

2. Mediatisierung und die Perspektive der Macher

Unter Mediatisierung wird in der einschlägigen Debatte in Deutschland ein gesellschaftlicher „Metaprozess“ (Krotz 2007: 25 ff.) verstanden, da menschliche Kommunikation eine universalhistorische Konstante darstellt und dabei immer schon auf Zeichensysteme verweist, die von Menschen – zuvorderst in Gestalt kultureller Sprachsysteme und -konventionen – gewusst werden müssen, damit Verstehen grundsätzlich möglich ist. Als Ausdrucksträger dieser Zeichensysteme sind *Medien* konstitutiv für Kommunikation, womit der menschliche Körper ebenso wie Schriftträger, Bildträger und Tonträger in den Blick genommen werden könnten. Die formalen Eigenschaften dieser Ausdrucksträger sind keineswegs trivial (vgl. etwa Schulz 2004: 90 ff.), limitieren und ermöglichen sie doch gleichermaßen das Spektrum möglicher Entäußerungen, d. h. wechselseitig orientierten Handelns. Andererseits setzen sie – dies ist der mit Mediatisierung betonte Aspekt des Medialen – gemeinsames Alltagswissen sowohl normativ als auch kognitiv voraus *und* aktualisieren, d. h. festigen oder auch irritieren dieses in ihrem Gebrauch.³¹

Es sind jedoch nicht diese Grundannahmen, die mit der jüngeren Mediatisierungsforschung in erster Linie verfolgt werden, sondern die mit dem Ansatz der Mediatisierung verbundenen Möglichkeiten, Phänomene des kulturellen Wandels empirisch zu beschreiben (vgl. Krotz 2007: 25 ff.; Hepp 2010). Kommunikation ist auf materiale Träger angewiesen, deren Gestalt menschheitsgeschichtlich äußerst variabel ist. Dieser Annahme folgend wird mit Mediatisierung insofern eine historisch einzigartige Situation bezeichnet, als sich zu keinem Zeitpunkt der Geschichte ein vergleichbares Ausmaß medienvermittelten Alltagshandelns verzeichnen lässt, wie dies heute der Fall ist. Damit ist ein Verständnis von Medien als „technisch-apparative Formationen [verbunden], die also mit Film, Fernsehen, Radio und Internet zu tun

³¹ Siehe dazu auch die Ausführungen Berger und Luckmanns (1969: 163) zur wirklichkeitsstiftenden Qualität der Sprache und des Sprechens.

haben“ (Hickethier 2010: 87). Mit besonderem Augenmerk auf medienkommunikative Aktionen und Interaktionen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Handlungsfeldern, die als ausdifferenzierte „media environments“ (Krotz 2009: 27) zu verstehen sind, fokussieren einschlägige Studien, dem folgend, veränderte alltagsweltliche Kontexte der „kommunikativen Konstruktion“ von Wirklichkeit (vgl. Knoblauch/Keller/Reichert 2013). Konzeptionell setzt Mediatisierung somit medientechnische Entwicklungen und die normalisierte Verwendung von Medien im Alltag voraus. Ferner setzt Mediatisierung damit den hohen Verbreitungsgrad (Pervasion) und die quantitative Zunahme (Omnipräsenz) sogenannter neuer Medien voraus. Diese sind als notwendige Voraussetzung für das Auftreten und den Fortgang des kulturellen Wandels in einer qualitativ neuen Dimension zu verstehen. Es geht also nicht um gesellschaftsdeterminierende Effekte von Medien in einem universalhistorischen (vgl. McLuhan 1967; Meyrowitz 1985, 1998)³² oder massenmedial ausgerichtetem Sinne (vgl. Altheide/Snow 1979, 1988)³³, sondern darum, Kommunikation und Interaktion in Alltagswelten der eigenen Gesellschaft unter besonderer Berücksichtigung des jüngeren Medienwandels bzw. des medienkommunikativen Handelns empirisch zu beschreiben.

