

Kommunikative Figurationen

Ein konzeptioneller Rahmen zur Erforschung kommunikativer Konstruktionsprozesse in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung

Andreas Hepp / Uwe Hasebrink

Angesichts der fortschreitenden Durchdringung aller Lebensbereiche mit digitalen Medien stellt sich die Frage, wie sich die Veränderungen der Medienumgebung in der Konstruktion sozialer Wirklichkeit niederschlagen. Ziel des Artikels ist es, einen konzeptionellen Beitrag zur Untersuchung dieser Frage aus sozialkonstruktivistischer Sicht zu leisten. Ausgangspunkt ist eine Diskussion, inwiefern der aktuelle Medienwandel Anlass zur Weiterentwicklung des konstruktivistischen Denkens in der Kommunikations- und Medienwissenschaft gibt. Anknüpfend an Befunde der Mediatisierungsforschung wird dann herausgearbeitet, dass sich die Veränderungen der Medienumgebung in verschiedenen sozialen Domänen unterschiedlich niederschlagen und es daher eines Untersuchungsansatzes bedarf, der die Meso-Ebene von Kollektivitäten und Organisationen in den Blick nimmt. In einem weiteren Schritt werden aktuelle Trends des Wandels der Medienumgebung herausgearbeitet und im Hinblick auf ihre Konsequenzen für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit diskutiert. Für die Untersuchung dieser Konsequenzen wird schließlich das Konzept der „kommunikativen Figurationen“ entwickelt, mithilfe dessen sich die Konstruktion sozialer Wirklichkeit auf der Meso-Ebene theoretisch und empirisch rekonstruieren lässt.

Schlüsselwörter: Medienwandel, Kommunikationswandel, Mediatisierung, Sozialkonstruktivismus, Figuration

1. Einleitung

Die Annahme, dass gesellschaftliche Wirklichkeit sozial konstruiert wird und dass dabei Kommunikation und damit auch die Medien der Kommunikation eine grundlegende Rolle spielen, ist der Kommunikations- und Medienwissenschaft seit langem vertraut. Anlass für die folgenden Überlegungen zur Weiterentwicklung und Konkretisierung dieser Perspektive ist die Beobachtung, dass sich die medialen Bedingungen dieser Konstruktionsprozesse grundlegend verändert haben: Die maßgeblichen konzeptionellen und theoretischen Publikationen aus den 1990er Jahren haben unter „Medien“ letztlich Massenmedien verstanden und deren Stellenwert für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit insbesondere im Hinblick auf öffentliche Kommunikation und die Konstruktion von Öffentlichkeit analysiert. Der Rückblick auf den Band „Die Wirklichkeit der Medien“ (Merten, Schmidt & Weischenberg 1994), einen der Kristallisationspunkte der Diskussion über eine konstruktivistische Perspektive auf Medien und Kommunikation im deutschsprachigen Raum, führt exemplarisch vor Augen, was sich in den letzten zwanzig Jahren geändert hat: Neben allgemeinen, kognitionstheoretischen Grundlagen des Konstruktivismus ging es damals vor allem um Massenmedien und deren Beitrag zu gesellschaftlichen Konstruktionsprozessen, so zum Beispiel um die „Evolution von Konstruktionen der Wirklichkeit“ (Merten 1994: 158) durch die entstehenden und sich verändernden Massenmedien, um die Rolle von „Journalismus als sozialem System“ bei der „Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“ (Weischenberg 1994: 429) und um die „strukturelle Kopplung“ (Schmidt 1994: 613) von Menschen als Ak-

teuren durch solche Formen der Kommunikation. Dabei wurde zwar bereits eine zu einseitige theoretisch-konzeptionelle Orientierung auf Massenkommunikation problematisiert (beispielsweise von Schmidt 1994: 610), gleichwohl blieben Massenmedien in den Artikeln des Buchs der primäre Referenzpunkt.

Seit damals haben sich die medialen Bedingungen für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit gravierend verändert. Zum einen hat die fortschreitende Mediatisierung mittlerweile alle Lebensbereiche erfasst – Sonia Livingstone (2009) sprach von einer „mediation of everything“. Zum anderen beruht die Konstruktion sozialer Wirklichkeit auf einer Vielfalt unterschiedlicher Medien: Zu den Massenmedien (Zeitung, Radio, Fernsehen) sind zahlreiche neue Medien der Online- und Mobilkommunikation getreten, die die klassischen Angebote in verschiedenen Verbreitungsformen enthalten, diese aber mit einer Fülle von Diensten der nicht-öffentlichen, gruppenbezogenen oder individualisierten Kommunikation verbinden.

Diese Veränderungen nehmen wir in diesem Beitrag zum Anlass, Überlegungen zur Weiterentwicklung konstruktivistischen Denkens in der Kommunikations- und Medienwissenschaft zu formulieren. Dazu diskutieren wir im ersten Schritt, worin genau die Herausforderungen bestehen, die sich aus dem aktuellen Medienwandel für das konstruktivistische Denken in der Kommunikations- und Medienwissenschaft ergeben. Im zweiten Schritt erläutern wir, inwiefern sich dieser mediale Wandel in verschiedenen Lebensbereichen unterschiedlich niederschlägt, woraus wir den Schluss ziehen, dass die Erforschung der Veränderungen sozialer Konstruktionsprozesse auf der Meso-Ebene ansetzen sollte, insbesondere bei Kollektivitäten und Organisationen. Drittens werden wir detaillierter die aktuellen Veränderungen der Medienumgebung betrachten, die wir zusammengefasst als „tiefgreifende Mediatisierung“ charakterisieren. Vor diesem Hintergrund stellen wir viertens den Ansatz der kommunikativen Figurationen vor, mithilfe dessen die kommunikative Konstruktion sozialer Wirklichkeit in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung konzeptionell fassbar und empirisch operationalisierbar gemacht werden kann.

2. Medien- und technologiegestützte kommunikative Konstruktion

Die mit der Digitalisierung zusammenhängende „mediation of everything“ ist mit weitreichenden Veränderungen von sozialen Konstruktionsprozessen verbunden: Technische Kommunikationsmedien sind für viele soziale Zusammenhänge in dem Sinne konstitutiv geworden, dass diese in ihrer gegenwärtigen Form ohne Medien nicht möglich wären. Eine Erforschung aktueller kommunikativer Konstruktionsprozesse erfordert also, sich mit dieser umfassenden medialen Durchdringung unserer heutigen Gesellschaften zu befassen. Theoretischer Ausgangspunkt der hier entwickelten Überlegungen sind jüngere konstruktivistische Ansätze aus den Sozialwissenschaften. Zu nennen ist hier im deutschsprachigen Raum vor allem der „kommunikative Konstruktivismus“ (Keller, Knoblauch & Reichertz 2013; Knoblauch 2013); dieser versteht sich als eine Weiterentwicklung des Sozialkonstruktivismus von Peter L. Berger und Thomas Luckmann (1977), betont aber gegenüber deren sprachsoziologisch geprägtem Ansatz die auf verschiedene Kommunikationsmedien gestützte soziale Interaktion. Darüber hinaus beziehen wir uns auf die konstruktivistische Praxistheorie, die die Verschränktheit von menschlicher Praxis, Technologien und Dingen betont (u. a. Schatzki, Knorr-Cetina & Savigny 2001), was auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft Niederschlag gefunden hat (u. a. Couldry 2004; Genzel 2015). Damit sind auch direkte Bezüge zum Konstruktivismus der Akteur-Netzwerk-Theorie zu sehen (u. a. Latour 2007a), der

ebenfalls in der Kommunikations- und Medienwissenschaft aufgegriffen wurde (u. a. Thielmann/Schüttpelz 2013).

Im Lichte dieser theoretischen Diskussionen treten zwei Merkmale der kommunikativen Konstruktion sozialer Wirklichkeit hervor: Erstens erfolgen diese Konstruktionsprozesse in der Alltagspraxis der Menschen *medienübergreifend*. Es genügt nicht, einzelne Medien in den Blick zu nehmen: Um Prozesse der kommunikativen Konstruktion und deren Veränderung verstehen zu können, ist gerade das Zusammenspiel verschiedener Medien in „Medienrepertoires“ und „Medienensembles“ (Hasebrink/Hepp 2017) von Interesse.

Zweitens sind die verschiedenen Alltagspraktiken geprägt durch eine fortschreitende *Datafizierung* und eine zunehmende *Verschränkung mit Technologien* (van Dijk 2014; Hepp 2016). In der einschlägigen, internationalen Forschung hierzu wird von einem „entanglement“ (Ezzamel/Willmott 2014; Jarke 2014; Kallinikos, Aaltonen & Marton 2013) gesprochen. Die kann bis zu einer partiellen Delegation von Konstruktionsprozessen auf software-basierte Anwendungen reichen. Mit der Digitalisierung ist verbunden, dass Kommunikationsmedien nicht nur Mittel für Kommunikation sind: Als Software werden sie gleichzeitig auch zu einem Mittel der Generierung von Daten, die dann verarbeitet und damit Teil weitergehender Konstruktionsprozesse werden. Hierüber entstehen soziale Konstruktionen, die zwar an menschliches Handeln rückgebunden sind, gleichzeitig aber in einer solchen Komplexität von Software und intelligenten Systemen vollzogen werden, dass letztere eine gewisse Eigenmächtigkeit entfalten.

