

Christian Schwarzenegger

Transnationale Lebenswelten:  
Europa als  
Kommunikationsraum

HERBERT VON HALEM VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Christian Schwarzenegger  
*Transnationale Lebenswelten:  
Europa als Kommunikationsraum*  
Köln: Halem, 2017

Christian Schwarzenegger ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medien, Wissen und Kommunikation der Universität Augsburg. Die vorliegende Publikation wurde 2015 an der Universität Augsburg als Dissertation angenommen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Print: ISBN 978-3-86962-226-2  
E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-227-9

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
COVER: Maciej Noskowski/Istock  
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

»Everything is related to everything else, but closer things are more closely related.« (Waldo Toblers First Law of Geography)

»Technology is neither good nor bad; nor is it neutral.«  
(Melvin Kranzbergs First Law of Technology)

»Nobody in Europe will be abandoned. Nobody in Europe will be excluded. Europe only succeeds if we work together.«  
(Angela Merkel, 15.12.2010)

»Der Grieche hat jetzt lang genug genervt.«  
(Thomas Strobl, Stellvertretender CDU-Vorsitzender, 2015)

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
<b>I. THEORETISCHE VERORTUNG</b>	<b>15</b>
1. EINLEITUNG	16
2. EUROPA: WAS ES IST, WAS ES WAR, WAS ES SEIN KANN	25
2.1 Europa – Diskursive Herstellung eines imaginierten Kontinents	25
2.1.1 <i>Europa als Idee und Ideal</i>	25
2.1.2 <i>Europa zwischen Konstrukt der Eliten und         gelebter Praxis</i>	32
2.2 Die EU als Europa der Sozialwissenschaften	37
2.2.1 <i>Die Defizittriade der EU: Demokratie,         Öffentlichkeit und Identität als Kern der         sozialwissenschaftlichen Europaforschung</i>	38
2.2.2 <i>Das Defizit der europäischen Öffentlichkeit</i>	46
2.2.3 <i>Das Defizit der europäischen Identität</i>	58
2.3 Europa banal – Potenzial einer Banalisierung	67
2.3.1 <i>Banaler Nationalismus – banaler Europäismus –         banaler Transnationalismus</i>	69
2.3.2 <i>Banales Europa sichtbar machen:         Europa ein &gt;Gefühl&lt;?</i>	73

2.4	Zwischenresümee I: Vom Europa als Idee zur Bedeutung des banalen Europa in der alltäglichen Lebenswelt	75
3.	LEBENSWELT UND MEDIATISIERUNG	78
3.1	Die Lebenswelt des Alltags	82
3.1.1	<i>Die alltägliche Lebenswelt als kommunikative Konstruktion</i>	83
3.1.2	<i>Die Reichweite der alltäglichen Lebenswelt</i>	92
3.2	Mediatisierung: Wandel in Medien, Kultur und Gesellschaft	99
3.2.1	<i>Mediatisierung – ein Begriff und zahlreiche Perspektiven</i>	101
3.2.2	<i>Mediatisierung – Erweiterung des Paradigmas öffentlicher Kommunikation?</i>	111
3.3	Zwischenresümee II: >Mediatisierung und< statt >Mediatisierung von< – zum Zusammenhang von Lebenswelt und Mediatisierung	116
4.	ALLTÄGLICHE LEBENSWELTEN UNTER MEDIATISIERUNGSBEDINGUNGEN – BAUSTEINE ZUR THEORETISIERUNG VON KOMMUNIKATIONSRAUM	120
4.1	Mediatisierung und ...	124
4.1.1	<i>... die veränderte Reichweite der Lebenswelt</i>	125
4.1.2	<i>... veränderte Vergemeinschaftung in der Lebenswelt</i>	160
4.2	Kommunikationsraum – ein theoretisches und analytisches Konzept	176
4.2.1	<i>Kommunikationsraum (Europa) – Begriff mit unterschiedlichen Bedeutungen</i>	177

