

# Soziale Ordnung durch Kommunikation. Reflexionen eines Wegbegleiters

Gerhard Vowe

## 1 Leitfrage: Wie ist soziale Ordnung möglich?

Es geht im Laufe des Tages um die *Frage: Wie ist soziale Ordnung möglich?* Als gute Frage wirft sie weitere Fragen auf: Wie entsteht soziale Ordnung? Wie vergeht soziale Ordnung? Also: Wie verändert sich die soziale Ordnung?

Die Frage verweist auf Georg Simmel, der vor etwas mehr als 100 Jahren gefragt hat: „*Wie ist Gesellschaft möglich?*“ Dabei hat er Kant im Ohr gehabt, der sich wiederum mehr als 100 Jahre vorher gefragt hat: „Wie ist Natur möglich?“

„Wie ist Gesellschaft möglich?“ – das ist die ureigene *Frage der Sozialwissenschaften*, und der Plural ist vollkommen gerechtfertigt. Denn die Sozialwissenschaften verbindet die gemeinsame Frage, und es unterscheidet sie die Antwort. Die Wirtschaftswissenschaft antwortet darauf „Durch den Markt!“, die Politikwissenschaft antwortet mit „Durch Macht!“, die Soziologie „Durch internalisierte Normen!“. Und es gibt noch viele andere Antworten, wie die der Rechtswissenschaft, der Ethnologie, der Erziehungswissenschaft. Und diejenigen, die mit absolutem Gehör geschlagen sind, die können in diesem Chor sonorer Zurufe auch noch ein zartes Stimmchen vernehmen, das der Kommunikationswissenschaft. Sie trägt bei ein: „Durch öffentliche Kommunikation!“. Diese Antwort hat es in den mir zgedachten Titel geschafft. Da thront sie jetzt und will beachtet sein. Jede dieser Antworten ist berechtigt und kann Argumente ins Feld führen. Jede ist eine spezifische Perspektive auf die Gesellschaft. Die Sozialwissenschaften liefern sich einen mehr oder weniger edlen Wettstreit darum, welche dieser Antworten besser geeignet sei als die jeweils anderen, um gesellschaftliche Phänomene dicht zu beschreiben, schlüssig zu erklären und in Maßen auch vorauszusagen, ohne sich zu blamieren.

Jede der Sozialwissenschaften hat sich um ihren Kernbegriff herum entwickelt und dabei eine Fülle von differenzierten Antworten gebildet. So antwortet ein Teil der Politikwissenschaft auf die Frage mit: Durch legitime Macht! Ein ande-

rer: Durch den Widerstreit der Mächte! Und wieder ein anderer: Durch geteilte Macht! Und das ist die Gegenposition zu der Antwort: Durch absolute Macht!

So haben sich auch in der Kommunikationswissenschaft unterschiedliche Antworten entwickelt. Die möchte ich heute Morgen genauer betrachten und dabei einen Blick auf das *Werk von Otfried Jarren (OJ)* werfen, seinen Beitrag zu dieser Antwort würdigen, auch deshalb, weil es zum Widerspruch anregt – und das ist gut so.

## 2 Sozialwissenschaftliche Paradigmen

Das setzt aber voraus, dass man den sozialwissenschaftlichen Hintergrund noch besser ausleuchtet, die Traditionen kenntlich macht, in der die Antworten stehen. Ich muss das hier zuspitzen auf zwei große Linien, die im 19. Jahrhundert deutlich hervortreten und auseinander streben. Und ich sehe schon, wie sich gleich einige vor Schmerzen winden, wenn sie mit ansehen müssen, wie ich Schneiden durch den 150 Jahre alten Wald der Geistesgeschichte schlage. Aber Sie und ich haben sich dem Format des Halbstundenvortrags zu beugen. Ich kann auch leider nicht noch weiter zurückschauen – Thomas Hobbes bleibt heute im Schrank. Und ich kann auch nicht links und rechts schauen – Durkheim und Foucault, Luhmann und Habermas und noch viele weitere Titanen der Sozialwissenschaft bleiben unbeachtet und weinen bitterlich.

### 2.1 *Die Tradition von Karl Marx: Makrobasierte Antworten*

Eine Tradition der Antwort auf unsere Frage kann auf Karl Marx zurückgeführt werden – sozialphilosophisch der Schöpfer der Kritik der Politischen Ökonomie und politisch der Begründer des Sozialismus.