Es würde den Rahmen dieses Beitrags sprengen, die verschiedenen Weiterentwicklungen des Konstruktivismus in der Kommunikations- und Medienwissenschaft im Detail zu rekonstruieren. Der Fokus dieses Beitrags liegt darin, einen Ansatz für die Erforschung von Prozessen kommunikativer Konstruktion zu entwickeln, der den aktuellen Veränderungen der Medienumgebung gerecht wird und eine fruchtbare Grundlage für empirische Forschung zur Transformation der kommunikativen Konstruktion sozialer Wirklichkeit liefert. Hierfür ist die angesprochene Diskussion um eine Weiterentwicklung des Konstruktivismus in der Kommunikations- und Medienwissenschaft ein Ausgangspunkt, auf den wir aufbauen. Wenn wir von kommunikativer Konstruktion sprechen, geht es uns – in Parallele zum „kommunikativen Konstruktivismus“ – darum zu betonen, dass die Untersuchung kommunikativer Praktiken eine entscheidende Grundlage ist, um Prozesse sozialer Konstruktion empirisch zu erfassen. Zugleich soll der Begriff verdeutlichen, dass es uns nicht um Prozesse sozialer Konstruktion im allgemeinen Sinne geht, sondern speziell um den Stellenwert von Kommunikation.

3. Tiefgreifende Mediatisierung als domänenspezifischer Prozess

In einem breiten Verständnis bezeichnet Mediatisierung das Wechselverhältnis des Wandels von Medien und Kommunikation auf der einen Seite und von Kultur und Gesellschaft auf der anderen Seite (Couldry/Hepp 2013: 197). Einer der Ausgangspunkte der Mediatisierungsforschung ist die Annahme, dass die zunehmende quantitative Verbreitung technischer Kommunikationsmedien mit qualitativen Veränderungsprozessen der kommunikativen Konstruktion sozialer Wirklichkeit verbunden ist. Bei aller Vielfalt der Ergebnisse der Mediatisierungsforschung¹ treffen sich die verschiedenen Studien in dem Punkt, dass Mediatisierungsprozesse in verschiedenen „sozialen Domänen“ („social domains“, Hjarvard 2013: 17) sehr spezifisch verlaufen. Der Begriff der „sozialen Domä-

1 Siehe für einen aktuellen Überblick insbesondere: Adolf 2015; Esser/Strömbäck 2014; Kaun/Fast 2013; Lundby 2014.

ne“, der von verschiedenen Vertreterinnen und Vertretern der Mediatisierungsforschung gebraucht wird (u. a. Ekstro, Forna, Jansson & Jerslev 2016; Hjarvard 2013; Lunt/Livingstone 2016), dient an dieser Stelle als weiter Oberbegriff für verschiedenste soziale Zusammenhänge, für „sinnhafte Bereiche“ der Gesellschaft. In diesem weiten Verständnis kann die Skalierung dieser „sinnhaften Bereiche“ sehr unterschiedlich sein und von Paaren, Gruppen, Gemeinschaften und Organisationen bis hin zu ganzen sozialen Feldern oder Systemen reichen. Diese weitreichende Skalierbarkeit kann als begriffliche Unschärfe problematisiert werden.² Der Mediatisierungsforschung geht es bei der Verwendung dieses Begriffs aber um etwas anderes: Sie will mit dem Hinweis auf die „Domänenspezifik“ der Mediatisierung betonen, dass letztere kein über verschiedene gesellschaftliche Sinnbereiche hinweg homogener Prozess ist, der mit einheitlichen medienbezogenen Veränderungen kommunikativer Konstruktionsprozesse verbunden ist. Mediatisierung ist ein „domänenspezifisches“ Phänomen.

Dieses Argument greift Überlegungen zur sozialen und kulturellen Differenzierung auf, wie sie fest in den Sozialwissenschaften etabliert sind (Hahn 2000: 14-24; Schimank 2013: 37-50; 131-149; Winter/Eckert 1990: 142-151). Danach ist die Konstruktion sozialer Wirklichkeit in heutigen Gesellschaften eng an bestimmten gesellschaftlichen Sinnbereichen orientiert. Auf höherer Skalierungsebene sind dafür die Begriffe „soziales Feld“ und „System“ verbreitet. Pierre Bourdieu (1993) beschrieb Prozesse der Differenzierung durch seine Analyse von „sozialen Feldern“. Roger Friedland und Robert Alford (1991) zogen die Idee der „institutionellen Felder“ vor. In der Systemtheorie finden wir das Konzept des „(Sub-)Systems“ (Luhmann 2012, Vol 2: 4-27), ein Ausdruck, den auch Jürgen Habermas (1992) verwendet, um soziale Differenzierung zu beschreiben. Es gibt aber auch andere Begrifflichkeiten, um den Sachverhalt der sozialen und kulturellen Differenzierung zu fassen. Luc Boltanski und Laurent Thévenot (2006) haben vorgeschlagen, von verschiedenen „Rechtfertigungsordnungen“ zu sprechen. Eher auf mittlerer Skalierungsebene liegen die Begriffe der „(kleinen) Lebenswelten“ (Luckmann 1970: 587; Schütz 1967: 139-144) in der Sozialphänomenologie bzw. der „sozialen Welten“ im Symbolischen Interaktionismus (Shibutani 1955: 566; Strauss 1978), Konzepte, die dicht an Vorstellungen von Gruppe oder Organisation reichen.

Als Konsequenz aus der Domänenspezifik greift die Mediatisierungsforschung auf unterschiedliche Theoriearchitekturen und Skalierungen zurück. Es liegen beispielsweise Arbeiten zur Mediatisierung unterschiedlicher „sozialer Felder“ im Sinne von Bourdieu vor (Couldry 2012: 144-153), zu unterschiedlichen (Sub-)Systemen im Sinne von Luhmann (Kunelius/Reunanen 2016: 8-12) oder zu verschiedenen „sozialen Welten“ im Sinne der Sozialphänomenologie und des Symbolischen Interaktionismus (Hepp/Krotz 2014: 6-9). Bei der Verwendung des Begriffs der „sozialen Domäne“ geht es entsprechend nicht darum, die Differenz dieser unterschiedlichen Theoriearchitekturen zu negieren. Vielmehr geht es darum, mit dem weiteren, weniger voraussetzungsreichen Begriff der „sozialen Domäne“ das verbindende Ergebnis der in diesen Theorieperspektiven erfolgten empirischen Mediatisierungsforschung herauszuarbeiten: Mediatisierung verläuft in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen auf sehr unterschiedliche Weise.

Diese Einsicht bedeutet, dass eine empirische Operationalisierung der Frage nach den Veränderungen sozialer Konstruktion auf der Makro-Ebene der Gesamtgesellschaft oder einzelner gesellschaftlicher Felder wenig aussagekräftig erscheint. Operationalisierbar wird eine solche Forschung, wenn wir uns auf die Meso-Ebene begeben (siehe

2 Hier gilt es dann aber, im Blick zu haben, dass auch andere Ansätze gerade die Notwendigkeit der Skalierbarkeit sozialwissenschaftlicher Konzepte betonen. Ein frühes Beispiel dafür ist das der „sozialen Welt“ (Shibutani 1955: 566; Strauss 1978) im Symbolischen Interaktionismus.

u. a. Donges/Jarren 2014: 181-183), also auf die Ebene einzelner Kollektivitäten (Gruppen, Gemeinschaften etc.) bzw. einzelner Organisationen (Unternehmen, Bildungseinrichtungen etc.), die in der akteurstheoretischen Soziologie als „überindividuelle Akteure“ (Schimank 2010: 327-329) bezeichnet werden, als Konstellationen individueller Akteure. In diesem Sinne sind Kollektivitäten „kollektive Akteure“, deren Mitglieder bestimmte Deutungsmuster teilen und die ihre geteilte Praxis in wechselseitiger Beobachtung entwickeln, und Organisationen „korporative Akteure“, deren geteilte Praxis auf bindenden Vereinbarungen beruht.

