

Robin A. Kurilla

Der kommunikative Aufbau authentischer Gefühlswelten

Essener Studien
zur Semiotik und Kommunikationsforschung

Herausgegeben von
Achim Eschbach, Jens Loenhoff und
H. Walter Schmitz

Band 21

Essener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung

Band 21

Robin A. Kurilla

Der kommunikative Aufbau authentischer Gefühlswelten

Eine sozialkonstruktivistische Remodellierung
kommunikationstheoretischer Emotionsbegriffe

Shaker Verlag
Aachen 2007

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Para Oihana. Gracias por tu apoyo y tu paciencia.

Mein Dank geht ebenfalls an Judith und Hartwig Kurilla

wie auch an Prof. Dr. H. Walter Schmitz.

Auch Karl und Brunhilde Hoffmeyer sollen hier angesichts ihres Einflusses auf meine geistige Entwicklung dankende Erwähnung und soziale Erinnerung finden.

Copyright Shaker Verlag 2007

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8322-6554-0

ISSN 1439-4162

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Vorwort

Ganz gleich, wohin jeweilige Alltagstheorien den Sitz von Glück, Angst, Zorn, Ekel, Trauer, Erregung, Zufriedenheit, Verachtung etc. verlegen, ob ins Herz, in die Leber oder den Magen, in der Regel werden Emotionen der biologischen Seite des Menschen zugeschlagen, zumindest aber einem »wahren« Selbst, das dem gesellschaftlichen Zugriff weitgehend entzogen zu sein scheint. Folgerichtig werden Emotionen weithin auch als Universalien betrachtet, und es wird darüber hinaus angenommen, dass sie auf unverkennbare und vielfach sogar gleiche Weise zum Ausdruck gebracht werden. Überraschend nahe bei diesen alltagstheoretischen Positionen stehen manche wissenschaftliche Emotionstheorien, darunter auch solche, die seit Jahren in der einen oder anderen Version die Erforschung nonverbaler Kommunikation mitgeprägt haben.

Eine Gegenposition dazu nimmt, wie die Rede vom »kommunikativen Aufbau authentischer Gefühlswelten« schon programmatisch anzeigt, Robin Kurilla in der vorliegenden kommunikationswissenschaftlichen Studie ein, für die er sich nicht weniger als drei anspruchsvolle Ziele gesteckt hat:

Zunächst einmal beabsichtigt er, einen sozialkonstruktivistischen Emotionsbegriff, gemäß dem Gefühle als soziale Produkte zu betrachten sind, in drei kommunikationswissenschaftlich relevante Theorien - die Theorien Bühlers, Meads und Luhmanns - einzubauen und diesen Begriff dort und auf diese Weise auf seine Brauchbarkeit hin zu prüfen. Dafür nimmt er wohl wissend in Kauf, dass er die dadurch zu erreichenden Erklärungsvorteile mit mehr oder weniger aufwendigen Theorieumbauten aufzuwiegen hat.

Zum zweiten sucht er in empirischen Reflexionen ausgewählte Bereiche einschlägiger kommunikationswissenschaftlicher Empirie - hier geht es zum Beispiel um das Verhältnis von Mediennutzung und Gefühl, um die Kunst des Lügens sowie die lehr- und lernbare Empathie, um Emotionen im Feld der Werbekommunikation sowie um sogenannte Corporate Emotion - unter Verwendung des neuen Begriffsgewebes und der nunmehr leitenden Perspektive zu erfassen und zu erklären. Dabei werden die Grenzen und Relationen der Gegenstände neu bestimmt, Forschungsfragen und Untersuchungsmöglichkeiten neu entwickelt.

Das dritte nur recht knapp und dennoch effektiv und abrundend behandelte Ziel besteht in dem Versuch, den in der vorliegenden Untersuchung dargestellten Ansatz innerhalb der sozialwissenschaftlichen Paradigmendiskussion zwischen Alltagsphänomenologie und Systemdenken zu verorten und dabei zu zeigen, wie der Soziale Konstruktivismus zwischen beiden Perspektiven oszilliert und Emotionen sowohl als gesellschaftlich objektivierte als auch/oder als subjektiv als Passion erlebte begreifen lässt.

Diese Ziele verfolgt Robin Kurilla in begrifflich und theoretisch sicheren Arbeitsschritten: Nach einleitender Vorstellung seiner Problemstellungen diskutiert er zunächst mit vorzüglicher Sachkenntnis und auf hohem theoretischem Niveau die kommunikationstheoretischen Emotionsbegriffe bei Bühler, Mead und Luhmann. Sodann entfaltet er eine sozialkonstruktivistische Konzeption von Emotion, die sich ihrerseits allerdings nicht sklavisch an die einschlägige Literatur der Sozialkonstruktivisten hält, sondern die Nähe der eigenen Überlegungen zu dem Grundlagenwerk von Berger und Luckmann zu erhalten bemüht ist.

