

Soziologische Revue

Besprechungen neuer Literatur

Aus dem Inhalt

Gebietskartierung

Soziologie der Arbeit (Gert Schmidt)

Symposium

Jo Reichertz, Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation
und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das?
(Andreas Hepp, Stefanie Auerbeck-Lietz, Gerhard Vowe)

Essay

Die Suche nach Neuem – Herausforderungen der soziologischen
Internetforschung (Filmann Sutter)

Sammelbesprechung

Doppelbesprechung

Einzelbesprechungen

Heft 4 · Oktober 2011

Oldenbourg



Oldenbourg
Verlag

Ein Wissenschaftsverlag der
Oldenbourg Gruppe

Monika Heinemann, u.a.

Medien zwischen Fiction-Making und Realitätsanspruch

Konstruktionen historischer Erinnerungen

2011 | VII, 368 S. | zahlreiche Abb.

gebunden | € 49,80

ISBN 978-3-486-70660-4

Veröffentlichungen des Collegium Carolinum,
Bd. 121



Die gesellschaftliche Erinnerung an die Kriegs- und Besatzungs-
erfahrungen der Jahre 1939 bis 1945 wird durch verschiedene
Medien geprägt. Sind Darstellungen des Zweiten Weltkrieges in
Film und Comic, in historischen Ausstellungen und Fotografien,
Denkmälern und neuen Medien rein fiktional? Oder werden sie
dem Anspruch, die Vergangenheit möglichst realitätsnah abzubil-
den, gerecht? Der interdisziplinäre Sammelband, dessen Beiträge
aus der Geschichts- und Literaturwissenschaft, der Medien- und
Kommunikationswissenschaft stammen, betrachtet anhand ver-
schiedener Fallbeispiele die Möglichkeiten und Grenzen einzelner
Medien, Geschichtsbilder zu konstruieren, zu vermitteln und zu
prägen. Dabei wird auch die Rolle von Akteuren in der
Kommunikation von Vergangenem analysiert.

Monika Heinemann ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Collegium
Carolinum und Koordinatorin des Forschungsprojekts »Musealisierung
der Erinnerung. Zweiter Weltkrieg und nationalsozialistische Besatzung in
Museen, Gedenkstätten und Denkmälern im östlichen Europa«.

Hannah Maischein ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am
Collegium Carolinum.

Monika Flacke ist Sammlungsleiterin und Kuratorin am Deutschen
Historischen Museum Berlin sowie Professorin an der
Carl von Ossietzky-Universität Oldenburg.

Prof. Dr. Peter Haslinger, geboren 1964, ist Direktor des Herder Instituts,
Marburg.

Bestellen Sie in Ihrer Fachbuchhandlung
oder direkt bei uns: Tel: 089/45051-248
Fax: 089/45051-333 | verkauf@oldenbourg.de

www.oldenbourg-verlag.de

Soziologische Revue

Besprechungen neuer Literatur

Begründet von Heinz Hartmann

Herausgegeben von

Matthias Grundmann, Ludger Pries,

Uwe Schimank, Anja Weiß

Jahrgang 34

Heft 4

Oktober 2011

Editorial

UWE SCHIMANK 409

Gebietskartierung

Soziologie der Arbeit (GERT SCHMIDT) 411

Symposium

Jo Reichertz, Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was
vermag sie? Und weshalb vermag sie das? (ANDREAS HEPP /
STEFANIE AVERBECK-LIETZ / GERHARD VOWE) 433

Essay

Die Suche nach Neuem – Herausforderungen der soziologischen
Internetforschung (TILMANN SUTTER) 453

Sammelbesprechung

Das Ringen der Sozialwissenschaften um ihre Rolle
in der Klimawandeldebatte (ORTWIN RENN, ANNIKA ARNOLD,
VIOLA SCHETULA, PIA-JOHANNA SCHWEIZER) 463

Doppelbesprechung

Antisemitismus (MATHIAS BEREK) 473

- Schmidt, Gert (Hrsg.) (1999): Kein Ende der Arbeitsgesellschaft. Berlin: Edition Sigma.
- Schmidt, Gert / Trinczek, Rainer (Hrsg.) (1999): Globalisierung – Ökonomische und soziale Herausforderungen am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts. Sonderband 13 der Sozialen Welt. Baden-Baden: Nomos.
- Schmidt, Gert (Hrsg.) (2005): Abschlussbericht DFG Schwerpunktprogrammes 197 „Regulierung und Restrukturierung der Arbeit in den Spannungsfeldern von Globalisierung und Dezentralisierung“. Erlangen: Internetzugang Universität Erlangen-Nürnberg/Institut für Soziologie/Forschungen/Globalisierung.
- Schumann, Michael / Baethge-Kinsky, Volker / Kuhlmann, Martin (1994): Trendreport Rationalisierung. Automobilindustrie, Werkzeugmaschinenbau, Chemische Industrie. Frankfurt a. M.: Campus.
- Schumann, Michael (2003): Metamorphosen von Industriearbeit und Arbeiterbewusstsein. Hamburg: VSA.
- Schumann, Michael / Kuhlmann, Martin / Sanders, Frauke / Sperling, Hans Joachim (Hrsg.) (2006): Auto 5000: ein neues Produktionskonzept – Die deutsche Antwort auf den Toyota-Weg? Hamburg: VSA.
- Seifert, Manfred / Götz, Irene / Huber, Birgit (Hrsg.): Flexible Biografien? Horizonte und Brüche im Arbeitsleben der Gegenwart. Frankfurt a. M.: Campus.
- Senghaas-Knobloch, Eva (2008): Wohin driftet die Arbeitswelt? Wiesbaden: VS.
- Siebenhüter, Sandra (2005): Privatleben nicht vorgesehen. Die Kunst, noch Mensch zu bleiben: Strategien der Abgrenzung bei Führungskräften. Wiesbaden: DUV.
- SOFI Soziologisches Forschungsinstitut Göttingen (Hrsg.) (1995): Im Zeichen des Umbruchs. Beiträge zu einer anderen Standortdebatte. Opladen: Leske+Budrich.
- Sorge, Arndt (Hrsg.) (2009): Internationalisierung: Gestaltungschancen statt Globalisierungsschicksal. Berlin: Edition Sigma.
- Sydow, Jörg / Windeler, Arnold (Hrsg.) (2004): Organisation der Content-Produktion. Wiesbaden: VS.
- Touraine, Alain (1972): Die postindustrielle Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Trinczek, Rainer / Whittall, Michael (2008): Europäische Betreibräte: Was lehrt der deutsche Fall für die Revision der EU-Richtlinie? In: WSI-Mitteilungen, 61. Jg., S. 246–253.
- Vedder, Günther / Reuter, Julia (Hrsg.) (2008): Die Vielfalt der Work-Life-Balance. Mering: Rainer Hampp.
- Wachtler, Günther (1979): Humanisierung der Arbeit und Industriosozologie. Stuttgart: Kohlhammer.
- Walter-Busch, Emil (1989): Das Auge der Firma. Mayos Hawthorne-Experimente und die Harvard Business School, 1900–1960. Stuttgart: Enke.
- Weber, Hajo (Hrsg.) (1994): Lean Management – Wege aus der Krise. Organisatorische und gesellschaftliche Strategien. Wiesbaden: Gabler.
- Weber, Max (1995/1908–1912): Zur Psychophysik der industriellen Arbeit. MWG I/II hrsg. von Wolfgang Schluchter. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Weltz, Friedrich (2011): Nachhaltige Innovation – Ein industriesoziologischer Ansatz zum Wandel in Unternehmen. Berlin: Sigma.
- Wilkesmann, Uwe / Rascher, Ingolf (2003): Wissensarbeit und Self-Governance. Bochum: Manuskript.
- Wirth, Carsten (2010): Reflexive Arbeitskräftewirtschaft – Strukturierung, Projektnetzwerke und TV-Content-Produktion. Mering: Rainer Hampp.
- Zugehör, Rainer (2003): Die Zukunft des rheinischen Kapitalismus. Unternehmen zwischen Kapitalmarkt und Mitbestimmung. Leske+Budrich.

