

Sommersemester 2009
Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Zusammenfassung
zur Vorlesung

Das Geld der Gesellschaft

Geld als symbolisch generalisiertes
Kommunikationsmedium

18.06.09

PD Dr. Udo Thiedeke

Vorlesung: "Das Geld der Gesellschaft"

Geld als symbolisch generalisiertes Kommunikationsmedium

18.06.09

Programm:

- 1) Die Kommunikation der Gesellschaft
- 2) Medien der Übertreibung
- 3) Geld als SGKM
- 4) Zusammenfassung

1) Die Kommunikation der Gesellschaft

- Parsons Theorie des Interaktionsmediums Geld ist zwar schon hinreichend abstrakt, um die anonymen Tauschbeziehungen nachzuzeichnen, die in der modernen Gesellschaft vorherrschen, weist aber Nachteile auf, weil sie noch zu sehr auf die Input-/Output-Logik gesellschaftlicher Teilsysteme und den Vorrang vor allem normativer Orientierungsstrukturen ausgerichtet ist.
- Der Soziologe Niklas Luhmann (1927-1998) hat diesen Ansatz jedoch vom Kopf auf die Füße gestellt. Dabei wird Geld nun vollends zum Medium der Gesellschaft und zwar zum Kommunikationsmedium.
- Luhmann stellt seine soziologische Theoriebildung dazu konsequent um: Kommunikation nicht mehr Handeln konstituiert jetzt Sozialität. Soziale Systeme sind deshalb autopoietische Kommunikationssysteme, die sich selbst aus Kommunikationen produzieren und reproduzieren (autopoietisch = selbst machend). Soziale Strukturen können sich erst aus kommunizierten Erwartungen bilden, die sich für die Kommunikation als funktional erweisen - gegenüber Parsons *Strukturfunktionalismus* wird jetzt bei Luhmann also ein *Funktionalstrukturalismus* gesetzt:

[siehe zu wichtigen Grundannahmen von Luhmanns Theorie Folie 1]

2) Medien der Übertreibung

- Wenn sich Gesellschaft als umfassendstes soziales System als Kommunikationssystem erweist, dann sind ihre Strukturen Kommunikationsstrukturen.
- Die Gesellschaftsstruktur besteht also nicht aus sozialen Positionen, sondern aus den jeweils primären und deshalb als normal geltenden Kommunikationsstrukturen.
- Das bedeutet beispielsweise, eine segmentär differenzierte Stammesgesellschaft kommuniziert ihre Sozialität in Beziehungen der Nähe, Bekanntheit und/oder Verwandtschaft. Eine stratifizizierte Adelsgesellschaft hingegen kommuniziert in Rangbeziehungen von 'oben' und 'unten'. Unsere heutige, moderne funktional differenzierte Gesellschaft kommuniziert primär in Funktions- und Leistungsbeziehungen.

- Für segmentär differenzierte Gesellschaften sind deshalb auch keine abstrakten Medien der Vermittlung sozialer Beziehungen notwendig, da Kommunikationsprobleme durch unmittelbare Kontakte entschärft werden können.
- Stratifikatorisch differenzierten Gesellschaften ist das schon weniger möglich. Sie entschärfen Kommunikationsprobleme durch strikte Trennung z.B. von Ober- und Unterschichten sowie durch eine übergreifende religiös oder traditional legitimierte kulturelle Orientierung.
- Die funktional differenzierte Gesellschaft bedarf zur Lösung ihrer vielfachen Kommunikationsprobleme, die aus abweichenden Meinungen und spezialisierten Kommunikationssystemen wie Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Religion, Kunst, Familie etc. resultieren, spezieller Medien, die es wahrscheinlicher machen, dass Kommunikation angenommen wird und Gesellschaft somit 'weitergeht'.

[siehe zusammenfassend Folie 2]

- Solche Lösungen bieten in der funktional differenzierten Gesellschaft u.a. symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien (SGKM) an.
- Ihre Leistungsfähigkeit liegt darin, dass sie die Annahme unwahrscheinlicher Kommunikationsofferten - etwa wertvolles Eigentum gegen bedruckte Papierscheine herzugeben - so verallgemeinern und dadurch 'übertreiben', dass sie zu einem Symbol für erwartbare Handlungsweisen wird.
- Unter SGKM sind also solche Sinnmechanismen der Kommunikation zu verstehen, die die Annahme von an sich unwahrscheinlichen Kommunikationen verallgemeinern und dies als übergreifende Bedeutung der Sinnauswahl symbolisieren. [siehe Folie 3]
- SGKM spitzen die Sinnauswahl zur Zumutung zu und signalisieren zugleich, dass diese Zumutung realisierbar ist, weil sie Bedingungen unterliegt, die für alle Kommunikationsteilnehmer gelten. Luhmann schreibt in "Die Gesellschaft der Gesellschaft" dazu:

"Man kann eine zugemutete Kommunikation annehmen, wenn man weiß, daß ihre Auswahl bestimmten Bedingungen gehorcht; und zugleich kann derjenige, der eine Zumutung mitteilt, durch Beachtung dieser Bedingungen die Annahmewahrscheinlichkeit erhöhen und sich selbst damit zur Kommunikation ermutigen." (1997: 321)

- SGKM erlauben es daher, auch unter den komplexen Kommunikationsbedingungen der funktional differenzierten Gesellschaft zu alle Themen, Zeiten, Personen, Orten, Unwahrscheinliches als normal zu erwarten.
- Sie beziehen sich darin aber auf jeweils unterscheidbare Handlungszurechnungen, die ihrerseits auf spezialisierte Funktionssysteme zurückverweisen.
- So verweist das SGKM Geld überall, wo es um Geld geht, auf die Wirtschaft. Macht verweist auf Politik, Wahrheit auf Wissenschaft, Liebe auf intime Sozialsysteme, Glaube auf Religion, um nur einige zu nennen.

- In der Kommunikation heißt das, beim Aufruf des jeweiligen SGKM sofort alle Kommunikationen und Handlungszurechnungen auf den jeweiligen Sinnkontext zu orientieren. Wer von Geld spricht, liebt nicht, wer herrscht, sucht nicht nach Wahrheit, wer Wahrheit sucht, der glaubt nicht. [siehe zusammenfassend Folie 4]

3) Geld als SGKM

- Anders als bei Parsons ist bei Luhmann das Geld zwar auf wirtschaftliche Kommunikation bezogen, wird aber nicht zwischen den Systemen hin- und hertransferiert. Es bringt vielmehr jede Kommunikation in seine spezifische Form, wenn es aufgerufen wird.
- Geld als SGKM entsteht gesellschaftlich nicht deshalb, weil es Tauschgüter ersetzt und als ein Stellvertreterzeichen fungiert (dann wäre es nur ein Zeichen), sondern weil es die Weggabe von Eigentum an Fremde sowie die Duldung, dass Fremde Eigentum in Besitz nehmen, plausibilisiert.
- Das ist nur deshalb möglich, weil Geld in seiner Kommunikationsform der Zahlungen allen, die zahlen, verspricht, dass man selbst 'in der nächsten Runde', so man weiter an der Geldwirtschaft teilnimmt, kaufen und damit besitzen kann.
- Das Medium Geld koppelt den Sinn der Kommunikation somit zu Zahlungen und zwar sowohl dort, wo es um materielle Güter geht, die den Besitzer wechseln sollen, als auch dort, wo es um immaterielle Güter oder Leistungen, ja auch dort, wo es um den Kauf von Geld selbst geht.
- Diese Güter und Leistungen werden in der Geldkommunikation zu Preisen.
- Auf diese Weise kann das SGKM Geld die Ausdifferenzierung der Zahlungskommunikation des Funktionssystems der Wirtschaft unterstützen und sogar monopolisieren.
- Jede wirtschaftliche Kommunikation ist heute eine geldwirtschaftliche Kommunikation, in der es um Kosten, Zahlungen, Preise geht. Luhmann dazu in "Die Wirtschaft der Gesellschaft" 1988:

"Auch derjenige, der Geld annimmt und dafür Güter hingibt oder Arbeit leistet, muß seinen Beitrag in Geld kalkulieren, also einschätzen können, was er in Geld wert ist. Beide Seiten einer Tauschbeziehung, in der Geld benutzt wird, müssen sich ihre Leistung monetarisiert vorstellen können, und das heißt, daß alles, was überhaupt auf wirtschaftliche Verwendung hin angesehen wird, auf einen Geldausdruck reduziert wird. (...) Auch wenn man sein Haus oder sein Auto, das Familiensilber, das Klavier, die Bilder gar nicht verkaufen will, hat man doch eine ungefähre Vorstellung ihres Geldwertes, und wenn man es nicht von selbst weiß, klärt einen die Versicherung darüber auf." (O.c.: 238/239)

- Das bedeutet, dass Geld selbst in der wirtschaftlichen Kommunikation indifferent bleibt gegenüber den Zwecken, die man mit Geldansammlung, Kauf oder Verkauf erreichen will. Man kommuniziert wirtschaftlich in Zahlungen - egal, ob es um Gewinnstreben, Gier, Altruismus oder Konsumlust geht.

- Im Geld wird somit nicht nur Integration symbolisiert, wie das noch Parsons annahm. Geld wirkt, ohne dies moralisch zu meinen, 'diabolisch'. Es macht in seinen eindeutig quantifizierbaren Operationen Unterscheidungen, d.h. Trennungen, beobachtbar. Luhmann:

“In der Operation wird die Generalisierung als symbolische, als verbindende in Anspruch genommen. In der Beobachtung erscheint sie als diabolische, als trennende. (...) Für die Theorie der Wirtschaft und des Geldes heißt dies: daß man neben (und zugleich mit) der Tauschfunktion des Geldes, die verbindet, ihre Funktion als Knappheitsregulativ sieht, die trennt. Wer zahlt, bekommt, was er wünscht. Wer nicht zahlt, muß dies beobachten. Vielleicht hat er auch Geld, könnte also seinerseits seine Wünsche befriedigen. Aber auch wenn er kein Geld oder nicht genug Geld hat, beobachtet er, daß andere zahlen und bekommen.” (O.c.: 267)

