

Alltagskommunikation in der digitalen Gesellschaft: Vorschlag eines Konzepts zur Analyse zwischenmenschlicher Kommunikation

Everyday communication in the digital society: Proposing a concept for the analysis of interpersonal communication

Anna Wagner, Bielefeld University, School of Public Health, Germany
anna.wagner@uni-bielefeld.de

Abstract

Im Beitrag wird das Konzept der Alltagskommunikation vorgeschlagen, welches darauf abzielt, die komplexe zwischenmenschliche Kommunikation in der digitalen Gesellschaft kontextualisiert zu analysieren. Das Konzept verortet die von unterschiedlichen Medien geprägten, mobilen und mitunter parallel verlaufenden Kommunikationsprozesse mit anderen Menschen in der Alltagswelt eines Individuums. Es begreift diese Prozesse als miteinander in Beziehung stehend, in überdauernde Strukturen der zwischenmenschlichen Kommunikation eingebettet und durch diese beeinflusst. Das Analysekonzept lässt sich empirisch anwenden, indem spezifische (thematische) Ausschnitte der zwischenmenschlichen Kommunikation fokussiert und ganzheitlich unter Rückgriff auf vier Analyseinseln analysiert werden. Diese Analyseinseln umfassen 1) die kommunikativen Beziehungen, innerhalb derer die zwischenmenschliche Kommunikation stattfindet, 2) die Kommunikationsmuster, durch die die Kommunikation geprägt ist, 3) die Medien- und Kommunikationsrepertoires, auf die zur Kommunikation zurückgegriffen wird sowie 4) die Funktionen, welche die Kommunikation erfüllt. Im Artikel wird das Konzept der Alltagskommunikation zunächst expliziert, bevor dessen empirische Umsetzbarkeit anhand einer Fallstudie zur Kommunikation über satirische Medieninhalte illustriert wird.

In this contribution, the concept of *Alltagskommunikation* (everyday communication) is introduced, which aims to analyze the complex interpersonal communication entanglements in the digital society in a contextualized way. The concept locates the mobile and sometimes parallel communication processes with other individuals, which are shaped by different media, within the lifeworld of an individual. These processes are understood as interrelated, embedded in and influenced by permanent structures of interpersonal communication. To empirically apply the concept, specific (thematic) segments of interpersonal communication are examined and analyzed holistically through four analytical lenses. These analytical lenses comprise 1) the communicative relationships, in which the interpersonal communication takes place, 2) the patterns of communication by which communication is shaped, 3) the media and communication repertoires utilized for communication, and 4) the functions the communication fulfills. In this article, first, the concept of everyday communication is explicated and, second, its empirical feasibility is illustrated in a case study on interpersonal communication about satirical media content.

Keywords

Alltagskommunikation, interpersonale Kommunikation, digitale Medien, alltägliche Lebenswelten, Digitalisierung, Analysekonzept
everyday communication, interpersonal communication, digital media, life-worlds, digitalization, analytical concept

1 Einleitung

Die alltägliche Kommunikation zwischen Menschen ist in der digitalen Gesellschaft entscheidend durch Medienkommunikation

geprägt. Die (tiefgreifende) Durchdringung alltäglicher Lebenswelten mit Medienkommunikation (Hepp, 2019; Krotz & Hepp, 2012) hat die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommu-



nizieren und die Beziehungen, innerhalb derer diese Kommunikation stattfindet, in vielerlei Hinsicht verändert. So überwinden digitale und insbesondere mobile Medien «zeitliche, räumliche und situative Restriktionen der Face-to-face-Kommunikation» (Gehrau, 2019, S. 42) und es ist eine Pluralisierung, Mobilisierung und Ausdifferenzierung kommunikativer Beziehungen zu beobachten: «[N]ew media and the global diffusion of personal communication tools [...] allow people to connect easily and ceaselessly with their surrounding social environment» (Mazzoleni, 2014, S. 42). Die Kommunikation mit dem:der Partner:in oder der Familie findet ganz selbstverständlich ebenso face-to-face wie medienvermittelt statt. Die private Gruppenkommunikation mit jeweils sorgfältig ausgewählten Kommunikationsbeteiligten auf WhatsApp ist ebenso Bestandteil der Alltagsrealität vieler Menschen, wie der (semi-)öffentliche, teils anonym erfolgende Austausch in Sozialen Netzwerken mit prinzipiell unbegrenztem (und unbekanntem) Empfängerkreis. Und noch mehr: Diese unterschiedlichen Formen der Kommunikation finden angesichts von digitalen, mobilen Medien auch nicht mehr nacheinander statt, sondern können vom physisch selben Ort zeitgleich auf verschiedenen Plattformen geführt werden. Dennoch sind die unterschiedlichen Formen und Prozesse der zwischenmenschlichen Kommunikation in den Alltagswelten von Menschen bislang meist getrennt voneinander betrachtet worden, obwohl diese in den alltäglichen Lebenswelten von Individuen und in ihrem subjektiven Erleben zusammenspielen.

Die vielfältigen Veränderungen der zwischenmenschlichen Kommunikation und die daraus resultierenden dynamischen, mobilen und teilweise parallel verlaufenden Kommunikationsprozesse in den Alltagswelten von Menschen stellen die Medien- und Kommunikationswissenschaft vor spezifische Herausforderungen. So gilt es einerseits, die zwischenmenschliche Kommunikation unter Digitalisierungsbedingungen theoretisch angemessen zu konzeptualisieren, also theoretische Ansätze und Konzepte zu entwickeln, die

die mitunter hochkomplexen kommunikativen Welten von Menschen reflektieren und verstehen lernen können. Andererseits ist aber auch die empirische Über- und Umsetzbarkeit dieser theoretischen Ansätze und Perspektiven zu gewährleisten: Es müssen geeignete methodische Zugänge, empirische Instrumente und Verfahren entwickelt werden, die es erlauben, der Komplexität zwischenmenschlicher Kommunikation in der digitalen Gesellschaft gerecht zu werden, ohne an empirischer Präzision und Aussagekraft zu verlieren.

Um den theoretischen wie empirischen Herausforderungen, die diese Entwicklungen mit sich bringen, zumindest teilweise zu begegnen, wird in diesem Beitrag das Analysekonzept der *Alltagskommunikation* vorgeschlagen. Entwickelt wurde das Konzept ursprünglich im Rahmen meiner Dissertation zur Alltagskommunikation zu satirischen Medieninhalten (Wagner, 2021). Es soll dazu beitragen, spezifische Ausschnitte der komplexen und dynamischen Kommunikation zwischen Menschen empirisch adäquat zu erfassen und ganzheitlich und kontextualisiert, d. h. vor dem Hintergrund individueller, überdauernder alltagsweltlicher Strukturen, zu analysieren. Grundannahme des Konzepts ist dabei, dass verschiedenste Formen und Ausprägungen zwischenmenschlicher Kommunikation in den mediatisierten Lebenswelten von Menschen zusammenspielen, miteinander in Beziehung stehen und in das Gesamt der Alltagskommunikation eines Menschen eingebettet sind. Entsprechend können bestimmte Ausschnitte der Kommunikation auch nur verstanden werden, wenn man die Kontexte und (Gesamt-)Strukturen, innerhalb derer sich die Kommunikation vollzieht, berücksichtigt. Das Konzept der Alltagskommunikation setzt also beim Individuum an und nimmt dessen subjektive Kommunikationserfahrungen und -praktiken vor dem Hintergrund der etablierten, überdauernden Strukturen seiner Alltagskommunikation in den Blick. Gemein sind den sehr unterschiedlichen, verwobenen und damit theoretisch wie empirisch herausfordernden

Kommunikationsprozessen eines Menschen nämlich, dass diese vom Individuum angestoßen, erlebt, und koordiniert werden und entsprechend in dessen Alltagswelt zusammenlaufen.

Zur empirischen Anwendung des Konzepts werden vier «Analyselinsen» als Teilaspekte der Alltagskommunikation vorgeschlagen, die es erlauben, bestimmte Ausschnitte der Kommunikation ganzheitlich zu erfassen und spezifisch zu fokussieren. Sie geben eine empirische Blickrichtung auf die jeweilige zwischenmenschliche Kommunikation vor und lassen sich vergleichsweise einfach empirisch operationalisieren. Bei diesen Linsen handelt es sich um 1) die kommunikativen Beziehungen, innerhalb derer die Kommunikation stattfindet, 2) die Kommunikationsmuster, durch die die Kommunikation geprägt ist, 3) die vorhandenen und genutzten Medien- und Kommunikationsrepertoires sowie 4) die angestrebten bzw. realisierten Funktionen der zwischenmenschlichen Kommunikation. Bevor das Konzept der Alltagskommunikation aber im Detail ausgeführt und anhand eines empirischen Beispiels zur Kommunikation über satirische Medieninhalte vorgestellt wird, wird zunächst ein genauere Blick darauf geworfen werden, wie sich die zwischenmenschliche Kommunikation in der digitalen Gesellschaft gestaltet und wie sich die Kommunikationswissenschaft dieser bislang angenähert hat.