Symposium



Kommunikationsmacht – oder: Überlegungen zur theoretischen Grundlegung der Kommunikations- und Medienwissenschaft*

ANDREAS HEPP

Unabhängig von jeder Detailposition – mehr dazu später – ist das Buch von Jo Reichertz ein Beitrag, der für die Kommunikations- und Medienwissenschaft zur rechten Zeit kommt: Das Fach hat in den letzten Jahren nicht nur eine intensive Selbstverständnisdiskussion geführt und hierbei die „Kommunikations- und Medienwissenschaft [...] als theoretisch und empirisch arbeitende Sozialwissenschaft mit interdisziplinären Bezügen“ definiert (so das Selbstverständnispapier der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, wie es am 1. Mai 2008 verabschiedet wurde). Gleichzeitig und sicherlich wichtiger noch findet eine breite Diskussion über die „grundlegenden Theorien“ oder „Basistheorien“ der Kommunikations- und Medienwissenschaft statt, wofür verschiedene Publikationen der letzten Jahre stehen (siehe überblickend beispielsweise Winter et al. 2008). Es ist dieser aktuelle Diskussionskontext, in dem Jo Reichertz selbst sein Buch positioniert. So spricht er davon, dass die „Kommunikationswissenschaft“ eine „moderne Schlüsselwissenschaft“ (33) ist, die sich gerade aber deshalb ihrer theoretischen wie auch empirischen Grundlagen vergewissern muss. Hierbei plädiert er für eine Kommunikationswissenschaft, die im Spannungsverhältnis von empirischer Zeitdiagnostik und allgemeiner Kommunikationstheorie steht: „Eine Kommunikationswissenschaft kann aus meiner Sicht jedoch nicht allein zeitdiagnostisch oder allgemein sein, sondern muss stets beides zugleich sein.“ (46)

Wie sieht nun genau der Entwurf aus, den Reichertz mit diesem Buch vorlegt? Wie der Buchtitel schon verdeutlicht, rückt er den Begriff der „Kommunikationsmacht“ ins Zentrum seiner Argumentation, um den herum er sein Verständnis von Kommunikation wie auch Kommunikationswissenschaft entwickelt. So definiert Reichertz die Kommunikationswissenschaft als diejenige Sozialwissenschaft, die sich mit der „Macht der Kommunikation“ oder kurz „Kommunikationsmacht“ befasst (43).

Grundlage eines solchen Verständnisses ist der Zugang des „kommunikativen Konstruktivismus“ (50), der sich insbesondere auf die pragmatische Philosophie, den symbolischen Interaktionismus und die Wissenssoziologie stützt und

* Symposiumsbeitrag zu Jo Reichertz, Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das? Wiesbaden: VS 2009, 267 S., br., 24,90 €

sich in diesem „sozialtheoretischen Ausgangspunkt“ (ebd.) klar gegenüber stärker individualistischen Ansätzen der Kommunikations- und Medienwissenschaft abgrenzt, die ihre Bezüge häufig in der Sprachphilosophie und Psychologie haben. Die Argumentation ähnelt dabei der Symboltheorie von Norbert Elias (2001): Gesellschaftliches Wissen wird in enger Beziehung zu Sprache gesehen, gleichwohl nicht mit dieser gleichgesetzt. Ebenso werden Vorstellungen einer „Universalität von Subjekthaftigkeit“ (55) kritisiert und letztere historisch kontextualisiert. Und wie Elias argumentiert Reichertz dafür, Kommunikation und Sprache als ebenfalls biologisch-materielle Phänomene zu begreifen, d.h. keinen Gegensatz zwischen biologischem Organismus und handelndem Subjekt aufzumachen. Hierbei bleibt für Reichertz aber der Organismus von vornherein sozial: „Indem der Organismus die symbolisch geordnete Welt nach innen nimmt, nimmt er die Deutung seiner Sozialität nach innen und wird in dieser Sozialität ein von dieser Sozialität gedeutetes und damit auch ein sich selbst deutendes Subjekt. Das Ich ist nicht Voraussetzung, sondern das Ergebnis von Kommunikation.“ (61; Herv. i. O.)

An dieser Stelle zeigt sich klar die Differenz zwischen dem kommunikativen Konstruktivismus, wie ihn Reichertz entwickelt, und dem radikalen Konstruktivismus, der aus heutiger Sicht als gescheiterter Versuch gelten muss, eine Basistheorie der Kommunikationswissenschaft zu etablieren (siehe für diesen Versuch insbesondere Merten et al. 1994 und Schmidt 1992a). Letztlich arbeitete sich der radikale Konstruktivismus an der aus den Neurowissenschaften entlehnten biologistischen Vorstellung des „Modus von Selbstreferenz“ (Schmidt 1992b: 430) ab, wonach „das Gehirn die Bewertungskriterien für seine eigenen Operationen und für die Ergebnisse dieser Operationen selbst erzeugt“ (ebd.). Entsprechend könne nur die Viabilität von Wirklichkeitskonstrukten abgeschätzt werden. Der kommunikative Konstruktivismus von Reichertz beerdigt solche Thesen unter der Überschrift „Das Gehirn würfelt nicht!“ (163) ebenso pointiert wie dezidiert, indem er das Soziale von Kommunikation ins Zentrum der Betrachtung rückt: „Das von Vertretern des radikalen Konstruktivismus immer wieder vorgetragene Argument, dass ein Gehirn keine Informationen über die Qualitäten der Umwelt erhalte, trifft m. E. so nicht zu. Die Behauptung von der bedeutungslösenden Transduktion des Umweltkontakts, also die These vom Gehirn, das sich nur aus sich heraus und mit eigenen Mitteln (= autopoetisch) ein Bild von ‚Welt‘ erschafft, erscheint wenig plausibel. Träfe es nämlich zu, dass die ‚Nerven-Sprache‘ die Qualitäten eines Umweltreizes auslöschen würde, so wäre der Organismus auch nicht mehr dazu in der Lage, die Identität von Gegenständen zu erkennen, also Gegenstände als ähnlich oder gleich anzuerkennen. [...] Weil also das Gehirn notwendigerweise Dinge aus seiner Umwelt wiedererkennen können muss, müssen relevante Qualitäten aus dieser Umwelt, und damit auch die handlungsrelevanten Besonderheiten der jeweiligen Objekte, der einzelnen Personen und auch der einzelnen Symbole bei der Übertragung an das Gehirn erhalten bleiben.“ (166; Herv. i. O.)

Jo Reichertz macht damit einmal mehr deutlich, dass der Einbezug von neurowissenschaftlichen Erkenntnissen in eine kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung eben nicht bedeutet, „das Soziale“ als sekundäre Kategorie zu behandeln, sondern vielmehr die Verschränkung von Sozialem und Kognitivem zu reflektieren. Wiederum fühlt man sich im Übrigen an die Symboltheorie von Elias erinnert, der argumentiert hat, dass gerade der Einbezug auch biologischen Wissens in eine sozialwissenschaftliche Betrachtung die Differenz zwischen biologischer Evolution und sozialer Entwicklung deutlich macht: „Im Fall der Evolution ist das wichtigste Instrument der Übertragung und Veränderung

eine organische Struktur namens ‚Gen‘. Im Fall der Entwicklung besteht das wichtigste Instrument der Übertragung und Veränderung in Symbolen im weiteren Sinn des Wortes, der nicht nur Wissen mit einschließt, sondern beispielsweise auch Standards des Verhaltens und Empfindens.“ (Elias 2001: 40) Eine andere Erkenntnis, die auf einem vergleichbaren kommunikativen Konstruktivismus beruht, wie ihn Jo Reichertz vertritt – und die man den Anhängern des radikalen Konstruktivismus mit ihrem Evolutionismus des Medienwandels frühzeitig gewünscht hätte.

Auf der Basis dieses kommunikativen Konstruktivismus entwickelt Reichertz nun einen Kommunikationsbegriff, der sich klar gegen eine auf intentionales Mitteilen und Verstehen rekurrierende Begrifflichkeit positioniert: „Kommunikation‘ ist in meinem Verständnis erst einmal jede Art symbolisch vermittelter Interaktion oder auf eine kurze Formel gebracht: *Kommunikation ist menschliche Verhaltensabstimmung mittels symbolischer Mittel, die in soziale Praktiken eingebettet sind.*“ (98; Herv. i. O.)

Es sind insbesondere zwei Dinge, die sich an dem Zitat festmachen lassen, nämlich a) die Erweiterung des Kommunikationsbegriffs und b) die Kontextualisierung von Kommunikation in weitere Formen der Interaktion. Indem insbesondere hier die originären Leistungen der Überlegungen von Jo Reichertz liegen, möchte ich auf beide Punkte eingehen – nicht zuletzt, weil sie zu einem fundierten Verständnis des Kernbegriffs seiner Argumentation führen, nämlich den der Kommunikationsmacht.

a) Die Erweiterung des Kommunikationsbegriffs, die Reichertz im Rahmen seiner Überlegungen vollzieht, wird greifbar, wenn man sich vergegenwärtigt, von welchen Punkten der aktuellen Diskussion er sich distanziert. So positioniert sich Reichertz klar dagegen, Kommunikation generell als bewusstes, abwägendes und zielgerichtetes Handeln zu begreifen, wofür im Kern die intentionale Konversation von zwei Personen Angesicht zu Angesicht steht. Dagegen setzt er eine dreifache Begrifflichkeit: Allgemein spricht Reichertz von „kommunikativem Agieren“ (120), das zwei speziellere Formen hat, nämlich das „kommunikative Handeln“ und das „kommunikative Tun“. Hierbei fasst der Begriff des kommunikativen Handelns „das intentionale und das geplante“, der Begriff des kommunikativen Tuns „das nicht intentionale, das nicht geplante, aber dennoch sinnhafte kommunikative Agieren“. Spricht man von Kommunikation, gilt es beides im Blick zu haben, Reichertz geht sogar noch einen Schritt weiter, wenn er formuliert, dass „der weitaus größte Teil kommunikativen Agierens [...] sich der Intention und der Planung [entzieht], [...] jenseits von Absicht und Strategie [liegt], [stattfindet], bevor sich die Kommunikation abspielt“ (ebd.). Mit einem solchen Begriff von Kommunikation wird auch die Diskussion um das bekannte Watzlawick et al. (1969) Axiom „Man könnte nicht nicht kommunizieren“ neu verhandelbar, indem diese Aussage letztlich auf Kommunikation als kommunikatives Tun verweist: In dem Moment, in dem man mit anderen Menschen zusammen ist, befindet man sich in einer (sozialen) Situation des „kommunikativen Tuns“.