Nähert man sich aus einer solchen Perspektive den domänenspezifischen Konsequenzen des Medienwandels an, wird eine besondere Herausforderung für die Mediatisierungsforschung deutlich: Es ist wenig hilfreich, (Massen-)Medien als eine *eigene* soziale Domäne im Sinne eines sozialen Feldes oder Systems zu beschreiben und deren Einfluss auf andere soziale Domänen zu erforschen, wie dies etwa mit dem Konzept der „Medienlogik“ (Altheide/Snow 1979) geschieht. In kritischer Auseinandersetzung mit diesem Ansatz haben in den letzten Jahren verschiedene Autorinnen und Autoren (z. B. Esser 2013, Landerer 2013 und Strömbäck 2008) für eine Weiterentwicklung und Konkretisierung der „Metapher Medienlogik“ (Hjarvard 2017) argumentiert. Ein Forschungsansatz, der den Einfluss einer „Domäne (Massen-)Medien“ auf andere soziale Domänen untersucht, erscheint aus der hier vorgeschlagenen akteurszentrierten Perspektive auf Meso-Ebene deswegen problematisch, weil digitale Kommunikationsmedien die soziale Konstruktion verschiedener Bereiche von Kultur und Gesellschaft durchdringen und keine Domäne für sich (mehr) bilden, die von „außen“ Einfluss hat (Livingstone 2009: 2f.).

Dies lässt sich am Beispiel einer spezifischen sozialen Domäne, der Familie, konkretisieren. Für die Untersuchung der Frage, wie der aktuelle Medienwandel die kommunikative Konstruktion von Familie ändert, ist nicht mehr nur relevant, welche Bilder von Familie in den Massenmedien konstruiert werden und ob die „Logik“ der journalistischen Berichterstattung Folgen für die alltagsweltliche Konstruktion von Familie hat. Zusätzlich sind zum Beispiel folgende Aspekte in den Blick zu nehmen: Über welche Medien erfolgt die kommunikative Vernetzung innerhalb der Familie? Wie wird der Alltag mithilfe von Medien koordiniert und gestaltet? Und wie aktualisiert die Familie durch den Austausch digitaler Bilder gemeinsame Erinnerungen und konstruiert sich so in einer spezifischen Weise? Auch hier sehen wir uns also mit dem oben angesprochenen medienübergreifenden und technologiegestützten Charakter der kommunikativen Konstruktion sozialer Domänen, hier der Familie, konfrontiert (Hasebrink 2014: 232).

Diese Überlegungen führen uns im Hinblick auf unseren Forschungsansatz zu einer zweigeteilten Schlussfolgerung: Zum einen bilden heutige Kommunikationsmedien keine Domäne für sich, sondern sie sind als domänenübergreifendes Phänomen anzusehen. Zum anderen sind die mit diesen Medien verbundenen Veränderungen domänenspezifisch; die spezifischen Konsequenzen des medialen Wandels werden auf der Meso-Ebene überindividueller Akteure, also der Ebene von Kollektivitäten und Organisationen, besonders greifbar. Daraus ergeben sich zwei Fragen: Erstens, lassen sich überhaupt domänenübergreifende Trends des aktuellen Medienwandels ausmachen? Zweitens, wie kann der bisher vage Begriff der sozialen Domäne auf Meso-Ebene weiter konkretisiert werden, um so eine Grundlage für tragfähige empirische Untersuchungen zu den Konsequenzen des Medienwandels für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit zu schaffen? Auf diese Fragen wollen wir in den folgenden beiden Abschnitten eine Antwort geben.

4. Aktuelle Trends der Medienumgebung

Es ist das Ziel der hier präsentierten Überlegungen, einen konzeptionellen Beitrag zur Erforschung der Konsequenzen des medialen Wandels für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit zu leisten. Dazu ist im nächsten Schritt zu klären, worin dieser mediale Wandel besteht, das heißt, wie sich die Medienumgebung, hier verstanden als die Gesamtheit der Kommunikationsmedien, die zu einem bestimmten Zeitpunkt in einer Gesellschaft verfügbar sind (Hasebrink/Hölig 2014: 16), verändert. Es geht also um die Identifizierung relevanter Trends auf der Ebene der Medientechnologien und -angebote, von denen anzunehmen ist, dass sie für die Konstruktion von sozialer Wirklichkeit relevant sind.

Der konstruktivistischen Perspektive entsprechend können diese Trends nicht in einem technikdeterministischen Sinne als Ursachen gesellschaftlicher Veränderungen betrachtet werden. In unserem Verständnis prägen diese Trends die Bedingungen für die Konstruktion bestimmter sozialer Domänen mit, zugleich werden sie aber ihrerseits im Zuge dieser Konstruktionsprozesse verstärkt, gebremst oder auch abgewandelt. An dieser Stelle ist es nicht möglich, eine systematische und erschöpfende Analyse des aktuellen medialen Wandels vorzunehmen; wir konzentrieren uns hier auf fünf Trends, die aus unserer Sicht für die kommunikative Konstruktion sozialer Wirklichkeit besonders relevant sind:

1. die *Differenzierung* von technisch basierten Kommunikationsmedien;
2. die durch diese Medien ermöglichte zunehmende *Konnektivität*;
3. die *Omnipräsenz* dieser Medien;
4. die hohe technologie- und angebotsbezogene *Innovationsdichte*; und
5. die *Datafizierung* mediengestützter Kommunikation, also die zunehmende Rolle computerisierter Daten für Repräsentationen sozialer Zusammenhänge.

Wir betrachten diese Trends als domänenübergreifend, gehen aber, wie oben ausgeführt, davon aus, dass sie sich je nach Domäne unterschiedlich in der Konstruktion sozialer Wirklichkeit niederschlagen.

Ad 1. Der Trend der *Differenzierung* verweist darauf, dass in den letzten Jahrzehnten die Zahl der verfügbaren Mediengeräte und -dienste und der mithilfe von Medien erfüllbaren Funktionen deutlich zugenommen hat. Zu Beginn der Digitalisierung wurde diskutiert, inwieweit diese zur Dominanz des Computers im Sinne eines universellen „Hybridmediums“ (Höflich 2003: 90) führen werde, in dem andere Medien aufgehen würden. Mittlerweile hat sich gezeigt, dass die Zahl der Mediengeräte und -dienste mit der Digitalisierung eher zunahm und dass diese nun allerdings generell auf Computertechnologie und Software basieren (siehe Manovich 2013). Die Differenzierung von Medien hat ambivalente Konsequenzen für Prozesse der kommunikativen Konstruktion: Die mit ihr verbundene erhöhte *Optionalität* und *Kontingenz* von Prozessen kommunikativer Konstruktion (Rusch 2006) kann einerseits zu erhöhter Vielfalt und Pluralität, andererseits zu sozialer *Segmentierung*, *Exklusion* oder zum Entstehen von medienbezogenen *Klüften* führen (Nieminen 2016).

Ad 2. Ein zweiter Trend besteht in einer erhöhten *Konnektivität*. Ein Kennzeichen unseres gegenwärtigen Alltags ist die im Prinzip gegebene Möglichkeit, über verschiedene Medien mit Menschen überall auf der Welt in Kontakt zu treten. „Konnektivität“ bedeutet aber nicht notwendigerweise „soziale Verbundenheit“ (van Dijk 2013: 4). Medienvermittelte Konnektivität kann eine *räumliche Ausweitung* von Prozessen der kommunikativen Konstruktion zur Folge haben, wodurch die Grenzen einzelner sozialer Domänen unscharf werden können und eine „Entbettung“ (Giddens 1990: 20)

sozialer Prozesse erfolgen kann. Beispielsweise entwickeln sich transnationale populär-kulturelle Gemeinschaften (Buckingham/Kehily 2014), oder Organisationen können über verschiedene Orte hinweg aufgebaut werden (Lammers/Jackson 2014: 33-47).

Ad 3. Ein dritter Trend ist die *Omnipräsenz* von Medien. Bei Besprechungen, Small-talks, Spaziergängen und in vielen anderen sozialen Situationen wurden in früheren Zeiten in der Regel keine Medien genutzt. In Zeiten tiefgreifender Mediatisierung ist dies anders, insbesondere als Folge der Verbreitung mobiler Kommunikationstechnologien (Goggin 2011; Ling/Donner 2009; Vorderer et al. 2015). Es wurde möglich, „always on“ (Chen 2011: 63) und „constantly in touch“ (Agar 2003: 22) zu sein. Eine solche Omnipräsenz verschiedener Medien kann zu einer *Beschleunigung* sozialer Prozesse führen (Rosa 2013: 41-43). Es hat sich beispielsweise in vielen sozialen Domänen die Erwartung umgehender Reaktionen und Antworten verbreitet. Soziale Domänen sind also durch neue Temporalitäten gekennzeichnet, insbesondere durch neue „Unmittelbarkeiten“ (Tomlinson 2007: 72-93) von Prozessen kommunikativer Konstruktion. In diesem Zusammenhang wurde argumentiert, dass dies generell zu einer *Beschleunigung* des sozialen Lebens führen würde (Wajcman 2015: 13-35), sowohl im Hinblick auf die Arbeit als auch das Privatleben. Allerdings sind auch in dieser Hinsicht wieder domänenspezifische Unterschiede zu beachten, wie sich am Beispiel von Gruppen und Bewegungen illustrieren lässt, die sich explizit einer Verlangsamung sozialer Prozesse verschreiben. Nach „Slow Food“ ist die Diskussion um die „Slow Media“-Bewegung ein Beispiel dafür.³

Ad 4. Mit aktuellen Medienentwicklungen geht eine hohe *Innovationsdichte* einher. Das bedeutet, dass die Abfolge von mehr oder weniger grundlegenden Medieninnovationen – zumindest in der *Wahrnehmung* vieler Mediennutzerinnen und -nutzer (Rosa 2013: 71-74) – in immer kürzeren Abständen erfolgt.⁴ Diese Innovationsdichte kann einen permanenten *Anpassungsdruck* erzeugen, diesen Veränderungen zu entsprechen, was im Einzelfall auch zu dem subjektiven Eindruck führt, dass die aktuellen Anforderungen die eigenen Fähigkeiten übersteigen. Nicht alle können den Innovationen gleichermaßen entsprechen, weswegen bestehende soziale *Segmentierungen* und *Exklusionen* reproduziert bzw. neue geschaffen werden (siehe u. a. die Beiträge in Stegbauer 2012).