2 Zwischenmenschliche Kommunikation in der digitalen Gesellschaft

Die Kommunikation zwischen Menschen ist in der digitalen Gesellschaft vielgestaltig. Sie kann unterschiedliche Grade an Öffentlichkeit aufweisen und unterschiedliche, mitunter auch unbekannte Beteiligungszahlen umfassen (man denke nur an die in Online-Foren oder Sozialen Netzwerken stattfindende Kommunikation zwischen Menschen). Diese verschiedenen Formen der Kommunikation werden unter unterschiedlichen Labels verhandelt. Der Begriff der interperso-

nen Kommunikation wird in der Kommunikationswissenschaft dabei häufig verwendet, um eine eher private Kommunikation zwischen einer begrenzten und bekannten Personenanzahl (als dyadische Kommunikation bzw. Kleingruppenkommunikation) zu bezeichnen. Dies gilt auch für medienvermittelte interpersonale Kommunikation, wie der Begriff der «interpersonalen Online-Kommunikation» nach Beck und Jünger (2010) illustriert. Darüber hinaus sind vor allem mit Beginn der Digitalisierung weitere Formen von Kommunikation hinzugekommen, die die Grenzen zwischen interpersonalem und massenmedial aufgelösten, öffentlich(er) verlaufen und sich an verschiedene Teilpublika bzw. -öffentlichkeiten richten (nach Beck und Jünger gehören hierzu gruppen- und organisationsbezogene Online-Kommunikation wie jene in Sozialen Netzwerken sowie gesellschaftliche Online-Kommunikation). Um diese sehr verschiedenen Ausprägungen von Kommunikation zwischen Menschen einzuschließen, wird in diesem Beitrag der umfassendere Begriff der zwischenmenschlichen Kommunikation gewählt. Ganz generell kann unter zwischenmenschlicher Kommunikation die auf Wechselseitigkeit gerichtete, also durch eine zumindest angestrebte Reziprozität gekennzeichnete Kommunikation zwischen Menschen verstanden werden (Höfllich, 2016). Kommunikation gilt also dann als zwischenmenschlich, wenn ein gewisses „Interaktionspotenzial“ (Ziegele, 2016, S. 31) vorhanden ist, d.h. ein Kommunikationsangebot gemacht wird, welches aber nicht zwingend angenommen werden muss.

2.1 Bedeutungszunahme der zwischenmenschlichen Kommunikation in der digitalen Gesellschaft

Phänomene der zwischenmenschlichen Kommunikation waren in der Kommunikationswissenschaft lange am «vernachlässigten Rand des Mainstreams» (Krotz, 2019, S. 11) angesiedelt. Im Zuge der Digitalisierung und des damit verbundenen Öffentlichkeitswandels rücken diese aber stärker ins Zentrum der Betrachtung – nicht zuletzt deshalb, weil die Grenzen

zwischen öffentlich und privat mit der Emergenz Sozialer Medien aufgeweicht und damit auch Formen der zwischenmenschlichen Kommunikation für öffentliche Aushandlungsprozesse relevant(er) geworden sind. Zwischenmenschliche Kommunikation ist aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht lange primär auf der Ebene der *einfachen Öffentlichkeit* (Klaus, 2017) bzw. der Ebene der *Encounters* (Gerhards & Neidhardt, 1990) verortet worden. Diese Mehr-Ebenen-Modelle von Öffentlichkeit verstehen zwischenmenschliche Kommunikation also als spontane kommunikative Interaktionen zwischen Menschen, die in der Regel einen kleinen Beteiligtenkreis aufweisen und nur schwer in den Fokus größerer Publika – und damit auf höhere Öffentlichkeitsebenen – gelangen. Diese Grenzen zwischen den Öffentlichkeitsebenen sind in der digitalen Gesellschaft jedoch durchlässiger und weniger trennscharf geworden. Wie O’Sullivan und Carr (2018) in ihrem *Masspersonal communication model* (MPCM) festgehalten haben, kommen entsprechend verschiedene Kommunikationsformen in der digitalen Gesellschaft vor, die ehemalige Grenzen von Privatheit und Öffentlichkeit verschwimmen lassen: 1) die private und persönliche Form der Kommunikation («private & personal»), welche überwiegend, aber nicht nur, im direkten Umfeld stattfindet. 2) Die öffentliche und unpersönliche Massenkommunikation («public & impersonal»). Und schließlich 3) die öffentliche, aber zugleich auch persönliche Form der zwischenmenschlichen Kommunikation («public & personal»), die – ein Hybrid aus den beiden vorhergehenden Formen – als «masspersonal» bezeichnet wird und besonders in Sozialen Netzwerken zu beobachten ist.¹

Angesichts dieses Ineinanderfließens verschiedener Kommunikationsformen, der Entgrenzung von Kommunikation und der zunehmenden Auflösung verschiede-

ner Öffentlichkeitsebenen in der digitalen Gesellschaft, hat die zwischenmenschliche Kommunikation an Bedeutung gewonnen. Die Organisation von sozialen Bewegungen, Teil- und Gegenöffentlichkeiten sowie die (semi-)öffentliche Kommunikation in Social Media-Gruppen, in Blogs und Foren, «revitalisieren auch in der Kommunikationswissenschaft die grundsätzliche Debatte darüber, inwieweit bei der Konstitution von Öffentlichkeit nicht nur die Rolle der Massenmedien, sondern auch die der interpersonalen Kommunikation stärker in den Untersuchungsfokus geraten muss» (Wimmer, 2017, S. 202–203).

Soll die Kommunikation zwischen Menschen stärker in den Fokus genommen und auch empirisch dezidierter beforscht werden, so muss zunächst betrachtet werden, wie sich diese in der digitalen Gesellschaft gestaltet und welche Veränderungen im Zuge der Digitalisierung zu berücksichtigen sind.

2.2 Charakteristika und Transformationen der zwischenmenschlichen Kommunikation in der digitalen Gesellschaft

Vor dem Hintergrund der Mediatisierung und insbesondere mit der Emergenz und Verbreitung Sozialer Medien hat sich die Kommunikation zwischen Menschen in mehrerlei Hinsicht entscheidend verändert. Bereits im Jahr 2001 hatte Krotz die Veränderungen von alltäglichen Lebenswelten durch Medienkommunikation in einer Reihe von Thesen festgehalten und dabei auch Veränderungen der zwischenmenschlichen Kommunikation beschrieben (Krotz, 2001). Seitdem sind im Zuge der Digitalisierung weitere Transformationen und Entwicklungen der Kommunikation zwischen Menschen beobachtet worden, die vor allem auf die Verbreitung mobiler und digitaler Medien zurückzuführen sind. Im Folgenden wird daher ein Überblick über die zentralen Veränderungen der zwischenmenschlichen Kommunikation in der digitalen Gesellschaft gegeben, die spezifische Implikationen für die theoretische und empirische Analyse von Kommunikationsprozessen im Alltag

1 Im deutschsprachigen Raum haben Haas und Brosius (2011) den Begriff der *interpersonal-öffentlichen Kommunikation* verwendet, um Kommunikationsprozesse zu beschreiben, die öffentlich einsehbar sind, aber zwischen Individuen ablaufen.

mit sich bringen. Hierzu habe ich in einer anderen Publikation bereits verschiedene neuere Quellen zusammengetragen, um die früheren Beobachtungen, u. a. von Krotz, zu ergänzen (Wagner, 2021; für eine detaillierte Beschreibung der Transformationen).

Zwei zentrale Veränderungen, die auch die zwischenmenschliche Kommunikation betreffen und die Krotz bereits in seinen frühen Thesen festgehalten hatte, sind 1) die *Zunahme* und 2) die *Veralltäglichsung medienvermittelter Kommunikation*. Die Kommunikation zwischen Menschen findet also vielfach und in höherem Maße als früher durch Medien vermittelt statt (auch Höflich, 2016). Zudem ist die Kommunikation mittels Medien selbstverständlicher Teil unseres Alltags, der nicht von der direkten Face-to-Face-Kommunikation getrennt gedacht bzw. praktiziert wird (Schulz, 2004). Dies bedeutet auch, dass medienvermittelte und direkte Kommunikation gerade nicht voneinander abgekoppelt sind oder einander gar ersetzen, vielmehr ist 3) eine *Verschmelzung unterschiedlicher Kommunikationsformen* in der Alltagswelt der Menschen zu beobachten. Unterschiedliche Kommunikationsformen – interpersonale Kommunikation, massenpersonale Kommunikation und Massenkommunikation – fließen also in den Lebenswelten von Menschen zusammen. Dies geschieht so stark, dass der Wechsel zwischen unterschiedlichen Medien und die Wahl verschiedener Kommunikationsmodi mitunter gar nicht bewusst wahrgenommen werden (Linke, 2010, S. 165). Diese Verschmelzung (oder nach Krotz «Vermischung») der Kommunikationsformen haben Isaacs, Szymanski, Yamauchi, Glasnapp und Iwamoto (2012) mit dem Begriff des «channel blinding» beschrieben. Channel blinding bezeichnet dabei das Phänomen, dass eine kohärente Konversation über verschiedene Kanäle und Inhalte hinweg geführt wird. Dies bedeutet auch, dass eine Kommunikation zwischen denselben Beteiligten über verschiedene Kommunikationsmittel (z. B. Instant Messaging, Telefonanruf, face-to-face) hinweg angestoßen und durchgeführt werden kann, ohne dass