b) Das Argument der Kontextualisierung von Kommunikation in weitere Formen der Interaktion wird insbesondere daran greifbar, dass Jo Reichertz allgemein soziale Praktiken in seiner Definition von Kommunikation berücksichtigt. Hier macht er einen dezidierten Vorwurf an die bestehende Kommunikationswissenschaft, die dies eben nicht hinreichend reflektiert und eine auf ein geteiltes Verstehen zielende Konversation als Modell von Kommunikation nimmt. In Abgrenzung dazu ist Kommunikation alltagsweltlich aber in sozialen Situationen lokalisiert, deren Teil immer auch weitere Formen menschlicher

Interaktion sind. Plastisches Beispiel, auf das sich Reichertz hier bezieht, ist, dass viele Formen von Kommunikation gar nicht auf ‚Antwort‘ zielen, sondern auf eine Verhaltensänderung des sozialen Gegenübers – und zwar nicht nur bei Befehlen und Aufforderungen. Es geht also darum, Kommunikation viel stärker in ihrer weiteren Einbettung in soziale Praxis zu betrachten, wenn man deren Stellenwert in heutigen Gesellschaften und Kulturen angemessen erfassen möchte.

Mit diesem Gedankengang gelangt man direkt zu der Kategorie, die den Titel des Buchs ausmacht: Kommunikationsmacht. Den Begriff der Kommunikationsmacht fasst Reichertz in direkter Anlehnung an den klassischen Begriff von Macht bei Max Weber (Weber 1972: 28), für den Macht die Chance bedeutet, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstand durchzusetzen, unabhängig davon, worauf diese Chance beruht. Kommunikationsmacht ist in diesem Sinne die Durchsetzung eines solchen Willens mittels Kommunikation. Der Begriff der Kommunikationsmacht unterstellt dabei gerade *nicht* wie der in der Kommunikationswissenschaft immer wieder verwandte Begriff der Wirkung mehr oder weniger klar dimensionierbare Folgen von (medienvermittelter) Kommunikation, sondern ist offener, weil Macht nach Weber immer nur eine Chance aber nie Gewissheit impliziert. Vor allem aber bezieht sich dieser Begriff der Kommunikationsmacht wiederum auf die soziale Dimension von Kommunikation, indem letztlich die (disziplinierte) soziale Beziehung als eigentliche Quelle von Kommunikationsmacht zu begreifen ist. Um hier nochmals den Autoren selbst zu zitieren: „Das Anliegen des Buchs war es zu plausibilisieren, dass Kommunikation Macht entfalten kann auch ohne Gewalt und Herrschaft (und Charisma). Es gibt sie – die alltägliche Kommunikationsmacht, die ohne Befehl, ohne Drohung und Bestechung auskommt. Kommunikation gelingt im Alltag nämlich meist ohne Zwang (auch ohne Drohung und Bestechung), aber nie ohne Macht. Aber es ist eine Macht, die sich aus der *Beziehung* der Akteure zueinander ergibt und die Bedeutung der anderen für die eigene Identitätsfeststellung. Diese Macht beruht letztlich auf Anerkennung, also auf Freiwilligkeit.“ (242)

Wie ist dieser Entwurf von Jo Reichertz nun insgesamt zu würdigen? Hat man die Diskussion in der Kommunikations- und Medienwissenschaft über die theoretische Fundierung des Fachs im Blick, so ist sicherlich zuerst einmal zu betonen, dass die Publikation Reichertz' zentral für die weitere theoretische Grundlegung des Fachs ist. Die klare sozialwissenschaftliche Verankerung im Rahmen eines *kommunikativen* Konstruktivismus, die Erweiterung des Begriffs von Kommunikation weg von einem reinen Fokus auf intentionales Handeln, die Betrachtung der Kontextualisiertheit von Kommunikation in der weiteren menschlichen Interaktion bis hin zu der Erweiterung des Blickwinkels hin zu Fragen der Kommunikationsmacht sind alles wichtige Aspekte der Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Insofern ist dem Buch zu wünschen, dass es ein fester Referenzpunkt dieses Diskurses wird, in den sich Jo Reichertz selbst stellt und zu dem er Wichtiges beizutragen hat.

Diskutiert man „Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das?“ in einem solchen Rahmen, erscheinen mir gleichwohl zwei Punkte bemerkenswert, die weniger als Kritik an der Veröffentlichung zu sehen sind, sondern letztlich auf das Spannungsverhältnis des Buchs und den weitergehenden Diskurs verweisen, in dem es steht. Dies sind die Punkte des Medienbezugs und des Kritikbezugs.

1. Zum *Medienbezug* ist zu sagen, dass der sorgfältigen Leserin bzw. dem sorgfältigen Leser dieser Würdigung sicherlich bereits ein gewisses Spannungs-

verhältnis in meiner Argumentation aufgefallen ist: Während vom Fach selbst zunehmend von „der Kommunikations- und Medienwissenschaft“ gesprochen wird – und dies im Ausland noch mehr als in Deutschland –, spricht Reichertz ausschließlich von „der Kommunikationswissenschaft“. Und während sich die Disziplin insbesondere auch mit Fragen medienvermittelter Kommunikation befasst, setzt sich das Buch „Kommunikationsmacht“ fast ausschließlich mit verschiedenen Formen von personaler Kommunikation auseinander. Dies muss nicht negativ sein und steht durchaus in einer Tradition, medienvermittelte Kommunikation oder Interaktion in ihrer Gemeinsamkeit aber auch Differenz zu personaler Kommunikation zu theoretisieren (siehe beispielsweise Thompson 1995: 85; Krotz 2007: 90). Es fällt jedoch auf, dass im Theorieentwurf von Reichertz der Umstand der zunehmenden „Mediatisierung“ von Kommunikation keine weitergehende Rolle spielt. Nun kann man nicht von einem Buch erwarten, dass in ihm alle Fragen kommunikations- und medienwissenschaftlicher Theoriebildung geklärt werden. Unabhängig davon, ob diesem Buch aber ein zweiter (sicherlich wünschenswerter) Band zur „*mediatisierten* Kommunikationsmacht“ folgt oder aber ob die Überlegungen von Jo Reichertz durch andere aufgegriffen und in einem solchen Rahmen weiter entwickelt werden, so bleibt dies doch die Richtung, in die die Theoriebildung der Kommunikations- und Medienwissenschaft erfolgen sollte: Auf der einen Seite gilt es, eine bessere Begrifflichkeit zu entwickeln, um Kommunikation als solche angemessener zu fassen, als dies viele bisherige Theorien tun, auf der anderen Seite sollten aber auch Fragen der medialen Vermittlung und Mediatisierung in eine solche Theoriebildung integriert werden.

2. Im Hinblick auf den *Kritikbezug* ist Ähnliches zu konstatieren. Die herausgehobene Leistung des Buchs ist das Verständnis von Kommunikationsmacht als Fluchtpunkt von kommunikativem Handeln und Tun. Mit dem Vorschlag, hierbei wieder die webersche Begrifflichkeit aufzugreifen, kann man vermutlich weiter kommen, als viele Wirkungstheorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft es geschafft haben – zumindest ist er in jedem Fall anregend und horizonterweiternd: Gerade der theoretische Stand der immer wieder stark psychologisch getriebenen Wirkungsforschung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft kann nicht überzeugen, insofern erscheinen die Innovationen von Jo Reichertz als mehr denn willkommen. Ebenso der Hinweis, die Kommunikationsmacht *nicht* im Medienprodukt zu verorten, sondern vielmehr in der durch die Kommunikation aufgebauten sozialen Beziehung, bringt die eigentliche sozialwissenschaftliche Verortung wieder ins Spiel, zu der sich die Kommunikations- und Medienwissenschaft qua Selbstverständnis explizit bekennt. Aber auch hier gilt es noch weiter zu denken, wenn es nämlich nicht um Kommunikationsmacht in direkten personalen Beziehungen geht, sondern in den komplexen Beziehungsgeflechten, wie wir sie medienvermittelt haben. Wie sollten wir die verschiedenen Formen dann institutionalisierter Kommunikationsmacht fassen? Gibt es dabei Bezüge zu einer kritischen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung, die sich bisher mit Fragen von Medien- und Kommunikationsmacht befasst hat, weil gewisse Machtformationen bestimmten (normativen) Modellen von Öffentlichkeit widersprachen? An welchen Punkten wird in Medien institutionalisierte Kommunikationsmacht dann doch zu jener „Gewalt und Herrschaft“ (242), die nach Jo Reichertz nicht als der Normalfall von Kommunikation gelten sollte?

Es sind solche Fragen, die richtungsweisend sein können für die weitere Theoriediskussion in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Dass das Buch aber dazu anregt, diese Fragen zu stellen, und gleichzeitig Ansatzpunkte

bietet, Antworten zu finden, zeigt deutlich: Jo Reichertz ist ein wichtiger Entwurf für die theoretische Grundlegung einer Kommunikations- und Medienwissenschaft gelungen, die sich als „moderne Schlüsselwissenschaft“ (33) versteht.

