



Zeitschrift für Diskursforschung

Journal for Discourse Studies

Herausgegeben von Reiner Keller | Werner Schneider | Willy Viehöver

■ **Dietrich Busse**

Interdisziplinäre Diskursforschung: Aufgabenfelder – Zustand –
Perspektiven (aus der Sicht eines Sprachwissenschaftlers)

■ **Jo Reichertz**

Wie erlangt man im Diskurs Kommunikationsmacht?

■ **Tim Griebel**

Zwischen Taschenmesser und Tiefbohrer
Eine korpuslinguistische kritisch-realistische Diskursanalyse von
Solidarität in der deutsch-amerikanischen Sicherheitsbeziehung

■ **Reiner Keller / Achim Landwehr / Wolf-Andreas Liebert /
Werner Schneider / Jürgen Spitzmüller / Willy Viehöver**

Diskurse untersuchen – Ein Gespräch zwischen den Disziplinen (Teil 3)

Inhaltsverzeichnis

Willy Viehöver / Reiner Keller / Werner Schneider
Editorial 224

Themenbeiträge

Dietrich Busse
Interdisziplinäre Diskursforschung: Aufgabenfelder – Zustand – Perspektiven
(aus der Sicht eines Sprachwissenschaftlers) 227

Jo Reichertz
Wie erlangt man im Diskurs Kommunikationsmacht? 258

Tim Griebel
Zwischen Taschenmesser und Tiefbohrer
Eine korpuslinguistische kritisch-realistische Diskursanalyse von Solidarität
in der deutsch-amerikanischen Sicherheitsbeziehung 273

*Reiner Keller / Achim Landwehr / Wolf-Andreas Liebert / Werner Schneider /
Jürgen Spitzmüller / Willy Viehöver*
Diskurse untersuchen – Ein Gespräch zwischen den Disziplinen (Teil 3) 295

Jo Reichertz

Wie erlangt man im Diskurs Kommunikationsmacht?

Zusammenfassung: In dem Artikel wird danach gefragt, wie man in (medial gestützten) Diskursen Kommunikationsmacht aufbauen kann. Deshalb wird anfangs das Konzept der ‚Kommunikationsmacht‘ vorgestellt, um dann die These zu begründen, dass man die Frage nach der Kommunikationsmacht in Diskursen nur dann sinnvoll stellen kann, wenn man den Diskurs als einen sich in verschiedenen Phasen vollziehenden sozialen Prozess versteht, der maßgeblich von sinnhaft handelnden Akteuren getragen wird. Eine prozessorientierte Diskursanalyse, die wissenssoziologisch angelegt ist, kann den Aufbau und die Wirkung von Kommunikationsmacht sichtbar und verständlich machen.

Schlagwörter: Kommunikationsmacht, korporierter Akteur, Kommunikationsfiguration, prozessorientierte Diskursanalyse, kommunikativer Konstruktivismus, diskursive Konstruktion von Wirklichkeit

Abstract: This article deals with the question, how to create communicative impact in (media-based) discourses. Therefore, the concept of communicative impact power is presented at the beginning, to justify the thesis, that the question of communicative impact in discourses only makes sense, if the discourse is understood as a social process that is performed in various phases, and which is significantly realized by meaningful participating actors. A process-oriented discourse analysis, which is applied as a part of the sociology of knowledge, helps to clarify the construction and the effect of communicative impact and makes it understandable.

Keywords: communicative power, communicative impact corporate actor, figuration of communication, process-oriented discourse analysis, communicative constructivism, discursive construction of reality

1 Kommunikationsmacht – was ist das?

Wer kommuniziert, der handelt, der will (entweder bewusst oder habituell) seine Welt verändern. Wer kommunikativ handelt, der gibt ohne Zweifel auch kund, er teilt mit. Aber er teilt nicht mit, weil er ein »Nacherleben«, ein »Verstehen« erreichen will, sondern weil er (explizit oder implizit) ein »Handeln« Anderer auslösen möchte. Kommunikatives Handeln begnügt sich nicht mit Verstehen, sondern Verstehen ist nur die (nicht immer notwendige) Zwischenstation, die man erreichen muss, um den Anderen zu etwas zu bewegen.

Jeder Kommunizierende beeinflusst das Handeln seines Gegenübers bzw. auch das derer, die das kommunikative Handeln nur wahrnehmen ohne direkt adressiert zu sein – manchmal weil er genau dies will, oft ohne explizite Absicht. Kommunikatives Handeln ist jedoch immer handlungsorientiert, selbst wenn es nur expressiv zu sein scheint wie bei emotionalen Ausbrüchen.

Deshalb ist die zentrale Frage einer Wissenschaft, die kommunikatives Handeln zu ihrem Gegenstand macht (Soziologie, Kommunikationswissenschaft), nicht die Frage danach, wie und weshalb Menschen sich verstehen (was gewiss eine interessante Frage ist), sondern wie sich »Kommunikationsmacht« aufbauen und praktizieren lässt, oder anders: auf welche Weise sich mittels kommunikativen Handelns Wirkung bei anderen Menschen erzielen lässt. Die Kommunikationswissenschaft muss deshalb aus meiner Sicht ihre bisherige Leitdifferenz umstellen – und zwar von »Verstehen/Nichtverstehen« auf »Wirkung/Nichtwirkung«. Mit dieser Umstellung ist sie dann nicht mehr eine Hilfswissenschaft der Sozialwissenschaften, sondern in deren Zentrum und sie ist in der Lage, die theoretischen Grundlagen für einen »kommunikativen Konstruktivismus« (Keller/Knoblauch/Reichertz 2012) zu schaffen.

Für den kommunikativen Konstruktivismus ist Kommunikation die von Menschen geschaffene basale, auf andere Menschen gerichtete, wechselseitige Handlung, welche die Welt, die Gesellschaft und die Menschen erzeugt: Kommunikation ist das Werkzeug, das von der Gattung Mensch Schritt für Schritt zur ›Selbsterzeugung‹ entwickelt wurde und die ›Selbsterzeugung‹ möglich machte. Kommunikation ist das historisch gewachsene Mittel und das Ergebnis – und deshalb gerade nicht zirkulär: Kommunikation ist ein gutes Mittel für ›bootstrapping‹ (vgl. Tomasello 2002; Ortman 2004, S. 56 f.). Kommunikation besteht also aus einer Fülle von Praktiken, mit der die Menschen sich selbst, den Anderen und ihre Welt überhaupt erst erschaffen und immer wieder aufs Neue an Andere weitergeben (siehe ausführlich Reichertz 2012).