das Hin- und Herwechselln zwischen den Kanälen zwingend bewusst wahrgenommen wird. Die Kommunikation zwischen Menschen ist darüber hinaus auch durch eine 4) *Mobilitätzunahme bei der Kommunikation* geprägt. Diese zeichnet sich durch die Möglichkeit der Partizipation an unterschiedlichen Kommunikationssituationen und -beziehungen ohne physische Anwesenheit aus und trägt damit auch zu einer (potentiellen) Pluralisierung der kommunikativen Bezugnahmen bei (Berg, 2017). So kann beispielsweise mit dem Smartphone prinzipiell von jedem Ort der Welt aus Kommunikation angestrengt und aufrechterhalten werden, sofern die technischen Voraussetzungen gegeben sind. Nicht zuletzt aufgrund dieser Mobilitätzunahme ist die zwischenmenschliche Kommunikation in der digitalen Gesellschaft auch durch eine 5) *Pluralisierung von Kommunikationssituationen* gekennzeichnet, da digitale Medien prinzipiell mehr und vielfältigere Angebote für Kommunikationssituationen bereithalten, die ohne die erwähnten zeitlichen und räumlichen Restriktionen wahrgenommen werden können. Diese Kommunikationssituationen müssen nicht nacheinander initiiert und wahrgenommen werden, vielmehr können mehrere Konversationen parallel geführt und es kann an mehreren kommunikativen Räumen zeitgleich partizipiert werden. Beispielsweise ist es möglich, gleichzeitig auf Instagram Bilder mit hunderten Followern zu teilen, während man mit der Familie am Tisch in einer Face-to-Face-Konversation zusammensitzt und nebenbei ggf. noch mit dem Freundeskreis Textnachrichten austauscht. Diese 6) «*Parallelisierung kommunikativer Räume*» (Kneidinger-Müller, 2018, S. 171) ist ebenfalls mit dem Bedeutungsverlust der physischen Anwesenheit bei der zwischenmenschlichen Kommunikation verknüpft und bedeutet, dass die Grenzen zwischen Situationen der Kommunikation mit und ohne Medien uneindeutiger werden. Gleichzeitig sind mit diesen veränderten Kommunikationsmöglichkeiten, -situationen und -gewohnheiten auch die mit der Kommunikation verbundenen sozialen Erwartungen und kommunikativen

ven Konventionen verändert worden. Wie Kneidinger-Müller (2018) festhält, ist eine (Erwartung an die) 7) *Zunahme sozialer Verfüg- und Erreichbarkeit* zu beobachten, die insbesondere auf die räumlich entgrenzte und potentiell parallel durchführbare Kommunikation zurückzuführen ist. So existieren zum Beispiel im Sinne einer permanenten Online-Konnektivität (Vorderer, Hefner, Reinecke, & Klimmt, 2018) neue implizite oder explizite Regeln und Erwartungen an das Antwortverhalten (zum Beispiel per Instant Messenger oder E-Mail), die die zwischenmenschliche Kommunikation mitprägen.

Im Zuge der Digitalisierung hat sich nicht nur die Kommunikation zwischen Menschen verändert, sondern auch die umgebenden sozialen Kontexte der Kommunikation. Dazu gehören insbesondere die kommunikativen Beziehungen (Krotz, 2019), innerhalb derer die Kommunikation stattfindet. Angesichts der vielfältigen Möglichkeiten, orts- und zeitunabhängig mit verschiedensten Menschen in Kontakt zu treten und an unterschiedlichen Gemeinschaften zu partizipieren, ist insbesondere eine Pluralisierung und Komplexitätszunahme der kommunikativen Verbindungen zu konstatieren:

In everyday life, perhaps the most dramatic change that has been brought by digital media is that the frequency and density of personal connections have intensified and become more complex, as have the modalities through which the connections are pursued. (Schroeder, 2018, S. 333)

Dabei ist ein Bedeutungsgewinn von Medien(technologien) zur Initiierung, Pflege und Aufrechterhaltung von mehr oder weniger dauerhaften Beziehungen festzustellen (siehe auch Linke, 2010), die wiederum auch in der konkreten zwischenmenschlichen Kommunikation sichtbar werden.

Die beschriebenen Entwicklungen und spezifischen Charakteristika zeigen insgesamt, dass es sich bei der zwischenmenschlichen Kommunikation in der digitalen Gesellschaft um ein hochkomplexes Phänomen handelt, das aus vielen kleinen, miteinander verschwimmenden,

konvergierenden, und teils simultan verlaufenden Kommunikationsprozessen besteht. Die empirische Analyse dieser Prozesse ist dabei überaus herausfordernd: Die Fülle an ineinanderfließenden Kommunikationssituationen, die Omnipräsenz von Medien bei der Kommunikation und die vielfältigen kommunikativen Verbindungen im Alltag, zwischen denen laufend hin und her navigiert wird, kann vom Individuum selbst kaum erfasst und schon gar nicht in seiner ganzen Komplexität beschrieben werden; nicht zuletzt, da viele der kommunikativen Handlungen nicht bewusst in der einen oder anderen Form ablaufen und zwischen Kommunikationssituationen mit und ohne Medien oft nicht hinreichend differenziert werden kann. Auch die bloße Analyse konkreter Kommunikationssituationen, wie sie beispielsweise methodisch mittels in situ-Verfahren realisiert werden, ist nur eingeschränkt hilfreich, weil diese nur in der Lage ist, die temporäre Komplexität abzubilden. Wenig berücksichtigt werden hingegen die überdauernden Strukturen, d. h. die in diesen Beziehungen gültigen Kommunikationsmuster und die regelmäßig verwendeten Kommunikationsmedien, von denen die Kommunikation maßgeblich beeinflusst wird. Um diesen Herausforderungen zu begegnen und die Veränderungen und Kennzeichen der zwischenmenschlichen Kommunikation in der digitalen Gesellschaft weitgehend zu berücksichtigen, habe ich das Analysekonzept der Alltagskommunikation entwickelt, welches im Folgenden expliziert wird.

3 Das Konzept der Alltagskommunikation

Grundannahme des Konzepts der Alltagskommunikation ist es, dass sich alle Kommunikation eines Individuums mit anderen Menschen innerhalb seiner alltäglichen Lebenswelt vollzieht, welche heute in besonderem Maße von Medien geprägt ist. Alltagskommunikation ist also definiert als «die auf Reziprozität gerichtete Kommunikation mit anderen Menschen in der Alltagswelt eines Subjekts» (Wagner,

2021, S. 154). Die Alltagswelt eines Individuums nach Schütz und Luckmann (2003) bzw. Berger und Luckmann (2013 [1969]) stellt sich dabei nicht als eine einzige zusammenhängende Wirklichkeit der Kommunikation dar, sondern ist «in viele kleine Lebenswelten unterteilt» (Schwarzenegger, 2017, S. 88). Menschen partizipieren in ihrem Leben an verschiedenen, nach Benita Luckmann (1970) sogenannten *Teilzeit-Welten* bzw. nach Shibutani (1955) sogenannten *sozialen Welten*, innerhalb derer sie mit anderen kommunizieren. Sie sind Teil unterschiedlicher Gemeinschaften und sozialer Mikrokosmen in unterschiedlichen Bereichen (z. B. Berufsleben, Familienleben), zwischen denen sie in ihrer alltäglichen Lebensführung hin und her navigieren und die «kommunikativ konstruiert, koordiniert und konturiert» (Schwarzenegger, 2017, S. 91) sind. In digitalen Gesellschaften erfolgt diese Kommunikation in ganz unterschiedlichen Formen und auf verschiedensten (medialen) Wegen.

Das Konzept der Alltagskommunikation umschließt daher alle direkten wie medienvermittelten, interpersonalen wie massenpersonalen, privaten wie öffentlich einsehbaren Kommunikationsprozesse, die im subjektiven Erleben des Individuums zusammenspielen und miteinander verknüpft sind: Die direkte Kommunikation mit der besten Freundin, die nach dem persönlichen Treffen telefonisch nahtlos weitergeführt wird, ist ebenso Teil der Alltagskommunikation eines Individuums wie sein leidenschaftlich und anonym betriebenes Trolling auf der Facebookseite des gegnerischen Fußballvereins. Und auch das Gespräch am Mittagstisch mit den Eltern gehört ebenso zur Alltagskommunikation wie das parallel mit dem Partner geführte hitzige Streitgespräch via WhatsApp. Diese konkreten Situationen der Kommunikation mit anderen Menschen werden dabei als eingebettet in das Gesamt der Alltagskommunikation und die überdauernden Strukturen der Lebenswelt bzw. der verschiedenen Teilzeit-Welten eines Individuums verstanden, inklusive seiner kommunikativen

Beziehungen und der zur Kommunikation üblicherweise herangezogenen Medien.