Literatur

- Elias, Norbert (2001): Symboltheorie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
 Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS.
 Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft Opladen: Westdeutscher Verlag.
 Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (1992a): Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
 Schmidt, Siegfried J. (1992b): Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 425–450.
 Thompson, John B. (1995): The Media and Modernity. A Social Theory of the Media. Cambridge: Cambridge University Press.
 Watzlawick, Paul / Janet H. Beavin / Don D. Jackson (1969): Menschliche Kommunikation – Formen, Störungen, Paradoxien. Bern: Huber.
 Weber, Max (1972): Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. Tübingen: Mohr Siebeck.
 Winter, Carsten / Hepp, Andreas / Krotz, Friedrich (Hrsg.) (2008): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorienentwicklungen. Wiesbaden: VS.



Kommunikation, Verhalten und Intention*

STEFANIE AVERBECK-LIETZ

„Die Wissenschaften, die sich zurzeit mit menschlicher Kommunikation auseinandersetzen, haben sich darauf eingerichtet, dass Kommunikation im Wesentlichen darin besteht, dass ein Sprecher anderen Menschen seine Absichten mittels (sprachlicher) Zeichen kundtut“ (11).

Dieses Buch ist „gegen eine intentionalistische Handlungs- und Kommunikationstheorie“ (170) geschrieben. Reichertz will nicht weniger als eine kommunikationswissenschaftliche Wende: Er möchte vom Mainstream der verstehensorientierten „auf eine wirkungsorientierte Kommunikationsforschung umstellen“ (12). Denn „Verstehen“ sei nicht „das Problem“ (32, 148–163, vgl. auch Reichertz 2007: 293–326), da Kommunikation zwischen Angehörigen der gleichen Sprach- und Interaktionsgemeinschaft fast immer gelinge (175). Das Kernproblem sei vielmehr, *warum* Menschen aus diesem Verstehen aktiv und passiv etwas *folgen* lassen und *wie* sie dies tun: „Kommunikation ohne Situation kann nicht vorkommen. Deshalb ist die Situation die Untersuchungseinheit und nicht ihr sprachlicher Teil“ (111). In dieser Interaktionssituation geht es um Kommunikation als „Koorientierungsprozess“ (175) jenseits idealer Sprechsituationen im habermasschen Sinne, vielmehr sei Kommunikation auch dann „gelungen, wenn der Kundnehmende widerspricht und sich weigert, das Zugemutete zu leisten“ (175).

Kommunikationssituationen unter Anwesenden müssen in ihrer verbalen, nonverbalen und nonvokalen Komplexität beschrieben werden. Darin betrachte ich meine eigene Perspektive als kompatibel mit der von Reichertz, teile aber die Forderung nach „Umstellung“ von einer verstehens- auf eine wirkungsorientierte Kommunikationswissenschaft in dieser – die eine Position ausschließenden – Apodiktik nicht. Denn wir wissen zu viel aus der handlungstheoretischen und sprechakttheoretischen Kommunikationsforschung und brauchen diese Erkenntnisse – dies zeigt nicht zuletzt Reichertz' Buch selbst, das einerseits von der Opposition gegen eine intentionalistische Handlungstheorie lebt, andererseits aber auf ihr aufbaut und sie nutzt.

Die Referenzen für Reichertz' Verständnis von Kommunikation als Koorientierung und Koorientierung liegen vor allem in Meads sozialem Behaviorismus, Goffmans Interaktionsordnung, Luckmanns Protosoziologie und dessen Konzept der kommunikativen Gattungen sowie Michael Tomasellos evolutionärer Anthropologie. Tomasellos Schriften werden von Reichertz nach mei-

* Symposiumsbeitrag zu Jo Reichertz, Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das? Wiesbaden: VS 2009, 267 S., br., 24,90 €

ner Kenntnis erstmals (und endlich) für die Kommunikationswissenschaft fruchtbar gemacht.

Reichertz reklamiert insgesamt ein wissenssoziologisches Fachverständnis; Kommunikationswissenschaft ist selbst historisch geworden und vertritt bestimmte Denkstandorte. Damit nimmt er seine Argumentation auf:

1. Kommunikationswissenschaft ist nicht normativ ‚leer‘, sie enthält Menschen- und Gesellschaftsbilder.
2. Das dominante Menschenbild der Kommunikationswissenschaftler ist und war in den letzten Jahrzehnten das des *bewusst handelnden, individuellen* Akteurs, der seine Intention in der Kommunikation selbst setzt.
3. Die Voraussetzung dafür ist die Verständigung im Sinne semantischen Verstehens, also des gemeinsamen Nachvollzugs geteilter Bedeutungen.
4. Die Referenz für diese Auffassung bietet vor allem die Sprechakttheorie.
5. Das Gegenparadigma ist Watzlawicks „Man kann nicht nicht kommunizieren“, das besagt: Die Wahrnehmung zwischen Anwesenden ermöglicht die gegenseitige Koordination.
6. Der Koordinationsaspekt macht das Soziale in hohem Maße aus, er lässt sich finden in Berger / Luckmanns, auf Mead aufbauenden Überlegungen zu „Institutionalisierung“, ebenso in Goffmans „Kommunikationsrahmen“ und in Luckmanns „Kommunikativen Gattungen“. Er ist neuerlich belegt durch die evolutionäre Anthropologie Tomasellos und auch die Hirnphysiologen legen Koordination nahe („Spiegelneuronen“).
7. Die prototypische Interaktionssituation ist die „one-to-some“-Situation gleichzeitig *mehrerer* Anwesender.
8. Deshalb ist zu einer Sozialtheorie der Kommunikation zu kommen, die über individuelle Verstehensleistungen hinausgeht und gemeinschaftliche Kommunikation erklären kann.
9. Diese Sozialtheorie basiert auf der Annahme, dass Humankommunikation machtvolle Beziehungen jenseits von Gewalt, Charisma und rationaler Herrschaft aufbaut.

Soweit der Argumentationsgang dieses Buches, gefiltert durch die Lektüre der Rezensentin. Auf einige Punkte soll genauer eingegangen werden:

Kommunikation als „One-to-some“-Situation

Für Reichertz ist (anders als für Berger / Luckmann, die er ansonsten oft zitiert) die einfache „Face-to-Face“ oder „vis-à-vis“-Situation (Berger / Luckmann 2004: 31) *nicht* der Prototypus des Sozialen, sondern die „one-to-some“-Situation: „Mehrere Personen, die sich meist (gut) kennen und eine gemeinsame Geschichte miteinander haben, sind hier anwesend und kommunizieren gleichzeitig oder nacheinander miteinander“ (113). Dass sich *nur zwei* Menschen (längere Zeit) als Gesprächspartner gegenüber stehen, sei eine kulturelle Überformung (vgl. auch 102, 112f.). Mit Tomasello muss man dies allerdings einschränken: Seinen Forschungen folgend, ist das Kommunikationsverhalten von Babys bis zum Alter von etwa neun Monaten in hoher Ausschließlichkeit an engen Bezugspersonen orientiert, nämlich durch „dyadische Nachahmung des Verhaltens von Angesicht zu Angesicht“ (Tomasello 2002: 108). Wenn es Reichertz nicht primär um Gespräche oder Diskussionen unter vier Augen (also kulturelle Überformung), sondern um *Koordination* gehen soll, dann muss man tatsächlich hier beginnen. Dieses frühkindliche nachahmende Lernen legt innerhalb der ersten sechs Lebensmonate die Grundlagen für *Empathie*, nämlich des Erken-

nens von Gefühlen *anderer* und wird begleitet von lautlichen „Protokonversationen“ (dazu ausführlich die Neurobiologin Eliot 2002: 413–433). Diese interagieren mit der „Ammensprache“ der Eltern, die auch Reichertz selbst wiederum als Universalie zwischenmenschlicher Koordination benennt.

Watzlawicks erstes Axiom

Ausgehend von der „One-to-Some“-Situation unterzieht Reichertz das watzlawicksche „erste Axiom“, dass man „nicht nicht kommunizieren“ könne (Watzlawick / Beavin 1980: 98) einer luziden Kritik, die sich gegen die hergebrachte Watzlawick-Lektüre der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft richtet (vgl. S. 124–132). Diese lautet im Allgemeinen so oder ähnlich: Wenn alles Kommunikation ist, ist nichts Kommunikation. Dann ist es ebenso „kommunikativ“ zu schnarchen wie zu argumentieren. Daher solle man den Kommunikationsbegriff, anders als Watzlawick dies handhabt, besser reduktiv fassen und nur beziehen auf intentionales Sprachhandeln, bzw. wechselseitige, intentionale strukturierte kommunikative Beziehungen. Alles andere sei Verhalten in der Kommunikationssituation oder „Kommunikationsverhalten“ (das von einem Beobachter aus interpretierbar ist) (vgl. etwa Beck 2006: 131–134).

