



universität
wien

DISSERTATION / DOCTORAL THESIS

Titel der Dissertation / Title of the Doctoral Thesis

Die Rolle des nationalen Selbstbewusstseins in internationaler TV-Werbung:
Eine Fallstudie mit Marketingexperten aus Mittel- und Osteuropa.

verfasst von / submitted by

Mag. Oliver Joham

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Doktor der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, im September 2017 / Vienna 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt / A 092 301
degree programme code as it appears
on the student record sheet:

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt / Publizistik und Kommunikationswissenschaft
field of study as it appears on the
student record sheet:

Betreut von / Supervisor: Emer. o. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer

Vorwort

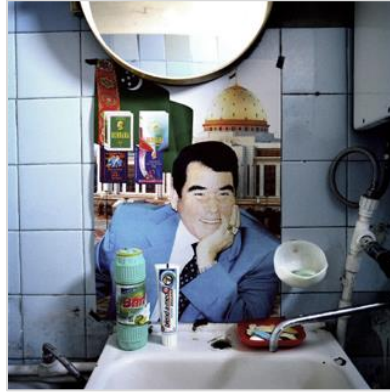
Ich danke meinem Betreuer Hr. Professor Dr. Thomas Bauer für seine Unterstützung und sein Verständnis für Verzögerungen und Änderungen in der Forschungskonzeption. Weiters danke ich Hr. Prof. Dr. Fritz Hausjell für die unkomplizierte Übernahme der Beurteilung meiner Arbeit.

Spezielle Primärerfahrungen und ein generelles Interesse, das menschliche Wesen in seiner sozialen und natürlichen Umwelt angemessen zu erfassen, führten zu dieser Arbeit. Die resultierende Komplexität wertet einerseits den Forschungsprozess auf, andererseits setzt sie bewusste Weichenstellungen voraus. Die zentrale Herausforderung war mein Lern- und (Weiter-)Entwicklungsprozess von einer standardisiert starren Denklogik in Richtung geplanter Flexibilität und kreativ-kollektiver Erkenntnislogik. Die Euphorie ¹ der explorativ-interpretativen Anfangsphase wich relativ schnell der Frage nach dem Sinn und der Sinnhaftigkeit der entstehenden Projektarchitektur (Stichwort Vertrauenswartungen und Wissensmodell). Komplexität zu reduzieren und Einfalt zu (re)produzieren ist vergleichsweise einfacher und bequemer.

In diesem Kontext möchte ich Frau Dr. Lieselotte Stalzer (ehemalige Vorsitzende des Verbandes für Markt- und Meinungsforschung Österreichs) für ihre Unterstützung bei den quantitativen Analysen und der Konzeption der Vorstudie, Frau Dr. Luise Reitstätter (Lektorin Universität für angewandte Kunst Wien) und Herrn Mag. Roland Strilka für ihre Mithilfe im Forscherteam bedanken. Besonderer Dank gebührt Frau Sibylle Drexel (Wirtschaftskammer), Frau Sabine Schmidt (Universal McCann) und Herr Thomas Peichel (GfK) und natürlich den zahlreichen Teilnehmern als aktive Akteure des empirischen Forschungsteils.

Mein größter Dank gilt meiner Freundin Carmen und meinen Eltern.

¹ Ausgelöst durch persönlichem E-Mail-Kontakt mit Geert Hofstede und Marieke De Moij bzw. Methodenworkshop #10 (Jäckle, 2009) und vier ATLAS.ti Workshops (Dohr, 2010/2012, Marhali, 2010/2011).



Quelle: Nicolas Righetti²

Die Bildgestaltung des World Press-Fotos mit dem Präsidenten und „Vater der Turkmenen“ Nyazov (1940–2006) im Hintergrund der Lokalarmke Barf und der Marke Blend-a-med skizziert das soziale Ambiente als Deutungsraum jeglicher Wirklichkeitskonstruktion und verdeutlicht damit das kulturtheoretische Betrachtungskonzept der vorliegenden Arbeit³. „Als Konsequenz der Konzeption rücken Alltag, werbliche Kommunikation und die medialen Aspekte für die Ausprägung nationaler Identität in den Fokus.“ (Kühnschelm, Eder und Siegrist, 2014: 12)

Die vorliegende Arbeit berücksichtigt publizierte wissenschaftliche Literatur bis Juni 2017. Die Fußnoten ergänzen als gedankliche Bezüge den Text oder verweisen auf weiterführende Quellen und Ausführungen.

² <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2007/portraits/nicolas-righetti/12>

³ „Nicht das Objekt, sondern die Deutung bzw. gesellschaftlich arrangierte Bedeutung einer als Kommunikation objektivierten Erfahrung ist der Inhalt der sozialwissenschaftlich relevanten Beobachtung von Kommunikation.“ (Bauer, 2014: 26)

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis.....	7
Abbildungsverzeichnis	8
Abkürzungen	9
1 Einleitung.....	11
2 Kommunikationswissenschaftliche Problemstellung	14
3 Forschungsprojekt	17
3.1 Arbeitstitel, Untersuchungsfragen und Forschungsziel	17
3.2 Aufbau der Arbeit	21
4 Theoretischer Rahmen	24
4.1 Erkenntnistheorie und konstruktivistisches Wirklichkeitsverständnis.....	27
4.2 Pragmatismus und dialogisches Wahrheitskriterium	30
4.3 Wissenschaftstheoretische Grundlagen.....	31
5 Grundlagentheoretische Position des interpretativen Paradigmas	33
5.1 Soziale Wirklichkeit durch Interpretationshandlungen.....	35
5.2 Qualitative Sozialforschung	36
5.2.1 Forschungsmethodologisches Paradigma	37
5.2.2 Theorie-Empirie-Relation.....	38
5.2.3 Rekonstruktive Verfahren und Sinnspektrum.....	39
6 Grounded Theory Methodologie	43
6.1 Arbeiten an Kodes und Konzept-Indikator-Modell	45
6.2 Vorwissen als theoretische Sensibilität.....	47
6.3 Offenes Kodieren und Kodestruktur	49
6.4 Axiales Kodieren und Kodierparadigma.....	51
6.5 Memos und Visualisierungstechniken	54
6.6 Gütekriterien	55
7 SYMBOLISCHER INTERAKTIONISMUS	57
7.1 Das Individuum als Symbolwesen	58
7.2 Sprache als Symbolsystem.....	60

7.3	Interaktion und Kommunikation	61
7.3.1	Prämissen und konstitutiver Rahmen	63
7.3.2	Grundkonzepte des Symbolischen Interaktionismus	64
7.4	Bedeutung und Wirkung	67
7.5	Bewusstsein und Selbstbewusstsein	68
7.6	Identität und Identitätsbewusstsein	69
7.7	Institution und Gesellschaft	72
7.7.1	Sozialisationsmodell und Rollenübernahme	74
7.7.2	Interaktionsmodell und innerer Dialog	75
7.7.3	Alternative Sozialisationsdynamiken	77
7.7.4	Identity Theory als Aktualisierung	79
7.7.5	Zwischenfazit I	81
7.8	Rollentheorie und Rollenübernahme	83
7.8.1	Rollen als Grundvoraussetzung von Interaktion	89
7.8.1.1	Strukturelles „role-taking“	90
7.8.1.2	Interaktionistisches „role-making“	96
7.8.1.3	Zwischenfazit II	102
8	NATION, STAAT UND NATIONALSTAAT	102
8.1	Nationale Identität als Sonderform sozialer Identität	105
8.2	Nationale Identitätskonzepte	106
8.3	Zwischenfazit III	109
9	WERBUNG ALS MEDIATISIERTE INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION	110
9.1	TV-Werbung und Werbemarkt in der MOEL-Region	110
9.2	Rezeption als sinnhaftes und symbolisch orientiertes Handeln	115
9.3	Markenartikel und internationale Werbestrategien	118
10	Empirische Feldstudie	120
10.1	Planungs- und Orientierungsphase	121
10.1.1	Rollende Planung	122
10.1.2	Handlungsbedingungen und Feldpositionierung	123
10.1.3	Feldeinstieg und Kodierphasen	124
10.1.4	Konkretisierung der Untersuchungsregion	125
10.1.4.1	Materialauswahl für die Vorstudie	127

10.1.4.2	Empirische Annäherung an die Erhebungseinheiten	129
10.1.4.3	Online-Fragebogen, Umfeldanalyse und Scoringmodell	130
10.1.4.3.1	Waschmittelkategorie und Massenmarketing	134
10.1.4.3.2	Marketingexperten als Entscheidungsarchitekten	136
10.1.5	Online-Gruppendiskussion als Erhebungsmethode	137
10.1.5.1.1	Methodischer Aufbau	138
10.1.5.1.2	Moderatorenrolle und Leitfaden	139
10.1.6	Arbeiten mit Kodes in ATLAS.ti	141
10.1.7	Kollektives Forschen in ATLAS.ti	143
10.2	Zyklische Forschungsphase	145
10.2.1	Vorstudie	145
10.2.1.1	Feinanalyse als kontextfreie Interpretation	145
10.2.1.2	Offenes Kodieren	148
10.2.1.2.1	Erste Kodierserie: Alltagsnahes Datenmaterial	150
10.2.1.2.2	Zweite Kodierserie: Wissenschaftliches und quantitatives Datenmaterial	155
10.2.2	Hauptstudie	163
10.2.2.1	Erste Online-Fokusgruppe	163
10.2.2.2	Zweite Online-Fokusgruppe	166
10.2.2.3	Axiales Kodierparadigma und Wirkungsmodelle	172
10.2.2.3.1	Wirkungsmodell: „ <i>Natürliche</i> “ Verteidigung	174
10.2.2.3.2	Wirkungsmodell: „ <i>Macht durchsetzen</i> “	177
10.2.2.3.3	Wirkungsmodell: „ <i>Interaktion</i> “	178
10.2.2.4	Theoretische Sättigung und Evaluation der Ergebnisse	180
10.2.2.5	Re-Entry als Kreuzvalidierung	182
11	Zusammenfassung und Ausblick	185
12	Anhang	189
13	Quellenverzeichnis	198
13.1	Literatur	198
13.2	Internet	219
13.2.1	Eingangsbeispiele	222
13.2.2	Materialauswahl Vorstudie	223
13.3	Workshops	224

14 Abstract	226
15 Lebenslauf.....	229

TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Online-Analyse des Bedeutungshofs Nationalstolz	13
Tab. 2: Wissenschaftstheoretische Verortung	32
Tab. 3: Spektrum der Sinn-Analysenreichweite.....	42
Tab. 4: Weltweite Entwicklung nationale Identifikation.....	81
Tab. 5: Werbliche Basisformen und Umsetzungen	113
Tab. 6: Langfristige Entwicklung Nationalstolz in der Untersuchungsregion	127
Tab. 7: Charakterisierung der Materialauswahl für die Vorstudie	129
Tab. 8: Umfeldanalyse als Kriterienkatalog.....	132
Tab. 9: Kodeliste als Themenanalyse und erste Annäherung.....	153
Tab. 10: Kontextualisierung am Forschungsbeispiel „ <i>der generalisierte Andere</i> “	154
Tab. 11: Kogut Sing Index für die Untersuchungsregion.....	156
Tab. 12: Codesystem als nationales Relevanzsystem	161
Tab. 13: Entwicklungsverlauf des offenen Kodierens.....	162
Tab. 14: WVS-Korrelationen mit Nationalstolz für Leitfaden.....	168
Tab. 15: Entwicklung Postingverlauf	168
Tab. 16: Das werbliche Relevanzsystem.....	171
Tab. 17: Modifizierte Kogut Sing Index Formel.....	189
Tab. 18: Mittelwert, Median und Modus der Online-Erhebung.....	189
Tab. 19: Rankingfrage Untersuchungstyp	189
Tab. 20: Entwicklung Werbeausgaben und TV-Ausgaben in der Untersuchungsregion.....	189
Tab. 21: Entwicklung Waschmittelmarkt in der Untersuchungsregion.....	190
Tab. 22: Signifikanztests der Globalvariablen	190

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Projektstruktur und Forschungsfragen	18
Abb. 2: Rahmung von Forschungsgegenstand und Forschungsprozess.....	25
Abb. 3: Burrell & Morgan-Matrix.....	34
Abb. 4: Klassisches Sinnspektrum	41
Abb. 5: Memoing-Prozess im Forschungsverlauf	54
Abb. 6: Grundkonzepte des Symbolischen Interaktionismus.....	64
Abb. 7: Rollenspektrum zwischen „role-taking“ und „role-making“	85
Abb. 8: Strukturelles „role-taking“	92
Abb. 9: Interaktionistisches „role-making“	97
Abb. 10: Werbliches Konventionsspektrum.....	112
Abb. 11: Planungs-, Orientierungs- und Forschungsphase	121
Abb. 12: Stem-and-Leaf Boxplot Nationalstolz	126
Abb. 13: Karte Untersuchungsgebiet	127
Abb. 14: Bedingungsmatrix für die Strukturierung der Erhebungseinheit.....	130
Abb. 15: Werberelevante Produktkategorien	133
Abb. 16: Scoringmodell und Siegerkategorie	133
Abb. 17: Ankerbeispiel und Hyperlink in ATLAS.ti	142
Abb. 18: Zusammenfassung Analysephasen Forschungsprozess.....	145
Abb. 19: Netzwerkansicht Quotations.....	151
Abb. 20: Vereinfachte Kodestruktur am Forschungsbeispiel „Bedeutungen“	152
Abb. 21: Kulturelle Charakterisierung der Untersuchungsregion	156
Abb. 22: Kodierbeispiel Korrelation und Datenverankerung.....	159
Abb. 23: Erste Postings in der National Pride Facebook Group	164
Abb. 24: Forschungsstand der HU per 31.12.2016	166
Abb. 25: Forschungsstand der HU per 31.05.2017	169
Abb. 26: Logische Umsetzung des axialen Kodierparadigmas	173
Abb. 27: Visuelle Umsetzung des Kodierparadigmas.....	174
Abb. 28: Wirkungsmodell „natürliche“ Verteidigung	175
Abb. 29: Wirkungsmodell „Macht durchsetzen“	177
Abb. 30: Wirkungsmodell „Interaktion“	179

Abb. 31: Theoriegenese im Überblick.....	180
Abb. 32: Re-Entry	184
Abb. 33: Dendogramm für die Clustergruppen.....	190
Abb. 34: GFK Euro Socio Styles 2016	190
Abb. 35: Unterschiedliche Entwicklung von Nationalstolz in der Untersuchungsregion	191
Abb. 36 Screenshot Einladung WKV-Newsletter	191
Abb. 37: Collectoren Split Survey Monkey	191
Abb. 38: Erster Leitfaden	192
Abb. 39: Zweiter Leitfaden	193
Abb. 40: Fragebogen Online-Erhebung	194
Abb. 41: Definitionssammlung Identität	197
Abb. 42: Fragebogen Re-Entry (inklusive Ergebnisse).....	197

ABKÜRZUNGEN

Abb. Abbildung

bzw. beziehungsweise

d.h. das heißt

ebd. ebenda

etc. et cetera

FF Forschungsfrage

F1a Subforschungsfrage 1a

GTM Grounded Theory Methodology

Hrsg. Herausgeber

HU Hermeneutische Einheit

IDV Individualismus und Kollektivismus

IND Nachgiebigkeit und Beherrschung

IT Identity Theory

KSI	Kogut Sing Index
LTO	Lang- oder kurzfristige Ausrichtung
MAS	Maskulinität versus Feminität
MOEL	Mittel- und Osteuropa
OJ	Oliver Joham
PD	Primary Document
PDI	Machtdistanz
SI	Symbolische Interaktionismus
SIT	Social Identity Theory
SOM	Share of market
SOV	Share of voice
Tab.	Tabelle
u.a.	Unter anderem
UAI	Ungewissheitsvermeidung
WVS	World Value Survey
z. B.	zum Beispiel

1 EINLEITUNG

Der abstrakte Identitätsbegriff der Sozial- und Kulturwissenschaften gilt als Paradebeispiel für Artikulation bzw. Verflechtung mit praktischen Lebens- und Handlungsproblemen (Göttlich et al., 2012: 13ff, Straub, 2004: 278). Dadurch ist der moderne Mensch generell reflexiver, kritischer⁴ und machtbetonter in Auswahl und Konsum von identitäts- und sinnstiftenden Horizonten geworden. Folglich rückt neben dem erkennbaren Wirklichkeitscharakter von Denken und Handeln auch die Haltung zur Identität als moderne Marktmacht in den Fokus⁵.

Ungeachtet zentrifugaler und zentripetaler Momente und allgegenwärtiger Parallelprozesse⁶ identifizieren eine Vielzahl von Studien in Mittel- und Osteuropa⁷ (MOEL) die Nation „*als prominenteste Kollektivform des 21. Jahrhunderts*“ (Schugk, 2014: 254, Roose, 2011: 484, Bös und Schraml, 2009: 96, Keupp, 2008: 52, Okan, Dilli und Çabuk, 2007: 181, Cohrs, Dimitorva, Kalchevska, Kleinke, Tomava und Moschner et al., 2004: 203)⁸. Dabei reflektiert die beobachtbare Entwicklung von national-territorialen Containern zu sozialen Raumarchitekturen bekannte „*Prinzipien von Kontingenz, Gleichzeitigkeit und sozialer Komplexität*“ (Balla und Sterbling, 2009: 166)⁹.

⁴ U.a. ist die kritische, intensive Beschäftigung mit Produktinformationen mittlerweile auch verstärkt bei den Konsumenten angekommen (Kneidinger, 2011: 60, Kühschelm, 2010: 10ff, Keegan, Schlegelmilch und Stöttinger, 2002: 422).

⁵ U.a. Keupps' (2008: 29ff) These alltäglicher Identitätsarbeit.

⁶ Beispielhaft als „*das Lokale als Aspekt des Nationalen und das Nationale als Aspekt des Globalen*“ (Balla et al., 2009: 164).

⁷ Laut Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche (WIIW) zählen RUS, UAI und Türkei zur Peripherie. Gesellschaftspolitische Relevanz und eine populistisch-nationalistische Gegenwartsform mit „*problematischer*“ Rolle in MOEL (Balla et al., 2009: 160) unterstreichen die prinzipielle Eignung des Forschungsfelds zusätzlich.

⁸ Die zugrundeliegende W-Frage ist „*die Identitätsfrage schlechthin*“, gewinnt aber erst durch weitere Ergänzungen und Bezüge an Konturen (Liebsch, 2004: 193).

⁹ Als Entwicklungsverlauf von einer zeitlichen Postmoderne, zweiten Moderne, Spät- oder Hochmoderne in Richtung binärer Verhältnisperspektive von „*global-lokal, homogen-heterogen, national-denational bzw. deterritorial-territorial*“ (Baur, Korte, Löw und Schrör, 2008: 130).

In diesem Sinne wird die Nation kontinuierlich über soziale Verknüpfungen entlang nationaler Deutungsmuster sozial konstruiert und ist offen für umfassende Weltdeutungen. „Zeichentheoretisch gesprochen kommt der Nation die Rolle eines privilegierten Signifikanten zu, der in einer kontingenten Welt für eine [scheinbare] Fixierung der stets gleitenden und uns dadurch entgleitenden Signifikate sorgt. Dieser Status hat jedoch einen Preis: Privilegierte Signifikanten sind leer.“ (Kühnschelm et al., 2014: 11) Soziale Wirksamkeit setzt folglich konkrete Inhaltsfüllungen voraus, die u.a. vielfach banal und trivial erscheinen und dennoch verstärkt sichtbar in Kommerzialisierung und Internationalisierung der modernen Gesellschaft werden¹⁰.

Prämisse dieser Verzahnung ist die kommunikationswissenschaftliche Ausgangsthese, dass die (Erfahrungs-)Welt des Menschen symbolisch vermittelt und durch Kommunikation der Individuen konstruiert wird (Krotz, 2007: 51f). Dieser Logik von Kommunikation als symbolische Ressource zur Konstruktion von Identität bedienen sich die gesellschaftlichen Akteure Staat, Medien, Interessenverbände, Unternehmen, Konsumenten und Konsumexperten¹¹. „Die verschiedenen Formen und Strategien der Selbst-Inszenierung können damit als Instrumente individueller wie kollektiver Orientierung begriffen werden, in denen sich die gesellschaftliche Ordnung artikuliert und zugleich verkörpert.“ (Kolesch, 2004: 282)

Die Bedeutsamkeit der Nation wird zusätzlich dadurch gestärkt, dass in der MOEL-Region neun von zehn Menschen stolz auf ihre Nation sind¹². Nationalstolz kann als Gütekriterium und Sinnressource für nationales Selbstbewusstsein betrachtet werden. Daraus ist zu folgern, dass nationales Selbstbewusstsein eine zentrale Stelle im Wirklichkeitshaushalt einnimmt und letztlich Nationalisierungsbemühungen und Distinktionsstrategien den Konsumalltag verstärkt prägen. Dabei gilt es die konservativ-pessimistische Perspektive eines hierarchisch-vertikalen Musters von Autorität und Macht und dessen bedrohliche Farbgebung im Sinne eines „irregeleiteten“ Konzepts bewusst auszublenden und sich an das Grundbedürfnis von sozialer Zugehörigkeit zu erinnern.

¹⁰ Die These eines handlungsleitenden Zusammenhangs mit der „Intensität“ nationaler Identifikation plausibilisiert eine Zunahme zukünftiger Nationalisierungsmaßnahmen und -bemühungen.

¹¹ Durchaus als „[m]e und Sprachrohr der Gesellschaft“ erkennbar (Helle, 2001: 82)

¹² www.valuessurvey.org (Wellen 1-6)

Die Analysen des Bedeutungshofes lassen diese Setzung durchaus als angemessen erscheinen.

Bedeutungsanalyse:	Nationalstolz	Selbstbewusstsein	Selbstwertgefühl
Synonym	Nationalbewusstsein	Selbstwertgefühl	Selbstbewusstsein
Oberbegriff	Selbstwertgefühl	Selbstachtung	Selbstachtung
Unterbegriff	Nationalismus	Nationalstolz	Nationalstolz
Quelle: http://www.canoo.net/services/Controller?input=Nationalstolz&service=canooNet&lookup=caseSensitive			

Tab. 1: Online-Analyse des Bedeutungshofs Nationalstolz

Statt einer passiven Entmachtung nützt vorliegende Arbeit diese Entwicklung als emanzipatorische Perspektive für Wahrnehmung von Gestaltungsfaktoren und gesellschaftlichen Logiken. Die Reflexion des Potenzials horizontaler Charakteristik und Konnektivität ist als Relation von Chance und Risiko als nutzbarer Wettbewerbsvorteil für internationale Werbung zu verstehen¹³. Dass dies keinesfalls nur als freiwillige Übung zu betrachten ist, zeigen die aktuellen Entwicklungen in Richtung Verdrängungswettbewerb, Käufermarkt und sinkende Glaubwürdigkeit von Marketingaktivitäten (Kühschelm, 2010: 40, Meffert, Burmann und Kirchgeorg, 2008: 660, Zerres und Zerres, 2006: 317). Die verstärkten Adaptionstrategien¹⁴ internationaler Marktteilnehmer thematisiert Euromonitor als einen der TOP 10 CONSUMER TRENDS¹⁵ und sie sind das zentrale Thema des sechsten Grow East Congress des Competence Center for CEE (Berger, Schuh, Philippitsch und Winter, 2014).

Folglich gilt: Eine kulturelle Kompetenzressource bzw. Handlungswissen für werbliche Kommunikation als tendenzgerichtete „Produktions- und Rezeptionsaktivität“ setzt voraus, die Logiken und Prinzipien der laufenden Entwicklung überhaupt erst zu verstehen (Dvorak und Mückler, 2011: 103, Krotz, 2007: 67). Dabei drängt sich ein praxistheoretischer Zugang zum Phänomen nationales Selbstbewusstsein auf, der simultan den eigenständigen Bedeutungsgehalt von Verhältnissen und den medialen Zeichenzusammenhang berücksichtigt.

¹³ Kühschelm et al. (2014: 17) attestieren internationalen Marken durchaus nationalisierendes Potenzial.

¹⁴ Als Globalität definieren Sirkin, Hermerling und Bhattachary (2012: 10ff) sämtliche Maßnahmen westlicher Konzerne auf Akteure der Emerging Markets.

¹⁵ <http://www.portal.euromonitor.com/Portal/Pages/Analysis/AnalysisPage.aspx>

2 KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHE PROBLEMSTELLUNG

Die Kombination nationales Selbstbewusstsein und Nationalstolz hält Einzug in den Alltag und stellt Form, Erscheinung und Aufbau internationaler Werbung als zeitgenössisches Werbemedium auf die Probe¹⁶. Neu ist nicht der erfasste Nennwert, sondern die umfassende Interpretation auf alle Lebensbereiche. Dabei geht es verstärkt um ein aus der Kommunikationswahrnehmung implizites Paradigma gesellschaftlichen Vertrauens und dessen Einlösung der Authentizität der Situation. Das denklagische Spannungsverhältnis werblicher Adressierung weist auf einen Problemdruck als Kalibrierungspotenzial internationaler Werbestrategien hin. Angelehnt an Simms (2008: 5) Artikel „*A matter of national pride*“ lassen die folgenden Fallbeispiele¹⁷ eine kommunikative Reibung im Kontext der skizzierten Themenmelange erkennen:

- Assoziationen des Produktcodings eines internationalen WC-Duftspülers mit der ukrainischen Flagge führten zur Auslistung im gesamten osteuropäischen Markt.¹⁸
- Ein nationaler Spot mit einer russischen Kugelstoßerin mit männlicher Stimme führte aufgrund viraler Turbulenzen zum sofortigen Ausstrahlungsstopp.¹⁹
- Ein lokaler Tee-Produzent kassierte eine hohe Geldstrafe für eine diskriminierende Bemerkung über das Nationalgetränk Ayran in einem TV-Spot.²⁰
- Eine nationale Werbebranche boykottierte eine internationale Weihnachtskampagne wegen der Figur Santa Claus.²¹

¹⁶ U.a. rückt die damit verbundene Differenzierung von Inszenierung und Authentizität in den Fokus (Göttlich, 2006: 107).

¹⁷ Im Verständnis von Legewie (2006: 8) sind Fälle soziale Einheiten mit Geschichten. Die bewusste Auswahl der Fallstruktur repräsentiert unterschiedlichste Initiatoren, Auslöser, Konsequenzen und strukturelle Interdependenzen.

¹⁸ <http://kurier.at/wirtschaft/marktplatz/wc-reiniger-von-henkel-sorgt-in-der-ukraine-fuer-dicke-luft> bzw. siehe Anhang

¹⁹ <http://www.oe24.at/wirtschaft/AUA-Werbung-beleidigt-Russen/196604>

²⁰ <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/geldstrafe-fuer-beleidigung-des-tuerkischen-nationalgetraenks-ayran-13901533.html>

²¹ http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/59099/Tschechien_Santa-Claus-soll-aus-der-Werbung-verschwinden?from=suche.intern.portal

- Verbraucherschutz-Institutionen forderten die Absetzung der internationalen Kinderserie Teletubbies.²²

Die aufkeimende Frage einer zunächst oberflächlich zu beantwortenden trivialen Sinnhaftigkeit weicht bei näherer Betrachtung einem grundlegenden Forschungsinteresse der lebensweltlichen Kommunikationsakte und des Spektrums von trivialen bis hin zu umfassenden Dimensionen des (Handlungs-)Sinns. Damit konzentriert sich der auf „*Auslegung*“ bedachte Blickwinkel zunächst auf bezeichnende Indizien²³ als angestrebter Zweck der tatsächlichen Handlung für den oder die Handelnden, die Bedeutung der Handlung für den oder die Handelnden und vereinfacht den Eigen-Sinn und die Prozesse seiner Setzung. Dabei ergänzt Hitzler (2014: 61) zu Recht, „*dass gerade auch die nicht-intendierten Handlungsfolgen mit Sinn versehen werden*“.²⁴

Die wachsende Bedeutung der Selbstreferentialität als Bewertungsressource verbunden mit einer erkennbaren Bereitschaft und Stärke, gesellschaftliche Verhältnisse im Alltag zu artikulieren und zu erzwingen, weist auf ein aktualisiertes Identitätsverständnis und ein progressives Handlungsverständnis hin (Straub, 2000: 176). Entgegen oberflächlichen Formen eines soziokulturellen Widerstands oder eines banalen Not-invented-here-Syndroms (Ogilvy, 2010: 178, Lüsebrink, 2005: 156f) verfügen Akteure über quasi unbegrenzte Machtmöglichkeiten und imaginierte Vorstellungen auf der Ebene von Emotionen, Ambitionen und Befindlichkeiten (Kühsehl et al., 2014: 27).

Die Ereignisse, Vorgänge und Verhaltensweisen beinhalten vor- und übergeordnete Zusammenhänge und Nebenfolgen für eine intensivere Beschäftigung mit dem, was vereinfacht alltagspragmatisch bei bzw. „*mit anderen ,los‘ ist*“ (Hitzler, 2014: 64). Aus Perspektive der Rezeptionsforschung sind gerade diese Situationen und Wissensbestände mit Bewältigung von

²² <http://derstandard.at/2900744/Polnische-Kinderschuetzerin-Teletubbies-doch-nicht-schul>

²³ Hitzler (2014: 65) spricht „*von ,einfachen‘ körperlichen Appräsentationen bis hin zu komplexen kulturellen Objektivationen*“.

²⁴ Durchaus ähnlich wird Identität durch „*ein Mindestmaß an Aufmerksamkeit und zugleich an Nichtaufmerksamkeit*“ sozial bestätigt (Abels, 2010: 379/384).

Vagheit für die handlungstheoretische Erschließung und Rekonstruktion des Rezeptionsphänomens besonders geeignet²⁵. „*In diesem Sinne ist Kommunikationswissenschaft der ordnende Eingriff und Versuch der Interpretation [Erklärung, Ordnung und Klassifikation] dazu, wie die Gesellschaft [der Mensch] denkt, welche kulturellen Muster sie bemüht und was sie dabei ein- und ausschließt, wenn sie sich im Spiegel ihrer Kommunikation betrachtet, interpretiert oder kontrolliert.*“ (Bauer, 2014: 60)

Identität und Werbung thematisieren gesellschaftliche Sinnbestände und sind zusammen mit der kommunikativen Konstruktion von Identität und Wirkung symbolischer Ordnung klassische medientheoretische Fragestellungen (Ziemer, 2009: 40, Karmasin, 2008: 242). Ungeachtet eines regen interdisziplinären Forschungsinteresses weisen empirische Forschungsprojekte im Kontext werblicher Konsumkultur (Kühschelm, 2010: 7/203), des Symbolcharakters (Buber, Holzmüller und Holzmüller, 2009: 154), interkultureller Verschränkungs- und Spannungsbeziehungen (Balla et al., 2009: 11, Hölscher, 2006: 19) und kollektiver Komprimierungspunkte (Keupp, 2008: 316) kommunikative Wissenslücken auf²⁶. Der empirische Mainstream beschränkt sich mehrheitlich auf nationale Allegorien als fixierte Alltagserfahrungen, auffällige Praktiken und greifbare Artefakte verbaler und visueller Inszenierung²⁷. Zu Recht fordert Kühschelm (2010: 7/203) werbliche Forschungsprojekte im Bereich des populären und selbstverständlichen Sozialisations- und Alltagskontexts bzw. Dvorak et al. (2011: 32) Ordnungsanalysen auf dem „*soliden Boden der Empirie*“.

Denn es gilt immer: „*Wer dem anderen etwas sagt, muss sich nicht nur überlegen, was, sondern auch, wie er das tut, damit er verstanden wird.*“ (Krotz, 2008: 39)

²⁵ Dafür scheint das zweckgerichtete Handlungsverständnis des Symbolischen Interaktionismus angemessen zu sein.

²⁶ Relevanz und Fokus affiner Themen belegt das interne Klassifizierungstool von Wikipedia (z. B. <https://en.wikipedia.org/wiki/Talk:Patriotism> und „*start class/high importance/level-4 vital article*“ Qualifizierung).

²⁷ „*Diese lassen sich eben vergleichsweise besser greifen als die Kommunikationsakte der Konsumentinnen und Konsumenten.*“ (Kühschelm, 2010: 9)

3 FORSCHUNGSPROJEKT

Die Verdichtung der Ausgangssituation skizziert im Grunde ein soziologisches Individualismus-Problem²⁸. „Für die Sozialpsychologie ist das Ganze [die Gesellschaft] wichtiger als der Teil [das Individuum], nicht der Teil wichtiger als das Ganze; der Teil wird im Hinblick auf das Ganze, nicht das Ganze im Hinblick auf den Teil oder die Teile erklärt.“ (Mead, 1995: 45) Die Kommunikationswissenschaft wiederum interessiert sich für das soziale Geschehen als Handeln und Kommunikation (Hepp, 2006: 273).

Das erkennbare Spannungsverhältnis lässt wiederum rollentheoretische Anknüpfungspunkte erkennen und impliziert eine theoretische Fassung einer sozialen Ebene gesellschaftlicher Einflüsse und einer innerpersönlichen Ebene der Reflexion. Die damit verbundene Zielsetzung des Verstehens ist methodologisch mit der interpretativen Rekonstruktion subjektiver und sozialer Sinndeutungen im situationsspezifischen Kontext verbunden. Der erkennbare Symbolische Interaktionismus ist unweigerlich mit der mehr oder weniger intuitiven, atheoretischen und interpretativen „Methode des Verstehens in Fallstudien“ verbunden (Etzrodt, 2003: 245).

Damit sind automatisch ein handlungstheoretisches Kommunikationsverständnis, eine handlungstheoretische Konzeption von (nationaler) Identität und ein Fokus auf bedeutsame Erscheinungsformen in der Kommunikation als integrative Argumentationslinien verbunden.

3.1 Arbeitstitel, Untersuchungsfragen und Forschungsziel

Basierend auf den bisherigen Überlegungen lassen sich das Forschungsthema und der erkenntnisleitende Geltungsbereich unter folgendem Arbeitstitel formulieren: Die Rolle des nationalen Selbstbewusstseins in internationaler TV-Werbung: Eine Fallstudie mit

²⁸ Für Etzrodt (2003: 303) immer mit der Erklärung von Individualität und Verhalten verbunden.

Marketingexperten aus Mittel- und Osteuropa.

Rolle ist in diesem Kontext nicht (nur) im Sinne von Bedeutung zu verstehen, sondern als soziologische Grundkategorie für das strategische Erkenntnisinteresse. Die erkennbare interaktionale Ausrichtung impliziert eine analytische Setzung auf die direkten Kontextbedingungen und die symbolische Wirkkraft des Phänomens. Der praxeologische Zusatz spezifiziert den Bezugsrahmen für Fallauswahl, Feldeinstieg und die handlungstheoretische Perspektive als Verschränkung eines kommunikator- und rezipientenorientierten Verständnisses von Marketingexperten als Rollenplaner bzw. Produzent/Konsument (Abels, 2010: 240, Krotz, 2007: 67).

Abb. 1 skizziert den Ablauf der kommunikationswissenschaftlichen Problemstellung (Kap. 2) über angemessene Subforschungsfragen und Forschungsschritte. Die geringe Anzahl an Fragenstellungen reflektiert die methodologische Offenheit gegenüber dem Rezeptionsphänomen und Forschungsprozess. Dennoch lässt die Richtung als klassische W-Forschungsfrage (FF) einen Fokus auf den Wirkungsbereich erkennen, der über eigenständige Schlüsselkonzepte empirisch bearbeitet werden soll (Strübing, 2013: 123).

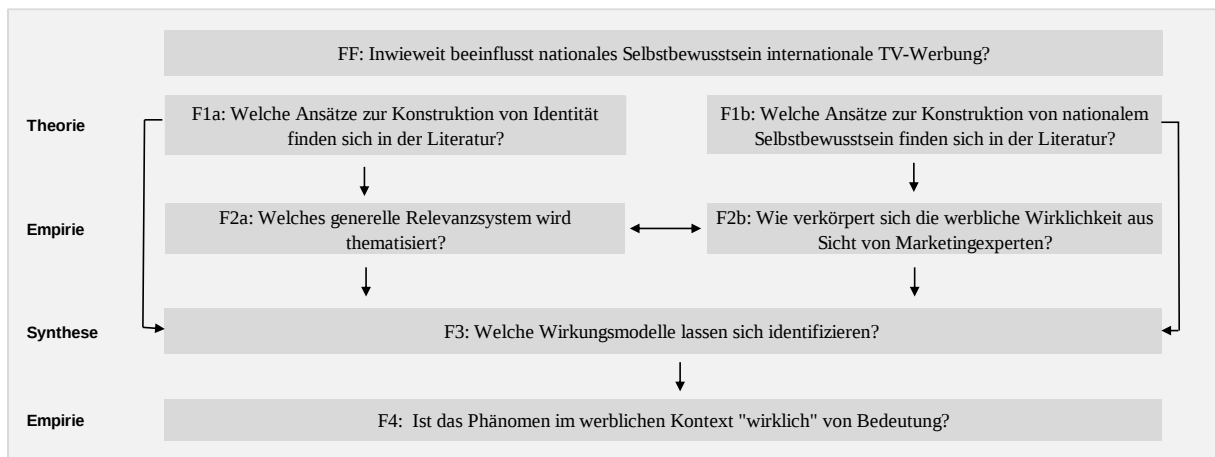


Abb. 1: Projektstruktur und Forschungsfragen

Die Subforschungsfragen F1a und F1b dienen als Forschungseinstieg in das Thema theoretischer Sensibilität und werden angemessen in Kap. 7 / 8 / 9 beantwortet.

Da das Interesse auf dem Relevanzsystem der Akteure und der Terminologie des Feldes liegt²⁹, wird der theoretische Überblick bewusst breit angelegt für Angebote eines möglichen Bezugsrahmens unterschiedlichster Denkrichtungen des Symbolischen Interaktionismus, der Rollentheorie, von Sozialisationsdynamiken und nationaler Identitätskonzepte. Hier wird erstmalig ein Vorteil qualitativer Forschung ersichtlich. Ohne explizite dimensionale Analysen von Finessen einzelner Begrifflichkeiten und Terminologien kann zügig auf Schlüsselbegriffe, zentrale Zusammenhänge und Logiken fokussiert werden.

In diesem Sinne repräsentieren Zwischenfazit I, II und III bevorzugte Kurzversionen dynamischer Zugänge, Formulierungsschablonen und Beschreibungsmetaphern, immer im Hinblick des Eigenen von Anderen.

F2a dient exakt dieser empirischen Annäherung an das allgemeine Relevanzsystem. Die Beantwortung erfolgt gegen Ende der Vorstudie (Kap. 10.2.1.2.4). F2b richtet das Relevanzsystem auf den werblichen Kontext aus (Kap. 10.2.2.3). Das reflexive „Wie“ rückt dabei stärker die Möglichkeitsbedingungen in den Fokus. Angelehnt an das kybernetische Prinzip der Dialektik ist die Theoriekonstruktion bzw. Theorieskizze nicht von etwas, sondern für etwas zu verstehen. Grundlegende Annahme ist, dass sich beide Relevanzsysteme ähneln und folglich als Analyseeinheit vorbehaltlich einer Datenbegründung ergänzen.

Darauf aufbauend reflektiert F3 die eigentliche Interpretationsarbeit als Syntheseleistung (Kap. 10.2.2.5). Wie bereits erwähnt, liegt der Fokus im werblichen Wirkungsbereich und hier besonders im aktuellen Umgang seitens internationaler Werbetreibender mit dem Phänomen. Die resultierenden handlungstheoretischen Modelle sind primär als Eigenleistung der vorliegenden Arbeit zu werten und reflektieren die Marktsichtweise der Experten. F4 klärt das Thema Tauglichkeit bzw. Reichweite im Sinne eines pragmatischen Wahrheitskriteriums (Kap. 10.2.2.5.).

²⁹ Das Forschungsfeld ist als Forschungsfeld quasi unbekannt und beeinflusst auch die Forschungsfrage.

Als Kombination von Grundlagen- und Anwendungswissenschaft folgen die vier Subforschungsfragen unterschiedlichen Akzentsetzungen methodologischer Prinzipien (Gläser und Laudel, 2009: 29ff). Während F1a und F1b dem Prinzip theoriegeleiteten Vorgehens entsprechen, betonen F2a und F2b das Offenheits-Prinzip³⁰. Der Rekonstruktionsaspekt von F3 bzw. F4 ist wiederum im Fokus regelgeleiteten Vorgehens verortet. Die Gesamtheit des Forschungsprozesses und das Resultat als situationsabhängige Interpretation entsprechen dem Prinzip des interpretativen Verstehens als Basishandlung jeglicher sozialwissenschaftlichen Forschung.

Das Forschungsziel liegt primär in der analytischen Fassung kommunikativer Handlungsmuster und der handlungstheoretischen Reflexion von diffusen Funktionen und Konsequenzen. Dies setzt die Erfassung und Rekonstruktion der Logik des Feldes und zentraler Akteure voraus. Zielsetzung ist die Sicherung von Verständnis und allgemeinen Potenzialfaktoren von Akzeptanz³¹ bei gleichzeitiger Sensibilisierung für „nicht-intendierte“ Wirkungen (Kühschelm, 2010: 191). Mögliche Gestaltungs- und Optimierungshinweise bilden einen zusätzlichen diagnostischen Fokus und Verwertungsnutzen.

Dabei verfolgen Entscheidungsträger den umgekehrten Weg der Theoriebildung: Als prospektive Modell-Nutzer nutzen sie die Qualität der Orientierung, um sinnhaft auf den zugrundeliegenden Wirklichkeitsbereich einwirken zu können. Wissenschaftlichkeit wird durch die Entdeckung einer gegenstandsbezogenen Theorie einer doch zumindest ungewöhnlichen Problemperspektive³² mit Relevanz und praktischem Verwertungsnutzen gewährleistet. Einer vermuteten Originalitätsthese als Verbindung des Lokalen im Nationalen muss durch entsprechende Hinweise auf das Prinzip relativer Verschränkung bereits an dieser Stelle begegnet werden. Dabei werden die skizzierte Forschungslücke und der Verstehenshorizont unter Rückbezug auf relevante Theorieströme geschlossen (Gläser et al., 2009: 65).

³⁰ Als Gebot qualitativer Forschungsansätze mit methodischen Grenzen (Allheit, 1999: 6).

³¹ Im Sinne einer Qualität als relationales Merkmal von Eignung, Brauchbarkeit, Bekanntheit, Vertrautheit etc.

³² Diese Sichtweise wird zumindest von den Akteuren des Feldes geteilt.

Konstruktivismus, Symbolischer Interaktionismus und der handlungstheoretische Teil rollenbasierter Ansätze repräsentieren relevante Theoriegerüste für den Forschungsprozess (Dvorak et al., 2011: 103, Abels, 2010: 34). Den Fokus bilden die Annahmen³³ über die Genese von Identität, Rolle, Gesellschaft und alternativen Aneignungsformen von Wirklichkeit.

3.2 Aufbau der Arbeit

Das forschungstechnische Anknüpfen an Problemstellungen in der Alltagsrealität bedeutet vereinfacht, dass Fragen DER empirisch-sozialen Welt und nicht Fragen ÜBER die empirisch-soziale Welt gestellt werden müssen (Blumer, 1986: 40). Dennoch beeinflussen theoretische Verortung, Weichenstellungen und Argumentationslinien sowie die wissenschaftlichen Basisanforderungen³⁴ Aufbau und Gliederung einer Forschungsarbeit (Hug und Poscheschnik, 2015: 85ff, Strübing, 2013: 1, Kromrey, 2009: 103). Dabei folgen Feldstudie und Rekonstruktionslogik im Normalfall einer Perspektive und Logik „von außen nach innen“ (Allheit, 1999: 10).

Das ontologische Grundverständnis des interpretativen Paradigmas betrachtet Wirklichkeit, Gesellschaft und Nation als soziale Konstruktion und Interpretation. Die grundlagentheoretische Position des Interpretativen Paradigmas (Kapitel 5) und die methodologische Ergänzung der qualitativen Sozialforschung (Kapitel 5.2) sind der Grundstein für die forschungspraktische Umsetzung des Thomas-Theorems im Konzept der Grounded Theory Methodology (GTM) von Beobachtung und Reflexion bzw. Empirie und Theorie (Kapitel 6).

³³ Als methodische Konsequenz des qualitativen Paradigmas entfällt eine explizite dimensionale Analyse semantischer Feinheiten.

³⁴ U.a. Begründung der Relevanz, Eingrenzung der Fragestellung, adäquate Methodik und Dokumentation von Begründung und Erkenntnisgewinnung (Scheufele und Engelmann, 2009: 12)

Die gehaltvollere GTM-Variante von Strauss und Corbin setzt einen Zugang zu theoretischem Vorwissen als kategoriale Grundlage der Interpretation voraus. Literaturanalysen vor dem empirischen Forschungsprozess sensibilisieren auf mögliche Themenschwerpunkte und helfen prinzipiell die Distanz von Forscher zu Realität zu verkürzen³⁵. Im Bezugsrahmen von Vorwissen, Forschungsfrage und Erkenntnisziel erscheint ein deduktiv-induktiver GTM-Modus von assoziativ-kreativer Offenheit und regelgeleiteter Systematik³⁶ zweckmäßig zu sein. Zielsetzung ist die „*kontrollierte Nutzbarmachung der Subjektivität der Forschenden*“ in sämtlichen Phasen des Forschungsprozesses (Muckel, 2011: 340).

Das geforderte Hineinversetzen in die spezifische subjektive Lebenswelt des jeweiligen Akteurs erfüllt die methodologische Position des Symbolischen Interaktionismus am besten. Sein analytisches Inventar³⁷ und der flexible empirische Analyserahmen der GTM sind ein gängiges und besonders „*kraftvolles Theorie-Methoden-Paket*“ (Charmaz, 2011: 188, Konopásek, 2011: 386).

Kapitel 7 expliziert zunächst das relevante Basiswissen des SI bezüglich Symbole, Kommunikation und Identität. Die Symbolhaftigkeit „*adressierter, standardisierter Kommunikate*“ ist dabei geradezu prädestiniert für das Potenzial des Symbolischen Interaktionismus (Krotz, 2007: 229).

Durch die dialektische Annäherung von Gesellschaft und Individuum sind jegliche Identitätstheorien immer „*in eine allgemeinere Interpretation der Wirklichkeit eingebettet*“

³⁵ Ähnlich dem sprachlichen Wechsel von Englisch auf Deutsch bzw. dem Übergang von der Themen- zur Konzeptanalyse.

³⁶ Die zwei Analyseaspekte reflektieren die Grundidee theoretischer Sensibilität (Berg et al., 2011: 326, Muckel, 2011: 340).

³⁷ Meads Konzepte sind Kernbestand soziologischen Denkens und qualitativer Forschungsansätze (Strübing, 2013: 51, Etzrodt, 2003: 245).

(Berger und Luckmann, 2007: 186). Damit rückt das Beobachtungskonzept der Nation als wirklichkeitskonstitutive Leistung bzw. Vorstellung in den Fokus.

Insbesondere Miebachs (2010: 59ff) Sozialisations- und Interaktionsmodell und dynamische Rollenansätze (Balla et al., 2009: 31, Ziemer, 2009: 14) scheinen als Analyseschablonen geeignet zu sein. Denn Gesellschaftsordnung und Identität lassen sich „*als Ganzes wie in ihren Teilen*“ bzw. „*Variationen*“ als Rollen theoretisch und vorthoretisch denken³⁸ (Berger et al., 2007: 96f).

Als komplementäre Sichtweise der soziologisch dominierten Grundlage der (Re-)Produktion des Sozialen sind kognitiver Strukturfunktionalismus bzw. kulturtheoretische und philosophische Erklärungsskizzen bestens geeignet (Kap. 7.7.3). Der Themenkomplex nationale Identitätskonzepte (Kap. 8) und Werbung (Kap. 9) ist dagegen bewusst kurz gehalten.

Im empirischen Teil berücksichtigt eine Strategie der rollenden Planung das qualitative Offenheitsprinzip (Kap. 10). „*Dazu passt die Einsicht des qualitativen Ansatzes, dass Forschung als Kommunikation zu denken ist, vor allem als Kommunikation und Interaktion zwischen Forscher und zu Erforschendem.*“ (Lamnek, 2010: 20). Da die gängigen Globalvariablen nachweisbar als Spaltungslinien zwischen den Gesellschaften deutlicher verlaufen als im innergesellschaftlichen Vergleich³⁹ und generell Diskrepanzen zwischen Menschen bedeutsamer sind, sind allfällige Charakteristika als Teil von sozialer bzw. nationaler Identität zu verstehen. Eine anschließende Vorstudie hilft eine angemessene Untersuchungskategorie zu identifizieren und erste Felderfahrung zu sammeln (Kap. 10).

Die argumentative Ressource für ein angemessenes Basisdesign von Symbolischem Interaktionismus, GTM und Mixed-Method-Fallstudienansatz mit Primär- und Sekundärmaterial findet sich im empirischen Teil. „*Gegenstandsangemessenheit meint [vielmehr] eine Anpassung des Forschungsdesigns und der Methoden der Datengewinnung und*

³⁸ Im Hinblick Kodierparadigma erscheint ein Verständnis nationaler Rollenkonzepte als intervenierende Variable plausibel (Ziemer, 2009: 35).

³⁹ Inglehart spricht von einem Faktor fünf bis zehn, Quelle: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSCContents.jsp>

-analyse an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Forschungsfeldes vor dem Hintergrund der jeweils interessierenden Forschungsfrage.“ (Strübing, 2013: 19) Zusätzlich wird die Forschungskonzeption hinsichtlich ‚günstiger‘ Rahmenbedingungen perspektivischer Wahrnehmungsstrukturierungen ausgelegt. Dies begründet sich mit der Prämisse, dass die relevanten Akteure zeitökonomischen und handlungspraktischen Zwängen unterliegen. Die gewählten legitimatorischen Argumentations- und Vorstellungsmuster für das methodologische Forschungsdesign und die praktische Umsetzung dienen als Basis für die Qualitätsevaluierung bzw. Geltungsbegründung von Forschungsprozess und -ergebnis (Hug et al., 2015: 26).

Die quantitative Analyse der verallgemeinerten Wirkung (Kap 10.2.2.6) ist als Beurteilungsmaßstab für Verwertungsrelevanz und Reichweite im Sinne eines dialogischen Wahrheitskriteriums zu werten⁴⁰ (Kromrey, 2009: 490, Buber et al., 2009: 76). Das Schlusskapitel bilanziert Ertrag, Reichweite und Grenzen des Forschungsprojektes.

Basierend auf der Integration der Erkenntnisse wird ein kurzer Ausblick getätigt. Dieser Aufbau als roter Faden soll das anwendungsorientierte Wissen für folgende Forschungsfrage (FF) generieren:

FF: Inwieweit beeinflusst nationales Selbstbewusstsein internationale TV-Werbung?

4 THEORETISCHER RAHMEN

Gemeinsame Zielsetzung von Wissenschaften ist die Formulierung begründeter Aussagen über einen zugrundeliegenden Erkenntnis- und Objektbereich (Lamnek, 2010: 43f).

⁴⁰ Für Kelle (2008: 50) erhöht dieser Schritt prinzipiell die Forschungsqualität, trägt aber nur bedingt zur Sicherung der Validität bei.

Geltungsanspruch und Legitimationsdruck setzen eine theoretische Begründung bzw. metatheoretische Fundierung voraus. Die Erfahrungswissenschaften werden „...überwiegend als eine institutionalisierte Form der Wirklichkeitskonstruktion mit spezifischen methodischen Hilfsmitteln verstanden.“ (Hug et al., 2015: 25)

Abb. 2 skizziert überblicksartig den Zusammenhang zwischen den einzelnen Metatheorien⁴¹ und den damit verbundenen Selektionsentscheidungen als sozialer Prozess des Forschens (Lamnek, 2010: 44, Strübing, 2013: 28). Für Lamnek (2010: 43f) sind folgende prototypische Fragestellungen damit verbunden: a) Wie ist menschliche Erkenntnis möglich? b) Wie ist wissenschaftliche Erkenntnis zu gewinnen? c) Unter welchen Bedingungen ist wissenschaftliche Erkenntnis möglich? d) Welche denkbaren Wege systematischer Datengewinnung bzw. Datenauswertung gibt es? Die Struktur dient somit der Orientierung des Argumentationsganges über ausgewählte Rezeptionsstränge und ihre inhaltlichen Übergänge.

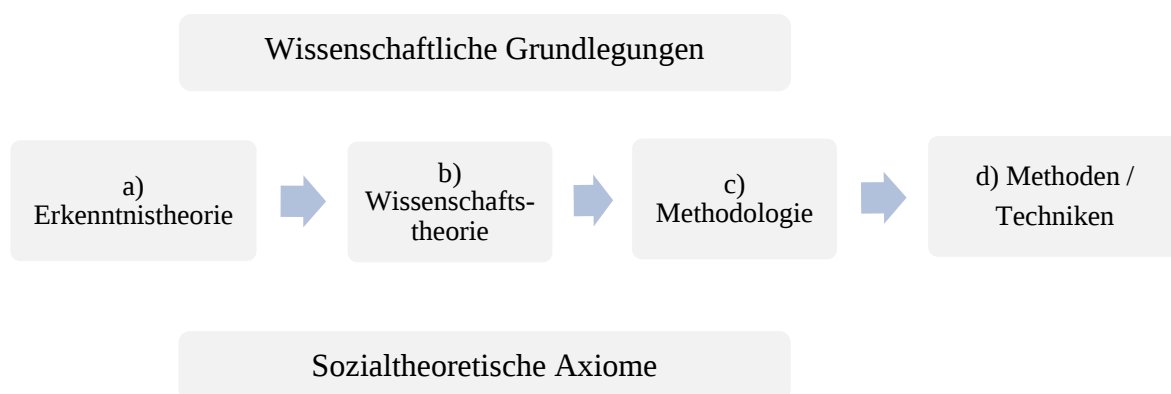


Abb. 2: Rahmung von Forschungsgegenstand und Forschungsprozess

Vereinfacht formen die erkenntnistheoretischen und sozialtheoretischen Axiome ein spezifisches Menschenbild und sein Verhältnis zur (Um-)Welt (Scheufele et al., 2009: 15). Die axiomatischen Annahmen zum Wirklichkeitsverständnis und menschlicher Erkenntnisfähigkeit umfassen über zugrundeliegende Geltungsansprüche auch Erkenntnislogik und wissenschaftliche Schlussverfahren. Der methodische Strukturierungswert der

⁴¹ Als Theorie über Theorien ähnlich der Erkenntnistheorie, Wissenschaftstheorie, Methodologie und Phänomenologie (Lamnek, 2010: 43f).

unterschiedlichen sozialtheoretischen und empirischen Zugänge beschränkt sich auf eine theoretische Sensibilität⁴² (Glaser et al., 1967: 46f). „*All dieses Wissen soll aber gerade nicht in Vorannahmen münden, sondern eher eine hochdifferenzierte und auf das theoretisch Interessierende des Forschungsgegenstandes hin gespannte Neugierde erzeugen.*“ (Strübing, 2013: 112)

Die Methodik wiederum verbindet Theorie und Realität (Buber et al., 2009: 73). Die methodischen Vorstellungen qualitativer Sozialforschung orientierten sich an sozialtheoretischen Basisannahmen⁴³ über die Beschaffenheit von Sozialität und den sozialanthropologischen⁴⁴ Axiomen von Sozialität und Gesellschaft (Strübing, 2013: 32). Daneben liefert qualitative Forschung als Forschungsergebnis gegenstandsbezogene Theorien begrenzt auf Gegenstandsbereich und festgelegte Perspektive der Untersuchungsfrage (Strübing, 2013: 34). Die erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Grundlagen, aber auch der wechselseitige Verweisungszusammenhang und die methodologischen Konsequenzen finden sich in den einzelnen Kapiteln.

Klassiker der Sozialtheorie plädieren dafür, soziale Phänomene als Produkt individuellen Verhaltens und folglich handlungstheoretisch zu begreifen (Miebach, 2010: 31, Diekmann et al., 2004: 7, Etzrodt, 2003: 9). Sozialwissenschaftlich sind Bedeutung und Wirkung sozialer Phänomene prinzipiell über mikroökonomische Rationalität oder mikrosoziologischen Sinn erklärbar⁴⁵. Die Ansätze der Mikroökonomik bzw. Rational-Choice-Theorie⁴⁶, Tauschtheorie und Spieltheorie betrachten soziale Aggregate als Ergebnis individueller Nutzenkonzepte und Rationalität⁴⁷. Dementsprechend vernachlässigen relationsorientierte Erklärungen

⁴² Breuer (2010: 155) betont den „*RICHTIGEN Umgang mit wissenschaftlicher Literatur und theoretischen Vorbildern*“.

⁴³ Die basalen Annahmen sind als Axiome weder logisch ableitbar noch letztbegründbar (Strübing, 2013: 32).

⁴⁴ Gesellschaftstheorien postulieren einen „*modus operandi*“ als Funktionsweise von Gesellschaft und Sozialität als Gesamtheit (Strübing, 2013: 34).

⁴⁵ Im Vergleich zu Essers Modell der Frame-Selektion und soziologischer Erklärung (2004b: 263).

⁴⁶ Rational Choice ist die „*gegenwärtig am meisten verwendete Theorie*“ (Opp, 2005: 90).

⁴⁷ Etzrodt (2003: 17) differenziert zwischen drei Rationalitätsgraden und exkludiert präferenz- und restriktionsgelenktes Verhalten.

Innenperspektive, Interdependenz- und Entscheidungsprozesse (Etzrodt, 2003: 57f). Der rationalistischen Logik der Konsequenzen setzt der heterogene mikrosoziologische Theorienkomplex⁴⁸ eine konstruktivistische Logik der Angemessenheit mit Analysefokus auf Interaktion, Rollen(verhalten)⁴⁹ und Wahlhandlung gegenüber.

4.1 Erkenntnistheorie und konstruktivistisches Wirklichkeitsverständnis

Erkenntnistheorie ist der metatheoretische Hintergrund für menschliche Erkenntnisfähigkeit⁵⁰. Methodisch setzt die „beobachtbare“⁵¹ Herangehensweisen an die empirische Realität ein epistemologisches Verhältnis von erkennenden Akteuren und Umwelt voraus⁵² (Kromrey, 2009: 17). Das zugrundeliegende Konzept der Auseinandersetzung bildet die Grundlage für das Wirklichkeitsverständnis des Realismus bzw. Konstruktivismus⁵³ (Scheufele et al., 2009: 16ff), wobei der komplex-diffuse Charakter sozialer Realität die zentrale Herausforderung modellhafter Ordnung im Forschungsprozess darstellt.

Der Realismus geht zunächst erkenntnistheoretisch von der Existenz einer objektiven Realität⁵⁴ als universell-identische „So-Sein“-Gegebenheit aus (Kromrey, 2009: 57). Als Folge seines Subjekt-Objekt-Dualismus und wechselseitiger Ähnlichkeitsrelation ist die Welt allen zugänglich, erkennbar und unterliegt einem rationalen Austausch von Beobachtungen

⁴⁸ Phänomenologische Soziologie, SI und die handlungstheoretische Basis der Strukturell-funktionalen Theorie

⁴⁹ Das Rollen- bzw. Typenkonzept gilt als gemeinsamer Nenner und wird im SI und in der Phänomenologischen Soziologie über Sinnstrukturen definiert, während die Strukturell-funktionale Theorie normativ orientiert ist.

⁵⁰ Die erkenntnistheoretischen und sozialtheoretischen Positionen haben axiomatischen Charakter (Strübing, 2013: 42).

⁵¹ In einem erweiterten Verständnis von direkter und indirekter Wahrnehmung (Kromrey, 2009: 20).

⁵² Und eine Distanzierung von metaphysischen Wahrheitsansprüchen (Strübing, 2013: 43).

⁵³ Innerhalb des Spektrums ist der Pragmatismus tendenziell näher dem Realismus verortet.

⁵⁴ Begriffliche Synonyme sind objektive Welt, real existierende Welt, tatsächliche Welt, wirkliche Welt und Welt der Tatsachen (Kromrey, 2009: 15).

(Strübing, 2013: 42f). Die Wahrnehmungssinne ermöglichen folglich die wahre⁵⁵ Erfassung von Realität bzw. Modell und die Theorie unterliegt einem absoluten Wahrheitskriterium bzw. einer „*Korrespondenztheorie der Wahrheit*“ (Kromrey, 2009: 21, Schnell, Hill und Esser, 2008: 87f). Der deduktiv-logischen Methodik des erkenntnistheoretischen Realismus folgend gilt es das maximale Spektrum relevanter Situationsbedingungen⁵⁶ des zugrundeliegenden Realitätsausschnitts systematisch zu kontrollieren (Kromrey, 2009: 23). Als Konsequenz werden nur die anerkannten Sätze der Realität geprüft und nicht die eigentliche Wirklichkeit (Strübing, 2013: 43).

Der Sozialkonstruktivismus hingegen betont subjektive Interpretationsleistungen, Involviertheit und Wechselseitigkeit als integrale Bestandteile von Wirklichkeit und geht dementsprechend von einer Handlungslogik der Angemessenheit aus. Die klassische zweiseitige Ähnlichkeitsrelation „*harter*“ quantitativer Modellkonstruktion weicht durch subjektiv-reflexive Erkenntnisprozesse einer komplexen dreiseitigen Relation qualitativer Theoriebildung (Legewie, 2006: 11). Die resultierenden Erkenntnismöglichkeiten entsprechen den jeweiligen Wirklichkeitskonstruktionen als „*vereinbar/passt*“ (Kromrey, 2009: 16) und „*nützlich bzw. brauchbar*“ (Scheufele et al., 2009: 16) mit der Welt. Die Akzeptanz des Aussagegehalts wird folglich in letzter Instanz von den Interagierenden der Alltagsrealität bestimmt und als individuelle Konstruktion unweigerlich mit subjektiven Vorstellungen verbunden.

Als Konsequenz betont die sozialkonstruktivistische Perspektive ein Passungsverhältnis von Wirklichkeit und Wissen und eine Handlungslogik der Angemessenheit, während der kritische Realismus äußere Realität mit Wissen gleichsetzt und von einer rationalistischen Logik der Konsequenzen ausgeht. Erkennbar beschränkt sich der Realismus⁵⁷ auf den Realitätszugang, wohingegen die philosophisch-konträren Positionen des (Sozial-) Konstruktivismus und Pragmatismus⁵⁸ Erweiterungen der Wirklichkeitskonstitution

⁵⁵ Im Verständnis eines „*einzig richtig/falsch*“ (Kromrey, 2009: 16).

⁵⁶ Vorbehaltlich der Relevanz und semantischen Deutung der Hauptphase im provisorischen Sinne zu verstehen.

⁵⁷ Neuzeitliche Formen des Universalismus, Objektivismus und Rationalismus, aber auch Vorgänger wie Empirismus etc.

⁵⁸ Erkenntnistheoretisch bestehen keine gravierenden Unterschiede zum „älteren“ Pragmatismus.

mitdenken. Folglich ist der konstruktivistische Ansatz mit einer wirklichkeitsnäheren Wirkung verbunden und angemessen für die empirische Forschungsfrage nach subjektiven Wahrnehmungen und Vorstellungen von nationalem Selbstbewusstsein.

Die intuitive Relevanz und gesellschaftliche Resonanz von nationaler Identität wird in einem ersten Blickwinkel eines „*moderaten Konstruktivismus*“⁵⁹ als eine Bezugnahme von Identität auf Raum und Zeit betrachtet. Die monokausalen Interpretationen basieren in dieser Phase des Forschungsprozesses durchwegs auf einer plausiblen Lesart einer gemeinsamen Wirkung auf gesellschaftlich relevante Themenkreise. Das qualitative Wirklichkeitskonzept begründet eine fundamentale Erweiterung des erkenntnistheoretischen Problemhorizonts mit fundamentalen Implikationen für das Verhältnis von Theorie und Empirie. Der ständige Austausch von empirischer Realität und sozialer Wirklichkeit durch Interpretations- und Re-Interpretationsprozessen setzt folglich die geisteswissenschaftliche Methode des Verstehens voraus (Lamnek, 2010: 13). Verstehen richtet sich nach den „*subjektiv-zweckrationalen SEINSGRÜNDEn von [sprachlichen oder nichtsprachlichen] Handlungen in Form von Intentionen und Glaubensannahmen*“ (Schurz, 2004: 163).

Der Fokus gilt dem erkennenden Subjekt, das durch seine Sinnesorgane und kognitiven Operationen ein subjektives Wirklichkeitsbild konstruiert. „*Erkenntnistheoretisch gedacht ist Kommunikation die soziale Praxis und die kulturelle Instanz der Konstruktion von Realität im Sinne ihrer Deutung...*“ (Bauer, 2014: 180). Dieser Aspekt beeinflusst den Rahmen nachfolgender Feldforschung, bei der die Perzeptionen ausgewählter Akteure nationale Wirklichkeit bzw. ein entsprechendes Relevanzsystem des Phänomens im werblichen Kontext konstruieren. Der erkenntnistheoretische Blick zielt auf die gegenwärtige Konstellation als temporäre Fixierung und Reduktion nationalstaatlicher Komplexität ab (Kühschelm, 2010: 13).⁶⁰

⁵⁹ Objektiv erfahrbare Realität und Wissen ist somit im Gegensatz zum Konstruktivismus möglich.

⁶⁰ „*Gesellschaftliche Entwicklungen haben keinen definierten Anfang und kein definiertes Ende.*“ (Abels, 2010: 29)

4.2 Pragmatismus und dialogisches Wahrheitskriterium

In Abgrenzung zu einem Subjekt-Objekt-Dualismus denkt der Pragmatismus⁶¹ als Philosophie des Handelns die vielfältige Verbundenheit als Kontinuum praktischer Konsequenzen. *„Sowohl WAS ein Objekt ist als auch was ein Objekt IST, betrachtet der Pragmatismus als eine praktische Konstitutionsleistung der Handelnden.“* (Strübing, 2013: 44) Vereinfacht ausgedrückt: Alle Bedeutungen von Handlungen, Begriffen und wissenschaftlich-theoretisches Wissen sind im alltäglichen Umgang mit den Gegenständen fundiert und in praktischen Wirkungen und Konsequenzen ausgelotet (Hug et al., 2015: 24).

Der Pragmatismus begreift soziale Wirklichkeit allgemein als kontinuierlichen Herstellungsprozess in der tätigen Auseinandersetzung von Menschen mit Elementen der sozialen und dinglichen Umwelt⁶² (Strübing, 2014: 38, Helle, 2001: 78). In einer großzügigeren Auslegung der Denkschule unterstellt der Pragmatismus eine bestimmte praktische Kontinuität von Denken und Handeln (Strübing, 2014: 40). Soziale Dynamik und perspektivisch gebundene Wirklichkeit relativieren das pragmatische Wahrheitskriterium⁶³ auf eine dialogische Wahrheit (Kromrey, 2009: 514), nominalistische Begriffsdefinitionen und eine praxisorientierte Bewährung der Erkenntnis (Legewie, 2006: 11). Die angemessene Konzeptualisierung und/oder Beurteilung der Modell-Qualität artikuliert sich über folgende Fragestellung: *„Inwieweit ist das Modell oder die Theorie brauchbar/nützlich bei der Lösung etwaiger Orientierungsprobleme im untersuchten Wirklichkeitsbereich?“* (Legewie, 2006: 11). Der Wahrheitsanspruch ist als Annäherung an EINEN Wirklichkeitsaspekt zu verstehen (Miebach, 2010: 17).

Die pragmatistische Forschungslogik basiert auf einem Kontinuitätsmodell als perspektivisches Kontinuum potenzieller Realitäten (Strübing, 2014: 48). Der Forscher konstruiert in einer komplexen dreiseitigen Relation das theoretische Modell⁶⁴, wobei subjektive Reflexion und

⁶¹ Berühmteste Formel des philosophischen Pragmatismus der Chicago School ist *„learning by doing“*.

⁶² Die sozial konstruierte und im Handeln erzeugte und perspektivisch gebundene Wirklichkeit sind theoretische Grundlage für die GTM (Kapitel 10.2.1).

⁶³ Vergleichbar Punkt 7.3.1.2.3. Theoriesättigung und GTM.

⁶⁴ Qualitative Forschung setzt Theorie und Modell gleich (Legewie, 2006: 11).

