur und Gesellschaft mit

lauch 2011) – obgleich davon sich wahrscheinlich auch nur Udo Göttlich und Johannes Raabe als Kommunikationswissenschaftler im engen Sinne verstehen.

Prozessen der Medienkommunikation (...) Rückwirkungen *medialer Logiken*⁵ auf verschiedenste kulturelle soziale Bereiche (...)“ konstatiert, die etwa „(...) Politik, Wirtschaft und Alltagsleben (...)“ (DGPuK 2008: 4) zu zentralen Forschungsfeldern der Kommunikationswissenschaft erklärt. Bezüglich der benannten Dimensionen der Veränderungen ist zudem folgende Beobachtung von Bedeutung: In diesem Teilbereich der Kommunikationswissenschaft, welcher konkreten Überschrift und welcher konkreten Fragestellung er auch zugehörig sein mag, erfolgt eine Umstellung des Erkenntnisinteresses der Kommunikations- und Medienforschung, von einzelnen Kommunikationssequenzen, den Massenmedien oder der (einen) Öffentlichkeit auf kontextualisierende, soziokulturelle Betrachtungen – meist begleitet von einer breiten theoretischen Diskussion der Schlüsselbegriffe Kommunikation und Medien (bspw. Krotz 2001a; Reichertz 2009; Hepp 2011; Knoblauch 2011b). Diese theoretischen Auseinandersetzungen überschreiten dabei den Rahmen der (mittlerweile tradierten) Kritik an der epistemologisch nicht zu rechtfertigen Trennung von Massenkommunikation und face-to-face-Kommunikation (hierzu u.a. Reardon, Tahleen K./Rogers, Everett M. (1988); Wiemann, John M./Hawkins, Robert P./Pingree, Suzanne (1988)). So geht es bei den jeweiligen Argumentationen zu Kommunikation und Medien (notwendig) auch immer um das zugrunde liegende Menschenbild, den Subjekt- und Identitätsbegriff, das Verständnis von Gesellschaft, Kultur und deren basalen Wechselwirkungen. Einheitlich wird hier für performative, nicht-essentialistische (Neu-)Konzeptionen geworben, die neben dem »Container« Kommunikation und dem »Kanal« Medien auch die voneinander abgegrenzten Entitäten Umwelt und Subjekt bzw. Gesellschaft und Individuum liquidieren. Es ist leicht nachzuvollziehen, dass sich dadurch auch die Bedeutung und Konstitution von Medienwirkung und -rezeption, weitere zentrale kommunikationswissenschaftliche Konzepte, verändert (u.a. Reichertz 2009; Krotz 2001b). Diese Themen und Folgerungen sind der Theorie- und Begriffsarbeit ausnahmslos aller der angeführten Forschungsfelder zu eigen – wenngleich sie im intradisziplinären Mainstream-Diskurs kaum aufgenommen werden. Die noch zu begründende These ist, dass all diese Veränderungen und Kritiken sich auch leicht im interdisziplinären, sozialwissenschaftlichen Kontext (hier in Form einer praxistheoretischen Konzeption) wiederfinden lassen.

Der dritte Begründungszusammenhang für den praxistheoretischen Rahmen dieser Arbeit folgt aus den hier entwickelten Fragen an das empirische Untersuchungsmaterial. Wir werden im Fortgang der Analyse auf Kommunikationspraktiken schauen, weil die Veränderungen in der Aneignung von Handys und smartphones wie sie sich in gut zwei Jahrzehnten ausgebildet haben, Dimensio-

⁵ Zu Begriff, Karriere und Bedeutung des theoretisch-analytischen Fluchtpunkts der »Medienlogik« werden wir weiter unten noch eingehend Stellung nehmen.

nen einschließen, die mit einem klassischen Handlungs- oder Strukturbegriff weder vollständig erfassbar noch wechselseitig verschränkbar sind. Unsere Analysequelle ist wiederum ein klassisches Massenkommunikat, nämlich die Anzeigenwerbung in allgemeinen Publikumszeitschriften. Die leitenden Untersuchungsfragen sind zweistufig angelegt und fokussieren auf die konstituierenden Dimensionen sozialer Praktiken und damit individueller und gesellschaftlicher Wirklichkeit: Raum, Zeit, Sozialität und Kultur⁶. In einem ersten Schritt werden anhand dieser, dann freilich wesentlich stärker ausdifferenzierten, Dimensionen, die Prozesse der Alltagsdurchdringung, verstanden als Ergebnis der vielfach konstatierten »Entgrenzung und Integration« des Mediengebrauchs als bedeutsame Folge der Mediatisierungsphase in der Spätmoderne (vgl. u.a. Krotz 2007: 94ff.; Livingstone 2009), nachgezeichnet. In einem zweiten Schritt werden schließlich weitere empirischer Muster der Spätmoderne in Form der Veränderung von »Räumlichkeit« (vgl. u.a. Löw 2001, Unger 2010) und »Zeitlichkeit« (vgl. u.a. Rosa 2005, Neverla 2010) integriert. Anders formuliert: Die »Mediatisierung der Alltagswelt« (Hartmann/Hepp 2011) wird in zeitlicher und räumlicher Hinsicht weiter ausdifferenziert.

