
Nonverbale politische Kommunikation: Definitionen und Grundlagen

2

Zusammenfassung

In diesem Kapitel definieren wir zunächst die Begriffe Kommunikation und politische Kommunikation. Anschließend unterscheiden wir zwischen verbaler und nonverbaler Kommunikation (Kommunikationskanäle) und beschäftigen uns mit den verschiedenen Möglichkeiten, nonverbal zu kommunizieren (Kommunikationselemente). Wir argumentieren, dass Politik heute fast ausschließlich medienvermittelt ist, und verdeutlichen, welche Elemente nonverbaler Kommunikation in diesem Kontext besonders relevant sind. Schließlich präsentieren wir ein Modell medienvermittelter nonverbaler politischer Kommunikation, das als Grundlage für die weiteren Kapitel dieses Lehrbuchs dient.

2.1 Kommunikation, Kommunikationskanäle, Kommunikationselemente

Der Begriff *Kommunikation* wird häufig vage und vieldeutig verwendet. Tatsächlich kann man eine Reihe mehr oder weniger komplexer Kommunikationsmodelle unterscheiden (im Überblick z. B. Kunczik und Zipfel 2001, S. 41 ff.). In einer einfachen Form, die für unsere Zwecke zunächst ausreicht, bezeichnet man mit diesem Begriff den Prozess, bei dem durch den Austausch von Zeichen oder Symbolen, die in einem bestimmten Kanal transportiert werden, Bedeutungen zwischen einem Sender und einem Empfänger generiert werden. Dabei werden die Botschaften vom Sender encodiert (verschlüsselt), d. h. in Zeichen transformiert. Der Empfänger oder Rezipient decodiert (entschlüsselt) die Zeichen, d. h. er interpretiert und bewertet sie.

Politische Kommunikation unterscheidet sich von anderen Kommunikationssituationen durch ihren Gegenstand. Sie ist zunächst allgemein jede Kommunikation,

„die von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist, oder die sich auf politische Akteure und ihre Aktivitäten bezieht“ (Schulz 2011, S. 16). Henn et al. (2013) unterscheiden darüber hinaus ein weites und ein enges Verständnis von politischer Kommunikation. Demnach ist politische Kommunikation in einem weiten Sinne diejenige Kommunikation, „in der politische Kommunikationsakteure (...) in unterschiedlich öffentlich zugänglichen Kontexten (...) ihre Interessen durchsetzen und/oder sich verständigen, und zwar im Hinblick auf politisch relevante Sachverhalte (...)“. Politische Kommunikation in einem engen Sinne ist demnach diejenige Kommunikation, „in der stark in das politische System eingebundene Akteure in einer massenmedial vermittelten Öffentlichkeit über politisch relevante Sachverhalte kommunizieren“ (Henn et al. 2013, S. 383). Wir folgen hier weitgehend der engen Definition, weil wir uns vor allem für das nonverbale Verhalten von Politikern, dessen Darstellung durch Journalisten und dessen Wirkungen auf das Publikum interessieren. Dagegen beschäftigen wir uns hier z. B. nicht mit dem nonverbalen Verhalten von Bürgern in interpersonalen Gesprächen über politische Themen.

Der eingangs erläuterte Kommunikationsbegriff ist bezogen auf die geschriebene und gesprochene Sprache (verbale Kommunikation) relativ unstrittig. Verbale Informationen werden in der Regel bewusst ausgesendet und werden, wenn Sender und Empfänger das gleiche Zeichensystem verwenden, auch relativ ähnlich interpretiert. Im Falle von nonverbalen Informationen ist dies jedoch keineswegs so eindeutig. Deshalb lassen sich hier drei grundlegend verschiedene Sichtweisen darüber unterscheiden, welche Arten von Informationen unter den Begriff *nonverbale Kommunikation* fallen sollen. Zentrales Unterscheidungskriterium der drei Sichtweisen ist das Verhältnis von nonverbalem Verhalten zu nonverbaler Kommunikation. In der ersten, sehr weiten Definition sind beide mehr oder weniger deckungsgleich. Hier wird jedes nonverbale Verhalten als Kommunikation betrachtet, wenn es von Rezipienten wahrgenommen wird. Diese Definition liegt beispielsweise implizit dem auch bei Kommunikationspraktikern beliebten Satz des bekannten Psychotherapeuten und Kommunikationstheoretikers Paul Watzlawick: „Man kann nicht nicht kommunizieren“ zugrunde, mit dem häufig eine besondere Bedeutung nonverbaler Kommunikation begründet wird. Während Menschen sich nur an einem Bruchteil des Tages mit anderen verbal austauschen, kommunizieren sie demnach ununterbrochen nonverbal. Der Körper sendet unbewusst in jeder Sekunde unzählige Signale aus, die der Sender kaum kontrollieren kann. Mehr oder weniger alle diese Signale werden von verschiedenen Empfängern decodiert und tragen zu deren Meinungsbildung über den Sender bei. Dies klingt zwar auf den ersten Blick plausibel. Die Definition geht vermutlich aber dennoch zu weit, weil man sich eine ganze Reihe nonverbaler Verhaltensweisen vorstellen kann, die man

nur schwer als Kommunikation im Sinne der oben zitierten allgemeinen Definition betrachten kann.

In einer zweiten, sehr engen Definition wird deshalb ein Großteil des nonverbalen Verhaltens gar nicht als Kommunikation betrachtet. Einige Autoren definieren nonverbales Verhalten nur dann als Kommunikation, wenn dem Sender dabei eine Absicht unterstellt werden kann. Diese Begrenzung ist auf den ersten Blick insofern sinnvoll, als ja auch verbale Kommunikation prinzipiell intentional ist. Auf den zweiten Blick ist sie jedoch mit zwei Problemen verbunden: Zum einen ist es oft unmöglich zu entscheiden, ob ein bestimmtes nonverbales Verhalten beabsichtigt ist oder nicht. Wie und vom wem soll beispielsweise entschieden werden, ob ein Gast, der in einer politischen Talkshow die Stirn runzelt, dem Moderator damit seine Unzufriedenheit mit den Fragen kommunizieren möchte oder ob er gerade an etwas vollkommen anderes denkt? Zum anderen geschieht ein großer Teil nonverbalen Verhaltens so automatisiert, dass man darüber nicht bewusst nachdenken muss. Wenn ein Politiker einen anderen bei einem Staatsempfang freundlich begrüßt, mag dies zwar grundsätzlich dem taktischen Ziel geschuldet sein, dessen Sympathie zu gewinnen oder einen guten Eindruck beim Fernsehpublikum zu hinterlassen. Dennoch wird man kaum unterstellen können, dass dabei jedes einzelne nonverbale Verhalten (Lächeln, Augenkontakt, Körperhaltung etc.) vollständig bewusst ausgeübt wird. Würde man die Forderung, dass nur bewusstes Verhalten als nonverbale Kommunikation betrachtet werden soll, konsequent umsetzen, würde folglich ein Großteil des für die politische Meinungsbildung relevanten Verhaltens ausgeschlossen werden.

Einen Kompromiss aus diesen beiden Extrempositionen stellt die dritte Definition nonverbaler Kommunikation dar, die wir hier diskutieren wollen. Folgt man ihr, werden alle nonverbalen Verhaltensweisen als Kommunikation betrachtet, die einem gesellschaftlich geteilten Code zuzuordnen sind. Dies gilt für Verhaltensweisen, die 1) in der Regel bewusst ausgeübt werden, 2) innerhalb einer Gesellschaft häufig ausgeübt werden, 3) in der Regel als bewusst wahrgenommen werden und 4) allgemein bekannte Bedeutungen haben (Burgoon et al. 2010, S. 16). Demnach müssen Verhaltensweisen nicht immer bewusst ausgeübt werden, um als Kommunikation betrachtet zu werden. Es genügt, dass sie von verschiedenen Sendern häufig angewandt werden, um eine bestimmte Botschaft zu encodieren und von verschiedenen Empfängern häufig entsprechend decodiert werden. Die Definition ist zwar etwas vage, weil Begriffe wie „in der Regel“ oder „häufig“ nicht näher bestimmt werden. Darum geht es aber auch nicht. Entscheidend ist vielmehr, dass es in jeder Gesellschaft und, wie wir später sehen werden (Kap. 3), oft auch darüber hinaus ein allgemein akzeptiertes Repertoire nonverbaler Verhaltensweisen gibt, das man als eine Art Lexikon nonverbaler Kommunikation betrachten kann. Mit diesen Verhaltensweisen wollen wir uns hier beschäftigen.

Nachdem wir nun grundsätzlich das Verhältnis von nonverbalem Verhalten und nonverbaler Kommunikation geklärt haben, wollen wir im nächsten Schritt diskutieren, welche Verhaltensweisen unter dem Begriff nonverbale Kommunikation zusammengefasst werden. Dazu grenzen wir zunächst nonverbale von verbaler Kommunikation ab. Maßgebend für diese Abgrenzung ist der Kanal, über den eine Botschaft transportiert wird. Dem verbalen Kanal ordnet man dabei jede Form von gesprochener und geschriebener Sprache zu. Nonverbale Kommunikation ist dementsprechend zunächst jede Form von Kommunikation, die nicht verbal vermittelt wird. Dabei lassen sich auf einer ersten Ebene verschiedene nonverbale *Kommunikationskanäle* unterscheiden: der visuelle Kanal, der vokale Kanal, der olfaktorische Kanal, der taktile Kanal, der gustatorische Kanal sowie weitere Arten nonverbaler Kommunikation, die hier weniger von Bedeutung sind. Auf einer zweiten Ebene kann man innerhalb dieser Kommunikationskanäle wiederum einzelne *Kommunikationselemente* unterscheiden.

Die Elemente *verbaler Kommunikation* lassen sich grob in solche Elemente unterteilen, die den Inhalt einer Botschaft konstituieren, und solche, die die Aussagekraft der Botschaft unterstreichen. Bezogen auf politische Kommunikation gehört zu den ersten z. B. das Thema einer Aussage (z. B. Wirtschaftspolitik, Sozialpolitik usw.), das Objekt, um das es in einer Aussage geht (z. B. der Redner selbst, sein politischer Kontrahent oder Dritte wie z. B. die Bevölkerung) oder die Tendenz der Bewertung des Objekts (positiv oder negativ). Elemente, die verbale Botschaften unterstreichen, sind z. B. rhetorische Stilmittel wie emotionale Appelle oder Evidenzen, Metaphern und Humor.

Die wichtigsten Elemente *visueller Kommunikation* sind Gestik, Mimik und Blickverhalten, die man zusammengefasst auch als Kinesik oder umgangssprachlich als Körpersprache bezeichnet. Gestik bezeichnet dabei die Bewegungen von Armen, Händen, Beinen und Kopf. Mimik bezeichnet die verschiedenen Gesichtsausdrücke. Beim Blickverhalten geht es insbesondere um die Frage, ob man sein Gegenüber in einem interpersonalen Gespräch oder die Zuschauer vor dem Fernseher in einer Fernsehdebatte direkt ansieht oder den Blickkontakt vermeidet. Zum visuellen Kommunikationskanal gehören auch die physische Attraktivität einer Person sowie ihr gesamter Habitus. Physische Attraktivität betrifft ganz allgemein die Frage, ob eine Person schön bzw. gutaussehend ist. Sie liegt, anders als es der Volksmund behauptet, nicht im Auge des Betrachters, sondern ist ein feststehendes Persönlichkeitsmerkmal, das von unterschiedlichen Menschen sehr ähnlich beurteilt wird (Attraktivitätskonsens). Davon zu unterscheiden sind noch einmal leicht veränderbare Merkmale wie Kleidung, Frisur oder Schmuck. *Vokale Kommunikation* besteht aus den Elementen Sprechgeschwindigkeit, Stimmfrequenz und Lautstärke, aber auch Sprachfärbung (Dialekt) oder Sprechpausen. Es

geht hier also zwar um sprachliche Merkmale, aber um solche, die nicht den Kommunikationsinhalt selbst betreffen. Vokale Kommunikation wird deshalb auch als Parasprache oder Prosodie bezeichnet. *Olfaktorische Kommunikation* bezeichnet das Kommunizieren über den Geruchssinn, *taktile Kommunikation* das Kommunizieren über Berührungen und *gustatorische Kommunikation* das Kommunizieren über den Geschmackssinn.

Visuelle Kommunikation versus Visuelle Kommunikation

Der Begriff *Visuelle Kommunikation* wird auf zwei unterschiedliche Arten verwendet. Wir betrachten visuelle Kommunikation hier als die Form non-verbaler Kommunikation, die über den visuellen Kanal transportiert wird. Wir stellen uns dabei in eine sozialwissenschaftliche Tradition, die ihren Ursprung in der Erforschung interpersonaler Alltagskommunikation in der Psychologie hat, später aber auf medienvermittelte Kommunikation wie Pressefotos oder Fernsehbilder übertragen wurde. Eine zweite Sichtweise auf den Begriff *Visuelle Kommunikation* stammt aus einer eher geistes- bzw. kulturwissenschaftlichen Tradition, die ihren Ursprung vor allem in der Semiotik und der Kunstgeschichte hat und später ebenfalls auf medienvermittelte Kommunikation übertragen wurde. Dabei wurden traditionelle Methoden zur Analyse von Kunstwerken wie Ikonografie und Ikonologie zu einer speziellen, auf Medien bezogenen Bildwissenschaft weiterentwickelt, die sich mit Pressefotos, aber auch mit bewegten Fernsehbildern beschäftigt. Die ursprünglich einmal sehr verschiedenen Fragestellungen beider Perspektiven decken sich, sobald sie sich auf denselben Untersuchungsgegenstand beziehen, z. B. wenn es um die Inhalte oder um die Wirkung eines Pressefotos geht, auf dem Gestik und Mimik eines Politikers erkennbar sind. Erstaunlicherweise werden beide Zugänge aber nur selten miteinander verbunden, obwohl sie sich explizit als interdisziplinäre Ansätze verstehen. Liest man beispielsweise in einem der wichtigsten kommunikationswissenschaftlichen Nachschlagewerke, der International Encyclopedia of Communication, die fast unmittelbar aufeinander folgenden Einträge über visuelle Kommunikation (Griffin 2008) und über die Verarbeitung visueller Informationen (Bailenson und Ahn 2008), finden sich keinerlei Anknüpfungspunkte oder Querverweise. Wir wollen uns hier auf die sozialwissenschaftliche Perspektive konzentrieren und verweisen für die kulturwissenschaftliche Perspektive sowie Vergleiche zwischen beiden auf die umfassenden Darstellungen von Sachs-Hombach (2003), Müller (2003), Grittmann (2007) und Lobinger (2012).

2.2 Darstellungseffekte: Ein Modell zur Analyse medienvermittelter nonverbaler Kommunikation

Wir haben bereits in der Einleitung kurz darauf hingewiesen, dass politische Kommunikation heute fast ausschließlich medienvermittelt ist. Belegen lässt sich dies beispielsweise mit Repräsentativbefragungen, in denen Menschen danach gefragt werden, aus welchen Quellen sie sich über Politik informieren. Die mit Abstand meisten Menschen nennen bei solchen Befragungen die Fernsehnachrichten. In einer im Bundestagswahlkampf 2009 durchgeführten Studie (Reinemann et al. 2013, S. 142) traf dies auf 75 % der Befragten zu. Am zweithäufigsten wurden Tageszeitungen genannt (57 %), danach folgten Sondersendungen im Fernsehen wie z. B. Fernsehdebatten (49 %). Deutlich weniger als die Hälfte der Befragten (39 %) nannten das Radio oder das Internet (29 %), wobei sich dessen Bedeutung für die politische Kommunikation seitdem aber weiter vergrößert haben dürfte. Unter den nicht medialen Informationskanälen wurden nur Gespräche mit Verwandten und Bekannten (38 %) und die Wahlprogramme der Parteien (30 %) häufig genannt. Andere Informationsquellen wie Wahlwerbung oder direkte Gespräche mit Politikern spielen als Informationsquellen für die meisten Menschen keine Rolle.

Die Tatsache, dass Politik bei weitem überwiegend medienvermittelt ist, hat erstens erhebliche Folgen für die Bedeutung der verschiedenen nonverbalen Kommunikationselemente für die politische Meinungsbildung: Während olfaktorische, taktile oder gustatorische Kommunikation in vielen interpersonalen Kommunikationssituationen für die Meinungsbildung relevant sein können, spielen sie in der medienvermittelten Kommunikation offenkundig keine Rolle. Wir wollen uns deshalb in diesem Band auf die für die Meinungsbildung von Medienrezipienten relevanten Aspekte nonverbaler Kommunikation konzentrieren. Dies ist zum einen die visuelle Kommunikation, die auch im Rahmen der Forschung zur politischen Kommunikation mittlerweile durchaus häufig untersucht wird, und zum anderen die vokale Kommunikation, zu der bislang deutlich weniger Erkenntnisse vorliegen. Die Tatsache, dass Politik bei weitem überwiegend medienvermittelt ist, deutet zweitens darauf hin, dass eine Beschäftigung mit dem nonverbalen Verhalten der in den Massenmedien dargestellten Politiker zu kurz greift. Diese muss vielmehr ergänzt werden um eine Beschäftigung mit den Selektionskriterien und Darstellungsweisen der am Produktionsprozess beteiligten Medienakteure, insbesondere Journalisten, Fotografen, Kameraleute und Cutter, weil diese darüber entscheiden, welche Aspekte des nonverbalen Verhaltens für die Mediennutzer erkennbar werden.

Hans Mathias Kepplinger (1987) hat die Rolle dieser Einflüsse, die er als Darstellungseffekte bezeichnet, in einem mehrstufigen Wirkungsmodell zusammengefasst. Demnach stellt das reale nonverbale Verhalten der Dargestellten die erste Stufe des Wirkungsprozesses dar. Es umfasst Gestik und Mimik sowie physische Attraktivität und vokale Kommunikation, die Kepplinger in seinem Modell Aussehen und Sprechweise nennt (Abb. 2.1). Das reale Verhalten der Protagonisten wird auf der zweiten Stufe durch Aufnahme- und Editionstechniken wie Kameraperspektiven, Einstellungsgrößen und Schnitttechniken gebrochen und somit zum dargestellten Verhalten. Das dargestellte Verhalten kann sich vom realen Verhalten deutlich unterscheiden, und zwar nicht nur dann, wenn Massenmedien Bilder manipulieren, was nur in seltenen Fällen vorkommen dürfte. Solche Abweichungen entstehen in der Regel vielmehr dadurch, dass Kameralaute beispielsweise mit der Wahl der Einstellungsgröße darüber entscheiden, ob Gestik oder Mimik der Protagonisten überhaupt erkennbar werden, oder dadurch, dass Journalisten bewusst oder unbewusst Bilder auswählen, die die Dargestellten in einem besonders guten oder besonders schlechten Licht erscheinen lassen, obwohl auch andere Bilder verfügbar gewesen wären.

Die dritte Stufe des Wirkungsmodells bildet die kurzfristige Wahrnehmung des dargestellten Verhaltens durch die Rezipienten. Sie wird vereinfacht ausgedrückt von zwei Quellen geprägt: dem dargestellten Verhalten selbst und verschiedenen Rezipientenmerkmalen, die die Wahrnehmung der rezipierten Informationen steuern. Dazu gehören insbesondere Vorwissen und Voreinstellungen gegenüber den dargestellten Politikern, aber auch die Motivation und die Fähigkeit, die präsentierten Informationen aufzunehmen und zu verstehen. Je nachdem, wie diese Merkmale bei den Rezipienten ausgeprägt sind, werden ihre Wahrnehmungen ein und derselben Darstellung ganz unterschiedlich ausfallen. Man kann die kurzfristige Wahrnehmung folglich als individuellen, spontanen Eindruck von den dargestellten Politikern während der Rezeption von Medieninhalten betrachten. Auf der vierten Stufe des Wirkungsmodells werden die kurzfristigen Wahrnehmungen der Rezipienten zu längerfristigen Vorstellungen von den dargestellten Politikern. Vereinfacht ausgedrückt führen insbesondere wiederholte, identische Eindrücke von einer dargestellten Person dazu, dass die Rezipienten dieser Person grundsätzliche Persönlichkeitseigenschaften zuschreiben, die über ihre jeweils aktuellen Eindrücke von den Politikern hinausgehen. Auf der fünften Stufe schlagen sich die Vorstellungen von den Politikern z. B. im Wahlverhalten der Rezipienten nieder. Die nonverbale Darstellung von Politikern in den Massenmedien hat somit vermutlich auch gesellschaftliche Folgen, die über die Meinungsbildung über einzelne Politiker hinausgehen.

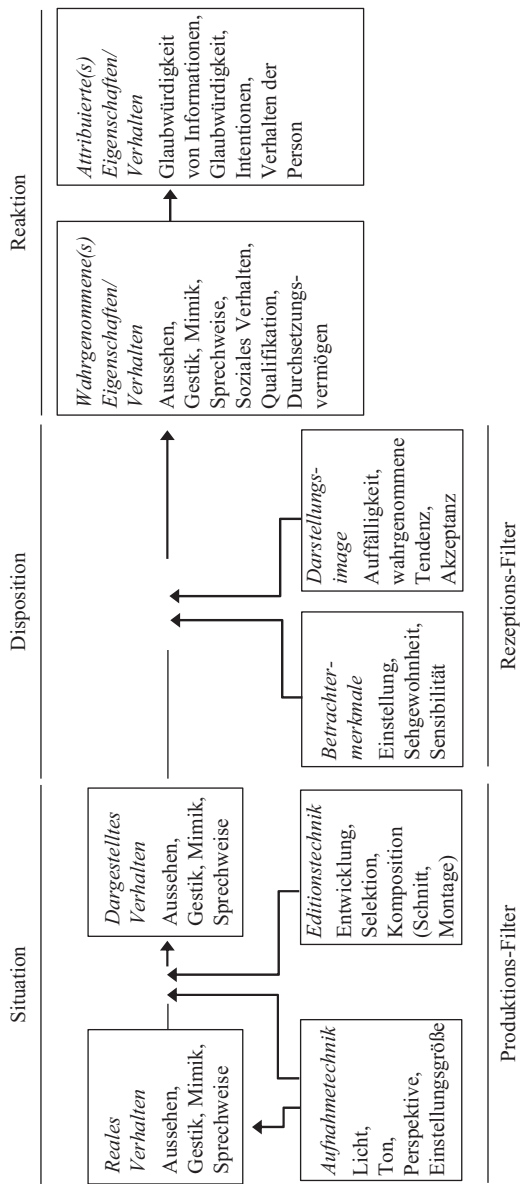


Abb. 2.1 Darstellungseffekte im Modell. (Quelle: Kepplinger 1987)

Wir wollen dieses Modell im Folgenden dazu verwenden, den weiteren Verlauf dieses Lehrbuchs zu strukturieren. Wir werden uns deshalb im folgenden Kapitel zunächst mit der Frage beschäftigen, wie sich das reale nonverbale Verhalten von Politikern erklären lässt und welche Schlüsse die Rezipienten aus diesem ziehen können. Anschließend beschäftigen wir uns mit dem in den Massenmedien dargestellten Verhalten von Politikern, mit der Nutzung, der Wahrnehmung und der Verarbeitung von nonverbalen Informationen und schließlich mit ihrer Wirkung.

Nonverbale politische Kommunikation

Maurer, M.

2016, VI, 140 S. 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11660-6