4.2.2	<i>Kommunikationsraum – Annäherung an eine Theoretisierung als multidimensionales und individuenbestimmtes Konstrukt</i>	183
4.2.3	<i>Kommunikationsraum – eine Perspektive nicht medienzentrierter Medienforschung</i>	189
4.3	Zwischenresümee III: Europa, lokal, global, nicht egal – Kommunikationsraum als Perspektive auf alltägliche Lebenswelten	196
<b>II. EMPIRISCHE ERKUNDUNG</b>		203
5.	<b>KOMMUNIKATIVE LEBENSWELTEN IN EUROPA – BEISPIELE FÜR UND AUS KOMMUNIKATIONSRAUMSTUDIEN</b>	204
5.1	›Europa als Miniatur‹ – Transnationale Kommunikationsräume in Europa am Beispiel der Euregio Maas-Rhein	210
5.1.1	›Europa wiederentdecken‹ – Die Euregio Maas-Rhein	210
5.1.2	<i>Drei Nationen, drei Generationen, Triangulation von drei Methoden – ein nicht medienzentriertes Untersuchungsdesign</i>	213
5.1.3	›Europa als Miniatur‹ – Themenkomplexe, Auskunftsbereiche und Interessengebiete	219
5.1.4	›Europa als Miniatur‹ – Sechs Thesen zu transnationalen Kommunikationsräumen in der Euregio Maas-Rhein	222
5.2	›Europa auf der Couch‹ – Translokale transnationale Kommunikationsräume in Europa am Beispiel der Couchsurfing Community	243
5.2.1	›Strangers ... friends you have not met yet‹ – Organisation und Selbstverständnis der Couchsurfing Community	243

5.2.2	<i>Drei Wege zur Couch: Methodentriangulation zur Kartografie der individuellen Kommunikationsräume von Couchsurfern</i>	247
5.2.3	<i>›Europa auf der Couch‹ – Themenkomplexe, Auskunftsgebiete und Interessengebiete</i>	253
5.2.4	<i>›Europa auf der Couch‹ – Drei Thesen zur Bedeutung Europas in kommunikativen Lebenswelten von Couchsurfern</i>	255
6.	<b>EUROPA ALS KOMMUNIKATIONSRAUM: EIN FAZIT</b>	269
7.	<b>LITERATUR</b>	289
	<b>III. ANHANG</b>	331

## Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1	Anteil der Begriffe ›European Public Sphere‹ und ›European Identity‹ in allen bei Google gelisteten englischsprachigen Publikationen zwischen 1945 und 2008	45
Abb. 2	Anteil der Begriffe ›Europäische Identität‹, ›Europäische Öffentlichkeit‹ und ›Öffentlichkeitsdefizit‹ in allen bei Google gelisteten deutschsprachigen Publikationen zwischen 1945 und 2008	45
Abb. 3	Die Regionen der Euregio Maas-Rhein	211
Abb. 4	Beispiel Kommunikationsraum mit stark lokal-regionaler Verwurzelung	251
Abb. 5	Beispiel Kommunikationsraum mit transnationalen Kontakten	252



# Kommunikationswissenschaft



CHRISTIAN SCHWARZENEGGER

## **Transnationale Lebenswelten: Europa als Kommunikationsraum**

2017, 360 S., 5 Abb., Broschur,  
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-226-2

ISBN (E-Book) 978-3-86962-227-9

Die Kommunikationswissenschaft betrachtet Europa meist aus einer Perspektive von oben, während der kommunikative Alltag von Menschen kaum in den Fokus gerät. Christian Schwarzenegger hingegen untersucht die Bedeutung von ›Europa‹ für kollektive Zugehörigkeit und die Formierung von (transnationaler) Öffentlichkeit von unten. Dazu diskutiert er die Lebenswelt des Alltags im Kontext von Globalisierung, Transnationalisierung, Mobilisierung und Mediatisierung und identifiziert Bausteine für eine Theorie des Kommunikationsraums. Diese ermöglichen es, alltägliche Lebenswelten und transnationale Vergemeinschaftungsprozesse unter Mediatisierungsbedingungen analytisch zu fassen. Das vorgeschlagene Verständnis von Kommunikationsraum ist dabei nicht auf Europa begrenzt, sondern auf eine Vielzahl von Fragestellungen anwendbar, die medien- und soziokulturellen Wandel in einer nicht medienzentrierten Perspektive adressieren.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln  
<http://www.halem-verlag.de>  
[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)