Seine Antwort ist klar: Die gesellschaftlichen Strukturen sind entscheidend, vor allem die Produktionsverhältnisse. Sie bestimmen die individuellen Handlungen und Entscheidungen – je nachdem, wo jemand in diesen Verhältnissen steht oder sitzt, wird er so oder so handeln, sich dafür oder dagegen entscheiden. Und hinter den Strukturen waltet das Gesetz der Geschichte. Hier ist Fortschritt in das Modell eingebaut und macht es dynamisch. Und soweit die Menschen das Gesetz erkennen, können sie es umsetzen, also tätig werden.

Dieses Paradigma der starken Strukturen und der schwachen Menschen hatte und hat seine Anhänger. In der Nachfolge haben sich Denksysteme entwickelt, aus denen das Individuum weitgehend verschwunden ist – von Parsons bis Luhmann.

## 2.2 Die Tradition von John Stuart Mill: Mikrobasierte Antworten

Ganz anders der Zeitgenosse von Marx, *John Stuart Mill* – philosophisch mit seinem Vater, James Mill, einer der Väter des Utilitarismus und politisch der Begründer des Liberalismus. Es liegt nicht nur an der wesentlich weniger eindrücklichen Haarpracht von Mill, dass das Antlitz von Marx uns wesentlich vertrauter ist und sogar einige Jahrzehnte lang einen deutschen Geldschein geziert hat – allerdings einen mit begrenzter Konvertibilität. Für Mill sind die Handlungen der Individuen maßgebend. Aus deren Entscheidungen erwachsen die Strukturen. Deshalb bedrängt ihn eigentlich eine andere Frage als uns heute: Wie ist das Individuum möglich? Inmitten von Ordnung? Umringt von Strukturen? Geknechtet von der „Tyrannei der Mehrheit“? Da sind wir bei Jeremy Bentham und seiner Dystopie des Panoptikums – der allseitigen und allzeitigen Beobachtung des Einzelnen durch die Gesellschaft.

In diesem *Denkmuster* gehen die Strukturen auf Handlungen zurück. Sie tun das positiv: Denn wenn die unendlich vielen Einzelentscheidungen und Einzelhandlungen die überkommenen Strukturen bestätigen, den Normen folgen, Rollenvorgaben akzeptieren, dann haben Strukturen Bestand. Und sie tun es negativ: Denn wenn die einzelnen Handlungen aber von den Normen abweichen, in nennenswerter Zahl und in eine ähnliche Richtung, dann ändern sich allmählich die Strukturen. Die Kausalität wird also genau andersherum gesehen als im Marxschen Denken: Sowohl Kontinuität als auch Veränderung werden aus den Individuen heraus erklärt. Auch das hat eine Tradition begründet, die bis heute fortgeschrieben wird. Ich kann hier nur zwei Glieder aus dieser Kette herausgreifen – sicher nicht die schwächsten.

Das eine Glied ist *Max Weber*: Ein Denkmuster mit klarem Aufbau, wie ein physikalisches Modell. Das „Atom“ der Gesellschaft ist die soziale Handlung, die dem Sinn nach auf Andere bezogene Handlung. Aus Handlungen ergeben sich Interaktionen, aus Interaktionen ergeben sich soziale Beziehungen, aus sozialen Beziehungen entsteht Ordnung. Alle Institutionen wie Staat, Kirche, Ehe, Presse sind nicht mehr und nicht weniger als eine „Chance“, dass ein bestimmtes soziales Handeln stattfindet. Sie haben keine Substanz, sie bestehen in soziologischer Sicht aus dem jeweiligen spezifischen Sinngehalt, den Menschen ihren Interaktionen unterlegen. Ohne diese stetige Bestätigung in Interaktionen gibt es diese Institutionen nicht. Wenn Menschen nicht mehr entsprechend handeln, dann verschwinden die Institutionen. Keine Zeitung ohne Leser, ohne Menschen, die das Zeitung Lesen praktizieren. Keine Kirche ohne Gottesdienst mit seinen verteilten Rollen und den Menschen, die in diese Rollen schlüpfen und die Handlungen vollziehen. Ordnung ist dann eine hinreichend große Chance der Orientierung in diesen Interaktionen. Wenn ich in einer Beziehung mit gewisser Sicherheit ein bestimmtes Handeln erwarten kann – das ist Ordnung! Ordnung

wird also in den Köpfen begründet und gefestigt und verändert und beendet, nicht im Gesetzbuch oder im Gebetbuch.