Ein solches Unterfangen lässt sich nur dann als dezidiert kommunikationswissenschaftliches begreifen, wenn man die bis hierher angedeuteten Schritte mitgeht. Das heißt wenn man Material- und Formalobjekt als dezidiert sozial- und nicht naturwissenschaftlich konstituierte begreift; wenn man dementsprechend Forschung nicht als Entdecken universaler Wahrheiten durch Messungen oder Verteilungen versteht sondern eher in der bedeutungs- und sinnbezogenen, prozessualen Logik »dichter Beschreibungen« wie sie bspw. den theoriengenerierenden Methoden zu Grunde liegt (vgl. u.a. Krotz 2005) sucht; wenn man von performativen, dialektisch verschränkten, konstruierten Dimensionen und Grenzen der zu untersuchenden Phänomene ausgeht anstatt von kausal gebundenen, atomaren Entitäten. Und schließlich wenn man bereit ist, Antworten auf die

⁶ Auch hier ist ein kleiner Vorgriff notwendig: Wir werden in der Folge für eine sinnhaft-intentional orientierte Konzeption sozialer Praktiken werben. Diese ist eng mit den wissenssoziologischen Überlegungen Peter Bergers und Thomas Luckmanns verknüpft (Berger/Luckmann 2004), woraus sich ein konditionaler Zusammenhang zwischen reziproken Typisierungen, Habitualisierungen und Institutionalisierungen, hier von mediatisierten Kommunikationspraktiken, und gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion ergibt (insb. dies.: 56ff.). Folglich stellt auch die hiesige Verwendung des Begriffs sozialer Wirklichkeit auf die Arbeiten Berger Luckmanns ab – insbesondere hinsichtlich der darin involvierten Ebenen gesellschaftlicher Verhältnisse wie etwa sozialen Machtstrukturen und -hierarchien und kultureller symbolischer Sinnwelten. Die Konstruktion sozialer Wirklichkeit wird zudem explizit als mikrosozialer (interaktionistische) und makrosozialer (in einem Sinne Institutionalisierung, vor allem hinsichtlich den Legitimierungsprozessen) Prozess begriffen. Soziale Wirklichkeit meint damit immer zugleich „zwei“ Ebenen: die materielle und die symbolische, die soziale und die kulturelle, die mikrologische und die makrologische (vgl. dazu auch weiter unten die Ausführungen zur praxistheoretischen Bewegung der Sozialtheorie bei Pierre Bourdieu und Erving Goffman).

Frage nach der Bedeutung von Medien in der kommunikativ konstruierten Wirklichkeit zu suchen und eben nicht an der Information abliest, aus der (meist künstlichen) singulären Rezeptionssituation erfragt oder aus dem Grad der Beteiligung institutionalisierter Kommunikatoren schließt. Das heißt positiv gewendet, wenn man die Bedeutung mediatisierter Kommunikationspraktiken aus dem »Gesamtgefüge sozialer Alltagspraktiken« rekonstruiert (vgl. Gentzel/Koenen 2012: 199, 209ff.), selbst wenn „(...) it distances us from the normal media studies assumptions that what (e.g., P.G) audience do (...) is a distinctive set of practices rather than an artificially chosen „slice“ through daily life that *cuts across* how they actually understand the practices in which they are engaged (...)“ (Couldry 2004: 121, Hervorhebungen im Original). Diese vermeintliche »Dezentrierung«⁷ zentraler Fragestellungen zu plausibilisieren und damit zu legitimieren ist mittels einer praxistheoretischen Argumentation möglich, weil dadurch ein gemeinsames Beschreibungsvokabular herausgeschält werden kann, das die Grundlage für kontextualisierende Fragestellungen bietet. Insofern dient der praxistheoretische Rahmen auch der Freilegung von im sozialwissenschaftlichen Gesamtgefüge, d.h. über die disziplinären Grenzen hinaus, geteilten Annahmen und Konzepten. Es geht also um die Identifikation und Diskussion interdisziplinär geteilter Begrifflichkeiten, homologer Denkmotive und Beschreibungskonzepte für den Wandel von Kommunikation, Medien Gesellschaft und Kultur.