Eine derart weite Konzeptualisierung wäre für die empirische Analyse ungeeignet, läge ihr Ziel darin, tatsächlich auch *alle* Kommunikationsprozesse eines Menschen in seiner Lebenswelt zu analysieren. Das Konzept wird jedoch dann fruchtbar und empirisch sinnvoll anwendbar, wenn zwar die Alltagskommunikation als genereller Bezugsrahmen gedacht wird; aber spezifische Teilausschnitte aus dieser Gesamtkommunikation für die empirische Analyse fokussiert werden. Wird beispielsweise die zwischenmenschliche Kommunikation zu spezifischen Themen (z. B. Politik, Sex, Geschlechtergerechtigkeit, COVID19-Pandemie, Klimakrise) oder Medieninhalten (z. B. True Crime, Popmusik, Tatort) in der Alltagswelt zum Gegenstand der empirischen Studien, so können die allgemeinen Strukturen und Regelmäßigkeiten dieser Kommunikation in der alltäglichen Lebenswelt der Menschen identifiziert und analysiert werden. Es kann dann zielgerichtet danach gefragt werden, mit wem diese Kommunikation angestrengt wird und mit wem nicht (und warum); wie, d. h. nach welchen Mustern und mit welcher Rollenverteilung diese Kommunikation verläuft; auf welche Medien und Kanäle für diese Kommunikation zurückgegriffen wird; und welche Funktionen diese Kommunikation für den Kommunizierenden und die Beziehung erfüllt. Zudem ist es prinzipiell denkbar, die Kommunikation innerhalb eines spezifischen zeitlichen Ausschnitts in den Blick zu nehmen und von anderen Zeiträumen abzugrenzen bzw. zu diesen in Bezug zu setzen, wenn beispielsweise die Kommunikation mit anderen Menschen zu Gesundheitsthemen vor und während der COVID19-Pandemie miteinander verglichen wird. Wie diese Beispiele zeigen, liegt der Vorteil des Alltagskommunikation-Konzepts auch in seiner Skalierbarkeit – die anvisierten Themen und Gegenstände der zwischenmenschlichen Kommunikation können mehr oder weniger umfassend sein, lassen sich aber in ihrer Gänze und unter Berücksichtigung ihrer verschiedenen Kontexte analysieren.

Das Konzept betont dabei immer auch, dass der jeweils spezifisch analysierte Ausschnitt der Kommunikation auch nur *ein* bewusst fokussierter Ausschnitt ist und mit anderen Ausschnitten bzw. dem Gesamt der Kommunikation in Zusammenhang steht. Interessiert man sich beispielsweise dafür, wie ein Individuum über Politisches kommuniziert, so werden alle thematisch einschlägigen Kommunikationsprozesse in den Blick genommen – in dem Bewusstsein, dass über zahlreiche weitere Themen ebenfalls kommuniziert wird, mit diesen ggf. in Zusammenhang steht – und dass die Kommunikation in bereits etablierten Beziehungen und vorhandenen lebensweltlichen Strukturen verläuft.

Das Konzept der Alltagskommunikation ist in seiner Ausrichtung und grundlegenden Perspektive auf Kommunikation dabei an einige andere theoretische Ansätze sozialkonstruktivistischer Tradition wie zum Beispiel das Konzept der Kommunikationsmodi und jenes der kommunikativen Gattungen angelehnt. Diese (und andere) Konzepte setzen wie das Konzept der Alltagskommunikation ebenfalls am subjektiven Erleben des Individuums an. Sie begreifen Kommunikation in ihrer situativen Ausprägung als von überdauernden lebensweltlichen Strukturen sowie von spezifischen individuellen Erwartungen an die Situation geprägt – und gerade nicht durch das jeweils technische Trägermedium determiniert. Das Konzept der Kommunikationsmodi (Hasebrink, 2004) beispielsweise analysiert die Wahrnehmungs-, Erwartungs- und Handlungsmuster eines Individuums bei der situationsbezogenen Navigation von Medienangeboten zur zielgerichteten Realisation von Funktionen – und stellt diese anstelle der medienseitigen Angebotsmerkmale und Affordanzen in den Vordergrund. Ähnlich geht das Konzept der kommunikativen Gattungen (Luckmann, 1997) davon aus, dass Individuen funktionsbezogen kommunikativ handeln und dabei zur Orientierung auf dauerhafte und gesellschaftlich etablierte Muster der Kommunikation, nämlich die kommunikativen Gattungen, zurückgreifen.

Das Konzept der Alltagskommunikation führt die in diesen und weiteren Ansätzen postulierten Aspekte zusammen. Es greift zudem auf zahlreiche empirische Untersuchungen zur Anschlusskommunikation, aus dem Bereich der interpersonalen Kommunikation und der Aneignungsforschung zurück, die einzelne oder mehrere Linsen beforscht haben, und führt diese zu einem umfassenden Konzept zusammen. Dabei fokussiert es auf spezifische Kommunikationsmuster und Funktionen der Kommunikation, nimmt aber explizit auch das Individuum in seiner Verbindung zu anderen Kommunikationsbeteiligten in den Blick sowie das (geteilte) Medienrepertoire, aus dem ausgewählt und welches über die Zeit hinweg ausgehandelt wird. Ziel ist es dabei, konkrete Bausteine von Kommunikation bereitzustellen, sodass Fragen der zwischenmenschlichen Kommunikation integriert beobachtbar werden.

3.1 Analyselinsen des Konzepts der Alltagskommunikation

Um das Alltagskommunikation-Konzept empirisch sinnvoll anzuwenden und die komplexen Gegebenheiten der zwischenmenschlichen Kommunikation in digitalen Gesellschaften expliziter zu berücksichtigen, muss es konkretisiert werden. Entsprechend schlage ich vier Teilaspekte der Alltagskommunikation vor, die als Analyselinsen in der empirischen Forschung verwendet werden. Diese Analyselinsen umfassen 1) die kommunikativen Beziehungen, innerhalb derer die zwischenmenschliche Kommunikation stattfindet, 2) die Kommunikationsmuster, durch die diese geprägt ist, 3) die Medien- und Kommunikationsrepertoires, auf die zur Kommunikation zurückgegriffen wird, sowie 4) die Funktionen, welche die Kommunikation erfüllt bzw. erfüllen kann. Die Linsen zielen damit darauf ab, die wesentlichen Parameter von Kommunikation in den Blick zu nehmen, die die Ausgestaltung einer konkreten Kommunikationssituation beeinflussen. Diese sind bereits in zahlreichen kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzungen – ob in der Aneignungsforschung oder

im Forschungsfeld der interpersonalen Kommunikation – wiederzufinden: Die an der Kommunikation Beteiligten, die Kommunikationswege und -kanäle, mittels derer die Kommunikation stattfindet, die Muster sozialen Handelns, an denen sich Kommunikation orientiert sowie das jeweilige Ergebnis der Kommunikation. Das Konzept bündelt diese vielfach beforschten Teilaspekte, um eine ganzheitliche Analyse der zwischenmenschlichen Kommunikation zu ermöglichen.

In ihrem Zusammenspiel ermöglichen die Analyselinsen, die relevanten Aspekte der (fokussierten Ausschnitte der) Alltagskommunikation empirisch herauszuarbeiten und vergleichsweise umfassend darzustellen.

3.1.1 *Kommunikative Beziehungen*

Bei der Analyse der Kommunikationsprozesse zwischen Menschen ist der soziale Kontext, innerhalb dessen diese stattfinden, von besonderer Bedeutung. Zwischenmenschliche Kommunikation vollzieht sich immer innerhalb von mehr oder weniger dauerhaften *kommunikativen Beziehungen* und wird durch diese maßgeblich beeinflusst. Sie ist «eine dynamische, bedeutungsvolle Angelegenheit, die von der Beziehungsentwicklung und der Art der Beziehungen bestimmt ist» (Höflich, 2016, S. 38). Entsprechend ist bei der Analyse der Kommunikation zwischen zwei oder mehr Beteiligten auch die Beziehung und die spezifische Konstellation, innerhalb derer die Kommunikation stattfindet, in den Blick zu nehmen (Höflich, 2016). Bei dauerhaft in den Alltagswelten von Menschen verankerten Beziehungen hat sich die Kommunikation über die Zeit hinweg und durch wiederkehrende Interaktion «eingeschliffen». So werden manche Themen mit einigen Personen im persönlichen Netzwerk besprochen, mit anderen nicht, bestimmte Aspekte in der Kommunikation gegenüber manchen adressiert, gegenüber anderen nicht usw. (Sommer, 2010). Diese vorhandenen Beziehungsstrukturen der Kommunikation sind vergleichsweise stabil, können sich aber – durch weitere Kommunikation,

geteilte Erfahrungen und Beziehungsentwicklung – auch verändern.

Im Zuge der Durchdringung alltäglicher Lebenswelten mit Medienkommunikation haben sich, so ist bereits argumentiert worden, auch die kommunikativen Verbindungen von Menschen mobilisiert und pluralisiert (Berg, 2017; Schroeder, 2018). Es sind prinzipiell neue dauerhafte Verbindungen und Ad-hoc-Kontakte, beispielsweise in Sozialen Medien, hinzugekommen – und (auch regelmäßige) Kommunikation kann stattfinden, ohne dass jemals ein persönliches Treffen zustande kommt. Zudem kann ein Individuum kommunikativ an größeren Gemeinschaften (z. B. thematisch einschlägigen Online Communities) partizipieren, ohne dass der Beteiligtenkreis überhaupt bekannt sein mag oder ohne, dass die Rolle vieler Beteiligter über die der still mitlesenden Zaungäste hinausgeht. Die dauerhaften und flüchtigen kommunikativen Beziehungen sind maßgeblich entscheidend dafür, ob, mit welchen Inhalten und auf welche Art und Weise Kommunikation angestoßen wird und zustande kommt. Entsprechend müssen kommunikative Beziehungen in ihrer aktuell vielfältigen Form bei der Analyse der jeweiligen Alltagskommunikation berücksichtigt werden.