Die zentrale Frage einer sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft oder auch einer kommunikationstheoretischen Sozialwissenschaft ist also nicht Verstehen, sondern weshalb derjenige, der nicht nur einfach hört (akustisch), sondern kund nimmt (sinnhaft), was der Andere ihm kommuniziert, die Beeinflussung durch die Zeichen für sich annehmen sollte – also weshalb er (bezogen auf das Handlungsfeld) das Nahegelegte oder Erwartete/Erbetene tun oder (bezogen auf einen Diskurs) die angetragene Ansicht/Bewertung übernehmen sollte. Niemand muss nämlich das tun, was er verstanden hat, tun zu sollen. Und er muss nicht das denken, was man ihm nahelegt zu denken. Jeder Mensch kann auch immer anders. Denn Einspruch und Widerspruch können bei Menschen nicht still gestellt werden – gerade wenn er in Machtbeziehungen lebt (Foucault 2005, S. 890). Die Möglichkeit zum Widerspruch ist konstitutiv für die Gattung Mensch. Sie schafft nämlich erst die Notwendigkeit und die Voraussetzung für Kommunikation. Könnte man nicht anders, müsste der andere nicht kommunizieren.

Sprachliche Mittel allein reichen jedoch nicht aus, den anderen zu etwas zu bewegen – außer man glaubt an den Sprachzauber. Es muss immer etwas hinzukommen, etwas Zusätzliches (Luhmann 2003, S. 6 f.), das nicht sprachlich ist, das bewegt, genauer: das Anlass gibt, sich in die gewünschte Richtung zu bewegen. Die Frage ist, was das ist, das uns dazu bewegt, den Wünschen des Kundgebenden zu folgen. Eine erste Antwort auf diese Frage lautet: Es ist »Macht« oder genauer: es sind »Machtbeziehungen« (Foucault 2005, S. 889). Macht ist dabei eine Art Platzhalter für alle Gründe, welche die Chance mit sich bringen, den anderen zu Handlungen zu bewegen.

Schaut man aus größerer Höhe auf die ›Kräfte‹ (forces), die Menschen dazu bewegen können, kommunikativen Zumutungen Folge zu leisten, dann lassen sich wohl *drei* grundsätzlich verschiedene Kräfte ausmachen, die sich in der täglichen Praxis allerdings immer wieder durchmischen und deshalb nur analytisch klar voneinander zu trennen sind: *Gewalt*, *Herrschaft* und *Beziehung*. Alle drei Machtquellen bestehen aus Praktiken, also der Fülle der Praktiken, Gewalt auszuüben, anderen Schmerz zuzufügen, der Fülle der Praktiken, Herrschaft zu nutzen, andere zu behindern oder zu fördern und der Fülle der Praktiken, Beziehungen aufzubauen und für seine Ziele zu nutzen. Diese Praktiken zielen darauf ab, Macht auszuüben, also den eigenen Willen auch gegen Widerstand der anderen Beteiligten durchzusetzen. Macht ist der Oberbegriff, Gewalt, Herrschaft und Beziehung sind die Unterbegriffe. Wo Zwang ist, da ist Gewalt. Wo Auftrag ist, da ist Herrschaft. Wo Liebe ist, da ist Beziehung. Und wo Nachfolge ist, da ist auch Macht. Selbst dort, wo Wahrheit ist, da ist Macht. Allerdings macht es einen politischen, ethischen und auch praktischen Unterschied, was die jeweilige Quelle der Macht ist.

Schließlich möchte ich hier noch auf den dritten Grund eingehen, auf die kommunikativ angetragenen Erwartungen eines Kundgebenden mit Fügsamkeit zu reagieren, also auf die *Beziehung*, näher eingehen. Alltägliche »Kommunikationsmacht«, so die hier vertretene Auffassung, verdankt sich der im kommunikativen Wechselspiel aufgebauten Relevanz der Kommunizierenden für die Identität der Beteiligten. Relevanz erhalten Akteure dann füreinander, wenn sie ›verlässlich‹ sind (Brandom 2000, S. 307). Ein verlässlicher Mitakteur in einer Kommunikation ist demnach jener, dessen kommunikatives Handeln und Tun mit hoher Wahrscheinlichkeit stets die (meist) implizit vorgetragenen Gründe und Folgen hat. Einem verlässlichen Mitakteur vertraut man, weil er seinen Worten Taten folgen lässt – im Guten wie im Schlechten. Auch der Bösewicht ist verlässlich, wenn er immer wieder böse ist. Dieses Vertrauen kann in die Kommunikation aufgrund der gemeinsamen Interaktionsgeschichte mitgebracht werden, es kann aber auch durch die Kommunikation aufgebaut werden.

Diese Macht ist nicht der Beziehung vorgängig, sondern Beziehung wie Macht werden in und mit der Kommunikation sukzessive aufgebaut. Sie, die Macht, ergibt sich erst aus der Kommunikation.¹ Denn Kommunikation ist nicht nur ein Wechselspiel der Handlungskoordination, sondern während wir dieses Spiel spielen, lernen wir, was von dem anderen zu halten ist. Und der andere lernt, was von mir zu halten ist. So baut sich eine Beziehung auf und wenn es den Beteiligten gelingt, füreinander wichtig zu werden, dann liegt diese besondere soziale Beziehung vor, dann hat man auch Macht über einander. Der entscheidende Punkt bei dieser Art von »Macht« ist, dass sie auf der freiwilligen Anerkennung der Macht der Anderen beruht, dass sie im Kern nicht in Gewalt und

1 Um es noch einmal klarzustellen: hier wird von »Kommunikationsmacht« gesprochen. Natürlich findet sich in fast allen Gruppen/Figurationen auch institutionell verankerte Macht, gibt es also Vorgesetzte, die etwas zu sagen haben und deshalb auch die Macht haben, zu allem etwas zu sagen. Sie haben aber auch die Macht zu schweigen und erst am Ende oder als Letzter etwas zu sagen. Aber um diese institutionalisierte Macht geht es hier nicht – nur um Kommunikationsmacht. Und letztere kann erstere oft aushebeln.

Herrschaft fundiert ist, sondern in der Situation einerseits und der gemeinsamen Geschichte der Beteiligten andererseits.

Mit körperlicher Gewalt kann ich das körperliche Wohlbefinden eines anderen schädigen oder zerstören, mit sozialer Macht kann ich das berufliche Leben des anderen schädigen oder beenden, mit Kommunikationsmacht kann ich die soziale Identität des anderen schädigen oder zerstören. Kommunikationsmacht beruht also nicht auf Einsicht, Freiwilligkeit und gutem Willen, sondern sie resultiert aus dem sozialen Druck, den ich gegenüber dem anderen aufbauen kann und dieser resultiert aus der in und durch die Kommunikation gewachsenen Fähigkeit, dass ich auch für die Identität des anderen zuständig bin – mithin diese schädigen oder aber aufbauen kann.