Medien, und damit auch digitale Medien, sind allerdings nicht nur einfach am Handeln beteiligt und ebenso wenig schlichtweg neutrale Übermittler von Informationen. Gerade weil sie in für bestimmte Alltagswelten typische HandlungsROUTINEN eingelassen sind, prägen sie dortige HandlungsFORMEN in bestimmter und bestimmbarer Weise. Das Erkenntnisinteresse besteht also darin, Hinweisen über einen etwaigen Wandel konkreter gesellschaftlicher Institutionen bzw. institutionaler Ordnungen wie der Familie, dem Spiel, der Liebe, dem Recht, der politischen Beteiligung, der Fitness usw. nachzugehen. Letztlich widmet sich diese Forschung also dem gewandelten Wissen über typische Rollen, Verkehrsregeln und Handlungsbestimmungen (vgl. Hepp 2012, 2013: 98 ff.).³⁴ Das Ausmaß, die Richtung, mögliche Muster, Gemeinsamkeiten und Unterschiede des Einflusses von *medienbasiertem* Handeln auf die Ordnungen alltäglicher Handlungsfelder, die dann als *mediatisierte Welten* bezeichnet werden, stellen demnach die Kernfragen der jüngeren Mediatisierungsforschung dar (vgl. Hepp 2010, 2011a, 2011b; Hepp/Krotz 2012).

Mediatisierungsforscher heben auf den Aspekt des sinnvoll-deutenden und dabei dezidiert aneignenden Alltagshandelns mit konkreten Medien (Medienhandeln) und auf die gleichförmige Wiederholung dieses Handelns ab (Habitualisierung) und wol-

³² Vgl. die deutliche Distanzierung zu diesen Ansätzen etwa in Hepp/Hjarvard/Lundby 2010: 223.

³³ Vgl. die wiederholte Kritik an einer Medienlogik vor allem bei Hepp 2013b: 97.

³⁴ Hepp (2013: 98 ff.) macht hierfür ein Konzept der „Prägung“ durch die Medien bzw. der „Prägekraft“ der Medien stark.

len damit dessen prinzipiell unvorhersehbaren Konsequenzen nachspüren (Institutionalisierung). Heuristisch unterscheidet etwa Krotz (2009: 24), am symbolischen Interaktionismus ausgerichtet, drei Stufen von Phänomenen und möglichen Betrachtungsausschnitten, die aufeinander aufbauen: (a) die des Handelns („communication“), (b) des medienbezogenen Handelns („mediated communication“) und (c) der verfestigten Handlungs- und Erwartungsformen („mediatized forms“). Erst bei der obersten dieser drei Stufen soll dabei von Mediatisierung bzw. mediatisiertem Handeln ausgegangen werden. Bei all diesen Zugriffen wird die starke und vor allem voraussetzungsvolle Vorannahme mitgeführt, dass Medien alltagsverändernde Impulse besitzen, dass es sich also sozusagen lohnt, den Forschungsfokus dergestalt exklusiv auf mediales Handeln im weiteren Sinne zu richten. Ein elaborierter, theoretischer Begründungsversuch sticht in der jüngeren deutschsprachigen Diskussion hervor: Insofern argumentiert wird, dass Medien zunehmend in alltägliche Routinen eingelassen sind, wird mittlerweile weitestgehend geteilt der Annahme gefolgt, dass Handeln, so es an Anderen orientiert ist, grundsätzlich einer wahrnehmbaren Wirkung in der materialen Umwelt (vgl. bereits Srubar 1988: 266; Knoblauch 1995) und damit letztlich körperlicher oder eben materialer Ausdrucksträger bedarf (vgl. Knoblauch 1995, 2011, 2013). Mehr noch: Menschen ‚klopfen‘ unablässig eine Vielzahl wahrgenommener, mitweltlicher Entäußerungen (sowohl eigene als auch die anderer) auf ihren Anzeichencharakter hin ab, womit Handeln prinzipiell – so Knoblauch – auf wechselseitigem Wirkhandeln basiert und Handeln – in dieser starken Lesart – wegen der gewissermaßen allgegenwärtigen Anzeichenhaftigkeit des Alltags als „kommunikatives Handeln“ zu verstehen sei:

“Communicative action needs to produce this material carrier, be it a letter written by hand, a spoken word, a technical device, or a visual representation on a computer screen. Since communicative action implies, assumes and depends on the production of this material carriers, the production mechanism must simultaneously be an instrumental action which has ‘effects’ on and in the world. Communicative action is also a socially reciprocal act of meaningful working [...], ‘working’ referring to that

which can be experienced in a common environment (Schütz & Luckmann, 1989)“ (Knoblauch 2013b: 302).³⁵

In einschlägigen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten der Mediatisierungsforschung wird einer etwaigen „Agency“³⁶ eine Fundamentalabsage absagt. Dies drückt sich in erster Linie darin aus, dass Forschungstätigkeiten – wie beschrieben – nicht primär auf die Beschreibung des konkreten Medienhandelns zielen, sondern nach etwaigen Logiken, Prägekräften und Metaprozessen, also nach Hinweisen auf abstraktere Konsequenzen oder Nebenfolgen (hier: im klassischen Verstande Robert K. Mertons) dieses Handelns suchen, nach allgemeinen Tatsachen also, die wiederum das Alltagshandeln prägen bzw. als Rahmenbedingungen der kommunikativen Wirklichkeitskonstruktion begriffen werden können (vgl. Keller/Reichert/Knoblauch 2013; grundlegend Berger/Luckmann 1969). Gleichwohl kommt der empirische Zugriff nicht umhin, zunächst auf die empirischen Gegebenheiten, also auf das alltagsweltliche „Wirken“ (Schütz/Luckmann 1984: 19 ff.; siehe nochmals Knoblauch 2013b)³⁷ der Menschen zu blicken, um die diesem in der pragmatischen Einstellung als fraglos gegebene und geordnete *Welt* zu rekonstruieren und auf Wirklichkeit (bzw. deren So-Sein und Wandel) schließen zu können.

³⁵ Knoblauch bezieht sich damit auf eine von ihm bereits früh (1995: 46) geforderte Neuausrichtung der wissenssoziologischen Lesart des Handelns: „Es ist also nicht der semantische Geltungsanspruch, sondern die entäußerte Objektivität des Lautes (und später Schriftzeichens), das die Synchronisierung des Bewusstseins und die Koordination der Handlungen ermöglicht. Die Objektivierung von Zeichen (unter denen sprachliche Zeichen nur ein Typus sind) ist also ‚gleichursprünglich‘ mit dem kommunikativen Handeln; sie stellt einen Aspekt dieses Handelns dar.“ Diese sozusagen pragmatistische Schlagseite und die These einer situativen Gleichursprünglichkeit von Ego, Alter Ego und (materialer) Objektivierung stellt die Vorzugsstellung des Kognitiven bzw. Egologischen, d. h. das jeweilige Erfahrungswissen Handelnder grundsätzlich infrage. Auf eine kritische Auseinandersetzung mit dieser durchaus kontrovers zu diskutierenden Annahme muss allerdings an dieser Stelle verzichtet werden.

³⁶ Zum theoretischen Hintergrund der Structure-Agency-Debatte vgl. Giddens 1991; siehe aber auch den medienwissenschaftlichen Rekurs auf diese Diskussion in Silverstone/Haddon 1996: 58 ff.

³⁷ Schütz und Luckmann unterscheiden drei Basistypen des Handelns: „Arbeiten“ ist jenes Handeln, das „dem Entwurf des Handelns gemäß die Umwelt verändert“ (Schütz/Luckmann 1984: 24). Davon kann „Denken“ als jenes Handeln abgegrenzt werden, „das von seinem Vollzug und vom Entwurf des Handelns her nicht notwendig in die Umwelt eingreift“ (ebd.: 22). *Zwischen* diesen beiden Formen des Handelns ist „Wirken“ als jenes Handeln zu verorten, das eine Veränderung in der sozialen und natürlichen (also im weiteren Sinne mitmenschlichen und materialen) Umgebung bewirkt, ohne dass diese Veränderung vom Handelnden beabsichtigt ist (ebd.). Später beschreibt Luckmann (2002: 92 f.), sozialgeschichtlich eingrenzend, Arbeiten als „jene Form des Wirkens [...] die mehr oder minder bleibende Veränderungen in der gesellschaftlichen und natürlichen Umwelt verursacht, vor allem als solche, die der Bedürfnisbefriedigung dienen“. Weiters ist diese Form des Handelns damit „die Voraussetzung sowohl für das faktische Überleben des konkreten Lebewesens als auch für seine Sozialisation in eine vorgegebene, aber wandelbare Sinnwirklichkeit, eine *historische* Natur- und Symbolwelt“ (ebd., H. i. O.).