3.1.2 *Kommunikationsmuster*

Möchte man die zwischenmenschliche Kommunikation analysieren, die in kommunikativen Beziehungen stattfindet, so sind insbesondere auch die Gepflogenheiten, Umgangsformen und Kommunikationsregeln, also die *Kommunikationsmuster*, zu berücksichtigen. Sie beeinflussen maßgeblich die Themen, Inhalte, Kommunikationsverläufe und Umgangsformen in der konkreten Situation und bieten, wie im Konzept der kommunikativen Gattungen postuliert, dem Individuum Orientierung bei der Ausgestaltung seiner Kommunikation. Was gesagt wird und wie es gesagt wird (bzw. gesagt werden kann), ist abhängig von der Art der Beziehung, den dort gültigen und etablierten kommunikativen Verhaltensweisen und dem jeweiligen Kontext: So ist der kommunikative Umgang mit dem:der Vorgesetzten

sicherlich in vielerlei Hinsicht ein deutlich anderer als in einer Partnerschaft, selbst wenn über dasselbe Thema oder ähnliche Ereignisse gesprochen wird. Dieses Set an in einer Beziehung vorliegenden, potentiell möglichen Kommunikationsweisen bezeichnet Keppler (1994) mit dem Begriff der *kommunikativen Repertoires*. Im Falle dauerhafter Beziehungen haben sich diese durch wiederkehrende Interaktion über die Zeit hinweg «eingeschliffen» und sind relativ beständig – dennoch sind auch diese prinzipiell in und durch weitere Interaktion veränderbar. Diese kommunikativen Repertoires bestehen aus kommunikativen Gattungen (z. B. der Gattung des Streits, des Klatsches, des Frotzels), «in denen allgemeine Muster der Interaktion vorgezeichnet sind» (Keppler, 1994, S. 274) und auf die innerhalb der Beziehungskommunikation zurückgegriffen werden kann oder nicht. Welche Gattungen tatsächlich innerhalb einer Beziehung zur Anwendung kommen, ist auch von den *kommunikativen Rollen* abhängig, die innerhalb bestimmter Beziehungskonstellationen übernommen werden und die in zahlreichen rollentheoretischen Auseinandersetzungen beschrieben worden sind (für einen Überblick über den Rollenbegriff in den Sozialwissenschaften siehe Schwinger, 2007). Zu den relevanten kommunikativen Rollen gehören sowohl allgemeinere Familien- oder Geschlechterrollen (Keppler, 1994), als auch spezifischere über die Zeit hinweg ausgehandelte Rollen (beispielsweise die Rolle der Gutinformierten, die ihr Medienwissen üblicherweise in den Freundeskreis trägt), ebenso wie solche, die die Richtung des Informationsflusses und die Aktivität bzw. Passivität in der Kommunikation zwischen Menschen beschreiben (Friemel, 2008). Die Kommunikationsmuster insgesamt sind dabei nicht auf Face-to-Face-Kommunikation beschränkt, sondern auch auf medienvermittelte Kommunikation übertragbar und werden in dieser und für diese auch (weiter) ausgehandelt. So existieren auch medienspezifische kommunikative Repertoires wie die idiosynkratische Verwendung von Emojis oder GIFs in bestimmten Kommunikationssituationen (in denen z. B. ein

Auberginen-Emoji eher im Freundeskreis denn mit den Eltern geteilt werden mag und in beiden Konstellationen eine jeweils andere Bedeutung haben kann).

Im Falle von Kommunikation innerhalb flüchtiger Beziehungen, wie sie zum Beispiel bei einer Ad-hoc-Interaktion in Sozialen Netzwerken vorkommen kann, sind die Kommunikationsmuster – so ist anzunehmen – eher genereller Art und damit orientiert an allgemeinen Regeln des Miteinander-Umgehens. Diese können auch als «generalisierte soziale Regeln» (Linke, 2010, S. 32) bezeichnet werden und spielen zu einem gewissen Grad auch in überdauernden Beziehungen eine Rolle in der Kommunikation.

3.1.3 Medien- bzw.

Kommunikationsrepertoires

Für die zwischenmenschliche Kommunikation in der digitalen Gesellschaft spielen Medien(technologien) eine zentrale Rolle. Entsprechend ist eine der Analyselinsen des Konzepts der Alltagskommunikation auch auf die Medien und Kommunikationswege gerichtet, auf die zur Kommunikation zurückgegriffen wird. Dabei wird der Perspektive der crossmedialen Forschung gefolgt, die die jeweils verwendeten Medien und Kommunikationswege als miteinander in Beziehung stehend und relational begreifen (Hasebrink & Hepp, 2017). Das nutzerzentrierte Konzept der Medienrepertoires nach Hasebrink und Popp (2006) wird etwa verwendet, um ganz grundsätzlich alle Medien zu bezeichnen, die ein Individuum regelmäßig nutzt. Hierbei wird davon ausgegangen, dass diese Medien keineswegs voneinander unabhängig sind, sondern vielmehr vom Individuum in seiner Alltagswelt sinnhaft kombiniert werden, zusammenspielen, und gemeinsam eine zusammenhängende interne und individuelle Struktur seiner Mediennutzung ergeben. Entsprechend ist auch das relativ stabile Set an Medienbezügen des Individuums in seiner Gänze und mit Blick auf die Verbindungen zwischen diesen zu analysieren. Der Begriff der Kommunikationsrepertoires erweitert diese medialen Bezugnahmen angesichts der Entgrenzung und des Ineinanderflie-

ßens verschiedener Kommunikationsformen um kommunikative Bezugnahmen im Allgemeinen (Hasebrink, 2015). Kommunikationsrepertoires bezeichnen entsprechend «für bestimmte Lebensphasen stabile [...] Muster kommunikativer Bezugnahme auf verschiedene Bezugspersonen und -gruppen» (Hasebrink, 2015, S. 38). Ähnlich wie das Konzept der Medien- bzw. Kommunikationsrepertoires betrachtet auch das Konzept der *polymedia* (Madianou & Miller, 2013) Medien in ihrer Relationalität zueinander. Die Autor:innen gehen davon aus, dass sich die verschiedenen, in digitalen Gesellschaften existierenden und miteinander zusammenhängenden Medien- und Kommunikationsoptionen dem Individuum als eine zusammenhängende Struktur präsentieren. Dabei ist jedes einzelne Medium «defined in relational terms in the context of all other media» (Madianou & Miller, 2013, S. 170). Diese Struktur navigiert das Individuum je nach Zweck und Absicht. Dabei gilt es nicht nur die jeweils zur Kommunikation verwendeten Medien und Kommunikationswege zu identifizieren, sondern diese auch – wie im Konzept der Medienrepertoires und Kommunikationsrepertoires angelegt – in ihrem Zusammenspiel zu betrachten: «Denn in der heutigen sozialen Welt hat weniger das *einzelne* Medium Einfluss auf Sozialbeziehungen als das *Ensemble unterschiedlicher Medien*» (Hepp, 2016, S. 238; Hervorhebung i. O.).

Die Konzepte der Kommunikations- und Medienrepertoires wie auch das Konzept der *polymedia* werden grundsätzlich vom Subjekt ausgehend gedacht und sind damit auch individuell sehr unterschiedlich. Gleichzeitig ist ein – zumindest bis zu einem gewissen Grad – geteiltes Kommunikations- und Medienrepertoire innerhalb kommunikativer Beziehungen Grundvoraussetzung für eine stattfindende Kommunikation und hat sich in dauerhaft(er)en Bindungen in der Regel als spezifisches Set von Kommunikationsoptionen herausgebildet: «Most relationships create a particular configuration of media that works best for their particular communicative needs» (Madianou & Miller, 2013, S. 180). Innerhalb zeitlich stabiler

Beziehungen wird in der digitalen Gesellschaft in der Regel auf mehrere Medien zur Kommunikation zurückgegriffen, weshalb Parks (2017) von sogenannten *mixed-media relationships* spricht. Welche Medien in der konkreten Kommunikationssituation angewendet werden und wie diese zur Kommunikation verwendet werden, ist dann von der Art der Beziehung und den über die Zeit hinweg in wechselseitiger Interaktion herausgebildeten idiosynkratischen Nutzungsweisen und Nutzungsregeln abhängig (Höflich, 1996, 2016).

3.1.4 Funktionen der Kommunikation

Ein in der bisherigen Forschung eher randständig betrachteter Aspekt bei der Analyse zwischenmenschlicher Kommunikation ist jener der *Funktionen* der Kommunikation. Damit sind jene Leistungen gemeint, die die jeweilige Kommunikation für das Individuum bzw. innerhalb der kommunikativen Beziehungen übernehmen kann. Wie zu Beginn dieses Kapitels dargelegt, gehen auch die Konzepte der Kommunikationsmodi sowie der kommunikativen Gattungen davon aus, dass Individuen anstreben, in ihrem (kommunikativen) Handeln spezifische Funktionen zu realisieren. Die Funktionen zwischenmenschlicher Kommunikation sind bislang insbesondere im Bereich der Aneignungsforschung und in Forschungsarbeiten zur Anschlusskommunikation empirisch betrachtet worden, im Zuge derer sich mit den Funktionen der Gespräche über Medien und Medieninhalte auseinandergesetzt wurde. Hierbei sind Konzeptualisierungen und mitunter ganze Kataloge der Funktionen zwischenmenschlicher Kommunikation über Medieninhalte und insbesondere während der Medienrezeption entstanden (z. B. Friemel, 2013; Hepp, 1998; Holly & Püschel, 1993; Klemm, 2000). Zu den häufig identifizierten Funktionen gehört beispielsweise im Sinne der Aneignung von Medien(inhalten) die sogenannte *bridging function*, die erfüllt ist, wenn Medieninhalte «in den Gesprächen indirekt wieder mit der persönlichen Lebenswelt verbunden» (Bösch, 2004, S. 324) werden, oder auch die «Aktualisierung gemeinsamer oder auch kontroverser Ansichten oder

Einstellungen» (Kepler, 1994, S. 252), die durch die zwischenmenschliche Kommunikation über Medieninhalte erfolgen kann. Friemel (2013) differenziert zudem zwischen fünf verschiedenen Funktionen (u. a. Funktion der kognitiven Verarbeitung, Informationsfunktion und Funktion der sozialen Positionierung), die die zwischenmenschliche Kommunikation zu massenmedialen Inhalten im Allgemeinen erfüllen kann. Während bestimmte Funktionen also wiederkehrend und themenübergreifend durch zwischenmenschliche Kommunikation realisiert werden, so können diese sich auch individuell und je nach Thema und Medieninhalt unterscheiden. Dies wird bei der illustrierenden Fallstudie in Kapitel 3.2 noch deutlich werden.