Das andere Kettenglied ist *George Herbert Mead*. Verständigung ist sein Schlüsselkonzept für Ordnung. Wir sind in der Lage, uns in die Position des Anderen hineinzusetzen und uns mit seinen Augen zu betrachten – ein je nach Naturell erschreckender oder erhebender Blick. Darüber wird das Handeln wechselseitig antizipierbar. Wir integrieren uns über Sprache und bilden generalisierte Erwartungen an einen generalisierten Anderen. Gesellschaft wird so als eine universale Kommunikationsgemeinschaft gesehen, die sich in den unzähligen Kommunikationsakten aktualisiert - so wie das Ökosystem sich in der Unzahl von Stoffwechselprozessen immer wieder aktualisiert.

Soweit der Hintergrund mit den zwei Paradigmen – der mikrobasierten Antwort und der makrobasierten Antwort. Leicht zu merken: Mikro – Mill, Makro – Marx.

Mit den beiden Mustern ist es wie in einem *Kippbild*. Wenn man sich die eine Sichtweise angewöhnt hat, kann man die andere Sichtweise nicht sehen. Und man spürt bei solchen „Vexierbildern“, wie sich das Hirn mit allen Nerven sträubt, wenn es sich auf die andere Sichtweise einlassen soll.

### 3 Die Antwort von Otfried Jarren: die publizistische Pyramide

Otfried Jarren hat der kommunikationswissenschaftlichen Antwort Statur verschafft, ihr ein festes Fundament gegeben. In **Kurzform**: Soziale Ordnung entsteht durch öffentliche Kommunikation – und deshalb braucht diese öffentliche Kommunikation eine Ordnung!

Ihn hat das Problem der Ordnung der Kommunikation und durch Kommunikation immer interessiert, geradezu fasziniert (Jarren, 2013, S. 31). Warum ihn das so fasziniert, das weiß ich nicht. Ich sehe keinen *biografischen Hintergrund* im Sinne einer furchtbaren Erfahrung von Zusammenbruch.

Das Verhältnis von Ordnung und Kommunikation behandelt er auf *drei Ebenen* – nein, nicht Mikro-, Meso-, Makroebene. Otfried interessiert die Mikroebene nicht, das ist „klein-klein“, oder wie er in Gutachten gern schreibt: „arg kleinteilig“, etwas für die Forscher in Kitteln mit Pepitamuster. Er kombiniert diverse Meso- und Makroebenen.

### 3.1 *Basis: Ordnung der Kommunikation durch Medien*

Die Basis der Pyramide: das ist die Ordnung der Kommunikation durch Medien. Erst vor kurzem, in seiner Rede zum Dies academicus an dieser Universität in diesem Saal, hat OJ die erste Ebene ausführlich behandelt und dabei dargelegt, wie die enorme Komplexität gesellschaftlicher Kommunikation durch Medien scharf reduziert wird. Medien geben der Kommunikation Struktur, und zwar in mehrerer Hinsicht. Er unterscheidet dabei verschiedene Aspekte. Der zeitliche Aspekt: Medien sind Taktgeber, Dirigenten der gesellschaftlichen Kommunikation. Der sachliche Aspekt: Sie geben den Ton an, setzen Themen und Deutungen. Der soziale Aspekt: Sie zeigen uns fokussiert die Anderen. Und der räumliche Aspekt: Sie grenzen die Kommunikationsräume ab. Sie sorgen also für Übersicht.

### 3.2 *Mitte: Ordnung der Medien durch Medienpolitik*

Auf einer zweiten Ebene hat ihn immer beschäftigt, wie die Medien ihrerseits durch *Medienpolitik* geordnet werden. Da ist bei ihm in den letzten 20 Jahren eine markante Entwicklung zu beobachten. Eine Entwicklung, kein Turn, kein Damaskus. Aus Saulus ist nicht Paulus geworden und aus Gottfried kein Otfried. Einen habe ich noch! Vielmehr sehen wir fließende Übergänge – beeinflusst durch den jeweiligen Kontext, und das ist bei ihm immer ein bestimmtes soziales Umfeld: Kollegen, Mitarbeiter, Promovenden. Wie alle vernünftigen Professoren lernt OJ mehr von seinen Mitarbeitern als sie von ihm. Und dadurch ändern sich seine Positionen und er selbst.