Es gibt sie also – die alltägliche Kommunikationsmacht, die ohne Befehl, Drohung und Bestechung auskommt. Aber es ist eine Macht, die sich aus der Beziehung der Akteure zueinander ergibt und der Bedeutung der Anderen für die eigene »Identitätsfeststellung«. Kommunikationsmacht kann sich demnach nicht unterschiedslos gegenüber jedem entfalten: Sie ergibt sich nicht aus messerscharfer Logik, guter Argumentation oder empirischen Belegen, sondern sie erwächst aus der Besonderheit der Beziehung der Kommunizierenden. Kommunikationsmacht braucht Voraussetzungen und je besser diese Voraussetzungen, desto besser die Möglichkeiten, Kommunikationsmacht gegenüber einem anderen zu entfalten. Grundlegende Voraussetzungen sind,

- dass man den anderen kennt,
- besser noch: dass der andere der gleichen Lebenswelt angehört wie ich,
- dass er zudem meine Werte und Normen teilt oder dass er dies zumindest glaubt.
- Wichtig ist zudem, dass ich den anderen nicht nur kenne, sondern zu ihm auch eine Beziehung habe
- und auf eine lange Beziehungsgeschichte zurückblicken kann.
- Gut wäre es, wenn ich für den andern wichtig oder gar sehr wichtig geworden bin, so dass ich ernsthaft seine soziale Identität bestätigen oder in Zweifel ziehen kann.
- Ganz wesentlich ist, dass der andere sich mit mir in einem (möglicherweise auch virtuell geschaffenen) Wahrnehmungsraum befindet, so dass er an meiner Stimme, meinen Augen, meinem Körperausdruck einerseits erkennen kann, wie wichtig es mir mit meinem Anliegen ist, dass aber auch ich erkennen kann, wie wichtig der andere mein Anliegen nimmt.

Ganz allgemein kann man sagen, dass je intensiver die einzelnen Bedingungen ausgeprägt sind, desto mehr kann Kommunikationsmacht entfaltet werden: Jemand, für den ich sehr wichtig bin, also meine Tochter, meine Frau, meine Freunde und Bekannte, und für die deshalb wichtig ist, was ich von ihnen halte und wie ich in Zukunft mit ihnen umgehen werde. Sie wissen zudem, wie ernst ich ernste Dinge nehme, und auch, was ich tue, wenn sie meine ernsten Dinge nicht ernst nehmen; sie werden für meine kommunikativ angetragenen Wünsche sehr empfänglich sein.

2 Kommunikationsfigurationen mit und ohne Entwicklungsgeschichte

Betrachtet man das kommunikative Handeln der Menschen, dann kann man im Hinblick auf die Entfaltung von Kommunikationsmacht drei relevante Faktoren identifizieren: Einerseits die beliebte und bekannte Unterscheidung zwischen »medial gestützter« und »direkter« (face-to-face) Kommunikation (obwohl diese Unterscheidung angesichts der neuen Möglichkeiten der neuen Medien massiv unter Druck geraten ist), zum zweiten die Unterscheidung zwischen »personaler« Kommunikation (Mensch-Mensch) und »nicht-personaler« Kommunikation (Mensch-Maschine oder Mensch-Institution) und andererseits die weniger bekannte, aber im Hinblick auf die Entfaltung von Kommunikationsmacht höchst relevante Unterscheidung zwischen Kommunikationsfigurationen *mit* oder *ohne* Entwicklungsgeschichte.

Kommunikatives Handeln entsteht nicht im luftleeren Raum, sondern ist in der Regel in lang laufenden sozialen Prozessen fundiert und durch diese auch in Inhalt und Form bedingt. In und aufgrund dieser Prozesse haben kommunikative Handlungen und deren Autoren immer wieder aufeinander Bezug genommen, haben sich zu einem Netz verwoben, was zur Folge hat, dass sich stabile oder auch weniger stabile kommunikative »Figurationen«² (Elias 1970, 1992; Treibel 2008; Hepp 2011; Reichertz 2009, 2015) bilden. Es lässt sich also differenzieren zwischen Kommunikationsfigurationen, die über eine eigene Bildungsgeschichte verfügen, und solchen, die *keine* eigene Bildungsgeschichte aufweisen³.

Zur ersten Sorte gehören alle Figurationen, in die Menschen im Alltag verwickelt sind, weil sie einen gemeinsamen Alltag haben und diesen auch immer wieder mittels Kommunikation schaffen: Liebende, Eltern und Kinder, Peers, Familie, Freunde, Kollegen und Bekannte – also alle, die man immer wieder trifft, weil sie für einen relevant sind, aber auch anders: alle die, die relevant für einen sind, weil man sie immer wieder trifft. Man hat eine gemeinsame Geschichte miteinander und kennt sich oder man kennt sich, *weil* man eine gemeinsame Geschichte hat – auch eine gemeinsame Kommunikationsgeschichte. Man weiß, was der Andere früher gesagt hat und was man von dem Gesagten zu halten hat. Jeder der Beteiligten führt über alle anderen ein Konto (siehe auch Brandom 2000, S. 219 ff.). Positiv zu Buche schlagen alle Erfahrungen, die erwiesen haben, dass dem kommunikativen Handeln des Anderen auch entsprechende Taten folgten, negativ zu Buche schlagen alle Erfahrungen, die erwiesen haben, dass dem kommunika-

2 Menschen sind nach dem Figurationskonzept nie selbstversorgte, gesellschaftslose Individuen, geschichtslose Einzelmenschen, sondern immer Teile von Figurationen (Familien, Mitspieler etc.), zu denen sie Wir-Beziehungen unterhalten, die Möglichkeiten eröffnen, aber auch begrenzen. »Von einem einzelnen Individuum her zu denken, als ob es ursprünglich sozial unabhängig wäre, oder von einzelnen Individuen da und dort ungeachtet ihrer Beziehungen zueinander, ist ein ebenso fiktiver und haltloser Ausgangspunkt wie, sagen wir, die Annahme, dass das Gesellschaftsleben auf einem Vertrag von Individuen beruhe, die davor entweder allein in der Wildnis oder in absoluter Unordnung zusammenlebten« (Elias/Scotson 1990, S. 264 f.).

