

Kapitel 1:

Kommunikationspsychologie – ein Versuch der Verortung

1. Was ist Kommunikation? Definitionsprobleme

1.1 Kommunikations-Metaphern

Der Begriff der »Kommunikationsgesellschaft« (vgl. z.B. Münch 1991) ist nur eines der Label, die veröffentlicht und genutzt werden, um die rasanten gesellschaftlichen Austauschprozesse in den hoch entwickelten Industrieländern zu beschreiben. 1966 prägt Karl Steinbuch den Begriff der »informierten Gesellschaft«, um deutlich zu machen, dass die Menschen der Zukunft (die mittlerweile unsere Gegenwart darstellt) ihren Reichtum nicht nur über materielle Güter und Energie, sondern eben auch über den Besitz an Information definieren werden. 1971 publiziert das Japan Computer Usage Development Institute den Bericht »The Plan for Information Society: A National Goal Towards the Year 2000« und reklamiert damit von japanischer Seite die Welt-Rechte am Terminus Informationsgesellschaft (vgl. auch Kleinsteuber 1996). 1994 sprechen Klaus Merten und Joachim Westerbarkey von Mediengesellschaft (Merten/Westerbarkey 1994). Herbert Willems und Martin Jurga (1998) identifizieren eine Inszenierungsgesellschaft, um damit die kommunikative Theatralisierung unserer heutigen Gesellschaft und die Prozesse der kommunikativen Inszenierung von Wirklichkeit durch Einzelne und gesellschaftliche Gruppen auf den Begriff zu bringen. Jeder Begriff thematisiert aus unterschiedlicher Perspektive den kommunikativen Alltag unserer Jetztzeit und die wissenschaftlichen und außerwissenschaftlichen Moden im Umgang mit Kommunikation.

Im großen »Wahrig« (1997), dem deutschen Wörterbuch, findet sich unter »Kommunikation« folgender Eintrag: »Verbindung, Zusammenhang, Verkehr, Umgang, Verständigung (zwischen den Menschen), lat. Communication »Mitteilung«« (S. 751).

Wenn wir von »Kommunikation« reden, meinen wir offenbar vor allem das, was Menschen alltäglich tun: in Beziehung treten, Verbindungen schaffen, miteinander umgehen, sich verständigen. Und dieses alltägliche Tun bestimmt auch unsere Vorstellungen darüber, was wir wie tun. Mit anderen Worten: Unsere Vorstellungen über Kommunikation werden entscheidend davon bestimmt, was und wie wir kommunizieren. Klaus Krippendorff (1994) weist eindrücklich darauf hin, dass wir Menschen uns im Umgang mit dem, was wir »Kommunikation« nennen, zunächst einmal von unseren alltäglichen Metaphern und Mythen leiten lassen.

Metaphern sind sprachliche Bilder. Sie entstanden ursprünglich und werden benutzt, um neue Sachverhalte in Wissenschaft, Politik, Literatur und im Alltag in verständlicher Weise, d.h. im Anschluss an soziale Erfahrungen, darzustellen. Metaphern können die Komplexität der Wirklichkeit, die wir zu erkennen versuchen, erleichtern, weil sie in Sprache verfasste Bilder bereitstellen, mit denen wir diese Komplexität zu reduzieren vermögen.

Die Metapher der Übertragung von Botschaften

Kommunikation als übertragbare Botschaft, die von jemandem verfasst wird und von anderen entgegengenommen, gehört, gelesen, wieder gelesen, kopiert und aufbewahrt werden kann. Diese Metapher habe – so Krippendorff – den Anstoß für eine Vielzahl technologischer Erfindungen gegeben. Der Berufszweig des Schreibers, der Aufbau und die Organisation von Bibliotheken, die Entwicklung von Straßennetzen oder die Installation des Postwesens seien mit der Handlungswirksamkeit dieser Metapher verbunden.

»Wir sprechen von elektronischen Botschaften, die man nicht mehr anfassen kann. Wir kaufen Anrufbeantworter, die Botschaften ›aufbewahren‹, die ein Anrufer uns ›geben‹ wollte. Wir sagen, wir haben eine Botschaft ›nicht mitbekommen‹, wenn wir meinen, dass wir etwas nicht verstanden haben. Wir bitten jemanden, eine telefonische Nachricht zu ›hinterlassen‹, die nur einen bestimmten Adressaten angeht.« (Krippendorff 1994, S. 86)

Mit der Metapher von der Kommunikation als Übertragung von Botschaft verbindet sich die Vorstellung, es werden Mitteilungen zwischen Menschen ausgetauscht.

Die Container-Metapher

Kommunikation als der Inhalt dessen, was übertragen, mitgeteilt, weitergegeben wird. Mit dieser Metapher werden Botschaft und ihr Inhalt unterschieden. Das Papier, auf dem wir lesen, dass wir geliebt werden, ist verschieden von der Liebeserklärung, die uns per Telefon oder via Internet erreichen kann. Der Inhalt ist – vor diesem Hintergrund – das, was Kommunikation ausmacht.

»Wir fragen jemanden, was ›in‹ einem Brief steht, was er ›aus‹ einem Vortrag entnommen hat, oder wir beklagen, dass jemand etwas ›in‹ eine Botschaft hineinliest, was nicht ›in‹ ihr ›enthalten‹ ist. Noch mehr im Sinne des Wortes untersuchen wir den ›Inhalt‹ einer Fernsehsendung, beurteilen einen Satz als bedeutungs›voll‹ oder ›voller‹ Bedeutung, erklären, ein Artikel sei mit Ideen ›gefüllt‹, oder behaupten, er ›enthalte‹ gar nichts Neues.« (Krippendorf 1994, S. 86f.)

Die Metapher von der Kommunikation als Container vermittelt uns die Vorstellung, es würden uns bedeutungsvolle Informationen mitgeteilt.

Die Metapher des Mitteilens von Gemeinsamkeiten

Kommunikation als das Mitteilen von etwas, das von den Empfängern auch so verstanden wird, wie es die oder der Sender gemeint haben. Kommunikation schaffe Gemeinsamkeiten zwischen denen, die Botschaften austauschen, die sich etwas mitzuteilen haben.

»Belege für die Wirksamkeit dieser Metapher finden sich im Überfluss. Bei Gerichtsverhandlungen mag ein Richter darauf achten,

dass die Unterzeichner eines Dokuments der benutzten Sprache mächtig sind; er wird aber kaum daran zweifeln, dass es nur eine korrekte Leseart des Dokumentes gibt.» (Krippendorff 1994, S. 89)

Die Metapher von der Kommunikation als das Mitteilen von Gemeinsamkeiten legt nahe, dass wir uns in unseren alltäglichen Kommunikationen, aber auch in massenmedialen Kommunikationen um wechselseitiges Verstehen bemühen und dass dieses Verstehen im Herstellen von kognitiver Übereinstimmung bestehe.

Die Metapher vom Argument als Krieg

Kommunikation als Prozess, in dem sich die Beteiligten mit ihren Argumenten zu besiegen versuchen und Sieger der ist, der sich mit seinen Argumenten gegenüber den anderen zu behaupten weiß.

»Natürlich funktioniert diese Metapher am besten dort, wo es tatsächlich etwas zu gewinnen oder verlieren gibt, wie etwa beim Aushandeln eines guten Preises oder einer Parlamentsdebatte. Wenn es aber kein offensichtliches Kriterium gibt für das, was gewonnen oder verloren werden kann, so zieht der Gebrauch dieser Metaphern sogleich externe Einflüsse nach sich, wie etwa Stolz, Dominanz, demonstrative Kompetenz usw.« (Krippendorff 1994, S. 90f.)

Die Metapher vom Kanal oder: Der Fluss der Signale

Kommunikation als Informationsfluss, der durch Kanäle gelenkt, geschleust und gefiltert wird. Kommunikation müsse, damit sie funktioniert und die Beziehungen zwischen den kommunizierenden Personen aufrechterhalten werden können, durch technische oder andere Kanäle vom Sender zum Empfänger geleitet werden.

»Mit der nun etablierten hydraulischen Metapher von Kommunikation als einem rohrartigen Kanal fällt es leicht, menschliche Kommunikation als mehr-kanalige Erscheinung anzusehen, die

gleichzeitig verbale und nichtverbale Kanäle wie auch solche des Sehens, Hörens, Berührens, Riechens und Schmeckens umfasst. In der Massenkommunikationsforschung spricht man von ›Schleusen‹ (sog. Gatekeeper), die den Informationsfluss hin zur Öffentlichkeit filtern und kanalisieren. In der Analyse von Kommunikation in sozialen Organisationen spricht man von ›Engpässen‹, die den Gesamtfluss beschränken ...» (Krippendorff 1994, S. 91f.)

Mit der Metapher vom Fluss der Signale ist nicht zuletzt die Vorstellung verbunden, dass es vor allem auf die so genannten Kanaleigenschaften ankomme, wenn es darum geht, funktionierende kommunikative Beziehungen herzustellen und aufrechtzuerhalten. Krippendorff (1994) verweist als Beispiel auf die in den 40er-Jahren von Claude E. Shannon und Warren Weaver (1949) entwickelte und publizierte mathematische Theorie der Kommunikation, auf die wir im Abschnitt 3.2. noch ausführlich eingehen werden.

Die Kontroll-Metapher

Kommunikation als Mittel, mit dem sich Menschen ihre Umwelt zu unterwerfen versuchen. Mit Kommunikation könne man Macht ausüben, andere Menschen beherrschen, fremdes Verhalten manipulieren, soziale Systeme steuern.

Krippendorff (1994, S. 96) hebt drei Komponenten oder Implikationen hervor, die mit der Kontroll-Metapher verknüpft sind: Kommunikation sei erfolgreich, wenn jemand dazu gebracht wird, zu glauben oder zu tun, was der Sprecher möchte. Kommunikation sei asymmetrisch und verlaufe primär von einem Sprecher zu einem Hörer; Rückkopplungen seien zwar möglich, aber dem Ziel des Sprechers untergeordnet. Der Sprecher bestimme, wann eine Kommunikation erfolgreich ist und wann nicht.

Wenn Klaus Mertens 1977 ca. 160 wissenschaftliche Definitionen von Kommunikation aufzählen konnte (vgl. Faßler 1997, S. 20), so zeigen die verschiedenen Metaphern, von denen wir nur einige genannt haben, die potenzielle Vielfalt, von Kommunikation zu reden.

Die von Heiner Ellgring (1994, S. 196) bevorzugte Definition, Kommunikation als »den Austausch von Mitteilungen zwischen Individuen« zu bezeichnen, scheint zum Beispiel von der *Metapher der Übertragung von Botschaften* inspiriert zu sein.

Im »Lexikon zur Soziologie« heißt es: Kommunikation sei die Bezeichnung »für den Prozess der Informationsübertragung« (Fuchs-Heinritz u.a. 1995, S. 347). Wir meinen in dieser Definition Anklänge der *Container-Metapher* entdecken zu können.

Als Beispiel für eine Kommunikationsdefinition, die u.E. der *Metapher des Mitteilens von Gemeinsamkeit* verpflichtet ist, verweisen wir auf den Einführungstext zur »Kommunikationswissenschaft« von Roland Burkart (1998):

»Menschliche Kommunikation liegt daher erst dann vor, wenn (mindestens zwei) Individuen ihre kommunikativen Handlungen nicht nur wechselseitig aufeinander richten, sondern darüber hinaus auch die ... allgemeinen Intentionen ihrer Handlungen (= Bedeutungsinhalte miteinander teilen wollen) verwirklichen können und damit das konstante Ziel (= Verständigung) jeder kommunikativen Aktivität erreichen.« (S. 32)

Die *Metapher vom Argument als Krieg* finden wir in manchen populärwissenschaftlichen Texten wieder, in denen den Leser/innen Tipps und Rezepte zum erfolgreichen Kommunizieren und Argumentieren vermittelt werden.

Reinhard Lindig (1995) definiert im »Fachlexikon Psychologie« Kommunikation u.E. ganz im Sinne der *Metapher vom Kanal*, wenn er schreibt:

»Kommunikation (communication): eine spezielle Form der sozialen Wechselwirkung zwischen Menschen und zwischen Mensch und technischen informationsverarbeitenden Systemen sowie lebenden Organismen allgemein, bei der eine Kodierung, Übertragung und Dekodierung von Information erfolgt.« (S. 241)

Der Definitionsversuch in einem bekannten Wörterbuch der Psychologie dürfte von der *Kontroll-Metapher* nicht unbeeinflusst sein:

»Die gegenseitige Beeinflussung von Individuen innerhalb von und zwischen Gruppen und die dadurch entstehenden Änderungen des Verhaltens oder der Einstellungen, Meinungen etc.« (Dorsch u.a. 1982, S. 315)

Wenn Menschen miteinander kommunizieren, so treten sie wechselseitig über die Zeit in Beziehung, sei es direkt von Angesicht zu Angesicht, vermittelt mit Hilfe technischer Medien, in formeller oder informeller Weise, mit Hilfe verbaler und/oder nonverbaler Ausdrucksformen. Soziale Wechselseitigkeit scheint ein erstes, nicht zu übersehendes Merkmal von Kommunikation zu sein. Es kennzeichnet *kommunikatives Geschehen als sozialen Prozess*.

Wenn Menschen miteinander kommunizieren, so regen sie sich (intendiert oder unreflektiert) wechselseitig an, Vorstellungen, Bilder, Konstruktionen über die Wirklichkeit zu produzieren. Nicht immer decken sich Vorstellungen, Bilder und Konstruktionen der beteiligten Kommunikationspartner. Oftmals scheint es eher so zu sein, als redeten die Beteiligten aneinander vorbei. Dennoch, auch in diesem Falle haben wir es mit Kommunikation zu tun. Ein zweites Merkmal von Kommunikation dürften demzufolge die individuell und sozial (also gemeinschaftlich) geschaffenen Konstruktionen über die Wirklichkeit sein, die quasi die *Resultate (oder auch die weiteren Voraussetzungen) des kommunikativen Geschehens* bezeichnen.

Diese zwei Merkmale von Kommunikation geben sozusagen die minimalen Beschreibungskriterien an, um etwas als Kommunikation definieren zu können.

Wir werden später den Begriff der Konstruktion von Wirklichkeit bzw. der Wirklichkeitskonstruktion genauer beschreiben. Jetzt reicht uns eine vage Vorstellung, was damit gemeint ist: Konstruktionen über die Wirklichkeit sind unsere Vorstellungen, Erwartungen, Bilder, Aussagen über die Wirklichkeit, die uns umgibt bzw. die wir uns ausdenken.

Kommunikation ist ein sozialer Prozess, in dessen Verlauf sich die beteiligten Personen wechselseitig zur Konstruktion von Wirklichkeit anregen.

