

**Stefanie Averbeck-Lietz: Soziologie der Kommunikation:  
Die Mediatisierung der Gesellschaft und die Theoriebildung  
der Klassiker**

Berlin/Boston: de Gruyter 2015, 284 S., ISBN 9783486588514,  
EUR 29,95

Können sogenannte Klassiker der Sozialwissenschaften soziale Kommunikation – verstanden als „Humankommunikation“, mithin „als basaler Prozess menschlichen Seins“ (S.8) – zumal vor dem Hintergrund des tiefgreifenden Medienwandels des 20. Jahrhunderts erklären? Können sie sogar für gegenwärtige Transformationen, insbesondere für das vielfach strapazierte Konzept der Mediatisierung, hilfreich sein? Nicht zum ersten Mal wird diese Frage so oder ähnlich in der Kommunikationswissenschaft gestellt, wie Stefanie Averbeck-Lietz in ihrer Einleitung ein-

räumt. Offensichtlich werden vielfach Haltepunkte, Wegmarkierungen und Gewährsleute einer Disziplin gesucht, die inzwischen so gefragt ist wie kaum eine andere Sozialwissenschaft.

Acht Jahre hat die Autorin an ihrem Opus gearbeitet. Als eindrucksvoll belesen weist sie sich darin aus, mit souveränem Gestus fügt sie Zusammenhänge und Belege an, leistet sich auch weitschweifige Exkursionen, die bei der entsprechend schwierigen Lektüre nicht alle nachvollzogen werden können. Prinzipiell strebt Averbeck-Lietz eine handlungstheoretische Grund-

legung sozialer Kommunikation, die durch Massenmedien vergesellschaftet und öffentlich ist, in systematischer wie in historischer Perspektive an. Mithin begreift sie ihr Werk als ebenso systematischen wie historischen Beitrag für die einschlägigen Sozialwissenschaften, ohne sich nur auf einzelne Theoretiker zu kaprizieren oder auch eine kompakte Kommunikations- und Mediengeschichte zu verfassen. Die konkurrierende Systemtheorie werde nicht ignoriert, aber nicht expliziert, sondern nur „in Abgrenzung von handlungstheoretischen Positionen“ (S.5) bemüht. So gelinge auch „epistemologisch“ der „Schulterschluss zur handlungstheoretisch begründeten Mediatisierungsforschung“ (S.4), kündigt die Autorin an – was sich leider am Ende nicht bestätigt.

Natürlich steht und fällt eine solche Klassiker-Exegese mit der Wahl der Repräsentanten. Die Autorin entscheidet sich recht traditionell, national orientiert und historisch. zuerst für den Protagonisten einer Presse-soziologie Max Weber, dann für den Begründer einer ‚Öffentlichkeitssoziologie‘ Ferdinand Tönnies und seinen Schüler Ern(e)st Manheim. Es folgen Jürgen Habermas als Begründer einer Theorie von Öffentlichkeit und ihres Strukturwandels, aber auch als universaler Theoretiker des kommunikativen Handelns sowie Thomas Luckmann als Vertreter des Sozialkonstruktivismus. Ohne Frage beeindruckt jeweils, wie gezielt und profund die Autorin in das jeweilige Werk eingedrungen ist, welche Zusammenhänge und Querverweise sie aufzeigt und welche Schluss-

folgerungen sie zieht. Aber sie irritiert auch an etlichen Stellen, wenn sie an den Klassiker-Texten kleinlich kritisiert und korrigiert, womit sie sich weit von ihrem Ziel der Theoriebildung entfernt; so etwa, wenn sie Habermas Lücken in der Pressegeschichte des 17. und 18. Jahrhunderts und „Fehlschlüsse“ (S.163) vorhält.

Für ihre Darstellung bedient sich Averbeck-Lietz didaktischer Hilfsmittel aus der Wissenssoziologie, nämlich Kästen, Abbildungen, Schemata und sogenannten „Denkmotiven“ (S.11) als konzeptionellen Orientierungen, mit denen sie die von ihr gewählten zentralen Paradigmen der Werke erschließt und damit Lesehilfen bereitstellt. Die braucht es bei besagter Dichte des Dargestellten und den diversen Assoziationsgeflechten auch. Am Ende mündet jedes Kapitel in eine ebenfalls gesetzte „Anwendung“; sie führt etwa bei Manheim in die „Öffentlichkeit in der späten DDR“ (S.132ff.), ihre ideologische Programmatik, aber auch gegen-teiligen Realitäten – eine Wahl, die nicht ohne weiteres nachzuvollziehen ist. Didaktisch einleuchtender wäre es gewesen, wenn Averbeck-Lietz jeweils eine kompakte (Zwischen-)Bilanz für die eingangs gestellten theoretischen Ziele und Fragen formuliert hätte, so dass die von ihr angestrebte Theoriebildung sukzessive an den Theorien der Klassiker hätte wachsen und differenziert werden können.

So fällt es schwer, den nötigen Überblick zu behalten, wenn die Autorin im letzten Kapitel ein „kommunikationshistorisches und -soziologisches Fundament“ (S.231) für den allenthal-

ben diagnostizierten Metaprozess der Mediatisierung zu legen beansprucht. Den sieht sie neben Globalisierung und Ökonomisierung im basalen Wandlungsprozess mindestens seit der Moderne. Besagte Theoretiker führt sie sodann als beobachtende Zeitzeugen an: Weber für die Rationalisierung in der Moderne, zusammen mit Industrialisierung, Urbanisierung und Massenpresse, Tönnies für Globalisierung und transnationale Tendenzen in der Meinungsbildung, Manheim für die „Mediatisierung menschlicher Unmittelbarkeitsbeziehungen“ (S.237), Habermas für die Ökonomisierung öffentlicher Kommunikation und die Suche einer relativ authentischen

Lebenswelt und schließlich Luckmann für die kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit, die sich als mediale Institution von den Individuen zunehmend entfernt und verdinglicht. Im Ganzen empirisch prüfen lasse sich die Mediatisierung als Metaprozess nicht, konzediert die Autorin in ihrem Schlusswort (vgl. S.248); aber um zu sondieren, wie „mediatisierte Phänomene“ (ebd.) sich möglicherweise erforschen lassen, sei die Klassikerlektüre hilfreich. Dies herauszuarbeiten, ist ihr partiell gelungen, wäre aber insgesamt noch präziser und pointierter zu beweisen gewesen.

*Hans-Dieter Kübler (Werther)*