Andreas P. Müller. 2006. *Sprache und Arbeit. Aspekte einer Ethnografie der Unternehmenskommunikation.* Tübingen: Narr Francke Attempto. 314 S.

Axel Satzger

Technische Universität Dresden
Institut für Germanistik
Mommsenstr. 13
D-01062 Dresden
axel.satzger@tu-dresden.de

Sprache ist als wichtigstes Sozialisationsinstrument des Menschen in den unterschiedlichsten Kontexten untersucht worden, wobei dem Unternehmen als sozialem System und damit als Kommunikationsgemeinschaft erst relativ spät die notwendige Aufmerksamkeit zuteil geworden ist, wenn man von frühen Ansätzen an einigen Wirtschaftshochschulen im 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts absieht. Wichtige Impulse zur Untersuchung von Unternehmenskommunikation kamen aus der Linguistik mit der pragmatischen Wende im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts z. B. mit der Formie-

rung der Textlinguistik, der Gesprächsanalyse und der Fachsprachenforschung. Aber auch andere Disziplinen wie die Kommunikationswissenschaft und die Betriebswirtschaftslehre machten auf dieses Untersuchungsfeld aufmerksam. Nicht zu vergessen sind aber auch Praxisbereiche, so die Technische Kommunikation, die sich, um ihre Aufgaben unter den Bedingungen der Informations- und Kommunikationsgesellschaft erfüllen zu können, für den Sprachgebrauch in Unternehmen und damit verbundene Wissenstransferprozesse zu interessieren begannen. Aus methodischen Gründen wurden vorrangig schriftliche Textsorten fokussiert, sodass das allgemein zu beklagende Informationsdefizit zur Unternehmenskommunikation besonders den Bereich der mündlichen Kommunikation betrifft. Zur Füllung dieser Lücke leistet die vorliegende Arbeit einen wesentlichen Beitrag.

Die Arbeit ist in sieben Kapitel gegliedert, die von diversen Beispielen flankiert werden. In den vorangestellten Beispielen werden die Zitierweisen, die Transkriptionskonvention und die Sprechersiglen erläutert, sodass die für die Entwicklung der Argumentation relevanten Beispiele mühelos rezipiert werden können. Ein Tabellen- und ein Abbildungsverzeichnis sowie ein Sachregister erleichtern die Orientierung in der Arbeit. Abschließend werden dem Leser der Interview-Leitfaden und der Fragebogen der Enquete präsentiert, um die Ergebnisse besser nachvollziehen zu können.

In der komplexen Einleitung wird der theoretische Rahmen der Arbeit entworfen. Den Untersuchungsgegenstand bildet die innerbetriebliche verbale Interaktion in Form von Besprechungen im organisationalen Kontext relativ großer Industriebetriebe mit 1.000 bis 4.000 Mitarbeitern. Als Untersuchungsfelder wurden eine spanische, eine französische und eine deutsche Fabrik eines Konzerns der Autozulieferer-Branche ausgewählt, und als zentralen Punkt fokussiert der Autor die soziale Bedeutung bestimmter Erscheinungsformen der Sprachverwendung in den ausgewählten Bereichen. Ausführlich wird die Körnung der Untersuchungsgröße diskutiert und eine Entscheidung zugunsten eines Kommunikationsbegriffs getroffen, welcher Kommunikation als Resultat eines Herstellungsprozesses durch ein gemeinsames interaktives Handeln von Menschen fasst und mit interaktionsanalytischen Aspekten verknüpft. Verbale Interaktion wird als Teil der Mechanismen gesehen, die soziale Beziehungen konstituieren. Demzufolge wird als Oberziel der Studie eine soziolinguistisch-ethnografische Analyse des Sprechverhaltens von Menschen in innerbetrieblichen verbalen Interaktionen angestrebt. Als ein Unterziel wird die Verbindung von ethnografischer und gesprächsanalytischer Methodologie bestimmt, als zweites die für die soziolinguistische Beschreibung von Unternehmenskommunikation so wichtige Bestimmung der entscheidenden kontextuellen Faktoren. Sehr genau wird herausgearbeitet, was mit diesen Zielen und der favorisierten empirisch-induktiven Perspektive zu erreichen ist und was nicht. Die Fallstudien sollen im Vergleich Antworten auf Fragen nach kulturellen Gemeinsamkeiten und Unterschieden erbringen. Nicht zu leisten ist aber z. B. der Ver-