Zielsetzung des Konstrukteurs konstitutiv für qualitative Theoriebildung sind (Legewie, 2006: 11). „*Die Charakterisierung wissenschaftlicher Erkenntnistätigkeit als stilgeprägtes und personengebundenes Handeln schließt den Gedanken der Subjektivität von Erkenntnis, Erkenntnisproduktion und Erkenntnisprodukt ein.*“ (Breuer, Mey und Mruck, 2011: 428) Eine Fixierung empirischer Realität ist nur für den Augenblick der Rekonstruktion möglich und als solche situationsbezogen und unvollständig. Die angemessene Konzeptualisierung und intersubjektive Nachvollziehbarkeit setzen vereinfacht die Bewährung in der Praxis voraus.

Der pragmatische Wirklichkeitsbegriff wird im empirischen Wirklichkeitsbegriff des Symbolischen Interaktionismus um eine Welt symbolischer Bedeutungen erweitert. Die betonte Prozesshaftigkeit unterstellt eine dynamische Strukturiertheit ursächlich einer interaktiven Symbolbildung und allgemeinen Praxis wandelbarer Ausschnitte und variabler Intensitäten einer stofflichen Natur.

4.3 Wissenschaftstheoretische Grundlagen

Wissenschaften verfolgen allgemein die Zielsetzung, begründete Aussagen über den zugrundeliegenden Objektbereich zu formulieren. „*Was als wissenschaftliche Erkenntnis gelten kann, legt im Wesentlichen die Wissenschaftstheorie fest, indem sie Vorschriften über den Weg der wissenschaftlichen Erkenntnisgewinnung formuliert.*“ (Lamnek, 2010: 43) Die metawissenschaftliche Erörterung über die Wissenschaft und die Phänomenologie als wissenschaftstheoretische Basis liefert Vorstellungsinhalte für allgemeine Kriterien und konkrete Handlungsanweisungen für den Forschungsprozess.

Im Hinblick auf die Konkretisierung der Objektwissenschaft bezeichnet die Wissenschaftstheorie generell den metatheoretischen Ausschnitt der erkenntnistheoretischen Position. Tab. 2 verdeutlicht das wissenschaftstheoretische Spektrum über ausgewählte Teilaspekte und Ausprägungsformen. Die gegenständlichen Orientierungen sind als Schwerpunktsetzungen grau hinterlegt.

Wissenschaftsbegriff	Forschungstätigkeit		Institution		Theorieergebnis	
Zielsetzung	normativ		pragmatisch	theoretisch	essentialistisch	
Wissenschaftsart	metaphysisch		formal	Natur	Kultur	
Wissenschaftsfunktion	utopisch		heuristisch		kritisch	
Wissenschaftslogik	metaphysisch		normativ	logisch	empirisch	
Wissenschaftstheorie	Analytisch-Nomologisch		Hermeneutisch-Dialektisch	Dialektisch-Materialistisch	Qualitative Positionen	
Erkenntnisriterien	normativ		ontologisch	logisch	epistemologisch	
Wissenschaftsmethodologie	Phänomenologie	Hermeneutik	Dialektik	Experiment	Deduktion	Induktion (Abduktion)
Wissenschaftsprogramm	ökonomischer Ansatz		sozialwissenschaftlicher Ansatz		sozio-ökonomische Ansatz	

Tab. 2: Wissenschaftstheoretische Verortung

Der Wissenschaftsbegriff umfasst den terminologischen Inhalt von Wissenschaft als systematische Erkenntnisgewinnung, als System wissenschaftlicher Akteure und als Resultat des Erkenntnisprozesses. Das Verwertungsinteresse vorliegender Arbeit rückt den wissenschaftlichen Ergebnisaspekt in den Fokus. Wissenschaftsziele lassen sich über unterschiedliche Motive ableiten und umfassen ein Spektrum von normativ-philosophischen bis hin zu essentialistisch-definitorischen Zielsetzungen.

Die theoretische Theoriegenese einer Theorie mittlerer Reichweite der GTM ist vorwiegend im theoretisch-pragmatischen Bereich angesiedelt. Innerhalb der Theorien mittlerer Reichweite⁶⁵ generiert die GTM „*substantive [gegenstandsbezogene], auf einen umgrenzten Bereich sozialen Lebens und sozialer Handlungspraxis bezogene Theorien*“ (Mey und Mruck, 2011: 29). Wissenschaftstheoretisch beinhaltet dieser Theorietypus sozialwissenschaftliche Aussagen und Verallgemeinerung eines „*mittleren*“ Geltungsbereiches⁶⁶ (Buber et al., 2009: 241).

Im Wissenschaftssystem zählen alle Kulturwissenschaften zu den realen Kulturwissenschaften und fokussieren – ähnlich den sozialwissenschaftlichen Ansätzen – auf Beziehungen zwischen Menschen, Menschen und Sachen und sozialen Konstitutionsprozessen. Der wissenschaftliche Zweck reicht von utopischen Modellentwicklungen und heuristisch-alternativen Erkenntnis Konstruktionen bis hin zu einem kritischen Korrektiv bzw. Defiziten des Forschungsstandes. Im Hinblick des Erkenntnisinteresses betrifft dies eine gewichtete Kombination von Forschungsstand und Theoriegenese.

⁶⁵ Der theoretische Gehalt liegt über dem Status von Ad-hoc-Alltagshypothesen.

⁶⁶ Die partielle Gültigkeit ist auf die empirische Überprüfung eines begrenzten Forschungsbereiches von Raum und Zeit bezogen (Krotz et al., 2008: 12).

Die Wissenschaftsmethodologie bezeichnet die Methodenlehre einer Objektwissenschaft (Scheufele et al., 2009: 25). Als Teil der Wissenschaftstheorie bildet die Methodologie eine spezifische Vermittlungsebene von Theorie- und Empiriebezügen (Strübing, 2013: 51) bzw. eine Schnittstelle von Theorie und Methodenpraxis (Scheufele et al., 2009: 26). Hermeneutik und Phänomenologie beziehen sich auf eine spezifische Variante des Realismus und bilden das metatheoretische⁶⁷ Grundgerüst für die qualitative Sozialforschung. Ein Set kompatibler methodologischer Argumente bildet den theoretischen Begründungsrahmen für das sozialwissenschaftliche Verfahren des Verstehens (Lamnek, 2010: 43).

Die Verstehensakte erfolgen aus Perspektive des situativen Relevanzsystems und Wissensvorrats des Deutenden und sind als Näherungswert einer Sinndeutung zu verstehen (Buber et al., 2009: 85). Das kritische Wissenschaftsverständnis beschränkt sich auf die deduktive Logik⁶⁸, während empirische Verankerung die Modi der Induktion, Deduktion⁶⁹ bzw. Abduktion voraussetzt. Das qualitative Spektrum wird dabei von der Grounded-Theory-Methodologie⁷⁰ als Forschungsstrategie bzw. qualitatives Methodenensemble dominiert (Kromrey, 2009: 493). Insgesamt verfolgt vorliegende Forschungslogik einen erkenntnispragmatischen Entdeckungszusammenhang als eine auf den Untersuchungsbereich bezogene Theorie.

5 GRUNDLAGENTHEORETISCHE POSITION DES INTERPRETATIVEN PARADIGMAS

Als Kritik an den vorherrschenden Basisüberlegungen und statisch-linearen Forschungsabläufen führte Kuhn zunächst den Begriff des Paradigmas als Zuordnungsfunktion

⁶⁷ D.h. wissenschaftstheoretische und methodologische Basisannahmen (Lamnek, 2010: 31).

⁶⁸ „Schließen vom Allgemeinen [Theorie] auf das Besondere [Hypothesen über Daten].“ (Legewie, 2006: 13)

⁶⁹ „Schließen vom Besonderen [Daten] zum Allgemeinen [Konzepten] und Überprüfung der Konzepte an neuen Daten.“ (Legewie, 2006: 13)

⁷⁰ Laut Mey et al. mit über 60 Prozent Nennung als Forschungsstrategie (Mey et al., 2011: 12).

von Phänomen, Methodologie und Methoden ein. Als Ablehnung eines normativen Wirklichkeitsverständnisses und einer „*Theoriebeladenheit aller Beobachtungsaussagen*“ entwickelte der Soziologe Wilson eine Konzeption sozialer Wirklichkeit als interpretatives Paradigma (Lamnek, 2010: 6/32). Gibson und Morgan bzw. Burrell und Morgan (1985: 21ff) wiederum differenzierten die Paradigmen, wie in Abb. 3 ersichtlich, weiter aus⁷¹ und ergänzten die gesellschaftliche Ebene und ihre Regulierung.

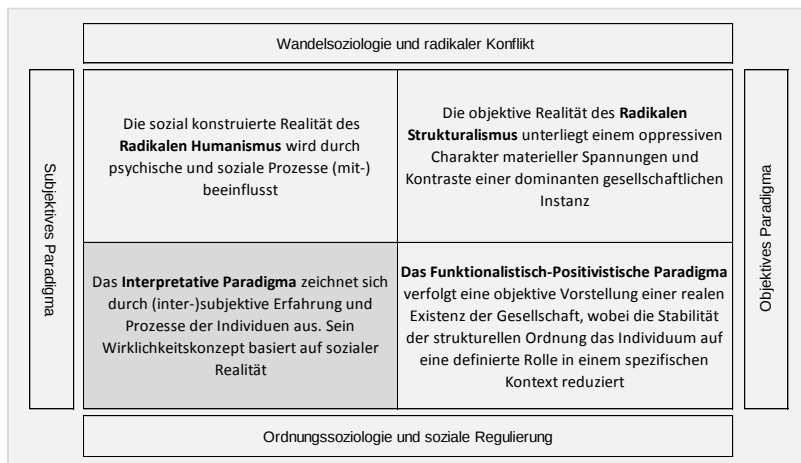


Abb. 3: Burrell & Morgan-Matrix⁷²

Als grundlagentheoretischer „*Umbrella*“ umfasst das Interpretative Paradigma folgende wissenschaftstheoretische Positionen:

- Die Natural Sociology bzw. Ethnographie⁷³ liefert vereinfacht statische Feld-Beschreibungen (Kromrey, 2009: 390) und basiert auf einer feldspezifischen „*Alltagskompetenz für die Symbolik, Routinen, Sinnmuster und anderen kulturellen Aspekte des untersuchten Kontextes*“ (Corsten, 2004: 185).
- Die Phänomenologie fokussiert auf das Wahrnehmbare und im Bewusstsein Existentes als intersubjektives und invariantes Wesen der Dinge einer Lebensweltanalyse.
- Die Hermeneutik berücksichtigt die Sinnkomponente über die Zeicheninterpretation eines grammatischen und psychologischen Verstehens.

⁷¹ Ontologisch (Nominalismus/Realismus), epistemologisch (Positivismus/Anti-Positivismus), methodologisch (nomothetisch/idiografisch) und zugrundeliegendes Menschenbild (Determinismus/Voluntarismus).

⁷² Burrell und Morgan (1985: 22ff)

⁷³ Besonders die Chicagoer Tradition knüpfte an den Charakter der Alltäglichkeit an.

- Der Symbolische Interaktionismus fokussiert letztlich auf das funktionale „Wie“ des Verhaltensprozesses und basiert auf einem approximativen Prozess eines sozialen Handlungs- und Bedeutungsaufbaus.

Die interpretativen Ansätze erfassen das Erleben der sozialen Realität in der jeweiligen Eigenperspektive als interpretatorische Herstellung von Wirklichkeit (Buber et al., 2009: 322). Der menschliche Dialog mit der Umwelt thematisiert folglich ein praktisches Vermittlungsproblem⁷⁴ und lässt menschliche Kommunikation und ihre performative bzw. wirklichkeitskonstituierende Bedeutung erkennen.

5.1 Soziale Wirklichkeit durch Interpretationshandlungen

Das Thomas-Theorem bildet das Leitmotiv der interpretativen Soziologie über die enge Verflechtung zwischen subjektiver Weltwahrnehmung bzw. dem Erleben der Akteure als Situationsdefinitionen und daraus folgenden (Handlungs-)Konsequenzen bzw. objektiven Folgen (Strübing, 2013: 35). Das epistemologische Grundaxiom des interpretativen Paradigmas versteht soziale Wirklichkeit als durch Interpretationshandlungen konstruiert und diese Realitäten sind durch menschliche Sinngabeprozesse hindurch zu rekonstruieren (Hitzler, 2014: 42, Lamnek, 2010: 33). In diesem Sinne unterliegen jegliche Handlungen und Interaktionen Situationsdefinitionen und Interpretationen als *„wissensgeleitete und zugleich prinzipiell wissensgenerierende Prozesse“* (Hitzler, 2014: 61).

Die substanztheoretische Konzeption gesellschaftlicher Zusammenhänge als Ergebnis interpretationsgeleiteter Interaktionsprozesse zwischen Gesellschaftsmitgliedern setzt methodologisch an eine Theoriegenese als interpretativer bzw. rekonstruktiver Prozess an. (Realitäts-)Rekonstruktionsansätze⁷⁵ berücksichtigen die Intentionalität der Handlung, die

⁷⁴ Und fasst Erkunden und Sinnstiften *„nicht als bloße Kategorien intentionalen Handelns“* auf (Göttlich, 2006: 108).

⁷⁵ Während rationale Theoriepositionen klar formulierte Zielvorstellungen losgelöst von der Handlung idealisieren.

pragmatische Rahmung von Zwecksetzung und die praktische Vermitteltheit von Menschen und Situationen (Göttlich, 2006: 108).

Der Handlungsaufbau folgt als Regelfall einer vagen Grundintention, die Konkretisierung der Zwecke erfolgt jedoch im Handlungsvollzug⁷⁶. Handlungstheoretische Hintergrundfolie für Zwecksetzungen ist die selbstreflexive Verhaltenssteuerung mit und durch unsere körperlichen „Fertigkeiten, Gewohnheiten und Weisen des Bezuges auf die Umwelt“ (ebd., 2006: 107f).

Als Konsequenz gilt: „*Soziale Realität ist in fortwährendem Wandel begriffen; selbst vermeintlich Statisches muss immer aufs Neue interaktiv erzeugt werden. Es sind genau diese Hervorbringungsprozesse, für die sich qualitative Forschung interessiert.*“ (Kromrey, 2009: 105)

5.2 Qualitative Sozialforschung

Die wissenschaftstheoretische Spannweite von heuristisch-quantitativen bis hin zu phänomenologisch-hermeneutischen Zugängen lässt sich begrifflich auf quantitative Forschung mit kausalen Erklärungszielen bzw. qualitative Forschung⁷⁷ mit interpretativen Verstehenszielen verdichten (Buber et al., 2009: 68). Vereinfacht erklärt quantitative Forschung äußerlich feststellbare Regelmäßigkeiten sozialen Verhaltens, während qualitative Methoden das innere Handeln und den Sinn zu verstehen versuchen.

Die empirische Sozialforschung verfolgt dabei eine relationsorientierte (d.h. nomothetisch-deduktiv und theorietestend) bzw. mechanismenorientierte Strategie (d.h. induktiv und theoriegenerierend) mit zwei Erhebungsverfahren⁷⁸ (Gläser et al., 2009: 26f): einerseits einer Kommunikation mit standardisiertem Bedeutungsgehalt ohne spezifischen

⁷⁶ „D.h. die Handlung selbst als ‚ganzheitlicher‘, also kontinuierlicher Prozess wählt sich die Reize, die für ihren Fortgang relevant sind.“ (Allheit, 1999: 4).

⁷⁷ Ein breites Spektrum schematischer Vergleiche zwischen beiden Lagern findet sich bei Lamnek (2010: 242ff).

⁷⁸ Die Methodenrichtungen unterscheiden sich prinzipiell hinsichtlich Reichweite der Befunde, Objektivität und Wiederholbarkeit (Kelle, 2008: 35f).

Verweisungszusammenhang und andererseits einer Methode des kontrollierten Fremdverstehens⁷⁹ und der systematischen Berücksichtigung des Verweisungscharakters.

Für Lamnek (2010: 31f) ist qualitative Sozialforschung vereinfacht ein „*Omnibusbegriff*“ unterschiedlichster Theorie- und Methodenschulen, die allesamt als methodologische Ergänzung des interpretativen Paradigmas bezeichnet werden können.

5.2.1 Forschungsmethodologisches Paradigma

Qualitative Sozialforschung gilt als methodologische Ergänzung des interpretativen Paradigmas und begreift den Forschungsprozess als Kommunikations- und Interaktionsprozess (Lamnek, 2010: 43). Insofern betont sie den situativen Herstellungsprozess⁸⁰ von Daten direkt aus dem Material des Forschungsfeldes. Diese beobachtergebundene Form der Datengewinnung und die personale Instanz der Vermittlung von Daten und Theorieperspektive spiegelt gleichzeitig die unvermeidliche „*Gegebenheit sozialer Prozesse*“ wider (Strübing, 2013: 46). „*Die Vorgehensweise der qualitativen Sozialforschung entspricht auf inhaltlich-theoretischer Ebene wohl am besten der soziologischen Theorie des Symbolischen Interaktionismus.*“ (Lamnek, 2010: 34)

Das Prinzip der Reflexivität betrifft einerseits die interpretative Bedeutungsebene und beeinflusst andererseits auch den Forschungskontext über die Bedeutungsbeimessung⁸¹ von empirischen Phänomenen (Kromrey, 2009: 106). „*Im interpretativen Paradigma der Soziologie wird den Bedeutungen von menschlichen Verhaltensprodukten eine prinzipielle Reflexivität unterstellt – seien sie nun sprachlicher [Symbole, Deutungen, Sprechakte] oder non-verbaler Natur [Gesten, Handlungen usw.9.*“ (Lamnek, 2010: 22) Als gemeinsamer theoretischer Rahmen dient die kommunikative Entstehung von Bedeutung als

⁷⁹ Die Konstruktionen zweiten Grades der Forscher knüpfen an die Konstruktionen des ersten Grades von Alltagswissen, Common-Sense-Selbstverständnis und Kontextuierung der Erforschten an.

⁸⁰ Zusätzlich ist das Verständnis des Forschungsgegenstandes von fachlicher Sozialisation vorgeprägt (Strübing, 2013: 45).

⁸¹ In sinnhafter Entsprechung Meads berühmten „*Herausmeißelns*“ der Objekte aus der Welt.

Bedingungsrahmen menschlichen Handelns (Charmaz, 2011: 187, Buber et al., 2009: 485f, Legewie, 2006: 2).

Forschungsmethodologisch rücken die Rolle und Denkqualitäten des Forschers bzw. der Forscher in den Vordergrund (Konopásek, 2011: 382). Gegenstandsnahe, Plastizität und Offenheit minimieren den Grad der Standardisierung zusätzlich. Insbesondere die explorative Forschung betont den Erkenntniswert qualitativer Methoden über ihr relatives Verständnis von Interaktionen, Interpretationen und Bedeutungen und deren mögliche Abbildung als aggregierte Beschreibungen (Buber et al., 2009: 75). Zusätzlich verfolgt die Ebene der Forschungspraxis tendenziell eine methodologische Offenheit⁸² (Hug et al., 2015: 90, Kuckartz, 2010: 250, Scheufele et al., 2009: 26f, Buber et al., 2009: 394, Krotz, 2007: 68). „*In Kombination können die jeweiligen Instrumente und die mit ihnen erhobenen Kategorien sozialer Wirklichkeit einander ergänzen bzw. kompensieren.*“ (Przyborski und Wohlrab-Sahr, 2010: 272) Ähnliche Überlegungen zur Maximierung des empirischen Wahrnehmungstrichters im Kontext von Symbolischem Interaktionismus und GTM finden sich bei Mey et al. (2014: 280) und Kromrey (2009: 520).

Ungeachtet des inflationären methodisch-begrifflichen Spektrums⁸³ (Hug et al., 2015: 97, Kuckartz, 2010: 250, Kelle, 2008: 47), erscheint der Rückgriff auf quantitatives Datenmaterial und Methoden ein zusätzliches Potenzial für den qualitativen Forschungsprozess und die gehaltvolle Beantwortung der empirischen Forschungsfrage aufzuweisen.

5.2.2 Theorie-Empirie-Relation

Im Forschungsprozess verbindet der Forscher seine subjektive Welt mit der empirisch-sozialen Realität über entsprechende (Be-)Deutungen und Interpretationsleistungen. Das zugrundeliegende relationale Realitätsverständnis (Strübing, 2014: 12) verbindet das

⁸² „*Strukturelle Aspekte werden durch quantitative und Prozessaspekte durch qualitative Zugänge erfasst.*“ (Flick, 2010: 51)

⁸³ Exemplarisch finden sich bei Buber et al. (2009: 253) 16 Methodenkombinationen und bei Flick (2010: 51) elf Varianten.

interpretative Paradigma mit dem Spektrum qualitativer Methoden. Zielsetzung qualitativer Studien ist zunächst die Gewinnung und Analyse von Daten mit „*hohen Tiefendimensionen und einer großen Kontextfülle*“ und darauf aufbauend die Theoriegenese mit wissensfortschrittlicher Novität (Kromrey, 2009: 295). Als forschungspraktische Konsequenz konzentriert sich der Forschungsprozess auf prinzipiell kleine Fallzahlen⁸⁴.

Als methodologische Konsequenz der erkenntnistheoretischen und sozialtheoretischen Grundrichtung des Thomas-Theorems ist die Bedeutung als subjektive Perspektive der Handelnden zu fassen (Strübing, 2013: 35). Kontrastiv zur klassischen Ähnlichkeitsrelation von sozialer Wirklichkeit und Modell und einem absoluten bzw. kategorialen Wahrheitskriterium (Schnell et al., 2008: 87f), konstruiert der Forscher (s)ein Modell der Wirklichkeit in einer dreiseitigen Beziehung mit pragmatischem Wahrheitskriterium⁸⁵. Die theoretische Angemessenheit bzw. Modell-Qualität⁸⁶ artikuliert sich über folgende Antwort auf die Fragestellung: „*Inwieweit ist das Modell oder die Theorie brauchbar/nützlich bei der Lösung etwaiger Orientierungsprobleme im untersuchten Wirklichkeitsbereich?*“ (Legewie, 2006: 11). Elementar für das zugrundeliegende qualitative Theorie-Empirie-Verhältnis ist die theoretische Anschlussfähigkeit der empirischen Spezifika an den Forschungsstand (Kromrey, 2009: 159).

„*Qualitative Forschung ist Feldforschung.*“ (Przyborski et al., 2010: 53) Dies impliziert die Bestimmung eines methodischen Rahmens mit einer Raum- und Zeit-Dimension (Strübing, 2013: 55). Die Logik basiert auf detaillierten Fallbeschreibungen als Ausgangspunkt für das zugrundeliegende Konzept exemplarischer Verallgemeinerung. Die zugrundeliegenden Prinzipien qualitativer Methoden sind „*Prinzipien der Offenheit, der Kommunikation, der Prozesshaftigkeit und der Reflexivität*“ (Kromrey, 2009: 103).

5.2.3 Rekonstruktive Verfahren und Sinnspektrum

⁸⁴ Beispielhaft dienen 40 Fälle für den Nachweis eines postmodernen Verständnisses (Straub, 2000: 184).

⁸⁵ Vergleichbar Kap. 12.1.1.1 Theoriesättigung.

⁸⁶ Qualitative Forschungszugänge betrachten Theorie und Modell als Synonyme (Legewie, 2006: 11).

Sozialwissenschaftliche Textauswertungen knüpfen prinzipiell an Interpretation an, um das Material um fehlende Formen von Ursprungssituationen und Handlungssinn zu ergänzen. „*Weil uns diese Deutungen nicht direkt zugänglich sind, sondern nur über die Hervorbringung sozialer Praxis, die sich uns dann als Datenmaterial darstellen, müssen wir aus diesem Material unter Einsatz unterschiedlicher Datenanalyseverfahren eine adäquate Version dieser Deutungen und Situationsdefinitionen erst herstellen, also [re-]konstruieren.*“ (Strübing, 2013: 3). Interpretation bezeichnet das deutend verstehende Verfahren der Sinnrekonstruktion, während die Rekonstruktion⁸⁷ das Ergebnis der interpretativen Leistungen bildet (Strübing, 2013: 196).

Rekonstruktive Verfahren zielen vereinfacht auf die Binnenperspektive der im Feld handelnden Akteure (Kromrey, 2009: 492). Die unterschiedlichen qualitativ-interpretativen⁸⁸ Methoden verfolgen unterschiedliche analytische Zugänge (Kromrey, 2009: 491) und liefern Antworten auf „*sehr unterschiedliche soziologische Fragen*“ (Strübing, 2013: 180). Gemeinsam ist allen die Prämisse sinnstrukturierter Handlungen und ein quasi paradigmatischer Konsens auf den zugrundeliegenden Sinnbegriff⁸⁹ von Weber, allerdings mit unterschiedlichen Ansätzen von Sinn dimensionen und Sinnrekonstruktionen (Miebach, 2010: 20).

Sinn als soziologischer Grundbegriff reduziert Komplexität und selektiert Handlungsmöglichkeiten. Dabei unterliegt jegliche Sinnerfahrung einer Differenz von Aktualität und Potenzialität. „*Die Differenz aktuell/potentiell impliziert eine Asymmetrie: Aktualisiert werden kann immer nur EINE Möglichkeit, auf der Seite der Potentialität befindet sich dagegen immer eine Pluralität, ein Mehr an Möglichkeiten.*“ (Meuter, 2004: 146). Die asymmetrische Relation erwirkt die funktionale Komplexitätsreduktion.

⁸⁷ Akteure drücken in ihrem Handeln implizit immer mehr aus, als sie explizit beabsichtigen oder wissen (Strübing, 2013: 132).

⁸⁸ Interpretativ verweist auf eine Betonung der Interpretationsleistung gegenüber mechanischer Regelhaftigkeit (Kromrey, 2009: 492).

⁸⁹ Webers Abstraktionshierarchie umfasst vereinfacht reaktives Verhalten, Handeln mit bestimmtem Sinn und soziales Handeln mit dialogischer Orientierung (Miebach, 2010: 21)

Vereinfacht ist Sinn eine auf „*Auslegung*“ bedachte Blickrichtung (Hitzler, 2014: 64). In Anlehnung an Alfred Schütz unterscheidet er zunächst zwischen objektivem Sinn gesellschaftlicher Objektivationen als „*Sinnzusammenhang für das Bewusstsein des Deutenden*“ und subjektivem Sinn ursprünglicher Bewusstseinsvorgänge als ergänzender „*Sinnzusammenhang für das Bewusstsein des Setzenden*“ (ebd. 2014: 64). Analog unterscheiden Przyborski et al. (2010: 32f) zwischen zwei idealtypischen Analyseeinstellungen: einerseits „*Was*“-Beobachtung und Deskription subjektiver Sinnzuschreibung als unmittelbare Common-Sense-Analyseeinstellung von Motivstrukturen und sozialen Konstitutionen und andererseits „*Wie*“-Rekonstruktion von objektivem Sinn unter der Prämisse des Sinnverstehens (ebd. 2010: 242). Klassifizierungsansätze des aktuellen Literaturstands basieren auf den Leitdifferenzen von „*Intention und Ausdruck, subjektivem und objektivem bzw. latentem Sinn*“ (Przyborski et al., 2010: 243) und objektivistischen bzw. subjektivistischen Ansätzen sowie grundlagentheoretisch elaborierten bzw. Ad-hoc-Methoden (Hitzler, 2014: 62). Abhängig von der Zielsetzung und analysierten Ebene sozialer Wirklichkeit unterscheidet Lamnek (2010: 26ff), wie in Abb. 4 dargestellt, zwischen explorativen und explanativen Forschungsperspektiven und korrespondierenden Sinnkonzepten⁹⁰:

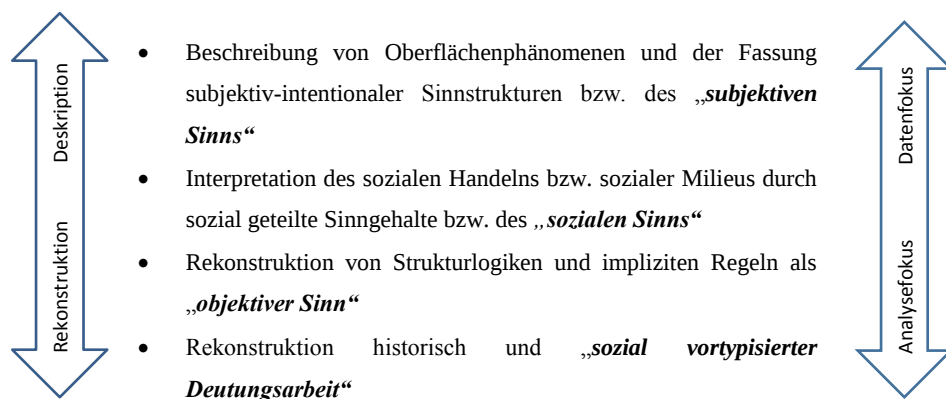


Abb. 4: Klassisches Sinnspektrum

Esser (2004a: 250) wiederum erweitert das Spektrum auf sechs Sinn-Varianten mit semantischen, subjektiven, sozialen, nomischen, funktionalen und objektiven Sinnstrukturen.

⁹⁰ Laut Lamnek (2010: 27) ist der Symbolische Interaktionismus innerhalb der ersten beiden Sinnkonzepte verortet.

Während genereller Konsens über Sinndimensionen und Erkenntnislogik herrscht, erschweren variable Schwerpunktsetzungen und Gewichtungen des jeweiligen Erkenntnisinteresses die methodische Verortung im Spektrum Kollektivität und Handlungstheorie. Alternativ fokussiert Hitzler (2014: 62) auf die zugrundeliegende „*Frage, wo die Analyse ansetzen und bis wohin sie reichen soll, reichen muss oder reichen darf, um als akzeptable Analyse zu gelten*“ und liefert in Tab. 3 folgenden Vorschlag (ebd. 2014: 62ff):

Qualitativ-rekonstruktiver Ansatz	Sinngabungsprozess als "sinnhafte" Analysenreichweite
Phänomenologie	"bis zur kontingenten, [Mensch-]Welt-konstitutiven Handlungsfähigkeit der Akteure"
Ethnomethodologie, Konversations-/Gattungsanalyse	"bis zu 'stillschweigenden' Basisregeln der sozialen Praktiken...und Kommunizierens"
Symbolischer Interaktionismus, Wissenssoziologie	"bis zu den jeweiligen Symbol- und Interaktionsordnungen"
Biografieforschung, Bourdieu-Schule	"bis zu den historischen Rahmenbedingungen und Lagerungen"
Diskursforschung	"bis zu den, die Handlungsfähigkeit der Akteure konstituierenden, sozialen Diskursen"
Objektive Hermeneutik	"bis zu den deutungsgenerierenden vorsozialen...[Tiefen-]Strukturen"

Tab. 3: Spektrum der Sinn-Analysenreichweite

Allgemein fokussiert die phänomenologische Tradition⁹¹ (Edmund Husserl, Alfred Schütz) auf der Konstitution von Sinn als Sinnsetzungs- und Sinndeutungsprozess und der stufenweisen Konstitution sozialen Wissens als Erkenntnisinteresse (Buber et al., 2009: 84). Die Ethnomethodologie (Harold Garfinkel) und die Konversationsanalyse (Harvey Sacks) konzentriert sich hingegen auf den *modus operandi* der Herstellung reflexiver Sinnzuschreibungen und sozialen Sinns. Die biographische Narrationsanalyse (Fritz Schütze) wiederum rekonstruiert über Ex-post-Muster und Verlaufskurven die eigentliche Selbstrepräsentation und subjektive Verarbeitungsweisen biographischer Ereignisse.

Bourdieu's „*modus operandi*“ ist dem Menschen implizit und natürlich selbstverständlich. In Anlehnung an den philosophischen Diskursbegriff von Michel Foucault (1926–1984) unterscheidet die Diskursanalyse zwischen wörtlichem Sinn und formalen Gesprächsregeln. Die Rekonstruktion der unbewussten Regelgebundenheit der objektiven Hermeneutik umfasst den subjektiv-manifesten und objektiv-latenten Sinngehalt (Strübing, 2013: 144). Die Dokumentarische Methode (Karl Mannheim, Ralf Bohnsack) relativiert den deterministischen Regelbegriff und unterscheidet zwischen immanentem Sinngehalt, intentionalem Ausdruckssinn und allgemeinem Objektsinn.

⁹¹ Auf die korrespondierende Relation von Realität zu Theorie wird bewusst verzichtet.

Das interaktionistische Wechselverhältnis und die Kontingenz menschlicher Handlungen stützen den Nachvollzug des subjektiven-direkten Sinns (Strübing, 2013: 37). Daher erscheint der vorgeschlagene Sinngebungsprozess von Hitzler (2014: 63) der „*jeweiligen Symbol- und Interaktionsordnungen, die bestimmte Handlungsweisen [und Handlungskompetenzen] der Akteure erzwingen, selektieren und ermöglichen*“, als angemessen für den weiteren Forschungsverlauf.

6 GROUNDED THEORY METHODOLOGIE

Als gegenteiliges Paradigma zum Mainstream formaler Sozialwissenschaften⁹² und nomologisch-deduktiver Sozialforschung entwickelten Barney Glaser und Anselm Strauss in ihrer polemischen Gründungsschrift „*The Discovery of Grounded Theory*“⁹³ (1967) ein pragmatistisch-interaktionistisch orientiertes Forschungsverfahren als „...*way of thinking about and studying social phenomena*“ (Corbin und Strauss, 2008: 1). Während „*grounded*“ die kontinuierliche Begründung der Interpretation durch Daten betont, bezeichnet „*theory*“ die Genese eines Begriffsnetzes bzw. Objektivationen gegenstandsbezogener Theorien (Strübing, 2013: 111). Die aktuelle Literatur bezeichnet das theoretische Produkt mit praktischem Erklärungsanspruch (Mey et al., 2011: 12) bzw. das interdisziplinäre Begriffsnetz mit inhaltlicher Füllung (Legewie, 2006: 17) als Grounded Theory und das qualitative Forschungsdesign und die Auswertungsmethode als Grounded-Theory-Methodologie⁹⁴ (Hug et al., 2015: 152).

⁹² Im Sinne der „*Grand Theories*“ und deren abstrakter Systematik ohne empirische Anbindung (Przyborski et al., 2010: 186)

⁹³ Aktuell in der 11. Auflage und seit 1998 in deutscher Übersetzung.

⁹⁴ Mangels einheitlicher deutschsprachiger Übersetzung wird der originäre Begriff der GTM verwendet (Przyborski et al., 2010: 187).

Ein Streit hinsichtlich des Thomas-Theorems führte zu einer Spaltung in einerseits positivistisch orientierter Columbia School⁹⁵ und andererseits pragmatisch-konstruktiver Chicago School⁹⁶ (Przyborski et al., 2010: 186, Buber et al., 2009: 196). Während Glasers methodologische Position eine struktur-funktionale Lesart aufweist, verfolgen Strauss (1987)⁹⁷, Strauss und Corbin (1996) bzw. Corbin und Strauss (2008) ein interaktionistisches Situationsmodell mit handlungstheoretischem Fundament und sozialtheoretischer Rahmung.

Die offene und kreative Forschungslogik ermöglicht, ein breites Spektrum möglicher Perspektiven und Wirklichkeitskonstruktionen im „*nicht-teleologischen*“ Deutungsrahmen der GTM zu fassen (Strübing, 2013: 152, Göttlich, 2006: 4/104). Insofern verzichtet die GTM auf jegliche analytische Setzung, akzeptiert im Grunde jegliches Datenmaterial und betrachtet das Material rein als Ausgangspunkt des Forschungsprozesses. „*In der GTM werden... durch eine Abfolge aufeinander abgestimmter Kodierprozeduren polyphone Kategorien angestrebt, die Widersprüche zulassen sowie dem Anspruch der Dichte gehorchen.*“ (Muckel, 2011: 336)

Der zugrundeliegende Prozess umfasst theoretisches Sampling und Kodieren, zirkuläre Logik von Datengewinnung und Interpretation, permanente Komparistik und Protokollierung durch Memos als Grundprinzipien (Przyborski et al., 2010). Die gegenstandsbezogenen Theorienetzwerke (Strauss et al., 1999: 27), Theorie-Skizzen (Mey et al., 2011: 29) bzw. Theorieminiaturen (Strübing, 2013: 121) repräsentieren vereinfacht Wie-Erklärungen der Handlungsweise oder des Prozesses im Sinne einer Theorie mittlerer Reichweite (Clarke, 2011: 229).

Der Forschungsprozess systematisiert den kontrollierten Prozess von kreativer Eigenleistung und argumentativem bzw. intersubjektivem Nachweis in den Daten. Dabei liefert die GTM

⁹⁵ Inklusive eigenem Grounded Theory Institute (www.groundedtheory.org) der Gründungsväter von Lazarsfeld und Merton.

⁹⁶ Die Grundspannung „*Emergence vs. Forcing*“ verdeutlicht Strauss' konstruktivistisches Theorieverständnis gegenüber Glasers naivem Induktivismus (Strübing, 2013: 111, Buber et al., 2009: 192f).

⁹⁷ Laut Kromrey (2009: 15) lassen sich die 16 „*working axioms*“ von Straus auf die Einheit von Individuum und Gesellschaft, Welt als symbolisches Universum und eine dimensionale Kontinuitätsunterstellung komprimieren.

gegenstandsverankerte Bilder der Wirklichkeit als Konzeptualisierungen der beobachteten Welt. Die Mitentwicklung des technischen Methodenstandards ATLAS.ti (Buber et al., 2009: 192) sowie die Vernetzung in interdisziplinären Forschungswerkstätten⁹⁸ (Mey et al., 2011: 20ff) festigten ihren Status als Standard qualitativer Forschung⁹⁹ (Truskat, Kaiser-Belz und Volkmann, 2011: 353, Konopásek, 2011: 387, Buber et al., 2009: 191, Strübing, 2014: 7, Legewie, 2006: 1).

Ausgehend von den Auslegungsvarianten einer zweiten bzw. dritten Generation haben sich sieben fundamentale GTM-Stile¹⁰⁰ und unzähligen Mischformen entwickelt (Kuckartz, 2010: 62/73, Bryant und Charmaz, 2010: 11/454f). Innerhalb dieser „*family of methods*“ kommen der Dimensional Analysis (Schatzman, 1991), der Situational Analysis¹⁰¹ (Clarke, 2011), der Constructivist GTM (Bryant et al., 2010: 10f), der Reflexiven GTM (Breuer, 2009) und der Open-Minded Grounded Theory¹⁰² (Buber et al., 2009: 166/677) verstärkte Aufmerksamkeit zu. Als Konsequenz gilt die Strauss-Corbin GTM als wissenschafts- und methodentheoretisch gehaltvollere, plausiblere und realitätsnähere Forschungslinie (Strübing, 2014: 9, Charmaz, 2011: 185, Przyborski et al., 2010: 187). Umgesetzt auf vorliegendes Projekt bedeutet das vereinfacht: Wesen und Wahrnehmungsformen eines abstrakten Konstruktes werden mit relevanten Akteuren diskutiert und in Forscherteams systematisch rekonstruiert.

6.1 Arbeiten an Kodes und Konzept-Indikator-Modell

Die Theorieentwicklung verläuft vereinfacht über den zentralen Deckmantel der Konzeptualisierung von Daten (Helle, 2001: 113). „*Darunter versteht man das Benennen von*

⁹⁸ <http://www.qualitative-forschung.de/information/aktuere/forschungswerkstaetten>

⁹⁹ U.a. am Buchtitel „*Qualitative Analysis for Social Scientists*“ (Strauss, 1987) erkennbar.

¹⁰⁰ Ein Überblick der unterschiedlichen Erkenntnisphilosophien und Disziplinatorientierungen fundamentaler GTM-Varianten findet sich bei Strübing, 2008: 65ff bzw. Bryant et al., 2010: 454f.

¹⁰¹ Clarkes (2011) postmoderne Situationsanalyse integriert den Diskurs als dritte Ebene von Sozialität.

¹⁰² Die Ursprungsschrift (1967) von Glaser und Strauss basiert auf einem rein induktiven Verfahren.

Phänomenen mithilfe von Begriffen, die abstrakter und prägnanter sind als oberflächliche, allgemein gehaltene Beschreibungen.“ (Muckel, 2011: 338) Die Zielsetzung der Konzeptualisierung setzt eine notwendige Distanzierung von den Daten und dem Kontextwissen voraus (Strauss, 2007: 59).

Die Übersetzung von Daten in Konzepte und Kategorien gilt vereinfacht als kreativ-abstrahiertes Arbeiten „AN Codes“ (Kuckartz, 2010: 91). *„Kodierte Daten verkürzen die analytischen Entfernungen zwischen manchen Datenstücken selektiv, was diese elementaren Einheiten handhabbarer macht. Kurzum, sie ermöglichen eine Art von effizienterem, thematisch oder semantisch organisiertem Lesen.“* (Konopásek, 2011: 392). Als pragmatische Sinneinheiten sind Codes ein subjektives Label für ein Wort, eine Wortkombination oder ganze Textsegmente und in einem konstitutiven Prozess der Dekontextualisierung primär das Produkt menschlicher Interpretationsleistung (Kuckartz, 2010: 58). In diesem Sinne sind Konzepte Konstrukte für eine Ordnungsfunktion von Erfahrungen. Die Literatur unterscheidet zwischen textlich auffälligen „*in-vivo-codes*“ und einem direkten Bedeutungshof sowie „*common sense categories*“¹⁰³, abstrakten „*conceptual codes*“ und „*sociological constructs*“ (Charmaz, 2011: 195, Muckel, 2011: 340, Bryant et al., 2010: 209, Strauss, 2007: 64f).

„Grounded theory is based on a concept-indicator model, which directs the conceptual coding of a set of empirical indicators.“ (Strauss, 1987: 25) Unterste Analyseebene sind Codes als datennahe Begriffsassoziationen mit kontextsensitiven und sequenziellen Eigenschaften (Legewie, 2006: 15). Der Analysewechsel zwischen Daten und Konzepten basiert auf dem Grundmodell des systematischen Entdeckens durch Kodiertechniken und den Verfahrensmodi Induktion, Deduktion und Verifikation (Strauss, 2007: 37f).

Kreative Interpretationsschleifen und Heuristiken von Variation, Kontrast, Ähnlichkeit und Distanz¹⁰⁴ erhöhen den konzeptionellen Abstraktionsgrad und Ordnungszusammenhang sukzessive in Richtung übergeordneter Konzepte mit komplexem „*Innenleben*“ (Berg und

¹⁰³ Theoretische Relevanz setzt immer empirische Verankerung voraus (Kühschelm, 2010: 31, Strauss et al., 1999: 218).

¹⁰⁴ Der empirische Modus kontrastiver Vergleiche ist Herzstück der GTM und ähnelt der Dokumentarischen Methode (Bohnsack, Marotzki und Beuser, 2006: 43).

Milmeister, 2011: 308, Kromrey, 2009: 160). Die Konzepte wiederum sind an einer thematischen Schnittstelle von Empirie und Theorie angesiedelt und werden entsprechend einer Interpretationsleistung konstruiert (Corbin et al., 2008: 151, Blumer, 1954: 4).

Analytische Setzungen von Kategorien orientieren sich pragmatisch am Kriterium der Reichweite (Muckel, 2011: 338, Bryant et al., 2010: 17f). Die direkte Verbindung der Codes mit dem Datenmaterial der textuellen Arbeitsebene begründet „*Groundedness*“, während Kategorien nur indirekt mit den Daten verbunden sind (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 13). Ähnlich repräsentieren Phänomene bzw. die Phänomenswelt ebenfalls Indikatoren mit perspektivischer Sinnverweisung für theoretische Konzepte (Strübing, 2014: 53).

Zusammenfassend betrachtet die aktuelle Methodenliteratur das Kodieren mittlerweile als „*eigenständige Auswertungsmethode*“¹⁰⁵ (Gläser et al., 2009: 45), wobei die Kodierverfahren deutliche Bezüge zu Webers verstehender Soziologie und Diltheys Hermeneutik aufweisen.

6.2 Vorwissen als theoretische Sensibilität

Strauss (2007: 36) betont den forschungspraktischen Umgang mit Vorwissen als provisorische Quelle für analytische Ideen, denkbare Erklärungen und zusätzlichen Näherungswert für Fremdverstehen. Vereinfacht enthält das Vorwissen die kategorialen Grundlagen einer Interpretation der empirischen Welt und liefert das axiale Moment auf dem Weg zur gewünschten Storyline. Basierend auf der pragmatistischen Kontinuitätslogik eignen sich jegliche Alltagserfahrungen und Alltagswissen als heuristische Vorannahmen für theoretische Sensitivität¹⁰⁶ (Strauss, 2007: 36) und mögliche sensibilisierende Konzepte (Strübing, 2014: 59).

¹⁰⁵ Saldana (2009: 5ff) differenziert zwischen 29 Kodiertechniken.

¹⁰⁶ Strauss et al. (1999: 25) verstehen theoretische Sensibilität als persönliches „*Bewusstsein für die Feinheiten in der Bedeutung von Daten*“ und empfehlen (ebd., 2007: 325), „*eine Zeitlang sozusagen in der Geschichte [zu] leben*“.

Theoretische Sensibilität und sensibilisierende Konzepte bilden erste Planungsmomente für Datengewinnung und Interpretation als spiralförmigen Lern- und Prüfungsprozess (Corbin et al., 2008: 303/308). „*Sensitizing concepts give the user a general sense of reference and guidance in approaching empirical instances, suggesting helpful direction along which to look.*“ (Given, 2008: 812) Blumer (1954: 5ff) betrachtet abstrakte Theoriebegriffe¹⁰⁷ und alltagsnahe Konzepte des Handlungsfeldes aufgrund ihrer Vagheit eines „*something beyond*“ als sensibilisierend. Analog baut Blumers Konzeptionalisierungstheorie auf Meads erkenntnistheoretischer Argumentation einer kreativ-gedanklichen Verknüpfung von Erfahrungen und wissenschaftlichen Begriffskonstruktionen auf und knüpft an Peirces Orientierungs- und Transzendierungsmechanismus von existierenden Wahrnehmungsfeldern durch Konzepte an (Brumlik, 1973: 14). Lamnek (2010: 209f) empfiehlt, bewusst auf „*allgemeine oder spezielle soziologische Kategorien wie Grundbegriffe, Schlüsselbegriffe etc.*“ als Strukturierungshilfe für den Interpretationsprozess und die Syntheseleistung mit der Theorie zurückzugreifen. Basierend auf dem Weberschen Konzept subjektiver Sinnentsprechung können die perspektivischen Betrachtungsvorschläge den alltäglichen Erfahrungen entstammen (Buber et al., 2009: 151, Strübing, 2014: 31, Lamnek, 2010: 209). „*Selbst die unmittelbarsten Erfahrungsurteile sind mögliche Elemente eines Weltbildes.*“ (Kühsehelm, 2010: 30)

Vereinfacht gesagt erhöhen „*geborgte*“ Theoriebegriffe interne Validität und Generalisierbarkeit, während Alltagskonzepte durch Akzeptanz und Praktikabilität die kontextuelle Validität erhöhen (Berg et al., 2011: 305). Die wachsende Bedeutung der Orientierungs- und Zuordnungsfunktion des Vorwissens prägte auch die GTM-Forschungslogik¹⁰⁸. Aus den Hypothesen und Vorannahmen des Vorwissens werden verstärkt Konsequenzen deduktiv abgeleitet, die wiederum als induktive Suche in Daten über bekannte oder neue Codes und Konzepte im Datenmaterial kodiert werden (Reichert, 2011: 293). Im Hinblick auf Exploration und Offenheit betonen Truscat et al. (2011: 356), verstärkt eine abduktive Denkhaltung¹⁰⁹ einzunehmen. Methodisch verbindet Peirce im abduktiven

¹⁰⁷ U.a. „*social institutions, attitudes, value, norm, personality, reference group, social structure, primary group, social process, social system, urbanization, accommodation*“ (Blumer, 1954: 5).

¹⁰⁸ U.a. auch in Anlehnung an die „*Ökonomie des Handelns*“ (Allheit, 1999: 9).

¹⁰⁹ Abduktion gilt als nichtlogischer, unwillkürlicher und tentativer Erkenntnismodus (Strübing, 2013: 48).

Schließen ¹¹⁰ praktische Handlungsbezüge und erfahrbare Realität mit Erfahrungen, Plausibilität und Kreativität. „Insofern sind die abduktiv gefundenen Ordnungen weder beliebige Konstruktionen noch valide Rekonstruktionen, sondern brauchbare (Re-) Konstruktionen.“ (Reichert, 2011: 289)

Das Vorwissen allgemeiner Erfahrungen und Bedeutungen bildet den forschungsökonomischen Ausgangspunkt der Untersuchung. Im Sinne der Qualitätssicherung wurden die relevanten Konzepte und plausiblen Assoziationen und Vorannahmen selbstreflexiv in Memos und später in gemeinsamen Forschungssitzungen entsprechend expliziert. Die Klärung der Bandbreite möglicher Assoziationen fördert theoretische Sensibilität (Strauss et al., 1999: 63) und reduziert ge- bzw. erwünschte Ergebniskonstruktion durch „Hineininterpretation“ (Kühschelm, 2010: 40).

6.3 Offenes Kodieren und Kodestruktur

Das offene Kodieren ¹¹¹ umfasst den deskriptiven Zugang auf die Binnenperspektive der Handelnden und ist das forschungstechnische „Sprungbrett“ zum interessierenden Phänomen (Strauss, 2007: 100)¹¹². In der Theoriesprache der GTM beschreibt das offene Kodieren das „Aufbrechen“ der Textoberfläche in Richtung kreativ-systematischer Erschließung neuartiger Perspektiven und Denkweisen (Strauss et al., 1999: 59). Der erkennbare konstruktive Charakter wird allgemein durch eine Forschungskombination von „[some] background, knowledge, and experience“ begünstigt (Corbin et al., 2008: 34).

¹¹⁰ In der Literatur ist der Begriff der Abduktion „diffus bis widersprüchlich bestimmt“ (Reichert, 2011: 281) und taucht in der GTM „eher implizit denn explizit auf“ (ebd, 2011: 291).

¹¹¹ Unabhängig von der Ebene bedeutet Kodieren die Konzeptualisierung von Daten.

¹¹² Bzw. als „Beginn eines Puzzlespiels“ (Strauss et al., 1999: 176).

Die hermeneutische Analysephase des Was-Kodierens zielt zunächst auf den subjektiven Bedeutungssinn ab (Kuckartz, 2010: 100). In sequenzieller Leseweise werden erste Kodings¹¹³ ausgewählt und mit natürlichen Codes und Konzepten provisorisch verbunden¹¹⁴ (Strübing, 2013: 118). Simple „W-Fragen“¹¹⁵ helfen, den induktiven Abstraktionsgrad über den Bereich des vordergründigen Inhalts und Vorwissens zu erweitern und durch Doppelbezug bzw. Doppelbezüge neuartige Perspektiven und kreative Lesearten zu generieren und die Konzeptualisierung anzuregen (Strauss, 1987: 17). „*Dadurch liegt der GTM eine für das hermeneutische Arbeiten charakteristische Konfliktfigur zugrunde, die Spannung von Nähe und Distanz, von Vertrautheit und Fremdheit.*“ (Berg et al., 2011: 305)

Zusätzlich stimulieren theoretische Schlüsselkonzepte als Heuristiken die datenbasierte Analyse (Bryant et al., 2010: 207). Strauss et al (1999: 46/50) erweitern diese „geborgten“ Konzepte¹¹⁶ um deduktiv gewonnene Deskriptoren mit höherem Abstraktionsniveau. Methodisch entwickelt sich somit das Lese- und Analyseprinzip der Dimensionalisierung von einer Paraphrasierung des Materials und empirischer Zusammenhänge in Richtung assoziative Vorgehensweise (Strübing, 2013: 123, Clarke, 2011: 321). Diese Logik erscheint auch angemessen für den Prozess der Datengewinnung und wird im empirischen Teil über das assoziative Potenzial von Korrelationen als Suchhypothesen bzw. Leitfragen angewendet.

Durch Umbenennungen, Neukodierungen oder Zusammenführungen verändern sich die Kodestrukturen und Kodelisten im Forschungsprozess permanent. Ergänzend lassen sich überraschende oder unbekannte Zusammenhänge als abduktive Entdeckungen im Sinne von Peirce bewerkstelligen. Das abduktive Schließen bietet Raum für kreative Denkmöglichkeiten ohne entsprechende (vorläufige) Ordnung. Die tentativ theoretischen Typisierungen und

¹¹³ Trotz synonyme Verwendung gilt Terminus „Koding“ als exakte Textstelle und „Kode“ als deren Bezeichnung.

¹¹⁴ Analog der Sequenzanalyse der Objektiven Hermeneutik (Przyborski et al., 2010: 204).

¹¹⁵ „Was, wer, welche, wie, wann, wo, warum, womit, wozu, was wenn nicht?“ Strauss et al., 1999: 57, Mey et al., 2011: 39).

¹¹⁶ Als Potenzial an begrifflich-analytischen Bedeutungen und Assoziationen für die analytische Perspektive.

Zusammenhangsvermutungen werden fortlaufend mit dem Datenmaterial konfrontiert und auf Plausibilität überprüft (Strübing, 2013: 48).

Während das offene Kodieren als erste Stufe der Generalisierung auf der textnahen Ebene statischer Themenfelder und Kategorien (ver-)bleibt, fokussiert das nachfolgende axiale Kodieren als „*fortgeschrittene Technik des Codierens*“¹¹⁷ auf die zweite Stufe der Abstraktionsebene und die dynamisch-kausale Funktionsweise von Wirkungsmodellen (bzw. Reagibilitätsmodellen) als gegenstandsbezogene Theorie (Kuckartz, 2010: 77).

6.4 Axiales Kodieren und Kodierparadigma

Angelehnt an Meads Überlegungen fassen Strauss et al. (1999: 144) soziale Komplexität modelltheoretisch über makrostrukturelle Bedingungen und mikrointeraktionalen Kontext. Die korrespondierenden analytischen Modelle Bedingungsmatrix¹¹⁸ und interaktionistisches Kodierparadigma bilden eine Hintergrundfolie relevanter Beziehungen und Ereignisse, um „*für das gesamte Spektrum an Bedingungen theoretisch sensibel zu sein, das auf das untersuchte Phänomen wirken KÖNNTE [!]*“ (Strauss et al., 1996: 135). Das eigentliche Kodierparadigma basiert auf einem allgemeinen Verständnis sozialen und intentionalen Handelns und einer möglichen Ausdifferenzierung von „*Ursache-Wirkungs-, Mittel-Zweck- oder Zeit-Raum-Relationen*“ als Kombination von Bedingungs- und Handlungstypen¹¹⁹ (Hug et al., 2015: 156).

Prozessorientierter Mittelpunkt ist das Phänomen als „*zentrale Idee, Ereignis, Geschehnis, der Vorfall, auf den eine Reihe von Handlungen oder Interaktionen gerichtet ist, um ihn zu kontrollieren oder zu bewältigen oder zu dem die Handlungen in Beziehung stehen*“ (Strauss et

¹¹⁷ Bzw. „*Wie-Codieren*“ (Kuckartz, 2010: 101).

¹¹⁸ Alternativ wird die Bedingungsmatrix als Verortungssystematik der Makro-Strukturen im empirischen Teil verwendet.

¹¹⁹ Bzw. struktureller Kontext und Aushandlungs-Kontext (Strauss et al., 1996: 138).

al., 1999: 75). Indirekte Makro-Strukturen von Gesellschaftlichkeit¹²⁰ sowie direkte Prozessaspekte und situativ-interaktive Momente ursächlicher Bedingungen, Eigenschaften, perspektivischer Vorbedingungen, Handlungsstrategien und Konsequenzen¹²¹ vervollständigen die analytische Ordnung zweckgerichteter Handlungs- und Interaktionsfolgen (Strübing, 2013: 120f, Kuckartz, 2010: 77). Folglich ist das Kodierparadigma als flexibles Instrument für die Rekonstruktion und Interpretation des Sinnzusammenhangs zu verstehen.

Die entstehenden Ketten und Profile sind als Funktions- und Erwartungstypen bzw. Wirkmodelle mit produzierter und wahrscheinlicher Wirkung¹²² zu lesen (Gläser et al., 2009: 25, Strauss, 2007: 316). „*A [Bedingungen] führt zu B [Phänomen], was zu C [Kontext] führt, was zu D [Handlung/Interaktion, inklusive Strategien] führt, was dann zu E [Konsequenzen] führt.*“ (Strauss et al., 1999: 101). Die Variabilität der Ketten spiegelt vereinfacht die Komplexität sozialer Realität wider. Etzrodt (2003: 268) trennt den modelltheoretischen Koordinationsprozess formal in einen Gratifikationsaspekt konkreter Konsequenzen als eigentlichem „*Nutzenaspekt*“ vom restlichen Orientierungsaspekt der Sinnkonstitution ab. Die Wirkungsketten plausibilisieren Motive, Kontext und Situationen menschlichen Handelns und liefern theoretische Erklärungsargumente mit hoher Anschlussfähigkeit an interpretative Ansätze, entscheidungstheoretische Modelle und funktionalistische Rollenkonzeptionen (Buber et al., 2009: 168, Gläser et al., 2009: 25f, Ziemer, 2009: 32).

Die singulären Funktionstypen repräsentieren provisorische Teilbedingungen und lassen sich fallübergreifend¹²³ zu Wirkungsmodellen verdichten (Kuckartz, 2010: 83, Strauss, 2007: 37). Die zunehmende Abstraktion ist als weitere Annäherung an den präferierten GTM-Idealtypus

¹²⁰ „*Resultate der handelnden Auseinandersetzung mit Strukturen produzieren also fortgesetzte Strukturen, die weiteres Handeln rahmen.*“ (Strübing, 2013: 121)

¹²¹ Die analytische Zuordnung der Paradigma ist primär als Konstruktion des Forschers zu verstehen (Corbin et al., 2008: 90).

¹²² Ähnlich verbindet Legewie (2006: 17) Wirkung mit „*Konsequenzen des Auftretens bzw. der Variation des Phänomens*“.

¹²³ Die Abstraktion zentraler Merkmale von Handlungen, Ereignissen oder Prozessverläufen im Sinne eines kleinsten gemeinsamen Nenners (= Tertium comparationis).

zu verstehen (Strübing, 2013: 187). Idealtypen¹²⁴ dienen ihrem Charakter als subjektive Vorstellungen im Bewusstsein der reinen Verortung der empirischen Realität (Scheufele et al., 2009: 235), wobei der Idealtypus in der GTM wiederum auf dem empirischen Durchschnittstyp aufbaut (Przyborski et al., 2010: 327).

Dabei hilft die Software ATLAS.ti, (neue bzw. auch andere) Abfolgen und Relationen als Verbindungen im Network View zu konzeptualisieren, wobei entsprechende Programmobjekte¹²⁵ und ausgewählte Codes im Relations-Editor den theoretischen Hintergrund skizzieren. Die perspektivische Konvertibilität der Komponenten im Kodierparadigma und das resultierende Spektrum der Denk- und Lesearten sind im Hinblick auf den Qualitätssicherungsaspekt zu thematisieren. Letztlich verbleibt die Entscheidung für oder gegen eine Interpretationsart als kognitiver Prozess in der Verantwortung des Forschers und letztlich ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Da die nationale Vergleichsebene kontrastive Geltungsbedingungen für die strukturelle Verflechtung und das Relevanzsystem von Nationalstolz in internationaler Kommunikation umfasst, lassen sich Bedingungsmatrix und Kodierparadigma analytisch verknüpfen. Die Forschungsfrage fokussiert auf das formallogische System der Funktions- und Erwartungstypen und die zugrundeliegenden bedeutsamen Wahrnehmungsformen.

Im Hinblick auf das Forschungsziel lässt sich der indirekte Kausalmechanismus als analytische Setzung in unabhängige, abhängige und intervenierende Funktions- und Erwartungstypen denken.

Abhängig vom Detaillierungsgrad der „*Groundedness*“ erlaubt die zugrundeliegende Logik mehr oder weniger konkrete Handlungsempfehlungen zur praxisorientierten Lösung des Gestaltungsproblems („*Was ist notwendig?*“) und Optimierungsproblems („*Wie ist*

¹²⁴ Kuckartz (2010: 98) unterscheidet zwischen „*Ideal-, Real-, Proto-, Durchschnitts- und Extremtypen*“ und den jeweiligen Merkmals-Kombinationen.

¹²⁵ Primary document, quote, code und memo.

darzustellen?“) abzuleiten. Während der Re-Entry das Thema allgemeine Gestaltung abdeckt, setzen Optimierungsmaßnahmen weiterführende Untersuchungen voraus.

6.5 Memos und Visualisierungstechniken

Pointiert sind Memos schriftliche Formen der Selbstreflexion¹²⁶. Funktional unterstützen Memos über eine illustrative Verknüpfung mit Zitaten bzw. Datensegmenten den kommunikativen und argumentativen Forschungsprozess (Strübing, 2013: 125), protokollieren allgemeine Aktivitäten im Forschungsfeld und die denklogische Theoriegenese (Breuer, 2010: 152, Buber et al., 2009: 279, Strauss, 2007: 37).

Die zirkuläre Forschungslogik der GTM findet sich als offene Architektur im Memoing-Prozess wieder (Strauss, 1987: 14). In Anlehnung an die Methodenliteratur (Mey et al., 2011: 26f, Corbin et al., 2008: 123ff) wurde die vorgegebene Struktur der Global Memo Types¹²⁷ an die Theoriebelange des Forscherteams und die Datenbasis angepasst. Abb. 5 verdeutlicht die Struktur mit Ideen-Memos als gedankliche Container-Lösungen und textnahe Kode-Memos mit thematischen Facetten, kreativen Begriffsassoziationen und Text-Filter. Konzept-Memos spiegeln konzeptionelle Überlegungen als Produkte induktiven und deduktiven Denkens, während Theorie-Memos theoretische Verdichtungen interdisziplinärer Theorieansätze und ihrer Empirie beinhalten (Mey et al., 2011: 26f, Corbin et al., 2008: 123ff)

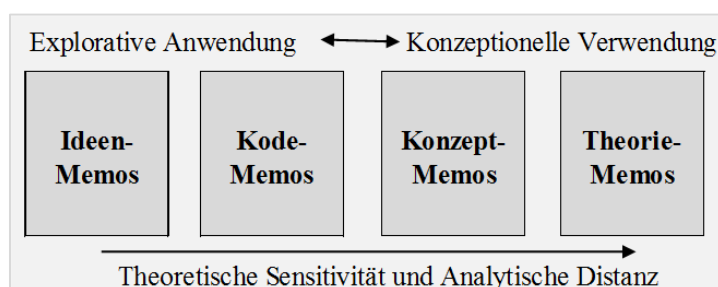


Abb. 5: Memoing-Prozess im Forschungsverlauf

¹²⁶ Für Strauss und Corbin ist immer ein gewisser Einfluss der Erfahrungen und Denkweisen des Forschers auf das Forschungsergebnis feststellbar, der entsprechend expliziert werden muss.

¹²⁷ ATLAS.ti 6.2 General Preferences: Memos/Comments/Memo/Theory

Analog zum zirkulären Forschungsverlauf tragen die Memo-Inhalte als subjektive Produkte und Reflexionen des Forschers zunehmend zur analytischen Distanz bei. „*Mit steigendem konzeptuellem Niveau geht es immer um Wahrnehmungen von Wahrnehmungen.*“ (Glaser, 2011: 149) Die wechselseitige Beeinflussung der Memo-Struktur verhindert eine lineare chronologische Memosequenz (Strauss, 2007: 47). Zusätzlich dienen Memos der Qualitätssicherung¹²⁸ über Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Validität (Kuckartz, 2010: 134).

Als zentraler Bestandteil der Chicago School fördern visuelle Elemente die Herstellung von Verbindungen und Gruppierungen und erleichtern die Analyse von Relationalität. Kuckartz (2010: 184) setzt visuelle Datenkomprimierungen mit dem Stellenwert analytisch-konzeptioneller Forschungsarbeit „*im originären Sinne*“ gleich. Dabei differenziert er zwischen fallorientierten Visualisierungen und fallübergreifenden konzeptionell-interpretativen Darstellungen¹²⁹ bzw. Konzept-Maps (ebd, 2010: 179). „*Maps sind exzellente Hilfsmittel zur Materialisierung von Fragen.*“ (Clarke, 2011: 223) Ähnlich empfehlen Corbin et al. (2008: 107f) das Hilfsmittel einer visuell-analytischen Darstellungslogik für die Entwicklung dichter Beziehungsnetze.

6.6 Gütekriterien

Das Wesen sozialer Realität und subjektiv-bevorzugter Rekonstruktion verhindern eine Widerspruchsfreiheit gegenstandsbezogener Theorien. Das Datenmaterial ermöglicht aufgrund des dehnbaren Charakters eine Vielzahl von Wirklichkeitskonstruktionen (Strauss, 2007: 352). Die offene Thematisierung möglicher Denkvarianten in Memos ist ein erster qualitätssichernder Aspekt.

Sukzessive Dimensionalisierung und detaillierte Dokumentation stützen die interne und externe Validität einer konzeptionellen Ordnung zusätzlich. Verifikation überprüft Plausibilität über Qualität und Nachvollziehbarkeit der relevanten Perspektive sowie Funktionsfähigkeit als

¹²⁸ Vor allem in Bezug auf idiosynkratische Verzerrungen im Analyseprozess.

¹²⁹ Within-Case-Display / Cross-Case-Display.

Erklärungs- und Prognosefähigkeit unter dem Postulat ähnlicher Bedingungen (Strübing, 2014: 61). Einschränkend liefert der provisorische Charakter der Theorie prinzipiell nur Näherungswerte (Strübing, 2014: 62) und keinesfalls „*abschließende Antworten*“ (Berg et al., 2011: 313).

In diesem Sinne generiert die GTM perspektivengebundenen Wissen¹³⁰ und gilt als methodisches Gütesiegel für qualitative Sozialforschung. Während Blumer (1986: 39) metaphorisch sein „*Lüften des Schleiers*“ mit Angemessenheit und Fruchtbarkeit untermauert, korreliert die Gültigkeit der Forschungsergebnisse aktuell mit den allgemeinen „*Kriterien der Glaubwürdigkeit, Plausibilität und Vertrauenswürdigkeit*“¹³¹ (Mey et al., 2011: 16, Buber et al., 2009: 295). Diese wissenschaftlichen Gütekriterien sind soziale Konstruktionen und folglich vom Grad gemeinsamer Interpretationen abhängig (Buber et al., 2009: 372). Angemessene Evaluationskriterien beziehen sich auf ein nachvollziehbares Spektrum von Gegenstandsadäquatheit, Qualität des Forschungsprozesses und Qualität des Theorieergebnisses (Hug et al., 2015: 93ff). Aktuellere GTM-Varianten greifen wiederum verstärkt auf pragmatische Gütekriterien zurück (Mey et al., 2011: 30f).

Die folgenden Maßnahmen zur Qualitätssicherung sind als Kontrollansätze für vorliegende Arbeit zu werten: Der quantitative Ausgangspunkt, Vorstudie und der Re-Entry lassen im Ansatz ein gewisses Maß an Objektivität erkennen. Memos und Theorieskizzen protokollieren Nachvollziehbarkeit von Forschungsprozess und Theorieentwicklung. Der Methodenmix plausibilisiert Glaubwürdigkeit, während Übertragbarkeit auf theoretischem Sampling und Re-Entry basiert. Das Antwortverhalten der Probanden erfüllt das methodenspezifische Gütekriterium der Glaubwürdigkeit (Hug et al., 2015: 93). Qualitativ scheinen Einsatzvoraussetzungen und Samplestruktur eine akzeptable Tiefenschärfe der Fragestellung zu liefern. Der Rückgriff auf Moderator und Forscherteam und das Kodierparadigma als methodischer Bezugsrahmen sind letztlich im Hinblick auf methodische und praktische Stabilität zu werten. Die erkennbare Tiefe der Variationen und das Sättigungskriterium sind mit

¹³⁰ Qualitative Verfahren negieren die erkenntnislogische Differenz zwischen Proband und Forscher.

¹³¹ Anstelle testtheoretischer Standards von Verifikation, Reproduzierbarkeit und statistischer Signifikanz.

der Qualität einer vorläufigen Vollständigkeit gleichzusetzen. Die resultierende Relevanz des Re-Entry ist als Indikator für Validität, Intersubjektivität und Reliabilität ¹³² zu werten. Das Schlusskapitel bilanziert den „wirklichen“ Ertrag, Reichweite und Grenzen des Forschungsprojektes.

7 SYMBOLISCHER INTERAKTIONISMUS

Georg Herbert Meads (1863-1931) Hauptwerk *„Mind Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist“* (1934) beinhaltet systematische Ansätze für eine Theorie der Identität und für eine Theorie der Kommunikation (Buber et al., 2009: 140). Als Theorie der Interaktion ist jegliche Kommunikation¹³³ als innere Interaktion zu verstehen. *„Somit ist eine Handlung, die alleine oder in Bezug auf ein Objekt durchgeführt wird, immer auch eine Interaktion mit sich selbst.“* (Etzrodt, 2003: 96) Als Konsequenz ist der Symbolische Interaktionismus (SI) eine Wahlhandlungstheorie mit einem Koordinations-Problem strategischer Interdependenz.