Ein Blick zurück macht diese Entwicklung nachvollziehbar: Man sollte sich vergegenwärtigen, dass Otfried Jarren in einer Medienwelt *groß geworden* ist, die durch einige wenige Anbieter dominiert war: eine örtliche Zeitung; einige überregionale Presseangebote – nicht überall und nicht immer greifbar, dafür kostspielig; drei Fernsehprogramme und einige Hörfunksender. Das alles sauber durchstrukturiert und politisch eng kontrolliert, denn die wenigen Medien galten als mächtig.

*Akademisch sozialisiert* wurde er im Münster der 70er und im Berlin der 80er Jahre. Wissenschaft und Universität waren in den Nach-68er-Jahren bis ins Mark politisiert. Das politische Spektrum war ausgesprochen vielfältig, allerdings etwas verschoben: Den ultrarechten Rand bildete die linke Sozialdemokratie. In dieser Zeit dominierte ein stark strukturorientiertes Denken. Die Strukturen waren fassbar – das waren Gesetze, Programme, Schranken, Budgets, Bauten, Wege, Einrichtungen, Infrastruktur. Strukturen waren mächtig, aber sie galten als langfristig veränderbar, und darüber konnten sogar die Menschen verändert wer-

den. Anders herum zu argumentieren, also Strukturen als Folge der Entscheidungen von Individuen zu begreifen, wäre uns gar nicht in den Sinn gekommen. Mit einer solchen Auffassung wäre man bestenfalls Studienrat in Remscheid-Lennep geworden und mit 60 dann Oberstudienrat.

Medienpolitisch war für ihn damals ein *Steuerungsmuster* maßgebend. Das war geprägt von Wolfgang Hoffmann-Riem im Hamburg der ausgehenden 80er Jahre. Wenn das Ruhrgebiet die Herzkammer der deutschen Sozialdemokratie ist, dann ist Hamburg ihr Kleinhirn – Ort des kühlen Abwägens und Entscheidens. In diesem Muster ging es darum, wie man Medien und damit die Öffentlichkeit und darüber die Gesellschaft steuert. Ein klassischer Top Down-Ansatz.

Zu Beginn der 90er Jahre setzte bei OJ ein Ablösungsprozess ein. Statt gesteuert sollte nun reguliert, dann nur noch „co-reguliert“ werden, es wurde die Selbstregulierung reguliert, also dafür gesorgt, dass sich der Medienbereich selbst ordnet. Daraus erwuchs ein *Governance-Muster*. Von Government zu Media-Governance. Das Muster hat wieder mehrere Aspekte

*Wer sind die Governance-Akteure?* Organisationen, vor allem die Intermediäre. Nicht Staat, nicht Bürgerschaft – sondern die Mittler sind die Träger der Regulierung. Dazu gehören Leitmedien, Selbstorganisationsinstanzen wie Presseräte, Aufsichtsorgane, die Professionen und ihre Verbände. Sie bilden Kommissionen, die selbst wieder zum Akteur werden, wenn es der Vorsitzende denn will und kann.

*Wie wird reguliert?* Durch Kommunikation und Information. Auf Verhandlungsforen werden die relevanten Akteure eingebunden, auf übergreifende Ziele verpflichtet, auf verbindliche Orientierungen. Da wird verhandelt, aber es wird auch um vernünftige Lösungen gerungen – stimuliert durch Wissenstransfer aus der Wissenschaft und aus anderen Praxiskontexten.

*Um wen geht es?* Vor allem um die *Journalisten* – die Kärner der öffentlichen Kommunikation. Es geht weniger um die Öffentlichkeitsarbeiter – nicht unwichtig, aber die betreiben von Partikularinteressen geleitete persuasive Kommunikation, da müssen einige Rahmenbedingungen reichen. Es geht überhaupt nicht um Unterhaltung oder gar um Werbung. Das liegt weit außerhalb des Gesichtsfelds von Media Governance.

*Was ist der Inhalt?* Governance-Strukturen sollen dafür sorgen, dass sich der Medienbereich selbst beobachten kann. Dieser Spiegel kann institutionalisiert werden – als Medienobservatorium, als Stiftung Medientest, als Medienkritik, als Medienjournalismus, auch als Medienberatung durch die Kommunikationswissenschaft.