gleich von Betriebs- oder gar Nationalkulturen. Die Entwicklung der soziolinguistischen Unternehmensforschung resümierend, werden deren spezifische Ausprägungen und Untersuchungsgegenstände dargestellt. Über Namen wie Gumperz und Hymes wird der Bogen zur interaktionalen Soziolinguistik geschlagen, wobei wissenschaftsmethodologische Aspekte, die sich im Zusammenhang mit der funktionalen Pragmatik ergeben, Berücksichtigung finden. Die mehr oder weniger produktiven Annäherungen von Gesprächs- und Diskursanalyse werden mit Verweisen auf die einschlägigen Arbeiten, z. B. Brünner & Graefen (1994), transparent gemacht.

Konzentriert man sich auf das Unternehmen als Handlungsraum, wird deutlich, dass die Bemühungen der interaktionalen Soziolinguistik vorwiegend auf die Kommunikation von Unternehmensangehörigen mit der Außenwelt gerichtet waren. Erst in jüngerer Zeit wird stärker die interne Kommunikation fokussiert, weil man hier Optimierungspotenzial erkannt hat. In diesem Kapitel wird erkennbar, dass sich der Verfasser nicht so recht zu entscheiden vermag, ob die „Institution“ oder die „Organisation“ als Oberbegriff zu setzen sei, was natürlich auch teilweise den besprochenen Konzepten geschuldet ist. Im Anschluss an die soziolinguistischen Überlegungen wird das Anliegen der Ethnografie als Erlangung eines möglichst genauen Bildes der jeweiligen Kultur aus der Sicht der in ihr lebenden Menschen beschrieben, um daraus auf soziale Prozesse und Gewohnheiten schließen zu können. Von den frühen Arbeiten zur Ethnografie der Kommunikation (z. B. Hymes, Gumperz) wird der Bogen geschlagen zu den Gesprächskonstitutionsebenen der heutigen Gesprächsanalyse, die stärker an den Realisierungseigenschaften konkreter Sprechhandlungen orientiert sind. In einem Betrieb als einer in sich strukturierten sozialen Welt gelten spezielle Interaktionsbedingungen. Einer Ethnografie der Unternehmenskommunikation schreibt der Verfasser die Aufgabe zu, die diskursstilistischen Eigenschaften dieser innerbetrieblichen sozialen Welten im Zusammenhang mit anderen semiotischen Systemen zu beschreiben, also z. B. linguistische Merkmale hinsichtlich ihrer sozialen Bedeutung zu betrachten. Um diesem Anspruch gerecht werden zu können, ist eine Hinwendung zum Begriff der Unternehmenskultur erforderlich, dem sich die Wirtschaftswissenschaften seit einigen Jahren wieder intensiv zugewandt haben. Da Organisationen über eine eigene Kultur verfügen können, die mehr oder weniger mit nationalkulturellen Eigenschaften übereinstimmt, wird das kommunikative Verhalten der Mitglieder unterschiedlich stark beeinflusst, sodass differierende Subkulturen entstehen können. Dabei ist das Kommunikationsverhalten von Führungskräften im Sinne einer ideologischen Überformung des Verhaltens der Mitglieder der Organisation und damit auch des Machterhalts ebenfalls in Betracht zu ziehen. Der Vorschlag, diesen Einfluss der Führungskräfte als Teil der semantisch-pragmatischen Dimension von Äußerungen zu betrachten, ist sehr interessant, aber auch schwer zu realisieren. Auf diese Schwierigkeiten bei der systematischen Verknüpfung kontextueller Da-

ten mit linguistischen Befunden weist der Verfasser wiederholt hin. Mit seiner Zielsetzung, die soziale Signifikanz sprachlicher Aktivitäten von Unternehmensmitarbeitern möglichst vollständig und unter Einbezug des ihnen selbst zur Verfügung stehenden Hintergrundwissens zu beschreiben, geht der Verfasser über das hinaus, was bisher in der handlungsorientierten Analyse von Kommunikaten erreicht worden ist. Die Auseinandersetzung mit den für die Studie gewählten Bezugspunkten aus unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen bzw. Teildisziplinen in ihrer Entwicklung und Überschneidung bedeutet für den Rezipienten einen großen Gewinn.