3 Damit greife ich eine Unterscheidung auf, die auf Oevermann (1981) zurückgeht.

tiven Handeln des Anderen nicht zu trauen ist. Manche haben ein gut gefülltes Konto, manche stehen ganz tief in den roten Zahlen – nicht unbedingt bei allen, aber bei einigen. Die Erwartungen an den jeweils anderen sind diffus und unspezifisch, nur geformt von der gemeinsamen Geschichte. Es muss nicht mehr alles gesagt und ausgehandelt werden, weil es bereits früher kommuniziert wurde. Jede neue kommunikative Handlung ›schleppt‹ die Geschichte der Kommunizierenden mit sich, erneuert und erweitert sie, ergänzt sie, verfestigt sie oder bricht sie auch ab. Diese Verankerung jeder Kommunikation in der Vergangenheit erleichtert, aber erschwert auch kommunikatives Handeln. Obwohl diese Kommunikationsfigurationen eine eigene, je individuelle Geschichte haben und manchmal auch für Teilbereiche der Kommunikation eigene Semantiken und Pragmatiken entwickelt haben, nutzen sie doch immer und unhintergebar soziale Rahmen, um sich anzuzeigen, was jeweils (zwischen ihnen) der Fall ist.

Zu den Kommunikationsfigurationen *ohne* eigene Bildungsgeschichte zählen all jene, die zum ersten Mal mit Vertretern von Organisationen (Behörden, Unternehmen etc.) oder mit Fremden geführt werden. Man trifft zum ersten Mal auf eine andere Person, das Konto ist noch leer; alles ist (im Prinzip) möglich. Hier kann man beim kommunikativen Handeln (von Ausnahmen abgesehen) nicht auf eine gemeinsame Geschichte zurückgreifen. Es muss erst eine geschaffen werden. Damit nicht alles erst gemeinsam erarbeitet werden muss, greifen die Beteiligten auf typische Rahmungen zurück, die sie für relevant halten bzw. auf frühere Erfahrungen mit diesen Rahmungen.

Der Rahmen ›Straßenverkehrsamt‹ reicht z.B. für den, der seinen Wagen zulassen will, aus, um zu wissen, dass er bestimmte Personen, nämlich den Schalterbeamten, ohne die normale Gesprächsaufwärmphase ansprechen und um die Erledigung einer Aufgabe bitten kann. Und auch der Schalterbeamte kann auf große Teile der rituellen Kommunikation verzichten, weil es hier (vorrangig) nicht um Identität geht, sondern um die Erledigung einer Aufgabe. Vieles muss deshalb nicht vorab gesagt, ausgehandelt und festgestellt werden. Die Erwartungen an den anderen sind meist klar umrissen (»Bitte ein neues Nummernschild ausstellen!«) und dessen Adressierung und Verhalten rollenförmig. Wir wissen, wie wir mit dem Anderen kommunizieren können – nicht weil wir ihn kennen und mit ihm unsere Erfahrungen haben, sondern weil er im Hinblick auf die Erfahrungen so ist wie die, mit denen wir vorher unsere Erfahrungen gemacht haben bzw. weil er so handelt wie alle anderen Beamten, die diese typische Aufgabe in typischer Weise zu erfüllen haben und weil er nicht so kommuniziert als wolle er relevant für unser Leben werden.

Trifft man immer wieder auf diese Person, weil man z.B. immer wieder in der gleichen Bäckerei morgens die Brötchen kauft oder in der Bank immer vom gleichen Schalterbeamten bedient wird (was allerdings zunehmend seltener passiert), dann bilden sich gemeinsame Geschichten heraus, dann werden von beiden Seiten Konten angelegt. Dann will man, wenn der Kontostand stimmt, nur noch in dieser Bäckerei kaufen oder von diesem Bankangestellten beraten werden. Vertrauen baut sich auf. Man ist füreinander relevant geworden. Damit gehen gegenseitige Verpflichtungen einher.

Wie bedeutsam der Aufbau einer gemeinsamen Kommunikationsgeschichte (und den damit verbundenen Verpflichtungen) ist, bemerkt man schnell, wenn der Aufbau einer gemeinsamen Kommunikationsgeschichte durch das Setting systematisch verhindert wird oder gar nur einseitig zugelassen wird – wie bei der um sich greifenden Erfüllung von Serviceleistungen durch Callcenter. Wer eine Hotline anruft, um z.B. sich darüber zu beklagen, dass sein Internetzugang nicht funktioniert, trifft auf Menschen, die sich zwar mit Namen vorstellen, die aber tatsächlich namenlos bleiben, weil man sie nie wieder ans Telefon bekommt. Was sie sagen, ist in nicht trivialer Weise bedeutungslos, weil sie für das von ihnen Gesagte nicht unbedingt bürgen müssen. Erteilen sie einen Rat und erweist sich dieser Rat als falsch, dann kann man zwar die gleiche Telefonnummer anrufen, aber man wird nie die gleiche Person erreichen oder sich mit ihr verbinden lassen. Mit dem neuen Gesprächspartner fängt alles wieder von neuem an. Hält man diesem vor, sein Kollege habe aber X gesagt, dann wird man leicht zur Antwort bekommen, man könne nicht für den Rat des Kollegen haften, man solle doch Y tun. Und wenn das nicht hilft, dann ruft man noch einmal an, spricht mit einer dritten Stimme der Hotline und wird hören man solle Z tun. Die »Serviceagents« im Callcenter sind nicht nur deshalb im Vorteil, weil sie durch die (fehlende) kommunikative Vorgeschichte nicht zu verpflichten sind, sondern weil sie zudem für sich über die Kommunikationsgeschichte Buch führen und weil sie bei jedem Gespräch simultan in diesem Buch lesen und den Anrufer auf seine früheren Aussagen verpflichten können. »Sie haben doch gesagt, dass ...! Was wollen Sie jetzt noch?«

Kommunikatives Handeln findet in Figurationen mit als auch ohne eigene Bildungsgeschichte sowie vor dem Hintergrund und mit Hilfe von Kommunikationsordnungen statt – auch wenn sie für Kommunikationsfigurationen ohne eigene Bildungsgeschichte zweifellos (vor allem anfangs) eine besondere Bedeutung haben. Denn in solchen Kommunikationen ersetzt die Kommunikationsordnung die eigene Erfahrung und gibt uns einen Typus, der uns erlaubt, die Kommunikation zu beginnen und eine eigene Bildungsgeschichte zu starten. Die Ordnungen kann man etwas starrer »Gattungen« (Luckmann 2002) oder etwas weicher »Rahmen« (Goffman 1977) nennen. Diese Ordnungen eröffnen und begrenzen kommunikatives Handeln, und sie weisen dem Handeln meist auch ein gewisses Gewicht zu (Witz, Prüfung, Gebet, Entschuldigung). Die Gattung oder der Rahmen legen nahe, was jeweils kommuniziert werden darf und was nicht und welche Folgen es hat. Diese Gattungen und Rahmen sind gesellschaftlich erarbeitet und verbürgt – sie sind Institutionen (im Sinne von Gehlen 1972). Gattungen wie Rahmen können in bestimmten Situationen interaktiv ausgefüllt, moduliert oder auch verändert werden. Rahmen und Gattungen bilden das Fundament, auf dem Kommunikation möglich wird. Damit einher geht die Möglichkeit, Rahmen und Gattungen grundsätzlich zu verändern und zu erweitern.