Ad 5. Mit der Digitalisierung hängt schließlich der Trend der *Datafizierung* zusammen. Da Medien zunehmend softwarebasiert sind, hinterlassen Menschen durch deren Nutzung „digitale Spuren“ (Karanasios et al. 2013). Solche Daten können durch Algorithmen aggregiert und in automatisierten Prozessen verarbeitet werden. Im öffentlichen Diskurs wird diese Veränderung der Medienumgebung als Etablierung von „big data“ diskutiert (Mayer-Schönberger/Cukier 2013). Diese Art der Repräsentation sozialer Phänomene durch automatisiert erhobene Daten kann auf der einen Seite zur Folge haben, dass technische Vermittlungsinstanzen (Suchmaschinen, Plattformen usw.) soziale *Akteure verschleiern* (Pasquale 2015: 32-38; Passoth, Sutter & Wehner 2014: 281-283). Auf der anderen Seite – und in offensichtlichem Widerspruch dazu – ist damit die Hoffnung verbunden, eine neue, technologisch basierte Transparenz zu schaffen, die mögli-

3 Siehe hierzu exemplarisch die Webseite <http://slowmedia.typepad.com> [7.4.2017].

4 Während die Einschätzung einer großen Innovationsdichte mit der Alltagswahrnehmung korrespondiert, ist es aber wichtig, zu starke Vereinfachungen zu vermeiden. Studien haben gezeigt, wie schwer Innovationen zu fassen sind, gerade beim Vergleich sog. „Schlüsselinnovationen“ bzw. „Basisinnovationen“ mit „Verbesserungsinnovationen“ bzw. „Folgeinnovationen“. Durch „rekursive Innovationen“ verschränken sich diese in komplexe Muster von „Innovationsprozessen“ (siehe Dogruel 2013: 145, 182; Dosi 1982; Häußling 2014: 331-335; Rammert 2007: 28).

cherweise die *Partizipation* von Menschen fördert, wie dies beispielsweise im Zusammenhang mit Konzepten wie Open Data und Smart City diskutiert wird (Townsend 2013). Indem soziale Prozesse algorithmisch festgeschrieben werden, stellt man sie „auf Dauer“. Insgesamt ist mit der Datafizierung also eine *Stabilisierung* von Sozialität verbunden, d. h. – wie es Bruno Latour metaphorisch formulierte – „society made durable“ (Latour 1991: 103). Dies geht mit neuen Möglichkeiten von *Überwachung* einher – durch Regierungsbehörden (Lyon 2014) und private Akteure (Christensen/Jansson 2015).

Die hier betrachteten Trends – Differenzierung, Konnektivität, Omnipräsenz, Innovationsdichte, Datafizierung – stehen für medientechnologisch geprägte Veränderungen der Medienumgebung. Sie tragen dazu bei, dass die Mediatisierung ein neues Stadium erreicht, in dem kommunikative Konstruktion sozialer Wirklichkeit zunehmend medienübergreifend und technologiegestützt erfolgt, weshalb wir insgesamt von „tiefgreifender Mediatisierung“ sprechen. Zudem legen diese Trends erste Annahmen im Hinblick auf die Konsequenzen des aktuellen Medienwandels nahe. Da aber, wie oben gezeigt, davon ausgegangen werden muss, dass sich diese Trends in verschiedenen Domänen unterschiedlich niederschlagen, bedarf es domänenspezifischer Theoriebildung und empirischer Forschung. Um dafür eine Grundlage zu schaffen, präzisieren wir im folgenden Abschnitt den Begriff der sozialen Domäne und die diese konstituierenden Konstruktionsprozesse.

5. Kommunikative Figurationen

Bis hierher diente der Begriff der sozialen Domäne dazu, auf die Bereichsspezifik von Mediatisierung hinzuweisen. Für empirische Forschung und damit verbundene Theoriebildung ist dieser Begriff allerdings zu vage. Mit den Begriffen „soziales Feld“ oder „soziales System“ bemüht sich die Mediatisierungsforschung, an soziologische Konzepte zur Beschreibung von sozialer und kultureller Differenzierung anzuknüpfen. Diese liegen jedoch auf einem vergleichsweise hohen Abstraktionsniveau. Öffentlichkeit als soziales System oder Politik als soziales Feld lassen sich empirisch nur schwer untersuchen. Wie wir bereits deutlich gemacht haben, plädieren wir dafür, Veränderungen der Konstruktion sozialer Wirklichkeit auf der Meso-Ebene, also der Ebene von Kollektivitäten und Organisationen, zu untersuchen.

Dazu greifen wir das auf Norbert Elias (1978) zurückgehende Konzept der *Figuration* zurück und entwickeln es im Hinblick auf kommunikations- und medienwissenschaftliche Fragestellungen weiter. Aus unserer Sicht ist dieses Konzept für die Untersuchung der kommunikativen Konstruktion sozialer Wirklichkeit und deren Veränderung im Zuge tiefgreifender Mediatisierung besonders geeignet. Denn es setzt an spezifischen Akteurskonstellationen an und ermöglicht es, die medienübergreifende kommunikative Praxis von Menschen und deren Verwobenheit bzw. Verschränktheit („entanglement“) mit (digitalen) Medien zu erfassen. Wir plädieren damit für eine akteurszentrierte Perspektive, die die Wechselbeziehungen zwischen Individuen, ihre kommunikativen Praktiken und die dabei angeeigneten Medien in den Fokus rückt. Zugleich werden diese Individuen nicht isoliert, „für sich“ betrachtet, sondern in ihrer jeweiligen Akteurskonstellation innerhalb von Kollektivitäten und Organisationen. Unser Argument für eine solche akteurszentrierte Perspektive ist, dass die Trends der Medienumgebung nur dann längerfristige Folgen (aber auch eine gewisse Stabilität) entfalten können, wenn sich menschliche (Kommunikations-)Praxis auf dieser „mittleren Ebene“ der Konstruktion sozialer Wirklichkeit dauerhaft ändert. Genau hier setzt das Konzept der Figuration an.

In seinem prozesssoziologischen Ansatz hat Norbert Elias (1978)⁵ zwei Probleme einer jeden sozialwissenschaftlichen Analyse zu gesellschaftlichen Veränderungsprozessen ausgemacht: erstens die relative Autonomie und gleichzeitige wechselseitige Abhängigkeit von Individuen und Gesellschaft; zweitens die Unterscheidung zwischen sozialem Wandel, also dem Umstand, dass das Fortschreiten des menschlichen Lebens mit Veränderungen einhergeht, und struktureller Transformation, also dem grundlegenden Wandel in der Gesellschaft. Elias' Ansatzpunkt war, dass sich strukturelle Transformation als Veränderung der dynamischen Beziehungen zwischen Individuen und Gesellschaft über die Zeit hinweg fassen lässt. Elias beschrieb diese Beziehungen als Figurationen. Figurationen sind in seinen Worten „Netzwerke von Individuen“ (Ebd.: 15). Diese Individuen konstituieren in ihrer wechselseitig aufeinander bezogenen Praxis im Alltag sinnhafte Domänen von Gesellschaft.

Der Begriff der Figuration ist also ein „einfaches konzeptionelles Werkzeug“, um den vagen Begriff der sozialen Domäne als wechselseitige „Verflechtung“ von Akteuren zu konkretisieren (Ebd.: 130). Elias betonte, dass diese Figurationen immer auch machtgebunden sind: Figurationen sind gekennzeichnet durch bestimmte „Machtbalance[n]“ (Ebd.: 131), also wechselseitige Machtverhältnisse ihrer Akteure, die an typische Rollen gebunden sind, zum Beispiel „Eltern“ und „Kinder“ in der Figuration der Familie, „Chef“ und „Angestellte“ in der Figuration eines Kleinbetriebs oder „Meinungsführer“ und „Folgende“ in der Figuration eines Bekanntenkreises. Eine Analyse von Figurationen hat aus Sicht von Elias immer auch diese Machtbalancen zu berücksichtigen, wobei der Begriff der Balance auf die wechselseitige Bezüglichkeit dieser Machtverhältnisse verweist, nicht jedoch auf ihre Konfliktfreiheit.

