

Außertextuelle Einflussgrößen auf öffentliche Monologe

Jens Kegel

1. Einleitung	01
2. Der Zuhörer als Mitglied einer temporären Gruppe	03
3. Soziologische Aspekte	09
4. Emotionen und Stimmungen	12
5. Der Raum als semiotischer Rahmen für das Redeereignis	14
6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	17
7. Literaturverzeichnis	18

1. Einleitung

Redner, Vortragende, Referenten und Zuhörer befinden sich in einer Situation, die ungewohnt ist, weil sie der gewohnten und quantitativ vorherrschenden Face-to-face-Kommunikation widerspricht. Der Dialog wird zugunsten des Monologs aufgegeben¹, die Zuhörer bilden eine Gruppe mit all den darin ablaufenden Prozessen, und der Raum wirkt als semiotischer Rahmen auf die kommunikative Handlung ein. Viele Negativbeispiele belegen, dass Vortragende und Redner diese Faktoren meist nicht kennen und demnach auch nicht beachten.

Zugleich suggeriert eine mittlerweile fast unübersehbare Flut sog. „Rhetorik“-Ratgeber, dass Redner mit Hilfe bestimmter rhetorischer „Tricks“ und „Kniffe“ in der Lage seien, ihre Hörer zu manipulieren. Dies wiegt umso schwerer, als schon einer unserer großen Philosophen vor mehr als zweihundert Jahren die Kunst des Redens zur Kunst des Überredens herabstufte:

Ich muß gestehen, daß ein schönes Gedicht mir immer ein reines Vergnügen gemacht hat, anstatt die Lesung der besten Rede eines römischen Volks- oder jetzigen Parlaments- oder Kanzelredners mit dem unangenehmen Gefühl der Mißbilligung einer hinterlistigen [!] Kunst vermenget war, welche die Menschen als Maschinen in wichtigen Dingen zu einem Urteile zu bewegen versteht, das im ruhigen Nachdenken alles Gewicht bei ihnen verlieren muß. Beredtheit und Wohlredenheit (zusammen Rhetorik) gehören zur schönen Kunst; aber Rednerkunst (ars oratoria) ist, als Kunst sich der Schwächen der Menschen zu seinen Absichten zu bedienen (diese mögen immer so gut gemeint oder auch wirklich gut sein, als sie wollen), gar keiner Achtung würdig. (Kant 2001, S. 221 f.).

In der Philosophie- und Rhetorikgeschichte wird diese Wirkung gemeinhin mit Protagoras und Gorgias in Verbindung gebracht und als Sophistik bezeichnet. Platon legt letzterem in einem fiktiven Dialog mit Sokrates (*Gorgias oder über die Beredsamkeit*) folgende Worte in den Mund:

Wenn man durch Worte zu überreden imstande ist, [...] so wird der Arzt dein Knecht sein, der Meister der Leibesübungen auch, und von diesem Geschäftsmann wird sich zeigen, dass er nicht für sich erwirbt, sondern für einen andern, für dich, der du verstehst zu sprechen und die Massen zu überzeugen. (zit. nach: Loebbert 1991, 17).

Genau diese Haltung legen besagte Ratgeber zugrunde und verbreiten die Gleichsetzung von Rhetorik und Sophistik. In vielen dieser Bücher kristallisieren sich folgende Grundannahmen in wechselnder Zusammensetzung heraus:

Rhetorik:

- gilt als zentrales und manchmal ausschließliches Mittel der Erfolgreichen für ihren Erfolg,
- wird als besonderes Machtinstrument dargestellt, mit dessen Hilfe sich jede gewünschte Position allein durch Anwendung der „richtigen“ Techniken erreichen lässt,
- ist – entsprechend der falschen Gleichsetzung mit Sophistik – Instrument der „Überredung“,
- wird indirekt oder direkt als Geheimwissenschaft betrachtet, indem ihr die Attribute „schwarz“, „verboten“ oder sogar „magisch“ zugeordnet werden.

Bereits 1991 hat Bremerich-Vos einige von diesen auf ihre Substanz hin überprüft und nur wenig Erfreuliches gefunden (vgl. Bremerich-Vos 1991). Die folgenden Beispiele zeigen eine erstaunlich naive, aber auch dreist-verkäufliche Sicht auf das komplexe Gebiet (ebenda, S. 51 ff.):

¹ Zu den Merkmalen dialogischer Face-to-face-Kommunikation zählen u. a.: Sprecher und Hörer wechseln ständig die Position und ergänzen einander, Versprecher werden weder vom Sprecher noch vom Hörer als solche gedeutet, Hörerkommentare greifen in den Monolog ein, Syntax entspricht weitgehend der logischen Abfolge der Ereignisse, weniger Nominalisierungen, mehr Phraseologismen, Partikeln, Deiktika... (vgl. Schwitalla 2006, S. 42 ff.).

Sie sehen bald, dass Sie durch die Rede Menschen zum Handeln bewegen können nach Ihrem Willen. Sie erkennen, dass Sie als wahrer Redner zu einer Persönlichkeit heranwachsen und berufen sind, Menschenführer zu sein. (Hier wird die Manipulationsthese bedient, nach der ein Redner den Zuhörern mittels Rede seine Meinung oktroyieren kann.).

Nichts sichert uns mehr das Vertrauen und die Anerkennung unserer Mitmenschen als die Fähigkeit, wirksam und eindrucksvoll reden zu können. (Die implizite Behauptung lautet: Nicht Leistung, sondern Beredsamkeit ist die Ursache für Anerkennung und Erfolg. Es ist also egal, was Du kannst, wenn Du nur reden kannst.).

Ein guter Redner wird in seiner Umgebung und in seinem Beruf unweigerlich anerkannt. [...] Er besitzt die größte Macht, die es gibt – die öffentliche Meinung zu bilden und zu beeinflussen. (Das Adjektiv unweigerlich bedeutet: „unbedingt, auf jeden Fall, ganz bestimmt“ (Wahrig 2000, S. 1313). Die Redekunst selbst wird also auch hier von den sonstigen Leistungen des Redners abgekoppelt.).

Wir können sicher sein, dass schon in der Urzeit der Menschheitsgeschichte, als die Menschen sich zu Sippen zusammenschlossen, der Redegewandteste zum Stammeshäuptling erwählt wurde. (Ethologie und Biologie haben den Gegenbeweis angetreten. Bereits Primaten, allen voran die Schimpansen, bilden starke Hierarchien, in denen ein Tier die Führung beansprucht, welchen sich diesen Anspruch erkämpfen muss. Bei den Naturvölkern beruht Autorität immer auf irgendwelchen Leistungen, die für das Zusammenleben der Gruppe wichtig sind. Die bloße „Redegewandtheit“ wird hier als Kriterium nicht aufgeführt (vgl. de Waal 2006, S. 61 ff., Eibl-Eibesfeldt 2004, S. 422 ff.).

Als Ziel für diese Art von Literatur sehen Gert Ueding und Bernd Steinbrink das folgende, bedauernde Geschöpf:

Eine redegehemmte, von Lampenfieber, Unwertkomplexen und Denkblockaden im Berufs- und Gesellschaftsleben benachteiligte Persönlichkeit, deren äußeres Auftreten schief und ungenau, taktlos und schwerfällig ist, ständig auf der Suche nach dem richtigen Wort, weder des Hochdeutschen noch der zusammenhängenden Rede mächtig, falsch atmend und artikulierend, gegen den Sinn betonend und sich ständig für das eigene Dasein entschuldigend, ohne überzeugende Argumente, voller Floskeln und Leerformeln, allenfalls durch ihren sozialen Status und die Führungsposition wirkend, nicht aus persönlicher Glaubwürdigkeit. (Ueding / Steinbrink 1994, S. 191).

Aufgrund der hier skizzierten Situation möchte ich auf verschiedene psychologische und raumsemiotische Aspekte öffentlicher Monologe eingehen. Einerseits soll dies dazu beitragen, die auch heute noch existierenden Mythen von der manipulativen Überredungs-Kraft der Rhetorik zu entzaubern. Andererseits soll das Wissen um das Vorhandensein und die Wirkungsweise entsprechender Vorgänge dem Sprecher helfen, seinen Monolog zu optimieren.

2. Der Zuhörer als Mitglied einer temporären Gruppe²

Das menschliche Individuum als soziales Wesen befindet sich im öffentlichen Raum³ in einer besonderen psychischen Situation. Die Anwesenheit und das Handeln anderer führt zu verändertem Verhalten – es reagiert bewusst oder unbewusst abweichend. Ist das Individuum darüber hinaus Mitglied einer (temporären) Gruppe⁴ und handelt innerhalb und mit dieser Gruppe im öffentlichen Raum, dann werden hinzutretend andere Mechanismen wirksam. Nicht mehr die einzelne Person, sondern die Summe der Individuen ist jetzt in erster Linie handlungsleitend.

Auf der einen Seite entsteht also die Gruppe der Zuhörer mit all den nachfolgend beschriebenen gruppendynamischen Prozessen, auf der anderen Seite steht der Redner. Beide Seiten nehmen demnach bestimmte Rollen ein, i.d.R. nur zeitweise, was wiederum Unsicherheiten nach sich zieht – vor allem auf Seiten des Redners – dieser Rolle entsprechend der sozial determinierten Erwartungen gerecht zu werden.⁵ Mit anderen Worten: Redner und Zuhörer wissen um die den jeweiligen Rollen zugeschriebenen Muster und erwarten vom Gegenüber entsprechende Handlungen.

Als einer der ersten beschäftigte sich der französische Arzt Gustav Le Bon mit Phänomenen der Psychologie großer Gruppen. Mit seinem Buch *Psychologie der Massen* begründete er 1898 die entsprechende Forschungsrichtung der Sozialpsychologie. Gleichzeitig löste er eine bis heute andauernde Diskussion um die Möglichkeit aus, sogenannte Massen mit Hilfe relativ einfacher Rezepte – so man sie kennt – zu führen oder eben auch zu verführen.

Le Bon, dessen Thesen sich im Laufe der Jahrzehnte zu scheinbaren Selbstverständlichkeiten entwickelten, benennt die Zeit am Ende des ausgehenden 19. Jahrhunderts als das „Zeitalter der Massen“ und sieht in ihr Glaubenslehren heranreifen, die eine „tyrannische und herrische Kraft“ ausüben werden (Le Bon 1982, S. 2 f.). Die sich herausbildenden Massen würden seiner Ansicht nach nicht vom Verstand, sondern vordergründig von Gefühlen geleitet. Diese Emotionen wären einfach, gleichzeitig aber überschwänglich. Überzeugungen, welche von den Massen getragen werden, bezeichnet der Autor als religiös (ebd., S. 47). Folgende Kennzeichen misst er diesen bei:

Anbetung eines vermeintlich höheren Wesens, Furcht vor der Gewalt, die ihm zugeschrieben wird, blinde Unterwerfung unter seine Befehle, Unfähigkeit, seine Glaubenslehren zu untersuchen, die Bestrebung, sie zu verbreiten, die Neigung, alle als Feind zu betrachten, die sie nicht annehmen (ebd., S. 47).⁶

Im Prozess der Entstehung einer Masse bildet diese nach Le Bon gegenüber dem Individuum neue Eigenschaften heraus; es entsteht eine Gemeinschaftsseele, in welcher das Bewusstsein des Einzelnen von sich schwindet und schließlich ausgelöscht wird. Gefühle und Gedanken richten sich ausschließlich auf ein Ziel aus. Die Individuen scheinen sich in einem Zustand zu befinden, welcher dem der Hypnose ähnlich ist. Dadurch herrscht das Unterbewusste gegenüber dem Bewussten vor. Die Masse wird somit zum bloßen Reizeempfänger. Sie ist leichtgläubig, denkt vor allem in Bildern und setzt diese mit der Realität gleich. Le Bon nennt diesen Zustand „Kollektivhalluzination“ (ebd., S. 10 ff.):

Die Massen können nur in Bildern denken und lassen sich nur durch Bilder beeinflussen. Nur diese schrecken oder verführen sie und werden zur Ursache ihrer Taten (ebd., S. 44).