Die vier genannten Analyselinsen spannen gemeinsam das Konzept der Alltagskommunikation auf, indem sie die dauerhaften Strukturen der Kommunikation in der Alltagswelt eines Individuums ganzheitlich in den Blick nehmen. Sie lassen sich universal auf Fragen der zwischenmenschlichen Kommunikation anwenden und bieten ein stabiles Gerüst für die empirische Analyse, weil die in den Linsen angelegten Aspekte für jede Kommunikationssituation konstitutiv sind. Dies bedeutet jedoch nicht, dass weitere Aspekte in der empirischen Forschung nicht berücksichtigt werden könnten oder gar sollten. So ist es denkbar, dass zum Beispiel für die genannten Linsen prägende Faktoren (z. B. Emotionen, Motivationen, Medienkompetenz) oder sich aus der Kommunikation ergebende Folgen ebenfalls beforcht werden bzw. im Verlauf der empirischen Forschung als relevant emergieren. Hierauf müsste im Forschungsprozess dann auch mit der entsprechenden Flexibilität reagiert werden. Auch wäre es prinzipiell möglich, je nach Themenzusammenhang und Fragestellung nur einzelne Analyselinsen anzulegen und auf diese zu fokussieren – allerdings auf Kosten der Erklärkraft und Ganzheitlichkeit des Konzepts. Hier gilt es von Fall zu Fall abzuwägen, ob diese Einbußen hingenommen werden können oder das Analysezweck gefährden.

Wie die empirische Umsetzung des Konzepts gelingen kann und welches konkrete Erkenntnispotenzial das Alltagskommunikationskonzept damit bietet, soll nachfolgend anhand eines empirischen Anwendungsbeispiels zur Kommunikation über satirische Medieninhalte illustriert werden.

3.2 Empirisches Anwendungsbeispiel:

Kommunikation zu medialer Satire

Das hier gewählte empirische Fallbeispiel soll die konkrete empirische Anwendbarkeit des Konzepts und die Fruchtbarkeit seiner Umsetzung verdeutlichen. Ziel des Projekts war es, die zwischenmenschliche Kommunikation zu medialer Satire zu beforschen und dabei möglichst alle existierenden Kommunikationsformen, Kontexte und Konstellationen, in denen diese Kommunikation in der Alltagswelt eines Individuums stattfindet, in den Blick zu nehmen (Wagner, 2021). Das Fallbeispiel illustriert, dass das Konzept in der Lage ist, die verschiedenen Situationen und Formen der Kommunikation – in diesem Fall zu medialer Satire – unter Digitalisierungsbedingungen zu erfassen und die dauerhaften Strukturen der satirebezogenen Kommunikation in der Alltagswelt zu beschreiben.

3.2.1 Empirisches Anwendungsbeispiel: Methoden

Im Rahmen des Projekts wurden zwei qualitative Studien durchgeführt:² In der ersten Studie wurden semi-strukturierte Leitfadeninterviews mit Satire-Medientagebüchern kombiniert, in denen die Teilnehmenden ihre Begegnungen mit satirischen Medieninhalten und Situationen der Kommunikation über Satire in einem Zeitraum von 14 Tagen dokumentierten. Es nahmen 21 Personen an der Studie teil, die sich hinsichtlich ihrer Affinität für Satire, ihres politischen Interesses sowie ihres Alters unterschieden. Im Rahmen der Interviews wurden den Studienteilnehmenden eine Definition von Satire und

² Für eine ausführliche Beschreibung des methodischen Vorgehens sowie der Ergebnisse: Wagner (2021).

illustrierende satirische Medieninhalte vorgelegt, um sicherzustellen, dass eine gemeinsame Gesprächsbasis vorlag. Da in dieser Studie zunächst auch untersucht werden sollte, inwieweit überhaupt eine zwischenmenschliche Kommunikation über Satire in der Alltagswelt der Teilnehmer:innen stattfindet, wurde vergleichsweise offen und vorsichtig u. a. nach (typischen) Kommunikationsszenarien rund um Satire in ihrer Alltagskommunikation befragt (z. B. «Wenn wir an eine Situation denken, nachdem du Satire in den Medien gesehen, gelesen oder gehört hast. Inwieweit würdest du sagen, passiert dann etwas?»).

In der zweiten Studie wurden vier Gesprächsbeobachtungen mit anschließenden Gruppendiskussionen in unterschiedlichen sozialen und kommunikativen Konstellationen geführt. Für die Gesprächsbeobachtungen und Gruppendiskussionen wurden drei natürliche Gruppen, nämlich eine Freundesgruppe, eine Familiengruppe und eine Kolleg:innengruppe sowie eine künstlich zusammengesetzte Gruppe aus einander nicht bekannten Teilnehmenden eingeladen. Die Teilnehmer:innenzahl bewegte sich zwischen drei und fünf Personen pro Gruppe. Jeder Gruppe wurden zunächst verschiedene satirische Medieninhalte vorgelegt, über die die Gruppenmitglieder miteinander kommunizieren sollten. Anschließend wurde sie in den Gruppendiskussionen dezidiert nach Situationen, Inhalten, Kommunikationsbeteiligten, Kommunikationsmustern, der Rolle von Medien und – relativ zurückhaltend – zu potentiellen Funktionen der Kommunikation zu Satire befragt. Der Grund für diese Zurückhaltung lag in Studie 2 in einer Vermeidung von Reaktivität. Es sollte damit verhindert werden, dass Antworten ausschließlich deshalb generiert werden, weil die möglichen Funktionen in der Frage bereits suggeriert und verbalisiert wurden (z. B. «Gerade Satire macht sich ja oft auch über etwas lustig, worüber man dann gemeinsam gut lachen kann. Gleichzeitig lässt sich über Satire auch trefflich streiten. Inwieweit würden Sie sagen, dass Satire und der Austausch darüber Sie ein-

ander näherbringt oder eher voneinander entfernt?»). Zudem wurden die Teilnehmenden gebeten, sogenannte egozentrierte Netzwerkarten (Hepp, Berg, & Roitsch, 2014) anzufertigen, die ihr persönliches, relativ stabiles Satire-Kommunikationsnetzwerk mit den jeweils relevanten Kommunikationsbeteiligten darstellen sollten. Hierbei konnten sie auch häufig verwendete Medien und Mittel der Kommunikation einzeichnen und Besonderheiten der Kommunikation vermerken. Die in beiden Studien erhobenen Daten wurden transkribiert, pseudonymisiert und anschließend gemeinschaftlich in einem Grounded Theory-basierten Verfahren des offenen, axialen und selektiven Kodierens (Strauss & Corbin, 1996) ausgewertet.

3.2.2 Empirisches Anwendungsbeispiel: Ergebnisse

Die zwischenmenschliche Kommunikation zu Satire, so wurde evident, ist sehr vielfältig und reicht von ausführlichen politischen Face-to-Face-Diskussionen zum satirischen Inhalt bis zum kommentarlosen digitalen Weiterleiten von Memes, Satirevideos oder anderen satirischen Medieninhalten. Konkret wurde mit Blick auf 1) die *kommunikativen Beziehungen* evident, dass die Kommunikation über satirische Medieninhalte innerhalb eines sich über verschiedene Teilzeit-Welten hinweg erstreckenden, sorgfältig kuratierten Kommunikationsnetzwerks stattfindet. Die Auswahl, mit wem über mediale Satire gesprochen wird und mit wem nicht, erfolgt dabei innerhalb der Teilzeit-Welten sehr bewusst und überlegt, sodass das Netzwerk aus Satire-Kommunikationskontakten auch über die Zeit hinweg relativ stabil bleibt. Humor und eine geteilte Weltanschauung sind Einschlusskriterien für eine Kommunikation («Die Leute, die sowas angucken und mit denen ich über sowas spreche, die haben die gleiche Meinung»; Karina Lauter,³ 34 Jahre). Eine bestehende Unsicherheit, ob die jeweiligen Positionen der Satire vom Gegenüber geteilt werden

3 In der Ergebnisdarstellung werden durchgängig die Pseudonyme der Studienteilnehmer:innen verwendet.

sowie das Vermeiden potentieller Konfrontation und Verletzung sind Gründe für den Ausschluss aus der Kommunikation. Das bedeutet auch, dass manche satirische Medieninhalte an bestimmte Kontakte beispielsweise digital weitergeleitet werden, andere aber nicht («meine Eltern sind sehr gläubig, deshalb bekommen die auch keine Jesus-Memes»; Matthias Schäfer, 32 Jahre). Die kommunikativen Bindungen, innerhalb derer die Kommunikation zu Satire stattfindet, sind entsprechend auch eher im direkten Umfeld der Befragten zu verorten, bei denen die Einstellungen und Sensibilitäten der Personen bekannt sind. Eine flüchtige, öffentliche oder semi-öffentliche Kommunikation zu Satire, z. B. in Sozialen Netzwerken, findet nur bei hohem persönlichem Involvement statt (z. B. wenn starke politische oder religiöse Überzeugungen berührt werden, die in der Satire thematisiert werden; «Ich recherchiere sogar, wie ich was formulieren soll, weil es mich so krass mitnimmt. Ich will einfach, dass die Menschen diese Vorurteile abbauen»; Ebru Aydin, 20 Jahre).