Lamnek (2010: 261) definiert symbolische Interaktion als *„...ein wechselseitiges, aufeinander bezogenes Verhalten von Personen und Gruppen unter Verwendung gemeinsamer Symbole, wobei eine Ausrichtung an den Erwartungen der Handlungspartner aneinander erfolgt“*. Die Orientierung erfolgt anhand von Symbolen, möglichen Bedingungen und Konsequenzen des eigenen sowie des Verhaltens der Anderen.

Für Mead sind die zentralen Aspekte seiner Theorie Selbstreflexivität, Perspektivenwechsel Rollenübernahme und Intersubjektivität. *„Every concrete activity is the solution of a situation.“* (Znaniacki 1974: 68) Als methodologische Konsequenz der erkenntnistheoretischen und sozialtheoretischen Grundrichtung des Thomas-Theorems ist die Bedeutung als subjektive Perspektive der Handelnden zu fassen und damit verwirkt jeglicher universelle Wahrheitsanspruch (Strübing, 2013: 35). Die unterschiedlichen Gewichtungen der beiden

¹³² Im Sinne Vertrauenswürdig, Zuverlässigkeit und prinzipieller Replizierbarkeit (Przyborski et al., 2010: 38, Allheit, 1999: 6)

¹³³ U.a. auch Kommunikation mit leblosen Objekten.

grundlagentheoretischen Positionen Pragmatismus und Behaviorismus ermöglichen zehn weitere breitenwirksame Rezeptionen mit den Grundrichtungen Chicago School und behavioristische Iowa School (Hofmann, 1989: 79ff).

7.1 Das Individuum als Symbolwesen

Vereinfacht besagt eine kommunikationswissenschaftliche Ausgangsthese, dass die Welt des Menschen vom Individuum konstruiert und symbolisch vermittelt wird. Bedingt durch den sozialen Charakter sind Symbolsysteme Ordnungssysteme sozialer Wirklichkeit bzw. Wirklichkeitsdeutungen und fungieren als soziales Regulativ. „*Die Wirklichkeit der Alltagswelt ist nicht nur voll von Objektivationen, sie ist vielmehr nur wegen dieser Objektivationen wirklich.*“ (Berger et al., 2007: 37)

In einer sozialkonstruktivistischen Grundorientierung erfahren Handelnde die Welt durch ihre leibliche und situative Positionierung und in der interaktiven Aushandlung der Bedeutung von Objekten und Situationen (Strübing, 2013: 24). Dabei konstruiert der Mensch die perzipierte Umwelt nach eigenen Handlungsintentionen, Situationsdefinitionen und in der Interaktion mit Anderen (Göttlich, 2006: 50). Folglich bewegt und orientiert sich der Mensch in einer natürlichen und symbolischen Umwelt von Zuweisungen, Bewertungen und Bedeutungen. Die symbolische Umwelt ist das Ergebnis menschlichen Handelns. Symbolische Interaktion wiederum bezeichnet diesen Zugang zu den Bedeutungen der Umwelt im kommunikativen Austausch mit den Anderen (Göttlich, 2006: 51).

Unter Symbolen versteht man optisch bzw. akustisch wahrnehmbare Zeichen mit einem allgemeinen Sinn variabler Bedeutung. „*Zeichen ist alles, was unsere Sinne reizt.*“ (Abels, 2010: 261) Zeichen bündeln konkrete Erfahrungskomplexe und diese Systeme verweisen auf erweiterte Sinnzusammenhänge. Symbole sind als Indikatoren für Bedeutung zu verstehen, welche ohne diese Bedeutung keinen Sinn haben. Symbole lösen typische Reaktionen mit spezifischer sozialer Geltung aus (Abels, 2010: 261). „*A symbol does tend to call out in the individual a group of reactions such as it calls out in the other, but there is something further that is involved in its being a significant symbol: this response within one's self ... is a stimulus to the individual as well as a response.*“ (Mead, 1934: 71f) Dennoch stehen Symbole nicht nur für Nachahmung von Welt, sondern ermöglichen auch Kreation von Welt und neuen

Darstellungsformen. Die Bedeutung eines Objektes wird vereinfacht ausgedrückt „...*durch das bestimmt, was man mit diesem Gegenstand machen kann*“ (Krotz, 2007: 70).

Der Prozess der Symbolisierung ist vereinfacht die kommunikative Kombination eines Sachbereichs mit einem Sinnbereich. Gesten als interpretative Vorstufe zu Symbolen sichern Kommunikation über passende Reaktionen im Rahmen eines allgemeinen Sinns (Abels, 2009: 197). Signifikante Symbole repräsentieren Stellvertreter für bestimmte Interpretationsweisen und Handlungsabsichten im Hinblick auf eine gleiche Sinnvorstellung (d.h. Vorstellungen, Bedeutungen und Reaktionen). Zusätzlich steigert das Prinzip der Rollenübernahme über die wechselseitige Verschränkung der Perspektiven die Antizipierbarkeit von Verhalten (Abels, Fuchs-Heinritz, Jäger und Schimank, 2007: 22).

Aus Sichtweise des SI repräsentieren die Symbole und bezeichneten Inhalte lediglich Indikatoren für das konstitutive Konzept der Bedeutung (Krotz, 2007: 70). Die Verwendung von Zeichen drückt einen Bezug zur Wirklichkeit aus. Folglich konstituiert das Individuum seine Wirklichkeit durch soziales Handeln in Bezug auf Symbole und deren Bedeutungen (Berger et al., 2007). Als Konsequenz muss sich jegliche Theorie mit Fokus Kommunikation auf Symbole und deren Bedeutungen konzentrieren.

Pointiert skizziert der Leitgedanke von Mead eine Erschließung der sozialen Welt über symbolische Bedeutungen (Abels et al., 2007: 17). Die Welt besteht aus Objekten, die das Resultat von symbolischer Interaktion sind (ebd., 2007: 49). In seiner Symboltheorie verweist Elias (2001: 173) auf den doppelten Charakter der Erfahrungswelt durch selbst erklärende materielle Objekte der Umgebung und andererseits sprachlich und kulturell interpretierte und konstituierte Symbole. Die Bedeutung der Objekte entsteht in der wechselseitigen Interpretations- und Definitionsleistung und organisiert die Handlung. Das Handlungspotenzial wiederum ist identisch mit dem Sinn bzw. der Bedeutung der Objekte (Krotz, 2007: 54). Sinn und Bedeutung ist für Mead zweifelsfrei primär als Ergebnis von Erfahrungen und somit als Eigenschaft sozialen Verhaltens zu verstehen und erst sekundär als Objekteigenschaft. Die „*Wirkung als Konsequenz der Verarbeitung*“ setzt am physikalischen Konzept der Resonanz an und kann konsonant bzw. dissonant sein (Krotz, 2007: 235).

Vereinfacht formuliert sind Symbole Kulturprodukte basierend auf einer sozialen Grundbedeutung und einer möglichen interindividuellen Variation (Lamnek, 2010: 35). „Die zentrale Hypothese des Symbolischen Interaktionismus ist, dass soziale Interaktionen stark von diesen Grundbedeutungen der verwendeten Symbole abhängig und geprägt sind. Aufgabe der wissenschaftlichen Erforschung sozialen Handelns ist es, Funktion und Bedeutung der verwendeten Symbolsysteme zu untersuchen.“ (Lamnek, 2010: 35) Die Bedeutung und die Praktiken der Symbolsysteme und Sprache beschränken sich nicht auf Kommunikation, sondern sind konstitutiv für eine alltägliche Konstruktion von Wirklichkeit.

Kommunikation, Alltag, Identität, Kultur und Gesellschaft rücken somit in einen unmittelbaren Zusammenhang mit einem gemeinsamen Nenner der Bedeutung. Bedeutung kann nur im wechselseitigen Bezug zu Kultur und deren sozialer Praxis interpretiert werden. Krotz (2007: 56) verkürzt diesen Zusammenhang auf eine Formel von Kommunikationswissenschaft als „...Grundlagenwissenschaft vom Menschen als Symbolwesen“ (Krotz, 2007: 56)¹³⁴.

7.2 Sprache als Symbolsystem

Für Mead (1934: 124f) symbolisiert Sprache menschliche Erfahrungen und generalisierte Erwartungen. „Die Sprache als das Symbolsystem par excellence ist Träger intersubjektiv geteilten Wissens und versorgt uns mit den Erklärungen für Situationen, wie wir sie normalerweise erleben.“ (Abels, 2010: 262) In diesem Sinne ist Sprache als bewusstes System von Symbolen das Instrument einer alltäglichen Konstruktion von Wirklichkeit (Krotz, 2007: 54).

Jegliche Identitätsstrukturen im menschlichen Bewusstsein setzen folglich die Möglichkeit der Bewusstseins-, Handlungs- und Reflexionsfähigkeit im Kontext sozialer Umwelt voraus. Diesen reflexiven Mechanismus der Bildung eines Nenners gemeinsamer Bedeutungen übernehmen die Sprache und die Kommunikation.

¹³⁴ Die basale Basis begründet Krotz (2007: 61) über Kommunikation als Grundkonzept von Alltag, Gesellschaft und Kultur.

„*Out of language emerges the field of mind.*“ (Mead, 1934: 134) Signifikante Sprache ist untrennbar mit dem konditionierten Prozess eines inneren Dialogs und folglich einem „*persönlichem Verständnis des Gesagten*“ verbunden (Mead, 1995: 149). In diesem Sinne ist Sprache keine reine Abstraktion, sondern „*übermittelt bis zu einem gewissen Grad auch das hinter ihr stehende Leben*“ (ebd., 1995: 331).

Mead (1995: 229) betrachtet Kommunikation als Grundprinzip gesellschaftlicher Organisation und Ordnung. Sprachentwicklung ist mit einem Sozialisationsvorgang verbunden und reflektiert eine Theorie der Wirklichkeit.

Signifikante Symbole und Rollen werden durch menschliche Sprache vermittelt und helfen über einen inneren Dialog gegenseitiger Erwartungen die Handlungen abzustimmen. Die signifikanten Symbole sind das wichtigste Medium zur Übernahme der Haltungen (Miebach, 2010: 59). In Meads (1934: 141) Theoriesprache gilt der innere Dialog („*inner conversation*“) einerseits als grundlegender Prozess der Genese von Identität und andererseits als Denken. In diesem Kontext fungiert Sprache als Brücke zwischen innerer und äußerer Realität und zeichnet für die Entwicklung und Stabilisierung von Identität verantwortlich.

7.3 Interaktion und Kommunikation

Kommunikation setzt als Prozess Interpretation voraus. Folglich ist Interaktion mit Kommunikation verbunden. Damit Lebewesen kommunizieren, müssen sie interagieren. Kommunikation gilt somit als spezifische Form sozialer Interaktion. Soziale Interaktion kann vereinfacht als wechselseitiges Geschehen zwischen Menschen nach dem Prinzip von Aktion und Reaktion definiert werden. Die Wahrnehmung und kognitive Verarbeitung von Information ist ein komplexer Prozess bestehend aus einer Kombination von interaktiven und interpretativen Vorgängen. „*Interaktion bedeutet vereinfacht, dass wenigstens zwei Individuen miteinander und aufeinander bezogen handeln.*“ (Abels, 2009: 184) In dieser Urform von Interaktion ist das erkennbare situationsbezogene Handeln folglich als zwischenmenschliche Interpretation präsenter Individuen zu begreifen. Kommunikation gilt als Spezialfall der Interaktion und beide repräsentieren die zentralen Prozesse für jegliches Verstehen.

In der Perspektive des SI gilt Kommunikation als „*ständiges wechselseitiges Orientieren der Kommunikationspartner*“ (Stegbauer, 2011: 104). Die Symbolverwendung ermöglicht die Perspektivenübernahme und gedankliche Übernahme der „anderen“ Rolle. Durch diesen reziproken Prozess der Koordination entsteht die „*Erwartung bestimmter Erwartungen*“ (ebd., 2011: 104).

Der SI basiert auf einem handlungstheoretischen und konstruktivistischen Kommunikationsverständnis mittels kommunikativer Symbole und deren Bedeutungskonstitution im sozialen Kontext, welches sich kategorisch vom herrschenden Paradigma des abstrakt-metaphorischen Informations-Transmissionsmodells bzw. eines behavioristischen Anzeige- bzw. Wahrnehmungsmodells abhebt¹³⁵. Als Erweiterung des traditionellen Informations-Transmissionsmodells konzipiert der Symbolische Interaktionismus ein Kommunikationsverständnis kooperativer Bedeutungsvermittlung und Bedeutungsproduktion und damit die grundsätzliche Vermittlung von Objekt- und Subjektseite. Das Kommunikationsverständnis umfasst Meads Überlegungen zur praktischen Intersubjektivität, zur Rollentheorie, zu Identitätsaufbau und zu symbolvermittelter Interaktion.

Als logische Konsequenz sind die Prozesse eines äußeren und beobachtbaren symbolischen Zeichenaustausches mit dem inneren Prozess situativer Bedeutungskonstitution als konvergenter Kommunikationsrahmen zu denken (Krotz, 2007: 71, Göttlich, 2006: 71).

Der innere Prozess gilt dabei als Prozess des Verstehens beim Empfänger bzw. als antizipatorisches Einstellen auf den bzw. die Anderen (Krotz, 2007: 71). „*Darstellungen eigener und Wahrnehmung fremder Absichten sind stets projektiv: Sie beruhen auf den vermuteten Erwartungen des anderen hinsichtlich des eigenen Verhaltens wie auf der vermuteten Reaktion der anderen auf eigene Absichten.*“ (Brumlik, 1973: 79)

Stark vereinfacht verbindet Kommunikation Individuum und Gesellschaft als soziale Konstruktion von Identität. Außerdem schafft Kommunikation einen Bedeutungsraum und Sinnbezug sowie eine Bedeutungsstruktur und soziale Ordnung (Knoblauch, 2004: 359). Die analytische Bedeutung von Kommunikation erklärt sich durch ihre Funktion „*als Bindeglied zwischen den sozial-kollektiven und den subjektiven Aspekten der Identität*“ (ebd., 2004: 354).

¹³⁵ In der Folge ist der SI am ehesten dem Rezeptionsmodell zuordenbar.

7.3.1 Prämissen und konstitutiver Rahmen

Die Grundlagentheorie des Symbolischen Interaktionismus knüpft an das Thomas-Theorem an und beruht auf folgenden Prämissen menschlichen Handelns (Blumer, 1986: 2f):

- 1) Menschen handeln Dingen¹³⁶ gegenüber auf Grundlage deren Bedeutung
- 2) Dingliche Bedeutungen sind das Ergebnis sozialer Interaktionen
- 3) Bedeutungen entstehen in einem interpretativen Prozess

Auf diesen konstitutiven Prämissen beruht die methodologische Forschungsposition als Verstehen von Handeln über die Bestimmung der Objekte.

Insbesondere Prämisse zwei und drei bieten einen eigenständigen Denkgehalt. Die zweite Prämisse betont die Konstitution von Bedeutung als soziales Produkt und ermöglicht folglich eine Abgrenzung zu einer philosophischen Denkweise. Die dritte Prämisse betont die dynamisch-interaktive Komponente, die über eine Aktualisierung und Gebrauch bestehender Bedeutungen hinausgeht. Bei Verletzung der drei Linien folgt eine Interferenz in Interaktion und Kommunikation (Blumer, 1986: 13) mit Implikationen für den identitätstheoretischen Diskurs. Knoblauch (2004: 284) spricht von emotionalen und kognitiven Dissonanzen, „*die eine Person als [mehr oder weniger massive] VERUNSICHERUNG ihres Selbst erlebt*“.

Zusätzlich bedingt der Prozess des wechselseitigen Anzeigens eine Verkettung einzelner Handlungen und lässt folglich Kontinuität trotz individueller Interpretationsleistung erkennen. (Blumer, 1986: 17ff). Die Kontinuität wird über eine vertikale Verkettung mit vorangegangenem gemeinsamem Handeln, nebst einer horizontalen Verkettung mit den Interaktionsteilnehmern, gestärkt (Abels, 2010: 341). Diese Kontinuität im Sinne wiederkehrender Handlungsmuster beschreibt Blumer (1986: 17) durch den Begriff der „*joint*

¹³⁶ Darunter fallen z. B. Menschen, Institutionen, Ideen, Objekte und Sachverhalte immaterieller Natur (Abels, 2010: 340, Blumer, 1986).

action“¹³⁷. „In the case of group or collective conduct it is in the form of social interaction wherein individuals define the acts of one another and mobilize themselves for collective action.“ (ebd., 1986: 98)

7.3.2 Grundkonzepte des Symbolischen Interaktionismus

Abb. 6 skizziert das Schema des SI über die Grundkonzepte als Zugänge zu spezifischen Vorstellungswelten und der Konstitution von Wirklichkeit.

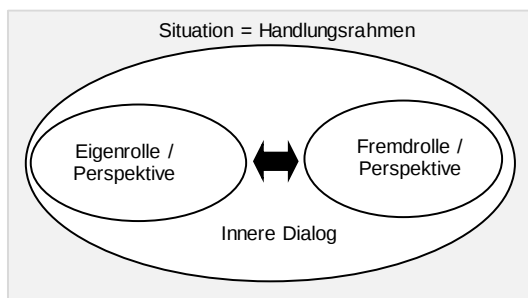


Abb. 6: Grundkonzepte des Symbolischen Interaktionismus

„One primary condition is that action takes place in and with regard to a situation.“ (Blumer, 1986: 85) Die Definition der Situation entspricht vereinfacht der Einigung der Beteiligten auf einen im Konsens erschaffenen Handlungsrahmen und objektive Handlungsbedingungen, der den möglichen Kontext der Beteiligten strukturiert und limitiert. Die homogenen Vorstellungen und Handlungsbedingungen definieren einen relevanten und szenisch zu verstehenden Teilausschnitt als „... Moment [in] einer gemeinsam konstituierten symbolischen Struktur und Umgebung“ (Krotz, 2007: 72). Das Thomas-Theorem als Konzept für die Definition der Situation begründet folglich die Relevanz für die Konstitution von Bedeutung. „Dabei ist die Definition der Situation die Szene bzw. das Bühnenbild für die Interaktion.“ (Etzrodt, 2003: 92)

¹³⁷ Blumer (1986: 70) ersetzt Meads „social act“ mit folgender Begründung: „It [Anmerkung OJ: joint action] refers to the larger collective form of action that is constituted by the fitting together of the lines of behavior of the separate participants.“

Präsenz und Bezugnahme der Beteiligten erfolgen in jeglicher Situation mittels Rollen bzw. Handlungsrollen (Krotz, 2007: 73). Rollen sind mit spezifischen Erfahrungen und konkreten Situationen verbunden und können wechselseitig aktiviert werden. Die Kommunikationsfähigkeit setzt eine spezifische Rolle als situationsadäquater Präsentationsmodus voraus. Aus Perspektive des SI wird Rolle als situativbezogener Ausdruck von Persönlichkeit und Identität verstanden.

Die Perspektivenbildung ist als soziokultureller Prozess zu verstehen, der strukturelle und soziale Perspektiven überformt (Keupp, 2009: 278). Analog zum Rollenkonzept als Ausschnitt einer Realität nimmt jedes Individuum einen perspektivengebundenen Standpunkt ein und folglich „...nimmt kein Individuum etwas so wahr, wie es ist“ (Krotz, 2007: 74). Standpunkt und interpretierte Situation bilden die Basis für einen perspektivischen Ausschnitt eines kontinuierlichen Aushandlungsprozesses innerhalb des Rahmens. Die Selektions- und Strukturierungsleistung wird durch das Rollenkonzept ergänzt und vervollständigt. Diese Kombination antizipierenden Denkens zeichnet für soziale Handlungen und letztendlich für Wirklichkeit verantwortlich.

Kommunikation als Konstitution von Bedeutung beinhaltet folglich eine gemeinsame Definition der Situation des Handlungsrahmens sowie einen relationalen Bezug der verwendeten Rollen und Perspektiven. Die imaginative Rollenübernahme ist in unterschiedlichen Modellkonzeptionen empirisch bestätigt¹³⁸ (Göttlich, 2006: 82ff). Dennoch beschränkt sich die Perspektivenübernahme nicht nur auf eine Kontrollfunktion der Reaktionen auf den Anderen, sondern ermöglicht die Identifikation der sich ergebenden Erwartungen vom Standpunkt des Gegenübers. „*Letztlich handelt es sich um eine selbstreflexive Perspektive, nämlich hinsichtlich der Frage, wie der andere einen selbst wahrnimmt, welche Handlungen dieser von einem selbst erwartet.*“ (Stegbauer, 2011: 99) Die formalsoziologische Affinität mit dem Konzept der Rollenerwartungen begründet sich durch die typischen Verhaltenserwartungen. Der zusätzliche Rekurs auf strukturelle Einbettung und perspektivischen Standpunkt des Anderen konstituiert die Rollenreziprozität. In Konvergenz zum Identitätskonzept knüpft das Rollenkonzept ebenfalls an die Kategorien Individuum, Gesellschaft und System an (Ziemer, 2009: 34).

¹³⁸ V.a. im Bereich parasozialer Beziehungen beginnend mit Horton und Wohl (1956) bzw. Horton und Strauss (1957).

Die soziale Reaktion auf konkretes Verhalten ist im Sinne einer Kontrollinstanz zu verstehen. Aufgrund von Perspektivenverschränkung wird soziales Verhalten antizipierbar und begründet folglich eine kognitive Bindung an Werte. Werte sind das Resultat wechselseitigen Verhaltens und werden allgemein im Lernprozess und von Sozialisation tradiert (Abels, 2009: 32).

Während Mead die Spiegelung der Haltungen Anderer explizit auf übersituative Aspekte wie Werte, Rollen, Einstellungen und Normen beschränkt, erweitern Goffman (2002: 221ff) und Berger et al. (2007) die theoretische Erklärung des Internalisierungsprozesses auf die gesamtheitliche Ebene der sozialen Welten und gesellschaftlichen Routinen. Dabei wird die symbolische Ebene als charakteristischer Interaktionsmodus für soziales Zusammenleben durch nichtsymbolische Interaktionen¹³⁹ ergänzt.

Zusätzlich gibt es in der Denktradition des SI keine abstrakte Welt, sondern nur interpretierte und folglich definierte Umwelten. Die skizzierte Interpretationsleistung resultiert in der Konstruktion einer symbolischen Welt. Dennoch besteht diese Welt aus physikalischen, sozialen und abstrakten Objekten (Blumer, 1986: 90) und wird durch Kommunikation und gegenseitige Verhaltensanpassung im sozialen Erfahrungsprozess geschaffen. Die Beschaffenheit der Objekte konstituiert sich jedoch aus der Bedeutung als sinngebendes Konzept. Dadurch erhalten Objekte ihren sozialen Charakter und konstituieren intersubjektiv die Umwelt.

Das zugrundeliegende Handeln resultiert in einer Auffassung von sozialer Welt, die Blumer (1986: 40) als „*empirical social world*“ bezeichnet. Als realitätsorientierter Ansatz¹⁴⁰ verfolgt Blumer ein Vertiefungskonzept von Exploration und Inspektion als interpretativer Deutung. Vereinfacht bedeutet das zunächst, dass Fragen DER empirisch-sozialen Welt und nicht Fragen ÜBER die empirisch-soziale Welt gestellt werden müssen.

An dieser Stelle kann Folgendes festgehalten werden: Kommunikation erfordert einen Handlungsrahmen als Definition der Situation und gemeinsame Basis, innerhalb dessen sich

¹³⁹ Z. B. reflexartiges aufeinander bezogenes Verhalten des Schlag-Ausweichens (Lamnek, 2010: 35).

¹⁴⁰ „...*down-to-earth approach to the scientific study of human group life*“ (Blumer, 1986: 47).

die Beteiligten in Perspektiven und Rollen imaginativ aufeinander beziehen. Verstehen von Symbolproduktionen setzt folglich die Rekonstruktion situations-, rollen- und perspektivengebundener Handlungs- und Kommunikationskontexte voraus und gilt als basale Gemeinsamkeit jeglicher Kommunikationsart. Als Konsequenz gilt, dass Bedeutung nur erschlossen werden kann.

7.4 Bedeutung und Wirkung

Mead betrachtet das wahrgenommene Objekt als Summe der möglichen und zukünftigen Handlungen des Individuums in Bezug auf das Objekt. Das Handlungspotenzial ist ident mit dem Sinn der Objekte und organisiert die Wahrnehmung als Entschlüsselung der Bedeutung. *„Die Bedeutung als Objekt variiert von Kontext zu Kontext, konkret von Interaktion zu Interaktion.“* (Abels, 2010: 301) Symbole differenzieren nach expressiven Ausdrucks- und Bedeutungsmöglichkeiten und sind folglich innerhalb der symbolischen Selbstdefinition ‚dehnbar‘ (Kritzmöller, 2002: 76).

Die signifikanten Symbole sind das wichtigste Medium zur Übernahme der Haltungen (Miebach, 2010: 59). Mead (1995: 222) definiert das verbundene Ziel einer abgestimmten Koordination mit einer höheren Wirksamkeit der Handlungen.

Erfolgreiche Kommunikation ist als Versuch einer gelungenen Annäherung der Interpretation zu verstehen. Kommunikationswirkung setzt Bedeutsamkeit voraus (Krotz, 2007: 206). Dabei verweist Mead auf den triadischen Charakter der Bedeutung: der Indikation einer Soll-Intention seinem Gegenüber bzw. einer Soll-Intention der sendenden Person im Hinblick einer gemeinsamen Soll-Handlung. *„This threefold or triadic relation between gesture, adjustive response, and resultant of the social act which the gesture initiates is the basis of meaning.“* (Mead, 1934: 80)

Die visuelle Darstellung des Schauspielers (Mead, 1934: 44) ist gemäß der triadischen Relation ein Indikator für die Überzeugungsleistung des Schauspielers, der Wahrnehmung und Aufmerksamkeit durch ein inhaltliches Erwartungsbild dem Interpretationsspielraum des Rezipienten zu entsprechen und letztendlich eine gemeinsame Handlung im Sinne einer funktionierenden Kommunikation zu erbringen.

Auf die Kommunikation übertragen bedeutet dies eine Erprobung auf Basis existierender Erfahrungen. Das zugrundeliegende Spektrum reicht dabei von akkurater Interaktion über Nicht-Wahrnehmung und Fehldeutung bis hin zu Nicht-Verstehen. Einseitigkeit in der Produktion und Rezeption ist das Fehlen sozialer Verbindlichkeit im inneren Dialog und steigert die latente Gefahr nicht adäquater Interpretation (Kap. 9.2.).

7.5 Bewusstsein und Selbstbewusstsein

Mead betrachtet einen Reiz als eine Einstellung zu einem Objekt mit unterschiedlichen Handlungstendenzen. „*Erst die Konzeptualisierung der Einstellung bestimmt die Handlung.*“ (Etzrodt, 2003: 84) Als zweite Stufe führt Mead das Konstrukt signifikanter Symbole ein, die als Reize mit assoziativ gleichwertigen Einstellungen¹⁴¹ zu einem Objekt einer gemeinsamen Verständlichkeit unterliegen. Diese grundsätzlichen Überlegungen der bewussten Steuerung von oder über signifikante Symbole führten zum Bewusstsein bzw. Selbstbewusstsein. „*In diesem Sinne ist die Perspektivenübernahme die Funktion des Bewusstseins.*“ (Etzrodt, 2003: 86)

Rollenübernahme als Denken bzw. innere Kommunikation ist der eigentliche Ursprung für Meads (1934: 69) „*self-consciousness and the appearance of the self*“. Das Selbstbewusstsein setzt den reflexiven Bezug auf andere als Voraussetzung von Identität voraus (Abels, 2010: 264). In diesem Prozess betrachtet sich das Subjekt selbst als Objekt seiner Wahrnehmung. Durch antizipierendes Verhalten reguliert das Subjekt sein Verhalten und wird sich seines Selbstbewusstseins gewahr. „*Es ist die signifikante Geste bzw. das signifikante Symbol, welche Selbstbewusstsein allein ermöglicht.*“ (Brumlik, 1973: 23).

Unverkennbar ist das Selbstbewusstsein „*ein Produkt des sozialen Verhaltens*“ (Etrzodt, 2003: 219). Die bewusste Koordination der Zugänglichkeit zur Umwelt ist für Mead ebenso Bewusstsein. „*Consciousness is functional, not substantive; and in either of the main senses of the term it must be located in the objective world rather than in the brain - it belongs to, or is a characteristic of, the environment in which we find ourselves.*“ (Mead, 1934: 112) Die Funktionalität wird durch den Akt der Perspektivenübernahme als innerer Dialog gewährleistet. Das Selbstbewusstsein als „*Denken*“ oder „*Konversation mit sich selbst*“ (Etzrodt, 2003: 86)

¹⁴¹ Idente Reaktionen entsprechen dem behavioristischen Verständnis.

koordiniert die Auswahl einer sinnvollen Handlungsweise, basierend auf den Konzepten von Sinn und Bedeutung. Mead definiert die wechselseitige und aktive Auseinandersetzung des Individuums mit der materiellen und sozialen Umwelt und die Reflexion des Sinns einer Situation als Geist („mind“). „Geist hat das Individuum in dem Augenblick, wo es Symbole verwendet und sich der möglichen Bedingungen und Konsequenzen seines eigenen und des Verhaltens der Anderen bewusst wird.“ (Abels, 2010: 261) Diese Realität des Geistes als empirisch beobachtbare Symbole leitet sich genetisch aus einfachem Verhalten ab. Die gegenseitige Rollenübernahme ermöglicht die wechselseitige Interpretation als Voraussetzung für soziales Handeln. Diese menschliche Kompetenz ist der Grund dafür, dass Menschen signifikante Symbole verwenden und schaffen.

Im Gegensatz zu Webers (1988: 556) Verständnis eines differenzierten Spektrums menschlichen Verhaltens und (sozialen) Handelns¹⁴² ist für Mead jegliches Verhalten soziales Handeln mit vorhergehender Interpretationsleistung. Diese Perspektive impliziert jegliche Handlung als Interaktion und jegliches Verhalten als Resultat von Definitionsprozessen. Selbst die subjektiven Erfahrungen sind „sozialer Herkunft“ (Etzrodt, 2003: 212). Basierend auf der relationalen Beziehung konstituierten die objektiven Elemente im Prozess der Kommunikation das (Selbst-)Bewusstsein.

Das Bewusstsein ist die selbstreflexive Aufmerksamkeit gegenüber eigenen Reaktionen in bedeutungsvollen Situationen. Pointiert formuliert ist es die Konzentration auf den eigenen Charakter als soziale Reizquelle. Bedeutungsproduzierendes Handeln ist jedoch nicht auf das eigene Reaktionsbewusstsein oder faktische Reaktionen des bzw. der Anderen reduzierbar, da der Prozess der Bedeutungsproduktion und Bedeutungsvermittlung das Bewusstsein antizipierbarer Reaktionen des bzw. der Anderen und der eigenen Handlung umschließt (Göttlich, 2006: 70).

7.6 Identität und Identitätsbewusstsein

¹⁴² Etzrodt (2001: 178) differenziert zwischen 57 typischen Fällen menschlichen Verhaltens.

Der Psychologe William James (1842-1910) gilt als Begründer der Identitätsforschung und unterstellte einen Bewusstseinsstrom¹⁴³ zwischen Subjekt und Objekt. Er geht von einem dynamischen Selbst als Einheit von reflexivem Subjekt-Ich („I“) und empirischem Selbst („me“) aus und berücksichtigt dabei Handlungsantrieb, Wechselseitigkeit und soziale Anerkennung (Knoblauch, 2004: 349). Charles Horton Cooley (1864–1929) wiederum entwickelte mit der Spiegelbildidentität bzw. dem Spiegelselbst („*looking glass self*“) die Basis für die Fähigkeit zur Rollenübernahme¹⁴⁴ und skizzierte somit ein erstes Verständnis einer perspektivisch-reziproken Identität (Dahrendorf, 2010: 135, Brumlik, 1973: 40).

Mead (1934: 172) greift auf die Überlegungen von James und Cooley zurück, betrachtet jedoch Kommunikation als Grundprinzip jeglicher sozialen Ordnung und folglich auch für die Konstitution seines Konzeptes von Identität. Meads (1934: 1) „*self*“ wird allgemein mit Identität (Abels, 2010: 272) bzw. Ich-Identität (Göttlich, 2006: 70) übersetzt. Das Selbstbewusstsein bzw. Identitätsbewusstsein ist für Mead ein emotionales Phänomen und setzt die Erkenntnis von Identität voraus. Erst über den Umweg des Anderen als Verbindung von Identität und Interaktion entsteht ein Selbstbewusstsein.

Ausgehend der Grundidee einer anthropologischen Kommunikationstheorie grenzt Mead menschliche Sozialität von tierischen Sozialformen ab. Seine Annahmen zum sozialen Ursprung der Ich-Identität und identitären Fragestellungen führten zu einer Theorie der Rollenübernahme („*role-taking*“). Die weiterführenden Überlegungen zum basalen sozialen Charakter von Reflexion, symbolischer Bedeutung und sozialen Instinkten vervollständigen seine soziale Theorie der Identitätsbildung (Göttlich, 2006: 69). Mead (1934: 144) spricht zunächst von „*social expressions of intelligence*“ als „*individual's ability to take the roles [Anmerkung OJ: or attitudes] of, or 'put himself in the place of', the other individuals implicated with him in given social situations*“. Den zugrundeliegenden Prozess der aktiven Auseinandersetzung mit einer Handlungslinie benennt Mead (1934: 87) als *Selbst-Anzeigen* oder Selbst-Interaktion. Im Verlauf dieses internalisierten Prozesses zwischen dem

¹⁴³ Seine Strom-Metapher (*stream of consciousness*) verweist auf ein Bewusstsein im ständigen Fluss von Veränderung und Differenzierung und ist für Straub (1994/95: 6) bereits durchgängig holistisch angelegt.

¹⁴⁴ Für Knoblauch (2004: 358) als Berücksichtigung der „*Antizipation der Handlung anderer in den eigenen Handlungen*“.

Selbst und seiner Welt macht sich der Handelnde auf Dinge aufmerksam und identifiziert sie als bestimmte Art von Objekt über verzögerte Reiz-Reaktion-Bedeutungen als „*Signifikanz eines Dinges*“ (Mead, 1995: 111). Dabei gilt die Meadsche Dingkonstitution als Objektperspektive der handlungstheoretischen Basis koordinierter Annäherung, antizipatorischer Reaktionen bzw. Hemmungen¹⁴⁵

Dennoch bevorzugt Mead die Dingkonstitution für die Auseinandersetzung und Wahrnehmungen von sozialen Gruppen mit Umweltobjekten im Sinne einer Vergesellschaftung der Natur (Göttlich, 2006: 74). Das Dingbewusstsein oder gegenstandsbezogene Bewusstsein basiert auf dem Umgang mit der Materialität der Natur bzw. Umwelt und ist an das soziale Bewusstsein gekoppelt, wobei Letzteres aufgrund der anthropologischen Orientierung vorgängig auf die physische Objektwelt wirkt.

Erfahrungen von Dingen entwickeln sich im Sinne eines reflexiven Ausdifferenzierungsprozesses als Aufbauleistung durch Anmerkung der Identität der Anderen und sind eng mit der Fähigkeit des Perspektivenwechsels¹⁴⁶ verbunden. Mead (1934: 131) erklärt dies folgendermaßen: „*We try to distinguish the meaning of a house from the stone, the cement, the bricks that make it up as a physical object, and in doing so we are referring to the use of it.*“ Der anfänglich neutrale Umgang mit der Natur bzw. Umwelt und sozialer Interaktion führt aufgrund des Handlungsdrucks¹⁴⁷ zur Desozialisierung der Dingwelt (Göttlich, 2006: 76). Interessanterweise beinhaltet Desozialisierung die Vermittlung sozialer Erfahrungen von und durch Dinge der Objektwelt als erfahrungsvermittelnde Aufbauleistung. „*Aber dazu müssen sie von Ereignissen der Sozialwelt zu unterscheiden gelernt werden.*“ (Göttlich, 2006: 80)

Anhand bekannter Beispiele veranschaulicht Mead (1934: 11/83/91) den Aspekt des Gegendrucks im Rahmen der Dingkonstitution. „*Dieser Gegendruck muß dann, dem handlungstheoretischen Modell der Dingkonstitution folgend, [de-]sozialisiert werden, dh. handlungspragmatisch erfahren werden...*“ (Göttlich, 2006: 76f).

¹⁴⁵ Das Spektrum der Widerstandshaltungen ist ähnlich dem der Rollenübernahme.

¹⁴⁶ Ähnlich der Fähigkeit der Rollenübernahme (Göttlich, 2006: 80).

¹⁴⁷ Handeln gegenüber Dingen gilt in Anlehnung an Blumers erste Prämisse als Handeln aufgrund von Bedeutung.

Die Koordination der physischen und der sozialen Objektwelt verbindet Mead über den Körper und die am Körper gemachten Erfahrungen der primären Sozialität. „*Gerade die Korporalität verweist im Wesentlichen auf die praktische Vermitteltheit des Köpers mit der Welt, also mit Erfahrungen in ihr...*“ (Göttlich, 2006: 109). Für die Genese des Körperschemas und der Dezentrierung der leibzentrischen Perspektive verwendet er ein sozialisationsbezogenes Muster und eine selbstreflexive Identitätsbildung.

An dieser Stelle lässt sich festhalten, dass Identität auf Kommunikation und dem alltäglichen Erleben dieser Kommunikation in Form von Inhalten beruht. Die bisherigen Ausführungen begründen ein theoretisches Bezugsmuster von „*Inhalt, Struktur und Art*“ (Krotz, 2007: 210).

7.7 Institution und Gesellschaft

Beim Thema „*self and society*“ knüpft Mead (1934: 260ff) an Cooleys bewusste Vorstellungen einer inhaltlichen Erfahrungsebene als „*solid facts*“ der Gesellschaft an. Für Blumer (1986: 82) sind Gesellschaften „*...made up of individuals who have selves that is, make indications to themselves*“ und ein fortlaufender Prozess wechselseitiger Anpassung individueller Aktivitäten (ebd., 1986: 10). Kontrastierend zu struktur- bzw. kulturanthropologisch funktionalistischen Sichtweisen leitet diese soziologische Auffassung jegliche soziale Struktur aus der Interaktion zwischen Individuen ab (Abels et al., 2007: 49). Gesellschaft ist vereinfacht ein variabler kommunikativer Sinnzusammenhang.

Während Mead die soziale Ordnung der Gesellschaft als soziale Tatsache mit funktionaler Anpassung betrachtet, verfolgt Blumer ein Verständnis einer konsensuellen Vertragsgesellschaft bzw. Kuhn ein Verständnis einer strukturellen Tatsache (Etzrodt, 2003: 227). Gesellschaft als institutioneller Handlungsort ist für die Koordination der Sinnstrukturen der Handlungen verantwortlich (Etzrodt, 2003: 305).

Mehrheitlich wird von einer Wechselwirkung zwischen formender Gesellschaft und rekonstruierenden Handlungen des Individuums ausgegangen. „*[S]ocieties cannot exist without individuals, and individuals hardly can without society.*“ (Immerfall und Therborn, 2010: 326) Jegliche wechselseitige Konstruktion setzt den expliziten Bezug des Anderen voraus. Als Konsequenz entsteht ein Rahmen der Verhandelbarkeit und soziale Konstruktion

von Wirklichkeit im Sinne eines kollektiven Gedächtnisses. Die abstrakte Einheit einer sozialen Gruppe definiert Mead als psychische Repräsentation der Gesellschaft.

Meads (1995: 196) „*verallgemeinerte Andere*“ ist die organisierte Gemeinschaft im Sinne eines Standpunktes. Der verallgemeinerte Andere ist eine Interpretation oder Konzeption gesellschaftlicher Erwartungen, die eine Person aus Erfahrungen ableitet und Durkheims (1976: 99) Kollektivbewusstsein ähnelt. „*The attitude of the generalized other is the attitude of the whole community.*“ (Mead, 1934: 154) Anders ausgedrückt: Der verallgemeinerte Andere beinhaltet den gesellschaftlichen Standpunkt universaler Normen und Werte in einer spezifischen Situation bzw. Rolle.

Abels (2010: 268) definiert den generalisierten Anderen als „*das Prinzip oder Sinn der Interaktion*“. Als Kritik an der fixierbaren Eindeutigkeit des generalisierten Anderen verbleibt ein „*Bereich des Offenen*“ (Thomas, 2009: 115).

Die Normen und Werte basieren auf sozialen Konventionen und per se intersubjektivität. Abels (2010: 267) betrachtet den generalisierten Anderen als vorgestellten Horizont von Normalität. Ähnlich betrachtet Mead (1995: 308) die gemeinsame Reaktion und Haltungen der Mitglieder einer Gemeinschaft auf eine spezifische Situation bzw. einen Reiz als Institution. „*The institution represents a common response on the part of all members of the community to a particular situation.*“ (Mead, 1934: 261) Analog verbindet Blumer (1986: 133) mit dem Konzept der Institution gewohnheitsmäßige Verhaltensmuster und Kontinuitäten. Als funktionale Übersetzung von Gesellschaftsstrukturen bzw. Vertragsgesellschaften repräsentieren sie die Voraussetzung für die Konstitution von Identität (Etzrodt, 2003: 243). Während Mead Institutionen (1934: als zentralen Theoriebestandteil konzipiert, relativieren nachfolgende Theoretiker deren Bedeutung in interpretativer Mehrdeutigkeit (ebd., 2003: 244).

Durch den sozialen Lernprozess der Sozialisation lernt das Individuum die mentale Repräsentanz sozialer Erwartungen als strukturiertes Wissen zu verinnerlichen und die individuelle Handlungsorganisation zu koordinieren (Strübing, 2013: 36).

Das Verständnis moderner Menschlichkeit ist eng mit der Annahme der Fähigkeit zu Selbst-Wahrnehmung bzw. der generellen Reflexion von Subjektivität verbunden. In Anlehnung an Georg Simmels (1968: 5f) Verständnis vom Menschen als Kultur schaffendes Wesen und Elias‘

(1997:70ff) struktureller Figurationssoziologie begründet Helmuth Plessner (1975: 89) diese Annahme über die anthropologisch-theoretische Denkfigur exzentrischer Positionalität. Aufgrund sozialanthropologischer Mangelexistenz ist die Beziehung des Menschen zur Umwelt nicht ausschließlich unmittelbar-zentrisch und im Rahmen eines harmonischen Gleichgewichts, sondern verschränkt sich gemäß Plessner (1975: 90ff) durch ein reflexiv-exzentrisches und folglich relatives Verhältnis umweltlicher Beobachtung und Handelns.

„Die Sozialität des Menschen... ist davon gekennzeichnet, dass wir die zentrische Positionalität zwar beibehalten, zugleich aber exzentrisch positioniert die zentrische Positionalität reflektieren können.“ (Baur et al., 2008: 202) Der anthropologische Aspekt der Inszenierung betrifft die Konstitutionsleistung im dualen Rahmen von Rollenspiel und menschlichem Inszenierungsverhalten. Prototypisch für diese anthropologische Signatur *„innerlich – von außen“* ist Plessner (1975: 50f) heranzuziehen: *„Plessner hat die conditio humana als Abständigkeit des Menschen von sich selbst begriffen, als ex-zentrische Position, in und mit der zugleich die Notwendigkeit des Rollenspiels, der Inszenierung gesetzt ist.“* (Kolesch, 2004: 281) Im Hinblick auf eine Sicherung der Kooperation wird die gestalterische Inszenierung jeglicher Handlung mit Deutungsanweisungen angereichert, die wiederum als Wirklichkeitsausschnitt performativ-fiktionale Inszenierungselemente aufweisen.

Das Erkennen durch Körperlichkeit und Umweltbezogenheit setzt die kontinuierliche Bestimmung der Beziehungen zur Umwelt voraus. Ähnlich Meads Identitätskonzept basiert dieser Prozess vereinfacht auf dem *„Spannungsfeld von ICH und WIR“* als mögliches Erleben von Ambivalenzen und Praxis und erklärt im Grunde die menschliche Umweltoffenheit (Lüscher, 2012: 213). Während Knoblauch Interaktion, Kommunikation und Sozialität bzw. Göttlich (2006: 51) kommunikativen Austausch und Rollenübernahme eher undifferenziert als Voraussetzung für Identitätsbildung betrachtet, differenziert Miebach (2010: 53f) modelltechnisch zwischen Sozialisationsprozessen und mikrospezifischen Interaktionsfeldern. Dabei fungiert die Leitdifferenz als Klammer beider Modelle.

7.7.1 Sozialisationsmodell und Rollenübernahme

Meads Ausgangspunkt für die Genese von Identität in der Interaktion sind Reiz-Reaktionsmuster als einfache Formen eines *„Handlungs-Dialogs“* (Knoblauch, 2004: 357). Der Mensch wird in eine objektive gesellschaftliche Welt und deren Gesellschaftsstruktur

hineingeboren und von einem vorgegebenen Ensemble signifikant Anderer sozialisiert. „*Ihre Bestimmungen seiner Situation sind für ihn als objektive Wirklichkeit gesetzt.*“ (Berger et al., 2007: 141) Prinzipiell wächst der Wissensvorrat mit der Phase der Sozialisation, wobei die „*quasi-automatisch*“ vertrauten und natürlichen Wirklichkeitsakzente der primären Sozialisation durch künstliche Relevanzstrukturen der sekundären Phasen präzisiert werden (Berger et al., 2007: 154).

Die erste Phase des „*play*“ bzw. Rollenspiels (Abels, 2010: 265) bezeichnet den nachahmenden Rollendialog mit einer expliziten strukturellen Orientierung im sozialen Nahbereich. Die zweite Phase des „*game*“ betont den reflexiven Charakter als organisiertes Wettspiel und impliziert die Rollenübernahme kollektiver Perspektiven und komplexerer „*me's*“. „*The fundamental difference between the game and play is that in the latter the child must have the attitude of all the others involved in that game.*“ (Mead, 1934: 134f)

Identität ist der Schlüssel zur subjektiven Wirklichkeit und daher dialektisch mit Gesellschaft verbunden. „*Gesellschaft, Identität UND Wirklichkeit sind subjektiv die Kristallisation eines einzigen Internalisierungsprozesses.*“ (Berger et al., 2007: 144) Als *Conditio humana* ist Gesellschaft wiederum spezifisch dialektisch mit Natur verbunden: „*Äußerlich ist das eine Dialektik des individuellen Lebewesens und seiner gesellschaftlichen Welt. Innerlich ist es eine Dialektik der biologischen Grundlage des Einzelnen und seiner gesellschaftlich produzierten Identität.*“ (ebd., 2007: 192)

7.7.2 Interaktionsmodell und innerer Dialog

Der innere Dialog ist als paralleler Prozess der Rollenübernahme in der sozialen Realität zu verstehen und ermöglicht die Erweiterung der Interaktion mit nichtsozialen Objekten. Diese Konzeptionierung begründet die analytische Trennbarkeit in ein Sozialisations- und ein Interaktionsmodell. „*Die Identität ist das Resultat des Dialogs zwischen dem ‚I‘ und ‚me‘.*“ (Etzrodt, 2003: 88) Die subjektive Identität als „*Self*“ besteht als Prozesseinheit aus den wechselseitigen Momenten impulsiver Reiz-Reaktionshandlung „*I*“ und sozialen Reflexionsmustern „*me*“. Beide sind als mehr oder weniger aktive Phasen der Handlung zu verstehen (Mead, 1934: 192)

Die Stabilität des Selbst als „*condensed knowledge of the ,I‘ about the ,me‘*“ wird durch den Prozess der Sozialisation relativiert (Immerfall et al., 2010: 327). Die dynamische Komponente repräsentiert das Interaktionsmodell als eigentliches Handlungsmodell (Miebach, 2010: 59). Im Interaktionsmodell skizziert Mead die Entstehung gemeinsamer Bedeutungen von Symbolen. Die Betrachtung der Funktion von signifikanten Symbolen in der Kommunikation erklärt den Interaktionsprozess (ebd., 2010: 58).

Im Grunde thematisieren die I-me-Persönlichkeitskomponenten die Möglichkeit einer Rollendistanz als Ausdruck „*persönlicher biographischer Teil der Identität*“ (Etzrodt, 2003: 88). Das „*me*“ beinhaltet die durch Sozialisation prozesshaft internalisierten Werthaltungen und ist somit flexible Bewertungsinstanz für die Komponente eines entstehenden Selbstbildes und Kontrollinstanz des generalisierten Anderen. Der generalisierte Andere umfasst die komplexen „*me’s*“ im Sinne einer integrativen Allgemeinheit. Nachfolgende Identitätstheoretiker setzten das reflektierte „*me*“ mit sozialer Identität gleich (Abels, 2010: 346).

Die Rollenübernahme nach Mead beinhaltet die Fähigkeit der Antizipation des situationsspezifischen Verhaltens des Anderen und eröffnet strategische Optionen für kommunikative Maßnahmen im Hinblick auf Rollen-Gestaltung und Requisiten-Gebrauch. Im Hinblick auf rollentheoretische Überlegungen verwendet Mead (1934: 73ff) folgende Konzepte:

- a) Rolle: Aufgrund sozial vorgeschriebener Pflichten und Funktionen umfasst jede Rolle konkretes erwartbares Verhalten.
- b) Role-playing: Die Verhaltenserwartungen werden als offenes Verhalten gezeigt.
- c) Role-taking: Diese kognitive oder empathische Positionseinnahme ist für Schurz (2004: 169) als „*empfindendes Verstehen*“ eine Sonderform des Verstehens.

Während Mead die Rollentheorie in seinen Vorstellungen vom Identitätsaufbau grundlegend artikulierte, verwendeten nachfolgende Theoretiker diese als Ausgangspunkt für modifizierte Versionen und Fassungen des zentralen Konzeptes „*role-taking*“. In Kap. 7.8 folgt eine Konzeptanalyse über ein theoretisches Inventar zentraler Thesen und ihrer Vertreter.

Im Sozialisationsmodell wirkt der gesellschaftliche Charakter von internalisierten Erwartungen und Interaktionsregeln normativ. Im Interaktionsmodell erfolgt die individuelle Interpretation von Bedeutung hinsichtlich einer dialektischen Relation zu sozialen Normen. Die Konstitution von Bedeutung weist folglich einen konstruktivistischen Bezug auf die Situation auf.

Aufgrund der Wechselwirkung können beide Modelle nicht gleichzeitig analysiert werden und forschungsmethodisch ist eine Struktur als konstant zu betrachten (Miebach, 2010: 149). Als Konsequenz ist die Prioritätensetzung¹⁴⁸ vom Forschungsfokus abhängig. Die Empirie (Kap. 10) fokussiert zunächst auf Themenfelder der Sozialisation. *„Ihre Struktur und [deren] Bedingtheiten erweisen sich als der Schlüssel zum Identitätsbegriff des S.I.“* (Brumlik, 1973: 101)

7.7.3 Alternative Sozialisationsdynamiken

Der Entwicklungspsychologe Jean Piaget (1898-1980) verfolgt ein ähnliches dialektisches Selbstkonzept mit phasenhafter Entwicklung menschlicher Intelligenz. Während Mead Denken und Sprache im Ursprung als soziales Phänomen skizziert, betont Piaget (2003: 205) hingegen die sukzessive Fassung der sozialen Umwelt durch das Individuum. Das Sehen konkreter Objekte und einfache mentale Repräsentationen bilden die Basis für den Geist als Unterscheidung von Wahrgenommenem und Gedachtem. Die geistige Entwicklung von Intelligenz beginnt mit einem Denkprozess als instrumentelles Handeln einer Innenperspektive (Piaget, 2003: 21ff). Die nachfolgenden Phasen der geistigen Anpassungsleistung umfassen die Fähigkeit zur selbstreflexiven Rollenübernahme und einer Logik sequenzieller Verarbeitung verschiedener Standpunkte. Ähnlich Meads (1934: 149) „play“ und „game“ unterscheidet Piaget zwischen egozentrischen Funktionsspielen, kollektiven Spielphasen bzw. Regelspielen und symbolischen Konstruktionsspielen, die ab dem zwölften Lebensjahr in bekannte Perspektivenkoordination und fortschreitende soziale Anpassung münden (ebd., 2003: 181).

Die zugrundeliegende Wechselwirkung fasst Piaget als Kreismodell und differenziert zwischen den kognitiven Anpassungsprozessen Assimilation und Akkommodation.

¹⁴⁸ Die spontane Handlung geht der kontrollierenden Reflexion voraus (Brumlik, 1973: 28).

Assimilation ist für Piaget (2003: 10) eine „*souveräne Vereinnahmung*“ als Spiel, während Akkommodation als Nachahmung eng mit „*Wahrnehmungstätigkeit*“ verbunden ist. Der kognitive Strukturfunktionalismus von Piaget basiert auf einem funktionalen Gleichgewicht von Bedürfnis und Befriedigung von kognitiven Operationen und Handlungsstruktur. „*In dem Maße, in dem ein stabiles Gleichgewicht zwischen Assimilation und Akkommodation gesucht wird, kann man dann von der eigentlich intelligenten Anpassung sprechen.*“ (Piaget, 2003: 21)

In diesem Sinne ergänzen sich beide Formen der Anpassung: Reproduktive Assimilation als aktive Wiederholung, Konsolidierung bzw. rekognitive Assimilation als kognitive Verarbeitung und nachahmende Akkommodation (ebd, 2003: 137ff). Assimilation wirkt als Aneignungsform von Wirklichkeit konstruktiv bestätigend und verstärkend, während Akkommodation Anpassung durch externen Erfahrungsdruck hervorruft.

Die interaktive Verschränkung beider Prozesse ist prototypisch für die Genese des Selbst¹⁴⁹. Folglich stabilisieren oder verändern identitätsrelevante Erfahrungen als funktionales Äquivalent den bekannten Identitätsstandard. „*Solange durch neue Erfahrungen nicht irritiert, verbleibt Identität in einem stabilen Gleichgewicht.*“ (Keupp, 2008: 196)

Dieser einfache Grundmechanismus dient als plausibles Kreislaufmodell für viele nachfolgende Identitätstheoretiker. Parallel gilt sein interpersonelles Kompetenzmodell¹⁵⁰ als psychologisch-anthropologische Konstante (Brumlik, 1973: 95). Ähnlich Blumer ist für Piaget (2003: 91) Gesellschaft ein System wechselseitiger Beziehungen.

Weiters betont die handlungstheoretische Sicht die körperliche Dimension körperbezogener Praxen als basales Mittel und Darstellungsmodus von Beziehungen und Kompetenzen. Für eine Verinnerlichung sozialer Ordnung des Sozialisationsprozesses in somatischen Dimensionen bieten sich soziologische bzw. philosophische, kunst- und kulturtheoretische Erklärungsskizzen an. Als Alternative zum soziologischen Mainstream gelten die Sozialisationsdynamiken der Hexis und der Mimesis (Bourdieu (1930–2002), Gebauer und Wulf (1995)). Berührungspunkte

¹⁴⁹ Empirisch existieren weitere Defensivdynamiken, allerdings ohne Bewusstsein und Handlungscharakter.

¹⁵⁰ Aufbauend auf einem sozial-kommunikativen Handlungsmodell (Brumlik, 1973: 109).

zum amerikanischen Pragmatismus lassen sich an den vergleichbaren Konzepten erkennen (Göttlich und Kurt, 2012: 18)

Hexis ist die somatische Ausdrucksform einer inneren habituellen Disposition. Diese umfasst präreflexive Norm- und Wertorientierungen und ästhetische Aspekte sozialer Praxis. Dabei ist der Habitus als „strukturierende Struktur ... für Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata“ zu verstehen (Baur et al., 2008: 205). Körperliche Hexis ist als Modus der Verschränkung zu sozialem Wissen und authentischem Fühlen zu verstehen. Folglich reproduziert und stabilisiert Hexis soziale Ordnung und Sozialität (Miebach, 2010: 88f). Da situationsbezogene Handlungen innerhalb des Rahmens von Dispositionen erfolgen, gilt Bourdieus Ansatz als „Statik des Sozialen“ (Dvorak et al., 2011: 128).

Performative Aspekte wiederum unterliegen dem komplexen Konzept der Mimesis. Mimesis bezeichnet ein weites Spektrum der Anknüpfung körperlicher Bezüge und ihrer reflektorischen „noch einmal“-Kodierung durch Beobachtung und soziale Nachahmung (Baur et al., 2008: 206). Die mimetische Ähnlichung oder Angleichung erfolgt ohne Rollenrahmung und ist im Hinblick der Kontextvariation als identitätsrelevante performative und konstruktive Neuproduktion zu verstehen. In diesem Sinne folgt die mimetische Sozialisation der Idee sozialer Konstruktionen und multipler Bezüge. Verständigung erfolgt nicht als Konsensleistung, sondern als provisorischer Überraschungseffekt und widerspricht der sozialen Tendenz unbewusster Nachahmung und Anpassung.

Beide Erklärungsskizzen stützen ihre Angemessenheit auf Simmels (1968: 366) soziologische Formel menschlicher Doppelbestimmung und beziehen ihre Relevanz aus modernen Ausdifferenzierungen von Wandel und Kontinuität. „Individualisierungsprozesse bringen also kollektive Sozialformen hervor, so wie kollektive Sozialformen Individualisierungsprozesse ermöglichen.“ (Bös et al., 2009: 95). Oder wie Horx (2014: 113) pointiert formuliert: Alle Menschen sind anthropologische „Gemeinschaftsegoisten“.

7.7.4 Identity Theory als Aktualisierung

Die „Identity Theory“ (IT) knüpft als neuerer Ansatz an die Denkschule des Symbolischen Interaktionismus an (Owens, Stryker und White, 2000: 26ff). Ihre Grundannahme ist ein wechselseitiges Verhältnis von Individuum („self“) und Gesellschaft („society“) und lässt sich

bereits im Titel (1934) von Meads „*Mind, Self and Society*“ erahnen. „*Das Individuum lebt nun mal in der Gesellschaft, ihren Erwartungen kann es nicht entgehen, wie es umgekehrt ohne ihre Reaktionen nicht leben kann.*“ (Abels, 2010: 256)

Rollenbasierte Identitäten, soziale Rollen und die jeweiligen Bedeutungen und Relevanzen bilden den Fokus und Erklärungsgehalt. „*The theory proposes that choice among behaviours expressive of particular roles reflects relative location in a salience hierarchy of identities associated with those roles.*“ (Owens et al., 2000: 28) Als Konsequenz ist Identität sozial abgeleitet zu verstehen, wobei komplementäre Rollenidentitäten einfache Anpassungsprozesse bzw. konkurrierende Rollenidentitäten komplexere Aushandlungsprozesse hervorrufen.

In Abgrenzung zur psychologisch orientierten „*Social Identity Theory*“ (SIT) von Tajfel und Turner (1986) und der Theorie der Intergruppenprozesse bzw. Selbstkategorisierungstheorie als Kernprozesse sämtlicher Gruppenphänomenen, fokussiert die soziologisch ausgerichtete IT auf Differenz bzw. Heterogenität in der Bedeutungskonstruktion. Während jegliche Identitätsformen in der SIT Ergebnis dieser Selbstkategorisierungsprozesse sind, impliziert die erkennbare Bedeutungskonstruktion in der IT ähnlich dem SI eine Selbstreflexivität: „*[I]dentification produces participation.*“ (Owens et al., 2000: 85)

Die erkennbare kollektivistische Grundprägung versteht Identität als stabile und soziale Rollen, die wiederum durch unterschiedliche Salienzhierarchien situativ angeordnet sind. Im Hinblick auf eine funktionale Strukturierung leitet Identität in der Folge soziales Handeln. Tab. 4 belegt die denktheoretische Eignung auf Ebene der Nation¹⁵¹.

¹⁵¹ Der „*state-of-the-Art*“-Indikator ermöglicht einen indirekten Schluss auf die Bedeutung im Sinne einer Salienzhypothese (Weins, 2004: 196, Mühler et al., 2004, 144f).

I see myself as member/citizen	Top Box 1
... of the (country) nation	54,9%
... of my local community	38,7%
... of the world	29,3%

Quelle: WVS Wave 6, V211-216, n = 60 Länder (89,567), Top Box 1 = Very Proud

Tab. 4: Weltweite Entwicklung nationale Identifikation

Dennoch sind die Bezugsrahmen in Tab. 4 durchaus mit Vorbehalt zu interpretieren. Denn nachweislich existiert ein Trend simultaner Homogenisierung und Partikularisierung. Die logischen Konsequenzen sind variable *„Bezugsrahmen (oder besser: Angebot(e) eines Bezugsrahmens), der überall, dauernd und anhaltend Differenz prozessiert, ohne auf ein definiertes Ziel hinauslaufen zu können.“* (Balla et al., 2009: 174)

IT und SIT thematisieren ein Selbstbild und soziales Handeln im Kontext sozialer Strukturen einer Gesellschaft. Aber die erkenntnistheoretische Grundlegung der IT offeriert eine soziologische Stärke in der adäquaten Reproduktion von sozialer Handlung unter besonderer Berücksichtigung der kontextuellen Einbettung struktureller Logiken. Divergierende Bedeutungen der *„Mitgliedschaft“* und strukturelle Momente der Gesellschaft können erfasst werden.

Nachfolgende sozialpsychologische Perspektiven versuchen die Kritiken einer Per-se-Kategorisierung zu umgehen und Identität *„mit Prozessen der Kategorisierung bzw. Gruppierung“* zu beschreiben (Mummendey et al., 1997: 12). Ähnlich betrachtet Kneidinger (2011: 102f) die Region als Kombination einer sozialen Gruppe mit regionaler Gruppenbindung.

7.7.5 Zwischenfazit I

Jegliche Identitätsformen sind lebenslange Konstruktionen, die personale und soziale Identität bzw. soziale Rollen und kulturelle Muster umfassen (Abels und König, 2010: 20). Als Konsequenz betreffen Fragen der Identität auch Fragen nach Individualität und sind zwei Seiten einer Medaille. *„Während der Begriff IDENTITÄT auf Einheit des Subjektes zielt, zielt der*

Begriff der INDIVIDUALITÄT auf Differenz des Subjektes zu anderen Individuen.“ (ebd., 2010: 20). Beide Perspektiven fokussieren auf die Erfahrung des Individuums von sich selbst, während der Sozialisationsprozess den gesellschaftlichen Einfluss berücksichtigt.

Die Fassung des interessierenden Themenkomplexes findet eine Vielzahl von Anschlüssen und Bezügen im SI und verwandter Theorien. Mead (1995: 37) skizziert beispielsweise den Staat als I-me-Relation und ein Bestreben nach Selbstbestätigung der sozialen Identität durch Kommunikation. Begrifflich verwendet er den Begriff der Perspektive als Handlung einzelner Individuen in Bezug auf ein soziales Gebilde (Helle, 2001: 72). In seiner Konzeption von Gruppen als empirischer Realität differenziert Mead nicht zwischen unterschiedlichen sozialen Gebildetypen. Während Cooleys Konzeption von Gesellschaft als reine Vorstellung den Mikro- und Makrobereich problemlos abbildet, wechselt Mead von einem Konzept empirischer Realität einer unmittelbar zugänglichen Mikroebene auf ein Konzept der Perspektive und der Deutung von subjektivem Sinn als objektive Realität.

Ähnlich können Blumers Prämissen (Kap. 7.3.1) auf soziologische Makrogebilde angewendet werden. In Anlehnung an Blumers (1986: 17) Überlegungen zu „*joint actions*“ betrachtet beispielsweise Lamnek (2010: 77) die Nation als Anordnung von Personen und Verkettung von Handlungen. Die eigentliche Syntheseleistung einer strukturbezogenen Makrotheorie und einer sozialpsychologischen Mikroebene im Sinne einer sozialen Organisationsanalyse geht auf Strauss (1959) zurück. Die Konstitution sozialer Gebilde als symbolischer Vorgang ist gängige Grundlage unterschiedlicher Erklärungsskizzen.

Hobsbawm (2012: 72f) betont die Symbolik zur Greifbarkeit des abstrakten Gefüges der Nation, während Kneidinger (2011: 72) Symbole zur Entstehung eines gemeinsamen Zugehörigkeitsgefühls oder vereinfacht die Gemeinschaft als symbolisches Konstrukt definiert. Vergleichbar verbindet Mead soziale Zugehörigkeit mit einem gemeinsamen symbolischen Bereich. „*Natürliche Tatsachen*“ werden im Alltag sozial konstruiert, kontinuierlich performativ inszeniert und als körpergebundene Differenz(en) wahrgenommen (Baur et al., 2008: 210).

Ähnlich verknüpfen Berger et al. (2007: 148) patriotische Gefühle mit den Vorstellungen des generalisierten Anderen in der Lebensphase der primären Sozialisation, während das

komplexere Verständnis von der Rolle der Nation erst in sekundärer Sozialisation entwickelt wird. Etzrodt (2003: 241) wiederum betrachtet Nationalstolz als emotionalen Rollenbestandteil.

Die zentrale Einsicht des sozialen Konstruktivismus liegt in der Konstruktion von sozialer Identität und deren Artefakten. In dieser Perspektive kann Nationalstolz als diskursive Gemeinsamkeit eines Kollektivs innerhalb nationaler Territorien verstanden werden. Die Idee der Gemeinsamkeit ist nicht per se in einer Gesellschaft vorgegeben, sondern als deren soziale Konstruktion zu verstehen. „...*all identities are constructed. The real issue is how, from what, by whom and for what.*“ (Castells, 2004: 7) Anderson (2005: 133) hingegen betont sprachliche Eigenschaft im Kontext vorgestellter Gemeinschaften. Sprache bestimmt folglich die Grenzen einer Nation im Sinne von offen nach innen und geschlossen nach außen.

Im interpretativen Verständnis des SI setzt ein abstrakter Begriff seine Verdinglichung voraus. „*Forschungspraktisch muss man dann allerdings die Verdinglichung ernst nehmen: als Medium, durch das die Nation ihre Wirklichkeit erhält.*“ (Kühsehl, 2010: 45) Für Knoblauch (2004: 359/362) ist die Nation als Kultur- und Kommunikationsraum mit fundamentalen Rollenerfahrungen zu verstehen. Als Sekundärinstitution ist sie eine anonymisierte und von Face-to-face-Beziehungen abgekoppelte Institution mit sinnstiftender und sinnhafter Logik (Knoblauch, 2004: 359/362). Gemeinsame Bedeutungen und signifikante Symbole sind folglich ein Index für dekodierte und interpretierte Muster sozialen Verhaltens in einer bestimmten Situation.

Zusammenfassend gilt: Die Nation ist ein soziales Rahmenmodell für Identitätsbildung, Bedeutung und Kommunikation und umfasst als Form symbolische und soziale Handlungen der Gesellschaft. In diesem Sinne sind die Nation und ihre Phänomene als wandelbare Agglomeration affiner Realitätsdeutungen zu verstehen. Das Individuum als Einheit der Gesellschaft bzw. Nation unterliegt einer näherungsweise ähnlichen Interpretation dieser Umwelt und ihrer Komponenten. Die handlungstheoretische Sichtweise erfordert einen konstruktionslogischen Zugang.

7.8 Rollentheorie und Rollenübernahme

Die Rollendiskussion begann in den USA um 1930 mit George Herbert Mead, Jacob Levy Moreno (1889-1974) und Ralph Linton, wobei Meads Schlüsselwerk *„Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist“* (1934) als Grundlage gilt (Steigbauer, 2011: 99). Den Charakter der Rollentheorie bilden unterschiedliche Problemfelder zwischenmenschlicher Beziehungen als Teil einer allgemeinen Handlungstheorie.

Mead (1934: 161) betonte den Rollenbegriff in seinem Prozess wechselseitiger Rollenübernahme als elementaren Kern jeglicher Interpretationsleistungen. Die Fähigkeit der Rollenübernahme skizziert Mead als sozialen Lernprozess im Rahmen der Sozialisation und weniger als empathischen Prozess. In der Perspektive des Symbolischen Interaktionismus ist soziale Rolle das interpretative Muster (Scholz, 1979: 30). Entscheidend ist dabei die Wechselseitigkeit als Form von Interaktion¹⁵² (Abels, 2010: 263).