² Nach Zimbardo (1995) sprechen wir von einer Gruppe dann, „wenn zwischen zwei oder mehr Personen eine Interaktion stattfindet, bei der jeder den/die anderen beeinflusst und von dem /den anderen beeinflusst wird.“ (Zimbardo 1995, S. 723).

³ Raum wird hier im weiten Sinne verwendet und umfasst demnach auch offene Räume wie Plätze, Stadien u.ä.

⁴ Diese bildet sich entsprechend der Definition nach Zimbardo (1995, S. 723), wenn Individuen als Zuhörer fungieren.

⁵ Nach Zimbardo ist eine Rolle ein „sozial definiertes Verhaltensmuster, das von einer Person, die eine bestimmte Funktion in einer Gruppe hat, erwartet wird.“ Wichtig ist, dass diese Rollen „größtenteils von dem bestimmten Individuum, das sie innehat, unabhängig (sind). Die erwarteten Verhaltensweisen sind die gleichen, gleichgültig, über welche persönlichen Merkmale der Rolleninhaber verfügt.“ (Zimbardo, 1995, S. 723).

⁶ Es fällt die Ähnlichkeit mit religiös motiviertem Fanatismus und daraus resultierendem Terrorismus auf.

Le Bon unterscheidet zwischen mittelbaren und unmittelbaren Triebkräften, welche die Meinungen und Glaubenslehren der Massen bestimmen. Zu den mittelbaren gehören:

- Rasse (Eigenschaften, die ein Volk ausmachen und dieses dadurch von anderen abgrenzen, bei Le Bon ein „Antrieb ersten Ranges“),
- Überlieferungen („Ideen, Bedürfnisse und Gefühle der Vorzeit. [...] Ein Volk ist ein Organismus, der durch die Vergangenheit geschaffen wurde.“),
- Zeit („Die Zeit bereitet die Meinungen und Glaubensbekenntnisse der Massen vor, [...] daß gewisse Ideen nur zu einer bestimmten Zeit, dann nicht mehr zu verwirklichen sind.“),
- politische und soziale Einrichtungen (diese müssen dem „Charakter“ des jeweiligen Volkes entsprechen),
- Unterricht und Erziehung (Unterricht und Erziehung, die sich auf das Auswendiglernen und „Hersagen“ von Stoff gründen und die Urteils- und Kritikfähigkeit des Menschen unterdrücken, formen „die Masse der Unbeteiligten und Gleichgültigen allmählich zu einem riesigen Heer Unzufriedener [...], das bereit ist, allen Einflüssen der Weltverbesserer und Redner zu folgen.“) (ebd., S. 54 ff.).

Unmittelbare Triebkräfte zur Ausbildung von Glaubenslehren und Meinungen der Massen sind nach Le Bon:

- Worte, die starke Bilder hervorrufen, Redewendungen und Täuschungen. (Vor allem den Bildern – wenn nicht vorhanden, dann geschickt erzeugt – misst Le Bon große Bedeutung bei. Ihm zufolge besitzen sie, „die geheimnisvolle Macht, die ihnen einst die Adepten der Magie zugeschrieben. Sie rufen in der Massenseele die furchtbarsten Stürme hervor und können sie auch besänftigen.“ Daneben erkennt Le Bon die Bedeutung von Schlagwörtern, auch wenn er diese so nicht nennt. Sie besitzen ihm zufolge „eine wahrhaft magische Macht [...], als ob sie die Lösung aller Fragen enthielten.“ (ebd., S. 54 ff.).⁷
- Täuschungen (diese haben die Funktion, „den Massen ein Ideal zu bieten, das sie bezaubern könnte; da ihnen aber Täuschungen unentbehrlich sind, so wenden sie sich unwillkürlich, wie die Motte dem Licht, den Rednern zu, die sie ihnen bieten.“),
- Erfahrungen (sie dienen dazu, der „Massenseele eine Wahrheit fest einzupflanzen und zu gefährlich gewordene Täuschungen zu zerstören.“ Dafür wiederum müssen die Erfahrungen aber von den Massen selbst gemacht werden.),
- Vernunft (Le Bon führt sie in diesem Zusammenhang an, weil sie seiner Meinung nach nur den negativen Aspekt hat, eben keinen Einfluss auszuüben, sondern diesen zu zerstören.) (ebd., S. 71 ff.).

Aus all dem schlussfolgert der Autor in Bezug auf die Führer von Massen, dass diese sich nicht auf Vernunftgründe oder Ketten logischer Erklärungen einlassen, sondern in erster Linie an das Gefühl appellieren und bei den Zuhörern starke Bilder assoziieren sollten. Die Wirkung dieser Bilder könne durch Wiederholung und Behauptungen verstärkt werden. Sie würde zwar langsam eintreten, dafür aber von Dauer sein (ebd., S. 71 ff.).

Zu den wichtigsten Merkmalen von Führerpersönlichkeiten zählt Le Bon, dass sie selbst erst Geführte, Gläubige waren, um sich später als Apostel ihrer Ideen zu erheben.⁸ Die herausragende Eigenschaft dieser Menschen bestehe darin, dass sie überaus geschickte Redner seien und durch die Kraft der Worte Glauben bei den Massen zu erzeugen wüssten (ebd., S. 83 ff.). Le Bon besitzt aufgrund seiner Beobachtungen offenbar ein negatives Bild von Menschen in Massensituationen. Sie verlieren ihre Individualität zugunsten einer Gruppenidentität, welche wiederum von Führern emotional und mit Hilfe von Bildern gesteuert werden kann.

⁷ Le Bon nennt „Demokratie, Sozialismus, Gleichheit, Freiheit“ (ebd.). Solcherart Abstrakta haben heute jedoch weitgehend ihre „geheimnisvolle Macht“ verloren, weil sie als Ideologeme von verschiedenen Seiten ge- und auch missbraucht wurden und werden.

⁸ Dies trifft z.B. im Christentum für Paulus zu, im Nationalsozialismus für Hitler und Goebbels und im totalitären System der DDR für Schnitzler und Honecker.

Sigmund Freud schließt sich in seiner Schrift *Massenpsychologie und Ich-Analyse* (1921) den Thesen Le Bons an. Er übernimmt die vorgetragenen Beispiele, deutet allerdings deren Ursachen in eine andere Richtung (Freud 1993, S. 36 ff.). Le Bon sieht die Ursachen für das Verhalten in einer Art Hypnose begründet. Das Individuum verbindet sich mit anderen im Zustand der Masse zu einem neuen Organismus, der wiederum neue Eigenschaften besitzt. Freud hingegen erkennt in den Reaktionen nicht solche eines neuen, aus vielen Individuen entstandenen Körpers, sondern alte, tief verwurzelte einzelner Individuen.

In der Masse treten seiner Meinung nach die ins Unbewusste verdrängten Triebe hervor, „der psychische Oberbau, der sich bei den einzelnen so verschiedenartig entwickelt hat, wird abgetragen, entkräftet, und das bei allen gleichartig unbewusste Fundament wird bloßgelegt (wirksam gemacht.)“ (ebd., S. 37).⁹ Diese Äußerung impliziert nicht nur die hohe suggestive Wirkung von Massenveranstaltungen auf das Individuum, sondern auch das Vorhandensein eines kollektiven Unterbewusstseins.

In seiner Auseinandersetzung mit einem anderen Vertreter der Massenpsychologie, McDougall, äußert sich Freud über die Affekte und deren qualitative Ausprägung in Massenveranstaltungen. Es bestehe demnach eine direkte Proportionalität zwischen Anzahl und Stärke an Gemeinsamkeiten unter den Individuen und der Entstehung einer Massenseele. Je mehr kollektive Überzeugungen und Anschauungen also und je gefestigter diese seien, umso besser die Bedingungen, um aus Individuen eine Masse zu konstruieren.

Freud äußert sich auch zu den Gefühlen, welche in einer Massensituation zu beobachten sind. Ihm zufolge wachsen die Affekte, welche auftreten, „kaum unter anderen Bedingungen zu solcher Höhe [...], wie es in einer Masse geschehen kann.“ (ebd., S. 48). Die an dem anderen Individuum wahrgenommenen würden übertragen, „und so steigert sich die Affektladung der einzelnen durch gegenseitige Induktion.“ (ebd.). Folgende Faktoren können nach Freud diesen Vorgang begünstigen: der Eindruck des Einzelnen, an einer unbegrenzten Macht teilzuhaben und unbesiegbar zu sein; seine Empfindung, im Moment die Menschheit zu repräsentieren und die wohlige Empfindung, sein früheres Gewissen aufgeben zu können, um „der Lockung des Lustgewinns nachzugeben“ (ebd., S. 47 f.).

Das Eintauchen in eine Masse wird also nach Freud für die Betroffenen ausschließlich von positiven Emotionen begleitet.¹⁰ Die Intelligenzleistungen der Masse betrachtet Freud ähnlich wie Le Bon. Die niedere zieht die höhere hinab, die Folge ist eine „Intelligenzhemmung“. Ursachen dafür sind die Steigerung der Affektivität, Einschüchterung des Einzelnen und die Herabsetzung seiner Verantwortung (ebd., S. 49 ff.).

Hinsichtlich der Quelle all dieser Erscheinungen steht Freud allerdings im Gegensatz zu Le Bon. Freud führt diese auf Libido zurück, eine „als quantitative Größe betrachtete [...] Energie solcher Triebe, welche mit all dem zu tun haben, was man als Liebe zusammenfassen kann.“ Dazu rechnet er auch „die Hingabe an konkrete Gegenstände und an abstrakte Ideen.“ (ebd., S. 54).

Der Psychoanalytiker und Soziologe Reimut Reiche¹¹ sieht Freud damit in der biologiezentrierten Tradition des 19. Jahrhunderts stehen, welche die Gesellschaft ähnlichen Vorgängen wie die Natur unterwirft und in ihrer extremsten Auslegung im Sozialdarwinismus mündet (Reiche, in: Freud 1999, S. 11 ff.). Reiche konstatiert die Gefahr, dass durch solcherart Sichtweise im Extremfall der Gang der Geschichte und einzelne Ereignisse daraus „als Projektion oder Externalisierung von ‚Psychischem‘ abzuhandeln“ wären und somit alle anderen Faktoren außer acht gelassen würden. Gleichzeitig merkt er resümierend an, dass Freud „das Bedürfnis der Menschen nach Glauben und Transzendenz gewaltig“ unterschätzt hat (ebd., S. 20 f.).