Die analytische Trennung von Welt und Wirklichkeit einerseits und die Beschreibung ihrer wechselseitigen Bedingtheit andererseits hat Helmuth Plessner (1969: IX ff.) als die Leistung von Peter L. Bergers und Thomas Luckmanns (1969) „Gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit“ hervorgehoben. Denn phänomenologisch konstituiert sich Welt in der egologischen Perspektive der handelnden Subjekte, d. h. in der jeweils „gewussten singulären Perspektive“ (Reichertz 2005: 234). Die subjektive Gewissheit, dass „Phänomene wirklich sind und bestimmbare Eigenschaften haben“ (Berger/Luckmann 1969: 1) ergeht allerdings nicht aus egologisch-beliebigen Setzungen. Erfahrung und Handlungsentwurf basieren vielmehr auf sozialen Wissensvorräten, welche insofern als geteilt verstanden werden können, als sie primär- und sekundärsozialisatorisch – d. h. qua rollenförmig organisierte Akte der Wissensvermittlung und -übernahme (vgl. Schütz/Luckmann 1979: 347 ff.) erworben und kommunikativ stabilisiert werden. Unhinterfragte Gewissheiten in der bewohnten Welt beziehen sich dann auf typische (bzw. „hypothetische“, ebd.) Relevanzen und typische „Problemlösungen“ im Erfahrungsvorrat des Einzelnen zurück. Das Ziel wissenssoziologischer Forschungsbemühungen ruht somit nicht auf der singulären Perspektive Einzelner, sondern bezieht sich auf das Verstehen des typischen Verstehens und damit auch des typischen Handelns auf der Grundlage soziohistorisch je bereits vor-ausgelegten Wissens. Benita Luckmann (1978; vgl. Hitzler/Honer 1984: 66 f.; Honer 1993: 14 ff., Hitzler/Honer 2003) hatte darauf hingewiesen, dass Menschen in der Moderne nicht in einer, sondern einer Vielzahl von Welten, in den mehr oder weniger gut definierten Grenzen kleiner Gemeinschaften (Luckmann 1978: 276), existieren, in denen sich ihre Alltagserfahrung auf einen institutionell stabilisierten Bezugsrahmen stützt. Menschen bewohnen Welten, die wissbar („knowable“, 283) und in diesem Sinne alltäglich mindestens näherungsweise mit anderen *geteilt* sind. Für unterschiedliche Orte bzw. Zeit-Räume können sich also „kontinuierliche Wir-Beziehungen“ verdichten, über die geteilte Relevanzen für jeweils geteilte Probleme entstehen (Schütz/Luckmann 1979: 345). Welten werden gewöhnlich nicht einfach nur vorgefunden und durchlebt, sondern immer wieder neu – vor dem Hintergrund subjektiver lebensweltlicher Erfahrungsvorräte – angeeignet, ausgedeutet und dabei „neu-erfunden“, wobei die neuen Auslegungen des vorausgelegten Wissensvorrates wiederum in Handlungsfelder „eingespeist“ werden (Reichertz 2005: 233 und dort den Verweis auf Soeffner 1989).³⁸

³⁸ Bezogen auf ein anderes Forschungsfeld – das der Szenen – konstatieren Hitzler und Bucher (2010: 97) in vergleichbarer Weise: „Mithin geht es uns bei unserer soziologischen Arbeit, verallgemeinernd gesprochen, wesentlich darum, zu verstehen, wie Bedeutungen entstehen und fortbestehen, wann und warum sie ‚objektiv‘ genannt werden können, und wie sich Menschen die gesellschaftlich ‚objektivierten‘ Bedeutungen wiederum *deutend* aneignen, daraus ihre je ‚subjektiven‘ Sinnhaftigkeiten herausbrechen und dadurch wiederum an der sozialen Konstruktion der Wirklichkeit mitwirken“ (H. i. O.).