Aus der fachspezifischen Perspektive der Kommunikations- und Medienwissenschaft lässt sich jede Figuration als *kommunikativ hergestellt* begreifen: Für die sinnhafte Konstruktion einer Figuration sind kommunikative Praktiken konstitutiv. In diesem Sinne sind *kommunikative Figurationen* wechselseitige Verflechtungen von Akteuren durch – typischerweise medienübergreifende – Praktiken der Kommunikation. Ausgehend von den bisherigen Überlegungen lassen sich kommunikative Figurationen an drei Charakteristika festmachen:

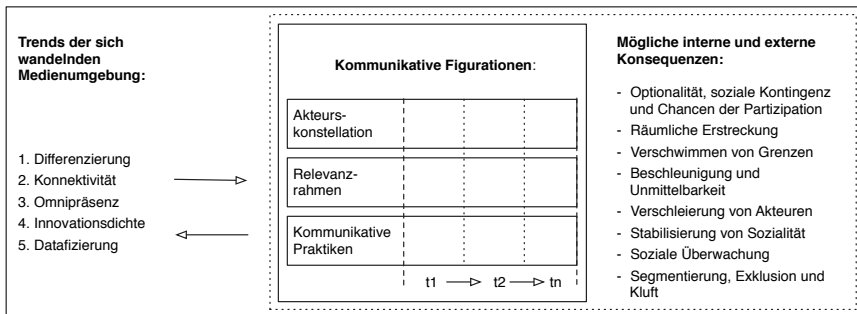
1. Strukturelle Basis jeder kommunikativen Figuration ist eine *Akteurskonstellation*, ein Netzwerk von Akteuren, die in einer bestimmten Machtbalance und durch aufeinander bezogene kommunikative Praktiken wechselseitig miteinander verbunden sind.
2. Jede kommunikative Figuration ist gekennzeichnet durch einen *Relevanzrahmen*, der handlungsleitend für die Praktiken ihrer Akteure und deren wechselseitige Ausrichtung aufeinander sind. Dieser Relevanzrahmen definiert das „Thema“ und entsprechend die Sinnorientierung der kommunikativen Figuration.
3. Kommunikative Figurationen werden konstituiert durch *kommunikative Praktiken*, die verwoben sind mit weiteren sozialen Praktiken und sich auf ein Ensemble verschiedener Medien stützen.

Mit dem skizzierten Konzept kommunikativer Figurationen lässt sich auf der Meso-Ebene, also für soziale Domänen wie Kollektivitäten und Organisationen, die kommunikative Konstruktion sozialer Wirklichkeit und deren Transformation empirisch fassen:

5 Für eine Weiterentwicklung der Prozesssoziologie als Basis für die Kommunikations- und Medienforschung siehe auch: Buschauer 2012; Krotz 2003; Ludes 1995; für einen allgemeinen Überblick jüngerer Entwicklungen von Figurationssoziologie siehe Baur/Ernst 2011; Dunning/Hughes 2013; Treibel 2008; Willems 2012.

Die durch tiefgreifende Mediatisierung mitgeprägte Transformation von Kollektivitäten und Organisationen lässt sich als Veränderung ihrer Akteurskonstellationen, ihrer Relevanzrahmen und ihrer kommunikativen Praktiken vergleichend beschreiben. Diese Veränderungen kommunikativer Figurationen lassen sich nicht als „Folgen“ der Trends der sich wandelnden Medienumgebung verstehen. Sie ergeben sich vielmehr aus der Art und Weise, wie die Mitglieder der Akteurskonstellation einer Figuration in ihren miteinander verschränkten kommunikativen Praktiken das für die Figuration handlungsleitende Thema bearbeiten und sich dabei auf ein bestimmtes Medienensemble stützen.

Abbildung: Kommunikative Figurationen und deren Transformation



Die Abbildung veranschaulicht den so skizzierten Untersuchungsansatz: Wie oben dargestellt, lassen sich derzeit fünf dominante Trends der Medienumgebung als Antriebskräfte von Transformationen der Konstruktion sozialer Wirklichkeit ausmachen: Differenzierung, Konnektivität, Omnipräsenz, Innovationsdichte und Datafizierung. Es hängt von der jeweiligen Figuration ab, wie stark diese Trends deren kommunikative Konstruktion „prägen“. ⁶ Für die Untersuchung konkreter kommunikativer Figurationen ergeben sich damit folgende forschungsleitende Fragen:

Inwieweit verändern sich die kommunikativen Praktiken und die Medienensembles, auf die sie sich stützen? Und wie verändern sich in diesem Zusammenhang die Akteurskonstellation und der Relevanzrahmen der kommunikativen Figuration?

Die Beantwortung dieser forschungsleitenden Fragen führt zunächst zu einer Beschreibung von Veränderungen in kommunikativen Figurationen, die in einem weiteren analytischen Schritt theoretisch und empirisch auf die Trends der sich wandelnden Medienumgebung zu beziehen sind, um sie als Konsequenzen dieses medialen Wandels interpretieren zu können. Es lassen sich zwei Arten von Konsequenzen für kommunikative Figurationen und für die kommunikative Konstruktion sozialer Wirklichkeit unterscheiden.

6 Der Begriff des „Prägens“ von Kommunikation durch Medien ist in der Kommunikations- und Medienforschung generell weit verbreitet, häufig aber als eine nicht weiter gefüllte Metapher. Uns geht es an dieser Stelle darum, deutlich zu machen, dass der „prägende Einfluss“ von Medien in der Institutionalisierung und Materialisierung von Kommunikation besteht. Siehe hierzu auch Hepp 2013: 15-33.

Auf der einen Seite sprechen wir von *internen Konsequenzen* für kommunikative Figureationen, die also die Art und Weise betreffen, wie eine bestimmte Figureation soziale Wirklichkeit konstruiert. Das ist beispielsweise der Fall, wenn sich mit dem Wandel ihres Medienensembles Beziehungen in Organisationen verändern, wie es jüngst infolge der verstärkten Social Media-Nutzung bei News Rooms der Fall war (Menke et al. 2016; Weichert, Kramp & Welker 2015). Ähnliches kann für Familien als Kollektivitäten gesagt werden, in denen sich mit der Verbreitung von internetbasierten mobilen Medien die Rollenstruktur von Eltern und Kindern veränderte (Clark 2012).

Auf der anderen Seite gibt es *externe Konsequenzen*: Figureationen verändern sich in ihren Beziehungen zueinander. Wenn sich beispielsweise journalistische Medienorganisationen wandeln, verändern sich auch ihre Beziehungen zu ihren Publika; im Hinblick auf den Journalismus ist das etwa damit verbunden, dass die Grenzen zwischen journalistischem Handeln und Publikumshandeln fließend werden, dass sich die Akteurskonstellationen, Relevanzrahmen und kommunikativen Praktiken teilweise überlappen und sich damit auch die Machtverteilung zwischen beiden Figureationen verschiebt (Loosen 2014: 68).

Die Bandbreite der möglichen Konsequenzen aktueller Trends der Medienumgebung für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit ist groß und lässt sich an dieser Stelle aufgrund der oben betonten Domänenspezifität nicht systematisch ausleuchten. Die Abbildung führt jedoch einige aus unserer Sicht besonders relevante mögliche Konsequenzen tiefgreifender Mediatisierung auf. Beispiele, die sich aus unserer Diskussion der Trends einer sich verändernden Medienumgebung ergeben, sind: Bei der Konstruktion sozialer Wirklichkeit sehen sich Figureationen mit zunehmender Optionalität und sozialer Kontingenz konfrontiert, die technisch gegebenen Chancen für Partizipation nehmen zu. Kommunikative Figureationen können sich leichter über weite räumliche Distanzen hinweg erstrecken. Die Grenzen kommunikativer Figureationen können verschwimmen und unscharf werden. Die kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit wird durch weiter zunehmende Beschleunigung und Unmittelbarkeit gekennzeichnet. Insbesondere durch kommunikative Praktiken, die auf algorithmisch gesteuerte Dienste zurückgreifen, kann es zu einer Verschleierung der an der kommunikativen Konstruktion beteiligten Akteure kommen. Die mit Medientechnologien mögliche Stabilisierung kommunikativer Figureationen geht mit vielfältigen Optionen sozialer Überwachung einher. Die medienbezogenen Veränderungen können jedoch auch in einer Verschärfung sozialer Segmentierungen, Exklusionen und Klüfte resultieren.