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich Freud, was seine Äußerungen hinsichtlich der Reaktionen von Massen anbelangt, nicht grundsätzlich von Le Bon unterscheidet. Auch für ihn entwickelt sich ein Massen-Individuum, das einerseits zu starken Emotionen fähig ist, andererseits aber auch von diesen beeinflusst werden kann. Gleichzeitig sinkt die intellektuelle Leistung gegenüber den Leistungen des Einzelnen.

⁹ Dies erinnert an die Vorstellungen Thomas Hobbes' vom Naturzustand. Hobbes begreift diesen i.S. eines „außer- oder vorgeschichtlichen Zustandes, in dem die vereinzelt Einzelnen nur der mechanischen Naturgesetzlichkeit ihrer Triebe [...] unterworfen sind [...]“ (Ritter/Gründer 1984, Bd. 6, S. 654). In seiner äußersten Konsequenz resultiert daraus für Hobbes ein Kriegszustand jeder gegen jeden.

¹⁰ Das könnte die überschwänglichen Reaktionen erklären, wie sie zum Beispiel auch bei großen Sport- und Musikveranstaltungen zu beobachten sind.

¹¹ Autor des Vorwortes der zitierten Ausgabe

Bisher wenig Beachtung in Bezug auf massenpsychologische Phänomene fanden die Schriften Hans Domizlaffs. Der erste und zugleich bedeutendste „Markentechniker“ Deutschlands setzte sich mit der Psychologie der Masse auseinander, um die Werbung, speziell die Entwicklung von Markenprodukten, auf eine möglichst wissenschaftliche Grundlage zu stellen, obgleich er sich selbst auf Erfahrungswissen beruft (s.u.).

Sein 1932 erschienenes Buch *Propagandamittel der Staatsidee* beschäftigt sich mit der Frage, wie und mit welchen Mitteln man eine abstrakte Staatsidee in einem Volk verankern kann. Leider ist nicht nachzuweisen, ob sich Domizlaff auf andere Autoren bezieht; der Inhalt legt die Vermutung zumindest nah. Im Folgenden werden die wichtigsten Aussagen zusammenfassend skizziert:

Die „Massen-Psyche“ ist nach Domizlaff keine Summe aus Einzelsythen, sondern diesen gegenüber „etwas vollständig Neues, Andersartiges.“ Jedes Individuum kann als Teil einer Masse von Phänomenen wie „Massen-Wahn“ und „Massen-Rausch“ mitgerissen werden; dabei wird die Individualpsyche vergewaltigt „durch eine übergeordnete Massenpsyche“ und das Individuum demzufolge „Teil einer Masse und somit psychisch unselbständig.“ Die Massenpsyche ist durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

1. Sie steht tiefer als die Individualpsyche.
2. „Die Massen-Psyche ist äußerst denkfaul und begreift kaum die allereinfachsten Dinge, wenn sie nicht dauernd in primitivster und leichtfaßlichster Formulierung eingehämmert werden.“ Argumentationen haben keinen Erfolg.
3. „Die Masse sucht stets die Schuld bei anderen, niemals bei sich selbst.“
4. Die Masse ist „von Stimmungen abhängig und unterliegt häufig unkontrollierbaren Einflüssen“, sie ist „stets bereit, Verantwortung, Arbeit und Leitung irgendwelchen Führern zu überlassen“, neigt zu Extremen und besitzt einen ausgeprägten „Trieb zur Fetischbildung [...], der den Helden und den Symbolen einer Masse eine unerhörte Bedeutung verleiht.“¹²
5. „Die Masse wird weit mehr durch Form und Tenor einer Rede, eines Schriftsatzes oder die Farben eines Schriftsatzes oder die Farben und Flächen eines Bildwerkes beeinflusst, als durch den realen gedanklichen Inhalt.“

Die Quintessenz seiner Überlegungen fasst Domizlaff so zusammen: „Der Mensch verliert als Teil einer Masse den Intellekt des einzelnen Individuums.“ und „Massenpsyche ist nicht Individualpsyche.“ (Domizlaff 1932, S. 17 ff., Hervorh. v. Verf.).

Interessant sind die Schlussfolgerungen, die der Autor zieht. Ihm zufolge sind Überzeugungsversuche meist hoffnungslos; die Masse reagiert hingegen auf „sinnfällige Schlagworte, auf Pathos, Theatralik und allenfalls auf den Tenor und die indirekt suggestive Kraft wahrheitsüberzeugter Formulierungen.“ (ebd., S. 25 f.). In Bezug auf einen Führer heißt es bei Domizlaff:

Das Volk will vergöttern und einen Repräsentanten gewinnen, dem es blindlings [!] folgen kann, ohne sich selbst mit Verantwortung und Denkarbeit belasten zu müssen.
Das Volk will auf ein Spiegelbild seiner selbst stolz sein dürfen (ebd., S. 26).

Hervorzuheben ist, dass all die von Domizlaff konstatierten Phänomene nach eigener Aussage nicht auf empirischen wissenschaftlichen Untersuchungen beruhen. In seinem 1939 erschienenen Buch *Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens*, in dem er die hier erwähnten Gedanken noch einmal darlegt, heißt es: „Es gibt hierfür [eine Teilbehauptung] noch keine zusammenhängenden wissenschaftlichen Erklärungen, und deshalb beruht auch diese Behauptung lediglich auf einer Erfahrungstatsache“ (Domizlaff 1939, S. 148).¹³

¹² Mit „Fetisch“ meint Domizlaff ein sinnlich wahrnehmbares Symbol, „dem sie diejenige Verehrung zollt, die sie eigentlich dem Abstraktum zugesteht.“ (Domizlaff 1932, S. 29). Interessant ist, dass er Symbolen wie dem Hakenkreuz oder dem Sowjetstern eine größere Symbolkraft beimisst, als beispielsweise der Fahne mit den Farben schwarz-weiß-rot.

¹³ Das Determinativkompositum „Erfahrungstatsache“ kann – wenn man es i.S. des Watzlawickschen Radikalen Konstruktivismus betrachtet – als Oxymoron gedeutet werden, denn (subjektive) Erfahrungen und (objektivierbare) Tatsachen schließen einander aus.

Nach Le Bon und Freud versuchte Serge Moscovici am Ende der achtziger Jahre des vorigen Jahrhunderts die Hauptthesen der bis dahin erschienenen Arbeiten zur Massenpsychologie¹⁴ zusammenzufassen, Verbindungen herzustellen und „soweit wie möglich in eine Wissenschaft einzudringen, die unsere Epoche ohne Milde betrachtet [...] und die Rezepte für die Ausübung dieser Herrschaft in den Massengesellschaften entdeckt hat.“ (Moscovici 1986, S. 21). Dabei waren dem Autor die Mängel der Thesen zur Massenpsychologie bewusst: Sie missachtet politische, ökonomische und technische Faktoren und vertritt das Primat des Psychischen im kollektiven Leben (ebd., S. 20 ff.).

Trotz dieser offensichtlich negativen Seite ist aber nach Ansicht Moscovicis nicht zu übersehen, dass die Ideen Le Bons und Freuds bis in die jüngste Vergangenheit „eine fast zu perfekte Bestätigung“ (ebd., S. 21) erfahren haben, als dass man sie übersehen könnte. In seinen Untersuchungen kommt der Autor zu folgenden Ergebnissen:

Individuen in der Großgruppe¹⁵ unterliegen wechselseitiger Suggestion, dabei betonen sie verbindende Elemente und unterdrücken Persönliches. Im Gegensatz zum individuellen Denken ist dasjenige der Masse eher automatisch und von stereotypen Assoziationen bestimmt. Wesentlich für das Auslösen dieser psychischen Prozesse sind Bilder, die sich überlagern und die Realität überdecken. Begriffliche Vorstellungen ihrerseits werden in bildhafte umgewandelt, ihr abstrakter Gehalt geht in konkreten über (ebd., S. 122 ff.).

Die den Massen offerierte Propaganda setzt an die Stelle von Wahrheit Glauben und Hoffnung. Sie arbeitet mit Repräsentation, Zeremoniell (Ritual) und Überredung. Der gemeinsam genutzte Raum¹⁶ dient dabei der Flucht vor dem Alltag, er vereint in gemeinsamen Hoffnungen, gibt dem Einzelnen ein größeres Gewicht gegenüber anderen Individuen innerhalb und außerhalb der Gruppe und verleiht ihm scheinbar mehr Macht, die Ziele der Gruppe durchzusetzen. Im Zeremoniell wird die Atmosphäre emotional aufgeladen, Masse und Führer verschmelzen miteinander, das Individuum als solches entwickelt sich zu einem Teil der Masse (ebd., S. 178 ff.).

Der Wiederholung als solcher misst Moscovici in der Propaganda eine besondere Bedeutung bei. Sie „verstärkt den Eindruck der Überzeugtheit und verwandelt die Behauptungen in regelrechte, reflexartige Zwangsgedanken“ (ebd., S. 188). Gleichzeitig bildet sie einen Schutz vor Gegenargumenten. Die wiederholte Behauptung löst sich somit zunehmend von der Person, sie dringt ins Unbewusste ein und mutiert zur subjektiven „Wahrheit“ (ebd., S. 188 ff.).

Moscovici befasst sich nicht nur mit den Folgen für das Individuum, wenn dieses Teil einer Großgruppe ist. Er versucht auch, die Ursachen dafür zu ergründen. Die Grundannahme Le Bons, nach welcher Hypnose den entscheidenden Vorgang bei der Beeinflussung der Massen darstellt, wird von Moscovici nicht grundsätzlich in Frage gestellt. Er koppelt sie mit dem Begriff *Suggestion*. Danach bezieht die Hypnose, also die absolute Ausrichtung auf einen Führer und die Suggestion von Handlungen, ihre Macht aus Bildern, Metaphern. Diese wiederum rufen Erinnerungen und Gefühle hervor. Gleichzeitig merkt Moscovici an, dass, im Gegensatz zur Einzelhypnose, gerade die Beeinflussung großer Massen der Regie bedarf (ebd., S. 111 ff.).

In der Auseinandersetzung mit Freuds Thesen kommt Moscovici zu folgenden Ergebnissen: Freuds Arbeit hebt sich eindeutig von den vorhergehenden Arbeiten zur Psychologie der Masse ab, weil sie die Ursache für Phänomene in Gruppen nicht in einer wie auch immer gearteten Hypnose, sondern in der Libido sieht. Dies tut Freud nach Moscovici, um seine Theorie, in welcher Triebe und Libido eine zentrale Rolle spielen, durchzusetzen. Freud stellt Analogien zwischen seinen Theorien zur Psyche innerhalb der Familie und derjenigen in Großgruppen her.

Der Führer ist dieser Theorie zufolge derjenige, bei dem sich der Narzissmus „selbst unter widrigsten Umständen“ durchsetzen kann und der für die Massen die Figur des Vaters vertritt. Das Gefühl der Liebe wird innerhalb der Masse zweifach erlebt: vertikal und horizontal: „Alle lieben den Führer, und jeder identifiziert sich mit seinem Nachbarn.“ (ebd., S. 281 ff.).