Im zweiten Kapitel werden die Materialien und die Erhebungsmethoden vorgestellt. Hierbei werden die Schwierigkeiten deutlich, die mit der Gewinnung authentischen Materials in vergleichbaren Situationen verbunden sind. Die einzelnen Schritte zum Aufbau des Korpus werden erläutert und hinsichtlich der Konsequenzen für Vergleichbarkeit der Daten bewertet. Mit 235 Seiten von Transkripten aus spanischen, 170 Seiten aus französischen und 116 Seiten aus deutschen Arbeitsbesprechungen ist eine beachtliche Materialsammlung entstanden, die noch durch 212 Seiten protokollierter qualitativer Tiefeninterviews ergänzt wird. Mit Hilfe der Interviews wurden zusätzliche Daten erhoben, welche die Sichtweise der Gesprächsteilnehmer bezüglich des Kommunikationsereignisses betrafen. Zur nachträglichen Überprüfung dieser Aussagen wurde ein standardisierter Fragebogen verwendet, dessen Aufbau als kulturwissenschaftliches Erhebungsinstrument ausführlich kommentiert und damit von bisher bekannten Erhebungen abgegrenzt wird. Anschließend werden die Methoden der Feldforschung in Organisationen diskutiert. Besondere Aufmerksamkeit widmet der Verfasser der Definition des Untersuchungsgegenstandes der ethnolinguistischen Arbeit als der Suche nach Merkmalen des Ausdrucksverhaltens, denen eine besondere soziale Wertigkeit zugesprochen wird. Zur Erhebung der Daten wird die teilnehmende Beobachtung favorisiert. Diese wird als ethnografische Erhebungsmethode schlechthin verstanden, deren einzelne Beobachtungsinstrumente im Laufe der Untersuchung flexibel einsetzbar sind. Damit rückt auch die Rolle des Beobachters im Spannungsfeld von Beobachtungsinteresse, Datenschutz und Verantwortlichkeit gegenüber der Firmenleitung besonders in den Blick. Dieser Spagat zwischen wissenschaftlicher Theoriebildung und Mehrwertschaffung wird als eine der Besonderheiten der Ethnografie der Unternehmenskommunikation herausgearbeitet.

Gegenstand des dritten Kapitels sind die ethnografischen Einführungen in die Betriebe. Geschichte, Personalverhältnisse, soziale Aspekte, Arten des Kontakts etc. lassen die interne Heterogenität der Fabriken und kulturelle Unterschiede hervortreten, wobei der Verfasser besonders darauf verweist, dass organisatorische Äquivalenz nicht mit kultureller Ähnlichkeit zusammenfallen muss. Als besonders interessant treten in diesem Kapitel die semiotischen Aspekte des Unternehmensvergleichs hervor. Es wird gut herausgearbeitet, wie die Spezifik der soziokulturellen Heterogenität eines

jeden Betriebes beschrieben werden kann. Die Verhältnisse von räumlicher Nähe und Distanz werden als für die Organisationsmitglieder wichtiges sozial-räumliches Orientierungsfeld dargestellt, weil an den Grenzen zwischen Räumen Schwellen entstehen, bei deren Überschreitung auf eine spezielle Art kommuniziert werden muss. Daneben existieren weitere Systeme mit kommunikativen Eigenschaften wie Etikette, Kleiderordnung, Bevorzugung bestimmter Medien. Diese Multikodalität der Kommunikation in das Analyseraster einzubeziehen, ist ein weiterer Vorschlag des Verfassers, um die lebensweltlichen Charakteristika verschiedener Unternehmen zu beschreiben. Als dritter Ansatzpunkt zur Erfassung der kultursemantischen Relevanz von Äußerungen wird der Zusammenhang von einzelnen Sprechhandlungen mit dem Gesprächskontext und dem soziokulturellen Umfeld der Teilnehmer fokussiert, der meist nur über eine Implikationsanalyse erklärbar wird. Als wichtige Aspekte sozialer Welten im Betrieb werden Arbeitspausen und Schwellen an den Grenzen von Schauplätzen, deren Überschreitung einen bestimmten kommunikativen Aufwand erfordert, umfangreich beschrieben und mit Beispielen anschaulich belegt.