Diese möglichen Konsequenzen sind insofern lediglich ein *Ausgangspunkt* für empirische Forschung, als es eine offene Frage ist, in welchem Maße sie für welche kommunikative Figureation charakteristisch sind. Indem konkrete Figureationen mit ihren spezifischen Akteurskonstellationen, Relevanzrahmen und kommunikativen Praktiken in den Blick genommen werden, wird auch rekonstruierbar, inwieweit die genannten Konsequenzen untereinander zusammenhängen und in welchen Figureationen sich die darin angelegten Ambivalenzen zum Positiven oder Negativen wenden. Zusätzlich lässt sich so empirisch untersuchen, inwieweit einzelne kommunikative Figureationen durch die Art ihrer Wirklichkeitskonstruktion bestimmte mediale Trends stützen, indem sie diese in das Medienensemble der kommunikativen Figureation aufnehmen, oder aber eher bremsen oder umdeuten, indem sie sich ihnen explizit entgegenstellen – zum Beispiel Initiativen zur Entschleunigung des Alltags oder zur Schaffung medienfreier Räume.

Mit dem obigen Hinweis auf mögliche Segmentierungen, Exklusionen und Klüfte haben wir bereits betont, dass kommunikative Figureationen nicht unbedingt „harmonische“ Gebilde sind. Im Gegenteil, sie sind – um hier nochmals Elias aufzugreifen –

durch bestimmte „Machtbalancen“ in der Akteurskonstellation und damit durch Ungleichheiten und Konflikte gekennzeichnet. Entsprechend spielen die Kategorien, entlang derer soziale Ungleichheiten und Konflikte in der Kommunikations- und Medienforschung beschrieben werden – etwa Klasse, Rasse, Geschlecht und andere (Klaus 2015; Maier 2015) –, bei der Analyse von Figurationen eine Rolle. Deshalb bietet eine Analyse von Figurationen besondere Potenziale für eine solche Forschung: Wenn man kommunikative Figurationen mit Bezug auf ihre Machtbalancen beschreibt, impliziert dies eine Sensibilität für Ungleichheiten und daraus resultierende Konflikte. Da ein Teil der Machtverhältnisse auf ökonomische Abhängigkeiten verweist, ermöglicht ein solcher Fokus auf Machtbalancen, auch ökonomische Fragen in die Analyse von Prozessen tiefgreifender Mediatisierung zu integrieren. Die Untersuchung dieses Aspekts von Machtbalancen ermöglicht einen Brückenschlag zwischen Mediatisierungsforschung und der Forschung zu Kommerzialisierungsprozessen, der wiederholt gefordert (u. a. Krotz 2007: 257f.), jedoch bisher nur selten empirisch umgesetzt wurde (siehe aber Pfadenhauer/Grenz 2014).

In dem hier skizzierten Sinne kann eine detaillierte empirische Erforschung der Transformation verschiedener kommunikativer Figurationen und ein Vergleich der Ergebnisse über Figurationen hinweg eine Grundlage dafür schaffen, schrittweise zu allgemeineren Aussagen darüber zu kommen, wie sich mit der tiefgreifenden Mediatisierung Prozesse der kommunikativen Konstruktion sozialer Wirklichkeit ändern – und welche Rolle dabei die Spezifik der jeweiligen Figuration spielt.

6. Fazit und Ausblick

Mit der Erforschung kommunikativer Figurationen haben wir einen in seiner empirischen Anwendbarkeit offenen analytischen Ansatz vorgestellt, der die Möglichkeit eröffnet, die mit der tiefgreifenden Mediatisierung verbundenen Transformationen der Konstruktion sozialer Wirklichkeit auf einer empirisch operationalisierbaren Meso-Ebene zu erforschen. Anknüpfend an die Perspektive des kommunikativen Konstruktivismus haben wir zunächst die Herausforderungen skizziert, die sich der Erforschung der Konstruktion sozialer Wirklichkeit in der veränderten Medienumgebung stellen; maßgeblich für eine Weiterentwicklung ist vor allem die Berücksichtigung des medienübergreifenden und in hohem Maße technikgestützten Charakters von Konstruktionsprozessen. Ein zweiter wesentlicher Ausgangspunkt für unsere Überlegungen war die Einsicht, dass Mediatisierung, also die Art und Weise, wie Kommunikationsmedien in die Konstruktion sozialer Wirklichkeit eingebunden werden, bereichsspezifisch verläuft. Verschiedene soziale Domänen unterscheiden sich darin, inwieweit sie Veränderungen der Medienumgebung aufgreifen und diese umgekehrt auch mitbeeinflussen. Anhand einer Diskussion konkreter Trends der sich verändernden Medienumgebung, die zusammengefasst als Symptome tiefgreifender Mediatisierung bezeichnet werden können, ließ sich spezifizieren, welcher Art mögliche Veränderungen der Konstruktion sozialer Wirklichkeit sein können. Auf dieser Grundlage haben wir dann das Konzept der kommunikativen Figurationen eingeführt, das einen analytischen Ansatz für die Erforschung der Akteurskonstellation, des Relevanzrahmens und der kommunikativen Praktiken bereitstellt, anhand derer sich die Konstruktion sozialer Wirklichkeit der betreffenden sozialen Domäne empirisch untersuchen lässt. Entsprechende Untersuchungen der Transformation verschiedener kommunikativer Figurationen sowie vergleichende Analysen über verschiedene Figurationen hinweg können dann schrittweise zu allgemeineren Aussagen über die Konsequenzen der tiefgreifenden Mediatisierung für die kommunikative Konstruktion sozialer Wirklichkeit führen.

Der skizzierte Ansatz setzt aus den genannten Gründen auf der *Meso-Ebene* sozialer Konstruktionen an. Als Ausblick wollen wir mit Überlegungen darüber schließen, wie detaillierte Analysen bestimmter Figurationen darüber hinaus auch mit Fragen der Transformation auf der *Makro-Ebene* zu verbinden sind. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass verschiedene kommunikative Figurationen auf verschiedene Weise in Beziehung zueinander stehen können. Figurationen von Kollektivitäten und Organisationen stellen ihrerseits „supra-individuelle Akteure“ (Schimank 2010: 327-342) dar, die wiederum Teil von anderen Figurationen sein können und so „Figurationen von Figurationen“ (Couldry/Hepp 2017: 71-78) bilden. Ein Beispiel dafür sind Figurationen verschiedener Organisationen, die zusammen in einem bestimmten institutionellen Feld agieren und dieses damit konstruieren – z. B. journalistische Redaktionen und Forschungseinrichtungen, die gemeinsam zur Wissenschaftskommunikation beitragen. Kommunikative Figurationen können auch durch überlappende Akteurskonstellationen miteinander verbunden sein.

Eine weitere Form der Verbindung besteht darin, dass Figurationen nicht einfach nebeneinander koexistieren, sondern – auch über konkrete Verbindungen in Akteurskonstellationen hinaus – auf *sinnhafte* Weise miteinander verbunden sind. Dem können spezifische diskursive Konstruktionen der Vorstellung von Gesellschaft zugrunde liegen (Keller 2013). Beispielsweise hat in westlichen Gesellschaften die Familie typischerweise eine gesellschaftliche Bedeutung, die mit Freizeit und dem Aufwachsen von Kindern in Verbindung gebracht wird; Organisationen wie Schulen, Universitäten oder Volkshochschulen gelten als verantwortlich für die Bildung von Menschen; Medienorganisationen sorgen für Information und Unterhaltung, während Unternehmen die Rolle der Gewinngenerierung und Arbeitssicherung zugesprochen wird. Hierbei handelt es sich um kommunikative Konstruktionen der Sinnhaftigkeit bestimmter kommunikativer Figurationen, die diese miteinander in eine gesellschaftliche Relation stellen.

Kommunikative Figurationen sind aus unserer Sicht aufgrund ihrer Prozessperspektive auf Praktiken und Akteurskonstellationen ein produktives Brückenkonzept, um konkrete Forschung auf *Meso-Ebene* mit Beschreibungen auf *Mikro-Ebene* (einzelne Akteure und deren Praktiken) und *Makro-Ebene* (die Herstellung von Gesellschaft in Figurationen) zu verbinden: Die Eignung von Figurationen als Brückenkonzept zwischen Mikro- und Makro-Ebene wurde bereits verschiedentlich betont (Baur/Ernst 2011; Emirbayer 1997; Esser 1984; Willems 2012). Forschung, die sich auf das Figurations-Konzept stützt, kann einen wichtigen Beitrag zur Diskussion um den „Mikro-Makro-Link in der Kommunikationswissenschaft“ (Quandt/Scheufele 2011: 9) leisten. Das Konzept verbindet die Mikroanalyse individueller Praktiken mit der Mesoanalyse bestimmter Sinnbereiche von Praxis und bietet verschiedene Möglichkeiten, diese Forschung mit Makrofragen von Gesellschaft zu verbinden, wie sie etwa mit den Konzepten „Netzwerkgesellschaft“ (Castells 2000), „Mediengesellschaft“ (Imhof, Blum & Bonfadelli 2004), „Kommunikationsgesellschaft“ (Münch 2002), „nächste Gesellschaft“ (Baecker 2007) oder „Assemblage des Sozialen“ (Latour 2007b) behandelt werden. Mit solchen Konzepten sind allgemeinere Überlegungen verbunden, wie sich die Gesellschaft mit der sich verändernden Medienumgebung verändert. Entsprechend stellen sie wichtige Quellen für empirisch zu klärende Fragen nach den Konsequenzen des medienbezogenen Wandels dar. Es erscheint uns verfrüht zu entscheiden, welche dieser Makrokonzepte der Transformation von Gesellschaft im Zuge tiefgreifender Mediatisierung gerecht werden. Die in den vorherigen Abschnitten formulierten Überlegungen verdeutlichen hingegen die Notwendigkeit einer vertiefenden und vergleichenden For-

schung zu verschiedenen sozialen Domänen, bevor solche generellen Aussagen möglich werden.