3 Medien und Kommunikationsmacht

Am meisten Kommunikationsmacht kann man in direkter, personaler Kommunikation erlangen, wenn die Beteiligten über eine Interaktionsgeschichte verfügen, und am wenigsten kann man in medial vermittelter, nicht personaler Kommunikation ohne Entwicklungsgeschichte erlangen. Das ist ohne Zweifel für Mediennutzer und Medienanalytiker und somit auch für Diskursnutzer wie für Diskursanalytiker betrüblich – herrschen doch demnach im Diskurs sehr schlechte Voraussetzungen für den Aufbau von Kommunikationsmacht. Neu ist diese Erkenntnis von der relativen Machtlosigkeit medialer Kommunikation im Übrigen nicht, sondern sie ist in der Medienwirkungsforschung wohl bekannt und entspricht dem Stand der Forschung. Daran ändern auch die vielen und lauten Klagen mancher Medienkritiker nichts, welche dem Anstieg der Gewalt auf den Straßen, die wachsende Kriminalität, die »Pornographisierung« der Gesellschaft und den Untergang des Abendlandes direkt auf die von den Medien verbreiteten Inhalte zurückführen.

Auch wenn ›die Medien‹ die Möglichkeit haben, ihre Deutung vielen vorzutragen und damit auch anzutragen, also in gewisser Weise »Deutungsmacht« haben, kann man in der Regel mit Medien recht wenig Kommunikationsmacht entfalten. Allerdings gilt es (wie immer) zu unterscheiden, denn die Medien sind nicht alle gleich: Ein Buch wird noch weniger Macht entfalten können als ein Zeitungstext und dieser weniger als eine Radioubertragung und diese weniger als eine Fernsehübertragung, wobei es sicherlich bedeutsam ist, mit welchem Format (Fantasy, Journalismus, Dokumentation, Politik, Religion) die jeweiligen Aussagen gerahmt sind. Medien sind für die Entfaltung von Kommunikationsmacht durch einzelne konkrete Akteure in bestimmten Handlungssituationen wenig hilfreich. Eher ist die Gefahr groß, dass sie sich in und mit den Medien verliert: Wer statt in einem direkten Gespräch versucht, sein Anliegen medial vorzutragen und somit durchzusetzen, der wird erfahren, dass er auf diese Weise nur die Anzahl der Adressierten erhöht, somit eine Dynamik in Gang gesetzt wird, welche die Kommunikationsmacht mindert.

Die Frage und auch die Antworten verschieben sich allerdings, wenn man nicht die Kommunikationsmacht *in den Medien* betrachtet, sondern die Kommunikationsmacht *in Diskursen*. Wie erlangt man nun im Diskurs Kommunikationsmacht? Ich muss gestehen, dass ich keine Antwort auf diese Frage habe. Und es lassen sich auch in der Fachliteratur – zumindest so weit ich sie kenne – keine Antworten auf diese Frage finden. Sehr viel einfacher wäre die Antwort auf die Frage, woran man erkennt, dass jemand Kommunikationsmacht im Diskurs hatte. Die Antwort auf diese Frage ist ganz einfach: Kommunikationsmacht im Diskurs hatte der oder die, dessen oder deren Äußerung versteinerte bzw. sich in Praktiken veralltäglichte. Dazu später mehr.

Doch zurück zur Ausgangsfrage nach der Kommunikationsmacht im Diskurs: Um die Frage überhaupt sinnvoll stellen und beantworten zu können, muss man (aus meiner Sicht) erst einmal den Diskurs sehr viel deutlicher als einen sich langsam vollziehenden sozialen Prozess verstehen, den man wegen seiner Zeitlichkeit auch in verschiedene Phasen unterteilen kann. Für jede dieser Phasen wird die Frage nach der Kommunikations-

macht anders zu beantworten sein – ganz einfach deshalb, weil in jeder Phase verschiedene Probleme und verschiedene Akteure auftreten.

4 Diskurs und korporierte Akteure

Erst einmal: Was soll hier »Diskurs« bedeuten, was ist das zugrunde gelegte Diskursverständnis? Diskurse werden hier im Anschluss an die Arbeiten von Foucault verstanden als in ihrer Form verschiedene, in der »Zeit« und im »Raum« verstreute »Aussagen« von unterschiedlichen Akteuren, die dann eine Gesamtheit bilden, »wenn sie sich auf ein und dasselbe Objekt beziehen« (Foucault 1981, S. 49). Diskurs ist in diesem Verständnis »ein Ensemble sprachlicher Tatsachen (...), die durch ein Wechselspiel syntaktischer Konstruktionsregeln miteinander verbunden sind« (Foucault 2002, S. 671). Diskurs wird mithin hier als ein situationsübergreifender Zusammenhang verstanden, als »eine Verflechtung und Einschreibung von Äußerungen« (Keller 2013, S. 71), als »institutionalisierte Sprechweisen« (ebd.), die im »konkreten kommunikativen Handeln produziert, reproduziert und verändert« (ebd.) werden und die (so kann man aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ergänzen) in und mit Medien ausgetauscht, entwickelt und auch gespeichert werden.

Die gegenwärtig vor allem in Deutschland gängigen Diskursanalysen in der Tradition der »Wissenssoziologischen Diskursanalyse« (aber nicht nur die) verstehen »Diskurse« als historisch entstandene und situierte Aussagepraktiken, »welche Gegenstände konstituieren, von denen sie handeln« (ebd., S. 30) und untersuchen in der Regel die »Aussagen im Feld des Diskurses und die Beziehungen, denen sie unterliegen« (Foucault 1981, S. 48) – man schaue hierzu in die Sammelbände zur sozialwissenschaftlichen Diskursanalyse wie z.B. Keller et al. (2003) und zur wissenssoziologischen Diskursanalyse Keller/Truschkat (2012). Allerdings gibt es zwei Besonderheiten dieser Art der Diskursanalyse: Einmal konzentrieren sie sich nicht auf wissenschaftliche Diskurse, sondern nehmen alle öffentlichen und damit mediengestützten Diskurse (Fernsehen, Funk, Print, Internet) in den Blick (vgl. auch Keller 2013, S. 30 f.). Zum zweiten (aus dem ersten folgend) haben diese Diskursanalysen es meist nicht mehr allein mit *personalen* Akteuren (AutorenInnen) zu tun, sondern mit institutionellen oder besonderen Ensembles von Akteuren – die ich hier mit dem Begriff »korporierter Akteur« bezeichnen möchte.