Nach Ansicht Moscovicis löst in der Konsequenz die Theorie Freuds diejenige Le Bons ab. Als Folge davon ergibt sich die Existenz zweier Theorien von der Ursache des Phänomens Menschen in der Masse: Hypnose auf der einen, Libido auf der anderen Seite.

¹⁴ Neben Le Bon, Freud und Domizlaff haben sich noch andere mit dem Phänomen befasst. Auf deren explizite Darstellung wird hier verzichtet, da sie keine wesentlich neuen Aspekte hinzufügen, die von Belang wären.

¹⁵ Dieser Terminus grenzt sich vom in der Soziologie üblichen Begriff der *Gruppe* ab. *Gruppe* umfasst hier lediglich zwischen 3 und 25 Personen.

¹⁶ Hier ist Raum im weiten Sinne gemeint.

Das Resümee, welches Moscovici aus seinen Betrachtungen von Phänomenen der Massenpsychologie zieht, kann als Warnung verstanden werden, Führerpersönlichkeiten aufgrund ihrer potentiellen Bedeutung bzw. von ihnen ausgehenden Gefahr im Auge zu behalten:

Wider alle Erwartungen sind es die Führer, die als eine Lösung auf das psychische E-lend der Massen erscheinen. Ihre Bedeutung leugnen zu wollen, hieße die Augen vor der massivsten Tatsache in der Gesellschaft zu verschließen und sie in eine Nicht-Tatsache zu verwandeln, einmal mehr Chimären zu reiten.“ (ebd., S. 481).

Moscovici bestätigt in der Summe Le Bon und Freud. Auch er stellt fest, dass sich der Einzelne in der Gruppe anders verhält. Den Theorien von der Hypnose und Libido stellt er eine neue gegenüber. Ihm zufolge ist Suggestion – innerhalb der Gruppe und zwischen Gruppe und Führer – die Ursache für das Verhalten des Einzelnen in der Masse. Diese kann mit Hilfe von Propaganda und einem entsprechenden Zeremoniell initiiert oder/und verstärkt werden.

Grundsätzlich positiver als seine Vorgänger betrachtet der Psychologe Peter R. Hofstätter, der sich zu Beginn der neunziger Jahre des 20. Jahrhunderts mit dem Problembereich beschäftigte, die Massen. Er setzte dabei Erkenntnisse der Gruppenforschung in Beziehung zu den Aussagen Le Bons und Freuds. Hofstätter wehrt sich gegen den ausschließlich negativ konnotierten und seiner Meinung nach undifferenziert verwendeten Begriff *Masse* und unterteilt ihn in *Klasse*, *Verband*, *Menge* und *Masse* (Hofstätter 1993, S. 25 ff.).

Unter *Masse* versteht er eine Anzahl von Personen, „in der sich (noch) kein ordnendes und integrierendes Rollensystem entwickelt hat.“ (ebd., S. 31). Eine *Klasse* bilden Menschen mit mindestens einem gemeinsamen Merkmal. Ist dieses so bedeutend, dass es handlungsinizierend wird, entwickelt sich die *Klasse* zum *Verband*. Eine *Menge* entsteht dann, wenn sich Menschen zur selben Zeit nebeneinander, nicht miteinander, am selben Ort aufhalten (ebd., S. 29 f.). Demnach können wir jetzt die Gruppe der Zuhörer bei einem öffentlichen Monolog in der Mehrzahl der Fälle – nach Hofstätter – als Menge definieren.

Hofstätter differenziert nicht nur stärker als Le Bon und Freud, er streicht auch das positive Moment menschlicher Gemeinschaft heraus, indem er hervorhebt, dass Menschen soziale Wesen und auf Gegenseitigkeit angewiesen sind. Gleichzeitig konstatiert aber auch er einschränkend, dass Menschen in Gruppen in der Summe weniger leisten als die Summe der Leistungen der Einzelpersonen betrage (ebd., S. 36). Damit stimmt er zumindest im Ansatz mit Le Bon und Freud überein, die verringerte intellektuelle Leistungen feststellten.

Folgende Phänomene aus der Forschung über Gruppen betont Hofstätter:

Das Individuum in der Gruppe orientiert sich mehr oder minder stark an der Gruppe; es existiert die Bereitschaft, einem Konformitätsdruck nachzugeben. Das Individuum ist sich seiner Sache sicher, wenn die Angehörigen der Gruppe mit dieser Meinung übereinstimmen (*Unifikation*). Diese Meinungen werden zu Charakterbildern ausgeformt; sie sind für die Mehrheit der Gruppe gültig (*Stereotypisierung*). In der Gruppe bildet sich ein Selbstbild heraus, welches umso fester ist, je weiter man sich von anderen differenzieren möchte (*Autostereotyp*). Autostereotype und Stereotype sind nur in gegenseitiger Abhängigkeit zueinander zu betrachten (ebd., S. 123 ff.).

Aus Unifikation und Autostereotyp wiederum resultieren verschiedene Formen von Einflüssen, denen einzelne Gruppenmitglieder ausgesetzt sind. Für den vorliegenden Fall des öffentlichen Monologs ist besonders eine wichtig. Das so genannte „soziale Bummeln“ bezeichnet das Phänomen, dass Menschen in einer Gruppe „nicht nur weniger arbeiten, sondern daß sie auch weniger Verantwortung übernehmen für das, was sie tun. Es hat sich gezeigt, dass soziales Bummeln mit wachsender Gruppengröße zunimmt.“ (Zimbardo 1995, S. 725).

Im Gegensatz zu Moscovici spricht Hofstätter nicht vom Zeitalter der Massen, welches seiner Meinung nach in Wahrheit ein Zeitalter der Führer ist, sondern von einem Zeitalter der Gruppen, in dem ein und dasselbe Individuum mehreren Gruppen angehören kann (Hofstätter 1993, S. 28, 230).

Insgesamt gesehen wird Hofstätter seinem Anspruch, der im Untertitel seiner Arbeit zum Ausdruck kommt (*Kritik der Massenpsychologie*), jedoch nicht gerecht. Er setzt sich nicht genügend mit den unterschiedlichen Ergebnissen Le Bons und Freuds auseinander, er geht nicht auf die besondere Situation großer Menschengruppen in Ausnahmesituationen ein und kann demzufolge auch deren Verhalten nicht schlüssig erklären. Es bleibt zu fragen, ob die von ihm konstatierten Gruppen-Phänomene auch

auf Großgruppen zutreffen, wie sie Le Bon und Freud als Beispiele für ihre Betrachtungen vorschwebten und wie sie im Sportpalast 1943 existierte.

Dieckmann (1975) weist darauf hin, dass die US-amerikanischen Untersuchungen zur Massenkommunikation, dazu ist auch Hofstätter zu zählen, mit einigen Theorien der Massenpsychologie aufräumen: Masse als solche gibt es nicht, da die Individuen aufgrund ihrer unterschiedlichen Sozialisation unterschiedlich auf Propaganda bzw. Beeinflussung reagieren würden. Emotionale Appelle und unablässige Wiederholungen führen nicht unbedingt und zwangsweise zum Erfolg. Durch unbewusste Beeinflussung können Veränderungen kaum erzielt werden. (Dieckmann 1975, S. 118 f.).

Betrachtet man die oben dargestellten Ergebnisse von Le Bon bis Hofstätter und Dieckmann, dann ergibt sich kein eindeutiges Bild. Übereinstimmung scheint lediglich darin zu herrschen, dass Individuen in bestimmten Situationen, in denen sie Teil einer großen Gruppe sind, anders reagieren, dass sie stärker von den anderen Mitgliedern der Gruppe und von einem (eventuell) vorhandenen Führer abhängig sind, als wenn sie allein auftreten. Um genauere Aussagen zu erhalten, sollen deshalb Resultate der Sozialpsychologie dargestellt werden.

3. Soziologische Aspekte

Zwei Begriffe aus der sozialpsychologischen Forschung, welche für das vorliegende Thema besondere Bedeutung besitzen, sind *Macht* und *Einfluss*, denn der Typ sozialer Einflussnahme, den der Redner verwendet, beeinflusst die Aufnahme der Informationen und ob und wie die Zuhörer der Argumentation folgen. In der Sozialpsychologie gehen die Definitionen der beiden Begriffe allerdings weit auseinander, was nach Scholl ein wesentlicher Grund für die relative Fruchtlosigkeit bisher vorliegender Untersuchungen darstellt (vgl. Buschmeier 1994, S. 11). Die folgende Darstellung zeigt, dass die Frage, ob Macht oder Einfluss vorliegt, auch eine Frage der Definition ist.

Bierhoff (1998) definiert *Einfluss* z.B. sehr weit. Ihm zufolge entsteht dieser immer dann, wenn sich Menschen außerhalb ihrer Privatsphäre zusammenfinden. Dadurch ändert sich bei den einzelnen Individuen der psychische Zustand. Die Möglichkeiten dabei „reichen von Konformität, Opposition und Einstellungsänderung über eine Beschleunigung oder Verringerung des Arbeitstempos [...] bis hin zu Aggression und hilfreichen Verhalten.“ (S. 282). Diese Definition differenziert offensichtlich zu wenig und ist demnach für die weitere Untersuchung unbrauchbar.

Enger fasst Buschmeier (1994) in Anlehnung an Scholl den Terminus. Für sie liegt Einfluss dann vor, „wenn ein Akteur A bei einem Akteur B ein Verhalten oder Erleben verursacht, das im Einklang mit den zentralen Selbstverpflichtungen von B steht.“ (S. 14). Entscheidend ist hier, dass A und B in den wesentlichen Grundaussagen übereinstimmen. Die Folgen dieser Einflussnahme sind für den Betroffenen durchweg positiv: Der Betroffene kann im Einklang mit seinen Selbstverpflichtungen handeln, seine Ziele und Interessen weiterhin verfolgen, selbst entscheiden, inwieweit er dem auf ihn ausgeübten Einfluss folgt und autonom bleiben (ebd.).

Die zweite Form sozialer Einwirkung, *soziale Macht*, ist nach Buschmeier in Abgrenzung zur Einflussnahme dann gegeben, „wenn ein Akteur A bei B ein Verhalten oder Erleben verursacht, das im Widerspruch zu zentralen Selbstverpflichtungen des Akteurs B steht.“ (ebd.). Die Folgen von Machtausübung sind, im Gegensatz zur Einflussnahme, für den Betroffenen negativ: Machtausübung verursacht ein Verhalten oder Erleben, das im Widerspruch zu den zentralen Selbstverpflichtungen des Betroffenen steht; sie wendet sich gegen die Interessen des Betroffenen und lässt keinen Raum für freie, eigene Entscheidungen (vgl. ebd., S. 17).