Inhaltlich weichen solche Aussagen zur Relevanz von Kommunikationsverhalten in der Kommunikationssituation noch nicht einmal stark von Reichertz ab (auch wenn Watzlawick hier unterschiedlich gelesen wird). Reichertz skizziert die Kommunikationssituation gleichwohl *genauer* – nicht zuletzt deshalb, da er neben Watzlawick von Tomasellos Forschungen zur gemeinsamen Aufmerksamkeitslenkung in einer Interaktion ausgehen kann: Wahrnehmende haben zugleich Teil an der Situation, koordinieren sich mit anderen (unbewusst), koorientieren sich gegebenenfalls (bewusst) und beobachten sich und andere (reflexiv) bei diesem kommunikativen Handeln und Tun. „Menschen können jedoch, haben sie sich einmal wahrgenommen, nicht nicht kommunizieren. Natürlich können sie beschließen, es nicht zu tun, doch es wird ihnen nicht gelingen, *solange sie im Wahrnehmungsfeld von anderen sind*“ (75) [Hervorhebung St. A.-L.]. Tatsächlich finden wir bei Watzlawick / Beavin den inhaltlich kompatiblen Satz: „*In Gegenwart eines Zweiten* ist alles Verhalten kommunikativ“ (Watzlawick / Beavin 1980: 97, Hervorhebung St. A.-L.). Allerdings sprechen auch Watzlawick / Beavin von der notwendigen Anwesenheit *eines* Zweiten. Dem kann man entnehmen: die One-to-Some-Situation ist eine Ableitung der Face-to-Face Situation, nicht umgekehrt.

Ob es außerdem zur Beschreibung der gegenseitigen Wahrnehmung und Interpretation vom jeweiligen Gegenüber ausgehender gestischer, mimischer oder anderer Anzeichen notwendig ist, Kommunikation und Verhalten *begrifflich gleichzusetzen*, darf man wohl weiterhin als Streitfall sehen: Meines Erachtens macht es mehr Sinn, von *kommunikativer Relevanz des Verhaltens* zu sprechen als von „Kommunikation“, da ein je qualitativer Unterschied zwischen nicht absichtsvollem Verhalten (z. B. Kopfkratzen), indizieller (kodierter) Kundgabe (z. B. Grüßen per Kopfnicken) und sprachlicher Kommunikation (z. B. jemanden ansprechen, um gezielt ein Gespräch zu beginnen) besteht – und zwar für den Sender *und* den Empfänger einer vermeintlichen Botschaft. Gestische und mimische Zeichen, ebenso Paraverbales, sind vom Sender aus gesehen nicht per se intentional gemeint, sie sind aber auch dann, wenn sie subbewusst verwendet werden, *nicht* komplett beliebig (interpretierbar), sondern (kulturell) kodiert: Harry Pross hat dies vor 35 Jahren als „indizierende Kommunikation“ beschrieben (vgl. Pross 1976). Kopfkratzen kann in unserer

Kultur als Nachdenklichkeit oder Unsicherheit bewertet werden (auch wenn es nicht so gemeint ist).

Bei Reichertz findet man für Nonvokales und Nonverbales den Begriff „kommunikatives Tun“ (118ff.), der sich meines Erachtens nicht durchsetzen wird, da er zu allgemein ist. Was ist der begriffliche Unterschied zwischen kommunikativem „Handeln“ und „Tun“? Der Begriff selbst liefert dafür keinerlei Hinweise (Pross' Begriff „indizierende Kommunikation“ schon).

Die deutsche Lesart, die die Palo-Alto-Schule oft auf die Gleichsetzung von Kommunikation und Verhalten reduziert, ist – im internationalen Vergleich – nur eine. Die frankophone Lesart etwa hebt *nicht* das erste Axiom hervor, sondern sieht es weit stärker im Zusammenhang mit dem Gesamtanliegen der Forscher in Palo Alto: Kommunikation ist ein Prozess zwischen Menschen, ein Beziehungsprozess, kein Individualprozess. Kommunikation ist ebenso wenig ein vollständig kognitiv kontrollierter oder kontrollierbarer Prozess. Unabhängig von Reichertz haben auch französische Kommunikationswissenschaftler Palo Alto, Mead, Goffman, Berger und Luckmann aufeinander bezogen und damit eine Kommunikationsanthropologie eingeführt, die situative Settings von der Unternehmenskommunikation bis zu interkulturellen Encountern untersucht – wohl nicht zufällig sind dies auch Untersuchungsfelder, denen sich die empirische Forschung von Reichertz zuwendet (zur französischen Kommunikationswissenschaft der letzten 30 Jahre Averbek-Lietz 2010, hier insbesondere 314–320). Kommunikation wird dann – und dies trifft auch auf Reichertz zu (91) – im Sinne eines „rituellen“ Paradigma begriffen. Kommunikation entsteht *nur gemeinsam*, die Kommunizierenden bilden – der Ausdruck stammt von Gregory Bateson – ein „Orchester“, in dem zwar potentiell jeder ein anderes Instrument spielt, aber alle – koordinierend und koorientierend –, sich also (indizierend) verhaltend ebenso wie handelnd, gemeinsam ein Musikstück spielen (vgl. Bougnoux 1998: 20). Reichertz verweist zutreffend auf gemeinsame Denklinien in der Tradition des amerikanischen Pragmatismus und der französischen Soziologietradition der Annales Schule, „dass Kommunikation nicht dem Austausch von Nachrichten, sondern der Schaffung der sozialen Welt dient“ (91).

Kommunikationsmacht

Aber wie schafft Kommunikation „soziale Welt“, wenn dies *nicht* durch den Austausch von Nachrichten geschieht und *nicht* durch Verständigung (über diese Nachrichten oder was sonst immer)? Von Reichertz erhält man die Antwort, dass „Kommunikationsmacht“ diese soziale Welt stiftet. Dabei leitet der Titel des Buches – leider – zunächst in die Irre: assoziiert doch der/die Leser/in, zumal wenn nicht mit der Essener Kommunikationswissenschaft vertraut, durchaus Reiz-Reaktions-Perspektiven oder doch funktionalistische Wirkungsperspektiven. Der Begriff der „Macht“ (der Presse, der öffentlichen Meinung, des Fernsehens, etc.) ist in der Kommunikationswissenschaft kein unschuldiger Begriff. Aber es geht in diesem Buch *nicht* um die soziale und symbolische Macht der Massenmedien, ihre Realitätskonstruktionen und Deutungen der (sozialen) Welt, es geht um *unsere Deutungen: Jeder ist kommunikationsmächtig*, denn jeder koordiniert sein Handeln über (symbolische und indizielle) Interaktion mit anderen Menschen (dass dies nicht immer Anwesenheitskommunikation sein muss, sondern symbolische Interaktion auch über Medien der öffentlichen und der privaten Kommunikation gesichert wird, darauf verweist Reichertz, es ist hier aber nicht sein Thema). Macht ist Kontrolle über andere mit Mitteln der Kommunikation *in einem sozialen Setting*, das den Bezug auf

den *generalisierten Anderen* als Legitimation voraussetzt: „Macht entsteht nur dort, wo es den an der Kommunikation beteiligten gelingt, *gemeinsam diesen generalisierten Anderen* zu etablieren. Er wirkt in einem solchen Falle nicht allein auf einen, sondern auf alle Beteiligten“ (235). Der generalisierte Andere wird hier (zunächst) normativ neutral verstanden, das Konstrukt kann sowohl moralisch positiv wie negativ geladen sein und dabei in beiden Fällen wirkmächtig. Symbolisches und soziales Kapital im Sinne Bourdieus unterstützen diese Macht. Nicht die Worte selbst haben Macht, sondern sprechende Menschen haben eine Geschichte, Erfahrung, einen Ruf (zu verlieren) und eine Herkunft. Dabei bleibt Reichertz Bourdieus Kommunikationsverständnis allerdings zu sehr an Klassenlagen und damit Herrschaftsbeziehungen gebunden (213).

Kommunikationsmacht ist also „Beziehungsmacht“ (243) *aus der Beziehung heraus*. Sie kommt – in diesem Sinne – keinem alleine zu (ist also nicht mit Charisma gleichzusetzen) – genau deshalb wirkt sie *langfristig* koordinierend. Nur scheinbar vermögen das auch Charisma und/oder Gewalt in Kombination mit (Überredungs-)Kommunikation, aber: Physische Gewalt ist unberechenbar, personal gebunden und damit gesellschaftlich kontingent – sie kann somit nicht der *strukturelle* Kitt der Kommunikationsmacht sein. Und formale Herrschaft, die zwar langfristig und stabil sein kann (und sich in Klassenunterschieden manifestiert) hat zwar Wirkung, sie schafft gesellschaftliche Rahmen und auch Identität, reicht aber nicht aus, da sie lediglich auf Gehorsam zielt, aber nicht auf (freiwilliges) „Gehör“ (211ff.).

Verlässlichkeit (in) der Kommunikationsbeziehung

Dass man (oft) auf jemanden hört, erklärt uns Reichertz einerseits mit dem „generalisierten Anderen“, ergänzend mit einem Konzept, dass er „Verlässlichkeit“ nennt – dieses entnimmt er maßgeblich Robert Brandoms Überlegungen einer „deontischen Beziehung“ (vgl. S. 217, 247). Dies ist eine Beziehung, in der die Sprecher füreinander Verbindlichkeiten übernehmen. Hier nun wird der Leser leider im Unklaren zurückgelassen: Wie etwa unterscheidet sich das Konzept von Brandom von dem eines Jürgen Habermas und warum führt Reichertz hier *überhaupt* ein normatives Konzept ein, wenn auch ein *normativ-pragmatisches* wie es Brandom vertritt? Auch bei Brandom ist das *Nehmen und Geben von Gründen* zentral für die Praxis menschlicher Kommunikation (vgl. weiterführend Pollock 2009).