Der SI verweist auf das basale Konzept der Rollenübernahme als innere symbolisch-dialogische Verhaltens- und Erwartungsrekonstruktion anderer Interaktionspartner. Im interaktionistischen Rollenkonzept wird Rolle als antizipierte Verhaltenserwartungen und Reflexionen verstanden. Die personenorientierte Rollenübernahme dient der situationsspezifischen Interpretation des Verhaltens und differiert grundlegend von dem traditionellen Prozess der positionalen Übernahme normativer Rollen und stereotyper Verhaltensweisen. Die Position ist eng verbunden mit normativen Orientierungen als Repräsentanz sozialer Normen und Werte.

Im interaktionistischen Sinne gilt Rollenübernahme als kognitive Interpretationsleistung wechselseitiger Antizipation, Rekonstruktion und Koordination. *„We form our objects of ourselves through such a process of role-taking.“* (Blumer, 1986: 13) Vereinfacht ausgedrückt bedeutet das einen Standpunktwechsel, Perspektivenverschränkung und wechselseitige Interpretation unter ähnlichen Prinzipien (Abels, 2010: 262f).

Der Symbolische Interaktionismus fokussiert auf den Begriff der Identität und beschreibt deren Bildung als einen aktiven Lernprozess zwischen subjektiven Bedürfnissen und sozialen Rollen. *„Rollentheorie ist der auf symbolische Interaktion bezogene Teil der Handlungstheorie, nicht aber eine Theorie im Sinne eines systematischen Zusammenhangs von Hypothesen über empirische Regelmäßigkeiten.“* (Joas, 1973: 92)

¹⁵² Im Gegensatz zu Abels Aussage (2010: 263) verwendet Mead mehrmalig *„interaction“* in *„Mind, Self and Society“* (1934).

Die Rollentheorie und die Analysekategorie der Rolle dienen vereinfacht der Erklärung individuellen Verhaltens bzw. erwarteter Verhaltensmerkmale. Während der philosophische Rollenbegriff die grundlegende Bedeutung von Sozialität für jegliches menschliche Selbstverständnis thematisiert, fokussiert der psychologische Rollenbegriff auf konformes oder abweichendes Verhalten. Der soziologische und kulturanthropologische Begriff wiederum analysiert Entstehen und Wirkung wechselseitig handlungsleitender Erwartungen (Kolesch, 2004: 284). In soziologischer Perspektive ist der Rollenbegriff ein gängiges Grundkonzept und Standardinstrument zur Erklärung sozialer Beziehungen zwischen Individuum und Gesellschaft (Miebach, 2010: 39). In einer differenzierten Sichtweise beinhaltet der Rollenbegriff fremde bzw. eigene Rollenerwartungen, Rollenperformanz des Akteurs und die Position als System (Gaupp, 1983: 163)

Die Relation und Beziehungsform ist vereinfacht als Interaktion zwischen Rollenträgern zu verstehen, wobei Abb. 7 das soziologische Gesamtpanorama maximaler Fremdbestimmtheit bzw. Freiraum skizziert (Etzrodt, 2003: 222f). In diesem Kontext ist die soziale Rolle als analytisches Hilfsmittel zur Erklärung und Abstraktion sozialer Zusammenhänge und Strukturen zu verstehen.

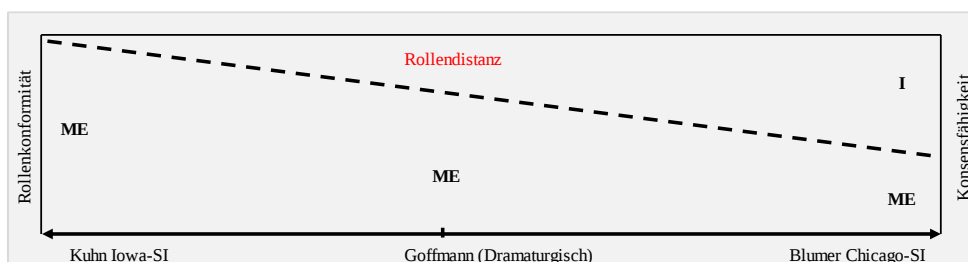


Abb. 7: Rollenspektrum zwischen „role-taking“ und „role-making“

Mead nimmt eine philosophisch vermittelnde Position ohne Selbstverortung ein. Das Spektrum bildet die objektive bzw. subjektive Seite von Mead ab, wobei die Pole unterschiedliche Aspekte des Rollenhandelns und methodische Vorstellungen repräsentieren. Nachfolgende Symbolische Interaktionisten verfolgen soziologische Problemstellungen¹⁵³ und lassen sich entsprechend innerhalb des Kontinuums von Struktur und Prozess verorten (Etzrodt, 2003: 83).

¹⁵³ Mehrheitlich im Bereich Dissonanzen, Störungen, Krisen etc.

Das Spektrum beinhaltet einerseits individuelles Handeln durch vergebene und institutionell definierte Rollen und andererseits aktive Rollenfestlegungen als „*interpersonaler kognitiver Prozess*“ durch die Akteure (Etzrodt, 2003: 213). Die Auffassung als Kontinuum ist ein probates Mittel von Rollendifferenzierungen, wobei die Literatur (2003: 246ff) im Prinzip fünf Erklärungsvarianten für rollenorientierte Handlungen liefert: 1) Vollständige Rollenübernahme (Kuhn); 2) Totale Rollenablehnung (Turner); 3) Rollendistanz (Goffman); 4) Black-Box-Interaktion (Blumer); 5) „I“-Trieb (Mead).

Aus Perspektive des SI lässt sich das Spektrum möglicher Identitätskonzepte über einen Sozialisationspol bzw. Individuierungsprozess erfassen.

Während das strukturelle Rollenkonzept („*role-taking*“) Identität als Integration spezifischer Rollenerwartungen eines gesellschaftlichen Systems betrachtet, betont das interaktionistische Konzept („*role-making*“) das kreative Identitätsbewusstsein mit unterschiedlichen Rollenerwartungen¹⁵⁴. Basierend auf Meads Ausgangsposition der Selbstkategorisierung als Objekt lassen sich nachfolgende identitätstheoretische Vorstellungen bilden (Etzrodt, 2003: 223ff):

- Gleichsetzung der internalisierten Rollen-me's mit Identität (Iowa-SI)
- Persönlicher Identitätsaspekt durch „*role-playing*“ (Dramaturgischer SI)
- Identität als handlungstheoretischer I-me-Prozess (Chicago SI)

Während die Identitätsvorstellungen der Chicago School bereits ausführlich behandelt wurden, bilden die komplexen Annahmen des Dramaturgischen SI den Fokus der nachfolgenden Ausführungen.

Goffman (2003: 19f) betont konsequent den sozialen Kontext und reduziert das Individuum auf einen „*Darsteller*“ bzw. „*Schauspieler*“¹⁵⁵. Dabei erweitert er die Eindimensionalität um den

¹⁵⁴ Die strukturtheoretische und die interaktionistische Rollenganalyse ergänzen sich zum Teil in ihrer makro- und mikrostrukturell orientierten Sichtweise (Miebach, 2010: 48).

¹⁵⁵ Zur Dramaturgischen Schule zählen u.a. Kenneth Burke, Nelson Foote und Gregory Stone.

kreativen Aspekt dramaturgischer Rollendifferenzierungen. Gemäß Mead ist Rolle für ihn zunächst eine strukturelle Voraussetzung für die Genese des Selbst und basiert auf Sozialität¹⁵⁶. Sein Rollenspieler bestreitet in der Logik der Situation eine doppelte Beziehung von Selbstdefinition: einerseits über aktuelles Handeln als identitäre Behauptung und andererseits über funktionale Distanzierung (Goffman, 2002: 132). Sein Theorem der Rollendistanz trennt Rollenzwang und reales Verhalten, aber auch Rollenidentität und Selbstbild. *„Rolle und Identität fallen hier also nicht zwangsläufig zusammen.“* (Etzrodt, 2003: 83) Als logische Konsequenz verfügt jedes Individuum über mehrere Rollen und ähnelt dem Selbst im I-me-Prozess von Mead. Für Goffman (2002: 230ff) ist diese Dialektik das zentrale Element jeglicher Gesellschaft.

Unter Darstellung versteht Goffman (2002: 19ff) das Gesamtverhalten eines Individuums zur Beeinflussung der Anderen in einer bestimmten Situation. Die konkreten Handlungsmuster in der jeweiligen dramatischen Gestaltung konstituieren die eigentliche Rolle. Zusätzlich betont Goffman (2002: 23ff) ein standardisiertes Bühnenbild und differenziert zwischen persönlicher, räumlicher und sozialer Fassade. Gemäß den I-me-Überlegungen von Mead ist die Fassade eng mit dem Selbstzweck einer kollektiven Darstellung verbunden (ebd. 2002: 230f).

Durch Betonung interpretativer Zusammenhänge charakterisiert Goffman einen Rollenbegriff als Relation von Individuum zur Rolle, typischen Verhaltenserwartungen und tatsächlichem Rollenverhalten. *„Wenn wir soziale Rolle als die Ausübung von Rechten und Pflichten definieren, die mit einem bestimmten Status verknüpft sind, dann können wir sagen, daß eine soziale Rolle eine oder mehrere Teilrollen umfaßt und daß jede dieser verschiedenen Rollen von dem Darsteller bei einer Reihe von Gelegenheiten vor gleichartigem Publikum oder vor dem gleichen Publikum dargestellt werden kann.“* (Goffman, 2002: 18)

Dabei berücksichtigt er situierte Rollenvorschriften und regelmäßig ablaufendes Verhalten und drückt dann das demonstrierte Rollenverhalten als Diskrepanz des Selbst gegenüber der formalen sozialen Rolle als „Rollendistanz“ aus. Als expressiver Teil der typischen Rolle ist Rollendistanz vom normativen Rahmen abzugrenzen. Auf der soziostrukturellen Ebene ist Rollendistanz als Verhältnis zu existierenden normativen Rollenerwartungen zu betrachten und drückt folglich deutlich einen Grad der Nicht-Identifikation aus. Als soziologisches Mittel

¹⁵⁶ Beispielhaft als Rollendistanz und der „Fähigkeit, mehrere Dinge gleichzeitig zu sein“ (Brumlik, 1973: 32f).

drückt diese den analytischen Identifikationsraum zwischen Rollenvorschriften und tatsächlichem (Rollen-)Verhalten aus und repräsentiert letztlich den Persönlichkeitsstil.

Die soziale Identität teilt Goffman in eine virtuelle Identität aufgrund einer Effekt-Zuschreibung und in eine aktuelle Identität mit bewiesenen Attributen. Die persönliche Identität verbindet Goffman (2002: 222) mit dem Darsteller einer Rolle und individuellen biographischen Identitätsaufhängern. Seine Ich-Identität ist mit einem anthropologisch perfektionierten Als-ob-Spiel von Schein und Präsentation verbunden. Persönliche Identität und soziale Identität sind für Goffman (2002: 230ff) dagegen soziale Phänomene.

Obwohl Mead und Goffman sich wesentlich auf die Wechselbeziehung zwischen persönlicher Identität und sozialer Strukturen konzentrieren, bleibt der kulturelle Aspekt des Handelns weitgehend unberücksichtigt (Miebach, 2010: 139). Die erkennbare Lücke einer kulturalistischen Perspektive wird von Alfred Schütz (1899-1959) geschlossen, indem er methodologisch auf kulturell verankerten Wissensbestand und Erfahrungen des Bewusstseins zurückgreift.

Als kulturelle Kategorien bezeichnet Schütz (1932: 9) die Wissens- und Relevanzstrukturen, während die sozialen Strukturen und deren biographische Artikulation eine untergeordnete Bedeutung einnehmen. Die Grundlage individuellen Handelns bilden vorgegebene Wissens- und Relevanzstrukturen einer horizontalen Dimension. Diese Grundbedingungen basieren auf kongruenten Relevanzsystemen und Vertauschbarkeit der Standpunkte. Dabei relativiert er den Rückbezug auf emergente Ordnungsstrukturen und skizziert folglich ein allgemeineres Interaktionsmodell.

Demgegenüber reduziert betrachtet die Iowa School die Bindung an die Rolle als strukturellen Zwang. Sie geht von einer deterministischen Fremdbestimmtheit eines sozialen Umfeldes und eines klassisch tradierten Verhaltens aus. Die Bedeutung der Interpretation reduziert sich lediglich auf eine Anpassung der Rollenwahrnehmung an die jeweilige Situation (Hoffmann, 1989: 139).

Das nachfolgende Kapitel dient einem Blick in die Rollen-Metaphorik und ihre heuristische Vorstellungskraft für die Betrachtung von Individuum, Gesellschaft und Interaktionsprozess. *„Die Leistungsfähigkeit (und der Skandal) der Rollenmetapher besteht vielleicht gerade darin,*

die theoretisch geforderte Eindeutigkeit systematisch zu unterlaufen.“ (Kolesch, 2004: 286)
Aufgrund der Vielzahl systematischer Rezeptionen in der Literatur erscheint ein Rückgriff auf Sekundärliteratur zweckmäßig.

7.8.1 Rollen als Grundvoraussetzung von Interaktion

Rollen basieren auf fundamentalen Habitualisierungs- und Objektivationsprozessen und sind vergleichbar mit institutionalisiertem Verhalten (Berger et al., 2007: 79). Dabei erfüllen Rollen vereinfacht die Funktion symbolischer Repräsentanz institutioneller Ordnung und sind Vermittler von Wissen und Verhalten.

„Die Repräsentation einer Institution in und durch Rollen ist somit Repräsentation par excellence, von der jede weitere Repräsentation sich ableiten lässt.“ (Berger et al., 2007:80)
Somit verweist prinzipiell jegliche Rolle auf den objektiven Sinn der Institution als Ganzes, dennoch stechen bestimmte Rollen mit strategischer Bedeutung für gesellschaftliche Integration, Tradition und Sinnhaftigkeit hervor. Wissenssoziologisch rücken die kognitiven und affektiven Aspekte des Wissensfeldes in den Fokus, deren Relevanz direkt und sogar indirekt mit dieser Rolle zusammenhängt.

Verständigung setzt Symbole mit sinnhaften Bedeutungen und Handlungen mit Sinnstrukturen voraus. Erfolgreiche Interaktion setzt folglich die Erfüllung der Erwartungen der Anderen voraus. *„Rollen sind dabei eine Grundvoraussetzung für die Interaktion, indem sie für das notwendige Ausmaß an Voraussagbarkeit sorgen.“* (Etzrodt, 2003: 92) Das Interaktionsergebnis ist die Koordination von Sinnorientierungen. Analog definieren Berger et al. (2007: 175) *„erfolgreiche Sozialisation“* über annähernde *„Symmetrie von objektiver und subjektiver Wirklichkeit (und natürlich Identität)“* als gesellschaftlicher Basis.

In gesellschaftlichen Interaktionen zählen die standardisierten Formen von Rollen(spiel) und ihre reziproken Verhaltenstypisierungen zum allgemeinen Wissensvorrat. *„Die Rollen sind in ihrer sprachlichen Vergegenständlichung ein wesentlicher Bestandteil der objektiv fassbaren Welt einer jeden Gesellschaft.“* (Berger et al., 2007: 78)

7.8.1.1 Strukturelles „role-taking“

Die strukturell-funktionale Denktradition knüpft an die sozialphilosophischen Überlegungen von Dilthey (1833–1911) und Simmel (1858–1918) an und verfolgt ein traditionelles Rollenkonzept normativ-analytischer Positionsrollen. Insbesondere Simmels (1968: 305ff) These der „*Kreuzung sozialer Kreise*“ verdeutlicht die Vorstellung des Individuums als Produkt seiner sozialen Beziehungen. Im Sinne einer stabilen Struktur von kultureller Bindung und sozialer Erfahrung gilt Identität als objektive Tatsache und damit als Anpassung an die Erwartungen der Anderen (Abels, 2010: 253). Die nachfolgenden Strukturtheoretiker Linton, Parsons, Merton, Tenbruck, Popitz und Dahrendorf greifen auf diese normative Rollenstruktur als funktionale Grundeinheit zurück und unterstellen ein soziales Handeln und Verhalten funktional den zugrundeliegenden Strukturbedingungen (Miebach, 2010: 106).

Vereinfacht erklärt die strukturfunktionalistische Rollentheorie normative Handlungsrelevanz und Intersubjektivität aufgrund eines allgemeinen Orientierungsmusters verbindlicher Werte- und Normensysteme. Das zugrundeliegende Rollenverständnis basiert auf komplementären und reziproken Rollenerwartungen. Die implizierte normative Verhaltens-Konformität an bestehende Normen resultieren in einer Zuweisung situationsspezifischer Rollen. Das funktionalistische Konzept versteht Sozialisation als mechanische Anpassung an Dispositionen, Bedürfnisse und Verhaltenserwartungen (Scholz, 1979: 28).

Die Repräsentanzen sozialer Normen sind die konstitutiven Momente für die Identitätsbildung. Signifikante soziale Objekte determinieren mittels kategorischer Internalisierung ähnliche soziale Objekte. Die Persönlichkeitsstruktur wird mit Rollen als Spiegelbild erfahrener Sozialstrukturen gleichgesetzt. Parsons (1985: 167) verweist auf das rollenkonforme „*role-taking*“ und den Positionsbezug der Rolle abgelöst vom jeweiligen Träger als Teil des sozialen Systems. Die Orientierungsfunktion normativer Verhaltenserwartungen als Nutzenkomponente reicht von Parsons (1985: 167f) internalisierter Sanktionierung über Dahrendorfs (2010: 42f) gesellschaftliche und externe Sanktionen. Die korrespondierenden Verhaltensmuster sind als gemeinsame Schnittmenge pluraler Verhaltenserwartungen zu verstehen und beinhalten ein funktionales Ordnungsprinzip im Sinne „*gesellschaftlicher Soll-Zustände*“ (Scholz, 1979: 30).

Die anthropologische Grundannahme der Rollentheorie unterbindet allgemein eine Trennung von Identität und Rollenrepertoire. Die soziale Rolle bezeichnet das erwartete bzw. tatsächliche Verhalten einer Gesellschaft (Haugg, 1994: 25). Die Gesellschaft ist als System sozialer

Beziehungen und Rollen zu verstehen und setzt sich demzufolge aus den Handlungen und Verhalten von Rollenträgern als Akteuren zusammen. Jegliche Motive und Sanktionen gehören zum Axiom der Rolle, da nur der Rollenträger handelt. Folglich ist die Sozialisation als basaler Prozess der Rolleneignung und Rollenübernahme zu verstehen.

Unabhängig von der jeweiligen Rollenkonzeption kann Rolle durch ihre Eingebundenheit in eine soziale Struktur als „*ein Referenzpunkt für die Interpretation der Handlung der anderen Mitspieler*“ verstanden werden (Etzrodt, 2003: 295). Weiters wird das Rollenkonzept über einen Ego-Part interner (Eigen-)Erwartungen und einen Alter-Part von (Fremd-)Erwartungen anderer differenziert.

Im soziologischen Verständnis sind Rollen als Strukturbeschreibungen, Zeicheninventar und zentrale Erklärungskategorie für Sozialisationsprozesse zu verstehen (Baur et al., 2008: 373). Das Analysespektrum gesellschaftlicher Strukturen lässt sich verkürzt auf Individualisierung (Simmel, 1968: 541ff) und Kollektivierung (Durkheim, 1976: 202f) mit intrinsischer bzw. wechselseitiger Verbindung darstellen. Die Synthese resultiert aus dem „*gleichzeitigen Grundbedürfnis nach Bindung und nach Distanz*“ (Abels, 2010: 177). Durkheim (1976: 100f) vertritt eine These vom Gewicht der sozialen Tatsachen („*faits sociaux*“) und betrachtet die Verinnerlichung der Werte einer Gesellschaft als eigenständige quasi-natürliche soziale Erscheinung. Basierend auf einer normativen kollektiven Perspektive setzt Durkheim Nation, Nationalstaat und Gesellschaft als moralische Größe und greifbare Gruppe gleich.

In Anlehnung an Hobbes und Rousseau führt Durkheim (1976: 99f) den Begriff des „*conscience collective/collective*“ (Kollektivbewusstseins bzw. gesunden Menschenverstandes) ein, welches als organische Solidarität eng mit der Gesellschaft verbunden ist. Die erkennbare Trennung von übergeordnetem gesellschaftstheoretischem Rahmen bzw. institutioneller Ordnung und privaten Persönlichkeitsmerkmalen ist die Basis jeglicher Rollen-Dualität späterer Konzeptionen. Nachfolgende Theoretiker wiederum erweitern das Rollenspektrum um die Aspekte Determination, Option, Krise, Chance, Freiheit, Zwang, Konsum und Lebensstil (Abels, 2010: 198ff).

Abb. 8 gibt einen Überblick über ausgewählte strukturelle Rollentheoretiker. Im Hinblick auf die qualitative Forschungsperspektive beschränken sich die nachfolgenden Ausführungen auf

einen Kurzaufsatz der Schlüsselemente und (Entstehungs-)Zusammenhänge der jeweiligen Konzeptionen.

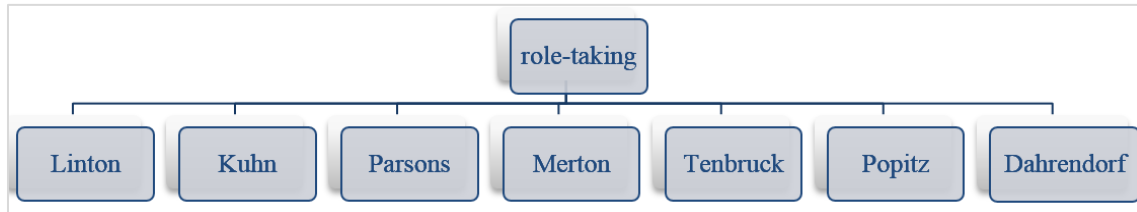


Abb. 8: Strukturelles „role-taking“

Im Standardwerk „*The study of man*“ (1936) skizziert der Kulturanthropologe Ralph Linton (1893-1953) seine Rollenüberlegungen. „*A role represents the dynamic aspect of a status.*“ (Linton, 1964: 114) Rollen sind als Erwartungen an das Verhalten des Positionsträgers gerichtet und regeln als strukturelle Elemente „normales“ Verhalten. Neben der Rolle führt Linton (1964: 113) weiters den Status als „*a position in a particular pattern*“ ein. Status bezeichnet vereinfacht eine Position im Geflecht sozialer Beziehungen.

„*Der zugeschriebene Status ist Teil der SOZIALEN IDENTITÄT, denn Zuschreibungen VERORTEN und BEWERTEN das Individuum und definieren durch entsprechende Erwartungen an sein Verhalten auch das Bild, das es von sich selbst hat oder haben sollte.*“ (Abels, 2010: 353) Bemerkenswert erscheint ebenfalls Lintons (1964: 253f) Unterscheidung zwischen Gesellschaft und sozialem System: „*A society is an organization of individuals; a social system is an organization of ideas.*“

Talcott Parsons (1902-1979) führt diese Überlegungen weiter, erhöht jedoch den Bedarf der Selbstlokalisierung in der Wechselbeziehung mit der Sozialstruktur. Parsons geht von einer totalen Integration von Gesellschaft und Individuum aus (Joas, 1973: 108). „*A social system is a system of the actions of individuals, the principal units of which are roles and constellations of roles.*“ (Parsons, 1985: 118) Der gesellschaftliche Prozess als funktionale Differenzierung resultiert in komplexeren Rollenerwartungen und differenzierteren Rollen. Stark verkürzt entwickelte Parsons (1985: 125ff) eine Theorie der Rolle basierend auf einer Erklärung sozialen Handelns mittels institutioneller Normkonformität und Wertekonsens und andererseits eine Theorie der Interaktion mit Differenzen und Ungewissheiten (Abels, 2009: 206).

Parsons' (1985: 167) strukturfunktionale Theorie basiert auf der vereinfachten Grundannahme einer sozialen und statischen Ordnung durch Werte. „*These value-orientations contain general standards in accordance with which objects of various classes are judged, evaluated, and classified as worthy of various types of response of rewards and punishments.*“ (Parsons, 1985: 118) Dabei betont Parsons das individuelle Orientierungsmuster als Anpassung gegenüber Rollenpluralismus und gesellschaftlichen Werten. „*Identität ist das Strukturprinzip des Handelns des Persönlichkeitssystems, sein spezifisches ORIENTIERUNGSMUSTER, mit dem das Individuum soziale Erwartungen und individuelle Wünsche immer wieder auf die Reihe bringt.*“ (Abels, 2010: 308)

Parsons (1985: 167) definiert Rollen über normative Erwartungen, Wertemuster und typisches Verhalten in konkreten Situationen. In der sozialen Realität werden Rollen über einen möglichen Konsens von Werten definiert und durch Normen institutionalisiert. Die komplementären Erwartungen konstituieren ein System mit normativer Funktion. Diese normativen Muster bezeichnet Parsons (1985: 10) als Werte und Wertorientierungen („*pattern variables*“).

Ähnlich zu Linton (1964: 129ff) versteht Parsons (1985: 167) Rolle als dynamischen Status-Aspekt einer partiellen Struktur. Während der strukturelle Aspekt die Orientierungs- und Motivationsfunktion der Rolle betont, rückt der funktionale Aspekt die Integrationsfunktion des Systems in den Fokus. Parsons soziale Struktur basiert auf einem existierenden Regelmechanismus ohne explizite Verständigungsleistung. Rollenstrukturen erfüllen soziale Selektions- und Motivationsfunktionen. Angelehnt an Durkheim erklärt Parsons (1985: 115) Interaktion über das moralische Gewicht im Sinne normativer Erwartungen (Abels, 2009: 124). Sozialisation bedeutet für Parsons (1985: 120f) allgemein das Erlernen von sozialen Rollen.

Nachfolgende Theoretiker klassifizieren Parsons' Theorie eindeutig als statisch. Die Kritik bezieht sich vorwiegend auf die Überbetonung der normativen Strukturen und eine vereinfachte Fokussierung auf zweckrationale Handlungsdimensionen. Die individuelle Persönlichkeit und Identität im Handlungskontext werden weitgehend als passiv abqualifiziert. Parsons versteht Identität als subjektives Arrangement eines Persönlichkeitssystems innerhalb der gesellschaftlichen Erwartungen. Die gesellschaftliche Ordnung und die sozialen Rollen erscheinen als freiwillige Bindung des Individuums an die Gesellschaft.

In Anlehnung an Meads generalisierten Anderem entwickelte der Soziologe Robert K. Merton (1910-2003) seine Bezugsgruppentheorie als Rahmen einer Selbstbewertung und Handlung. Dabei erweiterte Merton (1957: 322) die rollentheoretische Denktradition Lintons um den Aspekt des relativen Rollen-Sets als Gesamtheit aller Komplementärrollen. Für Merton ist jede soziale Position mit vielen Rollen und unterschiedlichen Erwartungen verknüpft. Als Konsequenz unterscheidet Merton zwischen den Kombinationsformen von Rollen-Set und Status-Set. Dabei geht Merton (1957: 319) von unweigerlichen Rollenkonflikten aus, da relative Normativität und Parallel-Rollen einen Raum divergierender Erwartungen konstruieren (Abels, 2009: 102). *„Alle Gesellschaften stehen unter dem funktionalen Zwang, die Zusammensetzung zahlreicher Rollen-Sets des näheren zu bestimmen, dann die Bestandteile so zu koordinieren, daß ein merklicher Grad sozialer Ordnung erreicht wird, der den meisten Menschen mindestens ermöglicht, den größten Teil ihrer Zeit Beschäftigungen im täglichen Leben nachzugehen, ohne daß in ihren Rollen-Sets extreme Konflikte schon ein Normalfall (statt Sonderfall) wären.“* (Merton, 1957: 322f)

Als Alternative betrachtet er einen strukturellen Mechanismus von Rollen-Sets zur Lösung von Intrarollenkonflikten durch resultierende Handlungsspielräume ohne Mitwirkung der Rollenhandelnden. Ergänzend führt er residuale Rollenkonflikte durch entsprechende Mitwirkung der Rollenhandelnden ein, allerdings wird dem strukturellen Aspekt Priorität eingeräumt (Miebach, 2010: 48). Nachfolgende Rollentheoretiker verfolgen die Logik der Rollen-Sets durch eine Fragmentierung in unterschiedliche Erwartungen als Rollensegmente.

Ralf Dahrendorf (1929-2009) gilt als soziologischer Importeur der strukturell-funktionalen Rollentheorie im deutschsprachigen Raum und einer Akzentuierung der Relation von Konflikt und pessimistischem *„Zwang zur Freiheit“* (Etzrodt, 2003: 295). Den zeitlichen Umständen geschuldet trennt Dahrendorf (2020: 141) zunächst Individuum und die bestehende bzw. *„ärgerliche“* Tatsache der Gesellschaft und verwendet eine Vermittlungsinstanz als normatives Rollenbündel von Erwartungen mit gesellschaftlichem Zwang (Abels, 2009: 120). Dahrendorfs (2010: 35f) *„homo sociologicus“* (1959) bringt pointiert die Relevanz sozialer Gemeinschaft für das Individuum auf den Punkt.

Durch einen methodischen Kunstgriff konstruiert er den künstlichen Menschen als Rollenträger (Scholz, 1979: 16). *„Wie Positionen sind auch Rollen prinzipiell unabhängig vom Einzelnen*

denkbar.“ (Dahrendorf, 2010: 35) In Anlehnung an den nutzenmaximierenden „*homo oeconomicus*“ ist sein „*homo sociologicus*“ ein sanktionsoptimierender und damit rollenkonformer Rollenspieler, der Parsons' psychologisches Rollenverhalten um das soziologische Element gesellschaftlicher Rollenerwartungen ergänzt. Dabei verwendet Dahrendorf (2010: 35) die Termini Position, Positionssegment, Rolle, Rollenverhalten, Rollenattribute und Rollensegmente.

Für Dahrendorf (2010: 37) ist die soziale Rolle ein quasi-objektiver Komplex von Verhaltensvorschriften und die Grundlogik sozialer Sanktionsvermeidung durch Rollenkonformität kann als Motivation verstanden werden. Die Erfahrungen des Rollenspiels und die positiven und negativen Sanktionen wiederum binden das Individuum letztlich wieder an die Gesellschaft. Der Gedanke vom allumfassenden Zwang von Gesellschaft und Sozialisation weicht bei nachfolgenden Theoretikern einer Vermittlung von Werten und Normen als identitärer Vorbedingung. Dennoch ist der repressive Charakter einer resultierenden Verbindlichkeit eher als Spielraum tolerierter Abweichungen innerhalb der Rollenkonformität als ein definitives Regelwerk zu werten (Dahrendorf, 2010: 148).

Der Kulturosoziologe Friedrich Tenbruck (1919-1994) hingegen verfolgt eine Rollenkomplementarität als Aufbau der Erwartungen durch Rollenvorbilder. Tenbruck (1964: 435) betont die gesellschaftliche Seite und betrachtet soziale Institutionen als Netz von Rollen mit entsprechender Rahmung. Durch Erweiterung von Dahrendorfs Perspektive um das Moment der Identifikation und Spontanität relativiert er den Zwang von Sozialisierung als Anpassungsprozess und verleiht der Gesellschaft damit eine positive Akzentuierung gemeinsamer Interessen und Orientierungen.

Heinrich Popitz (1925-2002) verknüpft sein Verständnis sozialer Rollen über eine soziale Normierung mit spezifischer Differenzierung. „*Soziale Anerkennungserfahrungen bestimmen also von vornherein die Struktur von Selbstanerkennung.*“ (Popitz, 1999: 118) Soziale Rollen sind für Popitz (1999: 140) ein sozialer Subjekt-Typus, wobei er zwischen fünf Arten unterscheidet. Angelehnt an das Verständnis von Dahrendorf betrachtet Popitz zunächst soziale Rollen als Konstruktionsmittel für abstrahierte Sozialstrukturen. In dieser Logik betrachtet Popitz Gesellschaft als existierende „*formallogische Abstraktion*“ ohne konkreten Inhalt (Haug, 1994: 38). Dann erweitert er die soziale Rolle um spezifische Verhaltensnormen. Ähnlich Meads I-me-Interaktionsmodell wählt der Rollenträger eine Handlungsmöglichkeit

innerhalb einer typischen Rolle und gestaltet sein Rollenhandeln individuell (Miebach, 2010: 103).

Erkennbar unterstreicht Popitz den instrumentalten Charakter des Rollenbegriffs zur Erklärung sozialer Phänomene über die Qualitäten von Rahmenbedingungen. Angelehnt an Dahrendorf (2010: 8) erweitert Popitz den Begriff der Rollenerwartung in Richtung Rollenzumutungen. Im Unterschied zu Dahrendorf entspricht die Rolle bei Popitz tatsächlichem Verhalten, während Dahrendorf (2010: 41) tendenziell von erwartetem Verhalten bzw. von „*Kann-Soll-Muss-Erwartungen*“ ausgeht. Der bewusst gesetzte normative Aspekt als Rollenkernel begründet einen strukturellen Aggregatzustand mit kollektivem Sanktionsverhalten. Soziale Rollen zeichnen sich somit durch entsprechende normative Gewichtung, Kollektivität und Konformität als Verhaltensnorm aus (Haug, 1994: 40).

7.8.1.2 Interaktionistisches „*role-making*“

Die jeweiligen Situationsrollen der verschiedenen interaktionistischen Ansätze des „*role-making*“ lassen sich dazwischen verorten. Neben Meads Grunddefinition von Rolle als strukturierte und verzögerte Reaktion auf einen Reiz der Umwelt als situationsspezifische Rollenübernahme mit subjektiver Interpretationsleistung und normativem Rollengehalt lässt sich ein Bedeutungskontinuum der begrifflichen Relevanzsetzung im Sinne des prozesshaften „*role-making*“ von Sinnstrukturen, Positionsgebundenheit, Situationskontext, Pluralität etc. in Richtung Rolle als kulturelles Objekt beobachten. Das „*role-making*“ betont die Konstitution von Rollen in Interaktionssequenzen und ihre interpretative Rolle als Typisierungsschema sozialer Kategorien. Neuere Ansätze integrieren die normative und kulturelle Basis und fassen Rolle als Ressource bzw. Netzwerk auf (Etzrodt, 2003: 297).

Der Beginn der interaktionistischen Rollentheorie beginnt in den 1960er Jahren mit den Arbeiten von Turner und Goffman und basiert auf den Überlegungen von Mead und Simmel. Das „*role-making*“ beinhaltet den interaktionistischen Leitgedanken einer gemeinsamen Aushandlung provisorischer Rollen. Dabei betont Turner die Notwendigkeit der Definition bestehender Rollen für die Möglichkeit des Rollenhandelns. Anders ausgedrückt: „*role-taking*“ setzt „*role-making*“ voraus (Buber et al., 2009: 146).

Die interaktionistische Theorietradition in Abb. 9 versteht Rollenübernahme als Fähigkeit der Perspektivenübernahme und als konstitutive Grundlage jeglicher Interaktionsfähigkeit und reflexiven Bewusstseins. Die funktionalistische Tradition definiert Rollenübernahme als Übernahme sozialer Rollen aufgrund normativer Verhaltensorientierung. Der interaktionistische Ansatz betrachtet Identität als reflexive Interpretationsleistung der ICH-Kompetenzen in Relation zu normativen Rolleninhalten und -Erwartungen.

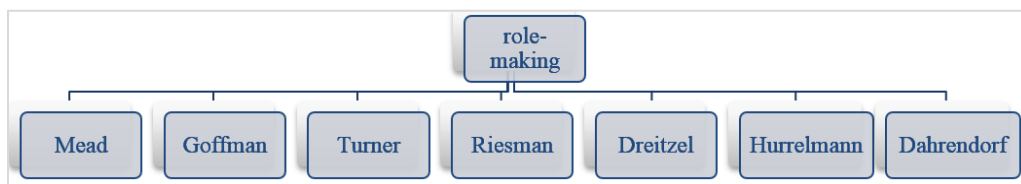


Abb. 9: Interaktionistisches „role-making“

Der amerikanische Soziologe Ralph Turner (1962: 21) lieferte den Vergleich mit dem funktionalistischen Rollenbegriff über die aktive Seite des „role-making“. Sein tentatives Interaktionsverständnis resultierte in einer Neudefinition der Rolle (Joas, 1973: 41). Turners Grundtheorem der interaktionistischen Rollentheorie (1962) geht von Rollenhandeln als prozesshafte Entwicklung und Abstimmung von Erwartungen und Vorstellungen der Interaktionspartner aus. Identitätsdarstellungen eignen sich als Auslöser für einen Abstimmungsprozess, der in weiterer Folge den Handlungsverlauf verfestigt. Die klare Betonung der Wechselseitigkeit im Interaktionsprozess resultiert in Turners (1962: 22f) These einer prozesshaften Komplementarität von „role-taking“ und „role-making“.

In „*The lonely crowd*“ (1950) entwickelte der Kulturosoziologe Riesman (1909-2002), ein langjähriger Weggefährte Parsons', eine moderne Version einer sozialen Außenleitung und typischer Entfremdung. Leicht erkennbar transformiert er die Rolle von einer gegebenen Normativität zu einer flexiblen Option und realistischen Alternative mit entsprechender Legitimität. „*Diese AUSSENLEITUNG überlagerte jede Frage nach der Identität.*“ (Abels, 2010: 300) Die resultierende Innenleitung ist als prinzipielle Unterordnung einer rigiden Instanz eines Über-Ichs zu verstehen, wobei Riesman (1950: 38f) zwischen autonom und angepasst differenziert.

Während die Orientierung für den Traditionsgeleiteten auf fallspezifischen Verhaltensmustern der Gemeinschaft als Ordnungsmacht basiert (Riesman, 1950: 40), betreffen die Prinzipien als

gewissenhafter Kreiselkompass der Innengeleiteten jegliches Handeln (Abels, 2010: 116/312). Der außengeleitete Mensch ähnelt dem traditionsgeleiteten Menschen über soziale Anbindung und Anpassung durch Anerkennung. Während Parsons das Rollenhandeln aufgrund der Legitimität der Rolle begründet, betont Riesman die ständige Anpassung des Wichtigen und Richtigen an den Zeitgeist (Abels, 2010: 314). Als Kritik an Parsons' funktionaler Normativität betrachtet Riesman Rollen immer im Sinne von Optionen.

Erving Goffman (1922-1982) verpackt in „*The presentation of self in everyday life*“ (1959) Identität und Interaktion als dramaturgisches Schauspiel einer Theatervorstellung. Goffman knüpft an Webers soziales Handeln und Meads Rollenübernahme an, erweitert diese in Richtung Lenkung des „zu meinenden Sinns“ bzw. „kalkulierter Wirkung“ (Abels, 2010: 325). Identität ist für Goffman immer eine Perspektive des Schauspiels und Als-ob-Darstellung. Dabei geht es immer um das Wie einer Darstellung im Rahmen von Interaktion und Rollen als vordefinierte Handlungsmuster. Mit Blickwinkel auf soziale Anerkennung knüpft Goffman direkt an Riesmans Außenleitung an. In Anlehnung an Simmel und Plessner betrachtet Goffman (2002: 221ff) die Rolle innerhalb eines performativen Rahmens von Selbst und Identität. Sein Rückgriff auf die Theatermetapher nützt der Darstellung von Ähnlichkeit und Differenz und deren Trennung in Alltag und Theater (Goffman, 2002: 232). Goffman degradiert das Rollenspiel nicht zum „*Entfremdungsphänomen*“, sondern wertet es zum „*paradigmatischen Modell menschlicher Interaktion*“ auf (Kolesch, 2004: 286).

Der Psychoanalytiker Erik Homburger Erikson (1902–1994) erweiterte Freuds Psychoanalyse in Richtung eines epigenetischen Stufenmodells mit wachsender Persönlichkeitsreife und Kompetenzen. Jede der acht Stufen verdichtet sich zu einer aufbauenden Grundhaltung einer Ich-Qualität bzw. Grundtugend und ist an die Charakteristika von Reife gekoppelt (Erikson, 1973: 123). Identität ist demnach ein universelles Grundschema eines lebenslangen Prozesses unterschiedlicher Phasen innerer Entwicklung und spezifischer Anforderungen (Abels, 2010: 254). Der prozesshafte Charakter von Identität als Selbstkonzept einer Identifikation vom Ich mit sozialen Objekten korreliert mit dem Lebenszyklus als Manifestation einer genetischen Kontinuität (Erikson, 1973: 189).

Die individuelle Entwicklung eines Bewusstseins einer Ich-Identität erfolgt als Balance¹⁵⁷ zwischen dem biographischen Material und der Anerkennung des Selbstbildes in der gesellschaftlichen Realität. „Man kann daher sagen, dass die Identitätsbildung sowohl einen Selbst-Aspekt wie einen Ich-Aspekt besitzt.“ (Erikson, 1973: 191) Zentrale Bedeutung kommt dabei der reiferen Adoleszenz-Phase als Bündel psychosozialer und zweckgerichteter Entwicklungsstränge und stabilisierender Identität zu (Keupp, 2009: 83). Aufgrund seiner Grundannahme einer sozialen und kulturellen Konstitution von Identität verknüpfte Erikson seine interpretative Identitätstheorie mit funktionalen und institutionalisierten Bezügen zu einer Sozialisationstheorie. Die Vorstellung einer Entwicklungslogik und von Rollen-Experimenten in Richtung Kontinuität und Kohärenz gilt als ideale Perspektive jeglicher Identitätskonstruktionen¹⁵⁸ (Abels, 2010: 292/443).

Hans Peter Dreitzel (1935) hebt in seinem Standardwerk „*Die gesellschaftlichen Leiden und das Leiden an der Gesellschaft*“ (1968) die aktive Eigenleistung als Differenzierungsmoment konkreter Rollenerwartungen hervor. Der Titel verdeutlicht seinen Standpunkt vom Menschen als „leidendes“ Wesen durch gesellschaftlichen Zwang, Entfremdung und Komplexitätsaufbau. Für Dreitzel (1980: 146) resultiert das Ich-Bewusstsein aus der Konsequenz wachsender gesellschaftlicher Funktionsverflechtungen, sozialer Rollen, Relevanzbereiche, Rollenerwartungen und Rollenspielen.

Dabei knüpft Dreitzel (1980: 44) an die Begrifflichkeiten von Mertons Rollenkonflikt-Theorie an und differenziert allgemein zwischen einem Intra- und einem Interrollenkonflikt. Dreitzels erkennbares gesellschaftliches Skript ist eine anthropologische Konstante und unterliegt einer Plausibilität der rollenhaften Verkörperung. Der zugrundeliegende metaphorische Rollenbegriff wird als Symbiose von Inszenierung und erlebter Wirklichkeit verstanden. Dabei erklärt Dreitzel den wachsenden Spielraum der Ich-Leistung über ein Klassifikationsschema von Rollen-Position und Normen (Joas, 1973: 48ff). Für Dreitzel (1980: 240) ermöglicht Rollendistanz bzw. Distanzierungsbewegung die Bewältigung ambivalenter Situationen, Bewahrung der Ich-Identität und ermöglicht die kontinuierliche Genese der Ich-Identität. Das Individuum als aktiver Rollenspieler kombiniert zugleich Elastizität für unterschiedliche

¹⁵⁷ Eriksons Auffassung deckt sich mit Meads Konstrukt einer I-me-Perspektivenverschränkung (Abels, 2009: 373).

¹⁵⁸ Müller (2011: 35ff) führt empirische Weiterentwicklungen an wie z. B. das Identitätsstatus-Modell von Marcia, den psychologischen Rollenbegriff und die Reifikation von De Levita etc.

Verhaltensweisen in unterschiedlichen Interaktionssituationen, Kontinuität für ein bestimmtes Engagement in bestimmten Relevanzbereichen und Flexibilität im jeweiligen Rollenhaushalt.

Der Jugendforscher Klaus Hurrelmann (1944) erweitert Meads (1995: 171) Interaktionsmodell um das Konzept aktiver Handlungskompetenzen und selbst produzierter Sozialisationsbedingungen. Im „*Handbuch der Sozialisationsforschung (1980)*“ skizzieren Hurrelmann und Ulich die Ansätze für das eigentliche „*Modell des produktiv realitätsverarbeitenden Subjekts*“. Dabei geht Hurrelmann (2002: 155) zunächst von einem Spannungsverhältnis von Fremd- und Selbstbestimmung der Persönlichkeitsentwicklung aus.

Die Verarbeitung von äußeren und inneren Anforderungen begründet Hurrelmann (2002: 156) folgendermaßen: „*Ein Mensch wird [nur] durch das Leben in der sozialen und physikalischen Umwelt und durch den Prozess der Auseinandersetzung mit dieser Umwelt zu einem gesellschaftlich handlungsfähigen Subjekt, weil so die biologischen Anlagen, die körperliche Konstitution und die Grundstruktur der Persönlichkeit ausgeformt und von einer Lebensphase zur anderen modifiziert und weiterentwickelt werden können.*“ Aus erfolgreicher Behauptung von Identität und Handlungskompetenz entsteht konkretes Handeln.

In Anlehnung an Berger et al. (2007) rückt Hurrelmann unverkennbar das Individuum und seine Konstruktionsleistung in den Blickwinkel gesellschaftlicher Realität (Abels, 2009: 59). Sein Sozialisationskonzept verbindet folglich interaktionistische und phänomenologische Gesichtspunkte über eine wechselseitige Verbindung von Individuum und sozialer Realität aus. Nach Hurrelmanns eigener Einschätzung gilt das Modell der produktiven Realitätsverarbeitung als „*gemeinsamer Nenner der neueren Sozialisationstheorien*“ (Abels, 2009: 99). In der Perspektive von Hurrelmann kann die Gesellschaft als tertiäre Sozialisationsinstanz mit indirekten Sozialisationseffekten verstanden werden.

Anselm Strauss (1916-1996) thematisiert in seinem Standardwerk „*Spiegel und Masken*“ (1959) das komplizierte Wechselspiel zwischen dem Individuum und den Anderen als sozialen Spiegel und bestimmte Masken von personaler Identität. „*Masken sind Symbole unserer Identität.*“ (Abels, 2010: 345) Die reflektierte Stellung ist für Strauss (1959: 76f) der Status bzw. die soziale Identität in jeglicher Interaktion.

Die soziale Identität der Interaktion wird vom Status und seinen Facetten als Statusarten gebildet, wobei Strauss von einem variablen Interaktions-Modus ausgeht. Abels begründet diesen Mechanismus und dass die „*Identität im Spiegel der Anderen häufigen Statuswechsel impliziert*“ (Abels, 2010: 346). Goffmans Rollendistanz ist für Strauss eine proaktive Strategie sozialer Erwartungen. Als deutliche Abkehr zu strukturellen Identitätsüberlegungen einer Ich-Identität eines Erikson verfolgt Strauss ein Konzept wechselseitiger Beeinflussung im Sinne Blumers. Identität ist für Strauss ein dynamischer interpretativer Prozess symbolischer Ordnung in Bezug auf Situationen. Seine Auffassung einer „*negotiated order*“ ist als interaktionistischer Aushandlungsprozess von Perspektiven, Sinn- und Wertzuschreibungen zu begreifen. Kontrastierend zur Goffman-Auffassung einer punktuellen Momentaufnahme betont Strauss den Routinecharakter als strukturelle Bedingung der Situation. Daneben betont Strauss (1959: 59), dass jede Interaktion eine Interaktion mit einem unsichtbaren Dritten ist.

Lothar Krappmann (2000: 70) entwickelte sein Modell „*balancierender Identität*“ als Kritik an Erikson und den postmodernen Lebensverhältnissen. Den traditionellen Erwartungsbegriff der Rolle erweitert er um den Bezugspunkt einer situationsspezifischen Erwartung. Ich-Identität dient dem Individuum als Interpretationspotenzial und Goffmans Rollendistanz wird von Krappmann in Richtung einer Persönlichkeitsebene erweitert. Dabei knüpft Krappmann (2000: 59f) inhaltlich an Mead an und richtet Eriksons Konzept der Ich-Identität als Wechselspiel und Balance zwischen Individuum und Gesellschaft im Hinblick auf Kompetenzen neu aus (Abels, 2009: 375). Krappmann knüpft mit seiner Vorstellung von Identität als struktureller Bedingung an Goffmans Kompetenzbegriff an.

Interessanterweise sind für Krappmann (2000: 81/116) soziale Rollen interpretationsbedürftig und keinesfalls starr vorgegeben. Als Konsequenz sind Interaktionen nicht nur von den Erwartungen und Erwartungshaltungen Anderer geprägt, sondern gleichzeitig von subjektiven Definitionen und Reflexionen abhängig. Sein Konzept kombiniert vier identitätsfördernde Balancekomponenten: Ambiguitätstoleranz, Rollendistanz, Empathie und die Fähigkeit zur Selbstdarstellung bzw. normiertem Rollenverhalten (Krappmann, 2000: 133ff). „*Identität [ist] nicht nur subjektiv zu erleben, sondern objektiv zu leben.*“ (Brumlik, 1973: 99) Identität bedeutet für Krappmann folglich eine individuell-kreative Art einer Selbstdarstellung eines Selbstbildes (Miebach, 2010: 115). Vereinfacht dient Identität für Krappmann (2000: 99) als Interpretationspotenzial. Insofern reduziert Krappmann Identität nicht auf eine bewusste

Differenz zwischen Individuum und Gesellschaft, sondern ist zusätzlich unter der Perspektive des „*Möglichen*“ zu werten (Abels, 2009: 380).

7.8.1.3 Zwischenfazit II

Aus diesen Überlegungen zu den interaktionistischen Rollenansätzen kann für die weitere Analyse folgende Basis mitgenommen werden: Identität ist ein relativer Standpunkt, wechselseitig mit sozialen Strukturen verbunden und als fortlaufender Entwicklungsprozess einer „*Sich-Selbst-Gleichsein*“-Tendenz unterworfen (Miebach, 2010: 116). In diesem Sinne erfolgen die Konstruktionen nicht willkürlich, sondern im interaktiven Kontext von Sozialisation und Erfahrungen. Verstärktes Rollenspiel und Rollendistanz stimulieren den Gehalt an Neuinterpretation als identitätsfördernde Fähigkeiten und Handlungskompetenzen. Aus Sichtweise der rollentheoretischen Ansätze ist Nationalstolz emotionaler Rollenbestandteil. Forschungspraktisch erscheint die analytische Eignung der gehaltvolleren interaktionistischen Rolle als Zeichendarstellung durch ihre Plastizität als „*Formulierungsschablone*“ (Etzrodt, 2003: 287, Haug, 1994, 69) zweckmäßig geeignet für die GTM.

Zusammenfassend belegen die theoretischen Ausführungen eine angemessene Beantwortung von Forschungsfrage F1a:

F1a: Welche Ansätze zur Konstruktion von Identität finden sich in der Literatur?

8 NATION, STAAT UND NATIONALSTAAT

Während die Politikwissenschaften die Nation als rechtlich gesellschaftliche Organisationsform mit räumlicher Bindung an ein nationalstaatliches Territorium definieren (Dvorak et al., 2011: 113), betrachtet die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft die Nation als Ort kommunikativer Übereinkunft mit Verbindlichkeiten und gesellschaftlicher

Bindung. In soziologischer Perspektive repräsentiert die Nation metaphorisch einen stabilen Bezugspunkt mit einer Vielzahl divergenter Versprechen (Kühsehl, 2010: 28). Ähnlich gilt in kulturwissenschaftlicher Perspektive die Nation als intellektuelles Konstrukt mit flexibler Akzentuierung (Geulen, 2004: 441). In diesem Sinne sind Gesellschaft und Nationalstaat vielmehr als „*Einheit der Unterscheidung von Differenz und Identität zu behandeln*“ (Horx, 2010: 22).

Aktuell steht die Dynamik von Formen nationaler Vergesellschaftung im zentralen Interesse unterschiedlichster Wissenschaften¹⁵⁹ (Jung, 2010: 13), wobei die europäischen Klassiker von Marx (1848) bis Durkheim (1895) und ihre soziologischen Studien „*zu guten Teilen bis heute relevant*“ sind (Dvorak et al., 2011: 22). Die klassischen Erklärungsmuster betrachten die Nation als hergestellte Einheit von objektiv Gegebenem¹⁶⁰ und subjektiv Gefühltem (Jung, 2010: 16). Die Vorstellungen eines homogenen Nationalstaates sind jedoch „*kontrafaktische Imaginationen*“ und weicht einem notorisch offenen Projekt¹⁶¹ einer strukturellen Einheit von relativer Gleichheit von thematisierbaren Zugehörigkeiten (Bös et al., 2009: 101f).

Befürworter nationalstaatlicher Gegenwartsprozesse bauen auf unterschiedlichen Vorstellungen, Komprimierungspunkten und Legitimationslogiken einer Gemeinschaftsidee bzw. Partikularismus auf. Leggewie (2004: 316) bzw. Westle (1999: 223) berufen sich auf tradierte Vorstellungen, Balla et al. (2009: 167) und Bös et al. (2009: 100) auf Strukturwandel und veränderte Rahmenbedingungen und Haller (2009: 127) auf allgemeine Autonomiebestrebungen.

Ähnlich betonen Abels (2010: 231), Baumann (2009: 139), Böhm (2009: 6), Weiss (2004: 2f) und Huntington (1996: 10ff) die Funktion von Sicherheit und Stabilität. Fast als Konsequenz spricht Geulen (2004: 44) vom Erfolg des nationalen Prinzips und Gellner (2009: 6), Kneidinger (2011: 78) und Dvorak et al. (2011: 22) betrachten die Nation generell als alternativlos.

¹⁵⁹ Arlt (1999: 50f) unterscheidet philosophische, wissenschaftstheoretische, epistemologische, anthropologische, soziologische, sozial- und emotionspsychologische, wirtschaftswissenschaftliche, politikwissenschaftliche, semiotisch-linguistische, philosophische, kunstwissenschaftliche, historische und medienwissenschaftliche Dimensionen.

¹⁶⁰ Z. B. Sprache, Werte, Symbole etc.

¹⁶¹ Erkennbar ähnlich der Identitätsbildung.

Ungeachtet der unterschiedlichen Rollenkonzeptionen¹⁶² gilt für den Soziologen Max Haller: „*Nationale Identitäten und Nationalstolz bleiben zentrale Komponenten der Identität der Menschen in modernen Gesellschaften.*“¹⁶³

Die gängige Literatur verfolgt die konstruktivistische Sichtweise von Anderson (2005)¹⁶⁴ und betrachtet die Nation als Container. „*Die Nation erscheint als Behältnis, das einer im Alltagsleben erfahrbaren Füllung bedarf, ohne die sie offenbar reichlich blass bliebe.*“ (Kühsehl, 2010: 22) Nationaler Inhalt und Wirksamkeit der imaginierten Gemeinschaft werden über Akteure in institutionalisierten Kontexten und normalisierenden Prozessen konstruiert. Als Konsequenz gilt die Nation als konsolidierte und territorial-temporäre Entität mit Prozesscharakter. Die Prozesshaftigkeit setzt eine offene Konstellation voraus, deren Bewertung wiederum in einer taxativen Liste von Einzelmaßnahmen liegt (Kühsehl, 2010: 52).

Dieses Verständnis skizziert die Nation¹⁶⁵ als Ebenbild für den gegenwärtigen Zustand der jeweiligen Gesellschaft. Als vages gesellschaftliches Zustandsbild bleibt die Nation einerseits als unsichtbare Idee lebendig und andererseits in konkreten Strukturen und Objekten als Verkörperung des Realen und Echten plastisch greifbar. Neuere Zugänge relativieren die Abstraktion des Containers zusätzlich durch objektive Rahmenbedingungen, Prozesse emotionaler Personalisierung bzw. Betonung der nationalen Alltagskultur.

Begrifflich umfasst der Nationalstaat ein staatliches Element repressiver Gewaltkontrolle, während das nationale Element Gemeinschaftsgefühle und freiheitlichen Konsens beinhaltet. „*Das staatliche Element ist unabdingbar ... das nationale Element ebenso unentbehrlich.*“ (Hondrich, 2009: 242) Dennoch schafft die Gesellschaft sich selbst und formt den Staat. „*Nicht der Staat begründet die Gesellschaft [obwohl er sie oberflächlich – i.e. an der Oberfläche (sic!)]*

¹⁶² „*Im Laufe der Zeit wird nationale Identität auch unterschiedlich bewertet.*“ (Ziemer, 2009: 40)

¹⁶³ http://diepresse.com/home/science/477819/Soziologen_Nationale-Identitaet-bleibt-wichtig

¹⁶⁴ Ähnliche konstruktivistische Zugänge verfolgen u.a. Gellner, Hobsbawm (2012) und Bauman.

¹⁶⁵ Das idealtypische Nationsmodell verfolgt ein Organisationsprinzip der Homogenisierung (Bala et al., 2009: 161).

– *formt*], sondern die Gesellschaft den Staat.“ (Dvorak et al., 2011: 25) Hoffman und Klostermann (2005: 356) gehen noch einen Schritt weiter und unterstellen eine Ordnung „unter dem Vorbehalt von Zufall und Kontingenz¹⁶⁶, insofern es Möglichkeiten des Anders-Sein-Könnens gibt, die Unbestimmtheit als ordnungskonstitutiv ausweisen“.

8.1 Nationale Identität als Sonderform sozialer Identität

Straub (1994/95: 3) komprimiert den Stand von über 140 Jahren sozialwissenschaftlicher Identitätsforschung auf die „Klassiker“ personale und soziale Identität. Ähnlich verdichtete Fearon (1999: 4f) vierzehn sozialwissenschaftliche Definitionen auf die genannten Konzepte. In einer frühen Phase des Forschungsprojekts bestätigte eine ähnliche Übung mit 26 sozialwissenschaftlichen Definitionen¹⁶⁷ die Struktur mit minimalen Zugewinne für mögliche Blickrichtungen (siehe Anhang Abb. 41).

In soziologischer Perspektive ist jegliche Identitätsform im Grunde ein Differenzbegriff im Sinne eines sozialen Spiegelbildes (Abels, 2010: 14). „*Identität ist gleichzeitig dialektisch neben der einzelnen Person auf die (lokal erfahrenen oder vorgestellten) Gemeinschaften, denen sich diese zugehörig fühlt, bezogen.*“ (Hepp, 2006: 273) Aus diesem Grund sind nationale Identität bzw. nationale Identitätskonzepte Sonderformen sozialer Identität (Kneidinger, 2011: 41).

Die gängige Auffassung der Geistes- und Sozialwissenschaften verkürzt soziale Identität auf ein zeitdiagnostisches Korrelat gesellschaftlicher Strukturen und korrespondierender Rollenkonzepte (Lichtblau, 2009: 69). Ähnlich unterscheidet Haller (2009: 269) nationale Identität über kognitive Gemeinsamkeiten, emotional-affektive Symboliken und gemeinsame Verhaltenskomponenten. In analytisch-pragmatischer Sichtweise gilt das kollektive Phänomen jedoch als „*etwas Primäres, seine geistige Verarbeitung dagegen [als] etwas Sekundäres und meist nachträglich Hinzukommendes*“ (Lichtblau, 2009: 69). Kecmanovic (1996: 1f) wiederum

¹⁶⁶ Ähnlich wird Kommunikation „*als kontingent betrachtet, da kein systematischer Zusammenhang zwischen Kommunikation und kommuniziertem Inhalt besteht*“ (Strübing, 2013: 160).

¹⁶⁷ Ergänzend ersten Übungsschritten im Umgang mit ATLAS.ti.

charakterisiert das Nationalgefühl über Bindung, Emotionen, Zugehörigkeit und ein artikuliertes Bewusstsein von Erwartungen.

Insofern fehlt kollektiver und sozialer Identität die Substanz und Begrifflichkeit personaler Identität. „*Den SOZIALKÖRPER gibt es nicht im Sinne sichtbarer, greifbarer Wirklichkeit. Er ist eine Metapher, eine imaginäre Größe, ein soziales Konstrukt.*“ (Straub, 2003: 293) Die erkennbare Vagheit bezeichnet Straub (2004: 293) überspitzt als „*Signifikant ohne Signifikat*“ (Straub, 2004: 293). Als Folge sind für Berger et al. (2007: 186) Identitätstheorien immer mit Interpretationen von Wirklichkeit verbunden.

Das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung und Zugehörigkeit findet sich als dialogisches Prinzip in einer Vielzahl soziologischer Klassiker (Abels, 2010: 316). „*One is a self only among other selves. A self can never be described without reference to those who surround it.*“ (Taylor, 1992: 35)

8.2 Nationale Identitätskonzepte

Vereinfacht thematisieren nationale Identitätskonzepte ein Kontinuum unterschiedlicher Vergleichs- und Bewertungsmodi von Identifikation, Zugehörigkeitsgefühl oder sonstigen Bindungen im sozialen Kontext (Kneidinger, 2011: 99). Das Spektrum reicht dabei von den vier Hauptkonzepten Patriotismus, Nationalstolz, Nationalismus und Xenophobie (ebd., 2011: 195) bis hin zu einer Vielzahl von graduellen Ausdifferenzierungen¹⁶⁸, die wiederum selbst als „*catch-all*“-Begrifflichkeiten mangelnde Trennschärfe aufweisen (Geulen, 2004: 451).

Im Konzept des Sozialkörpers sind sie ebenfalls von Metaphern und unbewussten kulturellen Anordnungen gerahmt und wirken auf menschliche Handlungen (Charmaz, 2011: 199). Im Alltag sind sie unweigerlich mit Fragen der Reichweite, Wirkkräfte und Sinnhaftigkeit verbunden. Zusätzlich unterscheiden sich die Konzepte hinsichtlich Zielsetzung, Funktionsweise und Grundwerte (Kneidinger, 2011: 89).

¹⁶⁸ Zu den Surrogaten gehört zweifelsfrei der Begriff ethnische Identität (Liebsch, 2004: 193ff).

Wenig überraschend wird der Begriff Nationalstolz in der Literatur als „*ein etwas umstrittenes Konzept*“ mit unterschiedlichsten Vorstellungen und Operationalisierungen charakterisiert (ebd, 2011: 97). Westle (1999: 185) verkürzt den Forschungsstand pointiert auf ein Spektrum von eigenständigen Konzepten bestimmter Hinwendungsformen, eines Indikators für Patriotismus und/oder Nationalismus bzw. als integratives Konzept tiefgründiger Aspekte und Bereiche von nationaler Identität.

Ähnlich differenzieren Cohrs et al. (2004: 204) zwischen nationalistischen und patriotischen Formen von Nationalstolz. Oder präziser: „*One that is liberating, benign, democratic, positive, and revolutionary and one that is integral, totalitarian, malign, negative, and conservative.*“ (ebd., 2007: 180) Andere Autoren folgen dieser binären Kodierung mit verschiedensten Ausdifferenzierungen von Stolzobjekten bis hin zu einem allgemeinen Zugehörigkeitsgefühl (Cohrs et al., 2004: 202, Feshbach und Sakano, 1997: 95f, Blank und Schmidt, 1997: 130ff).

Weber unterstellt ein subjektives Zugehörigkeitsgefühl als „*Wir-Gefühl*“, dessen amorpher Charakter einer sozialen Ordnung durch objektive Verhaltens-Erwartungen und typische Stilisierung akzentuiert wird (Abels, 2010: 203f). Sein erkennbares Prinzip sozialer Schließung und Distanzierung wird später von Bourdieu bzw. David Riesman übernommen.

Das Zugehörigkeitsgefühl gilt als „*starke, oft symbolisch explizierte Investition in die gewählte Gemeinschaft, der man sich wertrational, also über zweckrationale Kalküle hinaus verbunden weiss*“ (Leggewie, 2004: 316).

Nationalbewusstsein steht immer in Beziehung zu etwas. Die Psychologen Abeles und Schild meinen dazu: „*[Z]u jemandes Identität gehört die Verbindung mit einer bestimmten Sozialstruktur.*“ (De Levita und David, 2002: 56) Daraus ergibt sich, dass die soziale Gesellschaft als organisierte Sozialstruktur sich permanent in einer Wechselbeziehung von innen und außen befindet. Nationale Identität lässt sich konzeptionell in einen intellektuellen Aspekt des Nationalbewusstseins und einen emotionalen Aspekt des Nationalgefühls als Spielart von Vaterlandsliebe und Patriotismus differenzieren (Kneidinger, 2011: 52). Das Nationalbewusstsein als Konstruktion verbindet die Mitglieder einer Nation und kann vereinfacht als Voraussetzung für deren Existenz betrachtet werden.

Die Sozialforschung betrachtet Nationalstolz vorwiegend als gelerntes und relativ stabiles Einstellungskonstrukt in Bezug auf eine Entität. Mühler et al. (2004: 15/173) verstehen darunter

eine affektive oder emotionale Beziehung zwischen einem sozialen Kollektiv und dem Objekt Nation. Für Kecmanovic (1996, 1f) ist das Nationalgefühl wichtige Grundlage für ein emotionales Gefühl und bewusste Artikulation der Zugehörigkeit über gemeinsame Erwartungen. Haller (2009: 286) unterstellt ein Wissen um eine Bindung und eine Verhaltenskomponente. In der Entstehung von Wir-Zugehörigkeit betont Straub (2004: 300) wiederum die konstruktive Funktion von „frei wählbaren Affinitäten mit Koalitionen, Sympathien, Gefühlen, Interessen“ etc. Kneidinger (2011: 48) betrachtet den „aktiven Charakter“ als Aktivierungsgrad für bestimmte Handlungen als „eine Art Habitus“.

Die Literatur systematisiert unterschiedlichste Varianten nationaler Identifikationsfiguren. „Neben dem staatlich kontrollierten Ensemble offizieller Symbole - von der Fahne bis zur Nationalhymne - verfügt jede Nation über ein breites, bei allem Wunsch nach Kontinuität sich ständig veränderndes und potentiell fast unendliches Repertoire an nationalen Symbolen.“ (Kühschelm et al., 2014: 27) Westle (1999: 190f) sieht die klassischen Bezugspunkte nationalen Selbstbewusstseins in Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Sport, während Kneidinger (2011: 78) relevante kulturelle Multiplikatoren untersucht. Kühschelm (2010: 136) wiederum fokussiert auf die alltagspraktischen symbolischen Ersatzkriege.

Keupp (2009: 18) hingegen betont die Fähigkeit zur Kohärenz über soziale Verknüpfungen und Solidaritätspotenziale. Die Stärke des Kohärenzerlebens und damit die Reaktionsweise hängen vereinfacht vom Sinn und positiven Erwartungen ab (Abels, 2010: 449).

Das methodologische Spektrum reicht von Studien der EVW/WVS mit statistischen Mittelwertvergleichen, Häufigkeitsverteilungen, bivariaten Korrelationen und Regressionsanalysen (Noll und Scheuer, 2006: 2ff) über halbstrukturierte Interviews (Müller, 2011: 34f) und Experten-Tiefeninterviews bzw. Fokusgruppen in qualitativen Eurobarometer-Studien¹⁶⁹. Straub (2004: 300) begründet die qualitative Variante über die Qualität latentes Alltagswissen und habitualisierte Verhaltensformen, die sich nicht mittels rationaler Bewusstheit und Reflexivität fassen lassen. „Dabei wissen wir vom Alltagswissen, dass vieles daran implizites Wissen ist, das sich nicht umstandslos verbalisieren lässt.“ (Strübing, 2013: 96) Oftmals enden quantitative Forschungsberichte mit dem Hinweis „follow-up research is necessary“ (Okan et al., 2007: 183).

¹⁶⁹ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/quali/ql_6437_en.pdf

8.3 Zwischenfazit III

Abhängig von der Fragestellung wird folgende definitorische Denkrichtung bevorzugt: „*National pride is the positive affect that the public feels towards their country as a result of their national identity.*“ (Smith, 2006: 1). Ergänzend zur theoretischen Aufarbeitung scheint folgendes Verständnis für den weiteren Forschungsverlauf brauchbar: Jegliche Form von Identität setzt Differenz und symbolische Repräsentation im sozialen Kontext voraus. Der Begriff der Metapher bringt die relative Verschränkung auf den Punkt¹⁷⁰. „*The cause of a social or individual phenomenon is never another social or individual phenomenon alone, but always a combination of a social and an individual phenomenon.*“ (Znaniecki, 1974: 44)

Die zugrundeliegenden sozialen bzw. kommunikativen Prozesse sind aufgrund ihrer Komplexität als Annäherung an eine Realitätsdeutung zu verstehen. Als direkte Folge sozialer Komplexität ist die Einheit von Form, Inhalt und Struktur nicht als Gleichheit, sondern als Angebot eines Bezugsrahmens von Vielfalt und Differenz zu betrachten (Balla et al., 2009: 162). Analog sind nationale Elemente Ausdruck von Individualität und Kollektivität und setzen qualitative Ansätze als angemessenen Forschungszugang voraus.