Im Ergebnis können sich im betroffenen Individuum Konflikte aufbauen, deren Lösung gegen die machtausübende Instanz, das System, welches diese zulässt, oder gegen sich selbst gerichtet sind. Der Akteur A, der diese Macht ausübt, kann sich dabei verschiedener Mittel bedienen: Belohnung, Bestrafung, Legitimation (A besitzt Rechte, B sind Pflichten auferlegt), Attraktivität (B hegt Wunsch nach Identifikation mit A) und überlegener Kenntnisstand (vgl. ebd., S. 25 ff.). Im Folgenden werden Beispiele gegeben, welche zeigen sollen, wie die entsprechenden Subformen der Machttaktiken sprachlich umgesetzt werden können:

a) Weiche Machttaktiken

1. Argumente darlegen, um zu überzeugen:

Ging Erhard davon aus, dass eine freie, nicht vom Staat dirigierte Wirtschaft geradezu zwangsläufig eine demokratische Staatsform mit sich bringt, ist das heute nicht so eindeutig. Denn während alle Demokratien eine freiheitliche Wirtschaft haben, so gilt der Umkehrschluss nicht zwangsläufig: Wer die Wirtschaft von staatlichen Fesseln befreit, schafft damit also noch nicht automatisch eine Demokratie. Genau darin besteht eine der großen Herausforderungen für uns heute, in einer Zeit, in der sich die Globalisierung - also das Zusammenrücken der Welt - exponentiell beschleunigt. Wir müssen im Wettbewerb mit marktwirtschaftlichen Strukturen in Ländern bestehen, die noch nicht zwangsläufig Demokratien sind. Ich sage aber auch bewusst 'noch nicht'. Es geht also heute in der nationalen Diskussion ebenso wie in der internationalen Diskussion um mehr als um Wettbewerb. (Merkel, Angela, 12.06.2008, in: www.bundeskanzlerin.de)

2. Belohnung

Bildung für alle – wenn wir dies als zentrale Aufgabe des nächsten Jahrzehnts angehen, dann kann unser Land zum 100. Geburtstag der sozialen Marktwirtschaft feststellen: Die soziale Marktwirtschaft hat sich auch in einer zusammengewachsenen Welt als das wirtschaftliche und soziale Erfolgsmodell unseres Landes bewährt. Sie löst auch heute ihr zentrales Versprechen ein, jedem Einzelnen entsprechend seinen Fähigkeiten und Neigungen Einstieg und Aufstieg zu ermöglichen. Das zu schaffen ist jede Mühe wert. Dann wird es – um noch einmal Ludwig Erhards Worte aufzugreifen – noch besser. Von Tag zu Tag immer besser. Dafür lohnt sich große Verantwortungsfreude. (ebd.)

3. B ein bestimmtes Verhalten erklären oder beispielhaft vorgeben

Auch wir müssen rein in die Zukunftstechnologien, rein in die Biotechnik, die Informationstechnologie. Ein großes, globales Rennen hat begonnen: die Weltmärkte werden neu verteilt, ebenso die Chancen auf Wohlstand im 21. Jahrhundert. Wir müssen jetzt eine Aufholjagd starten, bei der wir uns Technologie- und Leistungsfeindlichkeit einfach nicht leisten können. (Herzog, Roman, 26.04.1997, in: www.bundespraesident.de)

b) harte Machttaktiken

1. Drohung, Bestrafung

Wer das nicht aus eigenem Pflichtgefühl versteht, der muß zu diesem Pflichtgefühl erzogen und, wenn nötig, gezwungen werden! Hier hilft nur hartes Durchgreifen!“ [...] „Seid Ihr damit einverstanden, daß, wer sich am Kriege vergeht, den Kopf verliert?“ (Goebbels, Joseph, 18.02.1943, in: Heiber 1991, S. 194, 206)

2. Bewusst falsche Informationen oder nicht realisierbare Belohnungen liefern

Es gehen die Worte der Schrift in Erfüllung: wo auch nur zwei oder drei versammelt sind in meinem Namen, werde ich mitten unter ihnen sein; denn nur des Herren Einwirkung machte es möglich, daß der gleiche Eifer sich erzeugte in euch allen, und das gleiche Wort ausgesprochen wurde von jedem einzelnen. So möge dies Wort euer Feldgeschrei sein in jeder Gefahr, welche ihr übernehmet für die Lehre Christi, das Kreuz aber euer Zeichen zur Kraft und zur Demut. Des apostolischen Stuhles Fluch soll jeden treffen, der sich unterfängt das heiligste Unternehmen zu hindern; sein Beistand dagegen im Namen des Herrn eure Bahn ebnen und euch geleiten auf allen Wegen! (Papst Urban II., Aufruf zum Kreuzzug, in: Reden die die Welt bewegten, S. 12)

3. Appelle an moralische Normen

Von Euch werden die meisten wissen, was es heißt, wenn hundert Leichen beisammen liegen, wenn fünfhundert daliegen oder wenn tausend daliegen. Und dies durchgehalten zu haben und dabei, abgesehen von menschlichen Ausnahmeschwächen, anständig geblieben zu sein, hat uns hart gemacht und ist ein niemals genanntes und niemals zu nennendes Ruhmesblatt. (Himmler, Heinrich, 4.10.1943, in: Stimmen des Zwanzigsten Jahrhunderts, o. J. (Transkription v. Autor)).

Wenn Redner eine dieser Formen der Ausübung von Macht verwenden, kann dies Folgen für die Stabilität bzw. Destabilisierung der Persönlichkeit nach sich ziehen. Der entsprechende Terminus aus der sozialpsychologischen Forschung ist *Deindividuation*. Schon für Le Bon (1982) ist eines der Hauptmerkmale des Einzelnen in der Masse das „Schwinden der bewußten Persönlichkeit [...] Der Einzelne ist nicht mehr er selbst, er ist ein Automat geworden, dessen Betrieb sein Wille nicht mehr in der Gewalt hat.“ (S. 16). Freud (1993) spricht, wie gesehen, mit McDougall von einer „kollektiven Intelligenzhemmung“ des Individuums in der Masse. Dieses benehme sich „also eher wie ein ungezogenes Kind oder wie ein leidenschaftlicher, nicht beaufsichtigter Wilder“ (S. 49).

Die Sozialpsychologie kennt das so drastisch und überzogen beschriebene Phänomen ebenfalls und definiert, ohne sich auf die beiden Autoren zu berufen, den Zustand des Individuums in der Masse als *Entpersönlichung*. Diese tritt vorrangig in Großgruppen auf, wenn im Verlauf einer Veranstaltung das Individuum zum Teil eines Ganzen wird, sein Bewusstsein als Einzelperson in diesem Prozess zurücktritt und ein Gefühl der Gemeinsamkeit entsteht. Daraus resultiert der Verlust an Selbstaufmerksamkeit – die Eigenkontrolle als Regulativ wird entsprechend reduziert.

Eine Folge davon ist das Schwinden der Selbstregulation. Menschen vernachlässigen soziale Normen, sie verlieren also zunehmend die als Regulative wirkenden Hemmungen. Gleichzeitig sind die Individuen weniger in der Lage, ihr Selbst gegenüber der Gruppe zu stärken und die Zukunft zu planen. Aus diesem Zustand ergibt sich schließlich eine „erhöhte Beeinflussbarkeit durch die umgebende Situation und die Emotionen, die durch sie ausgelöst werden“ (Bierhoff 1998, S. 298 f.).

Folgende Faktoren, die nicht zwingend in der Summe auftreten müssen, werden u.a. als Ursachen für den Prozess der Deindividuation angesehen:

- Anonymität in der Gruppe und der damit verbundene Verlust an Verantwortung,
- physische Beteiligung an einer Handlung zusammen mit anderen Mitgliedern der Gruppe,
- verkürzte Zeitperspektive mit Betonung der Gegenwart,
- physiologische Erregung,
- hoher Grad an sensorischer Aufnahme,
- neue und noch unstrukturierte Situationen, mit denen der Einzelne noch nicht konfrontiert wurde (nach Zimbardo, ebd., S. 299).

Besonders wichtig für die Erscheinung der Deindividuation ist der Grad an Selbstaufmerksamkeit. Deindividuation und Selbstaufmerksamkeit verhalten sich indirekt proportional zueinander, da sie voneinander abhängen. Sinkt der Grad an Selbstaufmerksamkeit, steigt derjenige der Entpersönlichung. Daraus wiederum folgt, dass soziale Barrieren fallen und das Individuum Handlungen zeigt, welche es bei erhöhter Selbstaufmerksamkeit nicht begangen hätte. Gleichzeitig sinkt die damit verbundene Verantwortung gegenüber sozialen Normen und Institutionen (vgl. Bierhoff 1998, S. 300 f.). Personen, die sich im Zustand der Deindividuation befinden, handeln aggressiver und beteiligen sich an Handlungen, die sozial nicht normgerecht und akzeptiert sind (vgl. Zimbardo 1995, S. 718).

Als nächstes ist der Frage nachzugehen, ob und welche Folgen existieren, wenn der Redner für die Zuhörer eine Autorität darstellt, denn dies hängt unmittelbar mit den beschriebenen gruppenspezifischen Prozessen zusammen.¹⁷ Bis weit in die neunziger Jahre des zwanzigsten Jahrhunderts hat ein Experiment von 1974 für Furore gesorgt, welches den Einfluss von Autoritäten auf das Handeln anderer Personen untersuchte.

¹⁷ Das Experiment wurde durch die Frage initiiert, warum „normale“ Bürger in totalitären Systemen wie dem Nationalsozialismus Gräueltaten begingen. Für eine Demokratie fassen wir demnach den Begriff der Autorität weiter und beziehen ihn vor allem auf fachliche Komponenten.

Der US-amerikanische Psychologe Stanley Milgram prüfte, wie weit Versuchspersonen den Anweisungen einer Autorität folgen, auch wenn dadurch ein anderer Mensch gequält wird. Milgram versuchte so, Aufschlüsse über die Beziehung zwischen Autorität und Gehorsam zu erlangen. Das Ergebnis war insofern schockierend, als mehr als 90 Prozent der Versuchspersonen den Aufforderungen einer vermeintlichen Autorität nachkamen, obwohl ein „Opfer“ dabei offensichtlich Qualen in höchster Stärke litt. Selbst 17 verschiedene Wiederholungen dieses Experiments in anderen Ländern brachten ähnliche Ergebnisse (vgl. Bierhoff 1998, S. 296). Sader (1998) hebt hervor, dass die entscheidenden Ergebnisse auch gegen Veränderungen der Versuchsanordnung resistent waren. Sie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Je höher der Status der Autorität und je eindeutiger und konsequenter seine Forderungen, um so gehorsamer ist der Proband. Bei körperlicher Anwesenheit der Autorität ist der Gehorsam größer als bei deren Abwesenheit. Gruppendruck erhöht den Gehorsam (S. 168 ff.) Insgesamt gesehen sind dies erschütternde Resultate, denn die Probanden bildeten einen repräsentativen Querschnitt aus allen Bevölkerungsschichten und waren ansonsten „unbescholtene“ Bürger.

Die Kritik an den Experimenten von Milgram und seinen Nachfolgern bezog sich in erster Linie auf das Überschreiten ethischer Grenzen. Nicht der Versuch als solcher wurde kritisiert, sondern seine ethische Fragwürdigkeit. Zimbardo (1995) meint dazu: „Die *Gehorsamkeitsforschung* stellt den Mythos in Frage, das Böse lauere in den Seelen böser Menschen, und es handele sich um *die anderen*, die sich von uns, die *wir* solche Dinge nie tun würden, in ihrer Disposition unterscheiden.“ (S. 716, Hervorh. v. Verf.). Miller hingegen erklärt die Kritik an den Experimenten mit der Gewohnheit, die schlechten Nachrichten dem Überbringer anzulasten (vgl. Bierhoff 1998, S. 296).