Die Kommunikation über Satire unterscheidet sich mitunter stark je nach Personenbeteiligung, also der kommunikativen Konstellation, innerhalb derer über Satire gesprochen wird und den dort gültigen 2) *Kommunikationsmustern*. So sind unter anderem die konkreten Gesprächsthemen und -inhalte (eher Politisches, eher Unterhaltendes), die Kommunikationshaltung (eher scherzhaft oder eher ernsthaft) und die Dauer und Intensität der Kommunikation davon abhängig, wer an dieser teilhat. Besonders eindrücklich zeigte sich dies am Beispiel einer Familie, innerhalb derer die Kommunikation über Satire am Essenstisch sehr lebhaft und politikzentriert verläuft, wenn die beiden männlichen Wortführer anwesend sind, aber nur oberflächlich stattfindet, wenn Mutter und Sohn alleine zu Abend essen. Dies weist auch auf die Bedeutung der jeweils eingenommenen Rollen und der zwischen bestimmten Personen etablierten kommunikativen Repertoires hin, welche bestimmte Ausprägungen der Kommunikation zulassen und andere nicht. Auch im Falle der sehr häufig auftretenden digi-

talen privaten Kommunikation, die meist in einem Weiterleiten der satirischen Inhalte besteht, werden spezifische, auch idiosynkratische Kommunikationsmuster deutlich: «Ja, also mein Papa schickt mir auch sehr viele Bilder. (lacht) Und ich finde nicht immer alle lustig, sage ich mal so. Und dann mache ich halt auch oft einfach einen Daumen nach oben oder einen Lach-Smiley» (Lara Waldner, 21 Jahre).

Hinsichtlich 3) der *Kommunikations- und Medienrepertoires*, auf die für die Kommunikation zu Satire zurückgegriffen wird, wurde evident, dass dafür bereits in der jeweiligen Beziehung oder Gemeinschaft etablierte, geteilte Medien und Kanäle verwendet werden. Welcher der Kanäle gewählt wird, hängt unter anderem von der Nutzungssituation ab bzw. von der Plattform, auf der der Satire begegnet wird (ist ein satirischer Medieninhalt z. B. beim Scrollen auf Facebook entdeckt worden, so wird dieser häufig auch direkt über den Facebook-Messenger versandt). Die etablierten Kommunikationskanäle werden mitunter für die Kommunikation zu Satire auch eigens angepasst – dies aber innerhalb der etablierten und kollektiv genutzten Medien. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn neben einer bestehenden WhatsApp-Gruppe im Kolleg:innenkreis, die mehrheitlich der organisatorischen Kommunikation dient, eine weitere WhatsApp-Gruppe zur «Spaßkommunikation» eingerichtet wird, um die Organisation nicht zu stören, innerhalb derer satirische Inhalte dann geteilt werden. Je nachdem, auf welchen Kanal zur Kommunikation zurückgegriffen wird, sind auch die Inhalte und Ausführlichkeit der Kommunikation sehr verschieden:

Ich glaube, wenn man persönlich spricht, hat man die Möglichkeit, das Thema zu vertiefen und auch die Meinung des anderen dann nochmal eher zu verstehen und auch nochmal zu hinterfragen. Und wenn man jetzt einfach wirklich das nur weiterschickt, also wenn mir das zum Beispiel geschickt wird, dann setze ich mich nicht hin und schreibe so einen Text, [...], sondern das wird dann oft einfach auch nur geliked oder wahrgenommen. (Lena Berger, 24 Jahre)

Mit Blick auf die 4) *Funktionen*, die die Kommunikation zu Satire erfüllt, ergab die Analyse, dass diese sowohl situations-spezifische Funktionen (z.B. Smalltalk, Stimmungsauflockerung) als auch überdauernde Funktionen erfüllen kann, wobei die überdauernden Funktionen sich je nach Beziehungsphase unterscheiden. So diene die Kommunikation über satirische Medieninhalte zu Beginn einer Beziehung beispielsweise dem Ausloten einer gemeinsamen Kommunikationsbasis und der Initiierung einer gemeinsamen Identität. Bei bereits länger bestehenden Beziehungen erfüllte die Kommunikation eher Funktionen zur Pflege und Entwicklung der Bindung, diene also zum Beispiel der Bestätigung der gemeinsamen Beziehungsidentität sowie der sozialen Kohäsion durch gemeinsames Vergnügen und Insiderwitze:

Ja, da sprechen wir in der Früh [im Kolleg:innenkreis, d. Verf.] dann oft schon darüber, über diese Sachen, wenn man so etwas mitgekriegt hat. Das ist auch eine gute Methode zur Unterhaltung, muss ich sagen, das wird oftmals auch dann in der Früh gleich diskutiert und ja dann lachen wir halt alle darüber. (Regina Wartburg, 52 Jahre)

Auch wenn die Ergebnisse des Projekts hier nur cursorisch wiedergegeben werden können, zeichnen sie insgesamt ein vergleichsweise differenziertes Bild von der satirebezogenen Kommunikation unter Digitalisierungsbedingungen. Das Konzept der Alltagskommunikation hat sich dabei als probates Konzept erwiesen, die unterschiedlichen Manifestationen der Kommunikation zu Satire gemeinschaftlich in den Blick zu nehmen und kontextualisiert vor dem Hintergrund existierender Kommunikations- und Alltagsstrukturen zu analysieren.

4 Zusammenfassung

Ziel dieses Beitrags war es, ein Konzept vorzuschlagen, welches in der Lage ist, die hochkomplexen, miteinander verwobenen und von Medien geprägten Kom-

munikationsprozesse zwischen Menschen in der digitalen Gesellschaft kontextualisiert zu analysieren. Hierzu wurde das subjektzentrierte Konzept der Alltagskommunikation entwickelt, welches alle Kommunikation mit anderen Menschen in der (mediatisierten) Alltagswelt eines Individuums verortet und dabei auch die bereits bestehenden alltagsweltlichen und kommunikativen Strukturen in den Blick nimmt. Das Konzept erlaubt es, die verschiedensten auftretenden Kommunikationsformen (interpersonal/masspersonal, direkt/medienvermittelt, privat/öffentlich) gemeinschaftlich zu betrachten und in ihrem Zusammenspiel zu begreifen. Wird das Konzept auf einen spezifischen Ausschnitt der Alltagskommunikation (z. B., wie im Fallbeispiel illustriert, die Kommunikation zu Satire) angewandt, so ist eine kontextualisierte und ganzheitliche Analyse dieser spezifischen Kommunikation möglich. In der empirischen Anwendung sollten hierzu vier Teilaspekte fokussiert werden: die kommunikativen Beziehungen, die dort gültigen Kommunikationsmuster, die jeweiligen Kommunikations- und Medienrepertoires sowie die jeweiligen Funktionen der Kommunikation. Diese Analyselinsen sind keineswegs neu und für sich genommen in verschiedensten Kontexten (u. a. im Teilbereich der interpersonalen Kommunikation, der Anschlusskommunikation, der Aneignungsforschung, der Unterhaltungsforschung, der politischen Kommunikationsforschung usw.) vielfach empirisch beforscht worden. Das Zusammenspiel dieser Linsen, wie es im Konzept der Alltagskommunikation entworfen worden ist, erlaubt dagegen eine ganzheitliche Betrachtung und empirische Analyse der zwischenmenschlichen Kommunikation unter Digitalisierungsbedingungen unter Berücksichtigung der lebensweltlichen Kontexte.

Das Konzept ist auf verschiedene Themenzusammenhänge übertragbar und wurde auch bereits auf die Kommunikation über Gesundheits- und Krankheitsthemen in der Alltagswelt angewandt (Wagner & Reifegerste, im Erscheinen). Es kann zudem dazu verwendet werden, die zwi-

schenmenschliche Kommunikation über verschiedene Themen miteinander zu vergleichen sowie Einsichten in spezifische Unterschiede und Muster in der gesamten Alltagskommunikation von Menschen zu erhalten.

Obgleich das Konzept der Alltagskommunikation bislang ausschließlich in qualitativen Forschungskontexten eingesetzt wurde, ist eine Anwendung des Konzepts und eine Operationalisierung der Analyselinsen auch in quantitativen Studien denkbar. So ist die standardisierte Erfassung von Kommunikationsbeteiligten (z. B. Freund:innen, Kolleg:innen, Online-Bekanntschaften), Kommunikationsmustern (z. B. Adaption von Geschlechterrollen, Rückgriff auf spezifische kommunikative Gattungen), Kommunikations- bzw. Medienrepertoires (z. B. gemeinsam genutzte Instant Messenger; Face-to-Face-Kommunikation) und Funktionen (z. B. Beziehungspflege, geteiltes Vergnügen) durchaus denkbar und wird mit Blick auf einzelne, isolierte Analyselinsen auch bereits in vielen Studien umgesetzt (z. B. Gehrau, 2019; Gehrau & Goertz, 2010; Podschuweit, 2019; Sommer, 2010). Auch im Fall der satirebezogenen Kommunikation wäre beispielsweise eine standardisierte Erfassung der aus der Theorie abgeleiteten Funktionen möglich gewesen. Hier besteht jedoch nur eine eingeschränkte Offenheit für alternative Ausprägungen und es stellt sich die Frage, inwieweit eine standardisierte Erhebung den komplexen und dynamisch verlaufenden Kommunikationsprozessen in der Alltagswelt gerecht wird. Um einzuschätzen, mit wem wie über welche Kanäle und mit welchen Funktionen (hauptsächlich) in einem bestimmten Themenzusammenhang kommuniziert wird, ist die standardisierte Erfassung aber durchaus hilfreich.