Zugegeben, diese vorläufige Definition ist recht abstrakt und – wie andere Definitionen von Kommunikation auch – von den Metaphern beeinflusst, die wir zur Beschreibung von Kommunikation bevorzugen. Später werden wir prüfen, ob es uns gelingt, mit dieser Definition verschiedene Kommunikationsphänomene analysieren und verstehen zu können.

1.2 Dialogische und Massenkommunikation

Wir behandeln in diesem Buch menschliche Kommunikation. Dabei geht es um Kommunikation zwischen Personen, die sich von Angesicht zu Angesicht gegenüberstehen, aber auch um vermittelte Kommunikation, etwa dem Telefongespräch zwischen zwei Liebenden oder um die Kommunikation zwischen dem Nachrichtensprecher der »Tagesschau« und dem landesweiten Publikum. Im letzten Fall (der Fernsehsendung) wird in der Literatur in der Regel von Massenkommunikation gesprochen, die meist der »dialogischen Kommunikation« (vgl. z.B. Badura/Gloy 1972, S. 19f.) oder der so genannten Primärkommunikation (vgl. Lexikon der Soziologie 1995, S. 421) gegenübergestellt wird.

Badura/Gloy (1972, S. 20) heben eine Reihe von Merkmalen hervor, die sich zu vier Oppositionen zusammenfassen lassen und auf mögliche Differenzen zwischen dialogischer und Massenkommunikation verweisen können:

Tabelle 1: Unterschiede zwischen dialogischer und Massenkommunikation				
Dialogische Kommunikation	A1 Direkt/ Personal	B1 Gegenseitig/ Symmetrisch	C1 Privat	D1 Präsenz- publikum
Massen- kommuni- kation	A2 Indirekt/ durch techn. Medium vermittelt	B2 Einseitig/ Asymmet- risch	C2 Öffentlich	D2 Disperses (zerstreutes) Publikum
(nach Badura/Gloy 1972, S. 20; leicht verändert durch die Verf.)				

Badura/Gloy (1972) meinen, dass dann, wenn diese acht Merkmale anders kombiniert werden, weiter mögliche Kommunikationssituationen beschreibbar werden. So ließe sich z.B. mit der Kombination der Merkmale A1, B2, C1, D1 eine einseitige, vom Sender ausgehende autoritäre Beeinflussung eines Empfängers beschreiben, der sich kaum gegen diese Beeinflussung wehren kann.

Entscheidender als die heuristischen Möglichkeiten, die in diesen Merkmalskombinationen stecken, ist aber die Frage, ob eine eindeutige Unterscheidung zwischen dialogischer (oder mit unseren Worten: interpersonalen) Kommunikation und Massenkommunikation sinnvoll ist.

Interpersonale oder dialogische Kommunikation kann durchaus auch im Rahmen von Massenkommunikation erfolgen. Denken Sie etwa an das Beispiel von Talkshows, in denen Menschen miteinander reden oder streiten und zur gleichen Zeit sowohl ein Präsenz- als auch ein disperses Publikum anwesend ist. Auch die Diskussion darüber, ob das Internet (als Synonym für die weltweite Computervernetzung) ein Massen- oder ein Dialogmedium ist, macht die fließenden Grenzen zwischen dialogischer und Massenkommunikation deutlich – in einer Gesellschaft, in der Kommunikation und Information zu Wirtschaftsfaktoren geworden sind.

1.3 *Medierte oder nicht medierte Kommunikation?*

Werner Faulstich, dessen Buch »Grundwissen Medien« wir an dieser Stelle für die weitere Lektüre empfehlen möchten, hebt drei Verwendungszusammenhänge des Begriffs »Medium« hervor (Faulstich 1998, S. 21f.): Im *allgemeinen* Sprachgebrauch heißt Medium »Mittel« oder »Vermittelndes«. In verschiedenen *wissenschaftlichen* Disziplinen wird der Terminus Medium als spezieller Fachbegriff verwendet. In diesem Sinne spricht man zum Beispiel in der Pädagogik von »Unterrichtsmedien«, in der Literaturwissenschaft vom »Medium Literatur«. Der Medienbegriff wird in diesen Fachdiskursen meist im übertragenen Sinne gebraucht.

In anderen wissenschaftlichen Disziplinen steht der Begriff Medium ganz im Mittelpunkt des wissenschaftlichen Bestrebens. So

definiert die Informationstheorie »Medium« als »Zeichenvorrat«; in der Kommunikationssoziologie und in der Massenkommunikationsforschung wird »Medium« oftmals als »technischer Kanal« bestimmt.

Nicht ganz uninteressant scheint überdies die Unterscheidung in Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien zu sein. Pross (1972) versucht mit dieser Unterscheidung die Vielfalt medial vermittelter Kommunikationen zu beschreiben:

- *Primärmedien* sind die Medien des »menschlichen Elementarkontaktes« (Pross 1972, S. 10), wie etwa die menschliche Sprache, nonverbale Ausdrucks- und Mitteilungsformen. Das entscheidende dieser Medien ist, dass sie ohne technische Hilfsmittel funktionieren.
- Von *Sekundärmedien* spricht Pross (1972), wenn zur Produktion von Kommunikation oder Information der Einsatz von Technik nötig ist; z.B. bei der Herstellung von Zeitungen. Seitens des Empfängers bedarf es derartiger technischer Hilfsmittel nicht.
- *Tertiärmedien* sind jene Kommunikationsmittel, zu denen sowohl auf der Produktions- wie auch auf der Rezeptionsseite Technik nötig ist, um zu kommunizieren bzw. zu informieren (z.B. das Telefon, die Schallplatte).

Auch von *Quartärmedien* spricht man inzwischen (vgl. Faulstich 1998, S. 21). Dabei handelt es sich um Medien, die den Technikeinsatz zur Produktion, zur Übertragung (z.B. Digitalisierung) und zur Rezeption von Information erfordern.

Unterscheidungen verschiedener Medienformen können durchaus hilfreich sein. Wir werden in späteren Kapiteln auf diese und ähnliche Unterscheidungen zurückkommen. Um uns aber einen Begriff von Medien zu machen, neigen wir vorerst eher zur Vereinfachung (die allerdings durchaus abstrakt sein kann). Niklas Luhmann definiert »Medien« folgendermaßen:

»Medium in diesem Sinne ist jeder lose gekoppelte Zusammenhang von Elementen, der für Formung verfügbar ist, und Form ist die rigide Kopplung eben dieser Elemente, die sich durchsetzt, weil das Medium keinen Widerstand leistet.« (1992, S. 53)

Luhmann unterscheidet zunächst zwischen Medium und Form (vgl. auch Fuchs 1998, S. 179). Ein Medium sei das, was zur Formung zur Verfügung stehe. Mit anderen Worten: Ein Medium ist ein Mittel, um etwas zu formen, zu bilden, zu konstruieren. Formen bedeutet, einem Etwas Gestalt geben, etwas in Form zu fassen (zu informieren), eine Struktur erzeugen. Geformt und konstruiert werden mit einem Medium Wirklichkeiten. Das heißt, ein Medium ist ein Mittel zur Konstruktion von Wirklichkeit.

Kann es, so wäre nun vor dem Hintergrund unseres oben formulierten Kommunikationsbegriffs zu fragen, eine Kommunikation geben, die nicht mediiert, also nicht medial vermittelt ist? Nehmen Sie als Denkhilfe einen unserer Lieblingswitze:

Drei Handelsreisende fahren oft zusammen die gleiche Strecke. Sie haben sich schon alle Witze erzählt, die sie kennen. Es braucht nur einer den Mund zu öffnen, schon winken die andern ab: »Kennen wir schon!« Schließlich verfallen sie auf die Idee, alle Witze aufzuschreiben und zu nummerieren. Nun braucht nur ab und zu einer den anderen eine Nummer zuzurufen, um sie zum Lachen zu bringen. Unterwegs steigt ein neuer Reisender zu. Verwundert hört er sich das unverständliche Spiel eine Weile mit an, schließlich bittet er darum, eingeweiht zu werden und mitmachen zu dürfen. Nachdem er die Witzliste studiert hat, ruft er plötzlich: »Zweiunddreißig!« Niemand lacht. »Was ist denn los?«, wundert er sich. »Das ist doch ein erstklassiger Witz.« »Ja, schon«, geben die anderen zu, »erzählen muss man ihn nur können.« Nach einer Weile ruft einer: »Achtundneunzig.« Brüllendes Gelächter. »Verstehe ich nicht«, meint der Neue, »der steht doch gar nicht auf der Liste drauf.« »Eben. Den kannten wir auch noch nicht.«

Wir haben es im vorliegenden Falle unserer Handelsreisenden *erstens* (und zweifellos) mit Kommunikation zwischen Menschen zu tun: Die drei Handelsreisenden konstruieren durch ihren wechselseitigen Bezug (durch das Witzeerzählen im Zug) eine neue Wirklichkeit, die für den neu Hinzugekommenen zunächst fremd ist.

Zweitens, und auch das ist auffällig: Das Mittel, mit dem die drei die neue Wirklichkeit konstruieren, ist die Sprache, und genauer:

der Witz. Mit Witzen, und allgemeiner: mit Sprache lässt sich die Wirklichkeit formen. Insofern ist die Sprache ein Mittel zur Formung und Konstruktion von Wirklichkeit, also ein Medium.

Die allgemeinere These, die wir daraus ableiten wollen, lautet: Jede Kommunikation ist vermittelt, mediiert. Es gibt keine Kommunikation zwischen Menschen, die ohne Medium auskommt.

2. Kommunikationspsychologie – Versuch einer Gegenstandsbestimmung

Menschen tun etwas, bezeichnen das, was sie tun, mit Worten, drücken dies sprachlich (in Sätzen oder Gesten) aus, versuchen mittels der Sprache andere Menschen anzuregen, sich bestimmte Bilder, Vorstellungen von der Wirklichkeit zu machen und so weiter und so fort.

Mit all diesen Dingen sollte sich auch die Kommunikationspsychologie beschäftigen, die – wie wir noch sehen werden – eine der jüngsten psychologischen Teildisziplinen ist. Das macht die Bestimmung ihres Gegenstandsbereiches nicht leichter. Eine solche Bestimmung setzt Unterscheidung voraus, Unterscheidung von jenen Bereichen, mit denen sich die anderen psychologischen Teildisziplinen beschäftigen. Da diese Unterscheidungen zum jetzigen Zeitpunkt schwierig zu treffen sind, könnten wir uns zunächst so verhalten, wie es Martin Irle (1975) vor einigen Jahren tat, als er sich in seinem Lehrbuch der Sozialpsychologie weigerte, eine genaue Gegenstandsdefinition seines Faches zu präsentieren, und nur lapidar feststellte, Sozialpsychologie sei das, womit sich Sozialpsychologen beschäftigen.

Ganz so einfach wollen wir es uns aber nicht machen und fragen deshalb: Womit beschäftigen sich Kommunikationspsychologen? Sie versuchen zu untersuchen und zu erklären, wie sich Menschen in unterschiedlichen sozialen Systemen wechselseitig zu Konstruktionen von Wirklichkeit anregen. Das kann der verbale und non-verbale Austausch in einer Zweierbeziehung, in Gruppen oder Organisationen sein, aber auch Prozesse und Folgen massenmedialer Anregungen oder interkultureller Beziehungen betreffen.

Kommunikationspsychologie befasst sich mit den *Strukturen und Prozessen* der Kommunikation zwischen Menschen in unterschiedlichen sozialen Systemen (in Paarbeziehungen, Gruppen, Institutionen und in übergreifenden gesellschaftlichen Kontexten) und mit den *Resultaten* der Kommunikation (den individuellen und sozialen Konstruktionen).

3. Allgemeine und psychologische Kommunikationstheorien – eine Auswahl

3.1 Kurze Geschichte und lange Vergangenheit

Ernsthafte wissenschaftliche (auch: psychologische) Bemühungen, sich mit der menschlichen Kommunikation auseinander zu setzen, begannen frühestens im Übergang vom 18. zum 19. Jahrhundert im Rahmen von Ethnologie, Anthropologie, Sprachwissenschaft, Soziologie und den allgemeinen Kulturwissenschaften.

Wir erinnern zum Beispiel an die von Herder (1744–1803) entworfene Kulturanthropologie, in der in besonderer Weise auf die Sprache als Mittler zwischen Mensch und Natur aufmerksam gemacht wird. Auch an den kleinen, buckligen und dennoch geistig so großen Georg Christoph Lichtenberg (1742–1799), Professor für Naturwissenschaft an der Universität Göttingen, ist zu denken. So setzte sich Lichtenberg zum Beispiel in seiner Schrift »Über Physiognomik« wider die Physiognomen. Zu Beförderung der Menschenliebe und Menschenkenntnis« (erschieden 1778) mit den Arbeiten des Pfarrers Johann Kaspar Lavater auseinander (vgl. auch Mog 1988). Lavater wiederum gilt für viele Kommunikationspsychologen als Begründer der Ausdruckspsychologie, die uns in einem späteren Kapitel noch im Zusammenhang mit dem nonverbalen Kommunikationsverhalten beschäftigen wird.

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts dürften es in Deutschland vor allem zwei psychologische Ansätze sein, die Einfluss auf die heutige Kommunikationspsychologie genommen haben. Zum einen ist das die Völkerpsychologie von Moritz Lazarus (1824–1903) und Heymann Steinthal (1823–1899). Beide gründe-

ten 1860 die »Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft«. Ziel des damit verbundenen Forschungsprogramms war es, erstens die Individualpsychologie durch eine gesellschaftliche Dimension zu ergänzen und die Perspektive auf die Gesellschaftlichkeit des Menschen zu richten und zweitens vor allem die menschliche Sprache und ihre Produkte zu untersuchen, da sich in der Sprache die Gesellschaftlichkeit des Menschen ausdrücke (vgl. auch Laucken 1998). Lazarus und Steinthal sprechen allerdings nicht von Gesellschaftlichkeit des Menschen, sondern (notabene) von »Volksgeist«.

Neben dem völker- und sprachwissenschaftlichem Programm von Lazarus und Steinthal dürfte zum anderen auch *Wilhelm Wundts* (1832–1920) Völkerpsychologie für die Entwicklung kommunikationspsychologischen Denkens nicht unerheblich gewesen sein, auch wenn gerade dieser Zweig des wundtschen Werkes kaum noch rezipiert wird. »Alle jene«, schreibt Wundt (1888, S. 21, zit. n. Laucken 1998, S. 90), »aus der Gemeinschaft des geistigen Lebens hervorgehenden Entwicklungen bilden so die Probleme einer selbstständigen psychologischen Untersuchung, für die man den Namen der Völkerpsychologie ... beibehalten wird ...« Damit wäre zumindest ein Forschungsprogramm beschrieben, das auch für eine Kommunikationspsychologie von Interesse sein müsste.

Da wir an dieser Stelle keine systematische Wissenschaftsgeschichte der Kommunikationspsychologie vorlegen können, weil diese Geschichte erst noch geschrieben werden muss, erlauben wir uns nur einige impressionistische Darstellungen der Wurzeln, die aus unserer Sicht für die heutige Kommunikationspsychologie nicht uninteressant sind:

Das, was mit dem Begriff »menschliche Kommunikation« beschrieben werden soll, ist so alt wie das Leben schlechthin. Wiemann und Giles (1996, S. 332) machen darauf aufmerksam, dass Aristoteles' Text zur »Rhetorik« zu den ersten wissenschaftlichen Texten einer Kommunikationsforschung gezählt werden kann. In diesem Text geht es u.a. darum, wie eine demokratische Regierung das Volk zu beeinflussen vermag.

Nach der von Aristoteles entworfenen Kommunikationstheorie, die als Rhetorik bezeichnenderweise zugleich die erste Theorie der

Wirkungen von Kommunikation darstelle, müsse ein Stimulus, wenn er nur genügend sorgfältig präpariert sei, die gewünschten Wirkungen erzielen. Auf Aristoteles' »Rhetorik« baue das so genannte Stimulus-Response-Modell der Kommunikation auf. Auf dieses Modell werden wir im nächsten Abschnitt noch ausführlicher eingehen. Auch die in der Psychologie (seit Sigmund Freud, 1856–1939) beschriebene Kartharsisthese wird auf Aristoteles zurückgeführt. Bezogen auf aktuelle Mediendiskussionen wird, ausgehend von der Kartharsisthese, angenommen, die Beobachtung von Gewaltdarstellungen habe eine sozialhygienische Funktion, da durch die Rezeption derartiger Darstellungen Aggressionspotenziale abgebaut würden.

»Die Frage, wie Menschen von bildhaften oder verbalen Darstellungen beeinflusst werden, wurde schon in der Antike – hauptsächlich von Platon und Aristoteles – kontrovers diskutiert ... So erhob Platon die Forderung, dass die Dichter von Märchen und Sagen beaufsichtigt werden müssten, sodass nur die guten Märchen an die Rezipienten weitergereicht würden, wobei offen blieb, was gut sein sollte und wer über gut oder nicht gut entscheiden sollte. Im Gegensatz zu Platon vertrat Aristoteles die Ansicht, durch eine Tragödie, die Stimmungen wie Furcht und Mitleid beim Zuschauer erzeuge, werde eine reinigende Wirkung erzielt.« (Krebs 1994, S. 353)

Sozialpsychologen zählen die Arbeiten von Platon (427–347 v. Chr.) und Aristoteles (384–322 v. Chr.) üblicherweise zu den vorge-schichtlichen Wurzeln ihrer Wissenschaft (vgl. auch Graumann 1996, S. 6), sodass es uns nicht schwer fällt, es ebenso zu tun.

Allerdings: Die vorwissenschaftlichen Quellen, in denen man Hinweise über »richtiges« oder »passendes« bzw. effektives Kommunizieren nachlesen kann, sind älter als die »Rhetorik« des Aristoteles. In den »Zehn Worten« oder »Zehn Geboten« der Bibel heißt es u.a.: »Du sollst nicht falsch Zeugnis reden wider deinen Nächsten.« (5. Moses 5) Man könnte auch sagen, du sollst nicht lügen. Eine solche Forderung ist zweifellos eine wichtige Maxime für gelingende Kommunikation. Und so wundert es nicht, wenn wir auch in der aktuellen wissenschaftlichen Literatur immer wieder Versuche finden, derartige (meist moralisch begründete) Maximen

aufzustellen und wissenschaftlich zu begründen (z.B. Grice 1975, 1978; Habermas 1981). Werner Herkner (1991, S. 173) meint: »Damit ein Gespräch reibungslos ablaufen kann, muss jeder Interaktionspartner nicht nur möglichst korrekte Annahmen über das Vorwissen des anderen treffen, sondern auch motiviert sein, zu kooperieren.« Als wissenschaftlichen Beleg für eine derartige Motivation erwähnt Herkner das Kooperationsprinzip von Grice, das in seinen Ausführungen sehr viel Ähnlichkeiten mit den Geboten der Bibel zu haben scheint und das wir uns später noch ansehen werden.

»Kommunikation« ist ein Begriff mit einer kurzen Geschichte aber einer langen Vergangenheit. Auf dem 4. Internationalen Kongress für Psychologie, der 1900 in Paris stattfand, prägte der deutsche Psychologe Hermann Ebbinghaus den Satz, die Psychologie habe zwar eine lange Vergangenheit, aber nur eine kurze Geschichte (vgl. auch Ash/Geuter 1985, S. 9). Dieser Satz, der mittlerweile oft zitiert wird, scheint auch auf die Kommunikationswissenschaft im Allgemeinen und auf die Kommunikationspsychologie im Besonderen zuzutreffen.

3.2 Allgemeine Kommunikationstheorien

Theorien, die für die Kommunikationspsychologie von Interesse sind, zeichnen sich vor allem durch ihren disziplinübergreifenden Charakter aus. Zum Teil sind sie von Soziologen, zum Teil von Psychologen, von Anthropologen, Sprachwissenschaftlern oder Vertretern anderer Disziplinen entwickelt worden. In diesem Abschnitt möchten wir eine Auswahl klassischer und moderner Theorien präsentieren, die sich aus einer allgemeinen Perspektive dem Kommunikationsphänomen widmen.

Der Symbolische Interaktionismus

Erste theoretische Ansätze, in denen Kommunikation als Zentralspektive eine Rolle spielte, wurden im Übergang zum 20. Jahrhundert entworfen. Vor allem amerikanische Sozialwissenschaftler versuchten in der Tradition des Pragmatismus die gesellschaftlichen

Strukturen aus der Beschaffenheit von Kommunikationsprozessen zu erklären (vgl. auch Knoblauch 1995, S. 2). Namen wie Georg Herbert Mead, John Dewey, W.I. Thomas, Robert E. Park, William James, Charles Horton Cooley, Florian Znaniecki, James Mark Baldwin, Robert Redfield und Louis Wirth sind in diesem Zusammenhang hervorzuheben. Alle diese Namen hängen eng mit dem so genannten Symbolischen Interaktionismus zusammen (vgl. Blumer 1995, S. 23).

Der Symbolische Interaktionismus, zu dessen Hauptvertreter aus heutiger Sicht sicher Georg Herbert Mead (1863–1931) zu rechnen ist, stellt den Hintergrund für eine Vielzahl sozialwissenschaftlicher Ansätze dar, die menschliches Verhalten und Bewusstsein aus den sozialen Wechselbeziehungen erklären, die Menschen miteinander eingehen. Insofern lässt sich der Symbolische Interaktionismus auch als allgemeine soziologisch-sozialpsychologische Kommunikationstheorie interpretieren, und zwar mit folgenden Prämissen (Blumer 1995): Menschen handeln gegenüber den Dingen auf Grund der Bedeutungen, die diese Dinge besitzen. Das heißt, Menschen handeln nicht auf Grund irgendwelcher »objektiver« Beschaffenheiten von Situationen, sondern wie sie (die Menschen) diese Situationen definieren, interpretieren und deuten.

»Unter ›Dingen‹ wird hier alles gefasst, was der Mensch in seiner Welt wahrzunehmen vermag, physische Gegenstände, wie Bäume oder Stühle; andere Menschen, wie eine Mutter oder einen Verkäufer; Kategorien von Menschen, wie Freunde oder Feinde; Institutionen, wie eine Schule oder eine Regierung; Leitideale wie individuelle Unabhängigkeit oder Ehrlichkeit; Handlungen anderer Personen, wie ihre Befehle oder Wünsche; und solche Situationen, wie sie dem Individuum in seinem täglichen Leben begegnen.« (Blumer 1995, S. 23f.)

Die Bedeutungen von Dingen, ihre Definitionen und Interpretationen werden von den Menschen in der sozialen Interaktion ausgehandelt. In Anlehnung an Mead unterscheidet Blumer zwei grundlegende Interaktionsformen:

- nicht-symbolische Interaktionen und
- symbolische Interaktionen.

Mead selbst nannte diese beiden Interaktionsformen »Konversation von Gesten«, womit noch einmal der enge Bezug zum Kommunikationsthema deutlich wird.

»Nicht-symbolische Interaktion findet statt, wenn man direkt auf die Handlung eines anderen antwortet, ohne diese zu interpretieren; symbolische Interaktion beinhaltet dagegen die Interpretation der Handlung. Nicht-symbolische Interaktion ist am leichtesten in reflexartigen Reaktionen erkennbar, wie im Fall eines Boxers, der automatisch seinen Arm hochreißt, um einen Schlag zu parieren. Wenn der Boxer jedoch durch Nachdenken den bevorstehenden Schlag seines Gegners als eine Finte identifizieren würde, die ihn täuschen soll, so würde er eine symbolische Interaktion eingehen.«
(Blumer 1995, S. 29)

Die interaktiv (kommunikativ) ausgehandelten Bedeutungen werden von den Menschen benutzt und geändert, indem die Menschen die Bedeutungen aktiv interpretieren (und auslegen) können.

»Für den symbolischen Interaktionismus sind Bedeutungen daher soziale Produkte, sie sind Schöpfungen, die in den und durch die definierenden Aktivitäten miteinander interagierender Personen hervorgebracht werden.« (Blumer 1995, S. 26)

Über die soziale Verkettung menschlicher Handlungen, also durch die laufenden Interaktionen (und darin eingebundenen Interpretationen) werden soziale Regeln, soziale Netzwerke, Institutionen und Organisationen geschaffen.

»Ein Netzwerk oder eine Institution funktioniert nicht automatisch auf Grund irgendeiner inneren Dynamik oder auf Grund von Systemerfordernissen; sie funktionieren, weil Personen in verschiedenen Positionen etwas tun – und zwar ist das, was sie tun, ein Ergebnis der Art und Weise, in der sie die Situation definieren, in der sie handeln müssen.« (Blumer 1995, S. 37f.)

Der Symbolische Interaktionismus ist vor allem eine Metatheorie, durch die mittlerweile die Entwicklung zahlreicher konkreter Interaktions- und Kommunikationstheorien angestoßen wurde. Dazu gehören zum Beispiel der dramatologische Ansatz Goffmans

(1959), der ethnomethodologische Ansatz Garfinkels (1967), der Labeling Approach (Becker 1963) oder die Theorie der sozialen Identität (Tajfel 1978).

Das Stimulus-Response-Modell

Zu den ersten einflussreichen empirischen Kommunikationsforschungen, die in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts innerhalb der Soziologie und Psychologie durchgeführt wurden, gehören zweifellos die amerikanischen Arbeiten zur *Diffusion*. Unter Diffusion wurde dabei die Übernahme von Ideen oder Handlungen durch Einzelne oder Gruppen, die an spezifische Kommunikationskanäle angeschlossen sind, verstanden (vgl. Badura/Gloy 1972, S. 25). In den Forschungen zur Diffusion ging es um massenmedial verbreitete Ideen und deren Wirkungen. Innerhalb der Psychologie untersuchte man zum Beispiel Propagandawirkungen und -effekte oder Einstellungsänderungen in Folge massenmedialer Einflüsse.

Eines der frühesten Modelle, das sich in den Kontext dieser Forschungsbemühungen einordnen lässt, ist das 1927 von H.D. Lasswell zur Analyse von Propagandawirkungen in die Kommunikationsforschung eingeführte Stimulus-Response-Modell (vgl. auch Mertens 1994, S. 294), das sich am so genannten Reiz-Reaktions-Schema des Behaviorismus orientierte. Das Stimulus-Response-Modell geht bei der Beschreibung von Kommunikation von folgenden – hier verkürzt wiedergegebenen – Annahmen aus:

- Kommunikation sei der Austausch gezielter Informationen. Propaganda – als Kommunikationsform – befasse sich mit der strategischen Erzeugung, Auswahl und Versendung wirkungsträchtiger Stimuli.
- Erzeugt, ausgewählt und gesendet würden solche Stimuli von Kommunikatoren, um damit die Mitglieder einer Gesellschaft zu beeinflussen.
- Eine Gesellschaft bestehe aus einer Masse, also vielen einzelnen, aber gleichartigen Individuen, die voneinander isoliert und deswegen extrem abhängig von der kommunikativen Beeinflussung seien.

- Gleiche Stimuli könnten demzufolge gleich starke Wirkungen bei verschiedenen Individuen auslösen.

Als Beweis für die vom Stimulus-Response-Modell vorausgesagten starken Wirkungen massenmedialer Stimuli werden häufig die Folgen eines Hörspiels angeführt, das am 30. Oktober 1938 unter dem Titel »The Invasion from Mars« im amerikanischen Hörfunk ausgestrahlt wurde. Dem Hörspiel lag der Roman »War of the World« von Orson Welles zu Grunde. Welles führte auch die Regie bei diesem Hörspiel und war der Sprecher. Um 20 Uhr begann am besagten 30. Oktober 1938 die Übertragung zunächst mit Auszügen aus einem Klavierkonzert Tschaikowskys. Danach teilte ein Sprecher mit, dass nun die Sendung einer Erzählung von Orson Welles beginnen werde. Wenig später begann Welles mit seiner Erzählung über fremde Intelligenzen, die mit neidischen Augen auf die Erde blickten und beabsichtigten, sich dieser Erde zu bemächtigen. Nach diesen einleitenden Sätzen verlas ein anderer Sprecher den Wetterbericht und kündigte eine weitere Musikdarbietung an. Nach einigen Minuten wurde diese Musik für eine kurze Meldung unterbrochen, in der von einer ungewöhnlichen Beobachtung eines Observatoriums berichtet wurde. Dieser Wechsel zwischen Musik und scheinbaren aktuellen Nachrichten (z.B. über erdbebenähnliche Erschütterungen oder Augenzeugenberichten über die Landung Außerirdischer) hielt eine Zeit an. Dann kam die Mitteilung, dass der Ausnahmezustand über einige Regionen Nordamerikas verhängt worden sei.

Obwohl während der Sendung häufiger mitgeteilt wurde, dass es sich um ein Hörspiel handle, war die Wirkung dieser Sendung offenbar ungemein nachhaltig. Es sei in einigen Bundesstaaten zu panikartigem Verhalten der Menschen gekommen. 1,7 Millionen Hörer äußerten später, sie hätten das Hörspiel als Nachrichtensendung wahrgenommen und an die Invasion der Marsmenschen geglaubt (vgl. Cantril 1966, S. 57ff., zit. n. Jäckel 1999, S. 86ff.). Offenbar hatte das neue Medium Radio eine bis dato nicht erkannte starke Wirkungen der Massenmedien sichtbar gemacht.

Die Frage ist allerdings, ob mit diesem Beispiel auch das Stimulus-Response-Modell als bestätigt angesehen werden kann. Michael

Jäckel (1999, S. 95) macht zu Recht darauf aufmerksam, dass, wenn ca. 2% der Bevölkerung der USA durch das Hörspiel beunruhigt waren und sich z.T. panikartig verhielten, gefragt werden muss, warum sich die übrigen 98% offenbar der Beeinflussung entziehen konnten. Antworten auf diese Frage findet man dann, wenn man die individuellen Erfahrungen der Rezipienten (ihr Wissen, ihre Einstellungen und Deutungen von Welt) und den sozialen Kontext der kommunikativen Beeinflussung (soziale Strukturen, Normen und Werte) berücksichtigt (vgl. auch Merten 1994, S. 311f.). Explizite Hinweise auf die individuellen und sozialen Kontexte, die quasi als Selektionsfilter für beeinflussende Kommunikationen in Frage kommen könnten, finden sich weder im Stimulus-Response-Modell noch in seinem Vorbild, dem Rhetorikansatz von Aristoteles (auf den wir im vorigen Abschnitt eingegangen sind).

Die Lasswell-Formel

1948 veröffentlichte H.D. Lasswell einen Artikel über die Struktur und Funktion von Kommunikation, in dem er versuchte, die einseitige Sichtweise auf Kommunikation als Wirkung vom Sender zum Empfänger zu überwinden. Bekannt und vielfach zitiert ist dieser Ansatz als »Lasswell-Formel«. Um einen Kommunikationsprozess genauer beschreiben zu können, schlug Lasswell (1948) folgende Beschreibungskomponenten einer Kommunikation vor:

- Wer (Kommunikator, Sender),
- sagt was (Nachricht, Kommunikation, Botschaft, Mitteilung, Message, Information),
- zu wem (Kommunikant, Empfänger, Adressat),
- womit (Zeichen, Signal, verbale, nonverbale Verhaltensweisen),
- durch welches Medium (Kanal, Modalität),
- mit welcher Absicht (Intention, Motivation, Ziel),
- mit welchem Effekt.

Nur in seltenen Fällen können wir allerdings Alltagskommunikationen so detailliert beschreiben, wie es Lasswell fordert. Vor allem die Absicht und der Effekt von Kommunikationen sind in vielen

Fällen, in denen Menschen miteinander kommunizieren, nicht genau zu bestimmen. Auch das, was gesagt wird, bleibt aus unterschiedlichen Perspektiven häufig unklar und unbestimmt. Dennoch müssen wir Jäckel (1999, S. 63) zustimmen, wenn er feststellt, dass Lasswells Modell zum Ausgangspunkt vielfältiger differenzierter Betrachtungsweisen wurde.

The Mathematical Theory of Communication nach Shannon und Weaver

Ein anderes, ebenfalls etwas älteres Modell, mit dem interpersonale Kommunikation beschrieben werden soll, findet man in vielen einschlägigen Lehrbüchern. Das Modell wurde von den amerikanischen Informationstheoretikern Shannon und Weaver (1949) entwickelt.

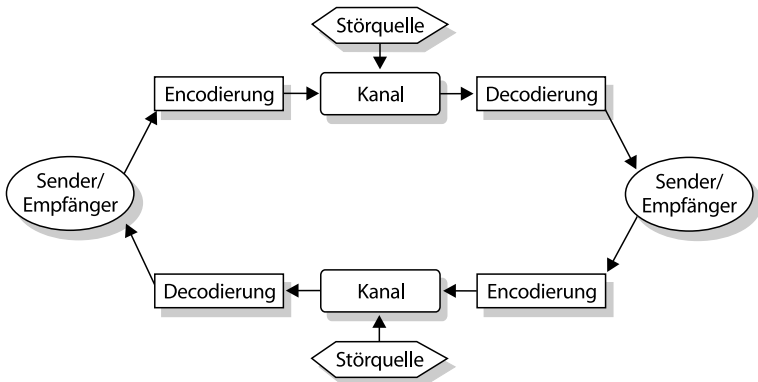


Abbildung 1: Die Theorie von Shannon und Weaver (1949)

»Eine Nachricht wird von einem Sender/Empfänger ›encodiert‹, über einen Kanal übertragen und vom Empfänger ›decodiert‹. ... Fehler in der Kette können sowohl in der Encodierung als auch in der Decodierung auftreten. Zu beachten an diesem Modell ist die für die menschliche Kommunikation wichtige Doppelfunktion, in der eine Person gleichzeitig Sender und Empfänger ist.« (Ellgring 1994, S. 197)

Das Entscheidende an diesem Modell ist, dass Sender und Empfänger über den gleichen Code verfügen müssen, um zu kommunizieren und sich zu verstehen. Kommunikation findet nach diesem Modell dann statt, wenn es einen Informationsfluss gibt. Und dieser Informationsfluss wird gesichert, wenn die Kommunikationspartner über identische Codes verfügen. Nur dadurch sei gesichert, dass die gesendeten Signale oder Informationen »ungestört« beim Empfänger ankommen und dort verarbeitet werden können. Faßler (1997, S. 40) nennt dieses Kommunikationsmodell ein Modell der »wahrscheinlichen Kommunikation«, um darauf aufmerksam zu machen, dass es auf der mathematischen und technologischen Idee beruht, nach der Kommunikation dann wahrscheinlicher, ungestörter und nutzbringender ablaufen kann, wenn es gelingt, die jeweiligen Kommunikationskanäle durchlässiger zu gestalten.

Claude E. Shannon war Mathematiker und Ingenieur und arbeitete zu der Zeit, als er mit Weaver sein Kommunikationsmodell entwarf, in den Bell Telephone Laboratories (Badura 1995, S. 18). Und so wundert es nicht, dass sich Shannon in seinem Modell nur auf den syntaktischen Aspekt von Information konzentrierte. Es ging ihm allein darum, ob eine Information, die von einem Sender abgeschickt wird, auch beim Empfänger ankommt. Semantische und pragmatische Aspekte von Kommunikation, also das, was eine Information bedeuten könnte und welche Funktion sie für Sender und Empfänger haben kann, wurden von Shannon bewusst unberücksichtigt gelassen.

Der Zweistufeneinfluss der Kommunikation (Two-step flow of communication)

Dieses Modell geht auf Lazarsfeld (1940) zurück und beinhaltet in seinem Kern die folgenden Aussagen:

»Rezipienten nutzen die Massenmedien vor allem, um sich zu informieren; bei der Frage nach Wichtigkeit und Richtigkeit von Informationsangeboten, beispielsweise für Wahlentscheidungen, werden Meinungen benötigt, die als Meta-Aussage (als Bewertung der zu Grunde liegenden Information) die Entscheidung für die Ak-

zeptanz einer Information erleichtern. Diese Meinungen beschafft sich der Rezipient

- *bei glaubwürdigen Personen, die er persönlich kennt (opinion-leaders),*
- *bei glaubwürdigen Personen, die er aus den Medien kennt (virtuelle opinion-leaders),*
- *durch Diskussionen und Argumentation mit anderen Personen oder durch Verfolgung solcher Diskussionen in den Massenmedien.» (Mertens 1994, S. 317)*

Wir haben es also eigentlich mit einem eher auf die Wirkung von Medien orientierten Kommunikationsmodell zu tun. Dass wir dieses Modell dennoch an dieser Stelle kurz vorstellen, hat damit zu tun, dass fast zeitgleich mit Lazarsfeld auch Kurt Lewin (1890–1947) einen ähnlichen Ansatz vorlegte, um kommunikative Prozesse in Gruppenkontexten zu erklären.

Lewins Ausgangsfrage, die zunächst sehr technizistisch anmutet, lautete: »Welche ›Bedingungen‹ müssen geändert werden, um ein bestimmtes Resultat zu erreichen, und wie kann man diese Bedingungen mit den zur Verfügung stehenden Mitteln ändern?« (Lewin 1943, Kurt-Lewin-Werkausgabe, Bd. 4, S. 293) Als Antwort auf seine Frage weist Lewin zunächst darauf hin, dass weder individuelle noch Gruppengewohnheiten hinreichend zu erklären sind, wenn ausschließlich die statischen Strukturen dieser Gewohnheiten oder nur partielle Prozesse ihrer Entwicklung beachtet werden. Vielmehr müssten die Kräfte- oder Feldkonstellationen einer Gruppe (wenn es um Gruppengewohnheiten geht) ins Kalkül gezogen werden. Um derartige Feldkonstellationen zu explizieren, entwickelt Lewin eine so genannte »Kanal-Theorie«, deren zentrale Variable der so genannte »Pfortner« (englisch: Gatekeeper) ist. Darunter versteht Lewin im übertragenen Sinne eine Person, die die zentralen Kommunikationskanäle in einer Gruppe öffnet und schließt, also lenken kann. Das Konzept des »Gatekeeper« ist nahezu identisch mit dem von Lazarsfeld entworfenen »Opinion-Leader«.

Kommunikationspsychologisch interessant an beiden Modellen ist die einfache Tatsache, dass kommunikative Einflüsse von einem Sender eben nicht direkt als starke Wirkungen auf einen Empfänger

treffen, sondern vom sozialen Kontext, in dem sich der Empfänger befindet, abhängig sind. Wesentliche Kontextvariablen sind nach dieser Sicht einflussreiche, vertrauensvolle und glaubwürdige Bezugspersonen (oder -gruppen) des Empfängers. Im sozialen Vergleich mit diesen Bezugspersonen oder Bezugsgruppen entscheidet der Empfänger, ob und welche gesendeten Informationen er als glaubhaft akzeptiert oder nicht.

Die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas und die Theorie selbstreferenzieller Systeme von Niklas Luhmann

Unsere unvollständige Darstellung allgemeiner Kommunikationstheorien wäre noch unvollständiger, wenn wir nicht auf zwei deutsche, international hoch anerkannte Theorien eingingen, die sich auf einer zunächst sehr allgemeinen Ebene dem gesellschaftlichen Phänomen der Kommunikation widmen.

In beiden Fällen haben wir es eigentlich mit umfassenden philosophisch-soziologischen Entwürfen zur Erklärung nachmoderner Gesellschaftsentwicklungen zu tun. So wundert es dann auch nicht, wenn es kaum empirisch orientierte soziologische oder psychologische Kommunikationsforschungen in Deutschland gibt, die sich explizit auf die Theorien von Habermas und Luhmann beziehen. Dass wir dennoch beide Theorieentwürfe an dieser Stelle knapp vorstellen, hat vor allem mit ihren Breiten- und Hintergrundwirkungen zu tun. Die Theorien von Habermas und Luhmann fungieren für viele Kommunikationsforscher als metatheoretische Denkraahmen, um spezielle, fachtheoretische Modelle zu entwerfen oder einfach nur, um mit einem so allgemeinen Denkraahmen vielfältige Kommunikationsprozesse zu beobachten.

Die Theorie des kommunikativen Handelns (TKH)

Jürgen Habermas veröffentlichte seine Theorie in vollständiger Fassung erstmals in zwei Bänden 1981 (Habermas 1981). Für unseren kurzen Einstieg in die Theorie des kommunikativen Handelns

können und wollen wir uns aber nur auf einige kommunikationspsychologisch interessante Aspekte beschränken und Habermas' Gesellschaftskonzeption vernachlässigen. Unsere knappe Darstellung orientiert sich an der gründlichen Kommentierung der TKH durch Burkart/Lang (1995).

Ein wichtiger Bestandteil der TKH ist die »Theorie der kommunikativen Kompetenz«, auf die wir etwas ausführlicher eingehen wollen. Habermas geht dabei von einer idealtypischen Kommunikationssituation aus und meint, ein Sprecher, der verstanden werden will und selbst verstehen wolle, müsse die folgenden universalen Ansprüche erfüllen:

- Den Anspruch der »Verständlichkeit«: Das heißt, der Sprecher/die Sprecherin muss wissen, dass er/sie sich dem grammatikalischen Regelsystem seiner/ihrer Sprache entsprechend ausdrückt, um von seinem Kommunikationspartner verstanden zu werden.
- Den Anspruch der »Wahrheit«: Das heißt, der Sprecher/die Sprecherin muss wissen, dass er/sie über etwas sprechen muss, das auch vom Kommunikationspartner als existierend angesehen wird.
- Den Anspruch der »Wahrhaftigkeit«: Das heißt, der Sprecher/die Sprecherin muss im Gespräch seine/ihre tatsächlichen Absichten ausdrücken, um den Kommunikationspartner nicht zu täuschen.
- Den Anspruch der »Richtigkeit«: Das heißt, der Sprecher/die Sprecherin muss sich vor dem Hintergrund anerkannter sozialer Normen und Werte äußern.

Der Sinn von sprachlicher Kommunikation besteht – nach Habermas – also darin, dass sich mindestens zwei Sprecher/Hörer über etwas verständigen. Ziel der wechselseitigen Verständigung sei der Konsens (die »gewaltlose Einigung im Gespräch«) zwischen den Kommunikationspartnern und nicht die einseitige Einflussnahme. Dieser »verständigungsorientierten« Kommunikation stellt Habermas die so genannte »strategische Kommunikation« gegenüber. Strategische Kommunikation oder Verständigungsform zielt darauf ab, zum Zwecke des eigenen Erfolgs Einfluss auf die Einstellungen

des Kommunikationspartners zu nehmen. Eine solche strategische Kommunikation kann offen (z.B. durch Druck oder Machtausübung) oder verdeckt geschehen. Verdeckte strategische Kommunikationen mit dem Ziel, andere (gegen deren Willen) zu beeinflussen, bedienen sich meist verschiedener Formen von Täuschung (vgl. auch Habermas 1988, Bd. 1, S. 446).

Die Fähigkeit der Sprecher, unterscheiden zu können, wann sie wie auf andere wirken, wann und wie sie sich mit anderen verständigen können bzw. wann Verständigungsversuche fehlschlagen, nennt Habermas kommunikative Kompetenz. Idealerweise setzen Sprecher ihre kommunikative Kompetenz ein, um sich mit anderen Sprechern zu verständigen, d.h., »einen sprachlichen Ausdruck identisch (zu) verstehen« (Habermas 1988, Bd. 1, S. 412). Um eine solche Verständigung herstellen zu können, liegt es

»... in der kommunikativen Absicht des Sprechers, (a) eine im Hinblick auf den gegebenen normativen Kontext richtige Sprechhandlung zu vollziehen, damit eine als legitim anerkannte interpersonale Beziehung zwischen ihm und dem Hörer zu Stande kommt; (b) eine wahre Aussage (bzw. zutreffende Existenzvoraussetzungen) zu machen, damit der Hörer das Wissen des Sprechers übernimmt und teilt; und (c) Meinungen, Absichten, Gefühle, Wünsche usw. wahrhaftig zu äußern, damit der Hörer dem Gesagten Glauben schenkt« (Habermas 1988, S. 413).

Wenn sich Kommunikationspartner in diesem Sinne zu verständigen suchen, kann es selbstverständlich auch zu Störungen kommen, die von den Kommunikationspartnern nicht gewollt und nicht beabsichtigt sind. Derartige Störungen lassen sich durch einfache Reparaturleistungen beheben. Dies kann z.B. dadurch geschehen, dass nachgefragt wird, wie das Gesagte zu verstehen sei, oder indem zusätzliche Erklärungen in die Kommunikation eingebaut oder Rechtfertigungen nachgeliefert werden.

Helfen derartige Reparaturversuche nicht weiter, bedarf es anderer Rechtfertigungsversuche, damit die Kommunikationspartner ihre kommunikativen Absichten realisieren können. Habermas nennt diese »expliziten Rechtfertigungsversuche« Diskurse.

»In Diskursen soll also versucht werden, über problematisch gewordene Geltungsansprüche einen Konsens herbeizuführen. Während in der Alltagskommunikation die Gründe, die einen Geltungsanspruch stützen, nur unterschwellig mitlaufen, werden sie im Diskurs explizit zum Thema. Der Diskurs markiert daher auch einen Bruch mit dem gängigen Hintergrund der vorherrschenden Normen, Werte, Überzeugungen usw.; sie werden im Diskurs kritisch in Frage gestellt.« (Burkart/Lang 1995, S. 48)

Mit der von Habermas thematisierten »Sprechsituation«, in der die Kommunikationspartner Konsens zu erreichen versuchen, beschreibt er das Ideal und die Vision verständiger Kommunikation in einer Gesellschaft, in der gegen diese Ideale zu oft zum Schaden aller Beteiligten verstoßen wird. Wir werden sehen, dass derartige Idealbeschreibungen von gelingender Kommunikation auch in psychologischen Kommunikationstheorien wieder zu finden sind.

Luhmanns Theorie selbstreferenzieller Systeme

1981, im gleichen Jahr, als Habermas seine Theorie des kommunikativen Handelns veröffentlichte, stellte Niklas Luhmann fest, Kommunikation sei »unwahrscheinlich, obwohl wir sie jeden Tag erleben, praktizieren und ohne sie nicht leben würden« (Luhmann 1981, S. 26). Damit verneint er nicht, dass wir Menschen kommunizieren. Er will darauf aufmerksam machen, dass es in der Kommunikation nicht primär um wechselseitiges Verstehen, im Sinne identischer Codierungen und Decodierungen, geht. Kommunikative Beziehungen seien im hohen Maße unklar und unbestimmt.

Luhmanns Theorie selbstreferenzieller Systeme ist nicht minder umfassend als der Ansatz von Habermas. Ebenso wie Habermas will auch Luhmann mit seiner Theorie eine umfassende Gesellschaftstheorie liefern. Wenn wir im Folgenden nur Facetten aus der luhmannschen Theorie herausgreifen, so geschieht das höchst subjektiv, partiell und bruchstückhaft.

»Sobald überhaupt Kommunikation unter Menschen stattfindet, entstehen soziale Systeme.« (Luhmann 1975, S. 9)

Das heißt auch, dass es Luhmann weniger um die Alltagskommunikation zwischen konkreten Menschen geht als vielmehr darum, was durch Kommunikation auf unterschiedlichen sozialen Systemebenen entsteht. Kommunikation ist für Luhmann primär der Prozess, durch den sich soziale Systeme von psychischen (individuell-menschlichen) Systemen unterscheiden. Kommunikative Beziehungen begreift er demzufolge nicht als Wechselwirkung zwischen Menschen, sondern als Elemente von sozialen Systemen. Zugegeben, das ist nicht so leicht zu begreifen: Nicht Menschen sind somit die konstituierenden Systemelemente, sondern die Kommunikationen, die unabhängig von den Menschen prozessieren, obwohl die Menschen an den Kommunikationen beteiligt sind. Soziale Systeme entwickeln sich, indem sie immer neue Kommunikationen produzieren, an denen sich weitere Kommunikationen anschließen usw.

Was aber ist Kommunikation aus der Sicht Luhmanns? Zunächst habe Kommunikation nichts mit der Übertragung von Informationen oder Nachrichten zu tun (Luhmann 1988, S. 193). Die Übertragungsmetapher (s. Abschnitt 1.2) verführe dazu, sich vorzustellen, dass die übertragene Information für Absender und Empfänger dieselbe sei. Kommunikation müsse vielmehr als dreistellige Einheit behandelt werden, bestehend aus Information, Mitteilung und Verstehen (Luhmann 1988, S. 197f.).

»Information ist ›Neues‹ im Sinne einer von außen kommenden Nachricht; und sie ist zugleich eine Ordnungsbestätigung, da sie ›konservative‹ Elemente enthält, die sie überhaupt lesbar, aneignungsfähig machen. Mitteilen erfolgt über die zur Verfügung stehenden Kanäle (gesprochene, geschriebene, gesendete Nachricht) und Verstehen ist die Einfügung des Mitgeteilten in den Sinn-Rahmen.« (Faßler 1997, S. 38)

Verstehen in der Kommunikation bedeutet nach Luhmann aber nicht wie in der Metapher des Mitteilens von Gemeinsamkeiten, dass die kommunizierenden Instanzen (Luhmann nennt sie Alter und Ego) sich dann verstanden haben, wenn sie über die gemeinsame Sicht auf die Wirklichkeit verfügen. Ob Ego verstanden hat, was Alter ihm mitteilte, kann Ego nur prüfen, wenn sich die kom-

munikativen Handlungen fortsetzen. Ebenso kann Ego nur am Fortgang der Kommunikation feststellen, ob Alter ihn verstanden hat. Verstehen ist immer eine selbstreferenzielle Entscheidung, die Ego oder Alter für sich allein fällen müssen. Minimale Basis für diese Entscheidung, die keine hundertprozentig sichere, also wahrscheinliche sein kann, ist das Anschlussverhalten (eben der Fortgang der Kommunikation).

Den Wert einer solchen Auffassung von Kommunikation beschreibt Peter Fuchs, ein Luhmann-Schüler, in folgender Weise:

»Was im Kopf geschieht, kommt nicht raus. Und trotzdem muss es einen Verhaltensabstimmungsmodus zwischen psychischen Systemen geben. Dieser läuft über eine »emergente« Größe, über eine Einheit, die ihre eigene Gesetzmäßigkeit entfaltet, nämlich Kommunikation. Das ist sicherlich widerständig gegenüber dem Alltagsverständnis, weil wir immer die Idee haben, wir kommunizieren miteinander. Wir tun das aber nie! Wir sind vielmehr in der Weise an Kommunikation beteiligt, dass wir Äußerungen produzieren. Wie diese dann aber miteinander verschliffen werden, in welche Art von Strukturen, von Kombinationsspielräume sie fallen, darüber haben wir kaum noch die Kontrolle.« (Fuchs 1998, S. 173)

Zunächst einmal bleibt festzustellen, dass von der luhmannschen Sicht auf kommunikative Beziehungen eine Menge Verstörungen und Beunruhigungen ausgehen, weil sie nicht sofort mit unserem Alltagsverständnis oder unseren Alltagswünschen vereinbar ist.

3.3 Psychologische Kommunikationstheorien

In einem Artikel in »Social Psychology: Handbook of Basic Principles« haben Robert M. Krauss und Susan R. Fussell versucht, die zahlreichen und zum Teil auch diversen sozialpsychologischen Kommunikationstheorien und -modelle zu ordnen und strukturiert und differenziert darzustellen (Kraus/Fussell 1996). In ihrer Literaturrecherche haben sie vier Klassen dieser Theorien bzw. Modelle identifizieren können:

- Encoder-/Decoder-Modelle;
- intentionalistische Modelle;
- Perspektivenübernahme-Modelle;
- Dialog-Modelle.

Wegen ihrer Praktikabilität nutzen auch wir im Folgenden diese Klassifikation, um einige kommunikationspsychologische Modelle und Theorien einzuordnen und kurz vorzustellen.

Encoder-/Decoder-Modelle

Encoder-/Decoder-Modelle betrachten Kommunikation als Prozess, in dem ein Sender eine interne Repräsentation (eine individuelle Absicht oder Wirklichkeitsvorstellung) in einen Code (eine Sprache, ein Signal etc.) transformiert (encodiert), die so codierte Information über einen Kanal zu einem Empfänger transportiert, der diese Information, um sie zu verstehen, decodieren muss. Die bereits vorgestellte mathematische Theorie der Kommunikation von Shannon und Weaver ist sicher das prototypische Beispiel für ein Encoder-/Decoder-Modell. Krauss und Fussell (1996, S. 662) betonen, dass Encoder-/Decoder-Modelle in jenen kommunikationspsychologischen Diskussionen, die sich mit verbalen Kommunikationen beschäftigen, kaum noch eine bedeutende Rolle spielen.

Für die gegenwärtigen Forschungen zur nonverbalen Kommunikation hingegen scheinen derartige Modelle nach wie vor eine dominante Perspektive auszudrücken. Krauss/Fussell (1996) verweisen zum Beispiel auf die einschlägigen Arbeiten von Ekman/Friesen (z.B. 1975). Interessant sind die Encoder-/Decoder-Modelle aber auch, wenn es um die Erforschung naiver oder impliziter Kommunikationstheorien geht, wenn also die subjektiven Theorien von Kommunikationspartnern in alltäglichen Kommunikationssituationen untersucht werden. Dass wir in unserem Alltag nicht selten von naiven Encoder-/Decoder-Modellen ausgehen, haben wir schon mehrfach betont. Belege für die Wirksamkeit derartiger Modelle als subjektive Bewertungsgrundlagen für Alltagskommunikationen lieferten zum Beispiel Untersuchungen zur Personenattribu-

tion und zur Rolle der so genannten impliziten Kausalität (vgl. z.B. Semin/Marsman 1994).

Zur Illustration der Encoder-/Decoder-Modelle in der Psychologie stellen wir ein schon recht altes Kommunikationsmodell vor:

Das Organon-Modell von Karl Bühler (1934)

Eine wichtige psychologische Kommunikationstheorie, die eigentlich eine Sprachtheorie ist, stammt von Karl Bühler (1934). Auch Luhmann beruft sich in der Entwicklung seines Kommunikationsbegriffs auf die Sprachtheorie Bühlers (Luhmann 1988, S. 196). Bühler hebt in seiner Theorie drei fundamentale Funktionen oder Leistungen der menschlichen Sprache hervor: Darstellung, Ausdruck, Appell. Dieser Differenzierung, die sich auf die Beziehungen von Zeichen, bezeichnetes Objekt und Objektbenutzer bezieht, liegt die Unterscheidung von Sender und Empfänger zu Grunde, so wie wir sie bereits im Modell von Shannon und Weaver kennen gelernt haben. Diese Ähnlichkeit veranlasste uns, die Theorie Bühlers als Beispiel der so genannten Encoder-/Decoder-Modelle vorzustellen. Abbildung 2 illustriert die Grundbestandteile der Theorie.

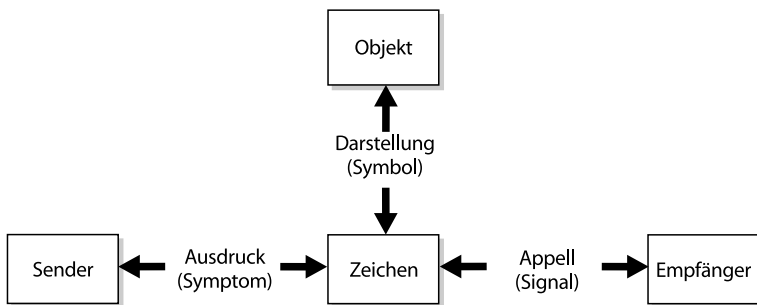


Abbildung 2: Das Organon-Modell von Karl Bühler (1934)

Die drei Beziehungen des Zeichens (zu Objekt, Sender und Empfänger) entsprechen nach Bühler den drei fundamentalen Funktionen der Sprache:

- Die *Darstellungsfunktion* entspricht der Beziehung zwischen Zeichen und Objekt (Zeichen als *Symbol*). Der Sender verweist den Empfänger durch ein sprachliches Zeichen (durch ein Wort, einen Satz oder eine Geste) auf ein Objekt. Das heißt, der Sender stellt mit Hilfe von Zeichen bestimmte Sachverhalte dar, die der Empfänger wahrnehmen soll.
- Die *Ausdrucksfunktion* entspricht der Beziehung zwischen Zeichen und Sender (Zeichen als *Symptom*). Mit seinen sprachlichen (verbalen oder nonverbalen) Zeichen drückt der Sender gegenüber dem Empfänger etwas aus und der Empfänger erfährt auf diesem Wege etwas über den Sender (und seine Befindlichkeiten).
- Die *Appellfunktion* entspricht der Beziehung zwischen Zeichen und Empfänger (Zeichen als *Signal*). Mit dem, was der Sender mit Hilfe seiner sprachlichen Zeichen anzeigt, kann der Empfänger veranlasst werden, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen, Verhalten zu ändern oder bestimmte Erfahrungen zu erleben. Der Sender kann zum Beispiel versuchen, den Empfänger aufzufordern, zu überreden oder zu beeinflussen, etwas zu tun oder zu unterlassen.

Das Organon-Modell spielt in aktuellen kommunikationspsychologischen Forschungen kaum noch eine Rolle. Seinen Wert hat dieses Modell aber dennoch; zum Beispiel in der Entwicklungspsychologie, in der es genutzt wird, um die Sprachentwicklung von Kindern zu klassifizieren und zu beschreiben.

Intentionale Modelle

Während es in den Encoder-/Decoder-Modellen vorrangig um die Nachricht und die Wege geht, diese möglichst störungsfrei vom Sender zum Empfänger zu transportieren, fokussieren die Intentionalen Modelle auf die Absichten des Senders dem Empfänger das mitzuteilen, was er (der Sender) auch meint. Dabei geht es letztlich darum, dass die Kommunikation zwischen Sender und Empfänger auch gelingt. Und die Kommunikation ist dann gelungen, wenn

Sender und Empfänger in der Kommunikation einen Konsens, eine Einigung über das Gesprochene herstellen. Um diese Einigung zu erzielen, müssen Sprecher und Hörer, Sender und Empfänger bestimmte Kommunikationsregeln beachten.

Auch die von Habermas entwickelte allgemeine Theorie des kommunikativen Handelns geht – wie wir bereits gesehen haben – von ähnlichen Prämissen aus. Als Beispiel für ein Intentionales Modell aus psychologischer Sicht wollen wir deshalb einen Ansatz vorstellen, der im Kern einige Gemeinsamkeiten mit der von Habermas beschriebenen idealtypischen Sprach- oder Kommunikationssituation aufweist.

Die Konversationsmaxime von Grice (1975)

Grice (1975) schlug vor, Konversationen, also sprachliche Austausche, als kooperative Bemühungen zu betrachten. Wenn Menschen die Absicht haben zu diskutieren, einander zu kritisieren oder auch zu beleidigen, müssen sie, um ihre Absichten realisieren zu können, die Botschaften in bedeutungsvoller und nachvollziehbarer Weise an ihre jeweiligen Kommunikationspartner übermitteln. Um dies tun zu können, bedarf es bestimmter Rahmenbedingungen, die Grice in seinem *Kooperationsprinzip* zusammenfasst. Dieses *Kooperationsprinzip* besagt: Man soll jeden Beitrag zu einer Konversation so gestalten, wie es zum *Zeitpunkt* seines Auftretens und bei den von den Partnern akzeptierten *Zielen* der Interaktion notwendig ist. Dieses Kooperationsprinzip besteht aus vier Basisregeln, die auch als Konversationsmaxime bezeichnet werden:

- Die *Qualitätsmaxime*: Nachrichten sollten ein Maximum an Qualität aufweisen (sei wahrhaftig).
- Die *Quantitätsmaxime*: Nachrichten sollten nicht mehr und nicht weniger Informationen als nötig enthalten. Das heißt, man soll so informativ wie notwendig sein, aber nicht informativer als nötig.
- Die *Relevanzmaxime*: Nachrichten an die Kommunikationspartner sollen relevant und bedeutungsvoll sein. Themen, die

nicht Gegenstand des laufenden Gesprächs sind, sollten vermieden werden.

- Die *Klarheitsmaxime*: Nachrichten sollten klar, deutlich und knapp sein. Mehrdeutige Ausdrücke, unklare Formulierungen sollten vermieden werden.

Dann, wenn alle vier Maximen befolgt werden, können Konversationen angenehm und effizient sein. Andernfalls könne es zu Missverständnissen, schlechter Laune und Zeitverschwendung kommen. Dass derartige Kommunikationsregeln im Alltag nur schwer einzuhalten sind, haben wir schon früher bemerkt. Ihre Beachtung hängt nicht zuletzt vom Kontext ab, in dem die jeweilige Kommunikation eingebettet ist. Lyons (1977) zählt zu diesem Kontext

- die Rollen der Kommunikationspartner in der Kommunikationssituation (sind sie Sprecher oder Hörer),
- die sozialen Rollen und den sozialen Status der Kommunikationspartner (z.B. Doktor oder Patient),
- die formelle und/oder informelle Struktur der Kommunikation (z.B. ein Gespräch zwischen Vorgesetztem/Mitarbeiter oder ein Plausch zwischen Studenten in der Mensa),
- die Zeit und den Ort der Kommunikation,
- die Angemessenheit des Sprechstils,
- die Gesprächsthemen,
- die jeweilige Situation (zu Hause oder auf Arbeit).

Mit anderen Worten: Kommunikation ist zu komplex, um sie durch das Aufstellen idealer Regeln meistern zu können. Auch das werden wir noch ausführlicher behandeln.

Modelle der Perspektivenübernahme

Derartige Modelle gehen letztlich auf den Symbolischen Interaktionismus im Sinne Georg Herbert Meads und auf dessen bekannte Formulierung zurück: »Take the role or attitude of the other.« Das heißt, jeder Kommunikationspartner muss versuchen, die Kom-

munikationssituation so wahrzunehmen und zu erfahren, wie sie von den anderen Kommunikationspartnern ebenfalls wahrgenommen und erfahren wird. Um dies tun zu können, müssen die Kommunikationspartner bereit und fähig sein, die Kommunikationssituation aus der Sicht des/der jeweiligen anderen zu betrachten.

Psychologische Modelle und Begriffe, die diese Perspektivenübernahme zu beschreiben versuchen, gibt es viele: Rogers (1980) spricht von Empathie; Goldstein/Michaels (1985) entwickelten ein relativ komplexes Modell zur Erklärung und zum Training von Empathie; Clark/Carlson (1982) präsentieren ein allgemeines Modell der Hörer- und Sprecherhandlungen. Wir haben uns entschieden, ein deutsches Modell des interpersonalen Verstehens kurz vorzustellen, in dem die Perspektivenübernahme eine zentrale Rolle spielt.

Das Vier-Komponenten-Modell von Rosemann und Kerres (1986)

Rosemann/Kerres (1986) heben vier Komponenten hervor, um den Vorgang des interpersonalen Verhaltens zu beschreiben:

- Eine *kognitive-prozedurale* Komponente, die sich unmittelbar auf die Fähigkeit zum Perspektivenwechsel bezieht. Damit meinen die Autoren die Fähigkeit, sich in den anderen hineinzusetzen, Dinge aus der Perspektive eines anderen zu sehen (Rosemann/Kerres 1986, S. 151).
- Eine *affektiv-intentionale* Komponente, die auch als Empathie bezeichnet werden kann. Menschen mit hoher Empathie sind in der Lage, auf Gefühle einer anderen Person mit eigenen Gefühlen zu reagieren und unter Umständen mit den anderen zu leiden. Diese Komponente ist nach Meinung der Autoren keine notwendige Bedingung für interpersonales Verstehen, da man andere in ihrem Schmerz auch dann verstehen könne, wenn man nicht selbst die Schmerzen erleiden müsse.
- Eine *kommunikative* Komponente des interpersonalen Verstehens, mit der die Wechselseitigkeit und die laufenden Rückmel-

dungen beschrieben werden, die nötig sind, damit die Kommunikationspartner Gemeinsamkeiten oder Unterschiede zwischen den eigenen und den Auffassungen der anderen entdecken können.

- Eine *kognitiv-strukturelle* Komponente, die die Kenntnis der eigenen Einstellungen, Schemata und Vorstellungen beinhaltet, durch die auf individueller Seite das kommunikative Handeln gesteuert wird. Zu diesen Einstellungen und Schemata gehört auch das Wissen über die Vorurteile, mit denen man anderen Kommunikationspartnern begegnet.

Dialog-Modelle

In den bisher beschriebenen psychologischen Kommunikationsmodellen stehen weitgehend die kommunikativen Handlungen einer einzelnen Person im Mittelpunkt der Betrachtung. Ein Sprecher muss seine Äußerungen so formulieren, dass die damit verbundenen Bedeutungen in adäquater Weise zum Hörer transportiert und von diesem in der vom Sprecher gemeinten Weise identifiziert werden können. Beide, Sprecher und Hörer, werden in diesen Modellen als autonome, informationsverarbeitende Instanzen konzeptualisiert.

Eine davon verschiedene Perspektive präferieren die so genannten *Dialog-Modelle*. In diesen Modellen stehen die soziale Situation, in der kommuniziert wird, und die Interaktion der Kommunikationspartner im Mittelpunkt des Interesses. Die Bedeutung einer Mitteilung, die ein Sprecher an einen Hörer richtet, wird erst im Prozess der Kommunikation erzeugt und ist auch nur im Kontext dieser Kommunikation verständlich und interpretierbar. Das Ziel einer Kommunikation sei die Herstellung von Intersubjektivität (Krauss/Fussell 1996, S. 684). Unter Intersubjektivität wird der von den Kommunikationspartnern gemeinsam geteilte Bedeutungsgehalt bestimmter Handlungen oder Symbole verstanden, der erst in der gemeinsamen Kommunikation hergestellt wird. Das heißt, in jeder Kommunikation werden die Bedeutungen durch die Wechselseitigkeit der Beziehungen zwischen Sprecher und Hörer immer

wieder neu erzeugt. Die Prozesse dieser Wechselseitigkeit werden gegenwärtig vor allem in der so genannten Konversationsanalyse untersucht (vgl. Clark/Brennan 1991; Clark/Wilkes-Gibbs 1986).

Wir haben als Beispiel für ein Dialog-Modell einen Entwurf ausgewählt, der sich zwar nicht explizit in die gegenwärtigen Konversationsforschungen einordnet, dafür aber relevante psychologische Variablen identifiziert und wohl zu den bekanntesten Kommunikationsmodellen gehört.

Axiome einer formalen Theorie menschlicher Kommunikation
(Watzlawick u.a. 1967)

Kommunikation ist ein universelles Phänomen. Ohne Kommunikation ist Menschsein nicht möglich. Ganz in diesem Sinne haben Watzlawick u.a. Grundlagen einer Kommunikationstheorie entwickelt, in der Kommunikation synonym zum Begriff der menschlichen Interaktion gebraucht wird.

»... Kommunikation wird nicht einfach als Vehikel oder Manifestation, sondern als eine brauchbare Konzeption dessen aufgefasst, was sonst oft ungenau unter der Rubrik »Interaktion« zusammengefasst wird.« (Watzlawick/Beavin 1972, S. 179)

Der Entwurf, den Watzlawick und seine Kollegen vorlegten, ist mittlerweile so bekannt, dass wir eigentlich auf seine Darstellung verzichten könnten. Dass wir ihn dennoch an dieser Stelle vorstellen, hat mit seiner axiomatischen Grundlegung zu tun. Watzlawick u.a. haben keine vollständige, in allen Aspekten empirisch gehaltvolle und entsprechend prüfbare Theorie entwickelt, sondern mit ihrem Entwurf versucht, die Pragmatik interpersoneller Beziehungen zu beschreiben.

Dieser Entwurf ist vielfach kritisiert worden (vgl. z.B. Girgensohn-Marchand 1994; Burkart 1998). Indes ist er eigentlich immun gegen jede Kritik, da seine Bestandteile, die so genannten Kommunikationsaxiome, den Status von Annahmen haben, die nicht bewiesen werden müssen, sondern in sich eine logische Konsistenz

aufweisen sollten. Sie fungieren quasi als theoretische Kernsätze, die man entweder akzeptieren oder verwerfen kann, je nachdem, ob man die generelle Sichtweise, mit der diese Theorie entworfen wurde, übernehmen oder ablehnen will. Der Ansatz von Watzlawick u.a. lässt sich auf die folgenden fünf Axiome reduzieren:

- *1. Axiom: Man kann nicht nicht kommunizieren.*

In Gegenwart einer zweiten Person ist alles Verhalten kommunikativ, hat also Mitteilungscharakter für andere. Demzufolge sei es unmöglich, nicht zu kommunizieren. Ob ich mich jemandem zuwende oder abwende, ihm signalisiere, dass ich mit ihm reden möchte, oder ihm zeige, dass ich lieber darauf verzichten will, immer hat mein Verhalten für die andere Person Mitteilungscharakter und ist insofern Kommunikation. Auch Schweigen ist Kommunikation.

»Ja, es lässt sich allgemein sagen, dass alles Verhalten, nicht bloß der Gebrauch von Wörtern, Kommunikation ist ... und da es so etwas wie Nichtverhalten nicht gibt, ist es unmöglich, nicht zu kommunizieren.« (Watzlawick/Beavin 1972, S. 181)

- *2. Axiom: Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.*

Dieses Axiom besagt, dass jede Mitteilung aus einem Inhalt (was gesagt wird) und den Hinweisen des Senders für den Empfänger besteht, wie der Sender die Mitteilung verstanden haben will (wie etwas gesagt wird). Das heißt, mit jeder Kommunikation definieren die kommunizierenden Personen auch die Beziehung, die sie miteinander eingehen. Oftmals kann der Beziehungsaspekt wichtiger als der Inhaltsaspekt sein.

»... während in einer bestimmten Kommunikation der eine oder der andere das größere, relative Gewicht haben kann, sind Kommunikationen, bei denen nur der eine oder nur der andere Aspekt vorkommt, unmöglich ...« (Watzlawick/Beavin 1972, S. 184)

Das macht Kommunikation auch manchmal so schwierig, da beide Aspekte sich durchaus widersprechen können. So kann

eine Person einer anderen Person auf der Inhaltsebene Zuneigung mitteilen, diese aber durch die Gestaltung der Beziehungsebene wieder in Frage stellen. Während die kommunikativen Inhalte in der Regel lautsprachlich vermittelt werden, können die Beziehungen zwischen den Kommunikationspartnern mittels verbaler und/oder nonverbaler Signale ausgedrückt werden.

- 3. *Axiom: Kommunikationsabläufe werden unterschiedlich strukturiert.*

Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe bedingt. Ein externer Beobachter sieht in der Kommunikation zweier Personen in der Regel zunächst einen ununterbrochenen Austausch von Mitteilungen. Tatsächlich definiert jede Person die Struktur der ablaufenden Kommunikation nach ihren eigenen Vorstellungen, Erfahrungen und Einstellungen, interpunktiert also die Struktur der laufenden Kommunikation jeweils nach eigenen Vorstellungen.

»Der Mann sagt etwa: ›Ich meide dich, weil du nörgelest.‹ Dagegen sagt die Frau: ›Ich nörgele, weil du mich meidest.‹ Jeder von beiden nimmt sein eigenes Verhalten nur als Reaktion auf das Verhalten des anderen wahr. Jeder sieht das Verhalten des anderen als ursächlich.« (Thomas 1991, S. 65)

- 4. *Axiom: Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten.*

Es gibt zwei Weisen, wie etwas dargestellt und mitgeteilt werden kann: entweder durch einen Namen oder ein Symbol, das dem Gegenstand fest zugeordnet ist (das ist ein Baum), oder durch Entsprechungen, Analogien. Die Darstellung durch Wörter und Symbole entspreche der digitalen Kommunikation und die Darstellung durch Entsprechungen wie Ausdrucksverhalten entspreche der analogen Kommunikation. Es lässt sich auch vereinfacht sagen, dass verbale Kommunikation in der Regel für zwei Kommunikationspartner, wenn sie beide der Sprache mächtig sind, in der sie kommunizieren, zu den digitalen Modalitäten der Kommunikation gehört. Während nonverbale Kommunikation eher den analogen Modalitäten zugerechnet werden sollte.

- 5. *Axiom: Kommunikation verläuft entweder symmetrisch oder komplementär.*

Komplementär ist eine Kommunikation dann, wenn zwischen den Kommunikationspartnern ein Über- und Unterordnungsverhältnis besteht, wie z.B. zwischen Prüfer und Prüfling, zwischen Vorgesetztem und Mitarbeiter, zwischen Eltern und Kindern. Symmetrische Kommunikationen finden zwischen gleichberechtigten Partnern statt. Fast am Schluss ihrer frühen Arbeit zu einigen formalen Aspekten der Kommunikation schreiben Watzlawick und Beavin (Watzlawick/Beavin 1966/1967; hier zit. n. Watzlawick/Beavin 1972):

»Aus der Sicht einer Kommunikation erscheint die Frage, ob es so etwas wie eine objektive Realität gibt, die die einen sich bewusster stellen als die anderen, von relativ geringer Bedeutung verglichen mit der Bedeutung verschiedener, auf unterschiedliche Gliederung zurückführbarer Auffassungen von der Wirklichkeit.« (S. 191)

Diese relative, konstruktivistische Sicht auf Kommunikation und Wirklichkeit ist uns sehr sympathisch. Deshalb wird sie uns noch beschäftigen. Auch auf Paul Watzlawick werden wir noch zurückkommen.

4. Soziale Konstruktion und Kommunikation von Wirklichkeit

4.1 Ein Versuch über gelingende Kommunikation – eine Verunsicherung

Zwei Männer sitzen im Eisenbahnabteil. »Oj«, seufzt der eine. »Ojojoj«, seufzt der andere. Daraufhin der Erste: »Herr, hören wir auf, über Politik zu reden.«

Die beiden kommunizieren und ihre Kommunikation scheint irgendwie auch gelungen zu sein. Was aber heißt gelingende oder gelungene Kommunikation? Wann können wir eine Kommunikation als gelungen bezeichnen?

Der Begriff der gelungenen oder gelingenden Kommunikation geht auf die Theorie des kommunikativen Handelns von Habermas zurück, die wir bereits kurz vorgestellt haben (vgl. auch Faßler 1997, S. 43). Gelungen scheint eine Kommunikation dann zu sein, wenn es den Kommunikationspartnern gelingt, ihre Situationsdefinitionen, ihre Vorstellungen von der Kommunikationssituation aufeinander abstimmen zu können. Man könnte auch sagen, die Kommunikation ist dann gelungen, wenn sich die Kommunikationspartner verstanden haben.

Verstehen ist nicht nur ein sozialer Prozess zwischen einem Sprecher und einem Hörer, der auch zum Sprecher werden kann. Verstehen ist immer auch ein Akt, in dem die Beteiligten durch ihr Sprechen und ihr Zuhören eine ihnen genehme Wirklichkeit konstruieren. Man kann auch reden und sich verstehen, ohne etwas zu sagen. Die Worte kommen ohne Mühe – aber was sie wohl bedeuten mögen?

»Dass sich das Wort ›verstehen‹ auf eine opak erscheinende Vielfalt von Gegenständen und Tätigkeiten bezieht – sprachliche und nichtsprachliche, mentale und materiale, prozesshafte und statische, natürliche und kulturelle, gegenständliche und abstrakte, qualitative und quantitative, faktische und fiktionale, begriffliche und ästhetische, empirische und normative, humane und extrahumane –, wird erkennbar, wenn man seinen Wortgebrauch und einige seiner phänotypischen Kulturformen samt der damit verbundenen Wissensformen vergegenwärtigt.« (Reusser/Reusser-Weyeneth 1994, S. 9f.)

Es geht um Textverstehen, um Kausalverstehen im Sinne der Naturwissenschaften, um theoretisches Funktionsverstehen im Sinne der Ingenieurwissenschaften und der Technik, um praktisches Verstehen im Sinne der handlungsmäßigen Könnerschaft, um logisch-mathematisches Schließen, um Motiv- und Handlungsverstehen, um kritisches Verstehen, um empathisches Verstehen, um ästhetisches Verstehen (Reusser/Reusser-Weyeneth, S. 11f.).

Aus kommunikationspsychologischer Perspektive interessieren wir uns ausschließlich für das interpersonale Verstehen, für das –

wie Foppa (1994) es nennt – Verstehen im Dialog, oder besser: für das gegenseitige Verstehen kommunizierender Personen.

Verstehen ist kein Durchschauen von Wesenheiten, kein Dreinblicken in innere Unzugänglichkeiten der Dinge, Personen und Prozesse, kein wahres Erkennen dessen, was die Welt im Innersten zusammenhält, und eben auch nicht die Vorhersage und das Erklären psychischer Hintergründlichkeiten, wie es etwa Rosemann/Kerres (1986) mit ihrem psychologischen Verstehensbegriff anzudeuten versuchen. Dort heißt es:

»Verstehen soll heißen, einen, wenn auch nur partiellen, Einblick in die Gedanken und die Gefühlswelt des anderen zu erhalten, seine Handlungsgründe nachzuvollziehen und Aufschluss über seine Wertvorstellungen zu erhalten.« (Rosemann/Kerres 1986, S. 151)

Verstehen ist ein sozialer und psychischer Prozess, mit dem wir Menschen uns den Umgang mit den Dingen, Prozessen, anderen Menschen und uns selbst erleichtern können, weil wir durch das Verstehen die Möglichkeiten für den etwaigen Umgang, oder wie Luhmann sagt: für den Anschluss, auf einige handhabbare Art und Weisen einzuschränken vermögen. Verstanden haben wir etwas oder jemanden, wenn es uns gelingt, mit diesem ins Verhältnis zu treten, was wiederum nur heißt, uns zu etwas oder jemandem absichtsvoll und zielgerichtet zu verhalten.

Es ist die Passfähigkeit oder Nützlichkeit unserer individuellen und sozialen Konstruktionen, durch die wir erschließen können, ob wir etwas oder jemanden verstanden haben oder dieser uns.

Was heißt Passfähigkeit, und wie zeigt sich, ob unsere Wirklichkeitskonstruktionen zueinander passen? Diese Frage lässt sich erst beantworten, wenn wir wieder zu unserer eingangs genannten Einschränkung des Verstehensproblems zurückkehren. Volker Kraft gibt uns einige Beispiele für die alltagssprachliche Verwendung des Verstehensbegriffs:

- »a) ›Obwohl er sehr leise gesprochen hat, habe ich jedes Wort verstanden.« ... b) ›Ich habe nicht verstanden, was er gemeint hat.« ... c) ›Herr X, er ist Tischler, versteht sein Handwerk ausgezeichnet.*

Seine Frau hingegen beklagt sich, er verstehe sie überhaupt nicht. ... d) ›Wie verstehst du diesen Text?‹ ... e) ›Ich verstehe mich selbst nicht mehr.‹ ... f) ›Der muss zum Psychiater oder Analytiker. Ein normaler Mensch kann nicht verstehen, was der getan hat.‹ (Kraft 1989)

Wie das in diesen Fällen geschilderte Verständnis oder Missverständnis beschaffen ist, hängt offensichtlich von sehr unterschiedlichen Kriterien des Verstehens ab. Drei Auffassungen über die Kriterien »passenden« oder gelingenden Verstehens scheinen uns besonders hervorhebenswert.

In der einen Auffassung werden die Kriterien für die Passfähigkeit bei jenen Personen gesucht, die etwas oder jemanden verstehen wollen oder sollen.

»Häufig wird das Erfassen der Intention des Sprechers durch den Hörer als eigentliches Verstehen oder Verstehen auf der höchsten (oder tiefgründigsten?) Ebene bezeichnet.« (Dobrick 1985, S. 97)

In diesem Sinne meint z.B. Clark:

»Eine Äußerung verstehen heißt eine innere Repräsentation der linguistischen Struktur der betreffenden Äußerung aufbauen ... Die linguistische Tiefenstruktur repräsentiert genau das, was die Leute wissen, die einen Satz verstanden haben.« (Clark, zit. n. Hörmann 1981, S. 127)

Das Kriterium für das Verstehen liege damit beim Empfänger der zu verstehenden Botschaft. Als Hochschullehrer ist uns eine solche Auffassung insofern sympathisch, als wir dann, wenn uns unsere Studenten nicht verstehen, die Gründe des Missverstehens unseren Hörern in die Schuhe schieben könnten.

Eine zweite und wohl innerhalb der Verstehenswissenschaften recht provokante Auffassung vertritt Gerhard Rusch. Er macht kurzerhand denjenigen für »richtiges« oder »falsches« Verstehen verantwortlich und damit zum Träger der Verstehenskriterien, der verstanden werden möchte:

*»Die entscheidenden Kriterien für richtiges oder falsches Verstehen liegen nicht beim Verstehenden, sondern beim Zu-Verstehenden.«
(Rusch 1992, S. 216)*

»Verstehen ist vielmehr eine Eigenschaft, nämlich die, den Orientierungserwartungen eines Orientierenden in einer Orientierungssituation zu entsprechen. Ob (und wann im Verlaufe einer Orientierungsinteraktion) dem Orientierten diese Eigenschaft zukommt, entscheidet der Orientierende auf Grund seiner Erwartungen und Beobachtungen. Verstehen bzw. verstanden haben ist dann eine dem Orientierten zugeschriebene, nur in der Orientierungsinteraktion mögliche und nur aus der Sicht des Orientierenden feststellbare Eigenschaft.« (Ebd., S. 231)

Ob ein Sprecher vom Hörer verstanden wurde, entscheidet der Sprecher, indem er aus dem Verhalten des Hörers auf dessen Verständnis zu schließen versucht. Interpersonales Verstehen wird bei dieser Perspektive zum wechselseitigen Bewertungsprozess mit Unsicherheitsüberschuss. Denn: Woher soll ich wissen, was ich denke, bevor ich nicht gehört habe, was ich sage?

Uns ist auch die Auffassung von Gerhard Rusch recht angenehm, allerdings weniger aus den vorgenannten hochschuldidaktischen Gründen als aus mehr epistemologischen Gesichtspunkten. Berücksichtigt sie doch die Selbstreferenzialität kognitiver Systeme. Mit dieser Selbstreferenzialität verknüpfen sich die vielfachen Täuschungen und Unwägbarkeiten, mit denen man es zu tun bekommt, will man Verstehen verstehen. Sowohl der Sprecher als auch der Hörer können sich in dem, was sie sich selbst und dem anderen an Verständnis zuschreiben, auf Grund der kognitiven Unsicherheit täuschen.

Eine dritte, zwischen den beiden genannten Konzeptionen angesiedelte Auffassung über das interpersonale Verstehen findet sich bei Hans Hörmann (1976, 1988):

»Etwas verstehen, heißt nach unserer Auffassung also, eine Mitteilung dadurch erfolgreich verarbeiten zu können, dass man die in ihr enthaltene Information in einer Weise auf einen Horizont des Allgemein-Sinnvollen bezieht, die dem Meinen des Sprechers entspricht.« (Hörmann 1988, S. 206)

Hier wird der Erfolg interpersonalen Verstehens zunächst daran gemessen, ob es dem Hörer einer Mitteilung gelungen ist, die empfangene Botschaft so zu verarbeiten, wie sie vom Sprecher gemeint ist. Hörmann fährt fort:

»Was heißt dabei ›erfolgreich‹? Der Erfolg, der Verstandenhaben kennzeichnet, kann ›eigentlich‹ nur vom Sender der Mitteilung attestiert werden, z.B. indem er eine Äußerung des Hörers als Paraphrase seiner eigenen Mitteilung akzeptiert: ja, so habe ich es gemeint. Verstehen entspricht also dem Meinen.« (Hörmann 1988, S. 206)

Und was mit der Mitteilung gemeint sein könnte, kann nur der Sprecher entscheiden. Eine Äußerung des Sprechers kann für einen Hörer durchaus sinnvoll und für ihn Grund für die Fortsetzung des Gespräches sein, obwohl sie aus der Perspektive des Sprechers vom Hörer nicht verstanden wurde. An dieser Stelle fügt sich nun eine interessante Gegenüberstellung von Textverstehen und Dialogverstehen ein, wie sie Klaus Foppa vorgenommen hat.

»Als Sprecher müsste ich immer dann, wenn mir die Erwiderung meiner Partnerin ein falsches oder unvollständiges Verständnis meiner eigenen Äußerung zu indizieren scheint, eine Korrektur anbringen (›nein, so habe ich das nicht gemeint!‹ ...). Solche und andere Verständnissicherungsschritte fehlen aber weitgehend, und zwar nicht deshalb, weil es in den Gesprächen keine Verständigungsprobleme gäbe, sondern weil es den Teilnehmern gar nicht so sehr darauf ankommt, jedes Detail im intendierten Sinn zu verstehen. Bei Sprecherinnen und Hörern scheint ein hohes Maß an Toleranz gegenüber der mangelhaften Interpretationsgenauigkeit der Partner zu bestehen. Im Allgemeinen scheint man sich damit zu begnügen, bloß so genau zu verstehen oder verstanden zu werden, wie man es für einen gegebenen Gesprächsanlass für nötig hält ... Gesprächsanlässe, bei denen hohe ›Verstehenswerte‹, also detailgenaues Verstehen des Redetextes, gefragt wären, sind relativ selten.« (Foppa 1994, S. 63f.)

Und warum ist das so? Vielleicht, weil die »mangelhafte Interpretationsgenauigkeit« eine der Voraussetzungen ist, um soziale Beziehungen, in denen es eigentlich um wechselseitiges Verstehen geht, aufrechterhalten zu können. Interpretationsungenauigkeiten und die sich daran anschließenden Missverständnisse zwischen den Beteiligten bestimmen offenbar die Dynamik des Verstehensprozesses entscheidend mit (vgl. auch Dobrick 1985). Interpersonales Verstehen wird zum Spiel, indem es den Spielern vor allem um das Spiel und seinen Fortgang zu gehen scheint.

Ob Sie das, was wir schreiben, verstehen oder nicht, hängt nicht vom Wahrheitsgehalt unseres Schreibens ab, auch nicht davon, ob Sie die Welt ebenso sehen, wie wir sie zu beschreiben versuchen, sondern davon, ob Sie das Gesagte oder Geschriebene irgendwie in ihre Vorstellungen und Konstruktionen einordnen können.

Der Fortgang des interpersonalen Verstehens hängt von der Passfähigkeit Ihrer und unserer Konstruktionen ab. Und diese bemisst sich einzig am Fortgang der gemeinsamen Interpretationen und Kommunikationen. Unsere Konstruktionen können auch dann passen, wenn wir »unterschiedlicher Meinung« sind. Gelungen ist eine Kommunikation dann, wenn sie sich fortsetzen lässt.

Am Anfang steht der Gegensatz. Es würde sich wohl niemand, auch esoterische Wissenschaftler nicht, mit den Prozessen des interpersonalen Verstehens beschäftigen, wenn wir immer und überall einer Meinung wären. Jeder und jede sieht die Welt so, wie er und sie die Welt sehen.