Die Kombination der bisherigen Theorieanalyse und die aktuellen Ausführungen zur sozialen Identität erlauben eine angemessene Beantwortung von Forschungsfrage F1b:

F1b: Welche Ansätze zur Konstruktion von nationalem Selbstbewusstsein finden sich in der Literatur?

¹⁷⁰ Das Konzept der menschlichen Doppelbestimmung basiert auf Simmel (1968: 366).

9 WERBUNG ALS MEDIATISIERTE INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

„Mit mediatisierter interkultureller Kommunikation sind nicht lebensweltliche Interaktionssituationen, sondern ihre Darstellung in unterschiedlichen Medien gemeint.“ (Lüsebrink, 2005: 43) Als Konsequenz vergegenwärtigt Werbung als Gesamtpaket soziale Realität, verändert und idealisiert jedoch den dargestellten Bereich relevanter Umstände und Erwartungen¹⁷¹. Ähnlich der Logik von Identität verwendet Werbung ein strategisches Kalkül und eine *„Unnatürlichkeit als visueller Code der Werbung“* (Lobinger, 2010: 159).

Der spezifisch intentionale Charakter von Werbung als bewusst durchgeführte Kommunikation setzt Verständigung innerhalb eines gemeinsam konstruierten Referenzrahmens von Bedeutungen voraus (Krotz, 2007: 45). Vorliegende Arbeit konzentriert sich in einem weiter gefassten Begriff interkultureller Kommunikation auf die Ebene der mediatisierten interkulturellen Kommunikation und eines sinnhaften Verstehens als Relation von Dramaturgie und Bedeutungskonstruktion. In diesem Kontext ist Werbung um *„breite Verständlichkeit“* bemüht und gilt als privilegierter Ort, an dem zentrale Herausforderungen unserer zunehmend mediatisierten Lebenswelt verhandelt werden (Krotz, 2007: 224).

Dies impliziert eine Generalperspektive bzw. eine einseitige Rollenübernahme unter Bezugnahme einer Annäherung der Erwartungen räumlich-zeitlich distanzierter Rezipienten (Göttlich, 2006: 71). Dennoch gilt: *„Im Kern funktioniert professionelle [Massen-] Kommunikation auch nicht anders als die ganz normale zwischenmenschliche Kommunikation.“* (Jung und Matt, 2004: 153)

9.1 TV-Werbung und Werbemarkt in der MOEL-Region

In den vergangenen 3.000 Jahren professionalisierte Werbung¹⁷² das Bemühen um die Aufmerksamkeit des bzw. von Anderen und entwickelte sich gleichzeitig zum Resonanzkörper sozialer und kultureller Entwicklungen (Buchli, 1962: 73f). Insofern ist Werbung eine Säule

¹⁷¹ In Anlehnung an die bekannte McCann-Formel *„Truth well told“* verschönert Werbung Wirklichkeit.

¹⁷² Rudolf Seyffert verwendete den Begriff Werbung erstmalig 1929.

der Evolution, verfolgt ein Spektrum unterschiedlichster Zielsetzungen und Funktionen und unterliegt letztlich der Signifikanz von Konsumenten als Rezipienten (Bergmann, 2014: 63, Zerres et al., 2006: 320). Die gängige Spiegelmetapher verdeutlicht die werbliche Relevanz als gesellschaftsumspannendes Netz von Identifikations- und Distinktionspotenzialen (Willems, 2003: 122), wobei die komplementären Funktionen als virtuelle Bezugsgröße von Konsumkultur, Sozialisations- und Erziehungsagentur die Eignung für jegliche Gesellschaftsanalyse unterstreichen (ebd., 2003: 86).

TV-Werbung ist vereinfacht ausgedrückt ein marketingtechnisches Amalgam aus Unterhaltung, Konsumanleitung und Product-Placement und gehört als Teil der Kommunikationspolitik ¹⁷³ zum Marketing-Mix. Fernsehen erfüllt Unterhaltungs- und Informationsbedürfnisse der Rezipienten und beansprucht den größten Anteil am gesamten Medienzeitbudget (Meffert et al., 2008: 655). Reichweite, Geschwindigkeit und vielfältige Gestaltungsvariationen unterstreichen die Bedeutung von Fernsehspots in der Vermittlung von Emotionen und Informationen.

Als klassisches Verbreitungsmedium und sekundäre Werbeträger (Hepp und Hartmann, 2010: 24) sprechen TV-Spots als rhythmisch distribuierte Angebote (Krotz, 2007: 256) und Push-Medium¹⁷⁴ eine Vielzahl anonymer Rezipienten an:

Spot [spɔt], englisch ›Fleck‹, ›Platz‹] der, Werbung: kurze, abgeschlossene Werbeaussage im Hörfunk oder im Fernsehen, oft unmittelbar vor Sendungen mit hoher Empfängerzahl oder vor Höhepunkten einer Sendung eingeblendet (Unterbrecherwerbung).

Commercial [kəˈmɜːʃl], englisch] das, Werbespot, kurze Werbeaussage in Hörfunk oder Fernsehen¹⁷⁵

¹⁷³ Die kommunikationspolitischen Aktivitäten umfassen Werbung, persönlichen Verkauf, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit.

¹⁷⁴ Durch eine Vielzahl von mehr oder weniger ausdifferenzierten Sonderwerbformen wie z. B. Programm-Sponsoring, Promostory/Infomercial, Branded Entertainment, Spotshow, Gewinnspiele, Framesplit, Skyscraper, Info-Crawl, Splitboard, Movesplit etc. ergänzt (Zurstiege, 2007: 127f).

¹⁷⁵ Quelle: <http://lexikon.meyers.de>

Als 30-Sekunden-Standard (Ogilvy, 2010: 157) verfolgt TV-Werbung ein triviales Strukturprinzip von Problem, Produkt und Auflösung innerhalb einer Rahmung des „wirklichen“ Lebens¹⁷⁶ (Busch, Fuchs und Unger, 2008: 501f). Die kommunikative Ansprache integriert Laute und Bilder eines intendierten spezifischen Kommunikationserlebnisses, dessen Wirkung von formalen und inhaltlichen Gestaltungsprinzipien abhängt. In diesem Kontext betont Krotz (2007: 110f) eine zunehmende thematische Alltagsorientierung audiovisueller Ablaufmedien durch realitätsbezogene Inszenierungen.

Der Charakter als Ablaufmedium mit raumzeitlichem Bezug (Krotz, 2007: 15) ermöglicht eine fast millimetergenaue Vermessung und obwohl die TV- und Publikumslandschaft unbestritten die meisten empirischen Daten aufweisen, können dennoch „nicht alle wichtigen Fragen beantwortet werden“ (Behrens, 2013: 686). Während formale Gestaltung vereinfacht den Kontakterfolg umfasst, beinhaltet die inhaltliche Gestaltung die profilierte Darstellung werbewirksamer Situationen von Werbeobjekt, Werbeidee und eines Rahmens „als zeitlicher Handlungs- bzw. Bewegungsablauf mit optischen und akustischen Mitteln“ (ebd., 2013: 556).

In Anlehnung an Walter Dill Scotts (1904) Werbegegesetz eines „*survival of the fittest*“ und seine „*attraction values*“ lassen sich die klassischen Werbeprinzipien zwischen den Polen eines Konventionsspektrums verorten. Abb. 10 verdeutlicht das grundlegende Spektrum zwischen kalkulierter Routine und Konventionsbruch (Göttlich et al., 2012: 114).

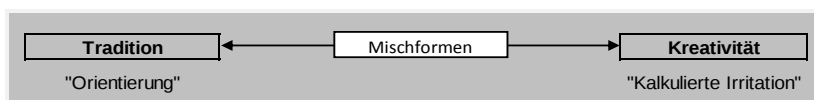


Abb. 10: Werbliches Konventionsspektrum

Aus Perspektive der Wirkungsforschung müssen Werbespots eine gewisse strukturelle Konsistenz zwischen der formellen Außenstruktur als Beziehung zur Sozialstruktur bzw. den

¹⁷⁶ Für Hepp et al. (2010: 53) ist „die Hälfte aller Informationssuchsituationen mit dem Lösen von alltäglichen Problemen verbunden“.

symbolischen Darstellungs-Komponenten¹⁷⁷ und der Binnenstruktur als detailliertes Set kommunikativer Codes und innerer Anmutungsqualitäten aufweisen (Zurstiege, 2005: 44). Basis für die konkrete Ausgestaltung der Kommunikationsmittel ist die Copy-Strategie als Kombination des inhaltlichen Nutzenversprechens als Kernbotschaft¹⁷⁸ bzw. Unique Selling Proposition mit argumentativen Beweisführung als Reason Why und dem kommunikativen Grundton als Tonality¹⁷⁹ (Trommsdorff, 2009: 69, Hartleben, 2004: 181ff). Einer überschaubaren Anzahl an konzeptionellen Ideen steht ein breites Spektrum an kreativen Umsetzungen gegenüber. Tab. 5 verdeutlicht das Spektrum (De Mooij, 2013: 305ff):

Basic Form:	Subcategories:
1. Announcement	- Pure Display: The product is the hero - Product message of NEW characteristics - Corporate presentation, documentary style
2. Association transfer	- Lifestyle - Metaphor - Metonymy - Celebrity transfer
3. Lesson learnt	- Presenter - Testimonial/endorsement - Demonstration - Competitive Comparison - "How to use..."
4. Drama	- Slice of life story - Problem-solution - Vignettes - Theatre acting
5. Entertainment	- Humor - Play or act around product
6. Imagination	- Cartoons - Film properties in action - Various Video Techniques
7. Special effects	- Product in action as animation - art-oriented Film, video techniques and artistic stimuli

Tab. 5: Werbliche Basisformen und Umsetzungen

Während das Medium Fernsehen bewusst auf diffuse Identitätsangebote und heterogene Sinnangebote setzt (Hepp et al., 2010: 115f), folgt klassische Werbung dem Imperativ einer sozialen Orientierungsfunktion und verständlicher Leseanweisung innerhalb enger Toleranzgrenzen¹⁸⁰. „Die Rezeption und positive Aneignung werblicher Inhalte ist zumindest

¹⁷⁷ Vereinfacht bestimmt die Prägnanz der Darstellungen über die Gestaltfestigkeit die äußere Einheit (Behrens, 2013: 557).

¹⁷⁸ Die sogenannte Unique Selling Proposition zeichnet sich als prägnante und relevante Single-Minded-Message aus.

¹⁷⁹ Und einer strukturellen Ähnlichkeit mit Goffmans Rollenspiel (Kap. 7.8.1).

¹⁸⁰ Böttcher (2014: 97f) behandelt den Diskurs über Werbung als Kunst bzw. Kunst in der Werbung und Wahrheit als Kunstform.

momentan demnach umso wahrscheinlicher, je eher die Werbekommunikation sich im klassischen Bereich bewegt.“ (Kühshelm, 2010: 71) Redundanz setzt auf die strategische Wiederholung des Gleichen mit ähnlichen Mitteln. Die Werbeschaffenden nützen diese Logik einer minimalen Differenz für ihre Optimierung des (bereits) Optimalen und setzen wiederum auf Wiederholung (Zurstiege, 2007: 159f). Die imaginative Rollenübernahme einer Wiederholung¹⁸¹ zentraler Botschaften als Betonung einer Relevanzsetzung gehört zweifelsfrei zum Standard in der Werbung. „Deswegen setzen Großunternehmen auf dauerhafte Kampagnen.“ (Görtz, 2010: 21) Ähnlich führen Harmonie- und Glaubwürdigkeitsfaktoren viel eher zu Sympathie und Akzeptanz als dissonante Faktoren (Sawetz, 2007: 110).

TV ist mit 98% Reichweite unbestritten das reichweitenstärkste Medium, wobei Technik kommunikationswissenschaftlich als Voraussetzung bekanntlich „nur Potenziale“ generiert (Krotz, 2007: 31). Die Erkenntnis des kontinuierlichen Ansteigens von standardisierten, vorproduzierten Inhalten und eines konstanten Verarbeitungsfensters seitens der Rezipienten¹⁸², aber auch wachsende Nebenbei-Nutzung¹⁸³ und Channel-Hopping¹⁸⁴ relativieren u.a. den Kontakt und Rhythmus als medialen Aufmerksamkeitsbezug (Vlasic, 2004: 201, Pepels, 2004: 46). Dennoch zählt Fernsehen zu den „most popular leisure activities“ (Immerfall et al., 2010: 371) und die Popularität lässt sich über eine telemetrisch gemessene Sehdauer bis zu 350 Minuten pro Tag belegen¹⁸⁵.

Als Konsequenz relativ stabiler Rezeptionstraditionen (Krotz, 2007: 217), einer generellen Präferenz visuell orientierter Kommunikation in kollektivistisch geprägten Ländern (Hofstede et al., 2012: 119, Kloss, 2001: 12) und eines wachsenden Werbedrucks (Prazak, 2010: 19) hat sich laut Euromonitor International der TV-Werbemarkt wertmäßig innerhalb der letzten zehn Jahre vervierfacht. TV-Werbeformen repräsentieren aktuell knapp 60% der

¹⁸¹ U.a. ebenfalls als Faktum im Prozess der Nationalisierung beobachtbar (Kühshelm, 2010: 7).

¹⁸² Krotz (2007: 229) spricht von einer „Pausenlosigkeit des Angebotes“.

¹⁸³ Dahlén et al. (2010: 372) gehen aktuell im Durchschnitt von „43 hours of activities on a normal day“ aus.

¹⁸⁴ Toland und Müller (2007: 34) gehen von einem internationalen Benchmark von anteilmäßig 18% TV-Werbung und Sonderformen aus, während zusätzlich neun von zehn Rezipienten bei einer Werbeunterbrechung den Kanal wechseln (Felser, 2015: 5).

¹⁸⁵ <http://media.superillu.de/wp-content/uploads/Gute-Gr%C3%BCnde-f%C3%BCr-PRINT.pdf>

Gesamtwerbeausgaben in der MOEL-Region und dieser Anteil ist doppelt so hoch wie in Westeuropa¹⁸⁶. Die größten Media- und Kommunikationsagenturen der Region prognostizieren ein jährliches Wachstum der Werbeausgaben im zweistelligen Prozentbereich¹⁸⁷, wobei nach wie vor klassische TV-Werbung in Verbindung mit mobilen Endgeräten größter Wachstumstreiber bleibt (Vaskovich, 2013: 31). Daten der GFK Euro Socio Styles für die Untersuchungsregion belegen stark bedeutsame Korrelationen in den Items „*advertising is amusing*“, „*interested in news about products*“, „*advertising is quite good*“ und „*preference to watch advertising*“ (siehe Anhang Abb. 34).

In diesem Kontext bieten Massenmedien als Sozialisationsagenten einen Orientierungsrahmen in Form von Verhaltens- und Denkmustern, Rollenbildern und Typenvorstellungen und sichern als Vermittlungsinstanzen gesellschaftliche Selbstverständigungsprozesse und damit den gesellschaftlichen (Fort-)Bestand (Dvorak et al., 2011: 228). Das darstellungstechnische Potenzial für eine emotionale Vermittlung, das hohe Identifikationspotenzial und die konsistente Wirkung legitimieren Fernsehen als „*Sinnvermittlungsanstalt*“ und „*Leitmedium der gesellschaftlichen Kommunikation*“ (Hepp et al., 2010: 112/87). Aus diesem Grund bietet sich die einzigartige Popularität von TV für einen kulturellen Vergleich an, wobei die besondere Eignung der Untersuchungsregion über eine Vielzahl bedeutsamer Korrelationen im empirischen Teil belegt wird¹⁸⁸.

9.2 Rezeption als sinnhaftes und symbolisch orientiertes Handeln

Kommunikationswissenschaftliche Interaktionskonzepte basieren auf einer einseitigen Mensch-Apparat-Kommunikat-Relation mit Nichtreziprozität (Stegbauer, 2011: 26). Erfolgt Interaktion im Hinblick intendierter Informationen bzw. Bedeutungen (= Botschaften), so spricht man von Kommunikation mit medialen Angeboten. In diesem Sinne gilt Fernsehrezeption als technisch dominierte Mensch-Maschine-Kommunikation mit mehr oder

¹⁸⁶ Quelle: Global Market Information Database

¹⁸⁷ www.adforecast.com

¹⁸⁸ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb67/eb67_de.pdf

weniger sequenziellen Rezeptionsprozessen von standardisierten Kommunikaten (Krotz, 2007: 124).

Im Symbolischen Interaktionismus wird Rezeption als aktive Eigenleistung einer Verarbeitung und Integration verstanden. Die zweite Blumersche Prämisse der Bedeutungskonstitution bezieht sich auf eine Aneignung als innerer Dialog (Rössler, Hasebrink und Jäckel, 2001: 91). Der Bruch des kommunikativen Wirkungskreislaufs erschwert dabei die unmittelbare Gemeinsamkeit von Erfahrungswelt bzw. Interpretationsspielraum und resultiert in einer einseitigen Inszenierung und Rezipierung. Während distributive Massenmedien im Grunde Einwegkommunikation repräsentieren, begründen die intrapersonalen Perspektivenübernahmen dennoch Zweiwegkommunikation (Mikl-Horke, 1981: 41). Folglich kann Rezeption als soziales und komplexes Handeln eines Individuums und seiner Gesellschaft verstanden werden.

Den Beginn der Situationsdefinition markieren symbolisch-sprachliche Hinweise im Hinblick auf intendierte Handlungsfolgen. Analog Meads (1934: 370) me-Sichtweise bzw. des „*imaginative conduct*“ erweitern nachfolgend Interaktionisten jegliche Verkettung der Handlungen um die Komponente einer symbolischen Figur (Abels et al., 2007: 184). Als nicht anwesende und quasi unsichtbare Dritte repräsentieren die Haltungen lokal abwesende Rezipienten und sind in Perspektivenübernahme und Handlungen hereinzunehmen.

Als Folge standardisierter Kommunikate von Ablaufmedien führten Horton und Wohl (1956) den analogen Begriff der parasozialen Interaktion ein. Vereinfacht ist damit eine symbolisch-interaktionistische Modellvorstellung gemeint, in der scheinbare und emotional begründete „*Als-Ob*“¹⁸⁹-Interaktionen des Rezipienten mit Kommunikaten gemeint sind (Krotz, 2007: 202). „*The more the performer seems to adjust his performance to the supposed response of the performance of the audience, the more the audience tends to make the response anticipated. This simulacrum of conversational give and take may be called PARA-SOCIAL INTERACTION.*“ (Horton und Wohl, 1956: 215) Das Konzept erklärt Mediennutzung als

¹⁸⁹ Göttlich (2006: 73f) behandelt die verwandte Konnotation von „*Schein*“ als unterschiedliche Thematisierungen.

Aneignungsform durch Rollenübernahme und die komplementäre (Be-)Stärkung des unmittelbaren sozialen Umfeldes. Die komplementäre Rolle des Rezipienten in Bezug auf den imaginären Interaktionspartner basiert auf einer emotionalen Zuordnung und kognitiven Orientierungen der inneren Repräsentanz der Medienfigur. Zusätzlich führten sie eine situationsübergreifende Differenzierung „*parasozialer Beziehungen*“ als kommunikative Anknüpfungspunkte übersituativ innerer Vorstellung und innerer Wirklichkeiten ein (Krotz, 2007: 204f). Die emotional basierte Beziehung definiert positiv und negativ konnotierte parasoziale Beziehungen.

Alternativ betont Göttlich (2006: 23/105) die situativen Handlungsvollzüge als Rezeptionsmodus einer „*Relation von Perspektive und Modus des Wahrnehmenden zum Wahrgenommenen*“. Diese Auffassung als Phase der selbstreflexiven Handlungssteuerung im Kontext praktischer Vermitteltheit des Körpers mit der Umwelt eignet sich für Analysen von beobachtbaren Aushandlungsprozessen in z. B. Gruppendiskussionen. Analog betrachtet Göttlich (2006: 12f) Rezeption als „*Interaktion oder auch als Aktivität*“.

Als Sonderform der Interaktion gelten der Rahmen und die Definition der Situation mittels gemeinsamer Erwartungen als relativ vorgegeben und implizieren asymmetrische Kommunikationsbedingungen. Die Produzentenseite verfügt im Hinblick „breiter“ Verständlichkeit zunächst nur über eine antizipierte Perspektiven- bzw. Rollenübernahme an allgemeinen Vorstellungen eines generalisierten Anderen (Krotz, 2007: 224). Insofern reduziert sich der imaginative Rollentausch auf ein „*Verstehen des Anderen – aber nicht mehr*“ (Rössler et al., 2001: 87). Der Rezipient hingegen greift auf einen vollständigen inneren Dialog mit Situationen, Rollen und Perspektiven zurück. Das Verstehen des stetigen Angebotsflusses von Symbolen läuft rezipientenseitig durch perspektivische Reflexions- und Verarbeitungsprozesse und ruft Aufmerksamkeit und Abwendung mit gradueller Abstufung von Involvement hervor. Als Folge wird Rezeption vereinfacht als sinnhaftes und symbolisch orientiertes Handeln verstanden.

Krotz (2007: 57) betrachtet Fernsehnutzung ebenfalls als Fall sozialen Handelns, aber als Modifikation einer distanzierten und arbeitsteiligen Kommunikation. Im Modell der Rezeptionskaskade von Verarbeitung und Aneignung von Inhalten berücksichtigt Krotz (2007:

230) neben den medial inszenierten Situationen auf dem Bildschirm zusätzlich die Handlungsebene und den Koordinationsbedarf der realen Situation vor dem Bildschirm. Über Rezeptionskontexte einer ersten bzw. zweiten Art betont er die kommunikative Orientierung an sozialen Bedingungen. Aktuellere Konzipierungen gehen von mehrstufigen Folgedefinitionen und einer kaskadenförmigen Verarbeitung unterschiedlicher Orientierungsmuster individueller Erfahrungen und Strukturen von Alltag, Kultur und Gesellschaft aus. Göttlich (2006: 91) wiederum relativiert die begriffliche Trennung als nicht trennbare Aspekte für die vom Zuschauer geleistete Bedeutungsproduktion.

Als Grundkonsens setzt Fernsehnutzung permanente Situationsdefinitionen voraus und konstruiert folglich soziale Realität. In diesem Sinne ist Rezeption als Prozess zu verstehen, der Identität wechselseitig beeinflusst und selbst als vorläufige Musterprobe wiederum von sozialen Synergien und kommunikativen Erwartungen abhängt (Krotz, 2007: 57).

Aufgrund der Interpretationsleistungen und Bedeutungszuweisungen ist der Symbolische Interaktionismus am ehesten dem paradigmatischen Entwurf des Rezeptionsmodells zuzuordnen¹⁹⁰ (Krotz, 2007: 68). Als Folge lässt sich „*Mediennutzung erst anhand der mit ihr verbundenen alltagskulturellen (Deutungs-)Praktiken handlungstheoretisch umfassend beschreiben*“ (Göttlich, 2006: 22).¹⁹¹ In dieser Realität handeln Menschen allgemein aufgrund der Bedeutung eines Zeichens. Kommunikation ist folglich als „*Art des Umgangs mit Zeichen bzw. Symbolen, der auf Bedeutungen rekurriert*“, zu verstehen (Krotz, 2007: 53). Das Deutungssystem umfasst das Konzept Kultur und verdeutlicht den Mensch als Kulturwesen.

9.3 Markenartikel und internationale Werbestrategien

Markenprodukte gelten allgemein als „*Königsklasse der Konsumgüter*“ und sind zyklisch direkt an das Konsumverhalten gekoppelt (Kühnschelm, 2010: 21). Markenartikel-Konzeptionen zeichnen sich durch durchgängige Konstanz objektiver Qualitätsfaktoren, Premium-Preis,

¹⁹⁰ Daneben existieren Informationstransport-, Wahrnehmungs- und das expressiv-rituelle Modell als paradigmatische Kommunikationsentwürfe (Krotz, 2007: 65, Göttlich, 2006: 71).

¹⁹¹ Göttlich (2006: 23f) startet einen Klärungsversuch des unspezifischen Aktivitäts- und Passivitätsbegriffes in der Rezeptionsforschung.

psychologische Nischen und Erwartungen der Verbraucher aus. Internationale Markenartikel weisen generell signifikante „*share-of-voice (SOV) > share-of-market (SOM)*“¹⁹²-Relationen auf (Dahlen, Lange und Smith, 2010: 366f) und setzen generell ein emotionales Identitätsmanagement voraus.¹⁹³

Die Basis ihrer Ubiquität ist häufig eine massenmediale Werbeansprache „*zur ganzen Nation*“ (Behrens, 2013: 329). Da Fernsehspots innerhalb von 24 Stunden über die Hälfte der Bevölkerung erreichen, gilt TV generell als Grundstock jeder reichweitenstarken Kampagne (Sywottek, 2015: 76f). Während Konsumprodukte höchst unterschiedliche Vorstellungen menschlichen Zusammenlebens artikulieren, operieren Markenartikel innerhalb einer bestimmten „*Stilamplitude*“ und geringen Schwankungsbreiten (Behrens, 2013: 103).

Internationale Marken beschränken sich mehrheitlich auf universale Marken und Produkte, während die Nachfrage in Form von Absatzmärkten durch individuelle Konsumenten gebildet wird. Da ihre sozialen Folgen Gesellschaft (mit)prägen, sind kulturelle Korrekturen eine der wichtigsten operationalen Aufgaben im Rahmen der Instrumentalziele des Marketing-Mix¹⁹⁴ (Schweiger und Schrattenecker, 2005: 72).

Das Spektrum individueller Konstruktionsleistung und gesellschaftlichen Konsensvorrats definiert als Differenz- bzw. Gleichheits-Dilemma das werbliche Standardisierungspotenzial (Kühsehelm, 2010: 190). Werbliche Standardisierung im weiteren Sinn umfasst idente Kernbotschaften als inhaltliche Botschaftsqualität, während Standardisierung im engeren Sinn das audiovisuelle Gesamtpaket inklusive Form, Erscheinung, Aufbau und Prozesse umfasst.

¹⁹² Gängiger Benchmark für das Verhältnis von Investitionen (Input) und Marktanteile (Output).

¹⁹³ <http://www.2bahead.com/de/analyse/trendanalyse/detail/trendanalyse-der-luxus-der-zukunft-wie-sich-premiummaerkte-wandeln/>

¹⁹⁴ Meffert et al. (2008: 289) definieren als internationales Marketingziel die „*Sicherung des Unternehmensbestands durch Wahrnehmung lukrativer Auslandsgeschäfte*“.

10 EMPIRISCHE FELDSTUDIE

Der Realitätsfokus des Symbolischen Interaktionismus und die Forschungslogik der GTM setzen eine permanente Orientierung in der sozialen Welt voraus. Feldstudien¹⁹⁵ setzen dieses Ziel einer realitätskonformen Annäherung angemessen um (Schnell et al., 2008: 226). Das methodologische Forschungsverständnis betont die „*Haltung eines fehlertoleranten, heuristisch-forschungspragmatischen Methodenpluralismus*“ (Corsten, 2004: 184). Dies kommt besonders bei privat initiierten Forschungsprojekten mit limitiertem Forschungsrahmen und Zugang zum Forschungsfeld zum Tragen¹⁹⁶.

Angelehnt an Fragestellung und Randbedingungen ist die Zielsetzung die systematische Herstellung und Komprimierung von Wissen als dichte Theorieskizze in einer direkten Konfrontation mit der Komplexität realer Lebenszusammenhänge (Hug et al., 2015: 25). Während Forschungsfrage F2a tendenziell auf einer Rekonstruktion repräsentativer Bedeutungswelten und gegenstandsbezogener Primärerfahrungen im Sinne einer indirekten Betrachtungsweise sozialer Aggregate basiert, konzentriert sich die Hauptstudie mit F2b forschungsökonomisch auf die Sichtweise und Erlebensmuster von Marketingexperten als Kombination von beruflich bedingter Produzentenrolle und potenzieller Rezipienten- und Konsumentenrolle und bildet das eigentliche Herzstück der Studie (Kühschelm, 2010: 193).

Das reflexive „*Wie*“ rückt dabei stärker die Möglichkeitsbedingungen in den Fokus. Angelehnt an das kybernetische Prinzip der Dialektik ist die Theoriekonstruktion bzw. Theorieskizze nicht von etwas, sondern für etwas zu verstehen.

F2a: Welches allgemeine Relevanzsystem wird thematisiert?

F2b: Wie verkörpert sich die werbliche Wirklichkeit aus Sicht von Marketingexperten in TV-Werbung?

F3: Inwieweit ist das Phänomen im werblichen Kontext „*wirklich*“ von Bedeutung?

¹⁹⁵ Feldforschung bezeichnet den sozialen Prozess der Datengewinnung.

¹⁹⁶ Erwähnenswert ist die Bereitstellung eines kostenlosen GfK-Datensatzes durch Hr. Peichel.

Die dokumentierte Chronologie und die Strukturierung des Forschungsprozesses im Zeitraum Oktober 2016 bis April 2017 vermitteln eine realistische Einschätzung des wissenschaftlichen und praxistauglichen Anspruchs des Forschungsprojektes (Hug et al., 2015: 95f). Für den nachfolgenden Forschungsprozess empfiehlt die Praxisliteratur, formal zwischen einer Planungs- und Orientierungsphase und einer anschließenden Forschungsphase zu unterscheiden¹⁹⁷ (Muckel, 2011: 337).

10.1 Planungs- und Orientierungsphase

Die Planungs- und Orientierungsphase in Abb. 11 umfasst alle forschungsrelevanten Vorbereitungen, Relevanzsetzungen und reflexiv-situativen Weichenstellungen im Vorfeld der Datengewinnung. Übergeordnete Zielsetzung ist die ungefähre Planung eines zweckmäßigen Fundaments für ein empirisches Dissertationsvorhaben.

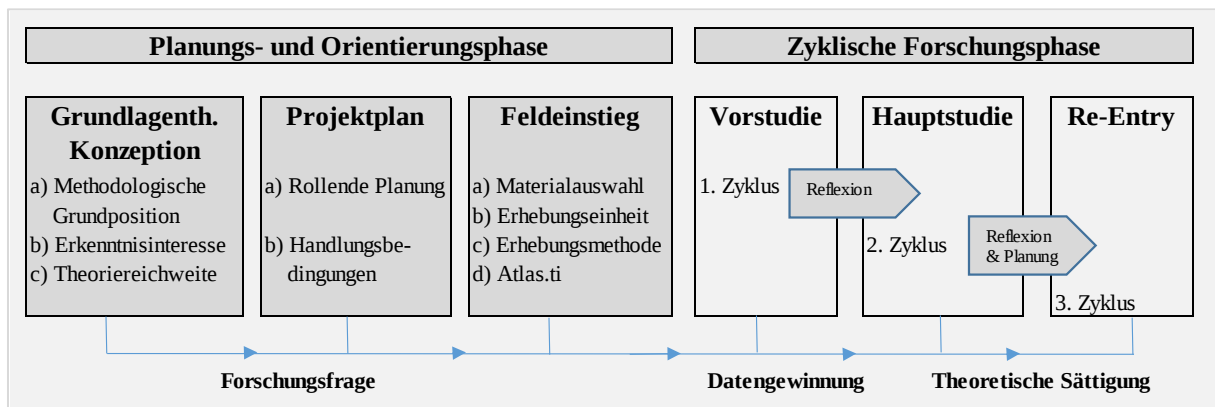


Abb. 11: Planungs-, Orientierungs- und Forschungsphase

Erkenntnisinteresse und die methodologische Grundposition werden ausführlich in Kap. 6 reflektiert. Die Aussagenreichweite wird bewusst mit den zentralen Erkenntnissen am Ende des Forschungsprojektes in Kap. 11 reflektiert. Die Explikation der Überlegungen und der Aktivitäten der Forschungsorganisation folgt in den nächsten Abschnitten.

¹⁹⁷ Die Unterscheidung basiert auf abgeschlossenen Aktivitäten vs. die iterativen Konzepte der GTM.

10.1.1 Rollende Planung

Die rollende Planung berücksichtigt die generelle Offenheit, Vagheit und Flexibilität qualitativer Forschung¹⁹⁸. „Dazu passt die Einsicht des qualitativen Ansatzes, dass Forschung als Kommunikation zu denken ist, vor allem als Kommunikation und Interaktion zwischen Forscher und zu Erforschendem.“ (Lamnek, 2010: 20) Abhängig von den zentralen Faktoren Forschungsgegenstand, Forschungsfeld und Methodik können Planungsmomente und Weichenstellungen mit entsprechender Argumentation und Nachvollziehbarkeit situativ geändert werden (Hug et al., 2015: 90, Strübing, 2013: 45). Lernpotenziale und geänderte Rahmenbedingungen können so direkt im Forschungsprozess umgesetzt werden. Zu Forschungsbeginn protokolliert ein Forschungstagebuch erste Ideen und Relevanzsetzungen. Dieses wird jedoch im Analyseprozess sukzessive durch adäquatere Memos und Kommentare ersetzt.

Die tentative Forschungskonzeption basiert auf einem Methodenmix von unterschiedlichem Datenmaterial, Analyseebenen und Methoden (Allheit, 1999: 10). Das mehrstufige Verfahren dient einer schrittweisen Annäherung an das Forschungsfeld und die Wirklichkeit (Strauss et al., 1999: 164f). Dem Offenheitsprinzip folgend erfolgt die analytische Annäherung mit Distanz und entsprechender Sensibilität zu vorgefertigten Perspektiven und theoretischen Wissenszwängen.

Die Vorstudie dient der vorgeschalteten Analyse von Feldstrukturen und horizontalen Strukturmomenten, während die Hauptanalyse die vertikalen Abhängigkeiten individueller Entwicklungen zu erfassen versucht. Im Forschungsprozess fließen Themenanalysen und quantitative Zusammenhänge im Sinne von Rollenerwartungen als Leitfragen oder Leitideen für die Hauptstudie ein, während parallel der Datenfundus das Material der Hauptstudie ergänzt. Inhaltlich wird der Leitfaden um Leitfragen des Theorieteils und Ergebnisse der Vorstudie im Sinne sensibilisierender Konzepte ergänzt¹⁹⁹. „Durch den Mangel an empirischem Gehalt

¹⁹⁸ In Abgrenzung zu einem vordefinierten Plan und im Sinne offener Aufmerksamkeit für Wahrnehmungen der Situationsdefinitionen (Kromrey, 2009: 22).

¹⁹⁹ Berg et al. (2011: 252) betonen die Grundregel: Je abstrakter und geringer der empirische Gehalt, desto höher die heuristische Brauchbarkeit als flexible Forschungslinse.

können solche Begriffe [vielmehr] flexibel auf zahlreiche empirische Phänomene angewendet werden.“ (Kelle, 2011: 250)

Im Hinblick auf eine möglichst umfassende Sichtweise ist die erste Analyseserie offen auf das Phänomen, den Kontext, die Relevanz- und Feldstrukturen ausgelegt. Die zweite Kodierserie fokussiert stärker auf den kommunikativen Aspekt des Phänomens und die zugrundeliegende Kodeliste als Basis. Vereinfacht dient die Kodeliste dazu, jegliche Phänomene konzeptionell zu speichern (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 14). Ähnlich ist der Ablauf von zwei Fokusgruppen geplant, wobei das generierte Datenmaterial axial kodiert wird. Der prozesshafte Wechsel sequenzieller Lesearten in Richtung übergreifender Interpretation birgt substanzielles Potenzial für neue Konstruktionen (Konopásek, 2011: 398).

10.1.2 Handlungsbedingungen und Feldpositionierung

Die Klärung der Handlungsbedingungen hilft wechselseitige Erwartungen und Interessen abzugleichen und den Spielraum für Feldforschung zu erhöhen. Dabei beeinflussen Interessenlagen und persönliche Motivation der Akteure sowie Ressourcen, Zugangsbarrieren und methodische Vorgaben den forschungspraktischen Handlungsspielraum. Zielsetzung ist es, ein gehaltvolles und funktionierendes Handlungssetting zu schaffen, das wiederum auf den Filter von Bereitschaft und Verfügbarkeit der Probanden wirkt (Gläser et al., 2009: 117).

Da jegliche Feldakteure ressourcenökonomischem Druck unterstehen, erscheint eine effiziente und angepasste Vorgehensweise als angebracht. Strübing (2013: 87) betont Situation und symmetrisches Handlungsschema. Eine horizontale Kommunikationsstruktur einer Hierarchieebene plausibilisiert und sichert generell funktionsbezogene Wissenskongruenz. Fehlende Rückschlussmöglichkeiten auf individuelle Personen und sensible Ergebnisse erhöhen gleichzeitig die allgemeine Vertrauens- und Akzeptanzbasis (Buber et. al., 2009: 468).

Im Hinblick auf das methodische Postulat von Fremdheit und Kontrolle des atheoretischen Wissens empfiehlt sich eine heterogene Forschergemeinschaft (Riemann, 2011: 420f, Kutscher, 2002: 68). Die Vielfalt von Handlungsmöglichkeiten und Vieldeutigkeit von Sinn setzt

unterschiedliche Lesarten voraus (Strübing, 2013: 114, Mey et al., 2011: 34)²⁰⁰. Die Strukturen garantieren theoretische Sensibilität als aktiviertes Bewusstsein für jegliche Feinheiten im Forschungsfeld (Strauss et al., 1999: 37).

Über das persönliche Netzwerk rekrutierte der Verfasser ein interdisziplinäres Forscherteam²⁰¹ bestehend aus einer Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlerin mit GTM-Forschungspraxis, einem Moderator aus der Marktforschung und einem allgemeinen Sparringpartner mit „sozialer Sensibilität“ (Strauss et al., 1999: 4)²⁰². Dabei sind deren Fähigkeit, im Forschungsprozess und Dialog mit den Daten „dosiert, sachangemessen und kreativ umzugehen“, relevanter als ihr eigentlicher Wissensfundus²⁰³ (Strübing, 2011: 267). Ihre Motivation basiert aus einem speziellen Interesse und einem überschaubaren Aufwandsrahmen ohne wechselseitige Verbindlichkeit.

Aus diesen Gründen fand eine gemeinsame Online-Vorstellungsrunde mit den Probanden und dem Forscherteam im August 2015 statt. Zielsetzung war die gemeinsame Definition eines praktikablen Rahmens, der Regeln und der Rollen. Parallel wurden in einem persönlichen Termin mit dem Forscherteam Moderation, Analyseprozess und On- und Offlineaktivitäten definiert. Zielsetzung ist wiederum die Schaffung einer einheitlichen und effizienten Analyseeinheit. Die handwerklichen Kompetenzen wurden in praxisnahen Methodenworkshops von GTM und ATLAS.ti vertieft (Siehe Kapitel 15.1.1.)

10.1.3 Feldeinstieg und Kodierphasen

Die Phase des Feldeinstiegs betrifft die Vorbereitungen und Relevanzsetzungen unmittelbar vor Beginn der Feldphase. Im Hinblick auf die Forschungsfrage von Themen- und Konzeptanalysen gelten offenes und axiales Kodieren als zweckmäßig und ausreichend. In diesem

²⁰⁰ Der Aushandlungszusammenhang als „*Wechselspiel von Diskussion und Argumentieren*“ ist Ausdruck des SI (Strauss et al., 1999: 44).

²⁰¹ Und einem interessanten Mix unterschiedlicher universitärer, beruflicher und privaten Biographien.

²⁰² Alternativ empfiehlt Strauss (2007: 325), „*eine Zeitlang sozusagen in der Geschichte zu leben*“.

²⁰³ Induktion, Deduktion und Verifikation erfordern unterschiedliche Analysefähigkeiten (Strauss, 2007: 39).

Zusammenhang betont Strübing (2013: 97/118) die Logik einer strukturierten Material- und Fallauswahl, wobei Beschaffenheit und Status der Materialsorten wiederum indirekt Auswahl der analytischen Mittel und Forschungsstil beeinflussen. Die methodische Dichte setzt unterschiedliche Datenquellen, Personen, Orte und Situationen voraus (Muckel, 2011: 337, Konopásek, 2011: 389).

10.1.4 Konkretisierung der Untersuchungsregion

In der Perspektive der GTM repräsentiert der Indikator Nationalstolz²⁰⁴ einen „*point of departure*“ für Sampling und Analyse (Kuckartz, 2010: 101, Immerfall et al., 2010: 161, Kromrey, 2009: 158, Strauss, et al., 1999: 76). Das Sampling in der GTM umfasst die systematische Zusammenstellung von Fallauswahl, Materialkorpus und Vergleichslogiken abhängig von eigenen Weichenstellungen. Das theoretische Sampling ist somit „*eine Art*“ eines Forschungsdesigns durch die entstehende Theorie und die Eigenheiten des Forschungsfeldes²⁰⁵ (Strauss et al., 1999: 163). Die Forschungspraxis setzt eine flexible Handhabung unterschiedlicher Samplingmethoden²⁰⁶ voraus, die vereinfacht eine heterogene oder homogene Samplingstrategie umfassen (Gläser et al., 2009: 97, Buber et al., 2009: 240f). Dabei gilt für den Untersuchungsgegenstand: „*Es werden solche Fälle, Variationen und Kontraste gesucht, die das Wissen über Facetten des Untersuchungsgegenstands bzw. fokussierter Konzepte voraussichtlich erweitern und anreichern oder auch absichern und verdichten können.*“ (Breuer, 2010: 58)

Ähnlich dem theoretischen Sampling bestimmen der relative Charakter von Fokus und analytischer Brennweite die Fallauswahl (Strübing, 2013: 117), wobei das Fallverständnis sich im iterativen Forschungsmodus in Richtung konzeptioneller Analyseeinheiten weiterentwickelt (Corbin et al., 2008: 151). Empirische Daten²⁰⁷ dienen als nützliches Hilfsmittel einer Auswahlfolie für theoretisches Sampling entlang dimensionaler Extensivität (Przyborski et al.,

²⁰⁴ Im Sinne eines „*Außenkriteriums*“ (Przyborskie et al., 2009: 36).

²⁰⁵ Vorwissen bzw. pragmatische, zeitliche und lokale Voraussetzungen (Breuer, 2010: 151f).

²⁰⁶ Die sechzehn TS-Varianten verfolgen heterogene oder homogene Samplingstrategien (Gläser et al., 2009: 97, Buber et al., 2009: 240f).

²⁰⁷ Daten sind numerische Konzeptigenschaften bzw. dimensionale Eigenschaften.

2010: 191, Corbin et al., 2008: 38). Die deskriptive Statistik liefert eine Vielzahl univariater Parameter für eine erste Auswahl von Fallkontrastierungen (Kromrey, 2009: 412).

Im vorliegenden Fall leiten die Extremwerte der Türkei und von Russland das strategische Sampling an. Ähnlich der Annäherung der thematischen Spannweite über das Theoretical Sampling dient der Stem-and-Leaf Boxplot in Abb. 12 als strukturelles Planungsmoment für die gesamte Bandbreite der sechsten WVS-Welle²⁰⁸ (Przyborski et al., 2010: 179f, Kromrey, 2009: 267).

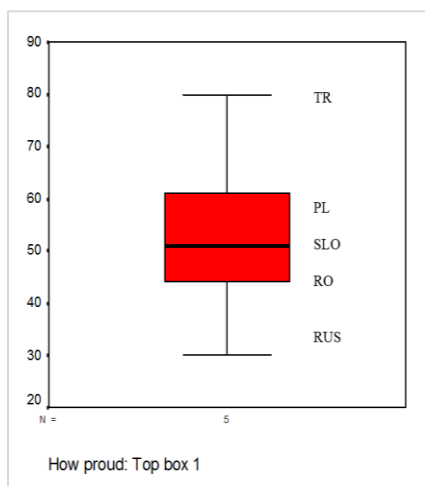


Abb. 12: Stem-and-Leaf Boxplot Nationalstolz

Das logische Zuordnungsverfahren der Clusteranalyse unterstützt die Auswahl über Nähe und Distanz (Scheufele et al., 2009: 230), wobei Bühl (2010: 593) bei kleinen Fallzahlen das Average-Linkage-Verfahren als geeigneten Verfahrensalgorithmus empfiehlt. Das Dendrogramm (siehe Anhang Abb. 33) bestätigt die Trennschärfe beider Clusterlösungen (ebd., 2010: 605) und das erkennbare „*elbow*“-Kriterium rechtfertigt zwei Clusterlösungen (Backhaus et al., 2006: 530) und damit die Angemessenheit eines gezielten Samplings von fünf Ländern als vorläufigem Sample (Scheufele et al., 2009: 75)²⁰⁹.

²⁰⁸ Die WVS umfasst sechzig Länder mit einem Top Box 1 Spektrum („*very proud*“) von 15% Taiwan (Minimum), Gesamt-Median 53% bis Qatar 98% (Maximum).

²⁰⁹ Ähnliche Forschungsstudien beinhalten bis zu sechs Länder (z.B. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/quali/q1_6437_en.pdf).

Laut der Global Market Information Database umfasst das skizzierte Untersuchungsgebiet aktuell knapp 280 Millionen Einwohner und hat eine Altersstruktur von 37,7 Jahren im Median. Abb. 13 liefert einen optischen Eindruck des Untersuchungsgebietes.



Abb. 13: Karte Untersuchungsgebiet ²¹⁰

Tab. 6 bestätigt trotz unterschiedlicher Verläufe (siehe Anhang Abb. 35) einen stabilen Trend. Die Zunahme ist mit einer relativen Zentrierung um die soziale Identität verbunden und wird nachweislich durch den stärksten Korrelationszusammenhang mit .34** zwischen „*how proud of nationality*“ und „*i see myself als part of the country/nation*“ bestätigt.

"How proud are you to be ..."	1989-1993	1994-1998	1999-2004	2005-2009	2010-2014
Very Proud + Proud	81%	87%	89%	89%	88%

n = 5, Top Box 1 + 2, WVS Frage: G 0006

Tab. 6: Langfristige Entwicklung Nationalstolz in der Untersuchungsregion

10.1.4.1 Materialauswahl für die Vorstudie

Die GTM ist prinzipiell offen für alle Arten und Quellen von Rohmaterial in perspektivisch gebundener Form und Struktur und mit pragmatischer Nähe zum tatsächlichen Handlungsablauf (Hug et al., 2015: 81/97, Kelle, 2011: 242). „*Es wird die Art von Material gesammelt und im Forschungsprozess produziert, die für die Beantwortung einer jeweiligen Frage geeignet zu sein verspricht.*“ (Strübing, 2013: 161) Dabei empfiehlt die

²¹⁰ www.datamps.eu

Forschungspraxis besonders zu Forschungsbeginn eine tendenziell großzügige Auswahl mit Nähe zum Untersuchungsfeld²¹¹ (Konopásek, 2011: 389, Muckel, 2011: 337, Kromrey, 2009: 21f).

Die Materialauswahl ist eine Spurensuche in den digitalen Erweiterungen des gesellschaftlichen Umfelds sowie populärwissenschaftlichen und wissenschaftlichen Quellen im Sinne eines „*themenbezogenen theoretical Sampling*“ (Strauss, 2007: 81). Dies folgt der Annahme, dass besonders soziale Netzwerke generalisierte und selbstreferentielle Grundkategorien speichern und Blogs in Verbindung mit internationalen Referenzhorizonten als „*funktionale Selfies*“ des privaten und öffentlichen Lebens fungieren (Kneidinger, 2011: 90).

Für das Screening wurde auf ein Set Suchfilter und die meistgesuchten Google Services zurückgegriffen²¹². Das Spektrum reicht von alltagsweltlichen Erfahrungsformen von Google über themenbezogene Diskussionsplattformen wie z. B. www.reddit.com bis hin zu wissenschaftlichen Beiträgen der Scientific WebPlus Plattform und den Benutzerdiskussionsseiten von Wikipedia. Während die einfache Google-Suche, offene Facebook-Gruppen und themenbezogene Diskussionsplattformen mehrheitlich alltagsweltliche Erfahrungsformen und subjektive Primärerfahrungen auswerfen (Brodnig, 2015: 35), fokussieren Scientific WebPlus Plattform und die Benutzerdiskussionsseiten von Wikipedia auf wissenschaftliche Beiträge mit entsprechenden Quellennachweisen. Die aktuellen YouTube-Videos von Hofstede und der qualitative Frageteil der Voruntersuchung ergänzen das Spektrum.

Die Top-Fünf-Suchergebnisse pro Suchfilter wurden im Forscherteam gemeinsam gesichtet und darauf aufbauend folgendes Material ausgewählt. Tab. 7 zeigt den umfangreichen

²¹¹ Berg et al. (2011: 320) sprechen von einem „*mehr ist besser*“, wobei keinesfalls eine vollständige Thematisierungsbreite abgedeckt werden kann (Strübing, 2013: 85).

²¹² Die Suchfilter basieren auf den Schlagworten: „*national pride*“, „*national identity*“ und „*national identification*“, Filter: „*Forumsfunktion*“, Sprache: „*Deutsch*“ und „*Englisch*“ und Zeitraum: „*2009 bis 2015*“ (zeitgleich der sechsten Welle der WVS).

Materialkorpus mit insgesamt 8,214 Wörtern, 32 Stellen mit kodierfähigem Bildmaterial, 27 Minuten Laufzeit und 7.462 Datensätze mit annähernd 340 Variablen.

Qualitatives Material	Quantitative Daten
4 Artikel mit internationalen Rankings 5 Blogs 1 Textdokument 3 Videos	6. Welle der WVS Hofstede's Kulturdimensionen

Tab. 7: Charakterisierung der Materialauswahl für die Vorstudie

Der erste Blick in die wissenschaftlich bzw. populärwissenschaftlich orientierten Texte liefert bereits facettenreiche Vorstellungen und Erwartungen. Das Sekundärmaterial ist als Ergänzung zum Primärmaterial zu denken und wurde im editierbaren Rich-Text-Format²¹³ abgespeichert und in ATLAS.ti als Primärdokumente eingespielt (Kuckartz, 2010: 33). „*Primärdokumente repräsentieren das Sprechen der/des Anderen.*“ (Berg et al., 2011: 312)

Während das empirische Phänomen Nationalstolz und der TV-Werbemarkt (siehe Anhang Tab. 20) generell auf ein aufschlussreiches Forschungsfeld hinweisen (Przyborski et al., 2010: 21), konstruiert nachfolgende Voruntersuchung die Bedeutsamkeitslogik für die weitere Auswahl.

10.1.4.2 Empirische Annäherung an die Erhebungseinheiten

Die Bedingungsmatrix in Abb. 14 strukturiert ein provisorisches Untersuchungsfeld und liefert relevante Überlegungen für theoretisches Sampling (Breuer, 2010: 97). Der Samplingprozess konzentriert besonders auf die Materialauswahl in der Vorstudie. Zentrales Element sind Binnensichtweise und Bedeutsamkeitslogik relevanter Entscheidungsträger im Feld (Lamnek, 2010: 397).

²¹³ Mit Format-Endung .rtf

Im Rahmen einer „*Screening-Methode*“ (Legewie, 2006: 2) werden die Erwartungshaltungen ermittelt, bewertet und als kriteriengeleitete Entscheidungsfolie für den Auswahlprozess geeigneter Untersuchungseinheiten verwendet. Dabei empfiehlt Kneidinger (2011: 365), im Kontext massenmedialer Vermittlung den Fokus auf eine Medienart zu legen.

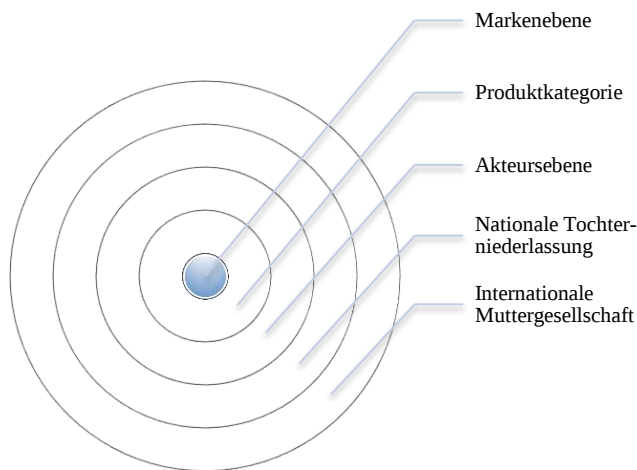


Abb. 14: Bedingungsmatrix für die Strukturierung der Erhebungseinheit

10.1.4.3 Online-Fragebogen, Umfeldanalyse und Scoringmodell

Die Frageitems entstanden als kollektiver Verdichtungsprozess und wurden vom Verfasser gemäß Literatur bezüglich Aufbau, Formulierung und Design erhebungstechnisch optimiert²¹⁴. Der gesamte Fragebogen umfasst vier geschlossene und drei offene Fragestellungen und ist in Form von Screenshots in Anhang Abb. 40 abgebildet. Die Struktur hilft primär eine Grundlage für eine kriteriengeleitete Auswahl bereitzustellen. Der Antwortgehalt der offenen Fragestellungen fließt als Nebenprodukt in Kodestrukturen bzw. wird als erfahrungsunabhängige Bedeutungen im Leitfaden für den weiteren Forschungsverlauf berücksichtigt²¹⁵.

²¹⁴ Hug et al. (2015: 129ff) und Hilfecenter www.surveymonkey.com

²¹⁵ In der Basisversion von surveymonkey.com können Items nur manuell in SPSS und ATLAS.ti übernommen werden.

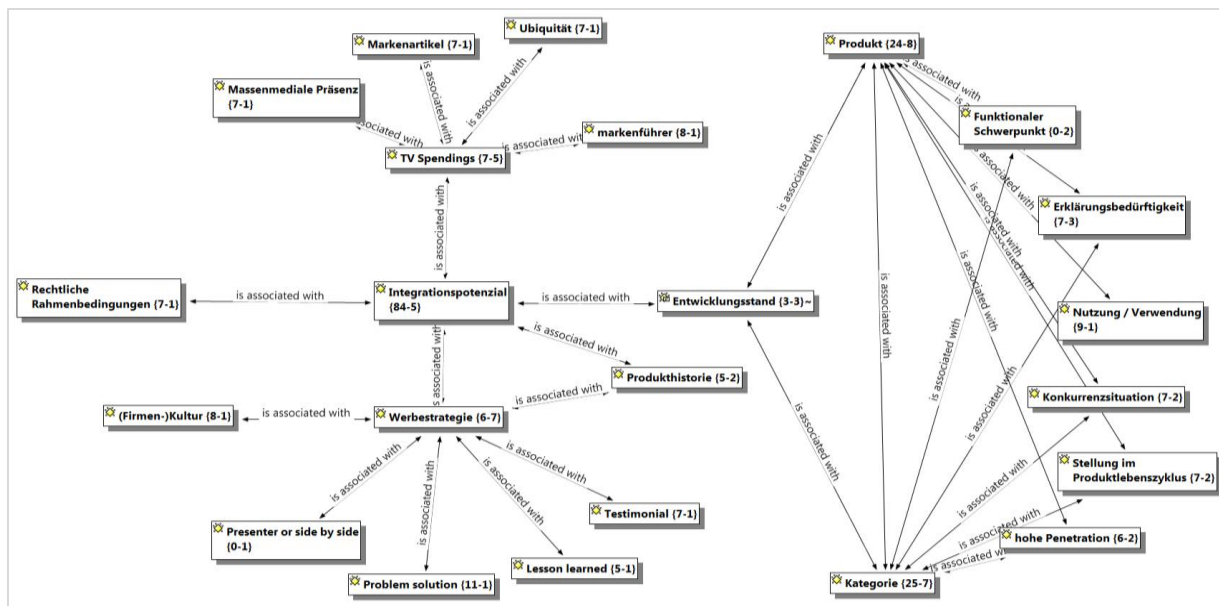
Zwei Marktforscher im Bekanntenkreis des Moderators formulierten zwei Ergebnisfragen marginal semantisch um und testeten als abschließender Qualitätssicherungsaspekt das Instrument in ihrem Bekanntenkreis. Über einen persönlichen Kontakt des Verfassers in die Sparte Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer wurde die Befragung zunächst an Werbeagenturen über den Wirtschaftskammer-Newsletter mit Fragebogen-Link und an eine Shortlist von 40 Werbeagenturen per E-Mail-Einladung verschickt²¹⁶ (siehe Anhang Abb. 36). Insgesamt beendeten 31 Teilnehmer die quantitative Befragung vollständig im Zeitraum vom 1.8.2016 bis 19.6.2016, wobei der Collector E-Mail-Einladung am erfolgreichsten war (siehe Anhang Abb. 37).

Vergleichbare Modal-, Median- und Mittelwerte belegen tendenziell den positiven Grundtenor des Phänomens und die werbliche Eignung und lassen eine Prioritätenliste bei der Umsetzung bzw. bei der konkreten Produktebene erkennen (siehe Anhang Tab. 18). „*Gesamtbeurteilung des Phänomens*“ und „*allgemeine Berücksichtigung in Werbemaßnahmen*“ bzw. „*Berücksichtigung eher in Umsetzung von Werbekonzepten*“ korrelieren dabei überzufällig²¹⁷. Interkulturelle Studien bestätigen ein ähnliches Transferpotenzial selbst für kultursensible Bereiche (Keegan et al., 2002: 532f, De Mooij, 1998: 55f).

Tab. 8 zeigt das strukturierte und verdichtete qualitative Spektrum der Denkvarianten und Erwartungshaltungen der Probanden als ATLAS.ti-Auswertung. Im Mittelpunkt der Umfeldanalyse gruppieren sich relevante Kriterien für die Auswahl, die vereinfacht das Integrationspotenzial als Adaptionaufwand thematisieren. Die verwendeten „*is associated with*“-Relationen weisen auf hierarchiefreie symmetrische Verbindungarten hin.

²¹⁶ Das Befragungstool www.surveymonkey.de bietet dazu die „Collectoren: E-Mail-Einladung, Weblink und Weblink manuelle Eingabe“ (siehe Anhang Abb. 37)

²¹⁷ Spearman-Rho mit 0,60** bzw. 0,56** ($p < 0,01$).



Tab. 8: Umfeldanalyse als Kriterienkatalog

Die Relevanzfestlegungen als angemessene Bewertungsfolie für ein trichterförmiges Ausschluss- und Rankingverfahren (Bätzgen et al., 2013: 233) knüpfen gleichsam an den interkulturellen Forschungsstand an. Vergleichbare Zusammenhänge von Lebenszyklus, Nutzungsverhalten, Produktkategorien und Werbestrategie finden sich in einer Vielzahl von Studien (De Mooij, 2013: 235f, Menniken, 2000: 68f). Im Verlauf des Lebenszyklus betont Kühschelm (2010: 6) wiederum die wachsende Einbindung in den nationalen Kontext, während Hartleben (2004: 228), Kromrey (2009: 429) und Behrens (2013: 101f) Markterfolg in ähnlicher Weise mit massenmedialen Präsenz- und Marketingformen verbinden.²¹⁸

Parallel differenzierte die Geschäftsführerin Universal McCann Österreich Sabine Schmidt eine bekannte Typologie von 21 Produktkategorien (Meffert und Bolz, 1998: 183) in 33 werberelevante (Teil-)Kategorien aus²¹⁹. Abb. 15 visualisiert die ausdifferenzierten Werbekategorien und ihre subjektive Gewichtung. Die „*contradicts*“ Relation im Kategoriennetz beinhaltet symmetrische Widersprüche eines bipolaren Kontinuums, während die „*is part of*“ Relationen strukturelle Hierarchisierungen implizieren (Kuckartz, 2010: 199).

²¹⁸ Mit signifikantem Benchmark von Share of Voice (SOV) > Share of Market (SOM).

²¹⁹ Die mehr oder weniger geordneten Market-Exits von Erste Bank Group, Raiffeisen Bank International, Bank Austria, Spar International, REWE International und Telekom Austria wurden in den Produktkategorien entsprechend berücksichtigt.

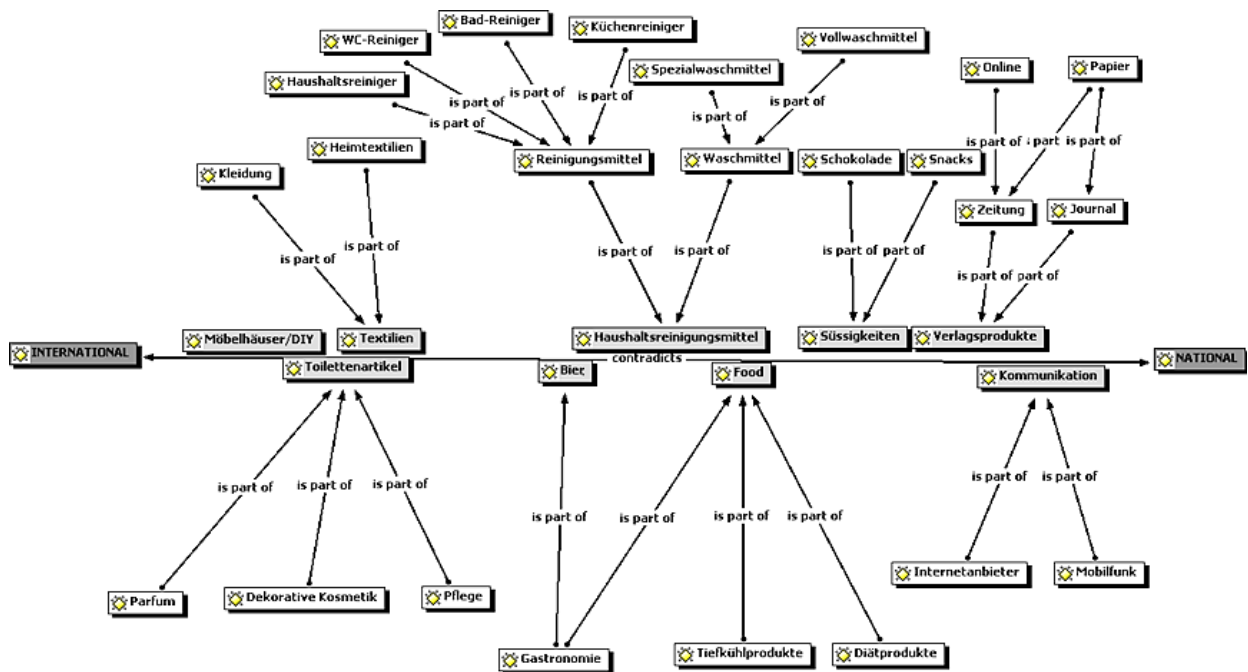


Abb. 15: Werberelevante Produktkategorien

Das Spektrum wurde auf die „*Top Five Spendings*“ reduziert und um nationalspezifische Vorschriften für Nahrungs- und Genussmittel geglättet (Bätzgen et al., 2013: 216ff/245ff, Leischner, 2009: 1985ff). Abb. 16 beinhaltet das Scoringmodell mit der Siegerkategorie Waschmittel in 75% der Kategorien und einem Gesamt-Score von 41 Punkten²²⁰. Alternativ lässt sich die Zweckmäßigkeit durchaus am großen Forschungsinteresse an der Kategorie erkennen (Felser, 2015: 73ff) bzw. wurde von der Geschäftsführerin Universal McCann Österreich Sabine Schmidt auf Anfrage entsprechend bestätigt.

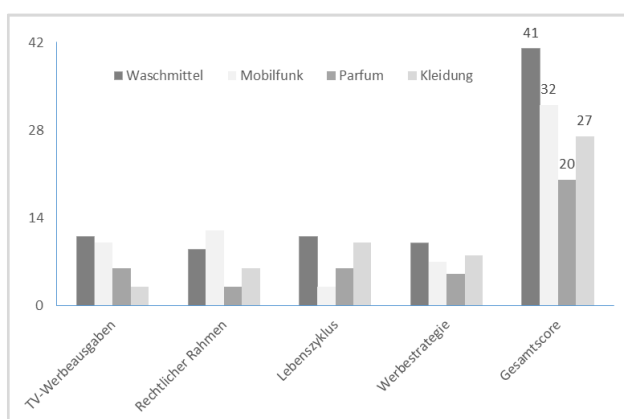


Abb. 16: Scoringmodell und Siegerkategorie

²²⁰ Die Skala von 1-4 Punkten, n = 3 und 4 Bewertungsdimensionen ergibt einen Maximalscore von 48.

Als Nebenprodukt fließen die ermittelten „*in-vivo-codes*“ in eine Kodeliste ein, während erste erfahrungsunabhängige Bedeutungen in dem Leitfaden für den weiteren Forschungsverlauf berücksichtigt werden²²¹.

10.1.4.3.1 Waschmittelkategorie und Massenmarketing

Das klassische Prinzip für Konsumgüter²²² ist Massenmarketing: „...[N]ach wie vor [ist] die anonyme Hersteller-Kunden-Beziehung auf dem Massenmarkt charakteristisch für das Konsumgütermarketing...Daher spielt die indirekte massenmedial verbreitete Kommunikation eine entscheidende Rolle.“ (Leischner, 2009: 1081) Aufgrund der massenmedialen Ansprache ist der Begriff der Zielgruppe im Massenmarketing tendenziell eher breit gefasst (Keegan et al., 2002: 242). Als Konsequenz hat sich laut Euromonitor International der TV-Werbemarkt in der Untersuchungsregion wertmäßig innerhalb der letzten zehn Jahre vervierfacht und weist aktuell einen Wert von 8,500 Mio USD aus. Das TV-Volumen repräsentiert knapp 60% der Gesamtwerbeausgaben und ist doppelt so hoch wie in Westeuropa (siehe Anhang Tab. 20). Die TV-Sehdauer liegt mit durchschnittlich 236 Minuten pro Tag in der Untersuchungsregion deutlich über dem österreichischen Vergleichswert mit 157 Minuten.²²³

Im Durchschnitt kommen jährlich bis zu 35.000 neue Produkte auf den Markt und annähernd gleich viele TV-Spots (Ogilvy, 2010: 112, Richter-Trummer, 2008: 2). Täglich bedeutet das zirka 3.000 Werbebotschaften und annähernd gleich viele Kaufentscheidungen (Görtz, 2010: 9). Als Konsequenz dieser Entwicklung sind die Rezipienten kompetenter und kritischer im Umgang mit Werbung und/oder Verbrauchsgütern geworden (Bergmann, 2014: 63). Alle Indikatoren weisen somit auf ein „*besonders*“ aufschlussreiches Forschungsfeld hin (Przyborski et al., 2010: 21).

²²¹ In der Basisversion von surveymonkey.com können Items nur manuell in SPSS und ATLAS.ti übernommen werden.

²²² Für eine vertiefende Charakterisierung und Abgrenzung wird auf Leischner (2009: 1087ff) verwiesen.

²²³ http://mediaresearch.orf.at/c_international/console/console.htm?y=3&z=1

Ähnlich hat sich der Waschmittelmarkt im selben Zeitraum annähernd verdreifacht (siehe Anhang Tab. 21). Laut Internetrecherchen wird der Premiumbereich dabei von fünf internationalen Playern dominiert, wobei Henkel, Procter & Gamble und Unilever zu den Top Drei zählen²²⁴. Die Marktkonstellation weist einerseits auf oligopolistische Strukturen und ein Konzentrationsprinzip hin (Kromrey, 2009: 429) und andererseits deckt sie sich mit den internationalen Studien von Dahlén, Lange und Smith (2010: 366f) und einer „*brand promiscuity*“ von 4,1-5,0 unterschiedlichen Markenkäufen pro internationaler FMCG-Kategorie und signifikanten SOV>SOM²²⁵-Relationen.

Somit ist davon auszugehen, dass klassische TV-Werbung im FMCG-Bereich aufgrund Reichweite, Akzeptanz und Reichweite mittelfristig ihre Position als zentrales Werbemittel behält und diese Popularität ist ideal für kulturelle Vergleiche.

Die Kombination von gesamtwirtschaftlicher Relevanz, Werbe- und Innovationsdruck²²⁶ und oligopolistischen Marktstrukturen stützt die Kategorie für zweckmäßige Vergleiche (Kromrey, 2009: 429). Die Kategorie verwendet zusätzlich bekannte Werbeschema²²⁷ und ist aufgrund des Werbedrucks gelernte Medienrealität (Busch et al., 2008: 501f). Die triadischen Plots als Selbsterzählung mit Anfangsproblem, Demo und Happy End (De Mooij, 2013: 326) erfüllen besonders identitätstheoretische Bedürfnisse.

Nachdem die W-Fragestellung „*Wo ist das ergiebigste Material zu erwarten?*“ zufriedenstellend beantwortet werden konnte, folgen die Überlegungen zum „*wer?*“ bzw. „*wann?*“ (Przyborski et al., 2010: 76).

²²⁴ Die weiteren Player sind Johnson & Johnson und Reckitt Benckiser.

²²⁵ Gängiger Benchmark für die Relation von Werbeausgaben (Input) zu Marktanteilen (Output).

