

# Navigieren in sozialen Netzwerken

Wie kann man den Begriff für die Forschung nutzbar machen?  
Versuch der Verknüpfung der relationalen Sozialwissenschaften mit dem  
Begriff und Konzept des Navigierens

Langfristiges Ziel: Umsetzung des zu erarbeitenden Konzeptes in  
konkrete Forschungsprojekte

Prof. Dr. Iris Clemens, Universität Bayreuth

Beispiel:

# *Navigating* as lifelong learning competence beyond a metaphor

Appadurai in *The Future as Cultural Fact* (2013):

- 1. aspiring is a *navigational capacity*; capacity to aspire must be transformed into a navigational capacity (kulturelle Differenzen in dieser Kompetenz)
- 2. this capacity is not evenly distributed in societies what leads to inequality



Frage nach den Bedingungen der Möglichkeit, dass die Navigationskompetenz emergieren kann (unterstützende und behindernde Faktoren)

## *Navigating* as lifelong learning competence beyond a metaphor

- Um die Emergenz der *capacity to aspire* und deren ungleiche Verteilung in Gesellschaften zu erklären bezieht sich Appadurai auf *gelebte Erfahrungen* und deren Konsequenzen. Er erklärt die Vorteile bestimmter Gruppen zu folgt:
- “Because the better off, by definition, have a more complex experience of the relation between a wide range of ends and means, because they have a bigger stock of available experiences of the relationship of aspirations and outcomes, because they are in a better position to explore and harvest diverse experiences of exploration and trial, because of their many opportunities to link material goods and immediate opportunities to more general and generic possibilities and options” (Appadurai 2013, p. 188).

Was kann also aus netzwerktheoretischer Sicht förderlich sein für die Transformation der *capacity to aspire* in die Kompetenz des Navigierens?

- ‚Klassisch‘: schiere Größe des Netzwerkes, weak ties nach Granovetter, Brückenköpfe nach Burt, ‚Paten‘ aus bildungsaffinen Kontexten ...
- Erinnern wir uns an die Annahme Whites & Godarts: meaning emerges through *switching between networks*
- DiMaggio (1987) hat die Relation zwischen Kunstkonsum und der Positionierung in sozialen Netzwerken herausgearbeitet und kommt zu einer etwas anders gelagerten Einschätzung hinsichtlich kulturellem Kapital als Bourdieu: er betont die *Diversität* von Netzwerken als unterstützendes Element bei der sozialen Positionierung anstelle der homogenen Gruppen/Schichtung (isomorphism of taste and class). Warum?

## Was also ist aus netzwerktheoretischer Sicht förderlich?

- DiMaggio argumentiert mit einem größeren Pool an Erfahrungen, die für Akteure, die sich in verschiedenen Netzwerken bewegen, zugänglich sind:
- “Persons with wide-ranging networks develop ‘tastes’ for the widest variety of cultural forms” (DiMaggio 1987, p. 444)
- -> Die Kompetenz, sich in unterschiedlichen kulturellen Kontexten zu bewegen korrespondiert mit einem heterogenen Netzwerk. Der Vorteil ist also die Vielfalt des Geschmacks durch Erfahrungen in einem vielfältigen Netzwerk, und nicht die Beherrschung eines hegemonialen Geschmacks

## Was also ist aus netzwerktheoretischer Sicht förderlich?

- Positive Relation von sozio-ökonomischen Status mit Größe, Komplexität und Diversität von Netzwerken
- Equipped with experiences from diverse contexts, “the well educated and persons of high occupational prestige do and like more of almost *everything*” (ibid., accentuation IC).
- DiMaggio reformuliert das Konzept des kulturellen Kapitals von Bourdieu in eine Kompetenz, mit unterschiedlichen kulturellen Stilen navigieren zu können (Schmitt & Fuhse 2015, p. 113).

# Konsequenz:

- Zugang zu heterogenen Netzwerken fördert die Kompetenz des Navigierens und macht u.U. sozial ‚mobil‘: es sollte ein Bildungsbiographien unterstützender Faktor sein
- Die Gründe für Unterschiede in erfolgreichen und weniger erfolgreichen Bildungsbiographien liegen mindestens auch hier