### 3.3 Spitze: Ordnung der Medienpolitik durch publizistische Orientierung

Das Wozu, die Frage nach den Zielen von Governance, führt zu einer dritten Ebene, zur Spitze der Pyramide. Auch Medienpolitik ist ein sehr unordentliches Terrain. Da versuchen die Akteure, ihre Partikularinteressen durchzusetzen, ohne Gewähr, dass sich dabei das Gemeinwohl durchsetzt. Und so hat er immer auch eine dritte Ebene für unbedingt notwendig gehalten, auf der geklärt wird, wie die Medienpolitik ihrerseits geordnet werden könnte, und zwar durch die *Orientierung auf übergreifende Ziele*, die in Normen kristallisieren. Medienpolitik soll ihrerseits darauf verpflichtet werden, *publizistische Ziele* zu sichern: Vielfalt, Offenheit, Zuverlässigkeit und vor allem Relevanz für die Selbstbeobachtung der Gesellschaft. Er will Medienpolitik nicht auf substantielle politische Werte verpflichten, also auf soziale Gerechtigkeit oder wirtschaftliche Prosperität oder Nachhaltigkeit. Vielmehr sollen die Medien verlässlich und offen das Zeitgespräch organisieren, in dem die Gesellschaft über Werte und Ziele und Wege debattiert. Es ist keineswegs selbstverständlich, dass Medien publizistische Funktionen in hinreichendem Maße erfüllen. Das muss politisch gewollt und aktiv gesichert werden. Und es ist auch nicht selbstverständlich, dass Medienpolitik sich dieser Sicherung verpflichtet fühlt, und nicht wirtschaftlichem Wachstum oder parteipolitischer Einflussicherung.

Sein Credo: Leitbild für die Medienpolitik sollte eine öffentliche Kommunikation sein, die sich um die *public affairs* zentriert, als das noch kein Deckname für „Lobbying“ war – also um die öffentlichen Angelegenheiten. Eine öffentliche Kommunikation, die im *public interest* fungiert und die nicht nur das *interest of the public* bedient, aber auch nicht nur das *interest of the public service* – die Eigeninteressen der Gemeinwohlindustrie.

In dem Zusammenhang ist bemerkenswert, dass OJ diese klare Relevanzzuweisung auch selbst konsequent praktiziert. Im Mittelpunkt seiner persönlichen Mediennutzung stand und steht die Zeitung – überregional und Qualität, erst FR, dann SZ, nun FAZ und NZZ, man wird ja nicht jünger, flankiert früher vom Spiegel, nun von der Zeit. Und darin das, was wichtig ist: Der Sportteil bleibt ungelesen, die Seite „Aus aller Welt“, für viele das Schönste an der Zeitung, der gepflegte Boulevard, wird von ihm argwöhnisch beim Umblättern gescannt. Im Fernsehen das Nötigste: Nachrichten. Unvorstellbar, dass Annette und er einen ganzen Sonntag mit Binge-Watching verträdeln, also mit Koma-Gucken, sich eine Folge „Breaking Bad“ oder „Mad Men“ nach der anderen reinziehen. Im Hörfunk das Allernötigste, nämlich Antworten auf die bange Frage: Stau am Gottard? Im Internet Medienpolitik, Wissenschaftspolitik, Universitätspolitik. Wer im Kommunikationsnetz von OJ zappelt, hat alle zwei Tage einen Stapel NZZ-Ausschnitte durchzuarbeiten, aber er bleibt von Weiterleitungen von Clips ver-

schont, bekommt also keine ulkigen Videos mit stolpernden Politikern oder singenden Teetassen. Danke für beides – für das Tun und für das Unterlassen.

Diese publizistische *Pyramide*, in der es unten noch wabert und brabbelt und nach oben hin immer klarer und reiner wird, das ist Otfrieds Antwort auf unsere Leitfrage. Die Strukturierung der kommunikativen Strukturen – das ist ausschlaggebend für die Ordnung der Gesellschaft. Und er hat das nicht nur erforscht, sondern sein Wissen stets zu *vermitteln* gewusst – durch öffentliche Positionierung, durch Politikberatung, durch praktisches Tun.

Die Pyramide ist die bis heute für ihn maßgebende Sichtweise. Allerdings hörte man im Dies-Vortrag dieses Jahr *neue Töne*: Da ist die Rede von einer „Kommunikationsordnung bottom up“. Das Kommunikationssystem werde nunmehr stärker durch die „Übernahme von Verantwortung durch den Einzelnen“ geprägt, die Ordnung der Zukunft liege „wohl in unser aller Händen“; „(wir) gestalten die Ordnung mit, durch unser Mitmachen oder Unterlassen und durch unser Nutzungsverhalten“ (Jarren, 2013, S. 41). Hier klingt eine Wir-Perspektive an, man kann sogar ein „Ich“ heraushören. Individuelle Entscheidungen rücken in den Mittelpunkt. Deutet sich hier etwa ein Übergang zu einer Mikroperspektive an? Das wäre ein langer Weg von Karl Marx zu Max Weber. Von John Stuart Mill wäre es wesentlich kürzer gewesen, aber die *Diretissima* wäre nicht so dick mit Drittmitteln gepflastert gewesen. Wobei deutlich zu sagen ist, dass Drittmittel für OJ immer Mittel zum Zweck waren und sind, und zwar zu dem Zweck, Mitarbeitern Möglichkeiten zu eröffnen.