Greifen wir für eine erste kurze Zusammenfassung der Argumentation die These der praxistheoretischen Bewegung der Kulturtheorien und deren Relevanz für Teile der Kommunikationswissenschaft auf und beziehen sie auf die eingangs des Kapitels aufgemachten Dimensionen: Wir haben auf einer *ersten (wissenschaftstheoretischen und epistemologischen) Ebene* einen Wandel proklamiert. Die Argumente bzw. Beobachtungen, die die Vermutung einer Veränderung auf dieser Ebene in der Kommunikationswissenschaft stützen, haben wir aus aktuellen Arbeiten eines, hier heuristisch als einheitlich konzipierten, Forschungsfeldes⁸ der Kommunikationswissenschaft abgelesen. Sie betrafen eine dezidiert anti-naturwissenschaftliche Fassung der theoretischen Basisbegriffe und -konzepte sowie eine Forschungslogik, die sich statt dem messenden Entdecken der Wahrheit eher der dichten Beschreibung konkreter sozialer Wirklichkeiten verpflichtet fühlt. Um Aussagen zu der *zweiten (methodologischen und die empirischen Erkenntnisinteressen betreffenden) Ebene* formulieren zu können, haben wir formal-strategische Reflexions- bzw. Positionspapiere der Kommunikati-

⁷ Zu dieser und weiteren Dimensionen der »Dezentrierung« vgl., im Anschluss an Morley, Couldry und Hasebrink, Hepp 2011: 125ff.).

⁸ Wir haben diesem weiter oben Kommunikationssoziologie, Medienkulturforschung, Cultural Studies und Mediatisierungsforschung zugerechnet.

onswissenschaft, das Selbstverständnispapier der DGPK und den Bericht des Wissenschaftsrates sowie Befunde einzelner Fachvertreter konsultiert. Hier zeigten sich gravierende Verschiebungen wie bspw. die Rehabilitation der interpersonalen Kommunikation vom Derivatstatus (oder zumindest dessen Forderung), das Verschieben basaler Erkenntnisinteressen von der Wirkung öffentlicher Kommunikation hin zur Bedeutung der Medien für die kommunikative, soziokulturelle Wirklichkeitskonstruktion. Auch wenn wir dies nicht expliziert haben, so ist es dennoch leicht nachvollziehbar, dass mit der Verschiebung der Erkenntnisinteressen und vielmehr noch mit der Veränderung auf wissenschaftstheoretischer und epistemologischer Ebene eben auch methodologische Umorientierungen hin zu interpretativen Methoden einhergehen.⁹ Auf der *dritten (sozialtheoretischen) Ebene* konnten wir zeigen, dass sich zumindest eine Auseinandersetzung in der Disziplin finden lässt, die sich um die zentralen Begriffe und Konzepte – u.a. Kommunikation, Medien, Wirkung, Akteur – rankt. Konkret bezogen auf das kultursoziologische Feld haben wir einen terminologischen Schwenk von kommunikativen Handlungen zu kommunikativen Praktiken identifiziert. Diesen Schwenk grundlegend theoretisch zu durchleuchten ist das Ziel der weiteren Argumentation. Als zentrales Ergebnis der Argumentation bis zu diesem Punkt können wir also festhalten, dass man begründet von einer kultursoziologischen Orientierung innerhalb der Kommunikationswissenschaft sprechen kann. Vor diesem Hintergrund interessieren wir uns nun für die grundlegende, disziplinär aber kaum beachtete, Bewegung der Kultur- bzw. Sozialtheorie.

2.2 Was sind Praxistheorien?

Wie wir bereits angedeutet haben, soll hier keine Praxistheorie im Singular vorgestellt werden, die einen umfassenden Deutungsanspruch erhebt und sich dadurch vor allen anderen Sozialtheorien auszeichnet. Der Titel Praxistheorien dient hier stattdessen als Schlüsselbegriff um die jüngere »Transformation der Kulturtheorien« (Reckwitz 2008), den »practice turn in contemporary theory« (Schatzki et al. 2001), die »Theorienfokussierung« (Raabe 2008) oder auch das »new paradigm in social theory« (Couldry 2004) zu bezeichnen. Praxistheorien stehen also nicht für eine bestimmte (Einzel-)Theorie, sondern benennen eine grundlegende Perspektive (vgl. Reckwitz 2003a), die insbesondere für die jüngere Geschichte der Sozialtheorien – beispielsweise von Erving Goffman, Charles

⁹ Zum Zusammenhang von sozialwissenschaftlicher Perspektive und interpretativen oder qualitativ-entdeckenden Methoden vgl. u.a. Reckwitz 2008: 98 - 116; Krotz 2005: Teil I; Hepp 2011: 121 - 134; sehr konkret dazu auch der zweite, in kommunikationswissenschaftlichen Werken meist nicht abgedruckte Teil des ansonsten sehr prominenten Aufsatzes von Herbert Blumer 1973: 101 - 146.