Es liegt vielleicht auch in ebendieser Einsicht in die dergestalt komplexe und vor allem unvorhersehbare Wirklichkeitskonstruktion begründet, dass in den Arbeiten der einschlägigen Mediatisierungsforschung die Welten derjenigen bislang nicht betrachtet wurden, die gezielt Wirklichkeit aufgreifen und neuschaffen wollen, die also nicht beiläufig wirkend, sondern intendiert erzeugend die Konstruktion von *Wirklichkeit(-en)* der Alltagswelt anstreben (vgl. grundlegend Luckmann 2002). Ökonomische Hervorbringungskontexte sind bislang generell selten in den Blick der am medienbezogenen Alltagshandeln interessierten Mediatisierungsforscher geraten.³⁹ Wenn dies der Fall ist, dann bislang in der auf elektronische Massenmedien und dabei auf das Fernsehen fokussierten Literatur (vgl. Oakes 1992: 450; Hjarvard 2008: 120).⁴⁰ Im Fokus der vorliegenden Darstellungen stehen die Hintergrundannahmen und Gewissheiten der Macher und deren kommunikativ geschaffene und stabilisierte Welt, die ihren Ausdruck in einem bestimmten Handlungsfeld findet, das durch Medieneinsatz und Medienverschänkung hervorgebracht, gestützt und verändert wird. Es mag irritierend erscheinen, sich mit Mediatisierung *als* Geschäftsmodell zu befassen, weil sie sich in der bereits beschriebenen Weise jenseits der intentionalen Wirkakte bestimmter Menschen vollzieht. Die Betrachtung ist aber ebenso naheliegend: Denn für das wirkende sowie das arbeitende Handeln von Machern gilt gleichermaßen, dass „[die] Lebenswelt also eine Wirklichkeit [ist], die wir durch unsere Handlungen modifizieren und die andererseits unsere Handlungen modifiziert“ (Schütz/Luckmann 1979: 28). Seinen Wirklichkeitsakzent gewinnt die Alltagswelt durch wirklichkeitsstiftende Elemente, d. h. zuvorderst durch Sprache (und Sprechen), aber auch – wie beschrieben – durch allerlei Erzeugnisse.⁴¹

Für die Erzeuger und ihr Handeln gilt das, was auch für das sinnhafte Handeln der Menschen im Alltag konstatiert gilt: Einerseits ist der Mensch kein „structural dope“ (Giddens 1979: 52), der bestimmten Normen und institutionalisierten Handlungsbestimmungen wie z. B. wirtschaftlichem Handeln mechanistisch-gleichförmig zu folgen ‚verdammte‘ ist, sondern der vielmehr in spezifischen Zusammenhängen

³⁹ Es muss noch einmal betont werden, dass hierbei nicht die alltägliche Medien- und Technik*verwendung* in Organisationen gemeint sind, die sich ebenso – beiläufig – institutionalisieren und die Organisationskulturen prägen kann (vgl. hierzu besonders das vornehmliche Forschungsinteresse Orlikowskis 1992; siehe insbesondere auch Stegbauer 1995).

⁴⁰ Zu einer Ausnahme mit allerdings epistemologisch anderer Stoßrichtung vgl. Hjarvard 2004.