²²⁶ In der Praxis ist ein Verhältnis von drei (Werbung) zu eins (Innovation) beobachtbar.

²²⁷ Besonders „*Slice of life*“, „*testimonial*“ und „*side by side*“ Konzepte weisen „*above average (scores) in brand preference*“ auf (Ogilvy, 2010: 103f).

10.1.4.3.2 Marketingexperten als Entscheidungsarchitekten

Strauss et al. (1999: 17) verbinden theoretisches Sampling mit der Perspektive der wichtigsten Akteure des jeweiligen Handlungsfeldes. Diese „*Schlüsselpersonen*“ (Przyborski et al., 2010: 56) sind leicht erkennbar mit dem Begriff des Experten verbunden. Im beruflichen Umfeld institutionalisieren Rollenkonvergenz eines doppelten Referenzhorizonts und die symbolische Vertrautheit mit den kommunikativen Darstellungsformen und Inszenierungspraktiken die Handlungsrolle als Entscheidungsarchitekt (Tietze, 2011: 51). „*Im Mittelpunkt steht eine wenn auch indirekte ‘conversation of two active meaning-makers, the producer and the perceiver’ ..., denn es geht um die Koproduktion von Bedeutung.*“ (Berg et al., 2011: 313) Berger et al. (2007: 47) sprechen in diesen Zusammenhang von modernen Produzenten und den „*Experten für Experten*“²²⁸.

Eine Rankingfrage bezüglich Auswahl eines „*bestimmten Typs*“ von Diskussionsteilnehmer (Przyborski et al., 2010: 19) wurde klar vom Typ Marketingverantwortlicher gewonnen (siehe Anhang Tab. 19). Die Auswahl ist streng am theoretischen Interesse von Strukturmustern werblicher Interaktion orientiert und nicht als Persönlichkeitsstudie, vollständige Beschreibung nationaler Vorstellungen oder des werblichen TV-Systems angelegt (Strübing, 2013: 97, Tietze, 2011: 51). Als Behelfskonstruktion für die Berufsrolle empfehlen Przyborski et al (2010: 109) und Miebach (2010: 232), sachlogische Kriterien einer Berufsbiografie heranzuziehen²²⁹. Im Hinblick auf differenzbewusste Wahrnehmungen hebt Strübing (2013: 8) pointiert Auslandserfahrungen hervor. Die Methodik wiederum setzt Online-Kompetenz und Englisch als Referenzsprache voraus. Diese Kriterien werden in der Rekrutierung verfolgt und sind für die Qualität des Samplings zu werten.

Aufgrund der gewählten homogenen Samplingstrategie kann auf die reflexive Vorstrukturierung des organisationalen Funktionskontexts verzichtet werden. Die Filter einer demografischen Ähnlichkeit mit der werberelevanten Zielgruppe sind als mögliche minimale

²²⁸ Vorliegende Fragestellung erfordert beispielsweise ein denklogisches Niveau, das über das allgemeine Bewusstsein der Existenz des Phänomens hinausreicht.

²²⁹ Im Sinne einer „*indexicality*“ als Experten-Background bzw. Rolle als Interfaces.

Kontrastierung zu interpretieren. Leider lehnten die Entscheidungsträger in den Mutterzentralen der Top-Drei-Unternehmen einen ursprünglichen Sampleplan²³⁰ mit 30 Experten nach telefonischen Vorabgesprächen aus unterschiedlichen Gründen ab. Alternativ konnten durch persönliche Kontakte und Schneeballprinzip vierzehn Experten des Marktführers ohne offizielles Involvement rekrutiert werden.²³¹

10.1.5 Online-Gruppendiskussion als Erhebungsmethode

Die Gruppendiskussion als Spezialform qualitativer Befragung kombiniert Moderation und Gruppendynamik und bevorzugt horizontale Kommunikationsstrukturen. Das Erkenntnisinteresse konzentriert sich auf die Teilnehmerperspektiven als persönliches Erleben von Situationen und ihrer kommunikativen Bewältigung. Der Fokus auf individuelle Bewusstseinsstrukturen und soziale Wechselbeziehungen²³² (d.h. Meinungen) basiert auf den methodologisch-theoretischen Implikationen des interpretativen Paradigmas und den drei Axiomen des Symbolischen Interaktionismus (Buber et al., 2009: 370). „*Nicht die Person an sich ist hierbei die Datenquelle, sondern die Diskussion über ein bestimmtes Thema.*“ (Hug et al., 2015: 107) Ähnlich Meads Identitätsbewusstsein²³³ berücksichtigt der Gruppendiskussionsansatz gesellschaftliche Bedingtheit (der Einzelmeinungen) und betrachtet die Einzelmeinung als situationsspezifische Aktualisierung der vorgelagerten Kollektivmeinung (Lamnek, 2010: 384).

Mit dem Start internetbasierter Formen im Jahr 1995 gewannen zunehmend virtuell und damit künstlich zusammengestellte Settings an Bedeutung (Strübing, 2013: 147). Die stark wachsende Akzeptanz der Online-Varianten wird durch digitale Vernetzung, interaktive Möglichkeiten, variable Sender-Empfänger-Instanzen und Ökonomisierung der Erhebungssituation gestützt (Hug et al., 2015: 145, Przyborski et al., 2010: 102, Kromrey,

²³⁰ Ungeachtet des relativen Sättigungsbegriffs verfolgt die Forschungspraxis oft einen ungefähren Sampleplan.

²³¹ Und ist damit nahe den einstelligen Fallzahlen qualitativer Forschung (Strübing, 2013: 185) bzw. validen Expertenpanels mit zehn Teilnehmern (Tietze, 2011: 52).

²³³ D.h. als Abkehr der quantitativen Individualerfassung ähnlich Durkheims Kollektivbewusstsein, Hegels objektivem Geist und Freuds Konzept tiefer Bewusstseinschichten nichtöffentlicher bzw. informeller Meinung.

2009: 364). Der forschungsökonomische Vorteil der Vernetzung und Ortsungebundenheit erhöhen die Eignung von onlinebasierten Interaktionsformen als Zugang zu „*Prozessen der Konstitution von Sozialität*“ (Strübing, 2013: 183). Ähnlich positiv betonen Meyen, Löblich, Pfaff-Rüdiger und Riesmeyer (2011: 87) die Erweiterungen des geografischen, sozialen und psychologischen Aktionsradius.

In Anlehnung an die einstelligen Fallzahlen qualitativ-interpretativer Forschung (Strübing, 2013: 185, Breuer, 2010: 58) wertet Tietze (2011: 52) Expertengruppen mit zehn Teilnehmern als „*wissenschaftlich abgesichert und valide*“.

10.1.5.1.1 Methodischer Aufbau

Das Überallmedium Facebook eignet sich prinzipiell für einen konstruktiven Ideenaustausch²³⁴ (Brodnig, 2015: 27). Ergänzend zu einer funktionellen Vertrautheit²³⁵, der einfachen Integration multimedialer Elemente und chronologischen Online- bzw. asynchronen Offline-Diskussionen bietet Facebook über Gruppenchats einen Qualitätsstandard an nutzerdefinierten Datenschutz-Parametern.²³⁶ „*Facebook Groups make it easy to connect with specific sets of people, like family, teammates or coworkers... Groups are dedicated spaces where you can share updates, photos or documents and message other group members.*“²³⁷. Dem Wunsch nach Anonymität entsprechend wurde auf Google Analytics bzw. Search Console zur Optimierung der Konfiguration verzichtet.

Vereinfacht artikulieren die Teilnehmer ihre Meinungen über Postings, und lesen bzw. kommentieren gleichzeitig die Kommunikationsinhalte der anderen Teilnehmer. „*Somit sind notwendigerweise die Inhalts- und die Strukturebene der Kommunikation Gegenstand der Erhebung und der Interpretation.*“ (Kutscher, 2002: 78) Als Folge beinhalten die

²³⁴ Alternative soziale Netzwerke sind Xing, LinkedIn, Twitter und Google Plus.

²³⁵ 45 Prozent Internetnutzung und fast 45% wöchentliche Facebooknutzung (<http://mediaresearch.orf.at/international> bzw. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/239391/umfrage/prognose-zur-weltweiten-nutzung-von-facebook>)

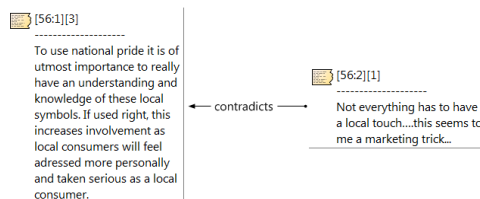
²³⁶ „*Closed privacy options*“ umfassen Mitgliedschaft, Inhalte von Pinnwand und Info-Reiter.

²³⁷ www.facebook.com/help/Facebook_Groups

Diskussionsbeiträge individuelle UND gruppenspezifische Orientierungen. Die Protokolle sind tendenziell kürzer, dafür verdichteter, reflektierter und offener (Meyen et al., 2011: 88) und als Konsequenz verkürzen sich die Feldzeiten (Möhring, 2013: 209).

Literatur und Forschungspraxis empfehlen, auf künstliche Gruppen mit homogenen Strukturen zurückzugreifen (Meyen et al., 2011: 107, Buber et al., 2009: 482). „*In Konfrontation mit anderen Personen, die im ähnlichen Bereich unter ähnlichen Bedingungen arbeiten, fordert diese Form zur kompetenten Abgrenzung der eigenen Äußerungen heraus.*“ (Kutscher, 2002: 61) Eine Parallelisierung demografischer Merkmale und ähnlicher Bezugssysteme stimulieren nachweislich kommunikative Anschlussfähigkeit und interaktive Dichte (Przyborski et al., 2010: 108, Strübing, 2013: 185).

Die latente Gefahr einer mentalen Gleichschaltung wird durch die Eröffnungssequenz der ersten Fokusgruppe entkräftet. Widersprüchliche Daten werden in Memos protokolliert, da sie möglicherweise neue Perspektiven bieten und sich nicht in das Gesamtbild der Ergebnisse einfügen lassen (Hug et al., 2015: 98).



Ähnlich nützen heterogene Interpretationskollektive die Art „ihrer“ Wissensbestände und Kompetenzen als kumulierte Funktionalitäten von Kreativität und Korrektiv (Konopàsek, 2011: 383f, Strübing, 2013: 141). Als methodische Konsequenz wächst die Rolle von Moderation und Hilfestellungen (Hug et al., 2015: 108, Konopàsek, 2011: 413).

10.1.5.1.2 Moderatorenrolle und Leitfaden

Besonders in Online-Gruppendiskussionen sind aufgrund von Virtualität und Parallelität die Anforderungen an die Moderation generell höher als bei direkten Diskussionsrunden (Lamnek,

2010: 424). „(V)ieľfach sind Expertinnen überdies qua gesellschaftlichem und beruflichem Status mit einer erheblichen Souveränität ausgestattet, die den Zumutungen des Ausgefragt-Werdens immer wieder mit eigenen Ansprüchen an das Handlungsschema und mitunter auch mit eigenen Themensetzungen begegnet.“ (Strübing, 2013: 97)

In erkenntnisleitender Perspektive bewegt sich der Moderator im Spannungsfeld von Initiative und Struktur (Przyborski et al., 2010: 110) und überlässt Themenspektrum und Hierarchie weitgehend den Teilnehmern²³⁸. Für die dialogische Atmosphäre und als qualitätssichernde Maßnahme bietet sich ein 4-Augen-Ohren-Prinzip mit Haupt- und Co-Moderator an (Gläser et al., 2009: 155).

Abschließend empfiehlt die Forschungspraxis teilstandardisierte Leitfäden als unterstützende Hilfsmittel (ebd., 2009: 40). „Eine leitfadenorientierte Gesprächsführung wird dem thematisch begrenzten Interesse des Forschers und dem Expertenstatus gerecht, da eine Konzentration auf das funktionsbedingte Sonderwissen erfolgt, gleichzeitig aber auch Freiräume für die spezifische Sichtweise des Experten und unerwartete Themendimensionierungen bestehen.“ (Lamnek, 2010: 658)

Vereinfacht ausgedrückt komprimiert der Leitfaden den bisherigen Wissensstand und reflektiert potenzielle Aufmerksamkeitsrichtungen als Prozess freier Assoziation von Relevanzstrukturen. Als Folge werden Beschreibungen facettenreicher und das dialogische Argumentieren steigert die Qualität analytischer Abstraktionen (Riemann, 2011: 413). Dabei gelten Leitfäden allgemein als methodisch gültige Lösung hinsichtlich einer intersubjektiven Datenerhebung (Nohl, 2009: 19).

Flexible Themen- und Gesprächsführung erlauben einen Raum für eigene Strukturierungen, Deutungen, Themenvorschläge und mögliche Relevanzsetzungen (Breuer, 2010: 151f). Der teilstandardisierte Leitfaden dient als genereller Orientierungspunkt für den Freiheitsgrad des Interviewers und ist funktional als statische und unvollständige Checkliste zu verstehen

²³⁸ Die Gesprächsführung „ist also in der Form direktiv, inhaltlich aber nondirektiv“ (Lamnek, 2010: 409).

(Sawetz, 2007: 112). Der erste inhaltliche Aufmerksamkeitsfokus des Leitfadens ist aus dem Kodierparadigma und den zugrundeliegenden Paradigmen (Kap. 6.4) ableitbar. Vereinfacht rücken Bedingungen und Entwicklungsprozesse, Prozesse des Stolz-Fühlens, Rollen und Funktionen des Phänomens, wahrgenommene Auswirkungen auf die alltägliche Lebenspraxis und Konflikte und Strategien in den Analysefokus.

Deduktiv gewonnene Kategorien des Theory Review bilden zusätzliche Anknüpfungspunkte für Struktur und Rahmen. Parallel ergänzt eine quantitative Grundausswertung die thematischen Schwerpunkte des Leitfadens. Im Sinne von systemischen Verständnisfragen sind diese offen, konstruktiv und ökologisch konzipiert. Abschließend empfehlen Buber et al. (2009: 924) die Methode kritischer Ereignisse²³⁹ im Hinblick auf kreative Offenheit. Zusammenfassend ist der Leitfaden abhängig von der Entwicklung der Gesprächsführung und der Moderatorenrolle anzuwenden (Przyborski et al., 2010: 141).

10.1.6 Arbeiten mit Kodes in ATLAS.ti

ATLAS.ti ist innerhalb des Spektrums computergestützter qualitativer Sozialforschung²⁴⁰ der forschungstechnische Standard (Mey und Muck, 2014: 337, Strübing, 2013: 188, Kukartz, 2010: 9). Der vollständige Name „Archiv für Technik, Lebenswelt und Alltagsssprache“ und „Textinterpretation“ repräsentiert den kommunikativen Charakter der GTM. Die Windows-Applikation ist ein analytisch-technischer Rahmen für intellektuelle Eigenkreativität bzw. dialogische Kreativität über ein vereinfachtes Daten-Management. Angelehnt an die Logik von Content-Management-Systemen trennt die Software Material, Daten und Analysetätigkeiten im Sinne von Einfachheit und Qualitätssicherung.

²³⁹ Die „*Critical Incident Methode*“ bietet neuralgische Anknüpfungspunkte für zusätzliche Strukturierungen abseits des Alltäglichen (Buber et al., 2009: 924).

²⁴⁰ Qualitative Data Analysis (QDA) bzw. Computer Assisted Qualitative Data Analysis Softwaretools (CAQDAS): AQUAD 7.0, HyperRESARCH 3.0.3, KWALITAN 5.0, QDA Miner 3.2, QUALRUS 2.0, THE ETHNOGRAPH 6.0, TRANSANA 2.4.2, MAXQUDA 10.0 und NVivo 9240.

Der Aufbau einer hermeneutischen Einheit (HU) als hypertextuelle Makrostruktur von Primärdokument, Textsegment bzw. Zitat, Kommentar, Codes, Kategorie und Memo sensibilisiert für unterschiedliche Perspektiven und dokumentiert den kumulativen Komplexitätsaufbau. Der Kodierprozess greift auf die GTM-Logik zurück und beginnt mit dem textnahen Kodieren (Legewie, 2006: 12). Im Kodierprozess entsteht zunächst eine Zitatliste und darauf aufbauend eine textnahe Kodeliste, die über entsprechende Pfade bzw. Links die Datenstrukturen miteinander verbinden²⁴¹. Abbildung 17 verdeutlicht dieses Arbeiten MIT Kodes:

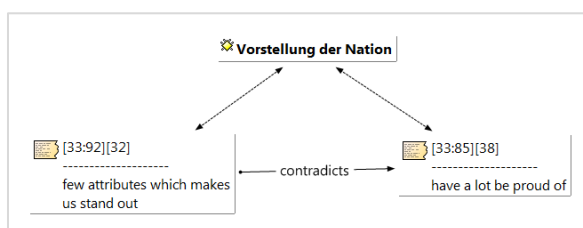


Abb. 17: Ankerbeispiel und Hyperlink in ATLAS.ti

„Kodes sind eine andere Bezeichnung für Konzepte, und Kategorien sind aufgeklärte Verdichtungen von Konzepten/Kodes.“ (Muckel, 2011: 338) Vereinfacht ausgedrückt dienen Kodes und Kodelisten dazu, Phänomene des Untersuchungsfeldes über Umfang und thematische „Groundedness“ konzeptionell zu fassen.²⁴² Im nächsten Schritt gilt es über abstrakte Gemeinsamkeiten und Relationen die spezifischen Kodes in Richtung generelle Konzepte bzw. Kategorien mit Kategorien-Kodes weiterzuentwickeln. „Mit Kodes werden Phänomene des Untersuchungsfeldes konzeptualisiert, während erkenntnisleitende Konzepte mit Relationen erfasst werden.“ (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 24)

Das axiale Kodieren fokussiert auf unterschiedliche Arten bzw. semantische Bedeutungen der Beziehungen zwischen den Konzepten. Die erkenntnisleitenden Fragen orientieren sich dabei mehrheitlich am soziologischen Handlungsinteresse. In diesem Kontext kombiniert das interaktionale Handlungsmodell Bedingungs- und Handlungstypen mit bestimmten

²⁴¹ In ATLAS.ti im „Quotation Manager“ bzw. „Code Manager“.

²⁴² Thematische „Groundedness“ entspricht Häufigkeitsauszählungen vergleichbar dem Word Cruncher tool in ATLAS.ti.

Zusammenhängen als relationale Konzepte. Die Relationenliste fokussiert präziser auf die erkenntnisleitenden Konzepte der Untersuchungsfrage. Die generellen Codes und die Relationen sind zentrale Elemente des theoretischen Hintergrundes (Mühlmeier-Mentzel, 2011: 14).

Dabei verwendet das Query-Tool die Logik der Booleschen und Semantischen Operatoren für höherwertige Sortierleistungen und Dekontextualisierungen. Der Netzwerk-Editor wiederum visualisiert über Layout-Routinen verschiedene Arten von Verbindungen („*links*“) der unterschiedlichen Objekttypen und Ebenen. Der Kode-Baum reflektiert methodisch den induktiven Bottom-up-Ansatz der GTM (Konopàsek, 2011: 400).

Die Darstellung der analytischen Verbindungen und modellhafter Begriffsnetze im Network View entspricht der Umsetzung des axialen Kodierparadigmas. Zusätzliche Programmobjekte des Relations-Editors ergänzen die inhaltliche Sichtweise der situativen Typiken und die Dichte („*Density*“)²⁴³ der übergeordneten Zusammenhangsmodelle. Memos und Kode-Kommentare ergänzen den chronologischen Suchverlauf nach fokussierten Sinneinheiten und argumentativen Relevanzsetzungen. Für Praxisreflexionen und Methodenaustausch steht ein breites Spektrum von On- und Offline-Angeboten wie z. B. Forum Qualitative Sozialforschung, Netzwerk Qualitative Sozialforschung, Werkstätten, Wikis mit ATLAS.ti-Support, ATLAS.ti-Foren etc. zur Verfügung.

10.1.7 Kollektives Forschen in ATLAS.ti

Kodierteams dienen allgemein als Qualitätskriterium, um der latenten Gefahr des „*zu schnellen*“ Verstehens vorzubeugen (Przyborski et al., 2010: 89). Riemann (2011: 420f) empfiehlt prinzipiell heterogene Forschergemeinschaften im Hinblick auf multiperspektivische Erkenntnisqualität. Angelehnt an die Logik perspektivischer Deutungen der Chicago School fördert und erweitert jeglicher Dialog die perspektivische Distanzierung von zentrierten Alltags-Routinen.

²⁴³ Definition laut Atlas.ti-Online_help: „*Density: Number of links to objects of the same type*“ bzw. „*Grounded: Number of associated quotations*“.

Die Forschungspartner arbeiten zunächst eigenständig am Kodeschema und Material und protokollieren ihre Alternativen in Kommentaren bzw. Kode-Memos. Innerhalb der Memos wurden Forscherkürzel und Zeitangaben der Einträge protokolliert. Eine Dominanzregel hilft die möglichen Perspektiven für den weiteren Analyseprozess pragmatisch zu lösen, während kritische Denkmomente und die induktive Kodierstrategie einen persönlichen Austausch der Erklärungs- und Deutungsmöglichkeiten in gemeinsamen Kodiersitzungen bevorzugen. Die Kombination als regelmäßiger On- und Offline-Austausch fördert die horizontalen Kommunikationsstrukturen und die analytischen Kapazitäten in Richtung analytische Einheit. Für Hug et al. (2015: 94ff) dienen die iterativen Runden als empirisches Gütekriterium der Interpretationsobjektivität.

In ATLAS.ti ist die gesamte Architektur eines Forschungsprojekts als Paketlösung einfach und virtuell austauschbar und ermöglicht dadurch sequenzielle Aktualisierungen²⁴⁴. Der Projektmodus „*Enable Team Mode*“ erlaubt einen vereinfachten Online-Austausch der HU als Copy Bundle mit Log-Files²⁴⁵. Durch die Trennung von Speicherung der Inhalte und Darstellung im HU-Editor werden die Inhalte kontinuierlich adaptiert und jegliche Änderungen in den Objektlisten erfasst. Die Konfiguration „*Relaxed User Management*“ fördert den fließend-dynamischen Austausch zusätzlich, setzt jedoch Verzicht auf die Informationsquelle Autorenschaft voraus. Für vorliegendes Forschungsprojekt wurde eine schnelle Aktualisierungsgeschwindigkeit als weit wichtiger gewertet als der mögliche Informationsgehalt verbunden mit der Autorenschaft.

²⁴⁴ HU mit „hpr6“ und Sicherungskopie mit „lok“ Formatierung.

²⁴⁵ Idente ATLAS.ti- und Update-Versionen sind zu empfehlen.

10.2 Zyklische Forschungsphase

Aus formalen Gründen trennt sich die zyklische Forschungsphase in eine Vor- und eine Hauptstudie, wobei beide der zirkulären und iterativen Analyselogik der GTM unterliegen.

10.2.1 Vorstudie

Die erste Phase der Felderschließung basiert auf der Forschungsliteratur und Material mit Nähe zum Feld. „Oft gibt das Feld schon erste Antworten, ehe man gezielte Fragen stellt.“ (Przyborski et al., 2010: 70) Funktional dient die Vorstudie dem explorativen Erkundungscharakter erster heuristischer Konzepte und das generierte Wissenspaket lenkt als Konzentrationsrichtung den weiteren Forschungsprozess. Abb. 18 beleuchtet die unterschiedlichen Kodierphasen mit ihren jeweiligen Analyseschwerpunkten:

Analysephasen	Analysebasis	Ziel	Memotypen	Interpretationsergebnisse
Feinanalyse	Ausgewählte Texteinheiten	Kontextfreie Bedeutungsexplikation, Extensive Sinnauslegungen, latente Strukturen	Ideen-Memos, Kode-Memos,	Strukturelle Interpretationsmuster, Maximales Spektrum denkbarer Interpretationsvarianten und Memos
Offenes Kodieren	Innerhalb des Datenmaterials, Selektives Lesen	Datenbasiertes Konzept- bzw. Kategorienverständnis	Kode-Memos, Konzept-Memos	Themenbereiche, Feldterminologie, Kodematrix, Konzepte/Kategorien, Leitideen, Memos und Kodeliste
Axiales Kodieren	Gesamter Materialfundus, Querlesen	Relationales Konzept- bzw. Kategorienverständnis	Konzept-Memos, Theorie-Memos	Reagilitätsmodelle, Funktionsweisen, Theorie mit Dichte und Präzision, Funktionstypen, Theoriememos und Relationenliste

Abb. 18: Zusammenfassung Analysephasen Forschungsprozess

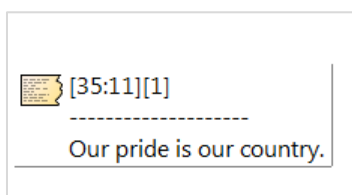
Da der Forschungsprozess der GTM zirkulär-iterativ ausgelegt ist, ist nur die Entwicklung der Analysebasis in der definierten Reihenfolge zu verstehen. Die Analysephasen bzw. Kodierprozesse setzen analog der GTM-Logik ein perspektivisches Hin- und Herwechseln voraus.

10.2.1.1 Feinanalyse als kontextfreie Interpretation

Im Analyseprozess markiert die mikroskopische „Line-by-Line-Analyse“ den reinen Materialkontakt und dient dazu, unterschiedlichste Perspektiven, Lesearten und latente

Sinnstrukturen ohne jegliche Zusatzannahmen hervorzubringen (Strübing, 2013: 143). In einem sequenziellen Lesevorgang kleinster Texteinheiten wird bewusst nach Ambivalenzen und unterschwelligem Zweideutungen gesucht (Strauss et al., 1999: 53). Die zu untersuchenden Texteinheiten sind formal-pragmatisch angemessen zu begründen (Strübing, 2013: 149). Dabei zeichnen sich u.a. besonders Anfangspassagen durch eine gewisse Auffälligkeit aus. Rascher bzw. häufiger Sprecherwechsel ist als angemessener Indikator für Aufmerksamkeit und Relevanz zu werten.

Der Analyseprozess verfolgt eine strikt hermeneutische Interpretation der Textebene.²⁴⁶ Im Hinblick auf einen Testlauf der internen Interpretationsabläufe und die Novität für das Forscherteam wurden für die Feinanalyse ein Zeitfenster von sechs Wochen und drei Interpretationssequenzen vereinbart. Als forschungspraktischer Nebeneffekt konnten Maßnahmen für effiziente und effektive Interpretationsfolgen identifiziert und implementiert werden. Die folgende Anfangssequenz eines Blogs soll den Vorgang der kontextfreien Interpretation verdeutlichen²⁴⁷:



Das Zitat²⁴⁸ ist durchaus als Metapher mit sozialem Charakter zu verstehen. Als allgemeines Zusammenhangskonzept werden zwei abstrakte Konstrukte quasi axiomatisch miteinander verbunden und gleichgesetzt. Ein Ressourcenverständnis als Zusammenhang von Mittel und Ziel erscheint naheliegend. Als relationales Konzept unterstreicht die doppelte Verwendung von „our“ den kollektiven Fokus nach innen und lässt gleichzeitig den Wunsch nach Distinktion und Abgrenzung nach außen erkennen. Der beobachtbare Wunsch nach sozialer Distinktion²⁴⁹ ist denklogisch durchaus funktional vergleichbar mit einem fotografischen

²⁴⁶ Strübing (2013: 137ff) empfiehlt die hermeneutischen Prinzipien der Wörtlichkeit, Kontextfreiheit, Extensivität und Sparsamkeit

²⁴⁷ Aufgrund der Blogstruktur kann keine Ex-post-Orientierung geboten werden.

²⁴⁸ Die Zahlen belegen als „Zitat-Identifizier“ die Quellen des Primärdokuments und die Zitatreihenfolge (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 9).

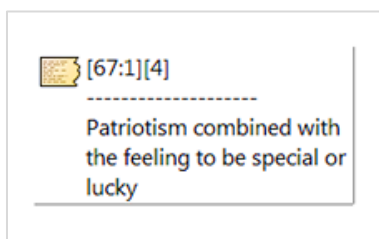
²⁴⁹ Straub (2004: 298) betont: „Nicht jede soziale Differenzierung ist eine Diskriminierung.“

Negativ. In alltäglichen Polarisierungen werden relevante Bilder und implizite Formen positiv bestätigt und über den negativen Kontrast verstärkt. Dabei drückt das „is“ eine Wechselseitigkeit bzw. Austauschbarkeit sowie eine Ursächlichkeit aus. Richtung und Stärke der Zusammenhänge und der inhaltlichen Füllung bleiben unbekannt.

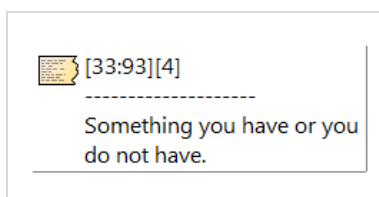
Während der Adressatenkreis Gemeinschaft und (Welt-)Gesellschaft umfassen kann, ist zumindest ein räumlicher Bezug mit Grenzen und Topographie benannt. Das Spektrum reicht dabei von Land, Staat, Gegend bis zu Gelände, Gebirge etc. Die gewählte Formulierung „*our country*“ lässt auf eine Mitgliedschaft bzw. Identifikation schließen. Das Verb im Präsens vermittelt Aktualität, Gleichheit bzw. Aktivität mit Bezügen zu Vergangenheit und Zukunft. Der Verdacht einer Aufforderung oder normativen Regel ist naheliegend und umfasst eine Orientierung auf sozialen Zusammenhalt als Sozialwert bzw. eine Ordnung als Strukturwert. Ein möglicher Betonungswechsel bringt keine weitere Denkalternative hervor.

Im kumulierten Forschungsprozess scheinen die ermittelten Bedeutungsgehalte der Ausgangssequenz somit Sättigungstendenzen erreicht zu haben und einen tentativen Bezugsrahmen für das offene Kodieren bereitzustellen. Als Fazit der mikroskopischen Analyse wird folgendes Denkmuster präferiert: Ein bestimmter Zusammenhang wird propagiert bzw. (ein)gefordert, der auf räumlich-soziale Prozesse und Strukturen verweist.

Analog dienen zwei weitere Anfangssequenzen als Veranschaulichung bevorzugter struktureller Interpretationsmuster:



Eine Einstellung wird durch eine bipolare Gefühlswelt positiv verstärkt und als signifikant erachtet.



Ein Ist-Zustand wird abhängig von einer dichotomen Vorstellung als bedeutsam oder nicht bedeutsam erachtet.

Nachdem diese Interpretationsmuster die kontextfreie Bedeutungsexplikation abschließen, beginnt der eigentliche Analyseprozess der GTM: *„Analysis is the act of giving meaning to data.“* (Corbin et al., 2008: 64)

10.2.1.2 Offenes Kodieren

Der offene Kodiervorgang orientiert sich an vorstrukturierten Orientierungsfragen, die als thematische Zusammenfassungen im textnahen Dialog mit den Daten auftreten und als induktiver Erkenntnismodus dem Vorwissen unterliegen (Strübing, 2013: 8). Diese Phase ist als eine Art Spurensuche im Forschungsfeld zunächst mit einem intuitiven oder impliziten Verstehen verbunden. Zusätzlich verbindet das offene Kodieren Horizonte im Bedeutungssystem der Akteure mit einer ersten Ebene des allgemein verständlichen Sinnverstehens²⁵⁰. In erkenntnistheoretischer Hinsicht besitzen die Ergebnisse *„nur vorläufigen Charakter“*, wobei es sich empfiehlt, alternative Relevanzsetzungen als B-Prioritäten in Theoriememos zu berücksichtigen (Kromrey, 2009: 22).

Die ersten Kodierschritte folgen der Faustregel einer provisorischen Generierung natürlicher Bezeichnungen (Strauss, 2007: 60). Präziser ist zwischen dem Erfassen der Bedeutung eines konkreten Textsegmentes und der Auswahl eines passenden Ausdrucks zu unterscheiden. *„Da Bedeutung und Ausdruck untrennbar miteinander verbunden sind, steht hinter jedem Kode ein Konzept und umgekehrt benötigt jedes Konzept einen Konzeptnamen, den Kode.“* Mühlmeyer-Mentzel (2011: 6) Das Erkenntnisinteresse bezieht sich auf die natürlichen bzw. kulturellen Alltagsbeschreibungen und ihre *„So-und-so-ist-es“*-Erfahrungsformen der Akteure (Hug et al., 2015: 16). Die Nähe und strukturelle Beschreibung der Daten/Textstruktur wird erst durch das epistemologische Klärungsmoment der Referenz auf die eigene Erzählperspektive verdeutlicht²⁵¹. *„Es geht entweder um die Wiedergabe der Aussage des/der Anderen, oder um das Sichtbarmachen eines Musters in seinen/ihren Äußerungen.“* (Berg et al., 2011: 314) Signalwörter in den Daten weisen auf erste paradigmatische Elemente hin, während

²⁵⁰ Die (re)formulierende Interpretation ähnelt dem immanenten Sinngehalt der dokumentarischen Methode (Strübing, 2013: 148).

²⁵¹ Perspektivisch ausgedrückt als *„Er/sie sagt/sagen...“* und *„Ich erzähle, dass er/sie sagt/sagen...“*.

Wiederholungen, Beziehungsmuster bzw. Refutationen als analytisch „*auffällig*“ gelten (Buber et al., 2009: 940).

Im Sinne der Forschungsökonomie wurde den Co-Interpreten ein vororganisiertes Kodesystem inklusive Quotations- bzw. Zitatliste als HU²⁵² gemailt. In ATLAS.ti verweist die Quotation auf das Zitat im Rohmaterial und dient vereinfacht gesagt dem effizienten Handling im Analyseprozess. Die textnahen Codes basieren vereinfacht auf der technisch-automatischen Bündelungsfunktion des „*Query-Tools*“ und des „*Code-Family-Managers*“²⁵³.

Die praktikable Struktur von zehn Codes ist im untersten Bereich der Methodenliteratur angesiedelt (Kuckartz, 2010: 203). Erste Aufgabenstellung war eine Abgleichung der Kodeliste als Aushandlungsprozess divergierender Lese- und Interpretationsarten über den Austausch der Copy-Bundles (Konopàsek, 2011: 394). Neukodierungen, Umbenennungen, Zusammenführungen, W-Fragen, Signalwörter und Vergleichsheuristiken helfen tentative Eigenschaften und Dimensionen von Konzepten und entlegene Perspektiven zu ergründen (Strübing, 2013: 119). Voraussetzung ist eine Offenheit für inhaltliche Nuancen und gleichzeitiges Aufbrechen vorgefertigter theoretischer Denkmuster.

Zeitversetzt entwickelte der Verfasser zwei vorläufige Kategorien und adressierte damit das Forschungsteam als Prüfinstanz. Dabei existiert im Grunde „*wenig Literatur*“ zum Umgang mit Kategoriensystemen (Kuckartz, 2010: 200f) und als eine Faustregel gilt: eine induktive Kategorienbildung bei geringem theoretischem Vorwissen und eine deduktive Kategorienanwendung bei gesichertem Wissen. Induktive Kategorien konstruieren ihren Bezugsrahmen aus den Daten aufgrund des Kriteriums von Ähnlichkeit und Relationen, während deduktive Kategorien auf begriffliche Operationalisierungen zurückgreifen²⁵⁴ (Muckel, 2011: 335). Im Hinblick auf den Forschungsstand und das Erkenntnisinteresse

²⁵² Als .hpr6 Formatierung mit .lok Sicherungskopie.

²⁵³ Beide Tools sind besonders für die Anfangsphase von Forschungsprojekten geeignet (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 10).

²⁵⁴ Die deduktiven Kategorien weisen den „*Charakter von Nominaldefinitionen*“ auf (Kuckartz, 2010: 58).

erscheint ein Analyseschwerpunkt auf induktiver Analyselogik als angemessen und relativiert den Rückgriff auf geborgte Konzepte.

Der kategoriale Rahmen ist im Sinne theoretischer Sensibilität für aktive Datengewinnung und induktive Interpretation zwischen forschungstechnischer Offenheit und methodischer Kontrolle angesiedelt. Der Rückgriff auf allgemeine Schlüsselkonzepte plausibilisiert die Weiterentwicklung der subjektiven Produkte und ist nicht als normative Verkürzung zu verstehen²⁵⁵ (Kuckartz, 2010: 202). Der direkte Austausch in den Kodiersitzungen²⁵⁶ wiederum stimuliert gezielt die kreativen Denkart (Breuer, 2010: 149). „*Kreative Leistungen werden daher in der GT immer als soziale Prozesse angelegt und verstanden.*“ (Strübing, 2013: 113)

Die zirkulären Kodier- und Interpretationsschleifen relativieren eine rein additive Wissensbildung. Da der Analysemodus des offenen Kodierens auf die Maximierung von Perspektiven und potenziellen Lesarten zielt, konzentriert sich das theoretische Sampling auf umfassendes Material mit thematischer Relevanz.

10.2.1.2.1 Erste Kodierserie: Alltagsnahes Datenmaterial

Internet-Foren, Blogs, Webtools und Chats repräsentieren als virtuelle Knoten Relevanzsysteme (Strübing, 2013: 196, Berger et al., 2007: 21), die vorwiegend in einer Ich-Perspektive und als wenig verzerrtes Meinungsbild kommuniziert werden (Kneidinger, 2011: 271). In diesem Sinne enthalten die Beiträge alltagsnahe Information und menschliche Bewertungsverfahren²⁵⁷. Folglich erscheinen Blogbeiträge prädestiniert für erste Analyseschritte in dieser Forschungsphase.

²⁵⁵ Jegliche normative Wirkung einer Taxonomie ist von der Entscheidungskraft des Forschers abhängig.

²⁵⁶ Die Dreier-Konstellation hat sich im Kodierprozess bestens bewährt.

²⁵⁷ Z. B. Wahrnehmungen, Erinnerungen, Urteile, Beschreibungen, Referenzobjekte, Vergleiche etc.

ATLAS.ti greift auf das Konzept-Indikator-Modell der GTM (Kap. 6.1.) zurück, allerdings ohne den Begriff der Kategorie (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 9). Der offene Kodierprozess in ATLAS.ti ist dabei weitgehend deckungsgleich der GTM. Textnahe bzw. spezifische Codes werden zunächst mit Quotations direkt verbunden, dimensionalisiert, spezifiziert und bilden das eigentliche Fundament jeglicher Theorieentwicklung („*Groundedness*“).

Die ersten Kodierungen konzentrieren sich überblicksartig auf globale Themenassoziationen und Referenzquellen als implizite Relevanzsetzung (Kuckartz, 2010: 179). Die relevanten Themenbündel und Beziehungen der Kode- bzw. Konzeptanalyse²⁵⁸ (Strauss, 2007: 91) werden in ATLAS.ti durch den Relations-Editor visualisiert. Dieser Prozess kann auch auf die Ebene konkreter Textstellen bzw. Quotations angewendet werden. Der lebensweltliche Aussagegehalt des Relationennetzes lässt sich analog der GTM-Analyseloglek über abstrahierte Kodestrukturen als provisorische Denkvarianten von begrifflichen Ketten bzw. Wirkmodellen darstellen.

Abb. 19 demonstriert als Beispiel diesen kreativen Prozess einer datenverankerten Vorstufe eines kollektiven Selbstbilds. Die „*Groundedness*“ in den Rohdaten verweist auf Alltagsnähe und lässt bereits eine übergeordnete Struktur- und Funktionslogik erkennen.

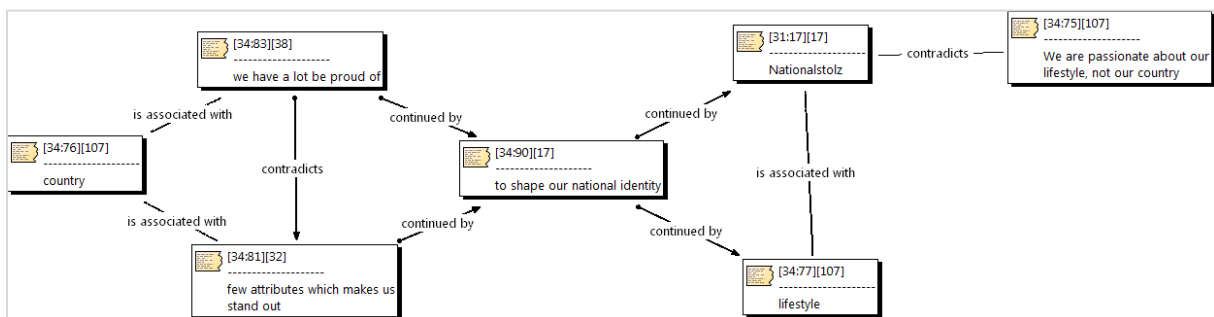


Abb. 19: Netzwerkansicht Quotations

Die „*contradicts*“-Relation im Begriffsnetz beinhaltet symmetrische Widersprüche eines bipolaren Kontinuums, während die „*is associated with*“-Relationen auf hierarchiefreie

²⁵⁸ Als Phänomensenalyse bzw. „*the general essence*“ Corbin et. al (2008: 59).

symmetrische Verbindung und linear-sequenzielle Kategorienliste verweisen (Kuckartz, 2010: 199). Die „*continued by*“-Relationen sind als einfache Abfolge zu verstehen.

Das sogenannte thematische Kodieren gilt als Common-Sense-Technik²⁵⁹ ohne explizit theoriegeleitete methodische Begründung (Kuckartz, 2010: 84). Die vergebenen Codes sind als deskriptive Beschreibung und grobe Rekontextualisierung des originären Textmaterials zu verstehen, wobei das erkennbare breite „*Themenhopping*“ trotz oberflächlicher Knappheit der Bloginhalte für eine Vorstrukturierung ausreichend erscheint (Dvorak et al., 2011: 94). Durch einfache Relationen²⁶⁰ und Abstraktionen entstehen generelle Codes („abstract codes“), die nur mehr indirekt mit der Datenebene bzw. den Textstellen verbunden sind (ebd., 2011: 10). Abb. 20 verdeutlicht diesen Prozess der Verschränkung der Datenebene mit der Konzeptebene. Der axiale Kodierprozess wird in Kap. 6.4 beschrieben.

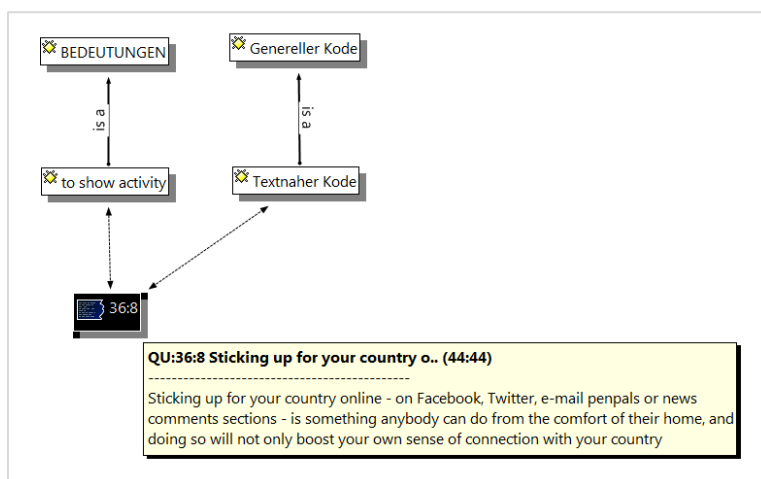


Abb. 20: Vereinfachte Kodestruktur am Forschungsbeispiel „*Bedeutungen*“

Tab. 9 zeigt das tentative Codesystem mit 15 generellen Codes mit erhöhtem Abstraktionsgrad. Die Codes sind bewusst allgemein gehalten, um möglichst viele Querverbindungen im Datenmaterial zu fassen. Die Nähe zum Text lässt sich angemessen aus der „*Groundedness*“

²⁵⁹ Und ist folglich von der methodisch kontrollierten Form von Christel Hopf abzugrenzen.

²⁶⁰ Für Mühlmeier-Mentzel (2011: 10) „eine Oberbegriff-Unterbegriff-Relation oder eine Ganzes-Teile-Relation“.

erkennen. Über die „Groundedness“ liefert der Kodebaum einen unmittelbaren Zugang zur Terminologie des Forschungsfeldes und schafft theoretische Sensibilität für den weiteren Forschungsverlauf.

Name	Grounded ▼
✶ S_Bedeutungen	8
✶ S_Attraktivitätsfaktoren	8
✶ S_Allgemeine Vorstellungen	8
✶ S_Verstärkerfaktoren	7
✶ S_Verbindung durch...	7
✶ N_Allgemeine Entwicklungen	7
✶ N_Stolz auf...	7
✶ S_Pflege von Traditionen	6
✶ S_Gefühl von ..	6
✶ N_Nationalstolz (+)	5
✶ N_Stolzobjekte	5
✶ S_Strukturen	4
✶ S_Nationale Symboliken	4
✶ N_Nationalstolz (-)	2
✶ S_Nationalstolz wirkt als	2

Tab. 9: Kodeliste als Themenanalyse und erste Annäherung

Als zusätzlicher Schritt konzeptuellen Denkens wurden die Codes auf übergeordnete Inhalte gruppiert. Die Abstrahierung erfolgte in Anlehnung an den verkürzten modelltheoretischen Koordinationsprozess von Etzrodt (2003: 268) mit Gratifikationsaspekt konkreter Konsequenzen als eigentlicher „Nutzenaspekt“ bzw. „Sinnkonstitution“ als restlicher Orientierungsaspekt (Kap. 6.4). Tab. 9 zeigt die Gruppierung markiert mit „N“ für den Nutzenaspekt von feststellbaren Output-Legitimationen, Tätigkeiten und Funktionen, während „S“ die damit verbundenen Orientierungsaspekte markiert. Überraschend weisen die Codes bereits in dieser Phase eine Schiefverteilung in Richtung der immateriellen Orientierungen und Vorstellungen auf.

Der dominierende Themenkomplex kommt dem soziologischen Schlüsselbegriff „*the generalized other*“ inhaltlich sehr nahe (Brumlik, 1973: 26). Der generalisierte Andere gilt als objektiv geprägter Sozialcharakter abstrakt organisierter Einstellungen, Wertschätzungen und Haltungen. Im Sinne eines geborgten Konzeptes (Kap. 6.2) umfasst der generalisierte Andere die komplexen „*me's*“ im Sinne einer integrativen Allgemeinheit (Kap. 7.7.2). „*Der generalisierte Andere ist das Bild, das MAN in einer Gesellschaft von einer bestimmten Rolle oder einem bestimmten sozialen Zusammenhang hat.*“ (Abels, 2010: 267f) Dieser „Idee

gesellschaftlichen Verhaltens“ (Brumlik, 1973: 27) von Vorstellungen und Wertungen stehen inhaltliche Kerneigenschaften im Sinne einer Präsentation bzw. Demonstration gegenüber.

Der theoretische Kode des generalisierten Anderen wird prototypisch durch die ausgewählte Quotation verdeutlicht.



Während der generalisierte Andere verstärkt auf abstrakten Vorstellungen basiert, weist der zweite Phänomenskomplex tendenziell ein Spektrum konkreter Tätigkeiten, Funktionen und Wirkungen aus. Das erste Theorie-Memo protokolliert diesen Analysestand mit den weiterführenden Fragestellungen und das Kodesystem und Datenmaterial bleibt für den weiteren Forschungsverlauf entsprechend offen.

Tab. 10 wiederum liefert eine vorgenommene inhaltliche Dimensionalisierung der Attribute und Verortungen der subjektiven Wahrnehmungen und Bewertungen auf Textebene. Die Extrempole lassen sich bestens mit der Denkfigur von Ambivalenz als sensibilisierendes Konstrukt verknüpfen (Lüscher, 2012: 214).

Konzept/Kategorie	Eigenschaften	Dimensionale Ausprägung
Overall perception of the "generalized other"	feeling attached to...	Strong Weak
	showing identification...	Strong Weak
	how proud are you	Very Proud Not at all
	feeling of...	Superiority Equality
	reference to...	Others Self
	seeking of...	Variation Unitization
	overall evaluation...	Positiv..... Negativ

Tab. 10: Kontextualisierung am Forschungsbeispiel „der generalisierte Andere“

Insbesondere nach Auswertung des vierten Blogs entstanden nur noch wenige neue Codes, sodass zu Kontrastierungszwecken für die zweite Kodierserie auf den Untersuchungskontext wissenschaftlicher Artikel und quantitatives Datenmaterial zurückgegriffen wurde.

10.2.1.2.2 Zweite Kodierserie: Wissenschaftliches und quantitatives Datenmaterial

Ergänzend zur weiteren qualitativen Analyse wissenschaftsnaher Literatur wurden auf persönliche Anregung von De Mooij bzw. Hofstede²⁶¹ für eine vertiefende Analyse zusätzliche empirische Datenquellen herangezogen. Ähnlich betrachtet auch Legewie (2006: 18) die Anwendungsmöglichkeit der GTM für quantitative Sekundäranalysen. Aufgrund Verfügbarkeit, Umfang und Popularität eignen sich besonders der Datensatz der World Values Survey (WVS) und Hofstedes Kulturdimensionsschemata für einen explorativen Blick auf das Phänomen, die einzelnen Länder und die Untersuchungsregion (Schugk, 2014: 207, Hölscher, 2006).

Analytisch beinhalten beide Datensätze deskriptives Orientierungswissen und abstrakte Orientierungen über unterschiedliche Praxisfelder und Lebensbereiche und ihre Datensätze sind online verfügbar²⁶². Relevanz und Aktualität lassen sich auch aus dem globalen Website-Ranking²⁶³ und den gängigen Performance-Indikatoren ablesen, wobei das „*Total Sites linking*“ eine erkennbare Verlinkung mit Blog-Themen bereits aufweist.

Abb. 21 charakterisiert die Untersuchungsregion als tendenziell kollektivistisch (KOL), mit ausgeprägter Machtdistanz (PDI) und hoher Unsicherheitsvermeidung (UAI). Ein grundlegend normatives (LTO) Verständnis, feminine (MAS) und kontrollierte (IND) Wertelandschaften runden das Bild ab.²⁶⁴ Dieses grobe Beschreibungsbild ist für ein ungefähres Verständnis der Verortung der Untersuchungsregion bezüglich Ähnlichkeiten ausreichend.

²⁶¹ Siehe Mailverkehr in ATLAS.ti P-Docs.

²⁶² www.worldvaluesurvey.org bzw. www.geert-hofstede.com

²⁶³ z.B. www.alexa.com/siteinfo

²⁶⁴ Eine ausführliche Beschreibung der Dimensionen und Werte findet sich unter www.geert-hofstede.com.

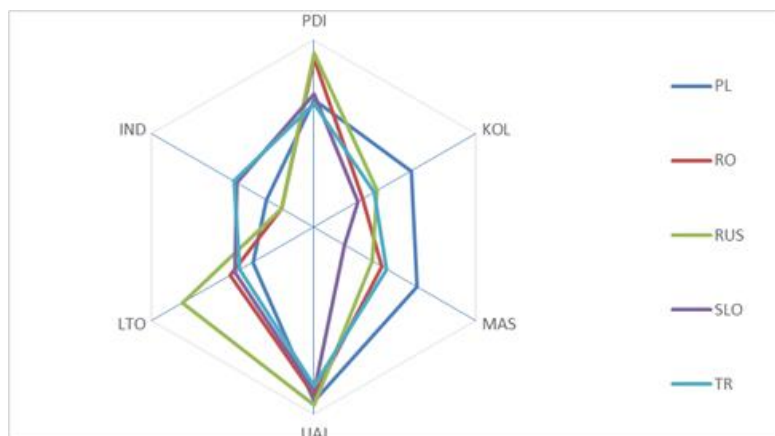


Abb. 21: Kulturelle Charakterisierung der Untersuchungsregion

Die relative Ähnlichkeit gilt in kulturvergleichenden Analysen als „*most-similar-cases-selection*“ (Hölscher, 2006: 121) und stimuliert über Nähe den Verstehensprozess (Przyborski et al., 2010: 30). In der Forschungspraxis hat sich das Konzept kultureller Distanz und der Kogut Sing Index als analytische Proxy-Messgröße ²⁶⁵ für (Un-)Ähnlichkeit etabliert (Ng/Lee/Soutar, 2007: 165). Tab. 11 verdeutlicht eine Spannweite um den Mittelwert von 0,8 und damit eine akzeptable Eignung (Ng/Lee/Soutar, 2007: 172). Die ursprüngliche KS-Index-Formel wurde auf die erfassten sechs Hofstede-Dimensionen adaptiert (siehe Anhang Tab. 17).

Modifizierter KS-Index 6 Dimensionen	
RUS	0,0
TR	0,3
RO	0,9
PL	1,2
SLO	1,6

Quelle: <http://geert-hofstede.com/national-culture.html>

Tab. 11: Kogut Sing Index für die Untersuchungsregion

Ungeachtet unterschiedlicher biographischer Karriereverläufe der Länder²⁶⁶ plausibilisieren moderate KSI-Werte eine mögliche Eignung als Vergleichsbezug ²⁶⁷. Ähnlich verweist Hofstedes stark ausgeprägter Uncertainty-Avoidance-Index (UAI) auf gewohnte Strukturen in

²⁶⁵ Für die generelle Validitätsproblematik wird auf Kornmeier (2002: 79ff) verwiesen.

²⁶⁶ Z.B. www.gapminder.org (Horx, 2014: 80)

²⁶⁷ U.a. belegbar durch eine Vielzahl vergleichbarer Schlüsselindikatoren wie Gini-Koeffizient, Lebensqualität etc. in <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>, <http://www.nationmaster.com>, www.ourworldindata.org, www.factmonster.com, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/refmaps.html>

massenmedialer Adressierung (Schugk, 2014: 151f, De Mooij, 2013: 338ff, Hofstede et al., 2012: 119, Kloss, 2001: 12).

Ergänzend zur Vergleichsgrundlage für gesellschaftliche Verfassungen liefern die abstrakten Wertvorstellungen der WVS und Hofstedes Kulturdimensionen Ansatzpunkte als Leitideen für Analyse und Datengewinnung. Im Kontext der GTM betrachtet Strauss (2007: 103) Korrelationen als repetitiv auftretende Beziehungen und diese Muster sind „*auffällig*“ für die Analyse. Als logisches Argument eines Zusammenhangs entsprechen sie einer Ordnung und eignen sich als analytischer Blickwinkel für generative Fragen, provisorische Konzepte und Leitideen ²⁶⁸ (Strauss, 2007: 50). Strübing (2013: 176) verwendet sie als Art von „*Suchhypothese*“ für die Datengewinnung, während Berg et al. (2011: 321) und Muckel (2011: 342) das multiperspektivische Lese- und Analyseprinzip als „*Methode des freien Assoziierens*“ ähnlich dem offenen Kodieren betrachten²⁶⁹.

Insgesamt liefern beide Datensätze knapp 50 bedeutsame Spearman-Rangkorrelationen²⁷⁰ mit dem Phänomen ²⁷¹, wobei einige vermutete Zusammenhänge in der Interpretation als sensibilisierende Konzepte²⁷² unerwartet unter Signifikanzniveau und Bedeutsamkeit blieben. In Anlehnung an die Bedingungsmatrix lassen sich Blickwinkel für Rahmenbedingungen, Prozesse, Folgen, Hierarchie und sachlich-materielle Gesichtspunkte erkennen (Dvorak et al., 2011: 12). Dabei steigert ein „*MEHR*“ an Datenpunkten und Datenstrukturen immer das Gefühl des besseren Verstehens von Wirklichkeit (Lamnek, 2010: 253ff). Der Analysefokus richtet sich jedoch auf den denklogischen Nutzen im Hinblick auf „*wirkliches Handeln*“ in „*natürlichen Situationen*“ (Allheit, 1999: 12) und weniger auf das Erkennen von Mustern.

²⁶⁸ Der rekonstruktive Charakter verhindert zusätzlich normierende Konstruktionen.

²⁶⁹ Ähnlich Multiperspektivität und Offenheit in Bedingungsmatrix und Handlungsparadigma (Strauss et al., 1996: 135) gilt auch hier die Frage „Was könnte alles möglicherweise involviert sein?“.

²⁷⁰ Laut Backhaus et al. (2006: 70f) mit $p < 0,05(*)$ bzw. $p < 0,01(**)$ bzw. $p < 0,001(***)$.

²⁷¹ Variable (V211) der sechsten Welle WVS

²⁷² In der konzeptionellen Bedeutung von „*Vorstellung oder Entwurf*“ (Abels, 2010: 341).

Zusätzlich rücken die gängigen Globalvariablen mit ihrem rollentheoretischen Privilegienstatus in den Analysefokus²⁷³ (Scheufele, 2009: 86). Die Literatur liefert dazu ein breites Spektrum an Hypothesen (Tietze, 2011: 115, Müller et al., 2006: 23, Weins, 2004: 176). Die zentralen Tendenzen als Mann-Whitney-U-Test bzw. Chi²-Test belegen überzufällig größere zwischengesellschaftliche Distanzen als im innergesellschaftlichen Bereich²⁷⁴. Während Alter, Bildung und Familienstand signifikante Schieflagen aufweisen, sind Geschlecht, Einkommen und Wohngegend ohne Signifikanz (siehe Anhang Tab. 22). Als zusätzliche Interpretationsfolie dient eine Regressionsanalyse zur Schätzung der Einflussgrößen auf die Kriteriumsvariable (V211), deren korrigiertes R² mit 0,15 aber deutlich unter dem sozialwissenschaftlich akzeptablen Bereich bleibt²⁷⁵. Somit weisen die „gängigen Großetiketten“ (Kühsehl, 2010: 5) zum Teil deutliche Unterschiede auf, die jedoch durch geringe Erklärungsleistungen relativiert werden. Ungeachtet der Differenzierungen umfasst das Massenphänomen die größte Zielgruppe einer nationalen Gesellschaft.

Für den Bezug zu den Kulturdimensionen greift das Forscherteam auf Putins Rede zur Lage der Nation²⁷⁶ zurück, in der im Sinne einer instrumentalisierten Metaerzählung patriotischer Retro-Gemeinschaftssinn offen eingefordert wird²⁷⁷. Im Grunde skizziert er (s)eine Gesellschaftsordnung mit strategischen Rollen unterschiedlicher Institutionen. Dabei bedient er nationale Sehnsüchte und verwendet das Wir-Gefühl und seine Kohäsionskraft für eine innere Legitimation und Abgrenzung. Sein „Wir“ als utopischer Gemeinschaftsentwurf von alter Größe und Fortschrittsoptimismus kennt keine Vielfalt, nur Gleichheit. Putins Idee des nationalen Zusammenhalts kombiniert ein Versprechen von alter Größe und Fortschrittsoptimismus.

²⁷³ Basierend auf der impliziten Zusammenhangstheorie objektiver Merkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Bildung, Lebensstandard und Wohnstandard) und subjektiven Persönlichkeitsmerkmalen (Kromrey, 2009: 45).

²⁷⁴ Inglehart spricht von einem Verkürzungsfaktor von fünf bis zehn (<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>).

²⁷⁵ Im Umkehrschluss bleiben annähernd 85% ungeklärt.

²⁷⁶ <http://www.eurasischesmagazin.de/ticker/Putins-Rede-zur-Lage-der-Nation-deutsche-Uebersetzung-Dezember-2014/199>

²⁷⁷ Als sichtbare Anti-EU-Orientierung der Eurasischen Wirtschaftsunion, aber auch gegenüber russophilen Ländern wie Ungarn, Moldawien, Serbien bis Bulgarien.

Dabei greift Putin auf das rhetorische Mittel der Übersteigerung zurück, um implizite Strukturen zu betonen. Hinter dieser Phrase steckt die begreifliche Sehnsucht, alles aus einem einzigen Phänomen heraus erklären zu wollen. Die folgende Textstelle verdeutlicht diese Logik treffend:

[48:51][54]

 Wenn für einige europäische Staaten der Nationalstolz ein längst vergessener Begriff ist und die Souveränität ein zu großer Luxus, so ist für Russland die reale staatliche Souveränität eine absolut unumgängliche Bedingung seiner Existenz.

Der positive Zusammenhang von Nationalstolz der WVS mit den Hofstede-Dimensionen kontrollierter Beherrschung (+IND)²⁷⁸ und der negative Zusammenhang mit (-PRA_LTO*) als normative Orientierung erscheint plausibel: „*Short-term oriented societies foster virtues related to the past and present such as national pride, respect for tradition, preservation of ‚face‘, and fulfilling social obligations.*“²⁷⁹. Ebenfalls erscheint der negative Zusammenhang mit autoritär-konservativer Machtdistanz und Akzeptanz von Ungleichheit durchaus verständlich (-PDI**). Abb. 22 zeigt exemplarisch ein Ankerbeispiel für das zugrundeliegende Korrelationsverhältnis und seine Datenverankerung. Auch hier wiederum sind Ähnlichkeiten mit den Paradigmen Konsequenzen, Strategien und Ursachen erkennbar. Für die ausführliche Erklärung aller Dimensionen und ihrer Validität wird auf Hofstede et al. (2012: 163ff) verwiesen.

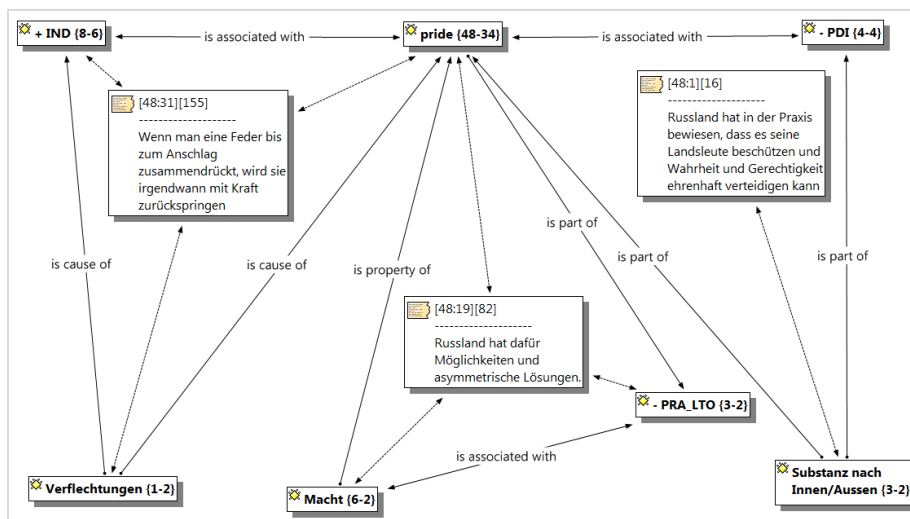


Abb. 22: Kodierbeispiel Korrelation und Datenverankerung

²⁷⁸ Signifikanzniveau mit $p < 0,005^{**}$ bzw. $p < 0,05^{*}$ und Trendniveau $p < 0,1$.

²⁷⁹ <http://www.geerthofstede.nl/dimensions-of-national-cultures>

Die Bezeichnungen und Zuordnungen basieren auf Entscheidungsgrundlagen des Forscherteams und besitzen tentativen Charakter abhängig vom Analysestand²⁸⁰. Die textnahen Codes sind bewusst knapp und ohne handlungstheoretische Formulierung gehalten, um Anknüpfungspunkte für das axiale Kodieren zu bieten. Ergänzend protokollieren Memos den jeweiligen Bedeutungshof und die analytischen Setzungen. Exemplarisch für eine neue Richtung in den Daten ist ein „*Sanktionsmechanismus auf internationale Entwicklungen*“ feststellbar. Der Komplex besitzt allerdings noch zu wenig Substanz und Eigenlogik für eine eigene Kategorie.

Die generierten Kategorien beziehen sich auf thematische Wurzeln mit demonstrativer Repräsentation und Demonstration im Sinne der „*üblichen Verdächtigen*“²⁸¹ als Strukturen, einem allgemeinen Komplex unterschiedlicher Prozessformen und dem entlehnten theoretischen Konzept des generalisierten Anderen aus der ersten Kodierphase. Das Bewusstsein des generalisierten Anderen entspricht einer Grundwelt als annähernde Symmetrie von objektiver und subjektiver Wirklichkeit²⁸².

Ergänzend zur theoretischen Anschlussfähigkeit an die Basistheorie des SI weist der Kodefundus generell weiteres rollen- und identitätstheoretisches Vokabular und Bezüge auf. Die Codes bewegen sich in einer Datennähe und auf Höhe des Relevanzsystems der Akteure, sodass bewusst auf prototypische Zitate in dieser Forschungsphase verzichtet werden kann.

²⁸⁰ Ergänzend der Interpretation ist natürlich auch die Benennung des Codes (z. B. „*Helden/Vorbilder*“ vs. „*Role-Models*“) primär für die Zuordnung verantwortlich.

²⁸¹ Diese In-Vivo-Kodierung wurde aus der ersten Kodierphase übernommen.

²⁸² „*Die beiden Wirklichkeiten entsprechen einander, ohne sich zu decken.*“ (Berger et al., 2007: 144)

Tab. 12 liefert einen detaillierten Überblick über das Kodesystem²⁸³.

Kategorie „Strukturen“

Name	Grounded
☼ Nationale Symbole	16
☼ USUAL SUSPECTS	15
☼ Medien/Werbung	13
☼ Alltag	13
☼ Rituale/Praktiken	12
☼ Verflechtungen	12
☼ Internationale Entwicklungen	10
☼ Moderne Formen	10
☼ Politische Bühne	9
☼ Inszenierung	8
☼ Sport	8
☼ Brauchtum	7
☼ Geschichte	7
☼ REVIVAL	6
☼ Kontinuität/Pflege	6
☼ Kultur	3

Kategorie „Prozesse“

Name	Gro... ▼
☼ Distinktionswunsch	13
☼ Zusammengehörigkeit	11
☼ Tradition	10
☼ Geltung	9
☼ Aufmerksamkeit	9
☼ Identifikation	8
☼ Akzeptanz	7
☼ Übertreibungen	7
☼ Kompensationsmechanismus	7
☼ Spannungen	5
☼ Einzigartigkeit	5
☼ Respekt	5
☼ Bestätigung Erwartungshaltung	5
☼ Macht	4
☼ Dominanz	3
☼ Überlegenheit	3

Kategorie „der generalisierte Andere“

Name	Grounded ▼
☼ Orientierung	8
☼ Erwartungshalten	7
☼ Einheit	6
☼ Istzustände	5
☼ Imaginierte Vorstellungen	5
☼ Substanz nach Innen/Außen	4
☼ Werte	4
☼ Rollen	4
☼ Kontingenz	4
☼ Akteure	2

Tab. 12: Kodesystem als nationales Relevanzsystem

²⁸³ Da der Quotations Manager in ATLAS.ti den Informationsgehalt kürzt, wurden aus Gründen der besseren Darstellbarkeit Screenshots verwendet.

Das Kodesystem reflektiert den Wirklichkeitshaushalt der Teilnehmer zur inhaltlichen Füllung der nationalen Container-Metapher. Die hohe „*Groundedness*“ von annähernd 200 Quotations ist das Produkt des breiten Datenfundus und der intensiven kollektiven Forschungsphase. „*Alle weiteren konzeptionellen Arbeiten stellen Bezüge zu diesem Fundament her und sind somit in den Daten verankert (,gegroundet‘).*“ (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 9) Die Textstellen sind folglich mögliche „*Belege*“ der sich entwickelnden Theorie und sind über die spezifischen Konzepte indirekt mit den Kategorien als generelle Konzepte verbunden. Die Dichte der Kodestruktur erscheint angemessen für eine nachfolgende systematische Reflexion und Interpretation von Umgangsweise, Vorstellungen, Ablaufmuster, Bewältigungstypiken und Konsequenzmuster.

Auch wenn Häufigkeiten in qualitativer Forschung zu relativieren sind, so sind dennoch gewisse Tendenzen erkennbar. Auffallend ist eine annähernde Gleichverteilung der ersten beiden Kategorien. Die durchwegs positiven Bewertungen der Codes belegen die Eignung für vorliegende Forschungsfrage. Die Vorstellung der Leitidee von Nationalstolz als gehaltvolles Konzept für Unsicherheitsvermeidung in Anlehnung an Hofstede musste verworfen werden, da sich im Analyseverlauf keine Datenbegründung erkennen ließ.

Der unmittelbare Erkenntnisfortschritt des induktiven Erkenntnismodus lässt sich direkt aus Tab. 13 ablesen. Die Entwicklung in eine konzeptionelle Denkrichtung ist deutlich im überproportionalen Kode-Wachstum zu erkennen. Zusätzlich veränderten die iterativen Interpretationsschleifen die Kodestruktur durch Neu- bzw. Umformulierungen und Zusammenfassungen. Der erkennbare Fortschritt der „*Groundedness*“ wirkt als direkter Indikator für das Theoriefundament und wird indirekt durch die Memostruktur als kollektiver Wissensspeicher gestützt (Strübing, 2013: 32).

