

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

Beitrag aus Heft »2010/01: Musik – Die schönste Nebensache«

Ob am eigenen Leib erfahren oder als weitverbreitete Grundregel akzeptiert, wer kennt nicht Watzlawicks berühmte Erkenntnis, dass man nicht nicht kommunizieren kann? Jo Reichertz, Professor für Kommunikationswissenschaft und Experte im Bereich der hermeneutischen Wissenssoziologie, entwickelt diesen Gedanken zur kommunikativen Interaktion in seinem Lehrbuch Kommunikationsmacht weiter. Den Autor interessiert nicht, wie es dazu kommt, dass Dinge, die ausgesprochen werden, verstanden und ausgeführt werden. Vielmehr liegt sein Augenmerk darauf, wie es dazu kommen kann, dass gesagte, aber auch ungesagte Worte so große Wirkung und Macht haben können, wenn keine Sanktionen angedroht werden und Herrschaft und Charisma keine Rolle spielen. Dies beinhaltet die Frage, welchen Einflüssen Kommunikation eigentlich unterlegen ist. Das Buch ist in zwölf Kapitel eingeteilt und richtet sich an Interessierte aus Politik, Gesellschaft und Medien, Kulturwissenschaft, Philosophie, Psychologie und Soziologie. Mit praktischen Beispielen wird bereits im ersten Kapitel Interesse geweckt, die Vielfalt der Kommunikation genauer zu betrachten. In verständlicher Sprache nimmt Jo Reichertz

Kommunikationstrainings, Rhetorik und allgegenwärtige Grundannahmen der Kommunikation

kritisch unter die Lupe. Aber auch Kommunikationswissenschaft, Kommunikationsforschung und Sozialforschung werden strukturiert und anschaulich erklärt, um deren Bedeutung für das Verstehen und Anwenden kommunikativen Verhaltens zu veranschaulichen. Der allgegenwärtige Begriff der Kommunikation wird genau analysiert, hinterfragt und nicht isoliert betrachtet. Reichertz' zentrales Interesse bleibt dabei die Untersuchung, Beschreibung und Erklärung von der Wirkung und Macht der Sprache. Exemplarische Fallstudien, historische Rekonstruktionen, strukturierte Überlegungen und zeitdiagnostische Analysen sollen als Werkzeug dienen. Kommunikation wird in diesem Buch als ein mentales und soziales Phänomen beschrieben und kann somit nicht allein auf das gesprochene bzw. gehörte Wort reduziert werden. Auch die Begriffe Wirkung und Macht können nicht einzeln betrachtet werden. So wird unter anderem die Bedeutung der Identität im Prozess der Kommunikation in den Vordergrund gerückt. Jo Reichertz fordert eine gewisse Selbstreflexion bei der Betrachtung von Kommunikationsverhalten. Dies impliziert wiederum eine Hinterfragung bestehender Strukturen und Verhaltensweisen und kann dazu beitragen, Kommunikationsmacht zu nutzen oder sich gegen sie zu wehren.