#### 4 Eine komplementäre Sicht: Face to Face!

An dieser Andeutung eines Perspektivenwechsels möchte ich anknüpfen, denn dabei wird eine komplementäre Antwort auf die Leitfrage sichtbar. In dem Kippbild kann man nicht nur eine Vase sehen, sondern auch ein Gegenüber von zwei Gesichtern. Und so kann man auch die Frage nach der Ordnung anders beantworten: Face to face oder für die Gallophilen unter ihnen: *vis á vis*. Dadurch wird die erste Antwort nicht falsch! Man kann nicht bestreiten, dass da eine Vase zu sehen ist; aber man kann bestreiten, dass da nur eine Vase zu sehen sei. Wir können auch zwei Gesichter sehen. Und die mache ich jetzt stark! Als eine auch mögliche Antwort auf die Frage nach der Ordnung, als Komplement zur Pyramide.



#### 4.1 *Ordnungen entstehen aus Beziehungen!*

Erster komplementärer Aspekt: Man kann das Verhältnis der Pyramidenebenen ja einmal im Geiste umdrehen. Die Ordnung als Folge von Beziehungen denken! Dann sieht man, wie aus Kommunikationen die Medien entstehen. Und aus den Medien die Medienpolitik. Und aus der Medienpolitik die Orientierung.

Komplementär zu einem Makroansatz ist ein Ansatz, in dem die Kommunikationsakte zum Movens werden – der Strukturen und ihrer Veränderung.

Wie kann man das plausibilisieren? Nehmen Sie die rasante Veränderung des deutschen Parteiensystems: Worauf gehen Aufstieg und Niedergang von Parteien zurück? In Deutschland zuletzt der Piraten oder der FDP? Dies resultiert aus den aggregierten individuellen Wahlentscheidungen und der damit verbundenen Kommunikationen! Oder sehen Sie einmal die Veränderungen von Mediensystemen aus dieser Position: Das allmähliche Verschwinden der gedruckten Zeitung aus der öffentlich sichtbaren Kommunikation geht auf Einzelentscheidungen zurück – von potentiellen Lesern, von Werbetreibenden, von Journalisten, von Künstlern. Oder erinnern Sie sich, wie und woran ganze politische Systeme zusammenbrechen: Der arabische Frühling oder die Transformationen vor 25 Jahren im ganz nahen Osten. Da springen doch die Kommunikationsaktivitäten als Treiber ins Auge. „68“ ist eine biografische Landmarke, eine andere ist „89“. Von diesem Einschnitt bin ich sehr viel stärker geprägt als Otfried. Ich habe miterlebt, wie ein politisches System zusammenbricht, und zwar nicht von außen verursacht, sondern von innen – durch Kommunikation!

Das alles sind aus meiner Sicht schlagende Beispiele dafür, wie sehr Systeme und Strukturen und Ordnungen von der Akzeptanz durch Individuen und Gruppen abhängen – und das bedeutet aus unserer Sicht: wie sehr sie von deren Kommunikation abhängen. Denn unser Ansatzpunkt sind nicht die individuellen Entscheidungen und Handlungen, denn wir sind keine Psychologen, vielmehr ist unser Ansatzpunkt die individuelle Kommunikation, die aufeinander bezogenen Kommunikationsaktivitäten.

Sicherlich kann man '89 auch als einen Strukturwandel sehen, aber erklärt das eine Revolution? Viel schlüssiger ist, wenn man die Kommunikationsnetze in den Mittelpunkt rückt – und deren Dynamik! Dann erst sieht man eine unabhängige Variable, eine Kraft, die Entwicklungen vorantreibt, auch schub- und ruckweise.

#### 4.2 *Strukturen sind dynamisch!*

Daher die zweite Anregung zur Komplettierung des Bildes. Und diese Anregung kann durch ein Standbild nicht visualisiert werden: Man sollte nicht nur nach der

Ordnung fragen, sondern auch nach der Veränderung von Ordnung. Man sollte auch die Dynamik aus der Interaktion erklären.