	1. Kodierserie	2. Kodierserie
Kategorien	2	3
Kodes	15	43
Zitate	91	196

Tab. 13: Entwicklungsverlauf des offenen Kodierens

Die gewonnenen Themen werden erneut im werblichen Kontext an das Feld herangetragen. Dies basiert auf der Annahme, dass sich Alltag und werbliche Wirklichkeit gegenseitig beeinflussen. Bisheriger Analysestand, Material und Daten werden in die Hauptstudie übernommen, da ein Wechsel der selektiven Leseart in Richtung übergreifendes Lesen substanzielles Potenzial für neue Konstruktionen bietet (Konopásek, 2011: 398).

Die vorliegende Konstruktion der Relevanzstrukturen und Themenfelder in Kombination mit dem theoretischen Hintergrund aus Forschungsfrage F1a und F1b ermöglicht an diesem Punkt der Arbeit eine zweckmäßige Beantwortung von Forschungsfrage F2a:

F2a: Welches generelle Relevanzsystem wird thematisiert?

10.2.2 Hauptstudie

Die Hauptstudie analysiert die spezifische Bedeutungsvermittlung auf der Ebene des strukturellen Befragungsdiskurses und die prozesshafte Diskursebene der Experten als Rekonstruktion des Handlungsverständnisses. Diese gemischte Analyseperspektive berücksichtigt die Entwicklung individueller Postings in Richtung komplexer Diskussionsthreads²⁸⁴. Ähnlich betont Kuckartz (2010: 50) die vertikalen und horizontalen Analyseebenen. Zielsetzung ist die Konstruktion generalisierender Typologien im Hinblick kommunikativer Adressierung.

10.2.2.1 Erste Online-Fokusgruppe

Die erste Online-Fokusgruppe wurde für den Zeitraum 2.10. 2016 – 2.12.2016 mit sechs Teilnehmern angesetzt. Die Prämisse der Ergebnisoffenheit reduzierte den Leitfaden auf ein

²⁸⁴ Thread bezeichnet die Abfolge von Diskussionsbeiträgen, Kommentaren in Blogs und Foren.

Minimum (siehe Anhang Abb. 38). Der Administrator anonymisierte²⁸⁵ und glättete die Beiträge der Teilnehmer geringfügig auf Korrektheit. Simultan spielte er das Datenmaterial im „enter/leave edit mode“ in die korrespondierende PD ein, um möglichst synchron für den kollektiven Interpretationsprozess zur Verfügung zu stehen (Gläser et al., 2009: 194). Auf eine entsprechende Aufbereitung als SPSS-Syntax-File für eine quantifizierbare Analyse wurde bewusst verzichtet. Weiters verzichtete das Team auf eine gesonderte Betrachtung von Auffälligkeiten in den Zeitabständen bzw. punktueller Passivität einzelner Teilnehmer.

Unmittelbar nach Start zeichneten sich erste Schwierigkeiten ab. Während synchrone Frage-Antwortschemen durchwegs im erwartbaren Rahmen funktionierten, blieben individuumszentrierte Kommunikationsinhalte ohne strukturelle Einschränkungen bzw. gruppendynamische Reaktionen mit wechselseitiger Bezugnahme fast vollständig aus (Lamnek, 2010: 424).

Abb. 23 verdeutlicht als prototypischer Beitrag den geringen Informationsgehalt in Verbindung mit visuellem Material, welches in ATLAS.ti ebenfalls kodiert wurde.

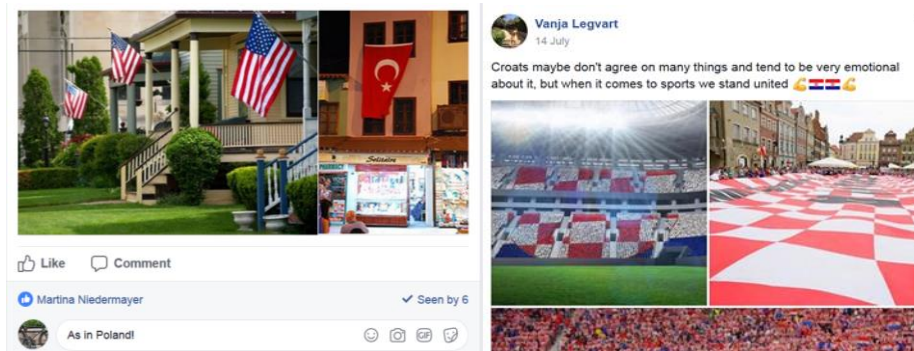


Abb. 23: Erste Postings in der National Pride Facebook Group

Alle Teilnehmer konnten in der Gruppe als Unique Clients adressiert werden („seen by 6“), aber nur mit schwachen Resonanzkurven von weiteren Visits und Involvement. Postings

²⁸⁵ Z. B. 1RM steht für einen Blogbeitrag von einem männlichen Teilnehmer aus Russland.

wurden „*geliked*“, jedoch nicht qualitativ intensiv diskutiert und ähnlich blieben die Reizwerte des Leitfadens in einem oberflächlichen Frage-Antwort-Schema verhaftet. Insgesamt konnte die geforderte Selbstläufigkeit als Dichte von Interaktion und wechselseitigem Bedeutungsgehalt im Zeitraum nicht erreicht werden. Als Konsequenz entstand ein Datenfundus weit unter den Erwartungen für weiterführende Analysen.

Trotz intensiver Kodieranstrengungen musste der Kodebaum massiv geändert werden. Ergänzend zu klassischen Aha-Erlebnissen im Umfeld von Ambivalenzen und Widersprüchen rückte auch die semantische Bedeutungsgenerierung durch die Software-Funktion „*Import Co-Occurance/Occuring*“ in den Analysefokus.

Dennoch konnte über die Hälfte der Kodes aus der Vorstudie im Textmaterial nicht bestätigt werden und musste entfernt werden. Die „*Groundedness*“ für die 24 Kodes liegt bei 52. Aus dem übernommenen Kategoriensystem konnten die zwei Kategorien „*Strukturen*“ und „*Der generalisierte Andere*“ bestätigt werden. Das Gewicht lag bei der Kategorie „*Strukturen*“ mit fast 85% Nennung im Kode „*Nationale Symbole*“. Der Sprachwechsel stellte für das Kодиerteam kein Problem dar, sondern wurde im Gegenteil als förderlich für das abstrahierende Denken empfunden.

Folgende Postings im Themenfeld „*How do you perceive the phenomenon in media or advertisement?*“ belegen den kritischen Handlungsverlauf:

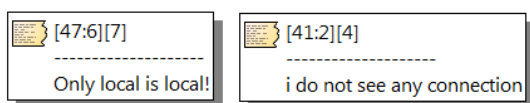


Abb. 24 verdeutlicht diesen Umstand über den Analysestand der HU per 31.12.2016 als Zwischenstand des Gesamtprojektes²⁸⁶. Diese Punkt bricht bewusst die Tradition friktionsfreier Erfahrungen bzw. erkenntnisproduktiver Forschungsprozesse und setzt eine Ursachenanalyse für die zweite Fokusgruppe voraus (Muckel, 2011: 350).

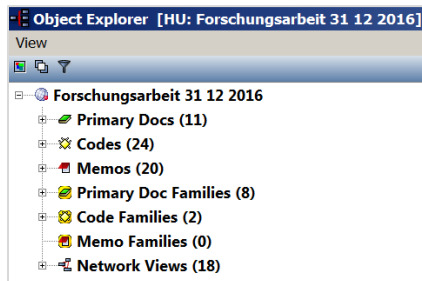


Abb. 24: Forschungsstand der HU per 31.12.2016

Die eingeleitete Ursachenforschung verdichtete sich zunächst auf den Umgang mit einem sensiblen Thema und einen irritierenden Zustand mit der geforderten Flexibilität und dem asymmetrischen Interaktionsraum. Einschränkend bleibt die Anmerkung, dass das geringe Engagement keinesfalls mit mangelndem Interesse gleichzusetzen ist.

Ähnlich ist für Breuer (2010: 153) jeglicher qualitative Forschungsprozess mit „*Trial-and-Error*“ und einem gewissen Leidensdruck verbunden. Phasen überraschender Kreativitätsschübe und schnell wachsender Kategorien- und Konzeptentwürfe folgen Phasen des Stillstandes und umgekehrt.

10.2.2.2 Zweite Online-Fokusgruppe

Ergänzend zu einer Vielzahl von technischen Optimierungsschritten des Kommunikationssettings betont die Praxisliteratur den Aufbau einer angemessenen Beziehungsökologie durch gemeinsame Definition der strukturellen Spielräume, wechselseitigen Rollen und Funktionen und Erwartungshaltungen. Insbesondere

²⁸⁶ Um den Zwischenstand angemessen protokollieren zu können, wurden unterschiedliche HUs mit Datumsangaben angelegt und verwaltet. Das CMS System hat Daten und Analyseleistungen übernommen, softwaretechnisch wurden aber beispielsweise die Quotations (Zitate) unterschiedlich fortgeführt. Die Frage nach einer praktikablen Vorgehensweise ohne jeglichen Informationsverlust wurde im ATLAS.ti-Forum leider nicht beantwortet.

Moderatorrolle und überarbeiteter Leitfaden sollen die Lebendigkeit des Dialogs auf Ebene der Interaktion trotz resultierendem Zeit- und Ergebnisdruck fördern.

Zusätzlich erweiterte der Moderator Mag. Strilka die virtuelle Reichweite der Facebook-Gruppe um den Facebook Messenger und WhatsApp-(Web-)Dienste mit Chat-Funktion. Diese Kombination erscheint für eine umfassende Gruppendiskussion angemessen und bezüglich Datenmaterial akzeptabel.

Da die Kombination von Leitfragen, Leitfaden, sensibilisierenden Konzepten und Kodierparadigma als systematisierender Vorschlag an das Material und die Daten herangetragen werden, relativieren sie einerseits den Vorwurf einer vordefinierten Rahmung und erbringen andererseits den Beweis für die Relevanz der Alltagsheuristiken (Strübing, 2008: 27)²⁸⁷.

Die zweite Online-Fokusgruppe wurde für den Zeitraum 2.2.2017 – 7.4.2017 mit acht Teilnehmern angesetzt. In einer gemeinsamen Vorstellungsrunde wurden nochmalig die klassischen W-Fragen, das Kriterium der Durchführungsobjektivität, Kommunikationsregeln und das technische Setting geklärt. Den Teilnehmern wurde im Vorfeld eine Kurzversion der zentralen Erkenntnisse in englischer Sprache zugesichert.

Aus Gründen der Kombination von immanenten und exmanenten Nachfragetechniken wurde ein Co-Moderator hinzugezogen. Leitfragen fokussieren auf typische Merkmale und Sachverhalte im Untersuchungsfeld und generieren vereinfacht gesagt *„das Wissen, das beschafft werden muss, um die Forschungsfrage zu beantworten“* (Gläser et al., 2009: 91). In diesem Sinne engen sie die Denkrichtung einerseits ein, eröffnen im Gegenzug aber auch neue Sichtweisen und Perspektiven (Kuckartz, 2010: 63). Insbesondere das reflexive *„Wie“* rückt dabei stärker die Möglichkeitsbedingungen in den Fokus. Dies impliziert auch eine abduktive Denkhaltung gegenüber dem Vorwissen²⁸⁸.

²⁸⁷ Im Analyseprozess u.a. dadurch ersichtlich, dass „normalerweise“ Textpassagen keinesfalls sämtliche Teilfragen des Kodierparadigmas beantworten und folglich die Bedeutung für die betroffenen Akteure nur lückenhaft abbilden.

²⁸⁸ Abduktion sind „*gewagte*“ Hypothesen und keine logisch-konkreten Erklärungen.

Die Korrelationen (Kap. 10.2.1.2.3) wurden vom Forscherteam als Liste für mögliche Themenbereiche überarbeitet. In einer gemeinsamen Sitzung konnten jeweils sechs Themenbereiche mit positiver bzw. negativer Wirkrichtung verdichtet werden und als Leitideen für Assoziationspotenzial in den Leitfaden für die Hauptstudie eingebaut werden. In diesem Sinne dienen Korrelationen als kontrolliertes Suchbild bzw. „*perspektivisches Ordnungsmodell*“ für kontingente Zusammenhänge (Bauer, 2014: 64). Tab. 14 beinhaltet die bevorzugten Korrelationen als mögliche Denk- und Leserichtung für die Datengewinnung. Die Variablen der WVS und Hofstede wurden in der Originalsprache übernommen.

(+) correlations	(-) correlations
Private area and macro level	Independence
Action, showing off	Satisfaction with live
Respect, Loyalty	Trust and Uncertainty
Tradition, Past	Well-beeing
Masculinity	Choice and Options
Obedience	Meso - level (Institutions)

Quelle: 6. WVS, n = 5 Länder Spearman RHO $p < 0,05(*)$ bzw. $p < 0,01(**)$, Hofstede und in Anlehnung an Dvorak (2011: 18ff)

Tab. 14: WVS-Korrelationen mit Nationalstolz für Leitfaden

Der überarbeitete Leitfaden ist dem Anhang Abb. 39 beigelegt. Dieser wurde inhaltlich komplett überarbeitet und wortmäßig fast verdreifacht. Das Ergebnis enthält einen ausgewogenen Mix an Interview- und Diskussionselementen und soll das Emergenzprinzip interpretativ ausgehandelter Bedeutungen im Rahmen des Symbolischen Interaktionismus reflektieren. Tab. 15 spiegelt die positive Entwicklung der Posting-Beiträge gegenüber der ersten Fokusgruppe wider (Buber et al., 2009: 728). Im vergleichbaren Zeitraum an Arbeitstagen konnte die durchschnittliche Anzahl an Postings pro Tag durch die gesetzten Maßnahmen mehr als verdoppelt wurden.

Teilnehmer:	Fokusgruppe 1	Fokusgruppe 2
Moderator 1	23%	13%
Moderator 2		7%
TN 1	10%	7%
TN 2	17%	9%
TN 3	8%	11%
TN 4	15%	11%
TN 5	12%	10%
TN 6	15%	11%
TN 7		11%
TN 8		9%
Bechmark	14%	10%
Anzahl Postings	51	134

Tab. 15: Entwicklung Postingverlauf

Als Qualitätsindikator für die Interaktion ist eine annähernde Gleichverteilung der Beiträge anzuführen. Alle gängigen Benchmarks weisen auf keinerlei strukturelle Probleme hin. Einschränkend muss darauf hingewiesen werden, dass eine gesonderte Berücksichtigung der Postinglänge das Bild dennoch stark verzerren würde. Die Spannweite der Postings reicht von einem Wort bis 31 Wörtern, wobei der Durchschnitt bei knapp über acht Wörtern liegt. Bereinigt um den Moderatoreffekt generierten beide Methoden einen Datenfundus von knapp über 100 Postings mit knapp 900 Wörtern, 19 Bildbeiträgen und 3 Verlinkungen.

Abb. 25 belegt die positive Entwicklung des Forschungsverlaufs und die strukturelle Forschungsarchitektur der HU mit Ende der zweiten Fokusgruppe:

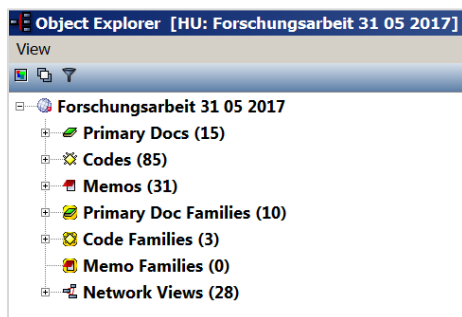


Abb. 25: Forschungsstand der HU per 31.05.2017

Die Ermittlung des werblichen Relevanzsystems erfolgte ähnlich der Methodik des nationalen Relevanzsystems (Kap. 10.2.1.2). Aufgrund der strukturellen Verflechtung ähnlich dem nationalen Relevanzsystem mit den Kategorien Strukturen, Prozesse und „*der generalisierte Andere*“ konnte auch hier eine ähnliche Umsetzung gefunden werden. Hier entwickelt sich der Vorteil qualitativer Forschung in der Forschungsphase (Kap 3.2) zu einem Nachteil und langwierigen Diskussionen im Team über Verortungen. Da jedoch das Relevanzsystem letztendlich Feld und Material repräsentieren soll, sind folglich alltagsnahe Thematisierungen angemessen.

Aus diesem Grund ist das nachfolgende Kodesystem in Tab. 16 als bewusster Sprachmix organisiert. Dies reflektiert einerseits die Entwicklung der Codes und In-Vivo-Codes über unterschiedliche Forschungsphasen und ist andererseits ein forschungspraktisches Zugeständnis an das Kodierteam.

Aufbauend auf der Prämisse struktureller Ähnlichkeit folgt auch hier eine ähnliche Abstraktionslogik. Im Kontext Werbung erscheint die Kategorie „*Symbolisierung*“ zunächst als angemessen für ein breites Spektrum an Erfahrungen. Die Kategorieneigenschaften basieren auf Meads Verständnis einer bestimmten Reichweite bzw. Homogenität des Symbols als Prozess und Produkt (Kap. 7.1.). Diese Annahme ist das Fundament für den Re-Entry und eine zusätzliche Klärung.

Beispielsweise führten die Codes „animals“ und (das geborgte Konzept) „*desozialisierte Dingwelt*“²⁸⁹ zu besonders auffälliger Diskussion²⁹⁰. Nationale Personifikationen wie z. B. „Mütterchen Russland“ scheinen nur innergesellschaftlich über den Schritt der Vermenschlichung den Status der Alltagswelt zu erfahren (Göttlich, 2006: 79). Eine neuerliche Überprüfung dieses Umstandes erscheint zweckmäßig.

Fragen nach „*Wirkungen*“ bzw. dem Wirkungskomplex im Sinne des indirekten Kausalitätsmechanismus der GTM sind das forschungslogische Produkt der Forschungsfrage. Die gleichmäßige Verteilung der Kodestrukturen ist dabei ein reines Zufallsprodukt. Im Hinblick des Wirkradius der vorhergehenden Kategorie ist die Kategorie der „*Akteure*“ analog breit aufgebaut. Überraschend ist sicher der hohe Detaillierungsgrad an Akteurskonstellationen, wobei das Kernthema wiederum an die getätigten identitätstheoretischen Überlegungen „*im Hinblick des Eigenen von Anderen*“ anknüpft.

²⁸⁹ Für den Begriff Desozialisierung bzw. Abgrenzung zum parasozialen Status wird auf Göttlich, 2006: 74ff verwiesen.

²⁹⁰ Eine gängige Liste findet sich unter https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Nationale_Personifikation

Kategorie: „Symbolisierung“

Name	Grounded ▼
☒ Nationale Symbole	16
☒ clothing	15
☒ Alltag	13
☒ Sprache	13
☒ national holidays	12
☒ Bühnenbild	12
☒ Musik	10
☒ Schauspieler	10
☒ Gestik	9
☒ Inszenierung	8
☒ Schriften und Inserts	8
☒ Setting	8
☒ Testimonials	8
☒ Geschichte	7
☒ Brauchtum	7
☒ colors	6
☒ animals	6
☒ desozialisierte Dingwelte	6
☒ Kontinuität/Pflege	6
☒ Requisiten	6
☒ Experten	6
☒ Celebrities	4
☒ Kultur	3
☒ Style / Ausstattung	3
☒ flaggs	2
☒ buildings/landscape/scenery	2

Kategorie: „Wirkungen“

Name	Grounded ▼
☒ Abwehrreaktion	17
☒ Konsonant	15
☒ Dissonant	13
☒ Irritation	12
☒ Positive Faktoren	12
☒ Assimilation	10
☒ Negative Faktoren	10
☒ Akkomodation	9
☒ Inszenierung	8
☒ Orientierungsrahmen	8
☒ Media Overspill / Multiplikatorwirkung	8
☒ Attraktivität	7
☒ Geschichte	7
☒ sozialer Rahmen	7
☒ Bestätigung Rollenerwartungen	6
☒ Eher Sinnhaftigkeit	6
☒ Eher Nutzen	6
☒ SYMPATHY	5
☒ Relevanz	5
☒ Struktureller Verbindung	4
☒ Soziale Klammerfunktion	4
☒ Glaubwürdigkeit	3
☒ Konvention	3
☒ Vermittlungsfunktion	3
☒ AFFINITY	2
☒ TRUST	2
☒ Authentizität	1

Kategorie: „Akteure“

Name	Grounded ▼
☒ DIE NATION	8
☒ Multiplikator	8
☒ Familie	8
☒ Andere Medien	7
☒ "Wahlkampf" THEMA	7
☒ (Private) Interessensgemeinschaften	7
☒ Darsteller	7
☒ Konsumentenverbände	7
☒ Lokale Unternehmen	7
☒ Internationale Werbung	6
☒ lokale Werbung	6
☒ Staatliche Institutionen	6
☒ Marketingverantwortliche	6
☒ andere Nationen	6
☒ Role Models	6
☒ Internationale Unternehmen	6
☒ Kinder	5
☒ Trend "local is cool"	5
☒ Institutionen	5
☒ Celebrity	4
☒ Nationale Kaufkampagnen etc.	4
☒ Werbebranche	4
☒ "international is better"	4
☒ Staatliche Medien	4
☒ Nicht-Zielgruppe	4
☒ Tiere	4
☒ Zielgruppe	4
☒ Private Medien	3
☒ Verhältnis Planbarkeit / Unplanbarkeit	3
☒ Lokal, regionale Einheiten	2
☒ Käufer	2
☒ Verwender	1
☒ Nicht-Käufer	1

Tab. 16: Das werbliche Relevanzsystem

Das vorliegende Relevanzsystem in Kombination mit den bisherigen Ausführungen ermöglicht eine zweckmäßige Beantwortung der Forschungsfrage F2b:

F2b: Wie verkörpert sich die werbliche Wirklichkeit aus Sicht von Marketingexperten?

10.2.2.3 Axiales Kodierparadigma und Wirkungsmodelle

Die axiale Analysestrategie dient der Spezifizierung bestehende Kategorien und der Identifikation von Relationen bzw. der „*Art von Beziehungen*“ zwischen den Kategorien (Mühlmeier-Mentzel, 2011: 13).

Mit Blick auf das interaktionale Erkenntnisinteresse und das gewählte theoretische Verständnis gilt es die relevanten Paradigmen bzw. das axiale Kodierparadigma und seine inneren Zusammenhänge inhaltlich UND semantisch zu füllen. Die Struktur des Kodierparadigmas ist bewusst allgemein gehalten und ist folglich ein pragmatischer und gehaltloser Rahmen für eine Vielzahl von Forschungsfragen.

Prinzipiell untersucht das offene Kodieren Ereignisse durch Aufbrechen der textlichen Datenebene, während das axiale Kodieren an die konzeptionelle Ebene anknüpft. Dennoch verbindet die Ergebnisinterpretation den konzeptionellen Interpretationsansatz mit dem datenbasierten Forschungsprozess. Der iterative Prozess des Lesens und Wieder-Lesens einzelner Transkripte und theoretischer Objekte dient als Annäherung an ein multidimensionales Gesamtbild mit hohem Granulierungsgrad der Wirklichkeit.

Der axiale Kodiermodus konzentriert sich vorwiegend auf Codes bzw. kodiertes Material und auf tentative Zusammenhangshypothesen und ihre Überprüfung als Rekonstruktion von Zusammenhängen (Strübing, 2014: 30). Die klassische Fragekette ist: „*Was führt zu dem untersuchten Phänomen? Worum geht es?, Welches sind die generellen Vorbedingungen für*

Strategien?, *Wie gehen die Akteure mit dem Phänomen um? Worin resultieren die auf das Phänomen bezogenen Handlungen/Strategien?*“ (Strübing, 2013: 120, Tobias Faix, 2006: 94). Für Brumlik (1973: 98) sind die Konsequenzen letztlich „...*Interesse als auch Anhalts- und Strukturierungsgesichtspunkte*“ für Realität und Relevanz bzw. Irrealität und Irrelevanz.

Der indirekte Kausalmechanismus lässt sich im Kodierparadigma als analytische Setzung in unabhängige, abhängige und intervenierende Modellbereiche denken. Das Interesse bilden Paradigmen und ihre Inhalte, die das Phänomen verstärken, abschwächen oder anderweitig beeinflussen. Die Paradigmen sind relationale „*Konzepte, die Beziehungen zwischen Phänomenen ausdrücken*“ (Mühlmeyer-Mentzel, 2010: 15). Die analytische Ordnung des ursprünglichen Kodierparadigmas von Strauss und Corbin (1999: 75ff) in Abb. 26 wurde im Hinblick auf Forschungsinteresse und Eigenheiten des Forschungsfeldes²⁹¹ folgendermaßen modifiziert:

Strauss/Corbin Modell	Ursächliche Bedingung	Phänomen	Kontext	Intervenierende Bedingung	(Handlungs-) Strategien	Konsequenzen
Forschungspraktische Umsetzung	Vorstellung von Ursache/Erfahrung/ Biographie des Phänomens	Verdinglichung und Inszenierung von nationalem Selbstbewusstsein	Nationaler / Werblicher Kontext	Gelebte Alltagsrealität: Verstärker/Abschwächer, Positive (Negative) Beispiele	Kommunikationswirkung / Kommunikative Adressierung	

Abb. 26: Logische Umsetzung des axialen Kodierparadigmas

Als forschungspraktische Weichenstellung des Forscherkollektivs wurden intervenierende Bedingungen als „*breiterer struktureller Kontext des Phänomens*“ in die Handlungsstrategien subsumiert²⁹² (Strauss et al., 1999: 82). Die Darstellung im Network-Editor hilft die Textebene zu verlassen und mit „*unterschiedlichen*“ Perspektiven konzeptionell auf die Codes zu blicken (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 22). Abb. 27 verdeutlicht zugrundeliegende Logik und Aufbau der analysierten Modelle, wobei die unterschiedlichen Qualitäten der Relationen bereits in Kap. 10.2.1.2.1 behandelt wurden. Die formale Trennung des Koordinationsprozess in Nutzen- bzw. Sinnkomponenten helfen bei der Interpretation der Relationen (Etzrodt, 2003: 268).

²⁹¹ U.a. bezüglich des Relevanzsystems der Experten und der Theoriebelange des Forschungsteams (Berg et al., 2011: 323).

²⁹² Der strukturelle Kontext ist über die „*Wirkung*“ näher mit Handlungen verbunden als mit den ursächlichen Bedingungen.

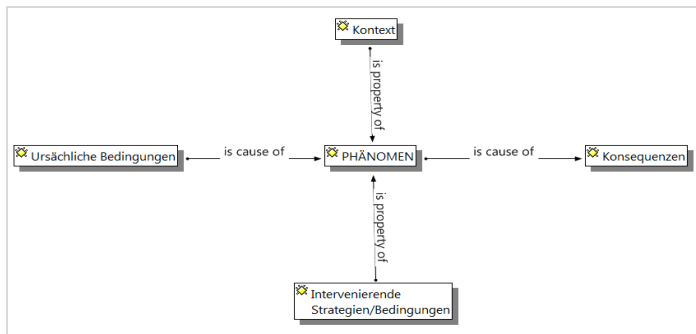


Abb. 27: Visuelle Umsetzung des Kodierparadigmas

Die in Klammer angeführten Werte des Analyseelements enthalten die Informationen zu „Groundedness“ und „Density“. In der Forschungspraxis ist in der Regel der Wert der Datenverankerung immer höher als die Kodeverschränkung. Analyseelemente in Großbuchstaben verweisen auf Datennähe durch In-Vivo-Kodierung, den englischen Originalausdruck oder wurden aus früheren Analysephasen übernommen.

Ähnlich der Bedingungsmatrix folgen die nachfolgenden Wirkungsmodelle einem Aufbau von außen nach innen. In diesem Sinne sind sie ihrerseits als übergeordnetes Kodierparadigma zu lesen und verdeutlichen einen Zusammenhang.

10.2.2.3.1 Wirkungsmodell: „Natürliche“ Verteidigung

In dieser Forschungsphase gilt es zunächst ein grundlegendes Verständnis der kommunikationswissenschaftlichen Problemstellung zu schaffen. Dabei interessieren zunächst die wertenden Aspekte über Rezipienten, Verwender und andere Akteure und die resultierenden kommunikativen Konsequenzen. Von besonderem Interesse sind Textstellen als Argumente für ein Zustandekommen bzw. Nicht-Zustandekommen eines Ergebnisses.

Bindungen und Identifikationen skizzieren einen Horizont und Rahmen, der „auf jeweils bestimmte (und vielleicht kaum bewusste) Art und Weise Bedeutsames von Unbedeutsamem, Wichtiges von Belanglosem, Richtiges von Verwerflichem, Erstrebenswertes von zu Vermeidendem“ trennt (Straub, 1994/95: 9). Gerade über diesen Rückgriff auf den Rahmen

klärt die empirische Identitätsforschung die Auffassungen von Bedeutung, Sinn, Wert und die Verständlichkeit von Handlungen und Praktiken.

Abb. 28 zeigt das erste Modell mit den Kerneigenschaften einer Bewahrung der Identitätsressource als grundlegender Prozess. Kernkategorie bildet das Phänomen einer „natürlichen“ Verteidigung des Nationalen und dient als u.a. als mögliches Erklärungsmodell für die Beispiele in Kap. 2. Die Wortwahl verdeutlicht das aktive Moment und die Intentionen dahinter. Insgesamt ist die „Verteidigerseite“ mit ihrer Identität klar im Vorteil und setzt die Gegenseite als das „Fremde“ unter Druck.

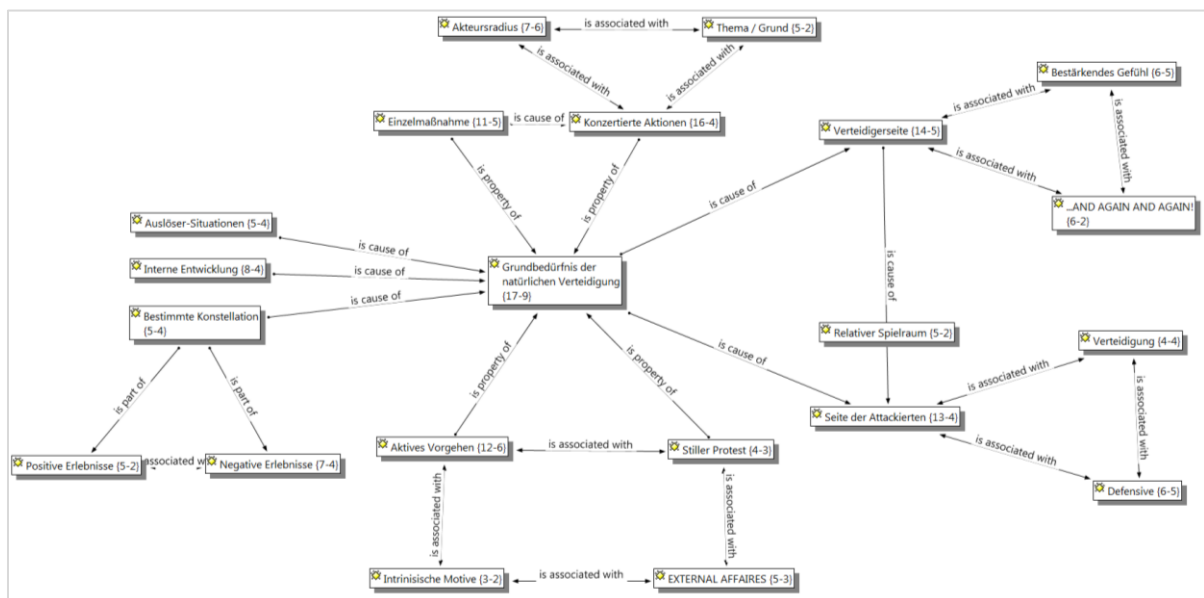
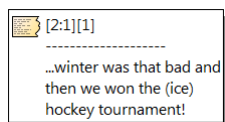


Abb. 28: Wirkungsmodell „natürliche“ Verteidigung

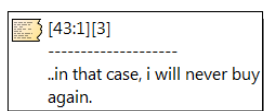
Bevor die einzelnen Paradigmen beschrieben werden, ist in Erinnerung zu rufen, dass die Datengewinnung von der Critical-Incident-Methode (mit)bestimmt wurde. Hier wurden konkret „negative“ Ereignisse vorgegeben und nachfolgend offen diskutiert. Dies erklärt Teile einer negativ eingefärbten Grundhaltung. Die verwendeten „is associated with“-Relationen verweisen auf hierarchiefreie symmetrische Verbindung (Kuckartz, 2010: 199). Im Gegensatz dazu implizieren die „is part of“-Verbindungen die transitive Verbindung von Objekten und deren strukturelle Hierarchisierung. Alternativ lassen sich die Paradigmen „is cause of“ (Ursache) und „is property of“ (Strategie bzw. Kontext) logisch skizzieren.

Als Ursachen gelten situative Auslöser, mittel- und langfristige Prozessentwicklungen und das Auftreten bestimmter Konstellationen. Interessant erscheint, dass singuläre Ereignisse, aber auch Kombinationen von positiven und negativen Erlebnissen verstärkend auf die Kernkategorie einwirken. „*Density*“ und „*Groundedness*“ verdeutlichen die Vitalität des Phänomens und sind als Indikatoren für theoretische Sättigung zu werten. Das folgende Zitat belegt das gleichzeitige Auftreten als kontrastiver Vergleich:

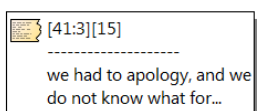


Der Kontext wird tendenziell von organisierten Aktionen dominiert. Konzertierte Aktionen weisen Radien von Face-To-Face-Kontakt bis zu anonymen Online-Bewegungen auf. Mit zunehmender Anzahl der Akteure scheint das eigentliche Thema als Beweggrund zugunsten sozialer Dynamik in den Hintergrund zu rücken. Dabei wachsen allgemeine Lern- und Sensibilisierungsaspekte bei der Aneignung nationaler Identität (Kecmanovic, 1996: 11).

Ähnlich gestalten sich die erkennbaren Strategien und intervenierenden Bedingungen. Prinzipiell kann zwischen einer aktiven und einer passiven Variante einer Artikulation unterschieden werden. Die aktive Vorgehensweise basiert auf intrinsischen Motivstrukturen (siehe Zitat) und wird von passivem Verhalten situationsabhängig ergänzt oder verstärkt.



Die Konsequenzen lassen sich formal in zwei Ebenen teilen. Die „*attackierte*“ Seite bilden Unternehmen und ihre formalen Repräsentationen, die sich vorwiegend in einem defensiven Bereich bewegen.



Die Verteidigerseite der nationalen Identität wächst durch jedes Erfolgserlebnis spürbar und wird in ihren Bemühungen intern und extern bestätigt. Als Konsequenz ist eine Spirale denkbar, die die gegenüberliegende Seite konsequent unter Druck setzt und den relativen Spielraum bzw.

ihr Rollenspiel beständig reduziert. Betrachtet man Werbung als Ort von Deutung und Gewichtung eines Täuschungsmotivs (Bauer, 2014: 209), so muss diese Logik entsprechend berücksichtigt werden. Aktuell ist der Konsensdruck auf Einheit deutlich stärker zu werten als eine mögliche Konsenschance auf Vielfalt.

10.2.2.3.2 Wirkungsmodell: „Macht durchsetzen“

In Abgrenzung zum ersten Modell berücksichtigt das Wirkungsmodell in Abb. 29 die Doppelrolle der internationalen Produzenten. Hier rücken die Strategien und Handlungen der Produzenten als weiterführende Fragen in den Fokus. Auf den ersten Blick interessant erscheint der Umstand, dass keinerlei Unterschiede zwischen der Ausprägung von Nationalstolz gefunden werden. „Density“ und „Groundedness“ sind annähernd gleich verteilt.

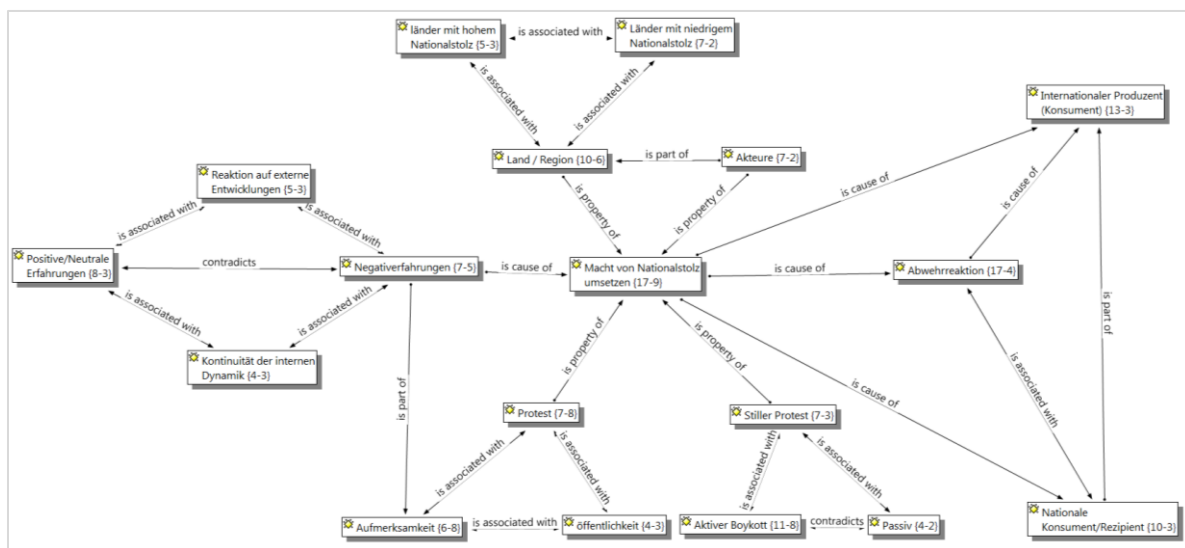
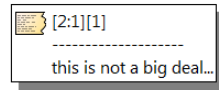
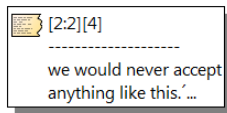
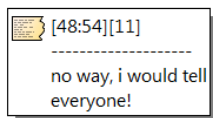


Abb. 29: Wirkungsmodell „Macht durchsetzen“

Ähnlich dem ersten Modell wirken auch hier situativ interaktive Momente als Ursachen. Allerdings scheinen hier positive Erfahrungen in einem Konkurrenzverhältnis zu negativen Erfahrungen zu stehen. Die Kernkategorie ist klar auf negative Ereignisse bezogen, die sich aus den Konsequenzen erklären lassen. Dennoch lässt sich kein hypothetischer Zusammenhang zwischen Intensität und Artikulation feststellen. Dies deckt sich mit den getätigten Analysen zu Forschungsbeginn. Im Kontext werden erstmalig Länder, Akteure und auch Intensitäten von Nationalstolz unterschiedlich artikuliert und bewertet.



Ähnlich zum ersten Modell wird stiller Protest artikuliert, der allerdings eine passive Verhaltenskomponente aufweist. Die aktive Protestvariante ist auf Aufmerksamkeit und Öffentlichkeit ausgerichtet. Hier wird von den Akteuren eine Strategie maximaler Informationsweitergabe bzw. Informationspflicht verfolgt.



Die Konsequenzen sind mit klaren Abwehrreaktionen verbunden. Ähnlich zum ersten Modell finden sich internationale Unternehmen in einer nachrangigen Rolle und werden von Konsumenten unter Druck gesetzt.

10.2.2.3.3 Wirkungsmodell: „Interaktion“

Für Berger et al. (2007: 161f) sind die signifikanten Anderen für das Individuum die „Starbesetzung im Spiel um seine Identität“, während weniger bedeutsame im Hintergrund als „Art Chor“ mitwirken. Dies widerspricht vorliegenden Ergebnissen, da hier – wie auch bei den anderen Modellen – im Kern eine anonyme Masse Handlungsrelevanz besitzt. In Übereinstimmung mit der Literatur begründet die wachsende Bedeutung der Selbstreferentialität als Bewertungsressource ein aktualisiertes Verständnis von Kohärenz als Prozess. Die Definitionsmacht der Produzenten trifft in Abb. 30 auf eine wachsende Definitionsmacht der Konsumenten und verlagert Möglichkeiten der Rollendistanz bzw. Ambiguitätstoleranz durch neue Kommunikationskompetenzen.

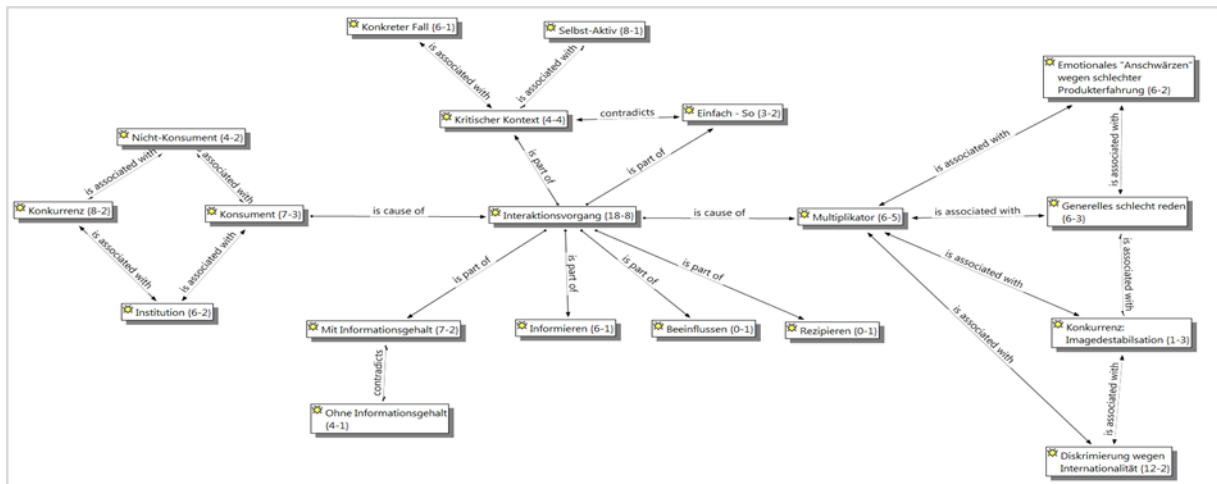
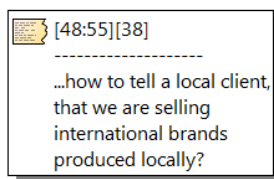


Abb. 30: Wirkungsmodell „Interaktion“

Im Unterschied zu den anderen Modellen wird erstmalig der Kommunikationsgehalt hervorgehoben. Strategisch unterscheiden die Akteure zwischen Information, Nicht-Information und Beeinflussung. Hier ist auch der kritische Umgang mit jeglicher Art von Produktinformationen zu erkennen.



Im Paradigma der Konsequenzen lässt sich ein Problemspektrum als vier Problem-Typen identifizieren, die unterschiedliche Diskriminierungsansätze verfolgen, aber einer gemeinsamen Multiplikatorlogik unterliegen. Eine exakte inhaltliche Füllung und Abgrenzung der Typen ist aufgrund des Datenmaterials nicht eindeutig gegeben und setzt weitere Erhebungen voraus. Der Themenkomplex „Diskriminierung wegen Internationalität“ ist in den Daten am stärksten ausgeprägt und verweist auf Relevanz.

Zusammenfassend lassen sich die Muster der drei Modelle in den einzelnen Analysephasen erkennen und ziehen sich als roter Faden durch das Forschungsprojekt. Die Modelle erheben den Anspruch, die relevanten Aspekte und Logiken im Forschungsfeld abzudecken, liefern aber keine erschöpfende Beschreibung der Gesamtwirklichkeit.

Da das Relevanzsystem und zentrale Wirkmodelle des sozialen Phänomens im Rahmen der offenen und axialen Kodierprozesse zweckmäßig und ausreichend beschrieben werden konnten, kann das selektive Kodieren entfallen. Zusammenfassend stellt sich der Erkenntnisfortschritt in Abb. 31 folgendermaßen dar:

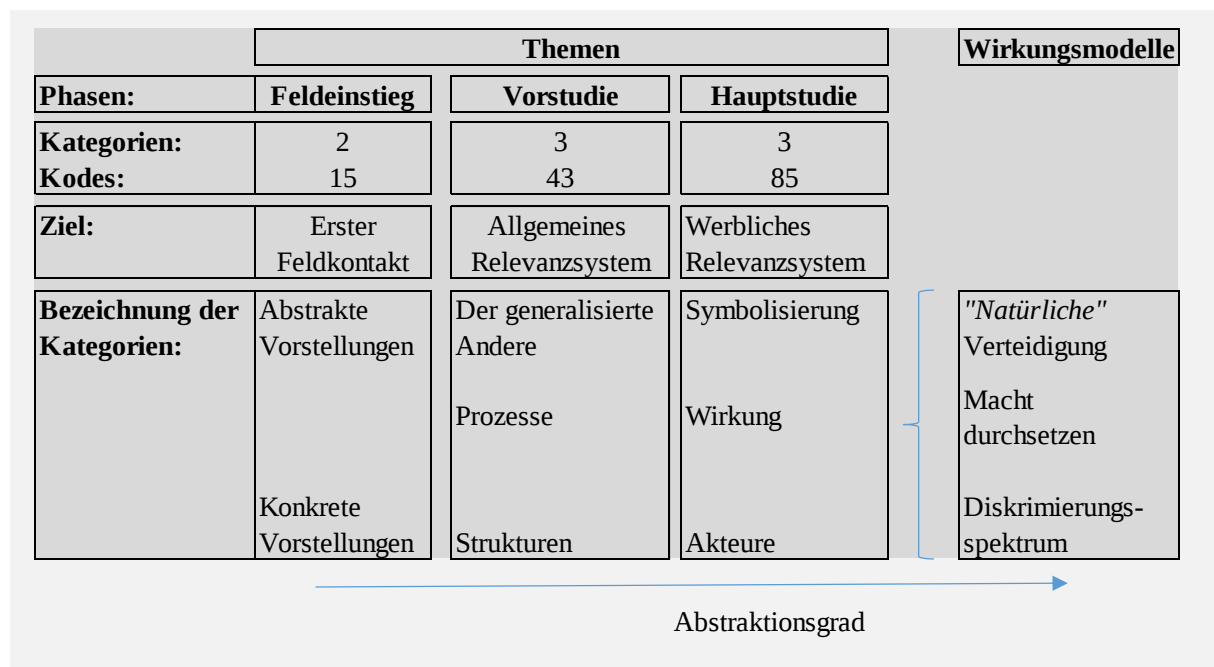


Abb. 31: Theoriegenese im Überblick

Insbesondere die Kategorienebenen weisen Ähnlichkeiten mit unterschiedlichen Akzentsetzungen in den einzelnen Phasen auf. Dieser Punkt markiert das vorläufige Ende des Analyseprozesses als Synthese von Theorie, Argumentationslogik und den theoretisch-empirischen Befunden als Ergebnis einer gegenstandsbezogenen Theorie und dient der Beantwortung von Forschungsfrage F3:

F3: Welche Wirkungsmodelle lassen sich identifizieren?

10.2.2.4 Theoretische Sättigung und Evaluation der Ergebnisse

Das Sampling der GTM verfolgt die strategische Auswahl von Fällen und Datenmaterial über eine analytisch-kumulative Annäherung der thematischen Spannweite und Variation der Dichte (Kromrey, 2009: 267). Der Fokus ist auf die befragten Akteure und ihre sozialen Interaktionen

gerichtet, umfasst aber auch Wahrnehmungen und Geltungsbedingungen. Der Prozess der Interpretationsarbeit und Datengewinnung²⁹³ wird so lange fortgesetzt, bis keine neuartigen Aspekte auf der Indikatorebene auftreten bzw. keine weiteren konzeptionellen Zuordnungen (mehr) möglich sind (Strübing, 2014: 32).

Strauss et al. (1999: 163) bezeichnen das pragmatische Abbruchkriterium als „*theoretical saturation*“. Przyborski et al. (2010: 195) verstehen darunter eine konzeptionelle Dichte, die erschöpfend in Bezug auf eine „*genügende*“ Anzahl von Konzepten bzw. Kategorien und vollständiger Füllung inhaltlicher Eigenschaften, Bedingungen und Folgen sind. In diesem Sinne unterliegt konzeptionelle Sättigung theoretischer Sensibilität und Erfahrung (Berg et al., 2011: 310) und lässt sich nicht objektiv und formal aus den Daten ableiten (Strübing, 2014: 34). Methodologisch ist das Sättigungsprinzip immer hinsichtlich infiniter Kodierungs- und Vergleichsmöglichkeiten als theoretische Vorläufigkeit zu werten und automatisch mit der Reichweite der Ergebnisse verbunden (Truscat et al., 2011: 374). Qualitätsmaßnahmen wie z. B. kommunikative Validierung im Interpretationsteam, deduktive Kategorienanwendung, alternative Blickwinkel durch Moderatoren, protokollierte Memo-Dichte und ein abschließender Re-Entry festigen die theoretische Robustheit zusätzlich (Truscat et al., 2011: 376, Gläser et al., 2009: 104). Alle diese gesetzten Maßnahmen dienen dazu, die Vertrauens Erwartungen in die Reflexionen der Wissensmodelle zu stützen (Bauer, 2014: 356) und untermauern den Geltungsanspruch einer mittleren theoretischen Reichweite.

Die Ausgangsstichprobe wurde aus dem Feld und vom Feld definiert. Die weiteren Selektionskriterien entstanden im Forschungsverlauf und in Anlehnung an die Bedingungsmatrix. Trotz der geforderten Offenheit qualitativer Forschung ließ die Forschungsfrage eine Eingrenzung auf den werblichen Wirkungsbereich erkennen. Die unterschiedlichen Analysephasen bestätigten dabei einen gewissen Kernbestand an Kategorien mit ähnlichen Eigenschaften. Diese zogen sich mit gewissen Modifikationen und Akzenten als roter Faden durch den Analyseprozess. Die hohe Groundedness der Codes erleichtert dabei nachweislich die Lesefreundlichkeit und Interpretationsleistung. Das Codesystem war in einem akzeptablen Bereich von Handhabbarkeit und Anschlussfähigkeit.

²⁹³ Ausgenommen ist der Aspekt der Vier-Typen-Bildung? (Kap. 10.2.2.4).

In der ersten Analysephase fand im „*unbekannten*“ Forschungsfeld zunächst eine thematische Annäherung über Nutzen- bzw. Sinnaspekte statt. Als Konsequenz konnten fünfzehn textnahe Kodes identifiziert werden. Die anschließende Phase mit neuem Datenmaterial generierte die Kategorien „*Strukturen, Prozesse und DER GENERALISIERTE ANDERE*“ als Verdichtung eines nationalen Relevanzsystems.

Die perspektivische (Neu-)Ausrichtung auf den werblichen Kontext reduzierte zunächst das Kodesystem erheblich, um in einem zweiten Anlauf auf 85 Kodes und drei Kategorien anzuwachsen. Angelehnt an das werbliche Umfeld und die Forschungsfrage lauten die relevanten Bereiche „*Symbolisierung, Wirkungen und Akteure*“. Der Prozess des In-Beziehung-Setzens der theoretischen Elemente konnte in drei Wirkungsmodellen mit unterschiedlicher analytischer Setzung verdichtet werden, die von einer abschließenden Phase der Qualitätssicherung gerahmt wurden.

Die finale Entscheidung für (bzw. gegen) ein Modell basierte auf einem objektiv festgesetzten Cut-off Level und subjektiven Forscherentscheidungen protokolliert in Memos. Die Bedeutsamkeit des Phänomens ist in allen Phasen des Analyseprozesses erkennbar und verläuft in einer Entwicklung allgemeiner Relevanz in Richtung werblicher Handlungsrelevanz. Einzelne Gestaltungslösungen (Was?) sind in Quotations und textnahen Kodes spezifiziert, während Fragen des Optimierungsproblems (Wie?) mehrheitlich ungelöst bleiben. Insgesamt rekonstruiert das Forschungsprojekt den aktuellen Umgang mit dem Phänomen als Synthese einer Multiperspektivität.

Insofern repräsentieren die Modelle Durchschnittstypen, während die Realität das Spektrum an theoretischer Variation „*wirklich*“ einfordert. Dennoch erheben die Konstruktionen den Anspruch, ein bedeutsames bzw. relevantes Spektrum des Umgangs abzudecken.

10.2.2.5 *Re-Entry als Kreuzvalidierung*

Das pragmatische Wahrheitskriterium des Symbolischen Interaktionismus und der GTM²⁹⁴ setzen Strauss et al. (1999: 4) mit einer generellen Validierungsmöglichkeit durch „*irgendeine Form quantitativer Daten*“ bzw. Corbin et al. (2008: 115) präziser mit standardisierter Befragung um. Die Bedeutung der Verifikation von Theorie ist unbestritten in Literatur, dennoch werden laut Lamnek (2010: 252) nur eine „*Minderzahl*“ von qualitativen Untersuchungen auch quantitativ re-analysiert. Die nachfolgende quantitative Kreuzvalidierung bewertet nachvollziehbar die Forschungskonstruktionen und dient als Aspekt der Qualitätssicherung.

Die entstandenen konditionalen Hypothesenreihen der GTM sind für eine messbare Verifizierung nicht angemessen spezifiziert. Als praktischer Ausweg greift die Forschungspraxis auf verkürzte Darstellungen der Wirkmodelle bzw. auf vorgelagerte Indikatoren als Hilfskonstrukte zurück. Zahlen vermitteln immer einen Eindruck, dass „*Wesentliches*“ über das Forschungsfeld erfasst wurde (Allheit, 1999: 11). Aus diesem Grund wurde in einer letzten gemeinsamen Forschungsrunde für den Re-Entry zunächst ein Cut-off Level von fünf als Schwellenwert für Relevanz vereinbart²⁹⁵.

Auf Empfehlung von Fr. Dr. Stalzer wurde in einer internen Diskussionsrunde die verbleibende Kodestruktur des Theorieentwurfs evaluiert und auf 15 Items gereiht. Die ursprüngliche Konzeption eines Soll-Ist-Vergleichs wurde nach Rücksprache mit einem Agenturverantwortlichen fallengelassen. Die entstandene Folie dient vereinfacht als soziale Bewertungsinstanz, wobei Akzeptanz und Zustimmung auf „*Rationalität*“ der gewonnenen Resultate und Konstruktionen verweisen (Straub, 1994/95: 31). Die standardisierten Antwortkategorien ermöglichen Rangordnungen, Häufigkeitsverteilungen und gegebenenfalls Defizitanalyse (Miebach, 2010: 222, Kromrey, 2009: 364).

Die Agenturverantwortlichen der Vorstudie wurden quasi wiederholt zum Faktencheck herangezogen. Die positiven Erfahrungen der Vorstudie bestätigen Methodik der Online-Befragung und geschlossene Selbstbeurteilungsskalen. Die Evaluierung mit einfachen Statements und fünfstufigen Skalen mit Nominaldatenniveau orientiert sich am Standard der

²⁹⁴ Für Blumer (1986: 22) ist die empirische Welt „*the point of departure and the point of return in case of empirical science*“.

²⁹⁵ Entspricht rein statistisch einer Nennung von jedem Land der Untersuchungsregion.

empirischen Identitätsforschung (Keupp, 2009: 127), wobei die Übersetzung in einen Zahlenwert dem Probanden obliegt (Legewie, 2006: 3). Dieser „*eindimensionale Spezialfall*“ impliziert einen Wechsel in eine relationsorientierte Erklärungsstrategie (Gläser et al., 2009: 79).

Aus interaktionistischer Sicht verweist der Grad der Zustimmung auf den Deckungsgrad der antizipierten Erwartungen, wobei Ausprägungen von drei bis vier als Untergrenze für interne Konsistenz gelten (Lamnek, 2010: 278). Die erreichte Qualität der Ausprägungsprofile ist als abschließende Antwort auf die Forschungsfrage zu betrachten.

Der Fragebogen wurde online den Teilnehmern der Vorstudie gemailt und in zwei Versionen gesplittet. Abb. 32 bestätigt die hohe Rücklaufquote von über fast 40%, die durchaus als Indikator für Relevanz zu werten ist²⁹⁶.

TITEL	GEÄNDERT▼	BEANTWORTUNGEN
Kreuzvalidierung als Re-Entry Teil 2 Erstellt am 26.04.2017	16.06.2017	12
Kreuzvalidierung als Re-Entry Teil 1 Erstellt am 26.04.2017	16.06.2017	12
+ Umfrage erstellen		

Abb. 32: Re-Entry

Die unterschiedlichen Identitätsformen wurden rollierend verwendet. Der Fragebogen inklusive Auswertungen ist im Anhang Abb. 42 ersichtlich. Zwölf der Items wurden mit hoher Bedeutung bewertet, einzig „*Machtgefälle*“, „*kultureller Bereich*“ und „*internationale Entwicklungen*“ wurden geringfügig niedriger bewertet. Unter dem Punkt „*Sonstige*“ wurden noch die Bedeutungskategorien „*Nationalstolz als Gefahr für internationale Werbung*“ und „*Gestaltungskatalog[?]*“ von den Teilnehmern zusätzlich vermerkt. Während Gestaltungsprobleme als Logiken identifiziert und abgedeckt wurden, blieben Fragen des

²⁹⁶ www.surveymonkey.com

Optimierungsproblems auf einfach-logische Ableitungen beschränkt. Hier ist sicherlich neuerlicher Forschungsbedarf gegeben.

Folglich gilt: Der hohe Grad an Zustimmung ist als Zeichen von Signifikanz und ähnlicher Sinnvorstellungen²⁹⁷ zu deuten und bestätigt die Erkenntnisse des Relevanzsystems bzw. der Umfeldanalyse (Kap. 10.1.4.2). Ergänzend zu den bisherigen Ausführungen und den generierten Modellen ist Forschungsfrage F4 mit JA zu beantworten.

F4: Ist das Phänomen im werblichen Kontext "wirklich" von Bedeutung?

11 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Da soziale Formen von Relationen und Differenzen immer unter der Perspektive des Möglichen zu denken sind, weisen ihre Forschungsprojekte automatisch einen gewissen notorischen Projektstatus auf (Straub, 2004: 280) und sind als „*Prozess des fortgesetzten Theoretisierens*“ zu denken (Strübing, 2013: 49). Kulturalistische Perspektiven thematisieren immer Sinnproben mit sozialem Bezug. „*Ein in diesem Sinne konversationstheoretisch ausgelegtes Modell von Kommunikation legt das Täuschungsmodell [Anmerkung OJ: Werbung] als Fähigkeit der Inszenierung des Gesprächs, als Spiel von Sprache und Gegensprache und als kulturelle Passage der wechselseitigen Versicherung der Zusammengehörigkeit nahe.*“ (Bauer, 2014:

²⁹⁷ Präziser stützen die Ergebnisse das Relevanzsystem im Sinne einer neuerlichen Bestätigung der Vertrauens Erwartungen, da der zugrundeliegende interpretative Charakter in bekannter Weise ein Beweismodell mit Kontrollerwartungen verhindert (Bauer, 2014: 346).

208) Dabei treffen objektiver Faktencharakter und ein Momentum an Unsicherheit und Vagheit aufeinander. Diesem Umstand einer Identität 4.0 kann sich auch vorliegende Arbeit nicht entziehen und wird durch die Offenheit der GTM zusätzlich verstärkt²⁹⁸.

Analog setzt die entwickelte Theorie als angemessene Antwort auf die Forschungsfrage die Bewährung in der Praxis voraus. In diesem Sinne stellt sie einen Wissensfundus bereit, um Handlungsprobleme des untersuchten Gegenstandsbereiches zu lösen. Parallel bietet sie ein Konzept zum Verständnis eines aktuellen Phänomens als Form der Entstehung einer sozialen Ordnung. Gegenwarts-, Vergangenheits- und Zukunftsmomente bilden einen Referenzrahmen für Identitätskonstruktionen nicht als Vorgabe, sondern als Aufgabe im Konzept bzw. Sinnmodell der Beobachtung (Bauer, 2014: 124). Der Analysestand in vorliegender Arbeit lässt durchaus das nationale Selbstbewusstsein als emanzipative Form einer Muss-Kategorie des Wirklichkeitshaushaltes erkennen, verfolgt aber keinesfalls den Anspruch eines verbindlichen Umsetzungskatalogs bzw. einer Typenbildung mit konkreten Handlungsempfehlungen. Dennoch konnten zentrale Logiken relevanter Akteure („*Status quo*“) im Forschungsstil der GTM interpretiert werden. Die Erkenntnisse bestätigen mehrheitlich den erforderlichen Umgang mit nationalem Selbstbewusstsein in internationaler TV-Werbung, liefern aber nur eingeschränkte Aussagen zum zukünftigen Stellenwert und mittelfristigen Soll-Konzeptionen. Dies ist einerseits mit den limitierten Forschungsressourcen und andererseits methodisch begründbar²⁹⁹.

Die vorliegende Arbeit richtet sich an einen potenziellen Adressatenkreis, der an einer aktualisierten Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Bedürfnissen und Konventionen interessiert ist. Der empirisch orientierte Blick ist bewusst illustrativ angelegt und markiert im Vorhinein begrenzte Erkenntnismöglichkeiten (Strübing, 2013: 42). Dennoch generieren systematische Vergleiche durchaus Logiken und analoge Denkstrukturen für praktische Tendenzen und Resonanz. Das eigentliche Problem dabei: Die Halbwertszeit jeglichen Wissens wird immer kürzer (Schweiger, 2007: 12).

Auch wenn die Gesamtheit der vorliegenden Ergebnisse in einer kritischen Perspektive hinsichtlich ihres Einflusses bzw. Nutzbarkeit nicht überschätzt werden darf, ist der

²⁹⁸ Im Grunde setzte das Datenmaterial eine Neujustierung der Forschungsfrage voraus.

²⁹⁹ Empfehlenswert wären umfangreiche Einzelfallstudien und anschließende Quervergleiche.

Umkehrschluss vollständiger Wirkungslosigkeit im Sinne einer kommunikativen Kür ebenfalls zu kurz gedacht. Das progressive Chancenpotenzial solidarisierender Qualitäten als konkrete Ausprägungsformen konnte als Nebenprodukt dennoch ansatzweise in der „*Groundedness*“ (siehe Kap. 10.2.2) erreicht werden.

Als Zielsetzung gilt es das theoretische Suchbild zur Fokussierung auf die Qualität der Kommunikation zu nutzen (Bauer, 2014: 209) und Kompetenz-, Tempo- und Wettbewerbsvorteile³⁰⁰ aufzubauen. Das Prinzip der Rückkopplung von Echo und Tempo verlangt die Beachtung jeglicher Impulse zur Adaptierung des eigenen Kurses und einer automatischen Lern- und Qualitätsschleife. In dieser Hinsicht leistet die Arbeit einen ersten Schritt und legt ein Fundament, vor allem im Hinblick auf Open-Access-Initiativen bzw. Open Notebook Science³⁰¹ (Mühlmeyer-Mentzel, 2011: 25f).

Aus diesem Grund stellt der Verfasser Interessierten die gesamte HU (inkl. Primärdokumente, Kodelisten und erarbeitete Suchbibliotheken) als technische Ressource in einer XML-Datei für weitere Anwendungs- und Grundlagenforschung zur Verfügung³⁰². Das Spektrum des Mehrwerts reicht bekanntermaßen von qualitätssichernder Prüfung und externer Validierung in Replikationsstudien über weiterführendes Analysepotenzial des generierten Aussagegehaltes bis hin zu Triangulation und Abgleich mit anderen Ergebnissen (Hug et al., 2015: 92). Darüber hinaus kann die mögliche Weiterverwendung innerhalb der Community den Blick auch auf IT-Disziplinen lenken und das Potenzial gemeinsamer Themenfelder reflektieren.

Ansatzpunkte für weitere Forschungsvorhaben lassen sich aus interdisziplinären Perspektiven und methodologisch-methodischen Überlegungen erkennen (Clarke, 2011: 208f, Puddephatt, 2006: 13, Mühler/Opp, 2006: 26, Hoyos, 2005: 236, Bumlik et al., 1973: 111f) „*Austauschbarkeit schafft die Sättigung von Konzepten und von deren Eigenschaften, nicht Redundanz von Beschreibung.*“ (Glaser, 2011: 154)

Abschließend lässt sich festhalten: Die Limitationen regen den weiteren Forschungsprozess an. Angemessene Forschungsdesigns müssen qualitative und quantitative Ansätze kombinieren,

³⁰⁰ Als sogenannte „ready-to-market“-Umsetzung.

³⁰¹ Und deckt sich mit grundlegendem Verständnis der Wir-Qualität („*WeQ*“) des Verfassers.

³⁰² Alternativ zu einer CD-Beilage kann die HU unter wohnungsandgasse@gmail.com angefordert werden.

die einerseits die symbolischen Dimensionen als Interpretation der Akteure begreifen und andererseits die Überprüfung der Modellannahmen und den unmittelbaren Nachweis der Stimuli mit ökonomischen Einflussgrößen experimentell erlauben. Die Positionierung und deren korrekte Umsetzung bedürfen aus Perspektive des Verfassers einer zusätzlichen Verstärkung der interdisziplinären Marketing-Sichtweise hinsichtlich einer stärkeren kulturlogischen Interpretation. Das Thema ist aktuell bereits relevant, in der Werbung angekommen und wird zukünftig als Vorsprungsmodell noch stärker an Bedeutung und Dynamik gewinnen. Antworten zum Gestaltungsproblem lassen sich in den Auswertungen finden, während das (noch interessantere) Optimierungsproblem mehrheitlich offenbleibt.