Zusätzlich zu Milgram und seinen Nachfolgern haben andere Psychologen diejenigen Faktoren untersucht, die auf den Gehorsam von Menschen Einfluss haben. Für Kelman müssen eine „Autoritätsstruktur unter den Tätern“ und die „Dehumanisierung der Opfer und Ausführung des Terrors als Routine“ zusammenkommen, um als Ergebnis „destruktiven Gehorsam“ auslösen zu können (Bierhoff 1998, S. 297). Nach Zimbardo betrachten Menschen, die entsprechend allgemein akzeptierter Verhaltensnormen schlechte Taten begehen, diese in den wenigsten Fällen so, sondern deuten sie positiv um und betrachten sie als vernünftig und/oder notwendig. Bierhoff weist hingegen darauf hin, dass allein Autoritätsgehorsam in bestimmten Situationen genügt, um andere Menschen zu quälen (ebd.).

Für Redesituationen in Demokratien und pluralistischen Gesellschaften lässt sich schlussfolgern, dass von den Zuhörern anerkannte Autoritäten es zumindest leichter haben, einen persuasiven Prozess zu initiieren und mit den entsprechenden Argumenten erfolgreich zu beenden. Cialdini (2001) weist einschränkend darauf hin, dass es sich dabei um echte Autoritäten, also Experten handeln sollte, denn es ist aus verständlichen Gründen „oft auch sinnvoll, den Direktiven echter Autoritäten zu folgen, da diese oft über mehr Wissen, Erfahrung und Macht verfügen.“ (S. 290). Andererseits zeigen verschiedene Experimente, dass eine „automatische Autoritätshörigkeit“ besonders aus bestimmten Symbolen resultiert, von denen insbesondere Titel, Kleidung und Autos als besonders wirksam erscheinen (vgl. ebenda).

4. Emotionen und Stimmungen

Eng im Zusammenhang mit diesen beschriebenen Phänomenen stehen Emotionen, die bei Gruppeneignissen immer wieder zu beobachten sind.¹⁸ Schon Le Bon (1982) hebt in seiner Betrachtung der Masse mehrfach ihre Bedeutung hervor. Ihm zufolge erlangt „der einzelne in der Masse schon durch die Tatsache der Menge ein Gefühl unüberwindlicher Macht“, in der Masse „ist jedes Gefühl, jede Handlung übertragbar“, alle „Gefühle, gute und schlechte, die eine Masse äußert, [...] sind sehr einfach und sehr überschwenglich.“ (S. 15 ff.). Freud (1993) konstatiert für die Masse Züge von „Ungehemmtheit der Affektivität, die Unfähigkeit zur Mäßigung und zum Aufschub [und] die Neigung zur Überschreitung aller Schranken in der Gefühlsäußerung“ (S. 78 f.). Dass Emotionen in der beschrie-

¹⁸ „Emotion wird gegenwärtig als ein übergeordnetes hypothetisches Konstrukt angesehen, das den Gefühlszustand als eine von mehreren Komponenten (motorischer Ausdruck, physiologische Veränderungen, Handlungstendenzen, und kognitive Verarbeitung) einschließt.“ (Scherer, in: Stroebe/Hewstone/Stephenson 1996, S. 300).

benen Weise existieren und wirken, zeigen Beispiele verschiedener Massenveranstaltungen.¹⁹ Dass Gefühle in Gruppen eine wichtige Rolle spielen, wird ebenfalls deutlich, wenn man deren Reaktionen erklären möchte. Trotzdem spielen Emotionen in den Forschungen der deutschen Soziologie, im Gegensatz zur US-amerikanischen und britischen, bisher nur eine Nebenrolle (vgl. Flam, in: Klein, Ansgar 1999, S. 179).

Zuerst ist demnach die Frage zu beantworten, ob und welche Gefühle in Gruppenprozessen allgemein eine Rolle spielen. Anschließend sind diejenigen zu benennen, die in konkreten Kommunikations-handlungen handlungsinitiierend wirken.

Emotionen werden nach Simmel von gesellschaftlichen Strukturen erzeugt, wirken auf diese aber auch zurück. Harré betont, dass diese Emotionen innerhalb eines Kulturkreises ähnlich empfunden und zum Ausdruck gebracht werden, also auch einem Lernprozess unterliegen. Andere heben hervor, dass Bedingungen und Zwänge existieren, unter denen Individuen den von außen an sie herangetragenen Emotionen folgen müssen, ohne Restriktionen befürchten zu müssen (vgl. ebd., S. 180 f.).

Eng im Zusammenhang mit Gefühlen stehen soziale Normen, die wiederum an Rollenerwartungen geknüpft sind. Experimente haben gezeigt, dass die Missachtung dieser Rollenerwartungen in erster Linie zu Angst vor den Reaktionen der Interaktionspartner führt. Andererseits bringt ein sozialen Regeln gemäßes Handeln für das Individuum den Vorteil, das eigene emotionale Gleichgewicht aufrechtzuerhalten und sowohl intrapersonale als auch interpersonale Konflikte zu vermeiden. Neu an dieser Erkenntnis ist nicht der Fakt als solcher, sondern der „empirische Nachweis, wie leicht es ist, auch mit kleinen Regelbrüchen starke Emotionen zu erzeugen“ (ebd., S. 182).

Weiterhin ist in den letzten Jahren deutlich geworden, dass nicht psychische Zustände der Individuen, sondern soziale Strukturen zwischen diesen, die durch Macht und Status strukturiert sind, bestimmte Emotionen, die auf andere Menschen zielen, bestimmen.²⁰ Derjenige, der Macht ausübt, kann auch die Regeln und die damit verbundenen Emotionen seinen Intentionen gemäß steuern. Die Interaktion zwischen Individuen ist demnach nicht nur ein Kommunikations-, sondern auch ein Emotionssystem. Ist dieses ausgeglichen, werden die jeweiligen Partner in ihrem Status bestätigt. Die Folge davon ist, dass die soziale Struktur als solche und die Individuen in ihrem Selbstwertgefühl gestärkt werden (vgl. Flam, in: Klein, Ansgar 1999, S. 184 f.).

Besondere Bedeutung erlangt in diesem Zusammenhang das Gefühl der Scham. Als „Angst vor dem Verlust sozialer Achtung“ (ebd., S. 186) kann es wirksam gemacht werden, um Abweichler und Außenseiter weiter auszugrenzen und die eigene Gruppe zu stärken. Weil andererseits aber „der Kampf um Anerkennung von zentraler gesellschaftlicher Bedeutung ist“, strebt das Individuum danach, diese Bestätigung zu erlangen, um somit gleichzeitig dem Gefühl der Scham auszuweichen (ebd., S. 187).

Mindestens ebenso wirksam sind die Prozesse der Stärkung der Gruppe auch nach außen. Hier geht es darum, den Status der eigenen Person zu festigen und gegebenenfalls zu erhöhen, indem andere Personen oder Gruppen nach einer einfachen Formel missachtet oder diskriminiert werden. Stufe ich andere als minderwertiger ein, muss zwangsläufig mein eigener Status ein höherer sein. Honneth (in: ebd., S. 187 f.) unterscheidet folgende Formen der Missachtung:

„Entwürdigung“, bei der Lebensweisen, Überzeugungen und/oder Lebensstile diskriminiert werden, „Entrechtung“, die als Folge den „Verlust an Selbstachtung“ nach sich zieht und „Physische Mißhandlung“, bei der häufig das psychische Selbstvertrauen zerstört wird.

Neben Gefühlen spielt auch die Stimmung der Zuhörer eine große Rolle. Es stellt sich nun die Frage, ob sich diese auch auf die Verarbeitung persuasiver Botschaften auswirkt. Untersuchungen von Sozialwissenschaftlern haben nämlich ergeben, dass die Stimmung von Menschen einen wesentlichen Einfluss auf die Verarbeitung persuasiver Botschaften hat.

Stimmung wird als eine „momentane, subjektiv erfahrbare Befindlichkeit“ (vgl. Bohner 1990, S. 25) verstanden, die diffus und auf kein bestimmtes Gefühl ausgerichtet ist. Aufgrund fehlender Objektbindung sind sich Menschen der Ursache für entweder positive oder negative Stimmung nicht notwendig bewusst. Mehrere Untersuchungen zeigten, dass Menschen eher diejenigen Informationen aufnehmen, die ihrer Stimmung entsprechen, als solche, welche dieser zuwiderlaufen.²¹ Für die Leistungen des Gedächtnisses konnten ähnliche Ergebnisse gefunden werden. Bei guter Stimmung werden bevorzugt

¹⁹ Wer z.B. als Nichtsportler an einem Teamsportereignis wie Eishockey teilnimmt, kann diese Wirkung an sich selbst beobachten.

²⁰ Als zwei polarisierende seien Hass und Liebe genannt.

²¹ Ob das mit der Vermeidung kognitiver Dissonanzen zusammenhängt, ist unklar.

positive, bei schlechter vorwiegend negative Erlebnisse erinnert (vgl. ebd., S. 27). Auf die Informationsverarbeitung wirkt gute Stimmung ebenfalls ein. In positiver wird der Prozess der Informationsverarbeitung abgekürzt; bei schlechter wird eher detailorientiert, analytisch vorgegangen. Das zeigt, dass nicht nur Urteile, sondern auch das Handeln von der jeweiligen Stimmung abhängen:

„Gehobene Stimmung führt also [...] zu einer reduzierten Motivation, sich mit den kommunizierten Inhalten auseinanderzusetzen.“ (ebd., S. 71). Für persuasive Botschaften zeigte sich in entsprechenden Experimenten, dass Verhalten in zwischenmenschlicher Kommunikation bei schlecht gelaunten Personen stärker von den Inhalten abhängig ist als bei denjenigen mit guter Stimmung. Außerdem werden nichtsemantische Informationen stärker von Personen in schlechter Stimmung berücksichtigt als von den anderen (vgl. ebd., S. 100).

Für die Persuasion bei guter Stimmung gilt: „Positive Stimmung führt zu einer Vereinfachung der Urteilsprozesse, die eine relative Nichtbeachtung extern dargebotener Informationen impliziert.“ (ebd., S. 114). Andererseits ist verstärkter Einfluss unter guter Stimmung aber nur dann möglich, wenn gleichzeitig keine starken Argumente vorhanden sind (vgl. ebd.). Für öffentliche Monologe bedeutet dies: Ist die Stimmung positiv, genügen schwache Argumente zum Überzeugen; ist sie schlecht, müssen detaillierte Argumentationsstrategien ausgewählt werden.

Daraus ergeben sich zwei neue Fragen: Welche Qualität hatte dieser Gruppenstatus und wie wirkte er sich auf die einzelnen Individuen in der Gruppe und die Gruppe als Ganzes aus?