Taylor, Anthony Giddens, Pierre Bourdieu oder Michel Foucault – konzeptionelle Gemeinsamkeiten, ähnliche Denkfiguren, homologe Wechselbeziehungen und analoge Argumentationsmuster in so zentralen Punkten wie dem Subjektbegriff oder den „Handlungs“- , Wissens-, Macht- und Kulturmodellen identifiziert und bündelt. Die nachstehende Argumentation bezieht sich also auf das »sozialtheoretische Feld« (Reckwitz 2008: 49) in seiner Bewegung seit dem »cultural turn«, d.h. seit der sozialtheoretischen paradigmatischen Abkehr von der naturwissenschaftlich inspirierten „(...) Faktizität des Verhaltens und der sozialen Gebilde (...)“ und der Hinwendung zur „(...) sinnhaften Organisation der Wirklichkeit, in deren Zusammenhang Verhalten und soziale Gebilde erst möglich werden (...)“ (ders.: 16). Es geht in der Folge also ausschließlich um die Entwicklung der Sozialtheorien als (nach dem »cultural turn«) Kulturtheorien, mithin jener sozialtheoretischen Ansätzen und Konzeptionen, in deren Zentrum ein Handeln und Strukturen wechselseitig prägendes wie geprägtes Gebilde »Kultur« steht.¹⁰ Gerade in Anbetracht der diffusen Verwendung des Praxisbegriffs in der Kommunikationswissenschaft ist also gleich zu Beginn festzuhalten: Praxistheorien operieren genuin im kulturtheoretischen Vokabular.

Unsere Argumentation gliedert sich nun in zwei Teile. In einem *ersten Schritt* werden wir historisch-systematisch argumentieren, um die proklamierte Bewegung der Kulturtheorien nachzuzeichnen. Dieser Argumentationsteil beginnt mit idealtypisch zugespitzten Kritiken am motivational- (mundan-) phänomenologischen und am strukturalistischen Basismodell der Erklärung von Handlung und Sozialität. Anschließend wird die praxistheoretische Perspektive anhand epistemologischer und sozialtheoretischer Entwicklungen rekonstruiert. Das heißt konkret, dass wir zunächst die Überlegungen Ludwig Wittgensteins (insbesondere zur »sozialen Regel« und der »Normalform« der Sprache) und Martin Heideggers (insbesondere zum »Dasein« als »In-der-Welt-sein«) erläutern und kommentieren werden, ehe wir die These der »praxistheoretischen Konvergenzbewegung« auf der sozialtheoretischen Ebene diskutieren. Dafür werden zwei verdichtete, idealtypisch gedachte Strömungen aus einerseits

¹⁰ An dieser Stelle muss auf die im ersten Moment etwas problematische erscheinende Verwendung der Termini Kultur und Sozialität in diesem ersten Kapitel hingewiesen werden. Wir werden im Laufe der Argumentation sehen, dass die klassische Unterscheidung zwischen sozial – als allein auf die gesellschaftliche Ebene der Strukturen, Machtverhältnisse, Hierarchien oder Kapitalienverteilungen (im Sinne Pierre Bourdieus) – und kulturell – als symbolische Dimension von Sinnwelten, -horizonte oder Deutungsmuster – im praxistheoretischen Vokabular ein Stück weit aufgehoben wird. Die Gründe dafür liegen einerseits in der Einsicht, symbolische Manifestationen (wie bspw. (Werbe-)Bilder) nicht unabhängig von Machtgefügen verstehen zu können (weil sie maßgeblich durch diese geprägt sind) und andererseits in dem Umstand, dass sich beide Dimensionen im praktischen Vollzug erst entfalten. In diesem Sinne markiert der Begriff *sozial* hier zunächst ganz allgemein den kollektiven und „interaktionistischen“ Charakter der jeweils attribuierten Phänomene – unabhängig von deren primär materieller, machtpolitischer oder symbolischer Verfasstheit.

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