⁴¹ In der ethnologischen Debatte zur „materiellen Kultur“ bezeichnet etwa Christian Feest (2006: 257) „Geräte und die mit ihnen verbundenen Tätigkeiten [als] wohl wichtigste Schnittstelle zwischen den Menschen und der Welt, in der sie leben“ und bezieht sich damit – im Unterschied zu den vor allem in den Consumer Studies betonten symbolisch werthaftern Dingbezügen (dort: Gebrauchsgüter) und damit konnotierten Akten des Erwerbs und der Inszenierung auf die Selbstverständlichkeiten, mit der Menschen seit je her anhand spezifischer Gegenstände „in ihren Lebensraum eingreifen, um ihn ihren Bedürfnissen entsprechend zu nutzen und zu verändern“ (ebd.: 256). Siehe zum Stellenwert der auf das (Routine-)Handeln bzw. Handlungszusammenhänge gedeuteten Material-Culture-Debatte für die Mediatisierungsforschung das Kap. 5. 5.

sinnhaft handelt.⁴² Andererseits bringen auch Macher jeweils individualbiografisch erworbenes Erfahrungswissen und kulturelle Vorannahmen mit in ihre Organisationswelten, die sich durch kommunizierte Themen und allerlei Alltagsroutinen einschleifen, intersubjektiv verfestigen (vgl. Wilz 2010: 19) und sich letztlich *auch* in Geschäftsausrichtungen und Produktgestaltungen niederschlagen. Auch wenn es also zunächst als einigermaßen banale Einsicht erscheint: Auch hinter den Türen von Wirtschaftsunternehmen und Entwicklungsabteilungen sind es Menschen, die vor dem Hintergrund unhinterfragter kultureller Vorannahmen und Gewissheiten handeln, die andererseits „hineingestellt und sozialisiert in historisch und sozial entwickelte Routinen und Deutungen des jeweiligen Handlungsfeldes (...) diese einerseits *vorfinden* und sich aneignen (müssen), andererseits diese immer wieder neu ausdeuten und damit auch ‚eigen-willig‘ *erfinden* (müssen)“ (Reichertz 2005: 233, H. i. O.; vgl. auch Lawrence/Suddaby 2006).

Auch das Handeln von Machern und die Erzeugnisse deren Handelns können Nebenfolgen zeitigen. Auch ihre Welt muss sich nicht mit einer gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion decken. Obwohl sie sich *gezielt* mit Elementen der Alltagswirklichkeit auseinandersetzen, diese also absichtsvoll auf bevorzugte und gegen alternative Lesarten hin gestalten und kennzeichnen, können auch ihre Tätigkeiten und Erzeugnisse von Menschen in ganz anderer als der ursprünglich veranschlagten Weise gedeutet und angeeignet werden. Mehr noch: Sie können unvorhergesehene Zuschreibungs- und Definitionsprozesse in Gang setzen, die sie nicht immer ignorieren können.⁴³ Während den Mann auf der Straße Missverständnisse oder Fehlwahrnehmungen in Face-to-Face-Interaktionen zumindest prinzipiell wenig zu kümmern brauchen, können sie sich Geschäftemachern regelrecht aufdrängen, weil mit ihnen ökonomisch unerwünschte Risiken wie etwa nachhaltige Image-Schäden, Käufer- und Kundenrückgang und damit auch Gewinnverluste drohen. So passiert es, dass Macher an ihren selbstverständlichen Wirklichkeitsverständnissen zweifeln und unerwünschte Effekte als Konsequenzen ihrer eigenen vorherigen Bemühungen interpretieren. Dass es dazu kommt, bedarf es mehr oder weniger ernster Irritationen im alltagspragmatischen ‚Und-So-Weiter‘. Diese Unterbrechungen können dazu führen, dass bis dato unhinterfragte Erfahrungsschemata hinterfragt, neu bewertet und in Bezug zum eigenen Arbeiten (oder auch Wirken) gesetzt werden – darin also, dass im

⁴² Bezogen auf den Konsumenten vgl. hierzu die Ausführungen in Hitzler/Pfadenhauer 2006.

⁴³ Zu den Folgen organisationaler Trägheit siehe etwa Kinnear/Roodt 1998.