Schließlich wird in der Kommunikationswissenschaft aus einer Wirkungsperspektive heraus auch häufig der Frage nachgegangen, inwieweit bestimmte Medieninhalte Prozesse der (Anschluss-) Kommunikation anstoßen bzw. die Inhalte mit anderen kommunikativ verhandelt werden. Auch hier kann das Konzept der Alltagskommunikation heuristischen,

aber auch konkreten empirischen Mehrwert liefern. Zum einen, da es grundlegend für den Einbezug überdauernder alltagsweltlicher Strukturen und komplexer sozialer Kontexte sensibilisiert und damit einer Überschätzung der Wirkung einzelner Medienprodukte entgegenwirkt. Zum anderen, da es konkrete Konstrukte anbietet, die in der empirischen Forschung als potentielle Einflussfaktoren der jeweiligen (Intention zur) Kommunikation miterhoben und in die Datenauswertung einbezogen werden können.

Interessenkonflikt

Die Autorin erklärt, dass keine Interessenkonflikte bestehen.

Literatur

- Beck, K., & Jünger, J. (2010). Soziologie der Onlinekommunikation. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.). *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 15–35). Wiesbaden: Springer VS.
- Berg, M. (2017). *Kommunikative Mobilität: Die mediale Vernetzung beruflich mobiler Menschen*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15941-2>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2013). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit* (25. Aufl.). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.
- Bösch, F. (2004). Zeitungsberichte im Alltagsgespräch. *Publizistik*, 49(3), 319–336. <https://doi.org/10.1007/s11616-004-0074-4>
- Friemel, T. N. (2008). Anatomie von Kommunikationsrollen. Methoden zur Identifizierung von Akteursrollen in gerichteten Netzwerken. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 60(3), 473–499. <https://doi.org/10.1007/s11577-008-0024-7>
- Friemel, T. N. (2013). *Sozialpsychologie der Mediennutzung: Motive, Charakteristiken und Wirkungen interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte*. Köln: Herbert von Halem.
- Gehrau, V. (2019). Gespräche über Medien in Zeiten von Mobilkommunikation und

- sozialen Onlinenetzen. *Publizistik*, 64(1), 37–58. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-00465-z>
- Gehrau, V., & Goertz, L. (2010). Gespräche über Medien unter veränderten medialen Bedingungen. *Publizistik*, 55(2), 153–172. <https://doi.org/10.1007/s11616-010-0082-5>
- Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1990). *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Discussion Paper FS III-90-101*. Berlin: Wissenschaftszentrum.
- Haas, A., & Brosius, H.-B. (2011). Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz zur Alltagskommunikation? In J. Wolling, A. Will, & C. Schumann (Hrsg.), *Medieninnovationen: Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern* (S. 103–119). Konstanz: UVK.
- Hasebrink, U. (2004). Konvergenz aus Nutzersperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In U. Hasebrink, L. Mikos, & E. Prommer (Hrsg.), *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen* (S. 67–86). München: Reinhard Fischer.
- Hasebrink, U. (2015). Kommunikationsrepertoires und digitale Öffentlichkeiten. In R. Hohlfeld, T. Knieper, & O. Hahn (Hrsg.), *Digitale Öffentlichkeit(en)* (S. 35–49). Köln: Herbert von Halem.
- Hasebrink, U., & Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(4), 362–377. <https://doi.org/10.1177/1354856517700384>
- Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 31(3), 369–387. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.023>
- Hepp, A. (1998). *Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hepp, A. (2016). Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. *Publizistik*, 61(3), 225–246. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0263-y>
- Hepp, A. (2019). *Deep mediatization*. London, UK: Routledge.
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2014). *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02425-3>
- Höflich, J. R. (1996). *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution «elektronischer Gemeinschaften»*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-99336-6>
- Höflich, J. R. (2016). *Der Mensch und seine Medien. Mediatisierte interpersonale Kommunikation. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18683-2>
- Holly, W., & Püschel, U. (Hrsg.) (1993). *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Isaacs, E., Szymanski, M., Yamauchi, Y., Glasnapp, J., & Iwamoto, K. (2012). Integrating local and remote worlds through channel blending. In S. Poltrock (Hrsg.), *Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work* (S. 617–626). New York, NY: ACM. <https://doi.org/10.1145/2145204.2145299>
- Keppeler, A. (1994). *Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Klaus, E. (2017). Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess und das Drei-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit. Rückblick und Ausblick. In E. Klaus & R. Drüeke (Hrsg.), *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde* (S. 17–37). Bielefeld: transcript.
- Klemm, M. (2000). *Zuschauerkommunikation. Formen und Funktionen der alltäglichen kommunikativen Fernsehaneignung*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Kneidinger-Müller, B. (2018). Die neue Mehrdimensionalität interpersonaler Kommunikation: Kommunikatives Handeln im

- Spannungsfeld zwischen Mobil- und Face-to-Face-Kommunikation. In C. Katzenbach, C. Pentzold, S. Kannengießler, M. Adolf, & M. Taddicken (Hrsg.), *Neue Komplexitäten für Kommunikationsforschung und Medienanalyse. Analytische Zugänge und empirische Studien* (S. 161–180). Berlin: Digital Communication Research. <https://doi.org/10.17174/dcr.v4.7>
- Krotz, F. (2001). *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-90411-9>
- Krotz, F. (2019). Unter Mediatisierungsbedingungen: Der Mensch und seine Medien. In C. Linke & I. Schlote (Hrsg.), *Soziales Medienhandeln* (S. 11–23). Wiesbaden: Springer VS.
- Krotz, F., & Hepp, A. (2012). *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer VS.
- Linke, C. (2010). *Medien im Alltag von Paaren. Eine Studie zur Mediatisierung der Kommunikation in Paarbeziehungen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Luckmann, B. (1970). The small life-worlds of modern man. *Social Research*, 37(4), 580–596.
- Luckmann, T. (1997). Allgemeine Überlegungen zu kommunikativen Gattungen. In B. Frank, T. Haye, & D. Tophinke (Hrsg.), *Gattungen mittelalterlicher Schriftlichkeit* (S. 11–17). Tübingen: Gunter.
- Madianou, M., & Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
- Mazzoleni, G. (2014). Mediatization and political populism. In F. Esser & J. Strömbäck (Hrsg.), *Mediatization of politics* (S. 42–56). London, UK: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137275844_3
- O'Sullivan, P. B., & Carr, C. T. (2018). Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide. *New Media & Society*, 20(3), 1161–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444816686104>
- Parks, M. R. (2017). Embracing the challenges and opportunities of mixed-media relationships. *Human Communication Research*, 43(4), 505–517. <https://doi.org/10.1111/hcre.12125>
- Podschuweit, N. (2019). Die Rolle der Massenmedien in Alltagsgesprächen: Ein Vergleich zweier verdeckter Feldbeobachtungen. *Publizistik*, 64(3), 303–327. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00506-1>
- Schroeder, R. (2018). Towards a theory of digital media. *Information, Communication & Society*, 21(3), 323–339. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1289231>
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 81–101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
- Schütz, A., & Luckmann, T. (2003). *Strukturen der Lebenswelt*. Stuttgart: UVK.
- Schwarzenegger, C. (2017). *Transnationale Lebenswelten: Europa als Kommunikationsraum*. Köln: Herbert von Halem.
- Schwinger, T. (2007). Der Rollenbegriff in sozialwissenschaftlichen Theorien: Schwieriger Umgang mit einer Metapher. Vortrag an der FH Joanneum, Graz. Abgerufen unter https://www.eh-darmstadt.de/fileadmin/user_upload/lehrende/Schwinger/Rollenbegriff.pdf
- Shibutani, T. (1955). Reference groups as perspectives. *American Journal of Sociology*, 60(6), 562–569. <https://doi.org/10.1086/221630>
- Sommer, D. (2010). *Nachrichten im Gespräch: Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehrichten*. Baden-Baden: Nomos.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1996). *Grounded theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Vorderer, P., Hefner, D., Reinecke, L., & Klimmt, C. (Hrsg.) (2018). *Permanently online, permanently connected. Living and communicating in a POPC world*. New York, NY: Routledge.
- Wagner, A. (2021). *Satire und Alltagskommunikation: Kontexte, Konstellationen und Funktionen der Kommunikation zu medialer Satire*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wagner, A., & Reifegerste, D. (im Erscheinen). Health-related communication in everyday life: Communication partners, channels, and patterns. *Communications. The European Journal of Communication Research*.

- Wimmer, J. (2017). Ebenen der Partizipation in der Auflösung? Das Drei-Ebenen-Modell und Ansätze partizipatorischer Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter. In E. Klaus & R. Drüeke (Hrsg.), *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde* (S. 197–216). Bielefeld: transcript.
- Ziegele, M. (2016). *Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.