Den Begriff »korporierter Akteur« verwende ich, wenn ich eine Sorte Akteur bezeichnen möchte, bei dem es sich nicht um ein einziges Individuum handelt, sondern um eine (kleine oder größere) Menge von zu einander geordneten Individuen, die entweder mit oder ohne formale Verfassung (Organisation), in Kopräsenz oder ohne, mit oder ohne bewusste Verschränkung ihrer Absichten ein Produkt *handelnd* erstellen. Dieses Ensemble (auch Figuration) von Individuen schafft arbeitsteilig ein Produkt, das sich aus den Perspektiven der verschiedenen an der Produktion beteiligten Individuen ergibt, ohne sich allerdings mit einer der beteiligten Perspektiven zu decken oder in ihr aufzugehen. Filme, aber oft auch Beiträge im Rundfunk oder in der Presse machen die Handlung und damit die Geste (Flusser 1994) eines korporierten Akteurs sichtbar, führen sie

auf. Insofern ist die Gesamtheit der schaffenden Akteure der korporierte Akteur und nicht das stehende oder bewegte Bild oder der Rundfunk- oder Zeitungsbeitrag (ausführlich dazu Reichertz/Engell 2014).

5 Diskurs als Prozess

Viele der vorliegenden Diskursanalysen, die sich auf die wissenssoziologische Diskursanalyse beziehen, nehmen explizit auch den Prozess des Wachsens und Verfestigens der Sprechweisen in den Blick. Aber meines Erachtens konzentrieren sich die gängigen Analysen vor allem auf die Aussagen und deren Beziehungen und nicht auf die Akteure, die in Konkurrenz zueinander Aussagen hervor- und in Umlauf bringen – was verständlich ist, fokussiert doch Foucault den Diskurs eher als überindividuelle Praxis der Wissensproduktion. Dann wird Diskursanalyse jedoch leicht zu einer »Textanalyse« – eine Entwicklung, der z.B. Reiner Keller immer wieder deutlich entgegen tritt:

»In diesem Sinne ist die wissenssoziologische Diskursanalyse weit mehr als Textanalyse; sie schließt als Möglichkeit *fokussierte Diskursethnographien* ein, die sich auf die Analyse entsprechender Dispositive beziehen, und sie nutzt das gesamte Spektrum der Vorgehensweisen sozialwissenschaftlicher Fallstudien, wenn es darum geht, die Komplexität diskursiver Formationen und ihrer ›Welteffekte‹ anzugehen. Das beinhaltet historisch-genealogische Herangehensweisen, synchron ansetzende Vergleichsstudien sowie Einbettungen in umfassendere sozialwissenschaftliche Fragestellungen und Analyseinteressen.« (Keller 2013, S. 31 f.)

Einer dieser (aus meiner Sicht zentralen) ›Welteffekte‹ ist der Konkurrenzprozess der Akteure untereinander. Nimmt man (statt allein den Inhalten Aufmerksamkeit zu schenken) diesen Prozess mehr in den Blick, dann lässt sich aus meiner Sicht der Diskurs analytisch (empirisch durchmischen sich die Phasen gewiss) in unterschiedliche Phasen einteilen. Hier ein Überblick über die wichtigsten Phasen – orientiert an den verschiedenen Handlungsproblemen, die sich stellen. Den Überblick kann man sicherlich noch weiter ausdifferenzieren:

1. Ausgangspunkt aller Diskurse ist (so die analytisch sinnvolle, empirisch jedoch nicht triftige Annahme) das kommunikative Handeln eines *personalen* oder auch *korporierten* Akteurs in ›seinem‹ (Berufs-)Alltag. Dort ›beginnt‹ die Karriere eines Themas/einer Äußerung – selbst dann, wenn die Äußerung bewusst oder unbewusst an bereits veröffentlichte Äußerungen anknüpft und diese weiterführt. Das empirische Problem, das sich stellt, ist zu klären, unter welchen Bedingungen diese Äußerung öffentliche Verbreitung findet. Hierbei ist gewiss auch zu klären, an welche Diskurse der Akteur anknüpft, aus welchen Wissensbeständen er sich bedient und mit welchen Medien er kommuniziert und wer und welche Gruppen dieses Thema zuvor behandelt haben und was der Akteur tun muss, damit seine kommunikative Handlung als

- Teil eines Diskurses anerkannt wird. Nur äußerst selten erfindet jemand ein neues Problem bzw. Thema – meist wird etwas modifiziert fortgeführt. Meist liegt der ›wahre‹ Ursprung einer Äußerung im Dunkel der menschlichen Frühgeschichte.
2. Als nächstes stellt sich die Frage, wie es diesem Akteur gelingt, eine bestimmte (im allgemeinen gesellschaftlichen Diskurs bereits vorhandene) »Sprecherposition« einzunehmen bzw. von den anderen zugeteilt zu bekommen, was sicherlich nicht immer gelingt bzw. stattfindet. Zu klären ist auch die Frage, welche Akteure sich im Einzelnen wann am Diskurs mit welchen Medien beteiligen und ob sich auch neue Sprecherpositionen herausbilden.
 3. Das nächste Problem, was sich stellt, ist zu klären, in welchen Fällen und weshalb die Aussagen einer bestimmten Sprecherposition dazu führen, dass im weiteren Diskursverlauf diese Sprechweise zu einer institutionalisierten Sprechweise gerinnt, also zu einem typischen Argument wird. Spielt die Medienwahl hier eine bedeutsame Rolle?
 4. Manchmal entwickelt sich ein typisches Argument zu einem Argument, das zählt und das einen Unterschied macht, und es fragt sich, wann und weshalb das geschieht.
 5. Später, also in der nächsten Phase, wird das gute Argument zu einer »Verhaltensnorm«, die anderen ein bestimmtes Verhalten nahe legt oder es etabliert sich als gültige Regel, die bestimmte Situationen reguliert oder es wird einer Gruppe als Gesetz auferlegt.
 6. Die letzte Entwicklungsphase ist dann erreicht, wenn die Sprechweise sich in alltäglichen Praktiken quasi ›unsichtbar‹ verbreitet oder Stein geworden ist, sich in Gebäuden und Gesetzen materialisiert hat, wenn also aus Fleisch Stein geworden ist (Sennett 1995).