Im vierten Kapitel werden kommunikative Gattungen und Formen im Betrieb behandelt. Mit Überlegungen zur Musterhaftigkeit der Interaktion in innerbetrieblichen Besprechungen wird der Zusammenhang von Teilnehmerkonstellation, Arbeitsaufgabe und kommunikativen Mustern transparent gemacht. Bestimmte Gesprächstypen lassen also Muster erwarten, die aber auf Grund der Teilnehmerspezifität Besonderheiten aufweisen. Die erhobenen Daten werden auf zwei Ebenen untersucht, wozu sich der Verfasser der Begriffe der Gattung und der Form bedient. Dazu wird der Genrebegriff unter Rückgriff auf die theoretischen Positionen Bachtins und das Konzept der anthropologischen Linguistik in Anlehnung an Hymes ausgeleuchtet. Herangezogen wird ebenfalls das wissenssoziologische Konzept der kommunikativen Gattung, weil Sprechen immer in sozialen Situationen stattfindet und somit nicht losgelöst von der gesellschaftlichen Einbettung mit ihrer Gattungsspezifität untersucht werden kann. Damit werden die linguistischen Formen zu den Merkmalen des sozialen Milieus in Beziehung gesetzt. Der Verfasser verwendet in der Folge beide Begriffe, was für Irritationen sorgt. Gattungen werden also als Ressourcen des interaktiven Austauschs und als Ergebnis kommunikativer Prozesse beschrieben. Bei den kommunikativen Formen handelt es sich ebenfalls um sequenzielle Muster, welche die Gesprächspartner auf Grund kooperativer Tätigkeit als adäquat in Bezug auf den lokalen interaktiven Bedarf ansehen und dementsprechend kombinieren. Als derartige Formen im Betrieb werden Routineinformation, Arbeitsanweisung, Bericht, Datenaustausch, Erzählen, Dissensaustragung, Alltagsvergleich, Vorgesetztenfazit, Dozieren, Kollegialisieren und Scherzen sehr gut hinsichtlich ihrer Funktion, ihres Stellenwertes, ihres Einsatzortes und diverser anderer Merkmale beschrieben. Diese kommunikativen Formen werden als konventionalisierte Sprechhandlungssequenzen beschrieben, deren Beginn durch

variierende Signale angezeigt wird und die in unterschiedlichen Beziehungen zueinander stehen. Diese sich mehr oder weniger voneinander unterscheiden den Formen bilden die Gattungen und sorgen für deren subkulturell spezifische Ausgestaltung. Die einzelnen Formen unterscheiden sich z. B. dadurch, dass sie mehr oder weniger umfassende Handlungsorientierungen stiften, dass sie andere Formen voraussetzen, dass sie an Umbruchstellen verwendet werden etc. Weiterhin werden Formenaffinitäten vor dem Hintergrund von Handlungsorientierungen diskutiert, so. z. B. Privatgespräch – Scherzen, Planungsgespräch – Datenaustausch usw. Mit dem Stichwort der Formenfamilien wird die Verwandtheit unter dem Aspekt der Zuordnung eines kulturellen Wertes festgestellt. Abschließend werden Formenaggregationen als Ausdruck der milieuspezifischen Konstitution innerbetrieblicher Gesprächsgattungen betrachtet. Damit geht der Verfasser einen entscheidenden Schritt über das hinaus, was bisher aus pragmalinguistischer Sicht als Analyseergebnis erreicht worden ist. Man kann so das Ineinandergreifen national- und unternehmenskultureller Aspekte sowie von Merkmalen der Teilnehmerkonstellation genau verfolgen. Durch eine Fülle von treffenden und überzeugend kommentierten Beispielen wird der Erkenntnisgewinn befördert.

Im fünften Kapitel werden die Interaktionsregeln im Unternehmen betrachtet. Die Verhaltensregeln für Kommunikationssituationen sind Ausdruck und konstitutives Element der sozialen Ordnung der Gemeinschaft. Mit Hilfe der Regeln des Sprechens wird der Zusammenhang zwischen den sprachlichen Formen und den Situationsparametern hergestellt. Diese können beispielsweise die thematische Steuerung, Höflichkeitsmechanismen, prosodische Aspekte oder die Rederechtserteilung betreffen. Sie stellen sich dar als Bestandteil einer sozialen Welt und somit auch als Teil von Institutionalisierungsprozessen. Damit steht die Frage, wie durch den Umgang mit den Regeln des Sprechens auf soziale Wertigkeiten und die interaktionale Konstitution von sozialem Sinn geschlossen werden kann. An zwei Beispielen wird genau dargestellt, wie diese Regeln in Kraft gesetzt werden und was passiert, wenn die gezogenen Grenzen überschritten werden. Als Beispiele wurden die Interaktionsregeln „Nur Verständnisfragen“ und „Entpersonifizierungsgebot“ in der Konstellation Führungskraft – Mitarbeiter gewählt. Mit unterschiedlichen impliziten und expliziten Mitteln kann auf die Regel oder auch deren Außerkraftsetzung hingewiesen werden. Die beiden genannten Regeln lassen deutlich werden, dass jeweils mehrere Regeln zusammenwirken, deren Auswahl aber bestimmten Kookkurrenzrestriktionen unterliegt. Mit diesen Regeln werden Bezugspunkte aufgezeigt, die auf unterschiedlichen Ebenen liegen, also auf der Ebene der Gesprächsdurchführung, der Ebene der sozialen Tiefenstruktur und der Ebene der kulturspezifischen Werte.

