

I Rhetorik der Chimären? – Einleitung

Auf den ersten Blick scheinen Emotionen wissenschaftlich schwer greifbar zu sein. Denn sie können ganz unterschiedlich perspektiviert werden, z.B. als Gefühle, als Handlungsimpulse, als Bewertungen, als körperliche Erregung, als Ausdrucksphänomene. In dieser Hinsicht ähneln sie Chimären, d.h. mehrköpfigen, mit gängigen Mitteln nicht zu bezwingenden, aber umso faszinierenderen Mischwesen – sicherlich einer der Gründe für die in jüngster Zeit boomende Emotionsforschung.¹

Wissenschaftlich betrachtet hat das Konzept ‚Emotionen‘ etwas von einer Chimäre und einem Chamäleon zugleich. Aber diese wenig schmeichelhafte Charakterisierung der Heterogenität und Instabilität steht im krassen Gegensatz zur Stabilität und alltagsweltlichen Gewißheit der Gefühle (Fiehler 1990: 10).

Wie die in diesem Zitat auftauchende Metapher des Chamäleons verdeutlicht, sind Emotionen zudem ephemere Erscheinungen. Sie lassen sich nicht so einfach „festhalten“ und untersuchen. Da Wissenschaft aber immer irgendeine Form von Zugriff voraussetzt, ähnelt der Emotionsforscher manchmal einem Insektenkundler vor präparierten Schmetterlingen in einem Schaukasten: er fixiert etwas genuin Flüchtliges.

Die meisten Menschen kennen Schmetterlinge aus eigener Erfahrung, und die meisten Menschen wissen auch, wie sich Emotionen anfühlen.² Genau diese sinnliche Gewissheit aber droht, so scheint es, die Objektivität des Forscherblicks zu trüben – vor allem da, wo Emotionen nicht mit technischer Apparatur „gemessen“, sondern mit analytischem Verstand „beobachtet“ werden. Letzteres ist auch beim wissenschaftlichen Analysieren von Gesprächen der Fall:

Emotionen sind einer formalen, von mentalistischen Kategorien absehenden Analyse, wie sie durch konversationsanalytische Postulate anvisiert wird, zunächst kaum zugänglich. Insgesamt erscheint das ‚Gebiet des Subjektiven‘ für die Objektivierbarkeit nicht besonders geeignet, nicht nur, weil es zu reich und zu unübersichtlich ist, sondern vor allem, weil es uns ‚zu nah‘ ist (Drescher 2003: 6).

Über Emotionen als innerpsychische Vorgänge können in einer auf qualitativen Methoden basierenden Gesprächsanalyse nur Vermutungen angestellt werden – was vorliegt, sind nun einmal Ausdrucksphänomene und keine

¹ Zum Boom der Emotionsforschung siehe Kurilla (2013: 403-409).

² Eine Ausnahme bilden von Alexithymie („Gefühlsblindheit“) betroffene Menschen. Sie sind nur schwer oder nicht in der Lage, eigene Emotionen zu erkennen und zu beschreiben.

Informationen zu mentalen Repräsentationen. Deshalb kann es auf diesem Gebiet nicht um die Erforschung einer – wie auch immer gearteten – innerpsychischen Realität der Emotion gehen.

Ausgangs- und Anhaltspunkt für gesprächsanalytische Ansätze zum Thema „Emotion“ kann vielmehr nur deren „diskursive Realität“ sein, wie sie etwa Drescher konzipiert:

Im folgenden vertrete ich in einer konsequenten linguistischen Weiterentwicklung der These von der sozialen Realität der Emotionen die Auffassung, daß diese auch eine spezifische diskursive Realität besitzen. Denn wenn Emotionen sich überwiegend in der Interaktion konstituieren und Interaktionen wiederum maßgeblich durch das Medium der Sprache bestimmt sind, dann bedeutet das zugleich, daß ein nicht unerheblicher Teil der Emotionen spezifische Spuren im Diskurs als dem sprachlichen Produkt der Interaktion hinterlassen muß. Insofern können Emotionen als eine globale diskursive Praxis verstanden werden (Drescher 2003: 80).

Emotion als „diskursive Praxis“ zu verstehen – Gruber (1996: 247) spricht von „situierten Praktiken“ – bedeutet, sie als sprachlich-kommunikatives Phänomen bzw. als ein Merkmal kommunikativer Interaktion zu begreifen. Entsprechende Forschungsansätze interessieren sich nicht dafür, ob bei einem Kommunikator tatsächlich eine Emotion vorliegt, sondern dafür, was an seiner Rede *emotional erscheint*, d.h. für eine „Phänomenologie‘ der emotionalen Kommunikation“ (Drescher 2003: 3) bzw. für ein entsprechendes Repertoire sprachlicher Mittel. In anderen Worten: Der vorliegenden Arbeit liegt ein diskursimmanenter Emotionsbegriff zu Grunde, was bedeutet, dass nicht Weltwissen über Emotionen untersucht wird (z.B. Wie kommt eine Emotion zustande? Bei welchen physiologischen Reaktionen liegt eine Emotion vor? etc.), sondern Sprachwissen über Emotionen, und zwar insbesondere die Frage, was unter emotionaler sprachlicher Kommunikation zu verstehen ist und wie sie in der sozialen Interaktion strategisch eingesetzt werden kann.

Die Rhetorik als wissenschaftliche Disziplin ist für solche Fragestellungen prädestiniert, weil sich die von ihr erforschten Wirkungsprinzipien im sprachlich-kommunikativen Diskurs, dem Logos, entfalten. Für Gesprächsforschung scheint sich die auf monologische Reden spezialisierte „Kunst des Überzeugens“ auf den ersten Blick allerdings weniger zu eignen:

Die Vorzüge des rhetorischen Zugangs zu Affekten liegen in der Konzentration auf den Darstellungsaspekt, wobei die Ausdrucksmittel als konventionelle Techniken erfaßt, unter funktionalen Gesichtspunkten systematisiert und mitunter auch bezüglich spezifischer Wirkungen beschrieben werden. Allerdings liegt der rhetorischen Affektlehre ein eher einseitiges Verständnis der Kommunikation zugrunde, das auf der Vorstellung eines sich an sein Publikum wendenden Redners basiert. Die im Zusammenhang mit der Ana-

lyse spontaner Begegnungen zentralen Prinzipien der Kooperativität, Reziprozität und Interaktivität erhalten in der rhetorischen Sicht der Kommunikation, die auf die wirkungsvolle monologische Rede in typisierten Situationen vor Gericht, im Parlament etc. ausgerichtet ist, keinen Raum. Für einen interaktionistisch ausgerichteten Ansatz stellt dies ein wesentliches Defizit dar (Drescher 2003: 91).

Dass die für die Rhetorik konstitutive Produzentenperspektive entgegen solcher Einschätzungen mit Blick auf dialogische Kommunikation kein Defizit bedeutet, sondern schlicht eine besondere Variante der Gesprächsbetrachtung impliziert, hat die jüngste Forschung zur Gesprächsrhetorik bereits gezeigt (siehe Kap. II.4) und soll auch anhand der vorliegenden Untersuchung, die sich dem emotionalen Überzeugungsmittel speziell in Erstkontaktgesprächen zum Zweck der Partnerwerbung widmet, deutlich werden.

Ausgehend von der Annahme, dass eine bewusste Steuerung emotionaler Gesprächsprozesse durch einen strategischen Kommunikator, einen Orator,³ die Erreichung des von ihm angestrebten kommunikativen Ziels wahrscheinlicher macht, soll in der vorliegenden Arbeit die Frage beantwortet werden, welche Möglichkeiten sich für einen Orator in Erstkontaktgesprächen zum Zweck der Partnerwerbung ermitteln lassen, mit Hilfe sprachlich-textlicher Mittel emotional zu überzeugen bzw. welche kommunikativen Strategien ihm auf emotionaler Ebene zur Verfügung stehen, um in solchen Gesprächen seine Chancen auf Erfolg – bestehend in der Einwilligung des Adressaten in eine Fortsetzung des Kontakts – zu maximieren. Kurz gesagt: Die vorliegende Arbeit untersucht emotionale Kommunikationsprozesse in Erstkontaktgesprächen zum Zweck der Partnerwerbung unter Einsatz rhetorischer, linguistisch- und hermeneutisch-interpretativer Methodik auf rhetorische Strategien hin. Aus Gründen eines methodischen Reduktionismus wird dabei ausschließlich die segmentale Ebene der Lautsprache berücksichtigt, wie sie in den Transkripten der Korpus-Gespräche protokolliert ist – die suprasegmentale (phonologische) Ebene und nonverbale Ausdrucksformen werden zurückgestellt und bei Bedarf lediglich zu Kontrollzwecken herangezogen. An eine angemessene Untersuchung para- und nonverbaler emotionaler Ausdrucksformen wären ganz eigene methodische Anforderungen zu stellen, die unser diskurssemantischer Ansatz nicht leisten kann.

³ In der vorliegenden Arbeit wird im rhetorischen Kontext das Begriffspaar Orator / (strategischer) Kommunikator – Adressat verwendet, im linguistischen Kontext hingegen das Begriffspaar Sprecher – Hörer. Dabei wird aus sprachökonomischen Gründen auf eine Genderung der Termini verzichtet (bei der Analyse konkreter kommunikativer Interaktionen wird anschaulichkeitshalber ggf. von einer Adressatin gesprochen). An dieser Stelle genüge der allgemeine Hinweis, dass – sofern nicht anders angegeben – selbstverständlich beide Geschlechter mitgemeint sind.

Angesichts des formulierten Desiderats drängt sich rasch die Frage auf, was „emotional“ in diesem Kontext eigentlich genau bedeutet. Dass Emotion in der vorliegenden Arbeit als „diskursive Praxis“ verstanden wird, macht die „Chimäre“ noch nicht besser greifbar. Solange nicht klar ist, welche sprachlich-kommunikativen Strukturen in Gesprächen als emotional zu betrachten sind und weshalb, kann auch nicht untersucht werden, was unter emotionaler Gesprächsrhetorik als dialogischer Variante erfolgsorientierter strategischer Kommunikation (vgl. Knappe 2000a: 33) zu verstehen ist. Doch welcher Aspekt von Emotion ist für emotionale Kommunikation in Gesprächen charakteristisch? Der Gefühlsaspekt? Der Erregungsaspekt? Der Bewertungsaspekt? Der motivationale Aspekt? Womöglich alle vier Aspekte gleichzeitig? Doch wären dann nicht tendenziell alle Äußerungen als emotional einzustufen? Erweist sich emotionale Rhetorik in Gesprächen am Ende gar als eine „Rhetorik der Chimären“?

Die Frage, welche sprachlich-kommunikativen Strukturen in Gesprächen „emotional“ erscheinen, könnte natürlich unter Rückgriff auf bereits bestehende rhetorische und linguistische Theorien zu emotionaler Sprache und Kommunikation beantwortet werden. Die Rhetorik etwa würde hier mit gewissen „Affektfiguren“ aufwarten, die Linguistik mit Theorien zu Ausdruck und Thematisierung bzw. Darstellung von Emotion. Allerdings wäre bei einem solchen Vorgehen zu Recht in Frage zu stellen, ob die im Kontext monologischer Rede systematisierten Affektfiguren bzw. die nicht unbedingt auf der Basis von Korpora gesprochener Sprache entwickelten linguistischen Kategorien als Basis für eine rhetorische Untersuchung emotionaler Gesprächsprozesse tatsächlich geeignet sind.

Aufgrund dessen wird im Folgenden eine induktive Herangehensweise vorgezogen im Hinblick auf die Frage, wie ein Repertoire sprachlicher Mittel für emotionale Kommunikation konkret aussehen könnte. Die vorliegende Arbeit entwickelt entsprechende Kategorien ausgehend von einer Beurteilungsstudie mit Laien-Kodierern. Dabei basiert die Beurteilungsstudie auf demselben Datenmaterial wie die auf ihr aufbauende rhetorische Theoriebildung, was eine materielle Homogenität des Untersuchungsgegenstandes gewährleistet.

Als Datenbasis dienen der vorliegenden Arbeit die 22 Transkripte des Tübinger Gesprächskorpus, das in einer experimentell arrangierten *Face-to-Face*-Situation erhoben wurde. Die Aufzeichnung erfolgte im Jahr 2003 im Rahmen des Tübinger DFG-Projekts „Courtshiprhetorik“ (siehe dazu Kap. III.1).

Um in einem ersten methodischen Schritt ein datenbasis-spezifisches Repertoire sprachlicher Mittel für emotionale Kommunikation zu erheben,

kam eine auf dem Gebiet der korpusbasierten sprach- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur segmentalen (inhaltlich-verbale) Komponente sprachlich-kommunikativer Emotionalität innovative Methode zum Einsatz: die Laien-Intuitionsheuristik (siehe Kap. III.2). Sie ermöglicht es, emotionale Strukturen in Gesprächen zu identifizieren, ohne dabei auf bereits existierende Theorien zu Sprache und Emotion zurückzugreifen – das Ergebnis ist eine Merkmalsrekonstruktion dessen, was Sprachbenutzer unter emotionalen Ausdrucksweisen verstehen. Letztlich wird mit Hilfe der Laien-Intuitionsheuristik eine bestimmte Form der kulturellen Kodierung von Emotion abgefragt. In unserem Ansatz steht diese Methode daher gleichsam für eine „Zähmung“ der „Emotions-Chimäre“: Welche sprachlich-kommunikativen Strukturen als emotional zu betrachten sind, wird von einer Gruppe von Laien-Kodierern intuitiv beurteilt („Beurteilungsstudie“) bzw. festgelegt.

Die in einem zweiten Schritt vorgenommene Analyse und Typologisierung des Befunds der Beurteilungsstudie durch den Experten gilt dann der Frage, über welches ihrer „Gesichter“ sich die – mittels der Laien-Intuitionsheuristik bereits „gezähmte“ – „Emotions-Chimäre“ im Rahmen des gegebenen Untersuchungszwecks am besten greifen lässt. Im vorliegenden Fall konnte aus dem Befund eine über den *Bewertungsaspekt* von Emotion perspektivierte *Typologie sprachlicher Mittel für emotionale Kommunikation* entwickelt werden.

In einem dritten und für unser Erkenntnisinteresse entscheidenden methodischen Schritt wurde schließlich das Korpus systematisch nach den typologisierten Strukturen durchmustert und die mit solchen Strukturen verbundenen Interaktionssequenzen auf strategische Aspekte hin untersucht. Dabei konnten *drei emotionalrhetorische Strategien* identifiziert werden, deren Kombination und persuasionstheoretische Kontextualisierung in ein *Modell emotionalrhetorischer Gesprächssteuerung in Erstkontaktgesprächen zum Zweck der Partnerwerbung* mündete. Das Modell ist in erster Linie produktionstheoretisch-deskriptiv konzipiert, d.h. es beschreibt es und diskutiert die mit diesen jeweils verbundenen Chancen und Risiken. Es lässt sich jedoch auch rezeptionstheoretisch wenden, d.h. im Rahmen emotionalrhetorischer Gesprächsanalyse nutzen.

Die hier vorerst nur angedeuteten Ergebnisse lassen bereits erahnen, dass emotionale Rhetorik in Gesprächen durchaus nicht als theoretisch und praktisch kaum greifbare „Rhetorik der Chimären“ aufgefasst werden muss. Es lassen sich auf sprachlich-kommunikativer Ebene nämlich konkrete Strukturen beschreiben, die von Sprachbenutzern als „emotional“ beurteilt werden und die auf der Ebene kommunikativer Interaktion mit bestimmten rhetorischen Strategien in Verbindung gebracht werden können.

Die Arbeit folgt folgendem Aufbau: Kapitel II skizziert den für die Untersuchung relevanten Forschungsstand. Kapitel III präsentiert und diskutiert ausführlich Datenbasis und Methode. Kapitel IV präsentiert die anhand der Beurteilungsstudie identifizierten und mittels Expertenanalyse typologisierten sprachlichen Mittel für emotionale Kommunikation. Kapitel V klärt die rhetorische Perspektive auf Partnerwerbungsgespräche, stellt das Modell emotionalrhetorischer Gesprächssteuerung in seiner theoretischen Konzeption vor und setzt es in einen Bezug zum Rhetorik-Konzept des Aristoteles. Die Kapitel IV bis VIII behandeln die drei emotionalrhetorischen Strategien, die mit ihnen jeweils verbundenen Handlungsoptionen sowie diesbezügliche Chancen und Risiken im Detail. In Kapitel IX werden ein anhand des Modells entwickelter Fragenkatalog für die emotionalrhetorische Gesprächsanalyse von Erstkontaktgesprächen zum Zweck der Partnerwerbung präsentiert sowie eine exemplarische Gesprächsanalyse vorgenommen. Kapitel X resümiert und diskutiert die Untersuchungsergebnisse im Hinblick auf weiterführende Forschung.