Im dritten Schritt zeigt Robin Kurilla uns, mit welchen Modifikationen oder Perspektivenverschiebungen in den Theorien von Bühler, Mead und schließlich auch Luhmann Sozialkonstruktivistisches in sie einbaubar wäre, welche Folgen dies für die jeweiligen Theorien zeitigen würde und welche Aspekte eines sozialkonstruktivistischen Emotionsbegriffs hierdurch jeweils besonders herausgearbeitet werden könnten. Kommunikationswissenschaftlich von besonderer Bedeutung ist im Anschluss daran das Teilkapitel 3.4, in dem es Robin Kurilla auf vorzügliche Weise gelingt, die Betrachtung von Emotion als »Zuhandenes« und »Vorhandenes« (Heidegger) zu verbinden mit dem kommunikativen und dem extrakommunikativen Umgang der Individuen sowie den diesen zugeordneten wissenschaftlichen Betrachtungsweisen, der kommunikativen und der extrakommunikativen Betrachtungsweise. Denn in der Tat »bietet ein Begriff von Emotionen als Vorhandenes überhaupt erst die Möglichkeit einer *gezielten* Veränderung des kommunikativen Umgangs mit authentischem Emotionsausdruck, die allerdings notwendigerweise extrakommunikativ zu erfahren wäre, zumal Passionen auch in der Kommunikation als vom Selbst passiv Erlebtes gelten und somit nicht als manipulationsfähig behandelt werden«.

Die empirischen Reflexionen im vierten Untersuchungsschritt schließlich gleichen einer Wanderung durch wesentliche Gebiete der Kommunikationswissenschaft, auf der an beispielhaften Untersuchungen emotionsnaher Handlun-

gen kommunikativer Art die eigene Betrachtungsweise und ihre Folgen untersucht werden. Dabei geht es Robin Kurilla allerdings weniger um schnell zu erntende Ergebnisse als vielmehr um eine Prüfung von Forschungspotentialen und neuen Handlungsmöglichkeiten.

Der fünfte und letzte Arbeitsschritt führt zu einem Blick zurück auf den selbst entwickelten sozialkonstruktivistischen Ansatz und seinen Ort im Konzert der sozialwissenschaftlichen Paradigmen.

Robin Kurillas gelungene sozialkonstruktivistische Remodellierung kommunikationstheoretischer Emotionsbegriffe ist ein wichtiger Beitrag zur aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschung. Er verfügt darin souverän über die Vielfalt der Theorien und Methoden, über die einschlägige Fachliteratur recht unterschiedlicher Provenienz sowie über die leitenden kommunikationswissenschaftlichen Perspektiven und Fragestellungen, die er vollkommen sicher handhabt im Hinblick auf die selbstgesteckten Ziele. Er erschließt nicht nur der Kommunikationswissenschaft ein allzu lange vernachlässigtes Problemfeld neu, sondern er zeigt zugleich die Anschließbarkeit des von ihm entwickelten Ansatzes an die theoretischen Positionen auf, die gegenwärtig als die fruchtbarsten und wichtigsten für die Entwicklung einer Allgemeinen Kommunikationstheorie angesehen werden. – Ob wir uns nun vom selben Autor wohl auch noch eine empirische Untersuchung zur Prüfung der Reichweite und der Erklärungsmächtigkeit seines sozialkonstruktivistischen Ansatzes wünschen dürfen?

Essen, im Juli 2007

H. Walter Schmitz

Inhalt

VORWORT VON H. WALTER SCHMITZ	5
INHALT	9
EINLEITUNG	13
1 DREI KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHE EMOTIONSBEGRIFFE	17
1.1 Emotion und Ausdruck bei Bühler	17
Exkurs: Die James-Lange-Theorie und Cannons Kritik.....	30
1.2 Mead zwischen Geist und biologischer Natur	32
1.3 Emotionen in Luhmanns Systemen.....	41
1.4 Emotionale Authentizität und kontraindikative Phänomene	56
2 EINE SOZIALKONSTRUKTIVISTISCHE KONZEPTION VON EMOTION	61
2.1 Der soziale Konstruktivismus.....	61
2.2 Emotion als Rolle – Der Andere in der eigenen Haut	68
2.2.1 Der sozialkonstruktivistische Emotionsdiskurs: Begriffsherleitung	68
2.2.2 Emotionale Orientierung im Alltagsleben.....	76
2.2.3 Soziale Leistungen von Emotionen	85
2.2.4 Die emotionale Formbarkeit des Organismus	88
2.2.5 Emotion und Kommunikation	92
2.3 Authentizität als alltagsweltliches Vor-Urteil	96
3 SOZIAL KONSTRUIERTE EMOTION IN DER KOMMUNIKATION – VERSUCH EINER APPROXIMIERUNG.....	101
3.1 Bühler revisited	101
3.2 Mead versus Mead	105
3.3 Objektivität als Passion: Niklas Luhmann	109
3.4 Emotion als Zuhandenes und Vorhandenes	111

4	EMPIRISCHE REFLEXIONEN	119
4.1	»The Medium is the Emotion.« – Wechselwirkungen zwischen Mediennutzung und Gefühl	119
4.2	Über Tradition und Legitimierung emotionsbezogener Schemata	125
4.2.1	Tradition qua Handlung	125
4.2.2	Institutionalisierte Tradierung	127
4.2.3	Legitimierung durch Wissenschaft.....	131
4.2.4	Methodologisches	138
4.3	Pragmatisches für den Kommunikationserfolg.....	142
4.3.1	Die Kunst des Lügens	142
4.3.1.1	Voraussetzungen zum Lügen.....	143
4.3.1.2	Unwillkürliche ›Signale‹ als Lügenindikator.....	144
4.3.1.3	Das Pokerspiel der Lüge	151
4.3.2	Lehr- und lernbare Empathie.....	153
4.4	Emotionales Surplus im Supermarktdschungel.....	158
4.4.1	1001 Dosenöffner.....	158
4.4.2	Handlungsspezifischer Emotionsbedarf.....	162
4.4.3	Pathognomische Simulationen	167
4.5	Corporate Emotion	175
5	ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN: ANSATZ ZU EINER WISSENSCHAFTS- THEORETISCHEN POSITIONIERUNG	189
	LITERATUR	191
	ÜBER DEN AUTOR	211