Ich bin sicher, dass bei diesem Veralltägigungs- bzw. bei diesem Versteinungsprozess kommunikatives Handeln und damit auch Kommunikationsmacht eine zentrale Rolle spielt, mehr noch: Ich bin sicher, dass Diskursprozesse geradezu ein paradigmatisches Beispiel für die kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit (Keller/Knoblauch/Reichertz 2013) darstellen – zumindest wenn man das Programm einer wissenssoziologischen Diskursanalyse verfolgt (Keller 2005). Aber die kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit im Diskurs ist eine spezifische Unterform der allgemeinen gesellschaftlichen kommunikativen Konstruktion – so, wie die wissenschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit eine besondere Form ist: jeweils mit eigenen Medien und eigenen Regeln und eigenen Dynamiken und eigenen Akteuren.

6 Die Besonderheiten der diskursiven Konstruktion von Wirklichkeit

Die kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit im Diskurs unterscheidet sich schon allein deshalb von der kommunikativen Konstruktion im Alltag, weil hier nicht nur personale Akteure miteinander um die Deutungs- und Kommunikationsmacht konkurrieren, sondern weil hier zudem auch noch korporierte und institutionalisierte Akteure mithilfe von Medien ganz massiv und strategisch auf diesen Prozess einwirken. Dies tun

sie, indem sie diesen Prozess genau beobachten und vermessen und aufgrund dieser Vermessungen Strategien entwickeln, noch effektiver auf diesen Diskurs einwirken zu können. Deshalb ist zumindest heutzutage der Diskurs nicht mehr sich selbst überlassen (wenn er es denn je war) und er mäandert auch nicht mehr (nur von der eigenen Dynamik vorangetrieben) vor sich hin, sondern er wird mit wissenschaftlichen Mitteln systematisch mit dem Ziel untersucht, noch effektiver auf ihn einwirken zu können und ihn im eigenen Sinne zu steuern. Deshalb sind Diskurse heute (im Sinne von Giddens) prinzipiell reflexiv (Giddens 1996).

Ich nenne hier den Entwicklungsprozess des Diskurses reflexiv, weil er von den beteiligten Subjekten (bewusst oder praktisch) reflektiert, also bedacht und somit Gegenstand der gedanklichen Abwägung geworden ist. Unterscheiden lassen sich nämlich Prozesse, die sich allein durch das Zusammenspiel ihrer Elemente selbst regulieren, von solchen Prozessen, deren Zusammenspiel durch einen messenden Kontrollmechanismus reguliert wird (Rückkopplung), von solchen, deren Regulation der Elemente durch einen beobachtenden und reflektierenden menschlichen Akteur mit dem Ziel der rationalisierenden Verbesserung optimiert wird. Alles menschliche Handeln ist in dieser zuletzt beschriebenen Weise reflexiv, weil bewusst oder praktisch reflektiert (ebd., S. 99). Diese Reflexion führt systematisch zu einer permanenten Verhaltensänderung – mit dem Ziel der Handlungsoptimierung, die jedoch nicht unbedingt erreicht werden muss, sondern je nach Anzahl und Absichten der Mitspieler auch völlig verfehlt werden kann.

Weil also die kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit im Diskurs eine spezifische, sich von anderen unterscheidende Unterform darstellt, kann man mit Recht in diesem Falle von der »diskursiven Konstruktion« von Wirklichkeit sprechen.

Dennoch:

- Wie diese diskursive Konstruktion von Wirklichkeit sich im Einzelnen vollzieht, wie dieser Prozess der Versteinerung von Phase zu Phrase verläuft,
- welche Rolle dabei den »personalen Akteuren« oder den institutionellen Akteuren oder den »kooperierten Akteuren« zukommt,
- welche Bedeutung dabei den einzelnen Medien zukommt,
- wie politische, ökonomische und kulturelle Macht hineinspielt,
- welche Bedeutung die empirische Triftigkeit, die logische Widerspruchsfreiheit oder aber die theoretische Durchdringung und Begründung dabei haben,

das ist aus meiner Sicht noch weitgehend ungeklärt. Nötig wären Fallstudien, welche den Prozess der »sukzessiven Versteinerung« (wenn denn dieser Prozess im Einzelnen alle Phasen durchläuft), umfassend und angemessen erheben und dann auch (hermeneutisch) rekonstruieren.

7 Besonderheiten prozessorientierter Diskursanalysen

Solche Fallstudien würden gerade nicht alle Diskursbeiträge zu einem Thema in einen Topf werfen und dann nach Themen, Deutungsmustern und deren Beziehungen zueinander inhaltanalytisch auswerten, sondern sie würden erst einmal nachzeichnen, welcher Beitrag sich auf welche vorangehenden Beiträge bezieht und diese gewichtet und bewertet, was ausgelassen und was betont wird, wie also frühere Diskursbeiträge eigensinnig konstruiert werden.

Solche Fallstudien dürften sich auch nicht mehr auf die Diskursbeiträge in einem Medium, also meist den Texten, beschränken, sondern, da heute Diskurs ganz wesentlich durch Bildmedien (Internet, Foto, Film, TV) gestaltet werden, unabdingbar wäre die Aufnahme und Analyse der Bild- und Filmbeiträge zum Diskurs – was die Diskursanalyse vor neue methodische Probleme stellt. Gute Gegenstände für solche Fallstudien wären die Einführung neuer Behandlungsmethoden in der Medizin, die Durchsetzung wirtschaftlicher Innovationen oder auch die Einführung einer neuen Pop Band, eines Trends oder einer politischen Einschätzung.

Solche prozessorientierten Diskursanalysen würden nicht nur rekonstruieren, was bestimmte Sprecher auf bestimmten Sprecherpositionen an Äußerungen tätigen und wie diese Äußerungen zueinander in Beziehung stehen, sondern sie würden (und ich bin sicher, dass dies ein lohnendes Arbeitsfeld wäre) rekonstruieren, weshalb sich eine Sprechweise in den verschiedenen Phasen des Diskurses durchsetzt, wie weit sie sich durchsetzt, ob es zu einer Versteinerung gekommen ist, ob sie rückgängig gemacht werden kann, und wer zu welchen Zeiten und welches Medium dabei welche Rolle spielten. Sicherlich sind solche Untersuchungen nicht einfach, schon allein deshalb, weil diese Prozesse sich nicht in Tagen, Wochen oder Jahren vollziehen, sondern eher in Jahrzehnten, und auch, weil die einzelnen Aushandlungsprozesse für Wissenschaftler nur schwer zugänglich sind. Auch sind die methodischen und methodologischen Probleme solcher Analysen weder durchdacht noch gelöst.

Es gibt sie also auch hier: die an den »Kommunizierenden« und nicht an die »Sprecherposition« gebundene Kommunikationsmacht – was zugleich ein Beleg dafür ist, dass auch im Diskurs der einzelne Akteur von Bedeutung ist. Das gilt auch dann, wenn es sich nicht um einen personalen Akteur handelt, sondern um einen »korporierten Akteur«. Kommunikationsmacht ergibt sich auch in Diskursen und auch wenn es sich um korporierte Akteure handelt daraus, dass die Akteure sich im kommunikativen Austausch, also im Diskurs Macht zuschreiben oder absprechen, bzw. anerkennen oder leugnen – und was letztendlich geschieht, hängt davon ab, was die Einzelnen bereit sind, für ihre Äußerung einzusetzen.