Wird Kommunikation als Handlung betrachtet, dann ist sie zwischen Gruppen bzw. Gruppen und Individuen als kollektives Handeln zu bestimmen. Dieses wiederum setzt nach gängiger sozialpsychologischer Meinung ein gemeinsames Bewusstsein, eine kollektive Identität voraus. Die Individuen innerhalb einer Gruppe müssen sich also ihrer Mitgliedschaft bewusst sein, um im Sinne der Gruppe zu handeln. Untersuchungen belegen, dass sich dieses Bewusstsein als Prozess herausbildet, in welchem die einzelnen Mitglieder „interagieren, kommunizieren, einander beeinflussen, verhandeln und Entscheidungen treffen“, gleichzeitig Emotionen einbringen und austauschen (Klandermans, in: Klein, Ansgar 1999, S. 261).

Aus dem Wissen, bestimmten sozialen Gruppen anzugehören, ergibt sich die sogenannte soziale Identität. Ist der Status der Gruppe(n), der/denen ich angehöre, positiv, so fällt auch die Beurteilung der eigenen Person positiv aus. Ist er hingegen negativ, folgen Versuche, entweder die Gruppe zu verlassen, deren Status anzuheben oder die Vergleichskriterien zu ändern (vgl. ebd., S. 263).

Ob und in welcher Gruppe ein Mensch Mitglied ist, kann er sich jedoch nicht immer aussuchen. Die Gruppen der Frauen, Schwulen oder Juden – wenn es sich um gebürtige handelt – sind zum Beispiel unfreiwillig, diejenige der Autofahrer, Skat-Spieler oder SPD-Mitglieder hingegen freiwillig entstanden. Letztere können Aussagen über das Selbstbild der Gruppenmitglieder treffen, denn man tritt nur freiwillig in eine Gruppe ein, wenn man deren sozialen Status annehmen oder von ihm profitieren möchte (vgl. ebd., S. 265 ff.).

5. Der Raum als semiotischer Rahmen für das Redeereignis

Räume spielen für den persuasiven Prozess mündlicher Kommunikation eine bedeutende Rolle, denn es macht einen Unterschied, ob ein und derselbe Text im Hörsaal einer Uni, im Kirchenraum oder in einem Theater vorgetragen wird. Trotzdem werden Räume von Rednern und Vortragenden meist kaum in die Vorbereitung des kommunikativen Ereignisses einbezogen, meist fehlen auch Verweise im Text, was sich auf den Erfolg auswirken kann.

Bollnow, der sich grundlegend bereits in den Sechziger Jahren des vorigen Jahrhunderts mit der Wirkung von Räumen beschäftigte, konstatiert: „... daß der Raum mehr ist als das immer gleiche Feld gegenständlicher Erkenntnis und zweckhaften Handelns, daß er vielmehr aufs engste mit der Gefühls- und Willensseite, überhaupt mit der gesamten seelischen Verfassung des Menschen zusammenhängt.“ (Bollnow 1997, S. 229).

Nach Schweizer orientiert sich ein Lebewesen innerhalb eines Raumes immer ausgehend von seinem eigenen Standpunkt, demnach erleben²² Menschen Räume „egozentrisch“: „Bezugspunkt der Raum-

²² Das Verb *erleben* ist polysem. Zum einen bedeutet es soviel wie „etwas erfahren, von etwas betroffen und empfindlich beeindruckt werden“, zum anderen „bei etwas dabei sein“ (Paul 2002, S. 291). Deutlich wird, dass für Zuschauer und Redner gleichermaßen beide Bedeutungsvarianten eine Rolle spielen.

orientierung ist das ‚ego‘, von hier aus werden Entfernungen, Richtungen, Perspektiven, Reichweiten, Ausdehnungen bestimmt.“ (in: Nöth 2000, S. 282). Für die Kommunikationssituation des öffentlichen Monologs bedeutet dies: Redner und Zuschauer sehen und erleben den jeweiligen Raum von ihrem eigenen Standpunkt aus, was für den Redner die Forderung nach sich zieht, sich mit der Raumsicht der Zuhörer und den daraus folgenden Resultaten zumindest ansatzweise zu beschäftigen.

Dass auf den Raum – vor allem, wenn es sich um einen besonderen handelt – auch in textlichen Verweisen Bezug genommen werden sollte, hebt Volmert (1989) hervor. Seiner Auffassung nach spielt zwar die „Lokaldeixis“, also die textlichen Verweise auf diesen [...] „im öffentlichen Redehandeln nur in Ausnahmefällen eine besondere Rolle für die Redestrategien“. Ihm zufolge wird der Ort jedoch dann bedeutsam, „wenn an besonderen ‚historischen‘ Plätzen (‚Stätten‘) gesprochen wird, an Orten, deren Namen für den Sprecher und / oder das Publikum in bestimmter Weise konnotativ besetzt ist.“ (S. 129).²³ Nach Bollnow beeinflusst der Raum zusätzlich die jeweilige Stimmungslage der Menschen, diese wirkt auch auf den von ihm wahrgenommenen Raum zurück.

Jeder Raum besitzt also „einen bestimmten Stimmungscharakter, [er] hat seine sozusagen menschlichen Qualitäten.“ (ebd., S. 230.) Bauwerke besitzen zugleich kommunikative Funktionen. Basierend auf Jakobsons Modell der sechs Kommunikationsfunktionen können dies sein: expressive (persönliche Darstellung des Bauherrn im Mittelpunkt), konative (unmittelbarer Nutzungsaspekt), phatische („Rahmen für zwischenmenschliche Interaktionen“), ästhetische („kommunikative(n) Orientierung auf das Bauwerk selbst“ und seine Architektur), metakodale (historische Verweise oder Zitate eines Gebäudes) und referentielle („kontextuelle(r) Nutzen oder unmittelbare Zweck eines Gebäudes“). (vgl. Nöth 200, S. 445).

De Fusco (1972) erweitert diese kommunikativen Funktionen. Seiner Auffassung nach kann auch Architektur als Massenmedium verstanden werden, denn die Funktion bestimmter Gebäude liegt darin, „die größtmögliche Zahl von Nutznießern zu erreichen, zu bedienen und [...] zu überreden und zu nivellieren.“ (S. 55). Begreift man Architektur demnach als Medium der Massenkultur, dann drückt sie ebenso „die Bedürfnisse und Verhaltensweisen auf ein allgemein niedriges Niveau hinab [und] macht sie so homogen wie möglich“ (ebd., S. 68). Als Beispiele nennt der Autor Gebäude, die der Freizeitbeschäftigung dienen (vgl. ebd., S. 76). Im Kontext der verschiedenen Funktionen und in Anlehnung an die Sprache sieht Eco zusätzlich Denotate und Konnotationen in der „Sprache“ eines Gebäudes. Es besitzt demnach Denotationen, also eigentliche Funktionen, für die sie errichtet wurden und Konnotationen, also emotionale oder anderweitige Zusatzbedeutungen.²⁴

Dass der Raum jedoch nicht nur wie im beschriebenen Sinn auf das Verhalten der Zuhörer und des Redners einwirkt, wird klar, wenn man die Beobachtungen und Erkenntnisse des Anthropologen Hall (1976) in die Betrachtung einbezieht.

Basis seiner Untersuchungen ist die These, nach der die Menschen verschiedener Kultursysteme nicht nur verschiedene Sprachen sprechen, sondern auch in verschiedenen „Empfindungswelten“ leben. Diese sind zum einen durch Kultursysteme, zum anderen biologisch determiniert. Der Mensch und seine Umwelt formen einander also gegenseitig. Indem der Mensch „diese Welt schafft, determiniert er in Wirklichkeit, welche Art von Organismus er sein wird.“ (S. 15 ff.).

Nach Hall existieren nun verschiedene Kriterien, welche den Raum für die in ihm lebenden und/oder handelnden Menschen definieren. Eines unterteilt Räume nach ihrer Fähigkeit, das Verhalten von Menschen mitzubestimmen: *fixierter*, *halbfixierter* und *informeller Raum*. Der *fixierte Raum* stellt die „Schablone“ bereit, „die Aktivität von Individuen und Gruppen zu organisieren. Er umschließt sowohl materielle Manifestationen als auch die verborgenen, inneren Anlagen, die das Verhalten lenken“ (ebd., S. 109). Mit anderen Worten: Der fixierte Raum übt als solcher einen gewissen Einfluss auf das Verhalten und die Emotionen der Menschen aus. Dabei kann man nach Hall einige Merkmale dieses Raumes nicht immer sofort erkennen. Sie „sind solange nicht sichtbar, bis man die menschlichen Verhaltensweisen beobachtet.“

²³ Ich durfte einmal als Referent erfahren, was es heißt, den Raum aus Sicht der Zuhörer zu missachten. Ein Vortrag zum Thema „Selbstvermarktung“ fand in einem umfunktionierten und demnach säkularisierten Kirchenraum statt, was im Laufe des Vortrags zu unfreiwilliger Komik führte.

²⁴ In Anlehnung an Eco selbst können Denotation und Konnotation auch als erste und zweite Funktion bezeichnet werden. So konnotiert z.B. ein Palast meist stärker als ein Wohnhaus, bei dem die eigentliche Funktion des Wohnens die Funktion des Repräsentierens überdeckt (vgl. Eco 1988, S. 312 ff.).

Beispiele dieser Art Räume sind nach Halls Definition z.B. Kirchen, Tempel, Gebetshäuser und als heilige Stätten definierte Orte i.w.S., in denen eine andächtige und weihevollere Stimmung für den jeweiligen Gast vorgeprägt ist. Sporthallen, Schulräume, Bahnhofshallen, Restaurants/Kneipen, Theater wären weitere Beispiele, in denen Stimmung und Verhalten in bestimmter Weise prädisponiert sind.²⁵

Die zweite Gruppe von Räumen nennt Hall in Abgrenzung zur ersten *halbfixierte* Räume. Sie zeigen lediglich die Tendenz, Menschen voneinander fernzuhalten bzw. näher zusammenzubringen. Die dritte Gruppe bezeichnet er als *informelle* Räume. Sie schließen Distanzen ein, die bei der Begegnung mit anderen Menschen als solche wahrgenommen werden (ebd., S. 109 ff.).

Ein weiterer Aspekt, der für den öffentlichen Monolog eine wichtige Rolle spielt, ist die auch für den Menschen geltende *Territorialität*. Der aus der Biologie stammende Begriff bezeichnet das Verhalten von Individuen, bestimmte Territorien zu besetzen, zu verteidigen, sie zu strukturieren und Hierarchien aufzubauen. Das gilt sowohl zwischen Individuen verschiedener Spezies als auch zwischen Individuen innerhalb einer Population (vgl. ebd., S. 15 f.).²⁶

Die meisten der höheren Wirbeltiere (Vögel, Säuger, Reptilien) sind territorial. Sie besetzen einzeln, paarweise oder in geschlossenen Gruppen bestimmte Gebiete, die man Territorien oder Reviere nennt, und sie verteidigen sie notfalls gegen Eindringlinge. (Eibl-Eibesfeldt 2004, S. 455).