Wozu braucht Reichertz die normative Dimension? Meines Erachtens schließt sie die Lücke zwischen *Koordination* und *Koorientierung*. Zwar schreibt Reichertz das nicht dezidiert – verwendet die Begriffe aber öfters in diesem Sinne: Die Koordination spielt sich eher auf der Verhaltensebene ab („Kommunikatives Tun“), die Koorientierung enthält stärker Anteile von bewusster Reflektion („Kommunikatives Handeln“) (vgl. etwa S. 105) und ermöglicht dann auch die Angabe von (wertenden) Gründen. Diese Gründe bedingen die Kommunikationsmacht aber offenbar *nicht* allein: Denn der „verlässlich“, *nicht* der richtig, wahr oder wahrhaftig Kommunizierende ist *faktisch* der wirkmächtige, folgt man Reichertz (vgl. z.B. 248). Verlässlichkeit erzeugt Antworten im kommunikativen Handeln und Tun der anderen. – Habermas konstruiert eine kontrafaktische ideale Sprechsituation und erhebt die Geltungsansprüche der Wahrhaftigkeit neben denen der Wahrheit und der Richtigkeit. Widersprechen sich Faktizität (Reichertz) und Geltung (Habermas)? Ist es nicht zumindest (normativ) richtig, *verlässlich* zu sein? Kann man Verlässlichkeit als abgeleitete Kategorie der Wahrhaftigkeit und/oder der Richtigkeit begreifen?

Das „Ich“ im Raum der guten Gründe

Auch Reichertz unterstellt eine Sprechsituation, die die Kommunikanden sich selbst durch freie Entscheidung schaffen: „Denn konstitutiv für die Schaffung einer Beziehung ist die Etablierung eines gemeinsamen generalisierten Anderen oder anders: die Etablierung eines Raumes guter Gründe, den alle Beteiligten für sinnvoll halten und dem sie sich deshalb (freiwillig) verpflichtet fühlen“ (247). Auch kann der ‚generalisierte Andere‘ sogar „gemeinsam, konsensuell“ (245) etabliert werden. Wie hat man sich diese Konstruktionen von generalisiertem Anderen in einem „Raum der guten Gründe“ vorzustellen und was ist dieser ‚Raum‘ anderes als eine Sphäre des Diskurses oder mindestens der Diskussion? Sind die guten Gründe nur solche des Alltagsverständes? Hier weicht Reichertz meines Erachtens von seinen eigenen Prämissen ab: Dass nämlich ein „Raum der guten Gründe“ – folgt man der Gesamtargumentation des Buches – eben *kein* gesetzter oder entschiedener Raum sein kann, sondern einer, der durch Beziehungswirklichkeit sukzessive *entsteht*. Aus ihm ‚heraus‘ kommt der/die Kommunikand/in (so würde ich Reichertz weiterdenken) nur dann, wenn er/sie sich reflexiv zu ihm verhält, also über ihre/seine (kommunikative) Situation nachdenkt. Ist diese gut oder schlecht? Will ich das interaktive Setting verlassen? Kann ich / darf ich die Regeln brechen? Auf wen will ich mich verlassen und wann? Dann aber befinde ich mich wieder mitten im Geflecht verständigungsorientierter Kommunikation (einschließlich ihrer Geltungsansprüche) und nicht mehr (nur) der Koordinierung oder Koorientierung.

Vielleicht kommt man Reichertz Verständnis von Kommunikationsmacht am nächsten, wenn man sich anschaut, was sie *nicht* ist: Subjektives Handeln als Selbstermächtigung. Reichertz lehnt einen ontologischen Subjektbegriff, der das „Subjekt“ aus der (angeborenen) Willensfreiheit zur Selbstdistanzierung ableitet, ab (58, 61, 65f., 67f.). Für ihn ist „handelnde Stellungnahme“ (zu sich selbst) gerade nicht durch die Freiheit des Willens gegeben, sondern abhängig „von dem kommunikativ geschaffenen und kommunikativ erworbenen Wissen, über das diese Instanz [der handelnden Stellungnahme] verfügt“ (60). Am nächsten zur eigenen Position sieht er dabei die von Luckmann, dass das Bewusstsein nicht nur aktive, sondern auch „passive Synthesen“ vornehme (vgl. S. 68). Bei Luckmann allerdings scheint letztlich doch das „Bewusstsein“ (*aktiv und passiv* synthetisierend) an *erster* Stelle zu stehen, da sich „Bewusstsein und Mitteilung, Mitteilung und Intersubjektivität und Intersubjektivität und Gesellschaft wechselseitig – und vielleicht in dieser Stufenfolge – bedingen“ (Luckmann 1980: 30). Vielleicht weiß die Wissenschaft über die Interaktionen zwischen (Ich-)Bewusstsein, Mitteilung (und Verstehen), Intersubjektivität (Interaktion) sowie Gesellschaft noch immer zu wenig. Reichertz seinerseits legt sich fest (was legitim ist, aber nicht die einzige Möglichkeit), dass die „Kommunikation“ Gesellschaft und Identität gleichermaßen „bewirkt“ (und nicht das Bewusstsein ursächlich am Anfang steht) (85, auch 184–188). Diese Position benennt er als „Kommunikativen Konstruktivismus“ (94) – also nicht sozialen Konstruktivismus – da die Kommunikation das Soziale *überhaupt erst ermöglicht*. Das Soziale geht aus der Kommunikation hervor, nicht umgekehrt (vgl. 95).

Bei Reichertz erwächst Kommunikationsmacht als zugeschriebene und zuschreibbare „Verlässlichkeit“ aus kommunikativer Erfahrung und Beziehung, nicht aus dem illokutionären Sprechakt selbst, so weit, so nachvollziehbar. Die rationale Selbst-Distanzierung des Ich von den eigenen Sprechakten ist eine phylo- und ontogenetisch ‚späte Stufe‘ (aber wie spät?) und nicht das ‚ursprüngliche‘ der kommunikativen Interaktion als Koordination. Das Ich erscheint sich

selbst als Ich, wenn es sich objektivieren und *sich selbst zum generalisierten Anderen* machen kann (vgl. S. 71). *In diesem Moment wird es fähig, den „Raum der guten Gründe“ aktiv zu ‚betreten‘*, es wird zum – sprechenden und sprachmächtigen – Akteur seiner Handlungen, denn es kann sowohl über die guten Gründe nachdenken wie auch über sie Auskunft geben (der Mensch geht den guten Gründen aber nicht *voraus*, sondern internalisiert sie zunächst einmal).

Das Verhältnis des Ich zum Raum der guten Gründe entspricht demjenigen, das Reichertz (abgeleitet aus dem Pragmatismus) Einzelem und Welt, Individuum und Gesellschaft zuweist: „Unterstellt man [...] das am Anfang des Prozesses der Subjektwerdung die Sozialität und die von ihr vorgenommene Deutung der Welt stehen, dann schließt sich die Kluft zwischen Subjekt und der es umgebenden Welt [...]. Der Organismus wird mit der Geburt in ein ausgearbeitetes ‚Universum von Bedeutungen‘ gesetzt“ (61). Dabei ist Menschwerdung durch Kommunikation ein fließender Übergang zwischen prä- und postnataler Phase (vgl. S. 71). In der Tat ist es gut belegt, dass schon Embryonen schmecken, riechen, hören und tasten (weiterführend Eliot 2002), ohne dass sie ihre Umgebung rationalisieren können. Der Begriff des „Wissens“ wird entsprechend von Reichertz nicht mehr rein kognitiv verstanden, sondern auch als Körperwissen. Reichertz nimmt entsprechend an, dass es zwei Klassen sozialen Handelns und Kommunizierens gebe, die nicht nur die Ontogenese des Menschen, sondern auch alle Erscheinungen des Sozialen ausmachen: „Die eine Klasse von Handlungen und Kommunikation, die durch (Mit-)Handeln erworben werden und nur begrenzt bewussteinsfähig ist, und die andere Klasse des bewussten, abwägenden und zielgerichteten Handelns“ (99). Mit Max Weber ergänzt: Soziales Handeln ist komplex, es integriert affektuelle, wertrationale, zweckrationale und traditionale Aspekte in *Mischformen*, vollzieht sich sinnhaft (sinnstiftend), *wird aber vom Handelnden nicht durchgängig bewusst reflektiert* (vgl. Käsler 1995: 194, 198). Gerade die traditionale (habituelle) und die affektuelle, empathische Seite sozialen Handelns nach Weber hat die Kommunikationstheorie – auch Reichertz – bis heute noch nicht hinreichend ausgeschöpft.