Menschliches Handeln wird nur zum geringen Teil durch bewusste sprachliche Interaktion initiiert und koordiniert. Der weitaus größte Teil menschlichen Handelns wird dagegen durch Praktiken, Dinge oder Arrangements von Dingen initiiert und in ihrem Verlauf vorgeformt. Alle Praktiken und auch alle Dinge und Arrangements von Dingen sind jedoch gesellschaftlich semiotisiert, weshalb sie bedeutungsvoll sind und weshalb sie eine Form »kommunikativen Tuns« (Reichertz 2009, S. 118 ff.) darstellen. Der überwiegende

gend größte Teil sozialen Handelns geht in dieser Sicht nicht auf die bewussten Absichten der Akteure zurück, sondern wird initiiert *durch* und orientiert *sich an* erworbenen, situativ verankerten Praktiken, an Dingen und deren Arrangements (ausführlich Reichertz 2013). Die so stattfindende Initiierung und Koordinierung sozialen Handelns deckt sich meist nicht einmal in Ansätzen mit den Intentionen der konkret anwesenden Individuen.

Diese Art der »Handlungs- und Kommunikationsmacht« ist somit meist nicht subjektiv bewusst oder einzelnen Subjekten zurechenbar. Somit scheint für einige die Macht, Handlungen anzustoßen und damit zu bewirken auf den ersten Blick bei den Praktiken und den Dingen und deren Arrangements zu liegen. Es scheint so, als würden die Dinge und deren Arrangements etwas bewirken. Das hieße aber, das Kind mit dem Bade auszuschütten. Denn wenn die Handlungsmacht nicht (nur und allein) bei den konkret anwesenden Individuen liegt, bedeutet das keineswegs, dass sie bei den in der Situation präsenten Dingen und deren Arrangements läge. Das wissenssoziologische Akteurskonzept räumt nur sinnhaft handelnden Menschen bzw. Gruppen von Menschen eine Handlungsmacht zu, nicht den Dingen.

Eine solche prozessorientierte Diskursanalyse würde jedoch nicht mehr nur untersuchen, welche Sprechweise geblieben ist, also sich institutionalisiert und durchgesetzt hat, sondern würde den sozialen Prozess Schritt für Schritt offenlegen und analysieren, der dazu geführt hat, dass sich eine bestimmte Aussage durchgesetzt hat. Wenn man dies tut, dann bevölkert sich der Diskurs sehr schnell mit Akteuren und Sinn, denn dieser Prozess wird in jeder Phase von kommunikativem Handeln vorangetrieben, das von konkreten oder korporierten Akteuren getätigt wird. Weil dies so ist, werden auch die Praktiken relevant, mit denen die Akteure im Diskurs Kommunikationsmacht aufgebaut und eingesetzt haben. Solche Untersuchungen geben nicht nur Auskunft darüber, wie die Welt ist, sondern auch darüber, wie sie wurde was sie ist.

Literatur

- Brandom, R. (2000): *Expressive Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Elias, N. (1970): *Was ist Soziologie?* Weinheim: Juventa.
- Elias, N. (1992): *Figuration*. In: Schäfers, B. (Hrsg.): *Grundbegriffe der Soziologie*. Opladen: Leske und Budrich. S. 88–91.
- Elias, N./Scotson J. (1990): *Etablierte und Außenseiter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Flusser, V. (1994): *Gesten. Versuch einer Phänomenologie*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Foucault, M. (1981): *Archäologie des Wissens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Foucault, M. (2002): *Schriften. Dits et Ecrits, Band 2*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Foucault, M. (2005): *Schriften. Dits et Ecrits, Band 4*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gehlen, A. (1972): *Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt*. Wiesbaden: Athenaeon.
- Giddens, A. (1996): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffman, E. (1977): *Rahmenanalyse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hepp, A. (2011): *Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten*. Wiesbaden: VS.
- Keller, R. (2005): *Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms*. Wiesbaden: VS.

- Keller, R. (2013): Zur Praxis der Wissenssoziologischen Diskursanalyse. In: Keller, R./Truschkat, I. (Hrsg.): Methodologie und Praxis der Wissenssoziologischen Diskursanalyse. Wiesbaden: VS, S. 27–68.
- Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (Hrsg.) (2003): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Opladen: Budrich.
- Keller, R./Truschkat, I. (Hrsg.) (2012): Methodologie und Praxis der wissenssoziologischen Diskursanalyse. Wiesbaden: VS.
- Keller, R./Knoblauch, H./Reichertz, J. (Hrsg.) (2013). Kommunikativer Konstruktivismus. Wiesbaden: Springer.
- Luckmann, T. (2002): Wissen und Gesellschaft. Konstanz: UVK.
- Luhmann, N. (2003): Liebe als Passion. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Oevermann, U. (1981): Fallrekonstruktion und Strukturgeneralisierung als Beitrag der objektiven Hermeneutik zur soziologisch-strukturtheoretischen Analyse. Frankfurt am Main: MS.
- Ortmann, G. (2004): Als Ob. Fiktionen und Organisationen. Wiesbaden: VS.
- Reichertz, J. (2009). Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Wiesbaden: VS.
- Reichertz, J. (2012): Grundzüge des Kommunikativen Konstruktivismus. In: Keller, R./Knoblauch, H./Reichertz, J. (Hrsg.): Kommunikativer Konstruktivismus. Wiesbaden: VS, S. 49–68.
- Reichertz, J. (2015): Communication, Identity, and Power. In: Meusberger, P./Gregory, D./Suarsana, L. (Hrsg.): Geographies of Knowledge and Power. Netherlands: Springer, S. 315–331.
- Reichertz, J./Engell, L. (2014): Das Fernsehen als Akteur und Agent. In: Krotz, F./Despotović, C./Kruse, M.-M. (Hrsg.): Die Mediatisierung sozialer Welten. Wiesbaden: VS, S. 145–164.
- Sennett, R. (1995): Fleisch und Stein. Berlin: Berlin Verlag.
- Tomasello, M. (2002): Die kulturelle Entwicklung des menschlichen Denkens. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Treibel, A. (2009): Die Soziologie von Norbert Elias. Wiesbaden: VS.

Anschrift:

Prof. Dr. Jo Reichertz
Kulturwissenschaftliches Institut Essen
Goethestraße 31
45128 Essen
Jo.Reichertz@kwi-nrw.de