- Geld erweist sich auch hierin also als paradoxes Kind der modernen Gesellschaft. So fällt bei näherer Beobachtung auf, dass man es z.B. ständig weggeben (zirkulieren) muss, damit man es als Geld (zahlungsfähig) erhalten kann. Und man wird gewahr, dass es uns alle verbindet, indem es uns trennt, etwa in die Geldbesitzenden und die Habenichtse, die Gläubiger und die Schuldner, die Sparsamen und die Verschwender, in 'Soll' und 'Haben' etc.
- In seinen Operationen (im alltäglichen Gebrauch) verdeckt das Medium Geld sich selbst und seine Paradoxien. Hier wirkt es als Wertsymbol, das alles in Preisen und Kaufkraft ausdrückt, so lange alle in die Zumutung für alle vertrauen.

[siehe zusammenfassend zu Luhmanns Annahmen über das 'Geld der Gesellschaft' Folie 5]

4) Zusammenfassung

- Für Luhmann stellt Geld ein SGKM dar.
- SGKM entstehen erst mit den heterogenen und indirekten Kommunikationen der funktional differenzierten, modernen Gesellschaft.
- Das SGKM Geld kommuniziert, indem es die Unwahrscheinlichkeit, mit Geld kaufen zu können verallgemeinert und in der Kommunikation symbolisiert.
- Dabei bringt es jede Kommunikation in die Form von geldwirtschaftlichen Zahlungen.
- Geld zeigt sich paradox. Als unsichtbares Medium operiert es symbolisch, indem es alle über Zahlungen verbindet. Als beobachtetes Medium wirkt es diabolisch, weil es Unterschiede deutlich quantifiziert.

Literatur:*Luhmann zu SGKMs:*

Niklas Luhmann, 1997: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Bd. 1. Frankfurt/M., hier: 316-395.

Luhmann zum Geld als Medium wirtschaftlicher Kommunikation:

Niklas Luhmann, 1989: Die Wirtschaft der Gesellschaft. Frankfurt/M., hier: S. 230-271.

Theoretische Perspektiverweiterungen bei Niklas Luhmann

- Kommunikation, nicht individuelles Handeln, ist Grundlage der Produktion und Reproduktion von Sozialität.
- Alle Gesellschaftsteilsysteme (etwa Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Kunst, etc.) und die Gesellschaft selbst sind soziale Kommunikationssysteme.
- Alle sozialen Kommunikationssysteme operieren selbstorganisierend und selbstreferentiell (autopoietisch).
- In einem sozialen System sind diejenigen Kommunikationsstrukturen variabel ('überlebensfähig'), die funktional für die Strukturbildung sind (Funktionalstrukturalismus).
- Geld ist ein spezifisches Kommunikationsmedium, das die Produktion und Reproduktion sozialer Systeme wahrscheinlich macht.

Differenzierung der Gesellschaftsstruktur und ihrer Kommunikationsprobleme:

| Gesellschaftsstruktur | Kommunikationsprobleme | Lösungsansatz |
|------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| segmentär differenziert | Fremdheit | unmittelbare Kontakte |
| stratifikatorisch differenziert | Rangungleichheiten | kulturell legitimierte Separierung |
| funktional differenziert | Heterogenität | vermittelte Kontakte, SGKM |

Definition symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien (SGKM)

SGKM sind Sinnmechanismen, die die Annahme von an sich unwahrscheinlichen Kommunikationen verallgemeinern und dies als übergreifende Bedeutung der Sinnauswahl symbolisieren.

Übersicht über die SGKM, ihre Kommunikationsleistungen
und ihren Bezug zu Funktionssystemen der Gesellschaft

| SGKM | Kommunikationsleistung | Systembezug |
|----------|---|------------------|
| Geld | erhöht die Wahrscheinlichkeit, Besitz zu tauschen | Wirtschaft |
| Macht | erhöht die Wahrscheinlichkeit, Handlungen festzulegen | Politik |
| Liebe | erhöht die Wahrscheinlichkeit, Erleben festzulegen | Intimbeziehungen |
| Wahrheit | erhöht die Wahrscheinlichkeit, Wirklichkeit zu verwirklichen | Wissenschaft |
| Glaube | erhöht die Wahrscheinlichkeit, Gewissheit zu gewinnen | Religion |

Luhmans Annahmen zum 'Geld der Gesellschaft':

- Geld medialisiert wirtschaftliche Kommunikation.
- Geld wirkt als SGKM, indem es Unwahrscheinlichkeit plausibilisiert.
- Geld ist eine Bedingung und eine Konsequenz der funktional differenzierten, modernen Gesellschaft.
- Geld operiert symbolisch und kann diabolisch beobachtet werden.
- Geld integriert, weil es indifferent kommuniziert, und dissoziiert, weil es quantifiziert.