Dann landet man schnell beim generellen sozialwissenschaftlichen Erklärungsmodell, in der Mikro-Ebene und Makro-Ebene integriert werden, der berühmten Badewanne. Aus dem Verhalten der Einzelnen ergeben sich über Aggregation Strukturen, die wiederum die Aktivitäten prägen. In dieses Erklärungsmodell ist der Wandel eingebaut.

#### 4.3 *Modelle müssen sich empirisch bewähren!*

Der dritte komplementäre Aspekt führt zum Anfang zurück. Wir stehen im Wettstreit mit anderen Sozialwissenschaften. Für diesen Wettstreit gibt es Regeln, methodische Regeln: intersubjektive Gültigkeit durch Transparenz, Kausalität als dominantes Erklärungsmuster, inkrementelles Vorgehen. Kommunikationswissenschaftliche Ansätze werden sich bewähren, wenn sie erfolgreich erklären. Wir sollten also immer auch die methodische Umsetzbarkeit im Auge behalten. Wie kann man die Erklärungsmodelle testen? Sie müssen an der empirisch messbaren Realität scheitern können.

Wir haben die Instrumente und Verfahren für solche Tests: Experimente, Analysen von Kommunikationsnetzen. Medieninhaltsanalysen. Beobachtung von Kommunikationsprozessen - und das alles nun auch mit tatkräftiger Hilfe des Internets. Alles das bietet Antworten auf die Frage, was mehr vom Gesamtbild zeigt. Allerdings: Und wenn unsere Grundeinheit der Kommunikationsakt ist, dann ist es verblüffend, wie sehr wir bislang auf die Befragung einzelner Individuen und die isolierte Analyse von Texten als Datenquellen setzen.

## 5 Fazit: Kommunikation als Schlüssel!

Sicher, die beiden Sichtweisen sind komplementär! Strukturen und Beziehungen ergänzen sich zu einem Bild. Und ob man nun sein Augenmerk eher darauf richtet, wie die Strukturen die Handlungen prägen, oder darauf, wie die Handlungen die Strukturen prägen. Die Kommunikation ist der Schlüssel.

Wir haben den Schlüssel zur Beantwortung der Frage in der Hand: Wie ist Gesellschaft möglich? Durch Kommunikation oder präziser durch öffentliche Kommunikation! Aber was machen wir mit diesem Schlüssel? Alles Mögliche, aber nicht die Tür aufschließen. Wir wedeln damit in der Luft herum, zeigen ihn stolz herum, hängen bunte Schildchen dran, versuchen darauf zu pfeifen, benutzen ihn als Waffe, probieren mal, ob er hier passt oder da, verlieren dann schnell

die Lust und legen ihn wieder in die Schublade. Wir machen alles Mögliche mit dem Schlüssel, nur eines will uns nicht gelingen: Ihn richtig herum in das Schloss zu stecken und die Tür aufzusperren.

Und nun ist es höchste Zeit, an jemanden zu erinnern, von dem es mir in der Seele weh tut, dass er nicht hier an meiner Stelle steht oder in der ersten Reihe sitzt, an Ulrich Saxer – viel mehr als ein Wegbegleiter, vielmehr einer Deiner Wegbereiter. Er hat gewusst, dass die Zeit knapp bemessen ist, die uns bleibt, um den Schlüssel in das richtige Schloss zu stecken.

Unsere Zeit ist knapp, man muss sich immer wieder neu entscheiden, wofür man sie verwendet. Otfried Jarren hat sich entschieden, einen großen Teil seiner Zeit darauf zu verwenden, Anderen Möglichkeiten zu eröffnen. Ich kenne persönlich niemanden, der in dem Maße wie er Anderen Chancen geboten hat, beispielsweise dadurch, dass er die Universität neu denkt, aber ihre Mitglieder daran teilhaben lässt und sie mitnimmt. Er baut Brücken, über die Andere dann gehen. Die sind ihm mehr oder weniger dankbar – manche mehr, wie man an diesem Kolloquium sieht, manche weniger, wie man an den Abwesenden sieht. Gegen Enttäuschungen ist er mittlerweile besser als früher gefeit. Dem Himmel und seiner Frau Annette sei Dank, er ist darüber nicht zynisch geworden. Das Eröffnen von Möglichkeiten als eigentlicher Sinn – das ist im Übrigen der Kern liberalen Denkens!