Literatur

- Adolf, M. (2015): Unboxing mediatization theory. Status and future directions of mediatization research. Paper presented at the conference „New directions in mediatization research: Culture, conflict and organizations“, October 1–2, 2015, University of Copenhagen.
- Agar, J. (2003): *Constant touch: A brief history of the mobile phone*. Cambridge: Icon Books Ltd.
- Altheide, D. L.; Snow, R. P. (1979): *Media logic*. Beverly Hills: Sage.
- Baecker, D. (2007): *Studien zur nächsten Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Baur, N.; Ernst, S. (2011): Towards a process-oriented methodology: modern social science research methods and Norbert Elias's figurational sociology. In: *The Sociological Review*, 59(1), S. 117–139.
- Berger, P. L.; Luckmann, T. (1977): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a. M.: Fischer Verlag.
- Boltanski, L.; Thévenot, L. (2006): *On justification: Economies of worth*. Princeton: Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (1993): *The field of cultural production: essays on art and literature*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, D.; Kehily, M. J. (2014): Rethinking youth cultures in the age of global media. D. Buckingham, M. J. Kehily (Hrsg.), *Youth cultures in the age of global media*. S. 1–8.
- Buschauer, R. (2012): 1-, Mii & MySpace. Mediale Figuretionen des Nächsten. In: P. Abend, T. Haupts, C. Müller (Hrsg.), *Medialität der Nähe*. Bielefeld: transcript, S. 47–63.
- Castells, M. (2000): *The rise of the network society. The information age: economy, society and culture*. Vol. 1. Second edition. Oxford: Blackwell.
- Chen, B. X. (2011): *Always on*. Philadelphia: Da Capo Press.
- Christensen, M.; Jansson, A. (2015): Complicit surveillance, interveillance, and the question of cosmopolitanism: Toward a phenomenological understanding of mediatization. In: *New Media & Society*, 17(9), S. 1473–1491.
- Clark, L. S. (2012): *The parent app: Understanding families in the digital age*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Couldry, N. (2004): Theorising media as practice. In: *Social Semiotics*, 14(2), S. 115–132.
- Couldry, N. (2012): *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Couldry, N.; Hepp, A. (2013): Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments. In: *Communication Theory*, 23(3), S. 191–202.
- Couldry, N.; Hepp, A. (2017): *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
- Dogruel, L. (2013): *Medieninnovationen als kommunikationswissenschaftliches Forschungsfeld. Eine kommunikationswissenschaftliche Konzeption*. Wiesbaden: VS.
- Donges, P.; Jarren, O. (2014): Mediatization of political organizations: changing parties and interest groups? In: F. Esser, J. Strömbäck (Hrsg.), *Mediatization of politics. Understanding the transformation of Western democracies*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 181–199.
- Dosi, G. (1982): Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. In: *Research policy*, 11(3), S. 147–162.
- Dunning, E.; Hughes, J. (2013): *Norbert Elias and modern sociology. Knowledge, interdependence, power, process*. London: Bloomsbury.
- Ekstro, M.; Fornas, J.; Jansson, A.; Jerslev, A. (2016): Three tasks for mediatization research: contributions to an open agenda. In: *Media, Culture & Society*, 38(7), S. 1090–1108.
- Elias, N. (1978): *What is sociology?* London: Hutchinson.
- Emirbayer, M. (1997): Manifesto for a relational sociology. In: *American Journal of Sociology*, 103(2), S. 281–317.

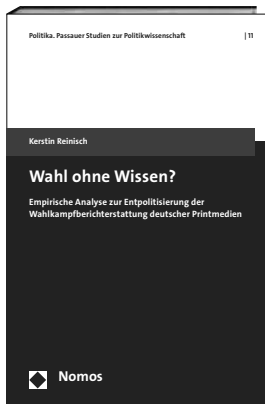
- Esser, F. (2013): Mediatization as a challenge: Media logics versus political logics. In: H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, D. Bochsler (Hrsg.), *Democracy in the age of globalization and mediatization*. London: Macmillan, S. 155–176.
- Esser, F.; Strömbäck, J. (Hrsg.) (2014): *Mediatization of politics. Understanding the transformation of Western democracies*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Esser, H. (1984): Figurationssoziologie und methodologischer Individualismus. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 36(4), S. 667–702.
- Ezzamel, M.; Willmott, H. (2014): Registering ‚the Ethical‘ in Organization Theory Formation: Towards the Disclosure of an ‚Invisible Force‘. In: *Organization Studies*, 35(7), S. 1013–1039.
- Friedland, R.; Alford, R. R. (1991): Bringing society back in: Symbols, practices and institutional contradictions. In: W. W. Powell, P. J. DiMaggio (Hrsg.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press, S. 232–263.
- Genzel, P. (2015): *Praxistheorie und Mediatisierung. Grundlagen, Perspektiven und eine Kulturgeschichte der Mobilkommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Giddens, A. (1990): *The consequences of modernity*. London u. a.: Polity.
- Goggin, G. (2011): *Global mobile media*. London: Routledge.
- Habermas, J. (1992 [1981]): *The theory of communicative action*. Vol. 2. Boston: Beacon Press.
- Hahn, A. (2000): *Konstruktionen des Selbst, der Welt und der Geschichte*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hasebrink, U. (2014): Die kommunikative Figuration von Familien: Medien, Kommunikation und Informationstechnologie im Familienalltag. In: M. Rupp / O. Kapella / N. F. Schneider (Hrsg.), *Zukunft der Familie - Anforderungen an Familienpolitik und Familienwissenschaft*. Tagungsband zum 4. Europäischen Fachkongress Familienforschung. Opladen, Berlin & Toronto: Verlag Barbara Budrich, S. 225–240.
- Hasebrink, U.; Hepp, A. (2017): How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. In: *Convergence*, 1–16, DOI: 10.1177/1354856517700384S.
- Hasebrink, U.; Hölig, S. (2014): Topografie der Öffentlichkeit. In: *APuZ*, 22–23 S. 16–22.
- Häußling, R. (2014): *Techniksoziologie*. Baden-Baden: Nomos (UTB).
- Hepp, A. (2013): *Cultures of mediatization*. Cambridge: Polity Press.
- Hepp, A. (2016): Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. In: *Publizistik*, 61 (3), S. 225–246.
- Hepp, A.; Krotz, F. (Hrsg.) (2014): *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London: Palgrave.
- Hjarvard, S. (2013): *The mediatization of culture and society*. London: Routledge.
- Hjarvard, S. (2017): Mediatization. In: C. A. Höffner, L. V. Zoonen (Hrsg.), *International encyclopedia of media effects*. New York: Wiley, Online First, DOI: 10.1002/9781118783764.wbie0107.
- Höflich, J. R. (2003): *Mensch, Computer und Kommunikation: Theoretische Verortungen und empirische Befunde*. Frankfurt a. M.: Lang.
- Imhof, K.; Blum, R.; Bonfadelli, H. (Hrsg.) (2004): *Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS.
- Jarke, J. (2014): *Performances of associations: sociomaterial orderings and configurations of a European egovernment ‘community of practice’*. Dissertation, Lancaster University.
- Kallinikos, J.; Aaltonen, A.; Marton, A. (2013): The ambivalent ontology of digital artifacts. In: *MIS Quarterly*, 37(2), S. 357–370.
- Karanasios, S.; Thakker, D.; Lau, L.; Allen, D.; Dimitrova, V.; Norman, A. (2013): Making sense of digital traces: An activity theory driven ontological approach. In: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(12), S. 2452–2467.
- Kaun, A.; Fast, K. (2013): *Mediatization of culture and everyday life*. Stockholm: Commissioned by the sector committee mediatization of culture and everyday life of the Riksbanken Jubileumsfond.
- Keller, R. (2013): Kommunikative Konstruktion und diskursive Konstruktion. In: R. Keller, H. Knoblauch, J. Reichertz (Hrsg.), *Kommunikativer Konstruktivismus. Theoretische und empirische Konturen eines neuen wissenssoziologischen Ansatzes*. Wiesbaden: VS, S. 69–94.
- Keller, R.; Knoblauch, H.; Reichertz, J. (Hrsg.) (2013): *Kommunikativer Konstruktivismus. Theoretische und empirische Konturen eines neuen wissenssoziologischen Ansatzes*. Wiesbaden: VS.