Nach Untersuchungen in verschiedenen Kulturkreisen ermittelte Hall vier Distanzzonen, deren Bezeichnungen gleichzeitig die hiermit verbundenen Aktivitäten ausdrücken. Die *intime, persönliche, soziale* und *öffentliche Distanz*, jeweils unterteilt in eine *nahe* und *weite Phase*. Für die meisten öffentlichen Monologe sind ausschließlich die beiden Extrempole *intime Distanz – nahe Phase* und *öffentliche Distanz – weite Phase* von Bedeutung. (vgl. ebd., S. 119 ff.). Die Zuhörer befinden sich i.d.R. in der nahen Phase der intimen Distanz. Weil sie einander meist fremd sind, kann diese ungewöhnliche Nähe – zumindest am Beginn des Monologs – die Aufmerksamkeit der Zuhörer enorm beeinflussen:

In intimer Distanz ist die Gegenwart des anderen deutlich und kann wegen des beträchtlich verstärkten sensorischen Inputs überwältigend sein. Das (oft verzerrte) Sehen, der Geruchssinn, die Körperwärme des anderen, Geräusch, Geruch und das Spüren des Atems vereinigen sich, um das unverkennbare Involvement mit einem anderen Körper zu signalisieren. (Hall 1976, S. 121).

Die Zuhörer haben also vor allem zu Beginn der Veranstaltung mehr damit zu tun, sich an diese Nähe der anderen Hörer zu gewöhnen und in ihrem sehr beengten Territorium „festzusetzen“, „einzurichten“ und von den anderen Hörern abzugrenzen, als dem Redenden zuzuhören. Allein dies ist ein wichtiges Argument für einen ungewöhnlichen Beginn des Monologs, der die Aufmerksamkeit des Zuhörers fesselt – vom unmittelbaren Nachbarn auf den Redner lenkt und das, was dieser zu sagen hat!

Dabei stellt sich nun die Frage, ob und welchen Einfluss die Entfernung des Redners zu den Zuhörern, also die weite Phase der öffentlichen Distanz, ausübte. Hall stellt fest, dass bei einer Entfernung zwischen Personen über 750 cm Einzelheiten von Gestik und Mimik verloren gehen. Deshalb müssen diese, um wirksam zu werden, übertrieben werden. Der einzelne Mensch wird kleiner und in einem Rahmen wahrgenommen, der sich wiederum aus dem Umfeld absetzt. Der Kontakt mit dieser, in einem Rahmen wahrgenommenen Person als einem menschlichen Wesen schwindet, je weiter er entfernt steht (vgl. ebd., S. 130).

Daraus ist eindeutig zu schließen – und dies richtet sich an solche dubiosen „Rhetorik“-Seminare, die Rhetorik ausschließlich auf das Einstudieren von Gestik und Mimik reduzieren – dass Mimik und Gestik allenfalls sekundär zu behandeln sind. Andererseits ist daraus zu schließen, dass der Text selbst Vieles stärker, deutlicher und pointierter darzustellen hat. Er darf sich nicht darauf verlassen, dass Gesagtes bereits beim ersten Mal verstanden wurde. Er muss die wichtigsten Punkte mehrfach und

²⁵ Wir kleiden uns in ihnen nicht nur anders, sondern bewegen und kommunizieren auch entsprechend (mit Kleidung, Mimik, Gestik, Sprache).

²⁶ Es ist hier ausdrücklich darauf zu verweisen, dass Hall keine ausschließlich biologische oder behavioristische Auffassung vertritt; er hat aber anhand vieler Beispiele belegt, dass das Verhalten des Menschen nicht nur sozial, sondern gerade im Raumverhalten auch biologisch vorbestimmt ist.

variierend wiederholen und häufig die Aufgaben von Mimik und Gestik mit übernehmen, weil beide aufgrund der Entfernung zwischen Redner und Zuhörer meist gar nicht wirken können.

6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Vergleicht man die Aussagen und Ergebnisse der Studien zu Massen/Gruppen, dann sind sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede festzustellen. Im Folgenden werden lediglich die übereinstimmenden Resultate aufgeführt, die für öffentliche Rede-Situationen von Belang sind und das Handeln der Zuhörer beeinflussen:

- Menschen reagieren in Großgruppen anders als einzelne Individuen.
- Die Gruppe beeinflusst den Einzelnen, dabei nimmt die Selbstregulation aufgrund der steigenden Deindividuation ab.
- Gleichzeitig wächst die Bereitschaft, einem Konformitätsdruck nachzugeben.
- Der Gruppendruck erhöht sich.
- Autoritätsgehorsam und der Zwang, Emotionen von außen zu folgen, wachsen.
- Die intellektuellen Leistungen der Menschen sinken.
- Gefühle und Bilder besitzen in der Kommunikation eine größere Bedeutung als auf rationalen Prämissen beruhende Argumente.
- In der Gruppe bildet sich ein Autostereotyp heraus.
- Die Distanz zwischen den Gruppenmitgliedern auf der einen und der Gruppe und dem Redner auf der anderen Seite schwindet.
- Soziale Strukturen bestimmen in stärkerem Maße die Emotionen als psychische Zustände.

Für Redner bzw. Redenschreiber ergeben sich daraus folgende Schlussfolgerungen:

1. Um gleich zu Beginn der Rede die Zuhörer von den anderen Gruppenmitgliedern auf den Redner und seine Inhalte zu fokussieren, sollte ein ungewöhnlicher Einstieg gewählt werden.²⁷
2. Zentrale Inhalte müssen redundant kommuniziert werden. Dies geschieht mittels expliziter (Synonyme, Pronomina, Hyperonyme, Hyponyme, Vergleiche, Metaphern, Paraphrasierungen...) und impliziter Verknüpfung.
3. Eine konzeptuelle Metapher suchen, die mittels vielfältiger Einzelmetaphern ausgebaut wird
4. Um den Redner als integralen Bestandteil der in-group Zuhörer darzustellen, kann er verschiedene Mittel wählen („Integratives Wir“ verwenden;²⁸ die Argumentation mit solchen Argumenten aufbauen, welche in der Gruppe der Zuhörer akzeptiert sind; dialogische Formen in den Monolog einbauen; Fragen der Zuhörer explizieren und beantworten)
5. Raum als unterstützendes Kommunikationsmittel nutzen
6. Positive Emotionen und Stimmungen gezielt erzeugen (Raum, Musik, Sprache)
7. (Fachliche) Autorität des Redners explizieren, soweit sie beim Publikum als solche nicht bekannt ist

²⁷ Ein zweiter Grund für diese Forderung liegt darin, dass Hörer aufgrund ihrer Rezeptionsgewohnheiten verbale Schemata erwarten (Sehr geehrte Damen und Herren, ich freue mich, Sie zu der Veranstaltung XY begrüßen zu dürfen...). Wer diese Erwartungen bricht, kann sich der Aufmerksamkeit sicher sein.

²⁸ Burkhardt schließt damit sowohl den Redner als die Hörer mit ein. Gerade für politische Sprache sieht er aber auch eine Gefahr darin, denn: „Ein Großteil seiner suggestiven Kraft liegt darin, dass die Gruppengrenzen meistens im Unbestimmten gehalten werden und man daher selten sicher sein kann, welcher Personenkreis genau als *wir* angesprochen ist [...].“ (Burkhardt 1998, S. 199).

7. Literaturverzeichnis

- Bierhoff, Hans Werner (1998): Sozialpsychologie. Stuttgart.
- Bohner, Gerd (1990): Einflüsse der Stimmung auf die kognitive Verarbeitung persuasiver Botschaften und auf nachfolgendes Verhalten. Diss. Universität Heidelberg.
- Bollnow, Otto Friedrich (1997): Mensch und Raum. Stuttgart, 7. Aufl.
- Bremerich-Vos, Albert (1991): Populäre rhetorische Ratgeber. Tübingen.
- Buschmeier, Ulrike (1994): Macht und Einfluß in Organisationen. Göttingen.
- Burkhardt, Armin (1998): Integration und Distanzierung, in: Reiher, Ruth/Kramer, Undine (Hrsg.), Sprache als Mittel von Identifikation und Distanzierung. Frankfurt.
- Cialdini, Robert, B. (2001): Die Psychologie des Überzeugens. Heidelberg.
- De Fusco, Renato (1972): Architektur als Massenmedium. Gütersloh.
- De Waal, Frans (2006): Der Affe in uns. München.
- Dieckmann, Walther (1975): Sprache in der Politik. Heidelberg.
- Domizlaff, Hans (1932): Propagandamittel der Staatsidee. Leipzig.
- Domizlaff, Hans (1939): Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Hamburg-Berlin.
- Eco, Umberto (1988): Einführung in die Semiotik. München.
- Eibl-Eibesfeldt, Irenäus (2004): Die Biologie des menschlichen Verhaltens. München.
- Freud, Sigmund (1993): Massenpsychologie und Ich-Analyse. Frankfurt/Main.
- Heiber, Helmut (Hrsg.) (1991): Goebbels Reden 1932-1945, Bd. 2. Bindlach.
- Hall, Edward T. (1976): Die Sprache des Raumes. Düsseldorf.
- Hofstätter, Peter (1993): Gruppendynamik. Kritik der Massenpsychologie. Reinbek.
- Kant, Immanuel (2001): Kritik der Urteilskraft. Hamburg.
- Klein, Ansgar (Hrsg.) (1999): Masse – Macht – Emotionen. Wiesbaden.
- Le Bon, Gustave (1982): Psychologie der Massen. Stuttgart.
- Loebbert, Michael F. (Hrsg.) (1991): Rhetorik. Arbeitstexte für den Unterricht. Stuttgart.
- Moscovici, Serge (1986): Das Zeitalter der Massen. Frankfurt/Main.
- Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik. Stuttgart, 2. vollst. neu bearb. u. erw. Aufl.
- Paul, Hermann (2001): Deutsches Wörterbuch. Tübingen.

Reden die die Welt bewegten (o.J.): Essen.

Ritter, Joachim / Gründer, Karlfried (Hrsg.) (1989): Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bd. 7. Darmstadt.

Sader, Manfred (1998): Psychologie der Gruppe. Weinheim-München, 6. überarb. Aufl.

Schade, Angelika (1993): Vorstudie für eine Soziologie der Massen. Frankfurt/Main.

Schwitalla, Johannes (2006): Gesprochenes Deutsch. Berlin.

Stimmen des 20. Jahrhunderts (o. J.): Das Verbrechen hinter den Worten, CD. Deutsches Historisches Museum, Stiftung Deutsches Rundfunkarchiv.

Stroebe, Wolfgang / Hewstone, Miles / Stephenson, Geoffrey. M. (Hrsg.) (1996): Sozialpsychologie. Berlin, 3. erw. u. überarb. Aufl.

Ueding, Gert / Steinbrink Bernd (1994): Grundriss der Rhetorik. Stuttgart/Weimar.

Volmert, Johannes (1989): Politikerrede als kommunikatives Handlungsspiel. München.

www.bundeskanzlerin.de

www.bundespraesident.de

Wahrig, Gerhard (2000): Deutsches Wörterbuch. Neu hrsg. von Renate Wahrig-Burfeind. Gütersloh-München.

Zimbardo, Philip G. (1995): Psychologie. Berlin, 6. neu bearb. u. erw. Aufl.

Kontakt

Dr. Jens Kegel
Kieler Str. 3
10115 Berlin

www.jens-kegel.de
www.akademie-text.de