Wie kommen wir in der Schlüsselfrage weiter – und bei der viel wichtigeren Frage: Wie komme ich endlich zum Schluss? Die Antwort verbindet sich mit einem Dilemma. Denn bei einem Anlass wie diesem stellt sich immer die leidige Frage des Geschenks. Das wäre eine eigene Darbietung wert, für die hier leider, leider kein Platz ist. Ich möchte dies aber mit meinen bisherigen Überlegungen verknüpfen und mache einen Vorschlag für ein Kollektivgeschenk.

Ich schlage ein Preisausschreiben vor. Nein, zu gewinnen gibt es da keine altersgerechten Präsente wie eine Kreuzfahrt oder eine Rheumadecke, sondern es gibt ein Preisgeld und vor allem Anerkennung. Und beides gebührt dem, der die überzeugendste Antwort auf eine Frage liefert. Diese Frage könnte z. B. sein: „Warum verschwindet die Zeitung aus der öffentlichen Kommunikation?“ Oder: „Wie kann die Viralität politischer Botschaften im Netz gemessen werden?“ Oder: „Was ist der entscheidende Unterschied zwischen der Logik von Fernsehmedien und der Logik von Online-Medien?“ Oder, oder, oder.

Ein solches Preisausschreiben ist keineswegs neu, das hat Tradition. Diese Tradition wurzelt in der Aufklärung. Die Akademie von Dijon hat 1754 die Frage gestellt: „Welches ist der Ursprung der Ungleichheit unter den Menschen, und ist sie durch das natürliche Gesetz gerechtfertigt?“ Daraufhin hat ein gewisser Jean-Jacques Rousseau in seiner eingesandten Antwort eine Sozialtheorie entwickelt. Oder – anderes Beispiel: Im Millenniumsjahr 2000 wurde ein enormes Preisgeld für die Lösung der sieben wichtigsten ungelösten mathematischen

Probleme ausgelobt, darunter für den Beweis der Poincaréschen Vermutung. Bei diesem Beweis ist der russische Mathematiker Grigori, genannt Grisha, Perelman mir um Nasenlänge zuvor gekommen. Das Preisgeld von 1 Million Dollar für den Beweis hat er ausgeschlagen und ist stattdessen zu seiner Mutter gezogen und fortan verstummt – drei Entscheidungen, die Otfried als „sehr speziell“ einordnen würde.

Ein drittes Beispiel läuft derzeit, es ist die Ausschreibung der „X-Price-Foundation“, bei der dasjenige Institut 10 Millionen \$ bekommt, dem es gelingt, das Genom von hundert über Hundertjährigen vollständig, präzise und effizient zu sequenzieren. Dieser Datensatz wird die demografische Welt aus den Angeln heben!

Diese Art der Erkenntnisförderung durch öffentlichen Wettbewerb hat also Tradition und ist lebendig, nur nicht in der Kommunikationswissenschaft. Deshalb schlage ich vor, wir sollten eine solche Tradition begründen. Es ist noch eine Idee zu früh und der Jubiliar noch zu fit, um dies die „Otfried-Jarren-Preisfrage“ nennen zu dürfen, aber wir sollten die Gelegenheit heute dazu nutzen, eine Preisfrage ins Leben zu rufen, durch die kommunikationswissenschaftliche Antworten auf Schlüsselfragen gewonnen werden. Mein Beitrag besteht in einem Anteil des Preisgeldes, ich denke da an einen niedrigen dreistelligen Betrag und in der Ausarbeitung einer Satzung dafür, deren Seitenanzahl ebenfalls im niedrigen dreistelligen Bereich liegt. Voraussetzung ist, dass sich der eine oder andere Mitstreiter dafür findet, und dass auch Du daran ein wenig Freude hast. Also auch hier: Wir können eine Strukturbildung anstoßen, aber sie wird nur Bestand haben, also Struktur werden, wenn sie von der Kommunikation einer hinreichenden Zahl von Menschen, in dem Falle von Mitgliedern der Fachgemeinschaft, getragen wird.

Ihnen allen herzlichen Dank für Ihre Geduld und Dir schon einmal heimlich vorab der innige Wunsch: „Viel Glück und viel Segen auf all deinen Wegen - Gesundheit UND Frohsinn sei auch mit dabei.“

## Literatur

Jarren, Otfried (2013): *Ordnung durch Medien? Rede des Prorektors gehalten am Dies academicus 2013.*