- Klaus, E. (2015): Klasse. In: A. Hepp, F. Krotz, S. Lingenberg, J. Wimmer (Hrsg.): *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: VS, S. 39–47.
- Knoblauch, H. (2013): Communicative constructivism and mediatization. In: *Communication Theory*, 23(3), S. 297–315.
- Krotz, F. (2003): Zivilisationsprozess und Mediatisierung: Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel. In: M. Behmer, F. Krotz, R. Stöber, C. Winter (Hrsg.), *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*. Wiesbaden: Westdeutscher, S. 15–37.
- Krotz, F. (2007): The meta-process of mediatization as a conceptual frame. In: *Global Media and Communication*, 3(3), S. 256–260.
- Kunelius, R.; Reunanen, E. (2016): Changing power of journalism: the two phases of mediatization. In: *Communication Theory*, 26(4), S. 369–388.
- Lammers, J. C.; Jackson, S. A. (2014): The institutionality of a mediatized organizational environment. In: J. Pallas, L. Strannegard, S. Jonsson (Hrsg.): *Organisations and the media. Organizing in a mediatized world*. London, New York: Routledge, S. 33–47.
- Landerer, N. (2013): Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics. In: *Communication Theory*, 23(3), S. 239–258.
- Latour, B. (1991): Technology is society made durable. In: J. Law (Hrsg.): *A sociology of monsters. Essays on power, technology and domination*. London: Routledge, S. 103–131.
- Latour, B. (2007a): *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Latour, B. (2007b): *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Ling, R.; Donner, J. (2009): *Mobile communication*. Cambridge: Polity.
- Livingstone, S. M. (2009): On the mediation of everything. In: *Journal of Communication*, 59(1), S. 1–18.
- Loosen, W. (2014): The Notion of the ‘Blurring Boundaries’: Journalism as a (de-)differentiated phenomenon. In: *Digital Journalism*, 3(1), S. 68–84.
- Luckmann, B. (1970): The small life-worlds of modern man. In: *Social Research*, 37(4), S. 580–596.
- Ludes, P. (1995): Langfristige Medienentwicklungen. Zu ihrer Analyse im Lichte der Theorien von Stein Rokkan und Norbert Elias. In: *Historical Social Research*, 20(2), S. 55–87.
- Luhmann, N. (2012): *Theory of society. Volume 1 and 2*. Stanford CA: Stanford University Press.
- Lundby, K. (Hrsg.) (2014): *Mediatization of communication*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Lunt, P.; Livingstone, S. (2016): Is ‘mediatization’ the new paradigm for our field? A commentary on Deacon and Stanier (2014, 2015) and Hepp, Harvard and Lundby (2015). In: *Media, Culture and Society*, 38(3), S. 462–470.
- Lyon, D. (2014): Surveillance, Snowden, and big data: Capacities, consequences, critique. In: *Big Data & Society*, 1(2), 1–13.
- Maier, T. (2015): Feminismus, Gender und Queer. In: A. Hepp, F. Krotz, S. Lingenberg, J. Wimmer (Hrsg.), *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: VS, S. 49–58.
- Manovich, L. (2013): *Software takes command*. New York, London, New Delhi, Sydney: Bloomsbury.
- Mayer-Schönberger, V.; Cukier, K. (2013): *Big data: A revolution that will transform how we live, work and think*. New York: John Murray.
- Menke, M.; Kinnebrock, S.; Kretzschmar, S.; Aichberger, I.; Broersma, M.; Hummel, R.; Kirchhoff, S.; Prandner, D.; Ribeiro, N.; Salaverría, R. (2016): Convergence culture in European Newsrooms. In: *Journalism Studies*, Online First, <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2016.1232175>.
- Merten, K. (1994): Evolution der Kommunikation. In: K. Merten, S. J. Schmidt, S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 141–162.
- Merten, K.; Schmidt, S. J.; Weischenberg, S. (Hrsg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Münch, R. (2002): *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Nieminen, H. (2016): Digital divide and beyond: What do we know of information and communications technologies' long-term social effects? Some uncomfortable questions. In: *European Journal of Communication*, 31(1), S. 19–32.
- Pasquale, F. (2015): *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Cambridge: Harvard University Press.
- Passoth, J.-H.; Sutter, T.; Wehner, J. (2014): The quantified listener: Reshaping providers and audiences with calculated measurement. In: A. Hepp, F. Krotz (Hrsg.), *Mediatized Worlds*. London: Palgrave, S. 271–287.
- Pfadenhauer, M.; Grenz, T. (2014): Strategische Mediatisierung und deren nicht-intendierte Konsequenzen. In: M. Löw (Hrsg.), *Tagungsband des 36. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie*. S. Tagungs-CD.
- Quandt, T.; Scheufele, B. (2011): Die Herausforderung einer Modellierung von Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft. In: T. Quandt, B. Scheufele (Hrsg.), *Ebenen der Kommunikation: Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS, S. 9–22.
- Rammert, W. (2007): *Technik – Handeln – Wissen. Zu einer pragmatistischen Technik- und Sozialtheorie*. Wiesbaden: VS.
- Rosa, H. (2013): *Social acceleration: A new theory of modernity*. New York: Columbia University Press.
- Rusch, G. (2006): The many mediatic turns... and a significant difference. In: *Siegener Periodicum zur internationalen empirischen Literaturwissenschaft*, 25(1), S. 23–34.
- Schatzki, T. R.; Knorr-Cetina, K.; Savigny, E. von (Hrsg.) (2001): *The practice turn in contemporary theory*. New York: Routledge.
- Schimank, U. (2010): *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurstheoretische Soziologie*, 4. Auflage. Weinheim, Basel: Juventa.
- Schimank, U. (2013): *Gesellschaft*. Bielefeld: Transcript.
- Schmidt, S. J. (1994): Konstruktivismus in der Medienforschung: Konzepte, Kritiken, Konsequenzen. In: K. Merten, S. J. Schmidt, S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 592–623.
- Schütz, A. (1967): *The phenomenology of the social world*. New York: Northwestern UP.
- Shibutani, T. (1955): Reference groups as perspectives. In: *American Journal of Sociology*, 60(6), S. 562–569.
- Stegbauer, C. (Hrsg.) (2012): *Medien und Ungleichheit*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Strauss, A. (1978): A social world perspective. In: *Studies in Symbolic Interaction*, 1(1), S. 119–128.
- Strömbäck, J. (2008): Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. In: *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), S. 228–246.
- Thielmann, T.; Schüttelpelz, E. (Hrsg.) (2013): *Akteur-Medien-Theorie*. Bielefeld: Transcript.
- Tomlinson, J. (2007): *The culture of speed: The coming of immediacy*. New Delhi u. a.: Sage.
- Townsend, A. M. (2013): *Smart cities: Big data, civic hackers, and the quest for a new utopia*. New York: WW Norton & Company.
- Treibel, A. (2008): *Die Soziologie von Norbert Elias: Eine Einführung in ihre Geschichte, Systematik und Perspektiven*. Wiesbaden: VS.
- van Dijck, J. (2013): *The culture of connectivity. A critical history of social media*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- van Dijck, J. (2014): Datafication, dataism and dataveillance: Big data between scientific paradigm and ideology. In: *Surveillance & Society*, 12(2), S. 197–208.
- Vorderer, P.; Klimmt, C.; Rieger, D.; Baumann, E.; Hefner, D.; Knop, K.; Krömer, N.; Mata, J.; von Pape, T.; Quandt, T.; Reich, S.; Reinecke, L.; Trepte, S.; Sonnentag, S.; Wessler, H. (2015): Der mediatisierte Lebenswandel: Permanently online, permanently connected. In: *Publizistik*, 60(3), S. 259–276.
- Wajcman, J. (2015): *Pressed for time. The acceleration of life in digital capitalism*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Weichert, S.; Kramp, L.; Welker, M. (2015): *Die Zeitungsmacher. Aufbruch in die digitale Moderne*. Wiesbaden: VS.

- Weischenberg, S. (1994): Journalismus als soziales System. In: K. Merten, S. J. Schmidt, S. Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 427–454.
- Willems, H. (2012): Synthetische Soziologie: Idee, Entwurf und Programm. Wiesbaden: VS.
- Winter, R.; Eckert, R. (1990): Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlnachbarschaften. Opladen: Leske + Budrich.

Zur Qualität der Presse im Bundestagswahlkampf



Wahl ohne Wissen?

Empirische Analyse zur Entpolitisierung
der Wahlkampfberichterstattung
deutscher Printmedien

Von Dr. Kerstin Reinisch

2017, 377 S., brosch., 74,– €

ISBN 978-3-8487-4060-4

eISBN 978-3-8452-8358-6

(Politika. Passauer Studien zur
Politikwissenschaft, Bd. 11)

nomos-shop.de/29582

Diese Studie bietet außergewöhnlich umfangreiche empirische Daten darüber, wie die deutsche Presse über den Wahlkampf berichtet. Wird er nur noch als Show dargestellt mit Politikern als Celebrities? Die Befunde dieser Arbeit relativieren solche Medienkritik mit teils überraschenden Ergebnissen.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: www.nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos