

2 Interpersonale Kommunikation im Marketing

Um die Frage zu beantworten, was unter interpersonaler Kommunikation zu verstehen ist und welche Aspekte diese beinhaltet, müssen zunächst einige Begriffe geklärt werden. Im Anschluss daran werden ausgewählte Modelle der Kommunikationstheorie vorgestellt, sowie der Aspekt der Interaktivität im Rahmen der interpersonalen Kommunikation diskutiert. In weiterer Folge wird ein Überblick über die Instrumente der interpersonalen Kommunikation gegeben und das Interaktivitätspotenzial der Kommunikationsinstrumente analysiert.

2.1 Definition relevanter Begriffe zur interpersonalen Kommunikation

Im Folgenden werden die für diese Arbeit zentralen Begriffe „interpersonale Kommunikation“, „Face-to-Face-Kommunikation“ sowie „vermittelte Kommunikation“ erläutert.

2.1.1 Interpersonale Kommunikation

Dass es nicht einfach ist, eine eindeutige Definition von Kommunikation zu finden, zeigt der Kommunikationswissenschaftler Merten (1977), der allein im soziologierelevanten Bereich 160 unterschiedliche Definitionen des Kommunikationsbegriffes identifizierte und darauf verwies, dass auch in technischen und naturwissenschaftlichen Zusammenhängen von Kommunikation gesprochen wird, z.B. von Kommunikation zwischen technischen Systemen, Kommunikation zwischen Tieren oder Zellen oder auch von Kommunikation zwischen Mensch und Maschine.¹⁸

Auch für den Begriff „interpersonaler Kommunikation“ existiert keine allgemein anerkannte Definition. Es gibt allerdings eine Vielzahl an Theorien und Modellen aus unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen, die sich mit interpersonaler Kommunikation beschäftigen und im Rahmen derer interpersonale Kommunikation definiert wird. Obwohl es innerhalb der Definitionen gewisse Übereinstimmungen in der Konzeptualisierung von interpersonaler Kommunikation gibt, bestehen dennoch substantielle Unterschiede. Burleson (2010) unterscheidet drei Perspektiven, die im Rahmen der Definition von interpersonaler Kommunikation angewendet werden. Diese sind die situationsbedingte, die entwicklungsgerichtete und die interaktive Perspektive.¹⁹ Die situationsbedingte Perspektive unterscheidet Typen von Kommunikation auf Basis der

¹⁸ Vgl. Merten, K. (1977): Kommunikation: Eine Begriffs- und Prozessanalyse, Opladen.

¹⁹ Vgl. Burleson, B. R. (2010): The Nature of Interpersonal Communication: A Message-Centered Approach, in: Berger, C. R./Roloff, M. E./Roskos-Ewoldson, D. R. (Ed.): Handbook of Communication Science, Thousand Oaks, pp. 145-163, p.147.

Merkmale des kommunikativen Kontexts, wie z.B. die Anzahl der Kommunikatoren, die physische Nähe dieser Kommunikatoren sowie die sofortige Möglichkeit des Kommunikators, eine Rückmeldung zu erhalten.²⁰ Aus Sicht dieser Perspektive definieren Trenholm/Jensen (2008) interpersonale Perspektive als „[...] dyadic communication in which two individuals, sharing the roles of sender and receiver, become connected through the mutual activity of creating meaning“²¹. Diese Sichtweise wird allerdings dahingehend kritisiert, dass substantielle Merkmale wie die Beziehung zwischen den Interakteuren und der Inhalt des Austausches nicht berücksichtigt werden.²² Als Antwort auf diese Unzulänglichkeiten der situationsbedingten Perspektive wurde die entwicklungsgerichtete Perspektive vorgeschlagen. Diese unterscheidet zwischen unpersönlicher und interpersonaler Kommunikation, die ein Kontinuum darstellen. Wenn Menschen sich das erste Mal treffen, führen sie eine unpersönliche Kommunikation. Aber wenn Interaktionen öfters stattfinden und die Teilnehmer immer mehr persönliche Informationen preisgeben und austauschen, nimmt die Kommunikation im Laufe der Zeit einen interpersonalen Charakter an. Dementsprechend kann interpersonale Kommunikation folgendermaßen definiert werden: „Interpersonal communication is a distinctive form of human communication that [...] is defined not just by the number of people who communicate, but also by the quality of the communication. Interpersonal communication occurs not when you simply interact with someone, but when you treat the others as a unique human being.“²³ Da der Fokus dieser Sichtweise auf intimen Beziehungen und weniger auf rollenspezifischen Interaktionen liegt und es auch keine Analyse der Kommunikation per se gibt, wird selbst von einstigen Befürwortern dieser Perspektive vorgeschlagen, eine breitere Sichtweise einzunehmen und Kommunikation als soziale Interaktion zu betrachten.²⁴ Im Gegensatz zur situationsbedingten und entwicklungsgerichteten Perspektive betrachtet die interaktionale Perspektive, welche auf Watzlawick/Jackson/Beavin (1967) zurückgeht, fast alle Fälle von Interaktion als interpersonale Kommunikation. Im Rahmen dieser Sichtweise kann interpersonale Kommunikation folgendermaßen definiert werden: „Interpersonal communication refers to the exchange of messages, verbal and nonverbal, between people, regardless of the relationship they share [...]. Thus, interpersonal

²⁰ Vgl. u.a. Miller, G. R. (1978): The Current Status of Theory and Research in Interpersonal Communication, in: Human Communication Research, Vol. 4, Issue 2, pp. 164-178.; Trenholm (1986): Human Communication Theory, Englewood Cliffs.

²¹ Trenholm, S./Jensen, A. (2008): Interpersonal Communication, 6th ed., New York, p. 29.

²² Vgl. Burleson, B. R. (2010): The Nature of Interpersonal Communication: A Message-Centered Approach, in: Berger, C. R./Roloff, M. E./Roskos-Ewoldson, D. R. (Ed.): Handbook of Communication Science, Thousand Oaks, pp. 145-163, p. 148.

²³ Beebe, S. A./Beebe, S. J./Redmond, M. V. (2002): Interpersonal Communication: Relating to Others, Boston, p. 6.

²⁴ Vgl. Berger, C. R. (2005): Interpersonal Communication: Theoretical Perspectives, Future Prospects, in: Journal of Communication, Vol. 55, Issue 3, pp. 415-447, p. 431.

communication includes the exchange of messages in all sorts of relationships, ranging from functional to casual to intimate.“²⁵

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen wird in dieser Dissertation der interaktiven Perspektive von Kommunikation gefolgt. Kommunikation kann also grundlegend „[...] als sozialer Interaktionsprozess gesehen werden, der auf der wechselseitigen Übermittlung und Interpretation von Botschaften, also auf der Vermittlung von Bedeutung beruht“²⁶. Damit Kommunikation stattfinden kann, reicht eine kommunikative Handlung allein nicht aus. Diese ist nur eine notwendige Voraussetzung, die Kommunikation in Gang zu setzen. Wenn kommunikative Handlungen ohne Reaktion und Interaktion bleiben, führen sie nicht zu Kommunikation. Kommunikation entsteht erst durch das In-Beziehung-Treten der Kommunikationspartner, also durch das wechselseitige Reagieren dieser aufeinander bzw. deren Interagieren.²⁷ Dieser explizite Wechsel von Sender und Empfänger kann als die kommunikative Grundlage für den Dialog angesehen werden.²⁸ Wichtige Merkmale von Kommunikation sind somit die Wechselseitigkeit (Reziprozität) und die Absicht, Bedeutung zu vermitteln.²⁹

Dialoge zwischen Individuen, bei denen Inhalte gegenseitig ausgetauscht werden, sind nicht vorbestimmt, da Inhalt und Ergebnis aus dem kommunikativen Zusammenspiel folgen. Kommunikationspartner verbinden ihre kommunikativen Handlungen mit Intentionen und richten ihr Handeln auf das Verhalten oder Handeln bzw. auf die Reaktion der anderen Kommunikationsteilnehmer aus.³⁰ Durch den Tausch der kommunikativen Rollen können alle Beteiligten potenziell einen Einfluss auf den Kommunikationsprozess und die Kommunikationsergebnisse ausüben.³¹ Diese Offenheit der Kommunikation erfordert grundsätzlich die Flexibilität der Interaktionspartner, da die Reaktionen der Empfänger auf die Mitteilung bei einer neuen Mitteilung mehr oder

²⁵ Guerrero, L. A./Andersen, P. H./Afifi, W. A. (2007): *Close Encounters: Communication in Relationships*, 2nd ed., Thousand Oaks, p. 11.

²⁶ Fraas, C./Meier, S./Pentzold, C. (2012): *Online-Kommunikation – Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*, München, S. 7.

²⁷ Vgl. Boos, M./Jonas, K. J. (2008): *Medienvermittelte Kommunikation*, in: Batinic, B./Appel, M. (Hrsg.): *Medienpsychologie*, Heidelberg, S. 195-217, S. 197-198.

²⁸ Vgl. Burkart, R. (2002): *Kommunikationswissenschaft*, 4. Aufl., Wien, S. 71-72.

²⁹ Vgl. Fraas, C./Meier, S./Pentzold, C. (2012): *Online-Kommunikation – Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*, München, S. 7.

³⁰ Vgl. Fraas, C./Meier, S./Pentzold, C. (2012): *Online-Kommunikation – Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*, München, S. 7.; Thibaut, J. W./Kelley, H. H. (1959): *The Social Psychology of Groups*, New York, p. 10.

³¹ Vgl. Mann, A. (2004): *Dialogmarketing: Konzeption und empirische Befunde*, Wiesbaden, S. 73.

minder stark berücksichtigt werden.³² Aktion und Reaktion sind somit interdependent. Dadurch lassen sich Interaktionen nur bedingt planen.

Der kommunikative Interaktionsprozess zeichnet sich zudem durch Multimodalität, Symbolhaftigkeit und Medialität aus. Multimedialität bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Kommunikation über unterschiedliche Zeichensysteme und Kanäle stattfindet. Symbolhaftigkeit heißt, dass Kommunikationspartner mit dem Ziel in Verbindung treten, durch gemeinsam verfügbare Zeichen Bedeutungsinhalte wechselseitig im Bewusstsein zu aktualisieren. Medialität heißt, dass Kommunikation ein vermittelter Prozess ist, der durch unterschiedliche Medien ermöglicht wird.³³

2.1.2 Face-to-Face-Kommunikation

Face-to-Face-Kommunikation ist die umfassendste und ursprünglichste Kommunikationsform zwischen Menschen, bei der grundsätzlich komplexe Nachrichten wie auch geringe Bedeutungsunterschiede deutlich übermittelt werden können. Der Empfänger nimmt dabei nicht nur verbal geäußerte Nachrichten, sondern auch durch den Gesichtsausdruck und andere körperliche und vokale Kanäle gesendete Informationen wahr.³⁴

Merten (1977) hat in der Analyse von Kommunikationsbegriffen der Face-to-Face-Kommunikation folgende Charakteristika zugeschrieben:³⁵

- Wechselseitigkeit (Reziprozität): Beim Gespräch zwischen zwei oder auch mehreren Personen läuft dieser Prozess in der Regel wechselseitig, also im ständigen Tausch der Rollen von Kommunikator und Rezipient ab.
- Intentionalität: Damit ist die Absichthaftigkeit des Senders und die Zielgerichtetheit der Botschaft an den Empfänger gemeint.
- Anwesenheit: Anwesenheit bezeichnet die gegenseitige Wahrnehmbarkeit der Kommunikationspartner in der direkten Interaktion. Diese gegenseitige Wahrnehmbarkeit ist nicht nur im persönlichen Gespräch zwischen zwei Personen gegeben, sondern auch in der Kommunikation über Telefon vorhanden.
- Sprachlichkeit: Für die Verständigung zwischen zwei oder mehreren Kommunikationspartnern spielt in erster Linie Sprache eine wichtige Rolle. Dazu ist es er-

³² Vgl. Mann, A. (2004): Dialogmarketing: Konzeption und empirische Befunde, Wiesbaden, S. 74.

³³ Vgl. Fraas, C./Meier, S./Pentzold, C. (2012): Online-Kommunikation – Grundlagen, Praxisfelder und Methoden, München, S. 10-11.

³⁴ Vgl. Beck, K. (2010): Kommunikationswissenschaft, 2. Aufl., Konstanz, S. 41.; Scherer, K. R. (1979): Kommunikation, in: Scherer, K. R./Wallbott, H. G. (Hrsg.): Nonverbale Kommunikation: Forschungsgebiete zum Interaktionsverhalten, Weinheim, S. 14-28, S. 19.

³⁵ Vgl. Merten, K. (1977): Kommunikation: Eine Begriffs- und Prozessanalyse, Opladen.

forderlich, dass von den Kommunikationspartnern die gleichen sprachlichen Zeichen benutzt und identisch interpretiert werden.

- Reflexivität: Reflexivität bedeutet die Rückwirkung der Folgen der Kommunikation auf den Kommunikationsprozess.

2.1.3 Vermittelte Kommunikation

Neben dem persönlichen Gespräch unter anwesenden Personen gibt es Medien, die einen direkten Kontakt mit simultaner Rückkoppelung von Kommunikationspartnern erlauben. Dazu gehören z.B. die Kommunikation über Telefon, das Chatten im Internet oder auch die Kommunikation über E-Mail.

Es gibt verschiedene Ansätze, die Vielfalt an Medien zu systematisieren, die Kommunikation vermitteln können. Burkart (2002) unterscheidet in Weiterführung der Systematik von Pross (1972) vier Gruppen von Medien:³⁶

- Primäre Medien: Darunter werden alle körpergebundenen Ausdrucksmöglichkeiten des Menschen, wie die gesprochene Sprache oder non- und paraverbales Verhalten verstanden.
- Sekundäre Medien: Dazu zählen jene Medien, die zur Produktion von Mitteilungen, aber nicht zum Empfang von Mitteilungen ein Gerät (z. B. eine Druckmaschine) benötigen.
- Tertiäre Medien: Diese Kategorie umfasst alle Kommunikationsmittel, die sowohl auf der Sender-, als auch auf der Empfängerseite ein technisches Gerätes erfordern (z. B. Telefon, Radio, Fernsehen).
- Quartäre Medien: Darunter werden alle Medien verstanden, die auf der Digitalisierungstechnik beruhen und die Nutzung eines Computers mit Online-Verbindung voraussetzen (z. B. E-Mail, Webseiten, Newsgroups, Blogs).

Beim Einsatz von quartären Medien zur Vermittlung von Kommunikation wird auch von computervermittelter Kommunikation – im Englischen als computer-mediated communication bezeichnet – gesprochen. Darunter versteht man „[...] a process by which people create, exchange, and perceive information using networked telecommunications systems (or non-networked computers) that facilitate encoding, transmitting, and decoding messages“³⁷. Computervermittelte Kommunikation schließt die Kommunikation mit einem Computer und durch einen Computer ein und umfasst

³⁶ Vgl. Burkart, R. (2002): Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder, 4. Aufl., Wien, S. 36-39.; Pross, H. (1972): Medienforschung, Darmstadt.

³⁷ Vgl. December, J. (1997): Notes on the Definition of Computer-mediated Communication, in: Computer-Mediated Communication Magazine, Vol. 4, Issue 1, <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/december.html>, 12. April 2012.

asynchrone Kommunikation via E-Mail oder Postings (Bulletin Boards) sowie synchrone Kommunikation wie Chats, Diskussionsforen und Audio-/Video-Konferenzen.³⁸ Im Rahmen der asynchronen computervermittelten Kommunikation ist es möglich, über einen längeren Zeitraum hinweg themenzentrierte Diskurse zu führen, wohingegen die synchrone computervermittelte Kommunikation eher dialogischen Charakter hat.³⁹

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass im Rahmen der Betrachtung von interpersonaler Kommunikation in dieser Arbeit interpersonale Kommunikation als soziale Interaktion angesehen wird, wobei die Kommunikation zwischen Individuen in unterschiedlichen Formen stattfinden kann. Während Face-to-Face-Kommunikation nur bei körperlicher Anwesenheit der Beteiligten stattfindet, werden in der schriftlichen, telefonischen und computervermittelten Kommunikation formale Medien eingesetzt, um zeitliche oder räumliche Unterschiede zu überwinden.

2.2 Ausgewählte Ansätze der Kommunikationstheorie

Der Begriff der Kommunikation ist im Laufe der kommunikationswissenschaftlichen Forschung und unter der Beteiligung unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen sukzessive erweitert worden. In den ersten ingenieurwissenschaftlichen Modellen wurde die Kommunikation noch als einseitig gerichteter Prozess der Signalübertragung konzipiert. Spätere Ansätze der Sozialwissenschaften bezogen dann weitere Komponenten mit ein.⁴⁰

Zur Erklärung der interpersonalen Kommunikation allgemein und der zwischenmenschlichen computervermittelten Kommunikation im Speziellen werden nachfolgend ausgewählte Theorien, Modelle und Ansätze zur Kommunikation beschrieben, die unterschiedliche Aspekte des Kommunikationsprozesses hervorheben.⁴¹ Diese

³⁸ Vgl. Ferris, P. (1997): What is CMC? An Overview of Scholarly Definitions, in: CMC Magazine, Vol. 4, Issue 1, <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/ferris.html>, 8. April 2012.; Laghos, A./Zaphiris, P. (2005): Frameworks for Analyzing Computer-Mediated-Communication in E-Learning, 11th International Conference on Human-Computer Interaction (HCI-Interaction), Las Vegas, pp. 1-10, p. 1.

³⁹ Vgl. Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen, 2. vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Göttingen, S. 43.

⁴⁰ Vgl. Krippendorf, K. (1994): Der verschwundene Bote, in: Merten, K./Schmidt, S. J./Weischenberg, S. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Opladen, S. 79-113, S. 107-110.

⁴¹ Für eine Übersicht über Kommunikationsmodelle siehe u.a. Burkart, R. (2002): Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder, 4. Aufl., Wien.; Griffin, E. (2003): A First Look at Communication Theory, 5th ed., New York.; Schützeichel, R. (2004): Soziologische Kommunikationstheorien, Konstanz.

können aufgrund ihrer Fokussierung auf zwischenmenschliche, dyadische Interaktionen dem Schwerpunkt dieser Arbeit gerecht werden. Abbildung 2 gibt einen Überblick über die vorgestellten Kommunikationsmodelle.

Aspekt	Kommunikationsmodell bzw. -theorien	Autor (Jahr)	Zentrale Idee
Kommunikation als Signalübertragung	Sender-Empfänger-Modell	Shannon/Weaver (1949)	Enkodierung und Dekodierung von Signalen
	Organon-Modell	Bühler (1934)	Sprache als Werkzeug mit drei Funktionen: Darstellung, Ausdruck, Appell
Kommunikation als Interaktion	Vier-Seiten-Modell	Schulz von Thun (1981)	Vier psychologische Aspekte in jeder Botschaft, sowohl bei der Enkodierung als auch bei der Dekodierung: Sachinhalt, Selbstkundgabe, Beziehungsaussage, Appell
	Theorie der pragmatischen Wirkung der menschlichen Kommunikation	Watzlawick/Beavin/Jackson (1967)	Kommunikation als beobachtbarer Ausdruck menschlicher Beziehungen
Theorien der Medienwahl	Theorien der rationalen Medienwahl: • Social Presence-Theorie • Media-Richness-Theorie • Backchannel-Feedback-Theorie • Messaging-Threshold-Theorie	Short/Williams/Christie (1976) Daft/Lengel (1986) Clark/Brennan (1991) Reid et al. (1996)	Kommunikationsaufgabenangemessener Einsatz von computervermittelter Kommunikation
	Theorie der normativen Medienwahl	Fulk/Schmitz/Steinfeld (1990)	
	Theorie der inter-personalen Medienwahl	u.a. Höflisch (1996)	Beeinflussung des Einsatzes von computervermittelter Kommunikation durch Medienpräferenz der Beteiligten mit wechselseitiger Abstimmung der Kommunikationspartner

Abbildung 2: Kommunikationsmodelle im Überblick

Quelle: Eigene Darstellung

2.2.1 Kommunikation als Signalübertragung

Das Kommunikationsmodell von Shannon/Weaver (1949) – dargestellt in Abbildung 3 – ist eines der ersten Modelle, die einen Kommunikationsprozess darstellen, der die Elemente Sender, Empfänger, Nachricht, Kanal bzw. Medium enthält.⁴² Das Modell führt zudem das Prinzip der Enkodierung und Dekodierung von Signalen ein. Dieses Prinzip gilt als Merkmal aller Kommunikationsprozesse – nicht nur wie in der von Shannon/Weaver ursprünglichen Sichtweise der technischen, sondern auch der zwischenmenschlichen Interaktion. Darum soll dieses Modell hier kurz vorgestellt werden, obwohl es als ein linearer Prozess konzipiert wurde und dabei zirkuläre, rekursive und reziproke Momente vernachlässigt.

⁴² Vgl. Schützzeichel, R. (2004): Soziologische Kommunikationstheorien, Konstanz, S. 26.

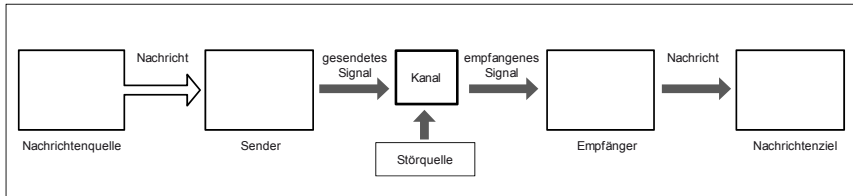


Abbildung 3: Kommunikationsmodell nach Shannon/Weaver

Quelle: In Anlehnung an Shannon, C. E./Weaver, W. E. (1949): *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana Champaign, S. 7.

Im von Shannon/Weaver (1949) entwickelten Modell der Nachrichtenübermittlung über Telefon zur Systematisierung des Signalübertragungsprozesses erzeugt eine Nachrichtenquelle (Person) eine Nachricht, die von einem Sender (Telefon) in ein dem Nachrichtenkanal (Draht) adäquates Signal (Stromimpulse) umgeformt wird (Enkodierung). Der Kanal ist also das Medium, um Signale vom Sender zum Empfänger zu übertragen. Der Empfänger (Telefon) führt den umgekehrten Vorgang durch, indem er die Signale (Stromimpulse) wieder in die ursprüngliche Information (Schalldruck der Stimme) zurückverwandelt (Dekodierung). Während der Übertragung können Störungen auf den Kanal einwirken, z. B. atmosphärische Schwankungen, die die Signale abschwächen, verstärken oder verzerrten.⁴³

2.2.2 Theoretische Ansätze zur Kommunikation als Interaktion

Die Definition von Kommunikation als soziale Interaktion liegt einer ganzen Reihe von Kommunikationsmodellen zugrunde. Im Folgenden werden ausgewählte Modelle, die Kommunikation als wechselseitig aufeinander gerichtetes kommunikatives Handeln definieren, dargestellt.

2.2.2.1 Organon-Modell

Karl Bühler (1934) unterscheidet in seiner Sprachtheorie mehrere Funktionen, die Zeichen in der menschlichen Kommunikation besitzen können. Als Zeichen wird in diesem Zusammenhang eine sinnlich wahrnehmbare, materielle Erscheinung, der eine Bedeutung zugeordnet ist, verstanden.⁴⁴ Bühler fasst Sprache als Werkzeug menschlicher Kommunikation auf und geht von einem einfachen Kommunikationsmodell aus, das folgende Elemente unterscheidet.⁴⁵ Einen Sender, eine Mitteilung (Zeichen) über

⁴³ Vgl. Boos, M./Jonas, K. J. (2008): Medienvermittelte Kommunikation, in: Batinic, B./Appel, M. (Hrsg.): *Medienpsychologie*, Heidelberg, S. 195-217, S. 199.

⁴⁴ Vgl. Burkart, R. (2002): *Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder*, 4. Aufl., Wien, S. 46.

⁴⁵ Vgl. Bühler, K. (1934): *Sprachtheorie – Die Darstellungsfunktion der Sprache*, Jena.

ein bestimmtes Thema (Objekt) und einen Empfänger. Der Beziehung zwischen den einzelnen Elementen werden – wie in Abbildung 4 dargestellt – unterschiedliche Funktionen zugeordnet.

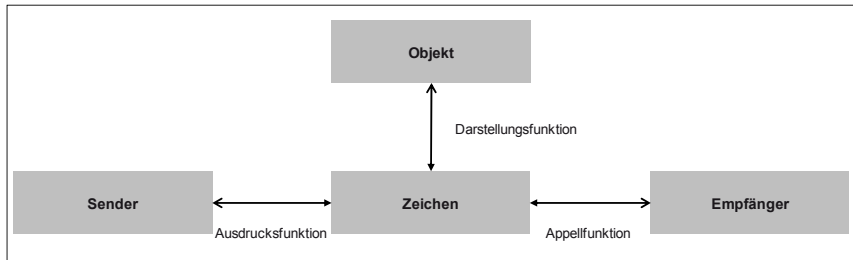


Abbildung 4: Sprachmodell von Bühler

Quelle: In Anlehnung an Petersen, A. (2002): *Interpersonale Kommunikation im Medienvergleich*, Köln, S. 37.

Die Beziehung zwischen Zeichen und Objekt entspricht der Darstellungsfunktion der Sprache. Die Beziehung zwischen Zeichen und Sender entspricht der Ausdrucksfunktion des Zeichens, d. h. das Zeichen ist Symptom und drückt die Gedanken, Gefühle etc. des Senders aus. Die Verbindung zwischen Zeichen und Empfänger entspricht der Appellfunktion des Zeichens. Das Zeichen wirkt hierbei als Signal auf den Empfänger und wird von diesem z. B. als Aufforderung zu einer bestimmten Handlung interpretiert oder überzeugt ihn von der Meinung des Senders. In Mitteilungen spielen meist alle drei Sprachfunktionen eine Rolle, wobei auch nur eine vorherrschen kann.⁴⁶

2.2.2.2 Theorie der pragmatischen Wirkung menschlicher Kommunikation

Das Modell menschlicher Kommunikation von Watzlawick/Beavin/Jackson (1967) identifiziert Kommunikationsprozesse als „[...] beobachtbare Manifestationen menschlicher Beziehungen“⁴⁷. Diese Theorie betrachtet die sich gegenseitig bedingenden Wechselwirkungen in der Sender-Empfänger-Beziehung. Im Mittelpunkt des Ansatzes von Watzlawick/Beavin/Jackson (1967) stehen die folgenden fünf Axiome:⁴⁸

- Man kann nicht nicht kommunizieren.

⁴⁶ Vgl. Boos, M./Jonas, K. J. (2008): Medienvermittelte Kommunikation, in: Batinic, B./Appel, M. (Hrsg.): *Medienpsychologie*, Heidelberg, S. 195-217, S. 200.

⁴⁷ Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (1967/2011): *Menschliche Kommunikation*, 12. unveränderte Aufl., Bern, S. 22 (Erstveröffentlichung: Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (1967): *Pragmatics of Human Communication*, New York.).

⁴⁸ Vgl. Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (1967/2011): *Menschliche Kommunikation*, 12. unveränderte Aufl., Bern, S. 57-81 (Erstveröffentlichung: Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (1967): *Pragmatics of Human Communication*, New York.).

Dieses Axiom besagt, dass zwei Personen sobald sie sich gegenseitig wahrnehmen können, miteinander kommunizieren, da jedes Verhalten kommunikativen Charakter hat. Dabei wird Verhalten jeder Art als Kommunikation angesehen und da Verhalten kein Gegenteil hat und man sich also nicht nicht verhalten kann, ist es auch unmöglich, nicht zu kommunizieren. Daher ist es in unserer Gesellschaft nicht möglich, sich der Kommunikation und – damit verbunden – dem Umgang mit anderen zu entziehen.

- Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt. Die Sachinformation – also das „Was“ einer Nachricht – bildet den Inhaltsaspekt. Über die reinen Sachinformationen hinaus enthält jede Kommunikation einen Hinweis, wie der Sender seine Botschaft verstanden haben will und wie er seine Beziehung zum Empfänger sieht (Beziehungsaspekt). Das bedeutet, die Art der Formulierung der Nachricht drückt die Einstellung zu anderen aus. Somit bestimmt der Beziehungsaspekt den Inhaltsaspekt, also wie eine Nachricht zu interpretieren ist. Für das gegenseitige Verständnis ist die Art der Beziehung zwischen zwei Kommunikationspartnern von Bedeutung. Kommunikation ist demnach erfolgreich, wenn auf beiden Seiten Einigkeit über den Inhalts- und den Beziehungsaspekt herrscht. Kommunikationsstörungen entstehen, wenn ein Kommunikationspartner unterschiedliche oder gegensätzliche Botschaften sendet oder wenn der andere Kommunikationspartner einen der beiden Aspekte anders interpretiert.
- Die Natur einer Beziehung ist durch Interpunktionen der Kommunikationsabläufe seitens der Partner bedingt. Jeder Kommunikant strukturiert den Kommunikationsprozess, an dem er teilnimmt, indem er ihn in Verhaltenssequenzen bzw. Ereignisabfolgen gliedert, also interpunktiert. Diese Interpunktion ordnet menschliches Verhalten und ist sowohl die wesentliche Grundlage zwischenmenschlicher Beziehungen, als auch die Quelle vieler Beziehungskonflikte, da Sender und Empfänger einer Botschaft ihr eigenes Verhalten oft nur als Reaktion auf den Kommunikationspartner interpretieren und somit die Schuld nahezu immer bei diesem suchen. So können Unterschiede in der Interpunktion Ursache von Beziehungsproblemen sein, indem z. B. jeder Kommunikationspartner das Verhalten des anderen als Ursache für sein eigenes sieht.
- Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten. Sowohl digitale Kommunikation (in der Regel das gesprochene Wort) als auch analoge Kommunikation – z.B. in Form von nonverbalen Äußerungen – teilen etwas mit. Die digitale Kommunikation verfügt über eine komplexe und vielseitige logische Syntax. Mit analoger Kommunikation (z.B. Lächeln, Wegblicken) wird häufig die Beziehungsebene vermittelt, mit digitaler Kommunikation die Inhaltsebene. Eine kongruente Botschaft – und damit eine erfolgreiche Kommunikation – liegt dann vor, wenn eine Übereinstimmung und Eindeutigkeit in der

Kommunikationsverweigerung und -störung
Analyse der Auswirkung eines neuen Phänomens auf
die Kundenbeziehung

Schloffer, J.

2013, XVII, 199 S. 67 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-01478-0