Die Lektüre des Buches ist *sehr* empfehlenswert, denn sie zwingt geradezu zum Nachdenken über den Theorienbestand, den man im „Alltagsgeschäft“ der Wissenschaft nutzt, um (sich und anderen) Kommunikation zu erklären. Es ist ein anregendes, sehr gut geschriebenes Buch. Reichertz selbst spricht von einer „Werbung“ für eine systematisch wirkungsorientierte Kommunikationsforschung, nicht von einer geschlossenen Theorie. Das Buch bietet dementsprechend auch (noch) keine. Es ist ein Arbeitsbuch – auch für Studierende, die über Grundlagen der Humankommunikation nachdenken möchten (und vielleicht auch einen Überduss an Kommunikationsmodellen nach dem Sender-Empfänger-Schema haben).

Bedauerlich ist einzig, dass ein Sach- und Personenregister fehlt – alsbald muss die Lektüre mit *Suchen* unterbrochen werden, Koorientierung wird so erschwert.

Literatur

- Averbeck-Lietz, Stefanie (2010): Kommunikationstheorien in Frankreich. Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication (SIC) 1975–2005. Berlin: Avinus.
- Beck, Klaus (2006): Kommunikationsprozess. Kommunikationsverhalten. In: Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS, S. 131–134.

- Bougnoux, Daniel (1998): Introduction aux Sciences de la communication. Paris: La Découverte.
- Eliot, Lise (2002): Was geht da drinnen vor? Die Gehirnentwicklung in den ersten fünf Lebensjahren. 3. Aufl. Berlin: Berlin Verlag.
- Käsler, Dirk (1995): Max Weber. Eine Einführung in Leben, Werk und Wirkung. Frankfurt a. M.: Campus.
- Luckmann, Thomas (1980): Aspekte einer Theorie der Sozialkommunikation. In: Althaus, Hans Peter (Hrsg.): Lexikon der Germanistischen Linguistik. 2. neu bearb. Aufl. Tübingen: Niemeyer, S. 28–40.
- Pollok, Konstantin (2009): Begründen und Rechtfertigen: eine Untersuchung zum Verhältnis zwischen rationalen Erfordernissen und prävalenten Handlungsgründen. Berlin: Walter de Gruyter.
- Pross, Harry (1976): Der Kommunikationsprozess. In: Pross, Harry / Beth, Hanno: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Stuttgart: W. Kolhammer, S. 70–123.
- Reichert, Jo (2007): Die Macht der Worte und der Medien. Wiesbaden: VS.
- Tomasello, Michael (2002): Die kulturelle Entwicklung des menschlichen Denkens. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Tomasello, Michael (2008): Origins of Human Communication. Cambridge: MIT Press.
- Watzlawick, Paul / Beavin, Janet (1980): Einige formale Aspekte der Kommunikation. In: Watzlawick, Paul / Weakland, John. H. (Hrsg.): Interaktion. Stuttgart: Hanser, S. 95–111.



Denkanstöße – Der Beitrag von Jo Reichertz zur sozialwissenschaftlichen Fundierung der Kommunikationswissenschaft*

GERHARD VOWE

Jo Reichertz hat ein Werk vorgelegt, in dem man sich nicht nur immer wieder vergewissern kann, wie ungemein wichtig man als Kommunikationswissenschaftler ist, sondern aus dem man viel lernen kann; gerade auch dann, wenn man wie der Rezensent empirisch forscht und dabei mediale politische Kommunikation fokussiert. Reichertz arbeitet heraus, dass und wie interpersonale Kommunikation alltägliche soziale Zusammenhänge strukturiert, welche Bedeutung sie hat für die Beziehungen der Beteiligten und für ihre Identität und damit für Gesellschaft insgesamt. Mit seinem Theorieentwurf gibt er vor allem drei Denkanstöße und eröffnet damit die Gelegenheit, überkommene Sichtweisen innerhalb und außerhalb der Kommunikationswissenschaft zu überprüfen.

I.

Der erste Denkanstoß betrifft den Stellenwert von Kommunikation für eine Theorie der Gesellschaft. Reichertz verknüpft amerikanischen Pragmatismus mit europäischer Wissenssoziologie und erklärt Kommunikation als konstitutiv für Gemeinschaft und Gesellschaft. Aus dieser Sicht ist der entscheidende Effekt von Kommunikation, dass erst dadurch soziale Beziehungen gestiftet, aufrechterhalten und verändert werden und dass wiederum erst aus diesen Beziehungen heraus personale und kollektive Identitäten entstehen und vergehen können. „Ich“, „Du“, „Es“, „Wir“ sind kommunikative Konstrukte – und somit kontingent. Nur durch Kommunikation treten Individuen etwa in eine Beziehung von Täter und Opfer oder von Verkäufer und Käufer, und nur in diesen Beziehungen entwickeln sie ihre spezifische(n) Identität(en). In kommunikativen Handlungen klären die Akteure, womit sie es jeweils zu tun haben und mit wem sie es zu tun haben. Dieser doppelte Vektor macht Kommunikation zur basalen Kategorie von Sozialtheorie. Kommunikation dient der „Schaffung der sozialen Welt“ (91) – ein Zusammenhang, den im Übrigen Tomasello (2009) auf der Grundlage experimenteller Verhaltensforschung genau andersherum sieht: Die Sozialität des Menschen hat die spezifischen kooperationsorientierten Formen der Humankommunikation vorangetrieben – nicht umgekehrt. Reichertz macht das Sozialitäts- und Identitätspotential von Kommunikation so stark, dass er in den

* Symposiumsbeitrag zu Jo Reichertz, Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das? Wiesbaden: VS 2009, 267 S., br., 24,90 €

Kern seines Kommunikationsbegriffs nicht das wechselseitige Verstehen stellt, sondern die Beeinflussung von Handlungen (und von Einstellungen) – hin zur „Koorientierung“ (94) oder „Verhaltensabstimmung“ (98). Daraus ergeben sich Kriterien für Gelingen und Mißlingen von Kommunikation (172). Er spricht der interpersonalen Kommunikation „Macht“ zu – nicht einem der beteiligten Kommunikanten! – und will das im Begriff der Kommunikation selbst verankern (22, 232).

Auch wenn man ihm im Hinblick auf das Attribut der Macht nicht folgt: Die Bedeutung alltäglicher Kommunikation für das beständige Weben des sozialen Netzes kann nicht genug hervorgehoben werden. Und umgekehrt macht er deutlich, wie sehr die alltägliche Kommunikation bestimmt ist von der in Kommunikationsstrukturen eingelassenen Gesellschaftlichkeit. Dies ist insbesondere an der Sprache immer wieder deutlich gemacht worden, so in unterschiedlicher Weise von Ferdinand de Saussure, Noam Chomsky oder Jürgen Habermas: Wenn man sich verständlich machen will, also auch dann, wenn man mit Hilfe von Kommunikation seine Interessen durchsetzen will, ist man gebunden an die überkommenen Formen und muss sich an der jeweiligen Gemeinschaft und ihren Kommunikationsregeln orientieren.

Man hat das alles gewusst oder zumindest immer so gesagt, aber man kann Reichertz nur dankbar sein, wie überzeugend und plastisch er die Schlüsselfunktionen von Kommunikation darlegt.

Für den gesellschaftstheoretisch basalen Charakter des Kommunikationsbegriffs gibt es Anschlussmöglichkeiten an genuin kommunikationswissenschaftliche Theorielinien, nicht zuletzt an Noelle-Neumanns „Schweigewirale“, in der die öffentliche Meinung das soziale Band ist, das die Gesellschaft zusammenhält und das die „Rollen und ihre Darsteller“ erst zu einer Gesellschaft verbindet (Noelle-Neumann 1980). Regelmäßig und nachhaltig an die basale Bedeutung des Kommunikationsbegriffs zu erinnern, ist nötig, um zu verhindern, dass die Forschung sich im Lösen kleiner und kleinster Rätsel verliert und den großen Zusammenhang nicht mehr sieht. Aber selbst wenn man die Makroperspektive als überaus fruchtbar begrüßt, muss man sich nicht der Forderung anschließen, unsere Gesellschaften als „Kommunikationsgesellschaft“ zu deklarieren, wie es Reichertz im Anschluss an Richard Münch tut (35), denn dabei fragt sich, welches Spezifikum gegenüber dem England des 17. Jahrhunderts oder gegenüber dem heutigen Bhutan mit diesem Konzept zum Ausdruck gebracht werden soll.

Den Ansatz des kommunikativen Konstruktivismus, den Reichertz im Anschluss an Luckmann und Berger verfolgt (Berger / Luckmann 1969; Luckmann 2002), kann sein produktives und kooperatives Potential vor allem dann entfalten, wenn er konsequent reflexiv gewendet, also auch auf die Forschung selbst bezogen wird. Die „Denkzeuge“ der Forscher – ihre Konzepte, Ansätze, Vorgehensweisen – ergeben sich demzufolge in und aus der Kommunikation der Forschergemeinschaft. Jede einzelne Wissenschaft lässt sich dann definieren durch ihre spezifische Perspektive, die sich aus ihrer jeweiligen fachgemeinschaftlichen Kommunikation ergibt. Daraus folgt zwingend ein Plädoyer für die Pluralität von Wissenschaft(en). Urteile über die Perspektiven anderer Wissenschaften, sie griffen zu kurz oder sie blendeten aus, können entfallen. Es gibt im Lichte eines solchen Ansatzes nicht bessere und schlechtere, sondern immer nur divergente Perspektiven, die einander prinzipiell ergänzen. Eine solche Grundeinstellung erleichtert auch sehr die interdisziplinäre Kooperation.