4.2 Interpersonale Kommunikation – ein Prozess mit vielen Komponenten

Paul Watzlawick, von dem wir bereits sprachen, erzählt in seinem Buch »Wie wirklich ist die Wirklichkeit?« folgende Geschichte:

»Während der letzten Phasen des Zweiten Weltkrieges und in den unmittelbaren Nachkriegsjahren hielten sich Millionen amerikanischer Soldaten auf ihrem Weg zum europäischen Festland vorübergehend in Großbritannien auf. Dies bot die einmalige Gelegenheit,

die Wirkungen einer solchen, für moderne Zeiten ungewöhnlichen Massendurchdringung zweier Kulturformen unmittelbar zu studieren. Einer der Aspekte dieser Studie war ein Vergleich des Paarungsverhaltens in den beiden Kulturen. Dabei ergab es sich, dass sowohl die amerikanischen Soldaten als auch die englischen Mädchen sich gegenseitig des Mangels an sexuellem Taktgefühl und Zurückhaltung bezichtigten. Dies schien zunächst sehr merkwürdig, denn wie konnten beide Seiten dasselbe von der anderen behaupten? Nähere Untersuchungen brachten ein typisches Interpunktionsproblem ans Licht. Das kulturspezifische Paarungsverhalten, vom ursprünglichen Kennenlernen bis zum Geschlechtsverkehr, durchläuft sowohl in England als auch in den USA ungefähr dieselben 30 Verhaltensstufen; die Reihenfolge dieser Verhaltensweisen ist aber in den beiden Kulturen verschieden. Während in den USA zum Beispiel Küssen früh (etwa auf Stufe 5) kommt und recht harmlos ist, gilt es in England für sehr erotisch und nimmt daher einen viel späteren Platz im Verhaltensablauf (etwa Stufe 25) ein. Wenn also der Amerikaner annahm, es sei Zeit für einen unschuldigen Kuss, war dieser Kuss für die Engländerin durchaus kein unschuldiges, sondern ein sehr unverschämtes Benehmen, das für sie keineswegs in dieses Frühstadium der Beziehung passte. Sie fühlte sich daher nicht nur in undeutlicher Weise (diese kulturell bedingten Verhaltensregeln sind natürlich fast völlig außerbewusst) um einen großen Teil des ›richtigen‹ Paarungsverhaltens betrogen, sondern hatte sich zu entscheiden, ob sie die Beziehung an diesem Punkte abbrechen oder sich ihrem Freunde sexuell hingeben sollte. In diesem letzteren Falle war die Reihe nun am amerikanischen Soldaten, das Verhalten seiner Freundin auf Grund seiner außerbewussten Verhaltensregeln als nicht in das Frühstadium der Beziehung passend und daher schamlos zu finden. Wenn wir nun den typischen Fehler begehen, das Verhalten des Mädchens in künstlicher Isolierung zu beurteilen, so wird es uns nicht schwer fallen, eine Art psychiatrischer Diagnose zu stellen: Bricht sie die Beziehung nach dem ersten Kuss überstürzt ab und ergreift die Flucht, so könnte dies hysterisch genannt werden; beginnt sie dagegen, sich auszuziehen, so scheint dies nymphomanisch. Es kann kaum ausdrücklich genug betont werden, dass es sich hier

und in allen ähnlichen Fällen um Konflikte handelt, die nicht auf einen der beiden Partner reduziert werden können und dürfen, sondern die ausschließlich im Wesen der Beziehung liegen.»
(Watzlawick 1978, S. 74f.)

Jeder sieht offenbar die Welt so, wie er/sie sie sieht. Menschen bilden die Welt, in der sie leben, nicht einfach ab. Sie konstruieren sich vor dem Hintergrund bereits gemachter Erfahrungen ihre eigene, für ihr Handeln praktikable emotional und kognitiv ausgestaltete Wirklichkeit. Das Ergebnis dieses individuellen Konstruktionsprozesses nennen wir *individuelle Wirklichkeitskonstruktionen (IK)* oder individuelle Konstruktionen über die Wirklichkeit.

Die individuellen Konstruktionen (Motive, Handlungsgründe, Einstellungen, Vorstellungen usw.) bilden quasi den individuellen Hintergrund für interpersonale Kommunikationen.

Die britischen Mädchen gehen im Umgang mit den amerikanischen Soldaten von ihren individuellen Erfahrungen aus und die amerikanischen Soldaten tun das umgekehrt ebenfalls. Dieser individuelle Hintergrund ist auch die erste Ebene, die wir uns ansehen müssen, um zu verstehen, warum Kommunikationen so stattfinden, wie sie stattfinden. Dieser Hintergrund ist vielfältig. Das werden wir später noch sehen.

Ein Beispiel, um diesen Hintergrund aber schon jetzt zu illustrieren, wollen wir uns nicht verkneifen. Paul Watzlawick erzählt in seiner »Anleitung zum Unglücklichsein« die bekannte Geschichte vom Hammer:

»Ein Mann will ein Bild aufhängen. Den Nagel hat er, nicht aber den Hammer. Der Nachbar hat einen. Also beschließt unser Mann, hinüberzugehen und ihn auszuborgen. Doch da kommt ihm ein Zweifel: Was, wenn der Nachbar mir den Hammer nicht leihen will? Gestern schon begrüßte er mich nur so flüchtig. Vielleicht war er in Eile. Aber vielleicht war die Eile nur vorgeschützt, und er hat etwas gegen mich. Und was? Ich habe ihm nichts getan; der bildet sich da etwas ein. Wenn jemand von mir ein Werkzeug borgen wollte, ich gäbe es ihm sofort. Und warum er nicht? Wie kann man einem Mitmenschen einen so einfachen Gefallen abschlagen? Leute wie dieser Kerl vergiften einem das Leben. Und

dann bildet er sich noch ein, ich sei auf ihn angewiesen. Bloß weil er einen Hammer hat. Jetzt reicht's mir wirklich. – Und so stürmt er hinüber, läutet, der Nachbar öffnet, doch noch bevor er ›Guten Tag‹ sagen kann, schreit ihn unser Mann an: ›Behalten Sie Ihren Hammer, Sie Rüpel!‹» (Watzlawick 1987, S. 219)

Das Phänomen, das Watzlawick schildert, ist bekannt. Es hat in der Psychologie auch einen Namen bekommen. Es geht um sich selbst-erfüllende Prophezeiungen (*self-fulfilling prophecies*): Man bestätigt durch sein Verhalten die eigenen ursprünglichen Erwartungen über das Verhalten anderer Menschen. Als »Pygmalion-Effekt« oder »konfirmatorische Strategien« ist dieses Phänomen in der Sozialpsychologie und Pädagogischen Psychologie hinlänglich untersucht worden. Solche sich selbsterfüllenden Prophezeiungen gehören zu den interessantesten *individuellen Hintergründen* für Kommunikation. Um diese individuellen Hintergründe zu benennen, sprechen wir von *individuellen Sinnräumen*. Dort finden sich die ersten Bedingungen und wohl auch die ersten Barrieren für interpersonale Kommunikationen. Ein Sinnraum bezeichnet das Ausmaß oder die Ausprägung individueller Konstruktionen (individuelle Werte, Überzeugungen, Einstellungen, subjektive Theorien, Schemata etc. – also all das, was als potenzielle Begründung für individuelle Deutungen von Welt in Frage kommen kann). Es geht, kurz gesagt, um die individuellen Gründe, an Kommunikationen teilzunehmen. Was könnten die Gründe sein, die Menschen veranlassen, miteinander zu kommunizieren? Worin sehen sie den Sinn, um zu verstehen und verstanden zu werden? Es spricht sicher vieles dafür zu vermuten, dass Menschen auch deshalb kommunizieren, weil sie sich dadurch gute Möglichkeiten zur Selbstdarstellung (zur Selbstpräsentation) versprechen. Darüber hinaus scheint es aber für manche Personen gute Gründe zu geben, in eine Kommunikation einzusteigen, um die Mitteilungen über die eigene Person in das Zentrum des gemeinsamen Interpretierens und Kommunizierens zu rücken, den Prozess des interpersonalen Verstehens in Gang zu halten, um eigene Probleme, Erfahrungen, Sorgen und Nöte zu »ent-hüllen« und Persönliches verstehen zu lernen. Die individuellen Gründe für die Teilnahme an der interpersonalen Kommunikation

können also vielfältig sein. Wir werden darauf ausführlich im nächsten Kapitel eingehen.

Da wir Menschen nun aber nicht »als einsame Robinsone im Paradiese leben, wo wir ohne Sünde sind, weil wir keine begehen können«, stoßen wir mit unseren individuellen Konstruktionen im Umgang mit anderen Menschen auf potenzielle »Konstruktions- und Verständigungsprobleme«. Auch diese Probleme werden in der Geschichte von Watzlawick illustriert. Das heißt, indem Menschen mit unterschiedlichen und z.T. diversen individuellen Konstruktionen miteinander interagieren und kommunizieren, entstehen offenbar auch völlig neue Wirklichkeiten, anders gesagt: neue Konstruktionen über die Welt; amerikanische Soldaten meinen, englische Mädchen seien schnell zu sexuellen Beziehungen bereit und umgekehrt. Im Raum der *interpersonalen Interaktionen* kann der Einzelne seine Wirklichkeitskonstruktionen sowohl ausprobieren, *validieren*, auf ihre Passfähigkeit prüfen als auch neu *konstruieren*.

Der *Interaktionsraum* umfasst all jene sozialen Formen, in denen wir mit anderen Menschen unmittelbar (von Angesicht zu Angesicht) zusammentreffen und mit ihnen kommunizieren. Im Interaktionsraum, dort, wo die Kommunikationspartner von Angesicht zu Angesicht aufeinander treffen, versuchen die Teilnehmer durch ihr kommunikatives Verhalten soziale Kontrolle über das Geschehen auszuüben, andere zu beeinflussen, Mehrheiten zu überzeugen, Minderheiten zu unterdrücken.

Wir verstehen (erkennen) die Welt durch die Begriffe, die wir im sozialen Austausch mit anderen Menschen konstruieren. In diesem sozialen Konstruktionsprozess sind wir Akteure eines komplexen sozialen Netzwerkes. Die Missverständnisse unserer angloamerikanischen Pärchen beruhen aber offensichtlich nicht nur auf dem interaktiven Austausch von beliebigen Leuten mit je unterschiedlichen individuellen Wirklichkeitskonstruktionen. Es treffen vielmehr Frauen und Männer aus jeweils unterschiedlichen kulturellen Kontexten aufeinander, aus kulturellen Räumen, in denen es auch unterschiedliche Bedeutungen über den Ablauf sexueller Annäherungen zu geben scheint. Diese divergenten *sozialen Bedeutungsräume* bilden quasi den sozialen Background für die Konstruktion von Wirklichkeit und für die besagten sexuellen Missverständnisse.

Unsere Kommunikationspartner sind Mitglieder sozialer Gemeinschaften, in denen die Zeichen, Wörter und Sätze bestimmte Bedeutungen besitzen. Durch ihre gemeinschaftsspezifischen *Bedeutungsräume* grenzen sich soziale Gemeinschaften von anderen Gemeinschaften ab, schaffen sie eine Grenze zwischen dem Innen und dem Außen ihrer Wirklichkeiten. Der Bedeutungsraum unserer Kommunikationen wird uns auch sehr schnell bewusst, wenn wir zum Beispiel in Gesprächen auf Leute treffen, die einer anderen Wissenschaftsgemeinschaft angehören. Wir hantieren in diesem Fall mit unseren wissenschaftlichen Begriffen, die der Vertreter der anderen Wissenschaftsdisziplin vielleicht ganz anders interpretiert und deutet. Begriffe, wie Attribution, Dissonanz oder Konsistenz werden zum Beispiel in der Sozialpsychologie völlig anders interpretiert (wir werden das später noch sehen) als in der Sprachwissenschaft. Noch gravierender fällt uns der Bedeutungsraum unserer Kommunikationen auf, wenn wir mit Menschen aus anderen Sprachgemeinschaften zusammentreffen. Im Kapitel 4 werden wir beispielhaft einige Phänomene der sozialen Konstruktion von Bedeutungen behandeln.

Die Geschichte Watzlawicks über die englischen Mädchen und die amerikanischen Soldaten enthält aber noch eine weitere Dimension. Erst die kriegsbedingten Ereignisse machten quasi auf einer makrosozialen Ebene die besagten sexuellen Missverständnisse infolge des »massenhaften Durchdringens« divergenter sozialer Bedeutungsräume möglich. Wir sprechen deshalb auch von *sozialen Möglichkeitsräumen*, wenn es darum geht, den makrosozialen Rahmen zu bezeichnen, innerhalb dessen sich die Menschen ihre Konstruktionen über die Wirklichkeit konstruieren.

Ob sich unser Kommunikationspartner über den Gang zur Toilette oder zum »Bathroom« verständigt, auf jeden Fall müssen wir in diesen und vielen anderen Fällen noch eine weitere Komponente einführen, von der der Verlauf der Kommunikation abhängig ist. Diese vierte und letzte Komponente nennen wir den *Möglichkeitsraum*. Mit dem Möglichkeitsraum bezeichnen wir die kommunikativ geschaffenen, gesamtgesellschaftlich verfügbaren Angebote zur sozialen Konstruktion von Wirklichkeit.

Der Möglichkeitsraum bietet gesamtgesellschaftlich verfügbare Bedingungen dafür, wie sich wer mit wem in welcher Weise wann und zu welchem Zweck verständigen kann, sollte oder muss. Auch unsere alltäglichen Kommunikationen werden von diesen gesamtgesellschaftlichen Möglichkeiten bestimmt.

Viele Medienwissenschaftler haben in den letzten Jahren darauf aufmerksam gemacht, wie der Medienkonsum unsere alltäglichen Umgangsformen bestimmt. Medien liefern uns gesamtgesellschaftliche Möglichkeiten, die Welt zu interpretieren und über die Welt zu kommunizieren. Wir werden durch die Medien auch erzogen, sozialisiert. Jeder, der noch primär printsozialisiert ist und für den das Fernsehen eine neue Erfahrung war, wird wissen, dass er im Bereich der visuellen Wahrnehmung gegenüber den Computerkids der Gegenwart kaum eine Chance hat. Unsere Schönheitsideale werden durch die Medien mitbestimmt. Auch unsere Liebes- und Gewaltverhalten wird durch die Medien beeinflusst. Unsere Ess- und Trinkgewohnheiten werden durch die Medien beeinflusst. Und auch unsere alltäglichen Kommunikationsformen sind geprägt durch die Medien. Wer möchte nicht zum Beispiel seiner schönen Nachbarin zeigen, dass er das Spülen seiner Weingläser beherrscht oder dass er zwar kein Auto hat, dafür aber hervorragenden Cappuccino kochen kann. Mit anderen Worten, die Medien offerieren uns auch Möglichkeiten für unsere alltäglichen interpersonalen Kommunikationen.

Mit den vier Ebenen der Konstruktion von Wirklichkeit haben wir die Struktur der weiteren Kapitel beschrieben: Im nächsten, dem 2. Kapitel befassen wir uns mit den individuellen Hintergründen für Kommunikation, das heißt, mit dem, was wir so Sinnräume genannt haben. Das 3. Kapitel widmet sich dem interaktiven Geschehen in der Kommunikation, also den Interaktionsräumen. Um Kommunikation als Bedeutungskonstruktion geht es im 4. Kapitel und auf neue Möglichkeitsräume für zwischenmenschliche Kommunikation machen wir im 5. Kapitel am Beispiel der computervermittelten Kommunikation aufmerksam.