Unternehmen nach neuen Lösungen gesucht wird. Anders formuliert: Ein (neuerlicher) Wissenserwerb wird in Gang gesetzt.⁴⁴ Eine wesentliche Ursache für Irritationen, die zu Zweifel und Wissenserwerb führen können, besteht darin, dass Machern die Objektivationen ihres Arbeitshandelns manifest gegenübertreten. Diese Situationen entstehen nicht nur *intern* im Kreise der Mitstreiter, wenn Konzepte in Gestalt von Papieren und Skizzen, Modellen und Softwareversionen in Augenschein genommen und diskutiert werden. Sie entspringen auch *externen* Bezugnahmen, durch Einschätzungen, Zuschreibungen oder Tätigkeiten Außenstehender: Agenturpersonen bei Konsultationstreffen, unliebsame Berichterstattungen der Presse, Kundenfeedbacks oder auch Nutzungsdaten aller Art können hier zum Ausgangspunkt für die Problematisierung alter Annahmen werden. Die Folge dieser Irritationen kann darin bestehen, dass „das *Vermögen zum erfolgreichen Wirken von [diesen] Gegebenheiten betroffen wird*, die es hinzunehmen oder aber weiter zu explorieren und zu befragen gilt“ (Brosziewski 1999: 3, H. i. O.). Diese Gegebenheiten sind also einerseits das Produkt des Arbeitshandelns unterschiedlicher, aneinander orientierter, einander beeinflussender Menschen in Organisationen. Andererseits entstehen sie aus der Zuwendung und bewertenden Bezugnahme Dritter wie z. B. Konsumenten oder Journalisten. Sie können sich zu alternativen Deutungsmustern stabilisieren und verbreiten und als *außerorganisationale* Konstruktion die organisationale Konstruktion des Handlungsfeldes in einer Weise infrage stellen oder überlagern, dass sich Macher zu geschäfts- und produktbezogenen Strategiewechseln veranlasst sehen.

44

Als *Wissenserwerb* kann man den auf Zweifel folgenden Abgleich, die Anpassung von Erwartungen und die erfolgsorientierte Veränderung bezeichnen: Mit Nachdruck hat z. B. Achim Brosziewski (1999; siehe auch 1996) auf die unterschiedlichen Konnotationen hingewiesen, die im Hinblick auf den alltäglichen Wissenserwerb zwischen Wissenssoziologie und Wissensmanagement (Wissensökonomie) bestehen. Dabei nimmt Brosziewski den bemerkenswerten Umstand zum Ausgangspunkt seiner Ausführungen, dass nämlich sowohl die einschlägigen Werke zur Ökonomie des Wissens (Machlup 1962, Peter F. Drucker 1968) als auch das der (neuen) Soziologie des Wissens (Peter L. Berger und Thomas Luckmann, erstmals 1966) nahezu zeitgleich erschienen sind und ihre Vertreter überdies gleichermaßen persönlich und intellektuell von Alfred Schütz beeinflusst waren (Brosziewski 1999: FN 1), aber dennoch „wenig Berührung und wechselseitige Kenntnisnahme zwischen Ökonomie und Soziologie des Wissens in den mittlerweile mehr als 30 Jahren ihres Bestehens auszumachen ist“ (ebd.: 1). Brosziewski konstatiert, dass die Soziologie des Wissens meist auf wiederholtes, repetitives und gewohnheitsmäßiges Handeln und damit auf alltägliches *Routinewissen* der Menschen im Alltag fokussiert und gute Gründe dieser Sicht in der Konsistenz und im Bestand (also im Bereich des Fraglosen) ausmacht. In der Ökonomie des Wissens dagegen würde insbesondere ein Weltzugang (der sogenannten „Wissensmanager“) betont, bei dem eingeschliffene Lösungen und Routinen auf ihre aktuelle Brauchbarkeit und Unbrauchbarkeit hinterfragt werden, womit im Unterschied zum Begriff der „Routine“ der der „Innovation“ hervorgehoben wird (ebd.). Wissenserwerb wird also zwischen den beiden Debatten nicht gänzlich anders verstanden, sondern je unterschiedlich konnotiert.

Mediatisierung als Handlungsproblem
Eine wissenssoziologische Studie zum Wandel
materialer Kultur

Grenz, T.

2017, X, 236 S. 5 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14865-2