II.

Der zweite Denkanstoß betrifft die Struktur des Kommunikationsmodells. Interpersonale Kommunikation wird gemeinhin dyadisch gedacht und dargestellt, wobei die beteiligten Personen abwechselnd die Rollen von Sprecher und Hörer einnehmen. Der intime Dialog zwischen zwei Individuen unter vier Augen ohne Zuschauer und Zuhörer ist aber eine Form gesellschaftlicher Kommunikation, die in vergangenen Gesellschaften den krassen Ausnahmefall darstellte (102). Auch in der Moderne findet Kommunikation zumeist in Anwesenheit von mehreren Personen statt, ob am Arbeitsplatz, in der Familie, im Kindergarten oder im öffentlichen Raum. Kommunikation wurde und wird auch nicht im Einzelunterricht gelernt.

Obleich die Dyade sicherlich nicht als der Prototyp menschlicher Kommunikation anzusehen ist, bildet sie die Urszene aller publizierten Einführungen in die Humankommunikation. Mit ihr wird alles illustriert, an ihr wird alles demonstriert (im Überblick: Merten 1977). Zugleich wird damit suggeriert, der Zeichenvorrat von Humankommunikation werde von verbalen Symbolen dominiert. Reichertz macht eindrucklich deutlich, dass es hilfreicher für dichte Beschreibungen und schlüssige Erklärungen von Kommunikation ist, wenn auch die interpersonale Kommunikation in Kopräsenz als dreistellige Relation gedacht wird – als Rollenkonfiguration aus Sprecher, Hörer und Beobachter (250). Dabei können die zumeist mehr als zwei Beteiligten abwechselnd und nuanciert alle Rollen einnehmen. Die dritte Position kann unterschiedliche Gestalt annehmen – von anwesenden Individuen über vorgestellte Andere bis zur virtuellen Kommunikationsgemeinschaft.

Die dreistellige Rollenkonfiguration ist uns nicht nur aus unserem alltäglichen Handeln und Erleben vertraut, sondern hat auch theoretische Tradition: Es gibt durchaus für ein solches triadisches Kommunikationsmodell Anknüpfungspunkte in der Kommunikationstheorie. Bezüge auf „multiple Interaktion“ als Grundmuster (Merten 1977: 63) finden sich zum Beispiel in den Gatekeepingern, die zwischen Kommunikationsteilnehmern vermitteln (Westley-McLean 1954), in der Referenzgruppe bei Riley und Riley (1959), im Two-Step-Flow-Modell der Medienwirkung bei Lazarsfeld (1944) oder auch im Third-Person-Effect von Davison (1983). Aber die Dreistelligkeit als Grundmodell ist bislang in der Kommunikationswissenschaft nicht systematisch erörtert und dargestellt, schon gar nicht auf ihre tiefgreifenden methodologischen Konsequenzen hin durchdacht worden. Ansätze dazu gibt es in der Sozialpsychologie und in der Verhaltensforschung (Tomasello 2009: 60).

III.

Der dritte Denkanstoß ergibt sich daraus, wie im Kontrast zur interpersonalen Kommunikation die Besonderheiten medialer Kommunikation deutlich werden. Das ist ausdrücklich nicht das Thema von Reichertz, denn er trennt scharf die Kommunikationsformen und konzentriert sich auf die „Face-to-Face-Kommunikation“, der onto- und phylogenetischen Basis aller anderen Kommunikationsformen. Aber was er als Merkmale interpersonaler Kommunikation herausarbeitet, das kann als Folie dienen, vor der die Spezifika medialer Kommunikation deutlich hervortreten. So finden wir selbstverständlich auch in medialer Kommunikation Affekte, Intuition, Routinen und Habitualisierung, aber sie ist doch ungleich stärker als die interpersonale Kommunikation von Entscheidung und Planung geprägt, also von Abwägen, Auswählen, Lernen und

Wissen – und damit ist sie offener für Professionalisierung, Organisationsbildung und Verwissenschaftlichung, was wiederum die interpersonale Kommunikation beeinflusst.

Entgegen der kategorischen Trennung wird in seiner Argumentation auch deutlich, wie eng die unterschiedlichen Kommunikationsarten ineinander verschlungen sind. Denn wenn Reichertz betont, in welchem Maße „situative Einbettungen“ (42) die jeweilige interpersonale Kommunikation bestimmen, dann macht er damit implizit auch die mediale Kommunikation stark. Denn folgt man der Mediatisierungsthese (z. B. Krotz 2001), dann ist anzunehmen, dass mediale Kommunikation einen wachsenden Stellenwert innerhalb dieses situativen Kontextes der interpersonalen Kommunikation einnimmt. Keine größere Beachtung schenkt Reichertz der Veränderung interpersonaler Kommunikation durch Medien, also der Veränderung von Gruppen- und Individualkommunikation durch Social-Network-Sites, Chatrooms, Mailing, Mobilkommunikation oder Microblogging. Das wäre ein bestens geeignetes Testbett für seine Theorieelemente, denn dabei entstehen neue Hybridformen aus mobiler und stationärer, synchroner und asynchroner, medialer und kopräserter Kommunikation, die auch ganz neue Ausprägungen von Sozialität hervorbringen.

IV.

Diese drei Denkanstöße sind nachhaltig und produktiv. Sie sorgen für eine hilfreiche Verwirrung und ermöglichen eine Überprüfung unserer Theoriearchitektur und unseres Instrumentariums: Wie soll man das dreistellige Kommunikationsmodell in Befragungen abbilden? Welchen Einfluss hat der Beobachter bei der medialen Kommunikation? Was ist die Mikroebene in einem sozialwissenschaftlichen Zugriff auf Kommunikation? Kann das die psychologische Innenseite der kommunizierenden Personen sein? Was sind übergreifende Gütekriterien, die helfen, Leistungen von Wissenschaften zu vergleichen und einzuschätzen?

Dagegen verblasen die Einwände, die man gegen das Werk vorbringen kann. So ist z. B. die Nonchalance beeindruckend, mit der „Säulenheilige“ der sozialwissenschaftlichen Kommunikationstheorie in Fußnoten abgekanzelt werden (Luhmann: 20, Habermas: 210). Dies ist hinnehmbar, denn Reichertz will zu Neuem vorstoßen und nicht geschlagene Schlachten nachstellen. Warum er dann aber so intensiv Paul Watzlawick seziert, ist nicht ganz konsequent.

Zudem ist nicht nachvollziehbar, warum das Titelkonzept „Kommunikationsmacht“ nur von der Seite des Kommunikationsbegriffs her angegangen wird. Die Koppelung an den Machtbegriff hätte auch dessen Aufhellung erfordert, zumal dabei an relationale Machtbegriffe hätte angeknüpft werden können (wie z. B. bei Luhmann 1975).

Und noch ist nicht klar, wie Organisationen (als korporative Akteure) und Institutionen (als Erwartungsmuster) systematisch in das Kommunikationsmodell eingefügt werden können. Schließlich – letzter Einwand – ginge es wie fast immer auch hier etwas kürzer. Der Text basiert offenkundig auf Vorlesungen; davon profitiert er im Hinblick auf die Anschaulichkeit, leidet aber ab und an im Hinblick auf die Redundanz, die für eine Vorlesung erforderlich ist, in einem Buch aber an den Nerven zerrt. Die Relevanzregel von Grice könnte in einer zweiten Auflage noch etwas schärfer beachtet werden.

Fazit

Wie auch immer: Es lohnt nicht nur die Lektüre, sondern auch die Debatte darüber, welche Konsequenzen aus dem Entwurf zu ziehen sind. Jo Reichertz hat einen Eckstein für das Fundament einer Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft vorgelegt. Und er hat in seinen eigenen Arbeiten demonstriert, dass dies empirisch anschlussfähig ist. Jetzt gilt es, weitere Anschlussstücke zu suchen, gerade auch in Richtung einer Forschung, die einem nomothetischen Wissenschaftsparadigma verpflichtet ist.

Literatur

- Berger, Peter / Luckmann, Thomas (1969): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Davison, W. Phillips (1983): The Third-Person Effect in Communication. In: The Public Opinion Quarterly 47(1), S. 1–15.
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Lazarsfeld, Paul F. / Berelson, Bernard R. / Gaudet, Hazel (1944): The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Duell, Sloan, and Pearce.
- Luckmann, Thomas (2002): Wissen und Gesellschaft. Konstanz: UVK.
- Luhmann, Niklas (1975): Macht. Stuttgart: Enke.
- Merten, Klaus (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1980): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München: Piper.
- Riley, John W. / Riley, Mathilda W. (1959): Mass communication and the social system. In: Robert K. Merton / Leonard Broom / Leonard S. Cottrell jr. (Hrsg.): Sociology today. Problems and prospects. New York/Evanston: Harper, S. 537–578.
- Tomasello, Michael (2009): Die Ursprünge der menschlichen Kommunikation. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Westley, Bruce H. / Mac Lean Jr., Malcom (1954): A conceptual model for communication research. In: Audio-Visual Communication Review 2, S. 3–12.