12 ANHANG

a) Tabellen (Tab.):

$$KD_j = \sum_{i=1}^5 \frac{(I_{ij} - I_{ih})^2}{V_i} / 6$$

KD_j = kulturelle Distanz von Heimatland zu Land j
I_{ij} = Index der kulturellen Dimension i in Land j
V_i = Varianz des Index der Dimension i
h = Heimatland
n = 5

Tab. 17: Modifizierte Kogut Sing Index Formel

	Anzahl	Median	Mittelwert	Modalwert	Spannweite
F1: Gesamturteil	31	1,00	1,13	1,00	1,00
Nationalstolz					
F4a: Berücksichtigung in Werbemaßnahmen	31	1,00	1,29	1,00	1,00
F4b: Eher in Umsetzung von Werbekonzepten	31	1,00	1,32	1,00	1,00
F4c: Eher in Kernbotschaft von Werbekonzepten	31	2,00	2,23	2,00	3,00
F5: Eher mit Produktebene verbunden	31	3,00	2,74	3,00	4,00

Tab. 18: Mittelwert, Median und Modus der Online-Erhebung

	Mittelwert	Median	Modalwert
F7: Werbeagentur	5,61	6	6
F7: Marketingverantwortliche	5,39	5	5
F7: Marktforscher	3,42	3	3
F7: Produktionsfirma	1,94	2	2
F7: Konsumentenvereine	1,06	1	1
F7: Konsumenten	3,65	4	4

Tab. 19: Rankingfrage Untersuchungstyp

Passport													
Historic US\$ mn Current Prices Fixed 2012 Exchange Rates													
Categories	Geographies	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total Adspend	Poland	1.142,6	1.190,2	1.326,6	1.491,2	1.613,9	1.806,6	2.153,9	2.380,7	2.104,6	2.149,4	2.256,3	2.307,9
Total Adspend	Romania	83,2	123,4	151,1	215,9	261,4	340,1	423,8	577,8	473,1	419,5	471,3	484,9
Total Adspend	Russia	870,0	1.610,4	2.086,0	2.634,5	3.453,4	4.478,9	5.612,8	5.806,1	5.600,5	6.272,0	7.012,4	7.807,2
Total Adspend	Slovenia	316,9	334,8	337,2	406,0	446,9	483,1	580,8	680,9	755,4	860,5	988,7	1.121,4
Total Adspend	Turkey	374,5	601,8	735,1	1.022,4	1.259,1	1.548,0	1.838,0	1.800,6	1.537,4	2.006,7	2.578,2	2.680,0
		2.787,2	3.860,6	4.636,0	5.770,0	7.034,7	8.656,7	10.609,3	11.246,1	10.471,0	11.708,1	13.306,9	14.401,4
TV Adspend	Poland	669,7	704,1	728,9	757,8	799,3	924,3	1.083,2	1.232,9	1.093,4	1.129,4	1.194,1	1.232,5
TV Adspend	Romania	49,2	73,7	98,3	123,3	159,6	215,0	274,2	374,1	312,7	273,1	307,3	315,1
TV Adspend	Russia	429,1	832,3	1.097,2	1.412,1	1.899,4	2.475,8	3.069,4	3.100,6	3.245,5	3.566,5	4.108,9	4.599,8
TV Adspend	Slovenia	188,4	206,7	204,7	245,9	248,6	250,6	312,2	384,2	479,3	566,8	674,6	778,5
TV Adspend	Turkey	157,8	291,7	385,1	531,7	633,4	801,2	977,9	937,3	801,2	1.121,2	1.465,1	1.554,5
		1.494,2	2.108,5	2.514,2	3.070,8	3.740,3	4.666,9	5.716,9	6.029,1	5.932,1	6.657,0	7.750,0	8.480,4
		53,6%	54,6%	54,2%	53,2%	53,2%	53,9%	53,9%	53,6%	56,7%	56,9%	58,2%	58,9%
Research Sources:													
Total Adspend: Euromonitor International from World Association of Newspapers													
TV Adspend: Euromonitor International from World Association of Newspapers													
Date Exported (GMT): 25/03/2013 09:16:55													
© Euromonitor International													

Tab. 20: Entwicklung Werbeausgaben und TV-Ausgaben in der Untersuchungsregion

 Passport												
Market Sizes		Historic Retail Value RSP US\$ mn		Current Prices		Fixed 2012 Exchange Rates						
Categories	Geographies	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Laundry Care	Poland	490,7	479,6	491,2	487,8	515,5	554,1	589,4	618,6	627,5	654,8	686,8
Laundry Care	Romania	76,0	117,5	162,0	197,4	222,0	255,0	296,3	307,0	309,7	308,5	313,9
Laundry Care	Russia	636,7	794,4	944,4	1.147,1	1.358,8	1.615,9	1.898,1	1.979,5	2.132,2	2.369,2	2.594,3
Laundry Care	Slovenia	66,7	61,4	58,0	57,6	56,7	57,5	59,8	60,5	61,8	63,4	65,9
Laundry Care	Turkey	520,6	545,3	553,8	573,7	602,3	694,9	793,1	976,0	1.225,3	1.493,5	1.769,0
		1.790,7	1.998,2	2.209,4	2.463,6	2.755,3	3.177,4	3.636,7	3.941,6	4.356,5	4.889,4	5.429,9
Research Sources:												
Home Care: Euromonitor from trade sources/national statistics											=>	203%
Date Exported (GMT): 25/03/2013 09:04:59												
© Euromonitor International												
http://www.portal.euromonitor.com												

Tab. 21: Entwicklung Waschmittelmarkt in der Untersuchungsregion

	Sex (V240)		Age (V242)		Income (V239)		Education (V248)		Town Size (v253)		Marital Status (V57)		
	Male	Female	<39	>40	Low <5	High >6	Low <5	High >6	<5,000	>5,000	Married	Not Married	
PL	1,46	1,44	1,64	1,34	**	1,42	1,51	*	1,39	1,55	**	1,43	1,46
RO	1,78	1,71	*	1,95	1,62	**	1,72	1,75	1,55	1,82	**	1,94	1,74
RUS	1,97	1,91	*	1,97	1,91		1,94	1,89	1,92	1,94		1,91	1,94
SLO	1,81	1,73		1,94	1,68	**	1,83	1,68	*	1,73	1,83	1,68	1,80
TR	1,50	1,41		1,28	1,27	**	1,50	1,42	1,36	1,54	**	1,38	1,59

Quelle: WVS 6, n = 7.600, Chi-Test bzw. U-Test mit p < 0,05* bzw. p < 0,01**

Tab. 22: Signifikanztests der Globalvariablen

b) Abbildungen (Abb.):

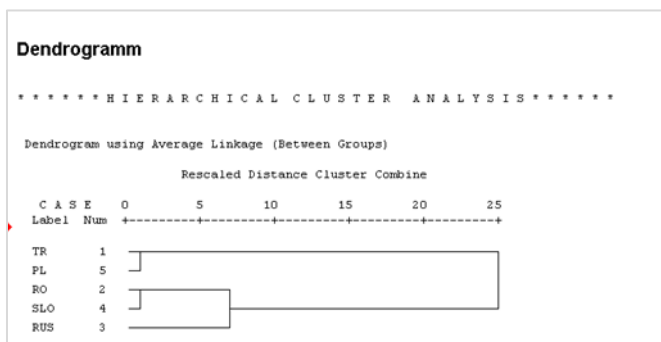


Abb. 33: Dendrogramm für die Clustergruppen

Korrelationen							
			advertisement	For me advertising is often amusing	I am interested in news about products which are offered by radio or TV	Advertising on the radio or on TV is often quite good	Preference to watch Advertising on TV
Spearman-Rho	advertisement	Korrelationskoeffizient N	1,000 3349	,578** 3348	,434** 3345	,585** 3346	,727** 2668
	For me advertising is often amusing	Korrelationskoeffizient N	,578** 3348	1,000 3367	,348** 3362	,522** 3364	,446** 2667
	I am interested in news about products which are offered by radio or TV	Korrelationskoeffizient N	,434** 3345	,348** 3362	1,000 3362	,536** 3361	,377** 2665
	Advertising on the radio or on TV is often quite good	Korrelationskoeffizient N	,585** 3346	,522** 3364	,536** 3361	1,000 2685	,482** 2665
	Preference to watch Advertising on TV	Korrelationskoeffizient N	,727** 2668	,446** 2667	,377** 2665	,462** 2665	1,000 2668

** Die Korrelation ist auf dem 0.01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abb. 34: GfK Euro Socio Styles 2016

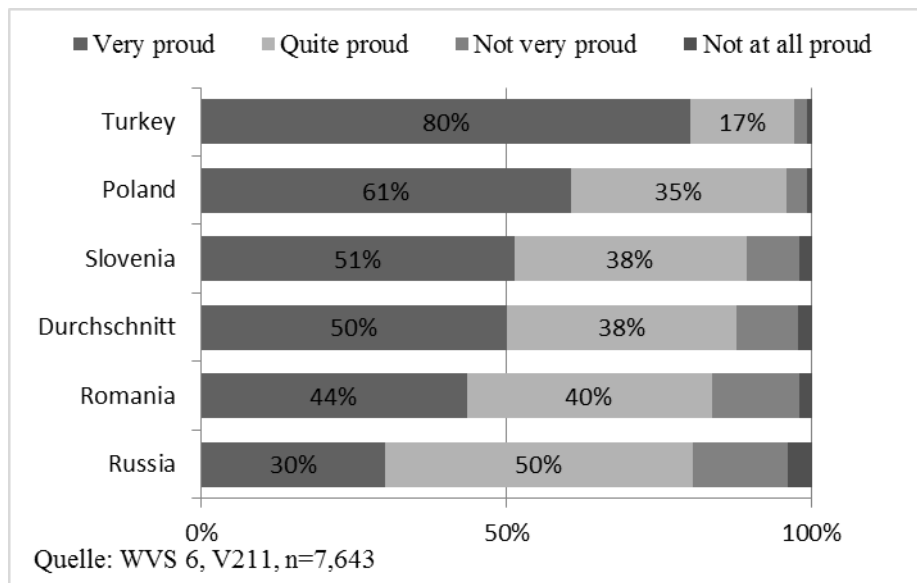


Abb. 35: Unterschiedliche Entwicklung von Nationalstolz in der Untersuchungsregion

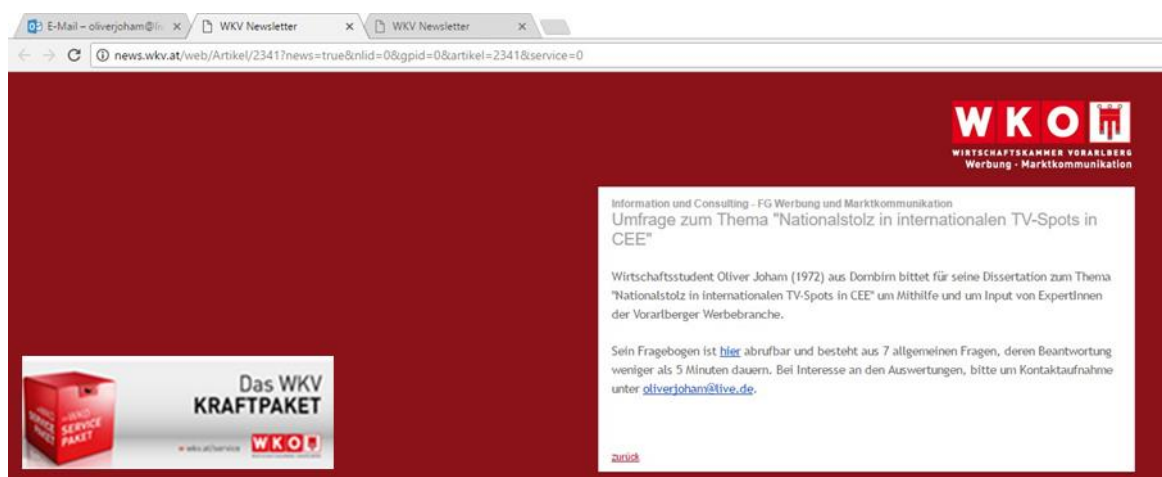


Abb. 36 Screenshot Einladung WKV-Newsletter

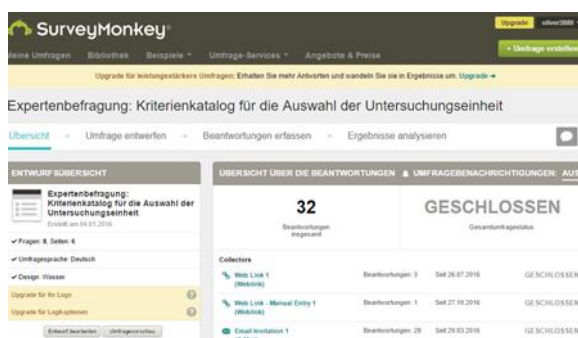


Abb. 37: Collectoren Split Survey Monkey

1st manual (Leitfaden)

Please note: All questions to be discussed additionally within group discussion. No order will be given. Always in e.g. positive / negative, in comparison to the neighbouring country, now and near future to be asked:

- How do you describe national pride?
- How do you experience the phenomenon in everyday life?
- How do you perceive the phenomenon in media or advertisement?
- To what extent does national pride fulfil or meet a function?
- Which symbols are present?
- Which expectations are connected with national pride?
- How can national pride reinforced / be weakened?
- Others...

Abb. 38: Erster Leitfaden

2nd manual (Leitfaden)

Please note: All questions to be discussed additionally within group discussion. No order will be given. Always in all possible comparative dimensions e.g. positive / negative, in *comparison to the neighbouring country*, now and near Future to be asked:

- How do you describe national pride?
- How do you experience the phenomenon in the everyday life?
- How do you perceive the phenomenon in media or advertisement?
- What relation do you see between national pride and advertising?
- To what extent does national pride fulfil a function?
- What actions do you associate with national pride?
- Which symbols are present?
- How can an international advertisement be locally charged?
- Which expectations are connected with national pride?
- How can national pride reinforced / be weakened?

In Addition, please discuss the following examples, again in all possible comparative dimensions, eg. Customer, local / international marketing director etc. Important: Additional pictures are given for better understanding the situation for the chat, eg.



Quelle: <http://kurier.at/wirtschaft/marktplatz/wc-reiniger-von-henkel-sorgt-in-der-ukraine-fuer-dicke-luft/22.801.713>

- Associations of the product codings of an international toilet rim block with the ukrainian flag led to the delisting the product in the whole East European market.
- A national advertisement of a Russian shot-putter Elena with male voice led by viral turbulences to immediate airing stop
- A local tea manufacturer collected a high fine for a discriminating remark about the national drink Ayran in his TV advertisement
- A national advertising association boycotts an international christmas campaign because of Santa Claus

Out of a list of more than 50 correlations with national pride of the latest world value survey, the following were chosen. They represent a value combined with national pride and in this regard „a rough direction to look at“. E.g. if „national pride and tradition/past“ are linked together, this means to me that...

(+) correlations	(-) correlations
Tradition, Past	Independence
Action, showing off	Satisfaction with live
Respect, Loyalty	Trust and Uncertainty
Macro-level, social structures	Well-beeing
Masculinity	Choice and Options
Obedience	Meso - level (Institutions)

Quelle: 6. WVS, n = 5 Länder Spearman RHO $p < 0,05(*)$ bzw. $p < 0,01(**)$, Hofstede und in Anlehnung an Dvorak (2011: 18ff)

Abb. 39: Zweiter Leitfaden

Wie bei der Fachgruppentagung Werbung und Marktkommunikation kurz vorgestellt, bitte ich Sie um Mithilfe bei meinem Disertationsprojekt.

Die folgenden sechs Fragen dienen einer kriteriengeleiteten Auswahl einer geeigneten Untersuchungseinheit im Themengebiet von Nationalstolz und internationaler Produktwerbung in Osteuropa.

Ihre Angaben werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt. Sollten Sie an den Auswertungen interessiert sein, bitte einfach das Kontaktformular am Ende der Befragung ausfüllen.

Vielen Dank im Voraus - Oliver Joham

Turkmenische Präsident Nyazov fungiert im Hintergrund von lokaler Marke "Barf" und internationaler Marke "Blendaden" (Quelle: World Press Photos)



1/6

[Weiter](#)

Expertenbefragung: Kriterienkatalog für die Konkretisierung der Untersuchungseinheit

1. Wie ist Nationalstolz als gesellschaftliches Phänomen für Sie persönlich besetzt?

Sehr positiv Sehr negativ

2. Welche spontanen Assoziationen ruft der Begriff Nationalstolz bei Ihnen hervor? Wie würden Sie den Begriff Nationalstolz umschreiben?

1

2

3

4

5

6

7

2/6

[Zurück](#) [Weiter](#)

Expertenbefragung: Kriterienkatalog für die Konkretisierung der Untersuchungseinheit

3. Welche Aspekte und Ausprägungen von Nationalstolz nehmen Sie im Alltag wahr?

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

3/6

[Zurück](#) [Weiter](#)

Expertenbefragung: Kriterienkatalog für die Konkretisierung der Untersuchungseinheit

4. Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen:

...stimme voll überein ...stimme überhaupt nicht überein

Landesspezifischer Nationalstolz ist generell im internationalen Marketingmassnahmen zu berücksichtigen.

Landesspezifischer Nationalstolz ist eher in der Umsetzung (=Exekution) von internationalen Werbekonzepten zu berücksichtigen.

Landesspezifischer Nationalstolz ist eher in der Kernbotschaft (=Copy Strategy) von internationalen Werbekonzepten zu berücksichtigen.

Sonstiges (bitte angeben)

4/6

[Zurück](#) [Weiter](#)

5. In lokalen Absatzmärkten bezieht sich Nationalstolz eher auf...

einzelne Produkte oder Marken ganze Produktgruppen oder Branchen

Sonstiges (bitte angeben)

6. Wie hängen Ihrer Meinung Produkt oder Produktkategorie mit Nationalstolz zusammen? Bitte beschreiben Sie mögliche Zusammenhänge stichwortartig:

1

2

3

4

5

7. Welche Teilnehmer würden Sie bevorzugt zu einer Online-Fokusgruppen zum Thema Nationalstolz in internationaler Werbung einladen? (Bitte absteigende Reihenfolge mit 6 = höchste Präferenz bis 1 = geringste Präferenz verwenden)

☐ Werbeagentur

☐ Marketingverantwortliche

☐ Marktforscher

☐ Produktionsfirma

☐ Konsumentenvereine

☐ Konsumenten

Expertenbefragung: Kriterienkatalog für die Konkretisierung der Untersuchungseinheit

8.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Sollten Sie Interesse an den Auswertungen haben, bitte einfach das Formular ausfüllen.

Name

Unternehmen

Adresse

Ort

PLZ

E-Mail-Adresse

Telefonnummer

6/6

[Zurück](#) [Fertig](#)

Powered by  SurveyMonkey

Es ist ganz einfach: [eine Umfrage zu erstellen](#)

Abb. 40: Fragebogen Online-Erhebung

1. Identity is *“people’s concepts of who they are, of what sort of people they are, and how they relate to others”* (Hogg and Abrams, 1988: 2).
2. *“Identity is ...to describe the way individuals and groups define themselves and are defined by others on the basis of race, ethnicity, religion, language, and culture”* (Deng, 1995: 1).
3. Identity *“refers to the ways in which individuals and collectivities are distinguished in their social relations with other individuals and collectivities”* (Jenkins, 1996: 4).
4. *“National identity describes that condition in which a mass of people have made the same identification with national symbols – have internalised the symbols of the nation ...”* (Bloom 1990, 52).
5. Jegliche Form von Identität ist mit *“role-specific understandings and expectations about self”* verbunden (Wendt, 1992: 397).
6. Nationale Identität ist *“mutually constructed and evolving images of self and other”* (Katzenstein, 1996: 59).
7. *“My identity is defined by the commitments and identifications which provide the frame or horizon within which I can try to determine from case to case what is good, or valuable, or what ought to be done, or what I endorse or oppose.”* (Taylor, 1989: 27)
8. *“Indeed, identity is objectively defined as location in a certain world and can be subjectively appropriated only along with that world.”* (Berger and Luckmann, 1966: 132)
9. *“National identity refers to a social category, a set of persons marked off by a membership rule and (alleged) social content”* (Fearon, 1999: 35)
10. *“The idea of national identity entails an idea of temporal and spatial continuity of a nation and (...) something about the content of the differences”* (Fearon, 1999: 8).
11. *“national identity as a resource for business model innovation and thus indicating another prospect for further research.”* (Ludviga, 2012: 756)
12. *„National identity can be defined as one’s idealizing positive feeling and thoughts on one’s nation.“* (Okan et al., 2007: 180)
13. *“These cultures define and make nations...nations initially neither exist nor have or do anything.”* (Gellner, 2009: 69)
14. *“Nationality becomes the cement which makes different regions stay together despite their reciprocal culture and ethnic differences.“* (Folkestead, 2002: 153)

15. „*Nationale Identität besteht im Kern somit aus kulturellen und emotionalen Komponenten, die komplementär ineinander greifen und deshalb nicht deutlich voneinander abgrenzbar sind*“ (Telus M., 1996: 6).
16. Haller (2009: 269) differenziert zwischen „*kognitiven (z. B. Selbstbilder und Ziele, wahrgenommenen kulturelle Interessen), Emotional-affektive (z. B. Symboliken) und gemeinsame Verhaltenskomponenten (z. B. Praktiken die Stärkung der Nation betreffend).*“
17. Fearon (1999: 35) verbindet nationale Identität mit einer sozialen Kategorie gelebter „*membership rule and (alleged) social content.*“ (=behauptetem sozialen Inhalt). Die zugrundeliegenden Konventionen begründen nationale Identitätstypen. „*Type identities refer to labels applied to persons who share or are thought to share some characteristic or characteristics, in appearance, behavioral traits, beliefs, attitudes, values, skills (e.g., language), knowledge, opinions, experience, historical commonalities (like region or place of birth), and so on.*“ (ebd, 1999: 17).
18. Aus kulturwissenschaftlicher Perspektive ist für Geulen (2004: 441) die Nation ein intellektuelles Konstrukt mit flexibler Akzentierung.
19. „*Nationale Identität lässt sich konzeptionell in einen intellektuellen Aspekt des Nationalbewusstseins und ein emotionaler Aspekt des Nationalgefühls differenzieren*“ (Kneidinger, 2011: 52)
20. Für Kecmanovic (1996: 1f) ist das Nationalgefühl wichtige Grundlage für ein Gefühl der Zugehörigkeit und ein wichtiger Aspekt von „*sozialer Identität: a) Nationale Gefühle und Nation sind untrennbar verbunden, b) Nationalgefühle repräsentieren Emotionen UND ein artikuliertes Bewusstsein der Zugehörigkeit und c) Nationalgefühle sind Teil nationaler Identität und beinhalten gemeinsame Erwartungen*“
21. „*self-consciousness , national ego, ethnolinguistic identity, and in-group identification*“ (Hofstede, 2001: 304).
22. „*Konstituierung von Identität aus dem Mangel an Fülle, aus dem Verlangen nach dem Realen*“ (Kühnschelm, 2010: 29)
23. „*...are constructed in social interactions, sustained through group-related activities and represented in public narratives.*“ (Immerfall et al., 2010: 335)
24. Webers (1988: 528) Definition einer Nation als „*Idee eines Zusammengehörigkeitsgefühls*“ und „*Wertesphäre*“.
25. Für Kneidinger (2011: 90) wird „*die nationale Identität rein selbst-referentiell gebildet*“

26. Für Jung (2010: 16) vereinen die unterschiedlichen Erklärungsmuster eine „gewisse Mischung von objektiv Gegebenem (z. B. Sprache, Werte und Symbole) und subjektiv Gefühltem.“

Abb. 41: Definitionssammlung Identität

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Online-Befragung zu meinem Dissertationsprojekt im letzten Jahr. Die ersten Ergebnisse liegen bereits vor und werden gemäß Methodik einer neuerlichen Überprüfung unterzogen.

Die Antwortkategorien reichen von Hohe Bedeutung bzw. ist mir sehr wichtig bis Niedrige Bedeutung bzw. ist mir überhaupt nicht wichtig.

Bitte beurteilen Sie die Bedeutung folgender Themen auf die werbliche Relevanz für die Tagesarbeit in Ihrer Agentur. Das Bedeutungsspektrum ist ähnlich einem Schulnotensystem aufgebaut.



Item	Hohe Bedeutung	Niedrige Bedeutung			
1 Nationalstolz als werbliche Inszenierung ?	12	☐	☐	☐	☐
2 Nationale Identifikation als Orientierungsrahmen ?	12	☐	☐	☐	☐
3 Nationalstolz als werbliches Machtgefälle ?	11	1	☐	☐	☐
4 Nationales Selbstbewusstsein als Erwartungen und Verhaltensweisen ?	12	☐	☐	☐	☐
5 Nationale Identität als sozialer Rahmen ?	12	☐	☐	☐	☐
6 Nationale Identität ist wichtig ?	12	☐	☐	☐	☐
7 Nationalstolz als Geschichte ?	12	☐	☐	☐	☐
8 Nationalstolz als verbindendes Werbeelement ?	12	☐	☐	☐	☐
9 Nationale Identität als bestimmte Tonalität?	12	☐	☐	☐	☐
10 Multiplikatorenwirkung nationaler Bewegungen?	12	☐	☐	☐	☐
11 Nationale Identitätsentwicklung im Alltag?	12	☐	☐	☐	☐
12 Nationale Identitätsformen im Kulturellen Bereich?	10	2	☐	☐	☐
13 Nationalstolz und internationale Entwicklungen?	10	2	☐	☐	☐
14 Die Funktionen von nationalem Selbstbewusstsein?	12	☐	☐	☐	☐
15 Die Wirkung von Nationalstolz?	12	☐	☐	☐	☐
16 Sonstige: "Nationalstolz als Gefahr für internationale Werbung", "Gestaltungskatalog?"	3	☐	☐	☐	☐

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Abb. 42: Fragebogen Re-Entry (inklusive Ergebnisse)

13 QUELLENVERZEICHNIS

13.1 Literatur

Abels H. und König A. (2010), *Sozialisation*, 1. Auflage, VS Verlag, Wiesbaden

Abels H. (2009), *Soziologie: Die Individuen in ihrer Gesellschaft*, Band 2, 4. Auflage, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden

Abels H. (2010), *Identität*, 2. Auflage, GVW Fachverlage GmbH, Wiesbaden

Abels H., Fuchs-Heinritz W., Jäger W., Schimank U. (2007), *Interaktion, Identität, Präsentation*, 4. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Ackermann A. (2004), *Das Eigene und das Fremde* (138-154) in: Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 3, Friedrich Jäger, Jörn Rüsen (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Allheit P. (1999), *"Grounded Theory": Ein alternativer methodologischer Rahmen für qualitative Forschungsprozesse*, Göttingen http://www.global-systems-science.org/wp-content/uploads/2013/11/On_grounding_theory.pdf abgerufen am 16.11.2016

Anderson B. (2005), *Die Erfindung der Nation: Zur Karriere eines erfolgreichen Konzepts*, 2. Auflage, Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main

Arlt H. (1999), *Kulturwissenschaft: 5 Jahre INST-Arbeit und Perspektiven kulturwissenschaftlicher Forschungen*, St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag

Backhaus K., Erichson B, Plinke W. und Weiber Rolf (2006), *Multivariate Analysemethoden*, 11. Auflage, Springer Verlag, Heidelberg

Balla B. und Sterbling A. (2009), *Globalisierung, Europäisierung, Regionalisierung*, Krämer Verlag, Hamburg

Bätzgen A. und Tropp J. (2013), *Brand Content: Die Marke*, Schäffer-Pöschel Verlag, Stuttgart
Bauer T. A. (2014), *Kommunikation wissenschaftlich denken*, Böhlau Verlag, Wien Köln
Weimar

Baumann Z. (2009), *Gemeinschaften: Auf der Suche nach Sicherheit in einer bedrohlichen Welt*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main

Baur N., Korte H., Löw M. und Schrör M. (2008), *Handbuch Soziologie*, 1. Auflage, Springer
Science&Business Media, Wiesbaden

Beck M., Harders C., Jünemann A. und Stett S. (2009), *Der Nahe Osten im Umbruch zwischen Transformation und Autoritarismus*, 1. Auflage, Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden

Beck U. (1986), *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main

Behrens K. C. (2013), *Handbuch der Werbung*, 2. Auflage, Springer Verlag, Wiesbaden

Berg C. und Milmeister M. (2011), *Im Dialog mit den Daten das eigene Erzählen der Geschichten finden: Über die Kodiervverfahren der Grounded-Theory-Methodologie* (303-332)
in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für
Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Berger M., Schuh A., Philippitsch A., Winter L, (2014), „*LOCAL HEROS VERSUS GLOBAL GIANTS: Lessons from a Challenging Competitive Landscape in Central & Eastern Europe*”
https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/cee/5_Networking_Events/Conferences_before_2016/GROW_EAST_CONGRESS_2014_-_SUMMARY.pdf runtergeladen am 19.11.2014

Berger P. L. and Luckmann T. (1966), *The Social Construction of Reality*, New York:
Doubleday

Berger P.L. und Luckmann T. (2007), *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*,
Fischer Taschenbuch Verlag, 21. Auflage, Frankfurt am Main

Bergmann J. (2014), *Aus Prinzip einfältig* (61-63) in: Brand eins Ausgabe 2 bzw. <http://www.brandeins.de/archiv/2014/werbung/aus-prinzip-einfaeltig/> abgerufen am 22.6.2016

Billig M. (1999), *Banal nationalism*, 1. Publikation, Reprint, Sage Publication, London

Blank T., Schmidt P. (1997), *Konstruktiver Patriotismus im vereinigten Deutschland*, in: Identität und Verschiedenheit, Mummendey A., Simon B. (Hrsg.) , Bern: Huber, 1997

Bloom W. (1990), *Personal Identity, National Identity and International Relations*, Cambridge: Cambridge University Press.

Blumer H. (1954), *What is Wrong with Social Theory* (3-10), American Sociological Review 1, Chicago

Blumer H. (1973), *Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus*, Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen, Rowohlt, Hamburg

Blumer H. (1986), *Symbolic Interactionism – Perspective and Method*, Berkeley

Blumer H., (1956), *Sociological Analysis and the “Variable”*, American Sociological Review 21, Chicago

Böhm W. (2009), *20 Jahre Ostöffnung*, in: Die Presse, Wien bzw. http://diepresse.com/home/politik/eu/490574/20-Jahre-Ostoeffnung_Zu-langsam-wachsen-wir-zusammen abgerufen am 10.3.2010

Bohnsack R., Marotzki W, Beuser M. (2006), *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*, 2. Auflage, Budrich Verlag, Berlin

Bös M. und Schraml C. (2009), *Ethnizität – Zum Individualisierungspotential kollektiver Sozialformen* (95-107) in: *Neuer Mensch und kollektive Identität in der Kommunikationsgesellschaft*, Preyer G. (Hrsg), VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Böttcher D. (2014), *Die Wahrheit? Lügt man sich zurecht* (96-101) in: Brand eins Ausgabe 2 bzw. <http://www.brandeins.de/archiv/2014/werbung/die-wahrheit-luegt-man-sich-zurecht/> runtergeladen am 17.12.2016

Breuer F. (2010), *Reflexive Grounded Theory*, 2. Auflage, VS Verlag, Wiesbaden

Breuer F., Mey G. und Mruck K. (2011), *Subjektivität und Selbst-/Reflexivität in der Grounded-Theory-Methodologie* (427 – 449) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Brodnig I. (2015), *Diese Studie gefällt sich selbst* (26-27) in: Profil 21, 46. Jg., Wien

Brumlik M. (1973), *Der symbolische Interaktionismus und seine pädagogische Bedeutung*, Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag

Bryant A. und Charmaz K. (2010), *The SAGE Handbook of Grounded Theory*, 2nd Edition, Sage Publications Ltd., London

Buber R., Holzmüller H. H., Holzmüller H. M. (2009), *Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen*, Gabler Verlag, Wiesbaden

Buchli H. (1962), *6000 Jahre Werbung*, De Gruyter Verlag, Berlin

Bühl A. (2010), *PASW (=SPSS) 18*, 12. Auflage, Pearson Studium, München

Burrell G. und Morgan H. (1985), *Sociological Paradigms and Organisational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life*, 14. Auflage, Routledge

Busch R., Fuchs W. und Unger F. (2008), *Integriertes Marketing: Strategie, Organisation, Instrumente*, Gabler Verlag, 4. Auflage, Wiesbaden

Castells M. (2004), *The power of identity*, 2nd edition, Malden Mass., Wiley-Blackwell

Charmaz K. C. (2011), *Methoden der konstruktivistischen Grounded Theory* (181-206) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Clarke A. E. (2011), *Von der Grounded-Theory-Methodologie zur Situationsanalyse* (207-232) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Clifford G. (1973), *The interpretation of cultures*, New York, Basic Books

Cohrs J.C, Dimitrova D., Kalchevska T, Kleinke S., Tomova I., Vasileva M., Moschner B (2004), *Ist patriotischer Nationalstolz wünschenswert?* (201-215) in: Zeitschrift für Sozialpsychologie Nr. 35, <https://doi.org/10.1024/0044-3514.35.4.201>

Corbin J. und Strauss A. (2008), *Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 3rd edition, Sage Publications, California

Corsten M. (2004), *Quantitative und qualitative Methoden* (175-192) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 2*, Friedrich Jäger, Jürgen Straub (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Dahlén M., Lange F., Smith T. (2010), *Marketing Communications*, John Wiley & Sons Ltd, Spain

Dahrendorf R. (2010), *Homo Sociologicus* (1979), 17. Auflage, VS Verlag, Springer Fachmedien Wiesbaden

De Levita und David J. (2002), *Der Begriff der Identität*, Gießen Verlag, Gießen

De Mooij M. (1998), *Masculinity/femininity and consumer behaviour* (Chapter 4: 55-72) in: *The taboo dimension of national cultures*, Hofstede G. & Associates, Thousand Oaks, CA: Sage

De Mooij M. (2013), *Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes*, 4th Edition, Thousand Oaks, Sage Publications, California

Deng F. M. (1995), *War of Visions: Conflict of Identities in the Sudan*, Washington, DC: Brookings

Deutsch K.W. (2006), *Political Community At The International Level*, 3rd edition edition, Aardvark Global Publishing, Utah

Diekmann A., Voss T., Rapoport A. (2004), *Rational-Choice-Theorie in den Sozialwissenschaften*, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München

Dreitzel H. P. (1980): *Die gesellschaftlichen Leiden und das Leiden an der Gesellschaft* (1968), 3., überarbeitete Auflage Stuttgart: Enke

Durkheim E. (1976), *Die Regeln der soziologischen Methode* (1895), 4. Auflage, Neuwied: Luchterhand

Dvorak J. und Mückler H. (2011), *Staat, Globalisierung, Migration*, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien

Elias N. (1997), *Über den Prozess der Zivilisation*, 2. Band, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main

Elias N. (2001), *Symboltheorie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main

Erikson E. H. (1973), *Identität und Lebenszyklus*, Suhrkamp Taschenbuch, Baden-Baden

Esser H. (2004a), *Sinn, Kultur und Rational Choice* (249-265) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 2*, Friedrich Jäger, Jürgen Straub (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Esser H. (2004b), *Soziologische Anstöße*, Campus Verlag, Frankfurt/Main

Etzrodt C. (2003), *Sozialwissenschaftliche Handlungstheorien*, UTB, Konstanz

Faix T. (2007), *Gottesvorstellungen bei Jugendlichen*, Lit Verlag Dr. W. Hopf, Berlin

Fearon J. D. (1999), *What is identity?*, Department of Political Science Stanford University Stanford

Felser G. (2015), *Werbe- und Konsumentenpsychologie*, Verlag Heidelberg, Berlin/Oxford

Feshbach S., Sakano N. (1997), *The Structure and Correlates of Attitudes Toward One`s Nation* in: Patriotism in the lives of individuals and nations, Bar-Tal D., Staub E. (editors), Chicago: Nelson – Hall

Flick U. (2010), *Qualitative Sozialforschung*, 3. Auflage, Rowohlt Verlag, Hamburg

Frey D. und Hoyos C. G. (2005), *Psychologie in Gesellschaft, Kultur und Umwelt*, Beltz

Gaupp P. (1983), *Staaten als Rollenträger, Die Rollentheorie als Analyse-Instrument von Aussenpolitik und internationaler Beziehungen*, Verlag Huber Frauenfeld

Gebauer G. und Wulf C. (1995), *Mimesis: culture, art, society*, Berkeley: University of California Press

Gellner E. (2009), *Nations and Nationalism*, Cornell University Press, Oxford

Geertz C. (1973), *The interpretation of cultures*, Basic Books, New York

Geulen C. (2004), *Nationalismus als kulturwissenschaftliches Forschungsfeld* (439-457) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 3*, Friedrich Jäger, Jörn Rüsen (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Given L.M. (2008), *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Verlag SAGE Publications

Glaser B. (2011), *Der Umbau der Grounded-Theory-Methodologie* (137-162) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Glaser B. und Strauss A. L. (1967), *The discovery of Grounded Theory*, Aldine, Chicago

Gläser J. und Laudel G. (2009), *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*, 3. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Glaser R. (2014), *Global Change*, Primus Verlag, Darmstadt

Goffman E., (2002), „*Wir alle spielen Theater (1959)*“, 10. Auflage, Piper Verlag, München

Görtz C. (2010), *Mehr Umsatz durch Marketing-Kooperationen*, Gabal Verlag, Offenbach

Göttlich U. (2006), *Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz

Göttlich U. und Kurt R. (2012), *Kreativität und Improvisation*, Springer Fachmedien, Wiesbaden

Haller M. und Rosegger R. (2003), *Konzepte nationaler Identität in West- und Osteuropa*, Österreichische Zeitschrift für Soziologie, Nr. 28, Wien

Haller M. (2009), *Die Europäische Integration als Elitenprozess: Das Ende eines Traums?*, Springer Verlag

Hartleben R. E. (2004), *Werbekonzeption und Briefing*, Ralph Erik Hartleben, Publicis, 2. Auflage, Erlangen

Hartmann M. und Hepp A. (2010), *Die Mediatisierung der Alltagswelt*, 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Haug F. (1994), *Kritik der Rollentheorie*, 5. Auflage, Argument Verlag, Hamburg

Helle H.J. (2001), *Theorie der Symbolischen Interaktion*, 3. Auflage, Wiesbaden

Hepp A. (2006), *Transkulturelle Kommunikation*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz

Heribert Meffert H., Burmann C. und Kirchgeorg M. (2008), *Marketing: Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele*, Springer-Verlag, Wiesbaden

Hitzler R. (2014), *Wohin des Wegs?* (55-68) in: Mey G. und Mruck K. (Hrsg.) *Qualitative Forschung: Analysen und Diskussionen – 10 Jahre Berliner Methodentreffen*; Springer Verlag, Berlin

Hobsbawm E. J. (2012), *Nations and Nationalism since 1780: Programme, Myth, Reality*, Cambridge University Press

Höfer R. (2010), *Kohärenzgefühl und Identitätsentwicklung*, (57-70), in: *Salutogenese und Kohärenzgefühl*, Wydler H., Kolip P., Abel T., 4. Auflage, Juventa Verlag Weinheim und München

Hoffmann A. und Klostermann V. (2005), *Zufall und Kontingenz in der Geschichtstheorie: mit zwei Studien zu Theorie und Praxis der Sozialgeschichte*, Verlag, Frankfurt am Main

Hoffmann N.W. (1987), *Divergierende Aussagensystem im Symbolischen Interaktionismus*, Dissertation, Wien

Hofstede G. (2001), *Culture's Consequences*, 2nd Edition, Sage Publications: Thousand Oaks

Hofstede G. und Hofstede G. J. (2012), *Lokales Denken, globales Handeln*, 5. Auflage, DTV, München

Hogg M. und Abrams D. (1988), *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*, London: Routledge.

Hölscher M. (2006), *Wirtschaftskulturen in der erweiterten EU*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Hondrich K.O. (2009), *Geteilte Gefühle* (237-248) in: *Neuer Mensch und kollektive Identität in der Kommunikationsgesellschaft*, Preyer G. (Hrsg), VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Horton D. und Strauss A. (1957), *Interaction in audience-participation shows* (570-587) in: *American Journal of Sociology*, Vol. 62, Nr. 6

Horton, D. und Wohl, R. R. (1956), *Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance* (215 – 229) in: *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, Volume 19, Issue 3, Taylor & Francis

Horx M. (2014), *Das Megatrend-Prinzip*, Pantheon Verlag, München

Hug T. und Poscheschnik G. (2015), *Empirisch forschen*, 2. Auflage, UTB Verlag, München

Huntington, S. P. (1996), *Der Kampf der Kulturen: Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert*, Europaverlag, Wien / München, 1996

Hurrelmann K. (2002), *Selbstsozialisation oder Selbstorganisation?* (155-166) in: *Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation*, 22. Jahrgang, Heft 2

Hurrelmann K. und Ulich D. (1980), *Handbuch der Sozialisationsforschung*, Weinheim: Beltz

Immerfall S. und Therborn G. (2010), *Handbook of European Societies: Social Transformations in the 21st Century*, Springer Science + Business Media, New York

Jenkins R. (2014), *Social Identity* (fourth Edition), Routledge (1996)

Joas H. (1973), *Die gegenwärtige Lage der soziologischen Rollentheorie*, Athenäum Verlag, Frankfurt

Jung H. und von Matt J.R., (2004), *Momentum: Die Kraft, die Werbung heute braucht*, Lardon Media AG, Berlin

Jung K. (2010), *Volk – Staat – (Welt-)Gesellschaft*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Karmasin M. (2008), *Kommunikations-Kommunikationswissenschaft* (229-250) in: *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft*, Winter C., Hepp A., Krotz F. (Hrsg), 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Katzenstein P. (1996), *The Culture of National Security: Norms and Identity in World Politics*, Columbia University Press, New York

Käte Meyer-Draw (2004), *Subjektivität* (305-315), in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 1*, Friedrich Jäger, Burkhard Liebsch (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Kecmanovic D. (1996), *The Mass Psychology of Ethnonationalism*, Plenum Press / New York

Keegan W. J., Schlegelmilch B. B., Stöttinger B. (2002), *Osteuropa im Fokus: Zahlen, Daten und Fakten zu Direktmarketing und Versandhandel, Globales Marketing-Management*, Oldenbourg Verlag, Wien

Keim I. und Schütte W. (2002), *Soziale Welten und kommunikative Stile*, Gunter Narr Verlag, Tübingen

Kelle U. (2008), *Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung*, Springer Verlag

Kelle U. (2011), *Emergence oder Forcing* (235-260), in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Keupp H. (2008), *Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, 4. Auflage, Rowohlt-Taschenbuch-Verlag, Reinbek bei Hamburg

Keupp H. (2009), *Identitätsarbeit heute: klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung*, 5. Auflage, Suhrkamp, Frankfurt am Main

Kloss I. (2001), *Advertising Worldwide*, Springer Verlag, Berlin

Kneidinger B. (2011), *Geopolitische Identitätskonstruktion in der Netzwerkgesellschaft*, VS Verlag, Wien

Knoblauch H. (2004), *Religion, Identität und Transzendenz* (349-362) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 1*, Friedrich Jäger, Burkhard Liebsch (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Kolesch D. (2004), *Rollen, Rituale und Inszenierung* (277-292), in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 2*, Friedrich Jäger, Jürgen Straub (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Konopásek Z. (2011), *Das Denken mit ATLAS.ti sichtbar machen: Computergestützte qualitative Analyse als textuelle Praxis* (381-404) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Kornmeier M. (2002), *Kulturelle Offenheit gegenüber Auslandsmärkten*, DUV Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden

Krappmann L. (2000), *Soziologische Dimensionen der Identität: strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen*, 9. Auflage, Stuttgart Klett-Cotta

Kritzmöller M. (2002), *Positionierung im Lebensstil-Labyrinth*, Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main

Kromrey H. (2009), *Empirische Sozialforschung*, 12. Auflage, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH, Stuttgart

Krotz F. (2007), *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*, VS Verlag, 1. Auflage, Wiesbaden

Krotz F., (2008), *Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Grundlage kommunikationswissenschaftlicher Forschung* (29-48) in: *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft*, Winter C., Hepp A., Krotz F. (Hrsg), 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Kuckartz U. (2010), *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten*, 3. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Kühshelm O. (2010), *Nationalisierende Produktkommunikation*, 21. Jg. Band 2, Studienverlag, Wien

Kühshelm O., Eder F.X., Siegrist H. (2014), *Konsum und Nation: Zur Geschichte nationalisierender Inszenierungen in der Produktkommunikation*, Transcript Verlag

Kutscher N. (2002), *Das Gruppendiskussionsverfahren – Methode und Methodologie* (58-80), Universität Bielefeld, http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2003/406/pdf/4_Gruppendiskussion.pdf heruntergeladen am 16.10.2015

Lamnek S. (2010), *Qualitative Sozialforschung*, 5. Auflage, Beltz Verlag, Basel

Legewie H. (2006), *Qualitative Forschung und der Ansatz der Grounded Theory*, Heiner TU-Berlin, http://www.tu-berlin.de/fak8/ifg/psychologie/legewie/vl-skripte/Dokumente/Vorlesung_11.pdf abgerufen am 21.12.2013 um 19.00

Leggewie C. (2004), *Zugehörigkeit und Mitgliedschaft*, (316-333) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 1*, Friedrich Jäger, Burkhard Liebsch (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Leischner E. (2009), *Kommunikation für Konsumgüter* (1077-1100), in: *Handbuch der Kommunikation*, Bruhn M, Esch F.R., Langer T. (Hrsg.), Gabler Verlag, Wiesbaden

Lichtblau K. (2009), *Sprachwandel und Gesellschaftswandel: Zur historischen Semantik von Epochenbegriffen* (69-90) in: *Neuer Mensch und kollektive Identität in der Kommunikationsgesellschaft*, Preyer G. (Hrsg), VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Liebsch B. (2004), *Kulturelle Lebensform* (190-206) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 1*, Friedrich Jäger, Burkhard Liebsch (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Linton R. (1964), *The Study of Man* (1936), Appleton-Century-Crofts, New York

Lobinger K. (2010), *Visuelle Kommunikationsforschung: Methoden, Themen, Forschungsstrategien*, Wien

Lüscher K. (2012), *Freies musikalisches Improvisieren* (209-239) in: *Kreativität und Improvisation*, Udo Göttlich, Ronald Kurt (Hrsg.), Springer Fachmedien, Wiesbaden

Lüsebrink H. J. (2005), *Interkulturelle Kommunikation*, Verlag J.B. Metzler, Stuttgart/Weimar

Mead G. H. (1934), *Mind Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist* bzw. http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/mindself/Mead_1934_toc.html abgerufen am 14.11.2011

Mead G.H. (1995), *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*, 10. Auflage, Frankfurt am Main

Meffert H. und Bolz H. (1998), *Internationales Marketing-Management*, Wiesbaden

Merton K. R. (1957) , *The Role-Set: Problems in Sociological Theory* (106-120) in: *British Journal of Sociology*, VIII

Meuter N. (2004), *Geschichten erzählen* (140-155) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 2*, Friedrich Jäger, Jürgen Straub (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Mey G. und Mruck K. (2011), *Grounded-Theory-Methodologie: Entwicklung, Stand, Perspektiven* (11-50) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Mey G. und Mruck K. (2014), *Qualitative Forschung: Analysen und Diskussionen – 10 Jahre Berliner Methodentreffen*; Springer Verlag

Meyen M., Löblich M., Pfaff-Rüdiger S., Riesmeyer C. (2011), *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft*, VS Verlag, Wiesbaden

Miebach B. (2010), *Soziologische Handlungstheorie*, VS Verlag, Wiesbaden

Mikl-Horke G. (1981), *Interaktion und Kommunikation*, Service Fachverlag WU-Wien, Wien

Möhring W. und Schlütz D. (Hrsg.) (2013), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft*, Springer Verlag, Wiesbaden

Muckel P. (2011), *Die Entwicklung von Kategorien mit der Methode der Grounded Theory* (333-352) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Mühler K. und Opp K.D. (2004), *Region und Nation*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Mühler K. und Opp K.-D. (2006), *Region – Nation – Europa*, 1. Auflage, VS Verlag für SOWI, Wiesbaden

Mühlmeier-Mentzel A. (2001), *The Logical Structure of Data in ATLAS.ti and its Advantage for Grounded Theory Studies* (1-26) in: *Forum Qualitative Social Research*, Vol. 12 / 1 <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1101325> abgerufen am 10.2.2017

Müller B. (2011), *Empirische Identitätsforschung: Personale, soziale und kulturelle Dimensionen der Selbstverortung*, Springer Fachmedien GmbH, Wiesbaden

Mummendey A. und Bernd S. (1997), *Identität und Verschiedenheit*, Verlag Hans Huber, Bern

Nohl A.M. (2009), *Interview und dokumentarische Methode*, 1. Auflage, GWV Fachverlag GmbH, Wiesbaden

Noll H. H. und Scheuer A. (2006), *Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI 35)* Ausgabe 35, Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA), Mannheim, <http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/zeitschriften/isi/isi-35.pdf> heruntergeladen am 9.10.2014

Ogilvy D. (2010), *Ogilvy on Advertising*, Multimedia Books Ltd.

Okan E, Dilli E, Çabuk A.B (2007), *Effects of Nationalism on In-group and Out-group Reliability* (179-186) in: *The International Journal of Diversity in Organisation, Communities and Nations*, Volume 7, Number 2, 2007

Owens T. J., Stryker S. und White R. W. (2000), *Self, identity, and social movements*, University of Minnesota Press

Parsons T. (1985), *Talcott Parsons on Institutions and Social Evolution: Selected Writings*, University of Chicago Press, Chicago

Pepels W. (2004), *Grundlagen der Werbung*, Redline Wirtschaft, Frankfurt

Piaget J. (2003), *Gesammelte Werke, Band 5 Nachahmung, Spiel und Traum*, 6. Auflage, Klett-Cotta Buchhandlung, Stuttgart

Plessner H. (1975), *Die Stufen des Organischen und der Mensch: Einleitung in die philosophische Anthropologie*, Walter de Gruyter

Popitz H. (1992), *Phänomene der Macht*, 2. Auflage, Mohr Verlag, Tübingen

Prazak R. (2010), *Bedürfnis nach Zahlen* (19), in: Wirtschaftsblatt 2.8.2010, Wien

Przyborski A. und Wohlrab-Sahr M. (2010), *Qualitative Sozialforschung*, 3. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München

Reichert J. (2011), *Abduktion: Die Logik der Entdeckung der Grounded Theory* (279-301) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Reiter A. (2004), *Grenzziehungen: Zwischen nationalen Vorurteilen und sozialen Hierarchien*, Peter Lang, Frankfurt am Main

Richter-Trummer T. (2008), *Zukunfts-Studie* (2-3), Kurier 31.1.2008, Wien

Riemann G. (2011), *Grounded theorizing als Gespräch* (405-420) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Riesman D. (1958), *Die einsame Masse* (1950), Rowohlt Verlag

Roose J. (2011), *Identifikation mit Europa im außereuropäischen Vergleich* (478-496) in: *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 40, Heft 6, Lucius & Lucius Verlag Stuttgart

Rössler P., Hasebrink U. und Michael Jäckel (2001), *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung*, Verlag Reinhard Fischer, München

Rüsen J. (2004), *Sinnverlust und Transzendenz* (533-544) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 3*, Friedrich Jäger, Jörn Rüsen (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Saldana J. (2009), *The Coding Manual for Qualitative Researches*, Verlag Sage, Los Angeles

Sawetz J. (2007), *Persuasive Kommunikation*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz

Schäfer A. (2004), *Respekt* (334-348), in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 1*, Friedrich Jäger, Burkhard Liebsch (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Schatzman L. (1991), „*Dimensional Analysis*“ (303-314) in: *Social Organization and Social Process*, Maines D. R. (editor), Aldine de Gruyter, New York

Scheufele B. und Engelmann I. (2009), *Empirische Kommunikationsforschung*, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz

Schnell R., Hill P. B., Esser E. (2008), *Methoden der empirischen Sozialforschung*, Oldenbourg Wissenschaftsverlag

Scholz O. (1979), *Die soziale Rolle als gesellschaftlich bedingtes Handlungskonzept*, Recklinghausen

Schugk M. (2014), *Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft*, Vahlen Verlag, München

Schurz G. (2004), *Erklären und Verstehen* (156-174) in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 2*, Friedrich Jäger, Jürgen Straub (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Schütz A. (1932), *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt: Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1974

Schweiger G. und Schrattenecker G. (2005), *Werbung*, 6. Auflage, Lucius & Lucius VerlagsgmbH, Stuttgart

Schweiger W. (2007), *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Scott W.D. (1904), „*The Psychology of Advertising*“ in: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1904/01/the-psychology-of-advertising/303465/> abgerufen am 4.2.2014

Simmel G. (1968), *Soziologie: Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, 5. Auflage, Duncker und Humblot, Berlin

Simms J. (2008), *A matter of national pride* in: *Marketing*, Haymarket Business Publications Ltd

Sirkin H.L, Hermerling J.W., Bhattachary A.K. (2012), *Globality: Competing with Everyone from Everywhere for Everything*, Hachete UK

Smith T. W. (2006), *National Pride in Cross-national and Temporal Perspective* (127-136), in: *International Journal of Public Opinion Research*, NORC/University of Chicago, Volume 18/Spring bzw. www-news.uchicago.edu/releases/06/060301.nationalpride.pdf runtergeladen am 31.10.2008

Statista 2017, Quelle: eMarkete, „Facebooknutzung“ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/239391/umfrage/prognose-zur-weltweiten-nutz-ung-von-facebook> abgerufen am 14. 2.2014

Stegbauer C. (2011), *Reziprozität*, 2. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden

Straub J, (2000), *Identitätstheorie, empirische Identitätsforschung und die "postmoderne" armchair psychology* (167-194) in: *Zeitschrift für qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung* 1 bzw. <http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/28075/ssoar-zbbs-2000-1-straub-identitatstheorie.pdf?sequence=1> abgerufen am 13.12.2014

Straub J. (2004), *Identität* (277-303), in: *Handbuch der Kulturwissenschaften: Band 1*, Friedrich Jäger, Burkhard Liebsch (Hrsg.), Verlag J.B. Metzler, Stuttgart

Straub J., (1994/95), *Identität und Sinnbildung* in: *ZiF Jahresbericht* bzw. <https://www.uni-bielefeld.de/ZIF/Publikationen/Jahresberichte/1994-Straub.pdf> abgerufen am 14.12.2014

Strauss A. L. (1959), *Spiegel und Masken*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Strauss A. L. (1987), *Qualitative Analysis for Social Scientists*, Cambridge University Press

Strauss A. L. (2007), *Grundlagen qualitativer Sozialforschung: Datenanalyse und Theoriebildung*, 2. Auflage, Wilhelm Fink Verlag, München

Strauss A. L. und Corbin J. (1999), *Grounded Theory*, Verlags Union, Weinheim

Strauss A. und Corbin J. (1996), *Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung*, Beltz Psychologie Verlags Union, Weinheim

Strübing J. (2011), *Zwei Varianten von Grounded Theory?* (261-278) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Strübing J. (2013), *Qualitative Sozialforschung*, Oldenbourg Verlag, München

Strübing J. (2014), *Grounded Theory*, 3. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Sywottek C. (2015), *Wohin läuft der Hase* (74-81) in: Brand eins, Heft 02 2015, 17. Jahrgang, Hamburg

Tajfel H. und Turner J. C. (1986), *The social identity theory of intergroup behavior* (7-24), in: *Psychology of intergroup relations*, Worchel S. und Austin W. G., (editors), Chicago: Nelson-Hall

Taylor C. (1992), *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity* (1989), Cambridge University Press

Telus M. (1996), *Nation – Ein bereinigtes Konstrukt*, in: *Internationale Schulbuchforschung* 18, Braunschweig, Georg-Eckert Institut

Tenbruck F. H. (1964), *Freundschaft. Ein Beitrag zur Soziologie der persönlichen Beziehungen* in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg.16

Thomas K. (2009), *Die unsichtbare Objektivität der Grenze* (108-118) in: *Neuer Mensch und kollektive Identität in der Kommunikationsgesellschaft*, Preyer G. (Hrsg), VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Tietze A. (2011), *Krisen als Chance*, 1. Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden

Toland K. und Müller B. (2007), *Advertising and Societies: Global Issues*, Peter Lang Publishing, New York

Trommsdorff V. (2009), *Konsumentenverhalten*, 7. Auflage, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart

Truscat I., Kaiser-Belz M. und Volkmann V. (2011), *Theoretisches Sampling in Qualifikationsarbeiten: Die Grounded-Theory-Methodologie zwischen Programmatik und Forschungspraxis* (353-380) in: *Grounded Theory Reader*, Mey G. und Mruck K., 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Turner B.S. und Khondker H.H. (2010), *Globalization East and West*, Sage Verlag

Turner R. H. (1962), *Role-Taking: Process vs. Conformity* (19-27) in: *Human Behavior and Social Process*, Rose A. M. (editor), Boston

Vaskovich E. (2013), *Wie wird 2014? Gut. 2015? Viel besser!* (31) in: *Horizont* Nr. 50/2013 vom 13.12.2013 Seite: 31

Vlasic A. (2004) *Die Integrationsfunktion der Massenmedien*. GWV Fachverlag GmbH, Wiesbaden

Weber M. (1988), *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, UTB Verlag, Tübingen

Weiss H. (2004), *Nation und Toleranz*, Braunmüller Verlag, Wien

Weller R. und Firnkes M. (2015), *Blog Boosting: Content, Marketing, Desing, SE*, 2. Auflage, MITP Verlag, Siegloch

Wendt A. (1992), *Anarchy is what states make of it* (396-426), *International Organization*, 46/2

Westle B. (1999), *Kollektive Identität im vereinten Deutschland. Nation und Demokratie in der Wahrnehmung der Deutschen*, Opladen: Leske + Budrich

Willems H. (2003), *Theatralität der Werbung: Theorie und Analyse massenmedialer Wirklichkeit*, York Kautt, VerlagWalter de Gruyter, Berlin

Wydler H., Kolip P., Abel T., Renate H., Schneider C.M. (2010), *Salutogenese und Kohärenzgefühl*, Juventa Verlag, München, 4. Auflage

Zerres C. und Zerres M.P. (2006), *Handbuch Marketing Controlling*, 3. Auflage, Springer Verlag, Heidelberg

Ziemer V. (2009), *Zwischen Europa und Amerika*, GWV Fachverlag GmbH, Wiesbaden

Znaniiecki T. und Thomas W.I. (1974), *The Polish peasant in Europe and America*, Volume 1, Octagon Books

Zurstiege G. (2007), *Werbeforschung*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz

13.2 Internet

Befragungstool SURVEYMONKEY, www.surveymonkey.com, erstmalig am 1.4.2014

Befragungstool Hilfecenter SURVEYMONKEY, https://help.surveymonkey.com/?l=de&uid=emfFVAbmfCb_2F3_2F1zPUTrsfEOtW5_2B7gQ4gF8h5Qg9AR_2Bs7UhM3LhHTYupX0eYL0TX5ATaTypBgUhVWTCu3uAgyQ_3D_3D abgerufen am 4.7.2014

Datenbank, <http://media.superillu.de/wp-content/uploads/Gute-Gr%C3%BCnde-f%C3%BCr-PRINT.pdf>, abgerufen am 30.6.2010

Datenbank ALEXA, <https://www.alexa.com/siteinfo>, abgerufen am 1.7.2017

Datenbank WORLDVALUES, www.worldvaluessurvey.org, abgerufen am 10.3.2015

Datenbank HOFSTEDE, http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php, abgerufen am 27.3.2015

Datenbank RANKING, <http://scientific.thomsonwebplus.com>, abgerufen am 12.1.2014

Datenbank HUBSPOT, *How to engage Fans on Facebook*, <http://cdn1.hubspot.com/hub/53/How-to-Engage-Fans-on-Facebook-04.pdf>, abgerufen am 9.4.2015

Datenbank TRENDS, <http://www.2bahead.com/de/analyse/trendanalyse/detail/trendanalyse-der-luxus-der-zukunft-wie-sich-premiummaerkte-wandeln/>, abgerufen am 29.5.2008

Datenbank GMID, Global Market Information Database, abgerufen (an der WU) am 21.4.2014

Datenbank WIIW, <http://data.wiiw.ac.at/annual-database.html>, abgerufen am 1.3.2016

Datenbank MEDIARESEARCH, http://mediaresearch.orf.at/c_international, abgerufen am 1.10.2016
abgerufen am 1.4. 2013

Datenbank EUROMONITOR, <http://www.portal.euromonitor.com/Portal/Pages/Analysis/AnalysisPage.aspx>, abgerufen am 1.4.2014

Datenbank WORLDBANK, <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>, abgerufen am 10.5. 2014

Datenbank HAPPYPLANET, <http://www.happyplanetindex.org/data>, abgerufen am 14.10.2014

Datenbank NATIONMASTER , <http://www.nationmaster.com>, abgerufen am 30.1.2015

Datenbank BERGER CONSULTING, http://www.rolandberger.at/media/pdf/Roland_Berger_Studie_CEE_in_2020_20101201.pdf, abgerufen am 9.10.2014

Datenbank WORLDVALUESSURVEY, <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>, abgerufen erstmalig am 4.10.2008

Datenbank WORLD FACTBOOK, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/refmaps.html>, abgerufen am 2.3.2014

Datenbank DATAMAPS, www.datamps.eu, abgerufen am 27.4.2016

Datenbank WERBUNG, www.adforecast.com, abgerufen am 14.6.2015

Datenbank FACTMONSTER, www.factmonster.com, abgerufen am 17.12.2012

Datenbank HORX, www.gapminder.org, abgerufen am 14.2.2013

Datenbank WELT, www.ourworldindata.org, abgerufen am 30.6.2015

Datenbank EU, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/quali/ql_6437_en.pdf,
runtergeladen am 4.10.2015

Forum QUALITATIVE SOZIALFORSCHUNG, http://www.qualitative-forschung.de/information/aktuere/forschungswerkstaetten_, abgerufen am 14.10.2015

Forum QUALITATIVE METHODEN, <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/search/results>, abgerufen am 2.6.2016

Forum GROUNDED THEORY, www.groundedtheory.org, abgerufen am 14.3.2013

Forum QUALITATIVE FORSCHUNG, www.qualitative-research.net, abgerufen am 1.6.2014

Lexikon, <http://lexikon.meyers.de>, abgerufen am 1.5.2017

13.2.1 Eingangsbeispiele

<http://kurier.at/wirtschaft/marktplatz/wc-reiniger-von-henkel-sorgt-in-der-ukraine-fuer-dicke-luft>, abgerufen am 1.10.2013

<http://derstandard.at/2900744/Polnische-Kinderschuetzerin-Teletubbies-doch-nicht-schwul>,
abgerufen am 3.1.2014

http://diepresse.com/home/wirtschaft/eastconomist/59099/Tschechien_Santa-Claus-soll-aus-der-Werbung-verschwinden?from=suche.intern.portal, abgerufen am 1.12.2010

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/geldstrafe-fuer-beleidigung-des-tuerkischen-nationalgetraenks-ayran-13901533.html>, abgerufen am 16.11.2016

<http://www.oe24.at/wirtschaft/AUA-Werbung-beleidigt-Russen/196604>, abgerufen am 22.12.2014

13.2.2 Materialauswahl Vorstudie

Blog, Titel: *National Identity* <http://cultivernosjardins.wordpress.com/2013/03/11/national-identity-nationalism-and-titles>, abgerufen am 4.4.2013

Blog, Titel: *Building national pride*, <http://reillusioned.blogspot.co.at/2012/12/building-national-pride.html>, abgerufen am 1.4.2012

Blog, Titel: *How important is national identity to you?*, http://www.reddit.com/r/politics/comments/p812d/how_important_is_national_identity_to_you, abgerufen am 1.4.2014

Flechter I. (2010): *Aussies top world list of national pride* (The Economist), <http://www.news.com.au/finance/aussies-top-world-list-of-national-pride/story-e6frfmbi-1225781901326>, abgerufen am 14.10.2013

IND, <https://www.youtube.com/watch?v=V0YgGdzmFtA>, abgerufen am 14.2.2016

LTO, https://www.youtube.com/watch?v=H8ygYIGsIQ4&index=6&list=PLyRYnfU-6xi3iea53A-eF_J509Stfzhtd, abgerufen am 14.2.2016

Ludviga L. (2012) *National Culture and Identity in Contemporary Global World* (756 – 789), China-USA Business Review, ISSN 1537-1514

<http://www.davidpublisher.org/Public/uploads/Contribute/55150a4dc06cb.pdf>, heruntergeladen am 4.6.2012

Putins Rede zur Lage der Nation im Föderationsrat ,
<http://www.eurasischesmagazin.de/ticker/Putins-Rede-zur-Lage-der-Nation-deutsche-Uebersetzung-Dezember-2014/199>, abgerufen am 5.4.2015

PDI, <https://www.youtube.com/watch?v=DqAJclwfyCw>, abgerufen am 14.2.2016

Recherchetool, <http://scientific.thomsonwebplus.com>, abgerufen am 4.8.2013

Strohm S. (2012) Nationale Identität bleibt wichtig (Die Presse),
http://diepresse.com/home/science/477819/Soziologen_Nationale-Identitaet-bleibt-wichtig,
abgerufen am 1.4.2012

Themenplattform, www.facebook.com/help/Facebook_Groups, abgerufen am 9.4.2015

Themenplattform, www.reddit.com, abgerufen erstmalig am 1.1.2013

Wikipedia Diskussionsseite, https://de.wikipedia.org/wiki/Diskussion:C3%96sterreichische_Identit%C3%A4t, abgerufen am 1.10.2011

13.3 Workshops

Dohr J. , *Fortsetzung ATLAS-ti*, Uni Wien, 19.4. – 20.4.2012

Dohr J., *Einführung in die Codier-Software ATLAS-ti*, Uni Wien, 20.4. – 21.4.2010

Jäckle A., Methodenworkshop #10 „*Data Collection Modes*“, Uni Wien, 31.3. – 2.4.2009

Marhali A., *ATLAS-ti*, Uni Wien, 7.11. – 8.11.2011

Marhali A., *Codier-Software ATLAS-ti*, Andrea Marhali, Uni Wien, 21.10. – 22. 10.2010

14 ABSTRACT

Die Rolle des nationalen Selbstbewusstseins in internationaler TV-Werbung:
Eine Fallstudie mit Marketingexperten aus Mittel- und Osteuropa.

In der Bewältigung der Komplexität des Alltags ist der moderne Mensch generell reflexiver und kritischer in Auswahl und Konsum von identitäts- und sinnstiftenden Horizonten geworden. Ergänzend zum Wirklichkeitscharakter von Denken und Handeln gewinnt auch die Haltung zu Identität im Sinne einer modernen Machtressource zunehmend an Bedeutung. Dabei dient Kommunikation bekanntermaßen als symbolische Ressource zur Konstruktion und Erhaltung von Identität.

Die wachsende Kommerzialisierung der Lebenswelt ist mit Werbung als auf Zeichen beruhender Kommunikation und fortschreitender Internationalisierung verbunden und die zentralen Akteure Staat, Unternehmen, Konsumenten und Konsumexperten prägen durch unterschiedliche Nationalisierungsbemühungen und Inszenierungen den öffentlichen Aufmerksamkeitshaushalt bzw. schaffen Wirklichkeit. In diesem Kontext bestätigt eine Vielzahl internationaler Studien die traditionelle Konsensform der Nation als wichtigster Bezugsrahmen einer geopolitischen Identitätskonstruktion.

Diese soziologisch orientierte Zeitdiagnose markiert die Ausgangssituation für vorliegendes Forschungsprojekt in Richtung eines kommunikationswissenschaftlichen Wirkungsradius. Das Grundbedürfnis sozialer Zugehörigkeit setzt Artikulation und Distinktion der sozialen Positionierung voraus, wobei nicht jede soziale Differenzierung automatisch als Diskriminierung zu werten ist. Vorliegende Arbeit unternimmt den Versuch, das progressive Chancenpotenzial von Optionen, Mechanismen und solidarisierenden Qualitäten der Partizipation an Gemeinschaft und Gesellschaft als Wirkungsketten werblicher Wettbewerbsvorteile und dichter Beschreibung zu fassen.

Einfache Schlüssel zum Verständnis der Beziehungen zwischen Individuum und Kollektiv bilden Annahmen der Theoriegebäude des Konstruktivismus, des Symbolischen Interaktionismus und des handlungstheoretischen Teils der Rollentheorie. Eine Methodenkombination und der integrative Forschungsstil der Grounded Theory kanalisieren das mehr oder weniger unreflektierte thematische Grundrauschen des Alltags sukzessive in Richtung konzeptioneller Abstraktion und wissenschaftlicher Theoriegenese. Der abschließende Re-Entry quantifiziert die Aussagenreichweite als Handlungs- und Orientierungssicherheit, um das aktive Moment nationaler Identität als wünschenswerte Rolle und Chance der Moderne zu nutzen.

The impact of national pride in international TV advertising:

A business case with CEE marketing experts

In coping everyday life complexity the modern human has become in general more reflexive and critically in choice and consumption of identity-establishing and meaningful horizons. In addition to the reality character of thinking and action, also the attitude towards identity as a power resource increasingly gains importance as a power resource. Besides, communication serves admittedly as a symbolic resource for the construction and preservation of any form of identity.

The growing commercialisation of the social environment is accompanied by increasing internationalisation efforts and the main actors state, companies, consumers and consumption experts influence with their different nationalisation efforts and stagings public attention and build social reality. A huge number of international studies confirms in this context the traditional form of the nation as the most important geopolitical identity construction.

This sociological-oriented time diagnosis marks the starting point for present research project in the direction of a communication-scientific effect radius. The basic need of social affiliation assumes articulation and dissociation of the social positioning, whereas not automatically every social differentiation is to be evaluated as discrimination. Present research study undertakes the attempt to identify the progressive potential of options, mechanisms and solidarity qualities of

the community and society as possible effect chains of competitive advantages and theoretical descriptions.

Key elements for understanding the relations between individual and collective are given by constructivism, symbolic interactionism and parts of the role theory. A method combination and the flexible research style of the Grounded Theory canalise the more or less unreflected everyday life situation towards conceptual abstraction and scientific theory genesis. Finally, a Re-Entry quantifies selected statements in regards of their orientation potential using the active moment of national identity as desirable role and chance of modern times.

15 LEBENSLAUF

P E R S Ö N L I C H E S

Mag. **Oliver Joham**

Geboren am 17.12.1972 in Dornbirn

A U S B I L D U N G

10/1992 – 03/1999

Handelswissenschaft/Wirtschaftsuniversität Wien

Auslandssemester Illinois/USA

10/1998 – 09/1999

Zivildienst Strahlentherapie Wiener AKH

09/1987 – 05/1992

Bundeshandelsakademie Bregenz/Vorarlberg

B E R U F S E R F A H R U N G

08/2017

Business Engagement Manager Zumtobel Group

02/2016 – 07/2017

Projektleitung Online-Shop und Internetauftritt BULU GmbH

07/2014 – 09/2015

Geschäftsführender Gesellschafter Museumsnet.at

05/2012 – 06/2014

Geschäftsführer Sparte Gewerbe Handwerk Wirtschaftskammer Vorarlberg

07/2007 – 04/2012

Geschäftsführer Fa. OCTA Development GmbH

06/2006 – 06/2007

Technischer Verkauf Fa. OCTA

09/2003 – 02/2006

SBU Manager Henkel RUSSIA mit Länderverantwortung 10 GUS-Länder

11/2001 – 08/2003

Market Manager Henkel Baltics

10/1999 – 10/2001

Traineeship/Product Manager Henkel CEE