Die in den Kapiteln 4 und 5 dargestellten Analyseergebnisse werden in Kapitel 6 im Sinne einer Sozialstilistik zusammengeführt. Die Heterogenität der unternehmensinternen Lebenswelt wird jetzt in ihrer Manifestation in der verbalen Interaktion betrachtet. Die Variation im Ausdrucksverhalten

wird als Indikator für soziale Differenzierung gesehen. Der Verfasser entscheidet sich für den Begriff des funktionalen Kodes, um die ethnografische Ausrichtung seiner Arbeit zu betonen. Beruf, Praxis und Rang fungieren als die Eckpunkte für die Beschreibung des Ausdrucksverhaltens der Mitarbeiter eines Unternehmens und markieren gleichzeitig die Grenzen der jeweiligen sozialen Welt. Der Verfasser formuliert abschließend pointiert:

„Bei der stilistischen Variation in Abhängigkeit vom Rang handelt es sich um ein Phänomen, bei dem Interpretationsnormen und Normalform-Vorstellungen, die in der Tiefenstruktur der sozialen Ordnung vorliegen, in besonderem Maße wirksam sind, [...]. Der funktionale Kode lässt stilistische Verschiebungen zu, die entweder als Annäherung oder als Distanzierung von einem soziologischen Zentrum, dem Kern der sozialen Gruppenidentität, verstanden werden können.“ (S. 278).

Für die Beschreibung des Zusammenhangs von organisationaler Lebenswelt und Ausdrucksverhalten der Mitarbeiter hat der Verfasser drei Analyseebenen vorgeschlagen: den Kontext der Organisation, das verbal-interaktive Ereignis und sein Verhältnis zu nicht-verbalen Kodes sowie den semantisch-pragmatischen, sequenziellen und den sozial-stilistischen Stellenwert der Äußerung im lebensweltlichen Kontext. Damit wird deutlich, wie das soziale Milieu die Interaktion auf den verschiedenen Ebenen bestimmt und gleichzeitig auch von der Gemeinschaft erzeugt wird. Als Konzept wird dafür ein funktionaler verbal-interaktiver Kode angeboten, der zusammen mit anderen Kodes auch im Sinne der Aufrechterhaltung der Gemeinschaft fungiert. Letztendlich wird aber auch an der oftmals exemplarischen Darstellung deutlich, dass die Verflechtungen zwischen Sprache, Interaktion und Arbeitswelt noch lange nicht hinreichend ausgeleuchtet sind. Damit zeigen sich ähnliche Probleme wie bei den bisher praktizierten Varianten der handlungsorientierten Analyse von Kommunikaten, wie z. B. das Fehlen allgemein anerkannter Typologien von Handlungen und von Typologien zu den Übergangsbeziehungen zwischen den einzelnen Handlungstypen. Gleichzeitig wird aber auch der bisherige Interpretationsrahmen in Richtung der Eruierung sozialer Bezugspunkte deutlich überschritten. Die sehr gute forschungsgeschichtliche Fundierung der Überlegungen, der Bezug auf ein umfangreiches Korpus und die damit verbundene Möglichkeit der Veranschaulichung durch aussagekräftige Beispiele sowie die Stringenz der Darstellung ermöglichen es, die Argumentation zur Entwicklung des der Studie zugrunde liegenden Konzepts lückenlos zu verfolgen und öffnen den Blick für weitere Arbeiten auf diesem Gebiet.

Literatur

- Brünner, Gisela & Gabriele Graefen (Hg.). 1994. *Texte und Diskurse. Methoden und Forschungsergebnisse der Funktionalen Pragmatik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.