

Kilian Soddemann

Sympathie und Kommunikation

Essener Studien
zur Semiotik und Kommunikationsforschung

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

Redaktion: Robin Kurilla

Band 37

Essener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung

Band 37

Kilian Soddemann

Sympathie und Kommunikation

Wie Sympathieurteile Einfluss auf das Zustandekommen, den Verlauf
und den Erfolg interpersonaler Interaktionen nehmen können

Shaker Verlag
Aachen 2013

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.

Copyright Shaker Verlag 2013

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

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8440-2394-7

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

In seiner Theorie interpersonalen Kommunikation vertritt der Bonner Kommunikationsforscher Gerold Ungeheuer (1930-1982) die Auffassung, alle Prozesse sprachlicher und nonverbaler zwischenmenschlicher Kommunikation seien fundiert in einer Schicht unvermittelter oder medial vermittelter gegenseitiger Wahrnehmung, in der es - nicht zuletzt aufgrund der Wirksamkeit sozialer Stereotype - zu einer gegenseitigen Einschätzung und Beurteilung der Interaktionspartner komme, innerhalb der gerade die füreinander empfundene Sympathie oder Antipathie von besonderer Bedeutung zunächst für das Zustandekommen und dann für den weiteren Verlauf des Kommunikationsprozesses sei.

Zwar hat Ungeheuer einige Hypothesen bezüglich der Wirkung von Sympathie auf den Kommunikationsprozess formuliert, aber insgesamt bleibt sein Sympathiebegriff unzureichend bestimmt, und es fehlt in seinen Schriften sowohl eine genauere Ausarbeitung des Zusammenhangs zwischen dem jeweiligen Grad der einseitigen oder gegenseitigen Sympathie und der Art des Kommunikationsverlaufs als auch eine empirische Stützung der unterstellten Wirkungen.

Diesen klar erkannten Desiderata nicht nur einer an Ungeheuers Kommunikationstheorie anschließenden Kommunikationsforschung wendet sich Kilian Soddemann in der vorliegenden kommunikationswissenschaftlichen Untersuchung zu, und es gelingt ihm in der Tat, die bestehenden Forschungslücken erfolgreich und wegweisend zu füllen. Denn Kilian Soddemann liefert uns zum einen einen überzeugenden Beitrag zu einer sowohl wissenschaftshistorischen als auch aktuell sozialpsychologisch-fachlichen Klärung des Sympathiebegriffs. Zum anderen gelingt ihm in einer kritischen kommunikationstheoretisch inspirierten Sichtung vor allem sozialpsychologisch ausgerichteter Forschung eine nähere Spezifikation und durch Verweis auf vorliegende Forschungsergebnisse eine empirische Stützung genau der Zusammenhänge, von denen berechtigterweise angenommen werden darf, dass sie zwischen der Entstehung bzw. dem Vorhandensein von Sympathie auf Seiten der Kommunikatoren und Aspekten des kommunikativen interpersonalen Geschehens bestehen.

Die Besonderheit der Studie Kilian Soddemanns besteht nun nicht allein darin, dass sie die soeben genannte, kommunikationstheoretisch hoch interes-

sante Forschungslücke in der Theorie Gerold Ungeheuers und in Theorien interpersonaler Kommunikation allgemein aufgreift, und sie besteht wohl auch nicht in erster Linie oder gar ausschließlich darin, so zahlreiche Ergebnisse der sozialpsychologischen Forschung aufgefunden zu haben, die in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse sind. Die Besonderheit der vorliegenden Untersuchung besteht vielmehr in der Art und Weise, wie Kilian Soddemann die einschlägige sozialpsychologische Forschung vor kommunikationstheoretischem Hintergrund auf ihre Eignung für die anvisierte Problemlösung kritisch einordnet und bewertet und wie er dabei nicht nur kommunikationswissenschaftliche Forschungsdesiderate identifiziert, sondern zugleich der sozialpsychologischen Forschung kommunikationstheoretisch inspirierte neue Wege aufzeigt, zum Beispiel also darauf hinweist, dass nicht nur Sympathie kommunikative Prozesse beeinflussen kann, sondern auch Kommunikationsprozesse für die Entstehung und die Wandlung von Sympathie bestimmter Art relevante Voraussetzungen darstellen. Dies nämlich macht *Sympathie und Kommunikation* zu einer sehr ergiebigen, anregenden und durchgängig verständlich formulierten Begriffs- und Theoriearbeit für Kommunikationswissenschaftler wie für Sozialpsychologen und alle, die den kommunikationspsychologischen Aspekten zwischenmenschlicher Verständigungsprozesse ein Stück weiter auf die Spur kommen wollen.

Essen, im September 2013

H. Walter Schmitz

Inhalt

Vorwort von H. Walter Schmitz.....	5
Einleitung.....	9
SYMPATHIE UND KOMMUNIKATION: WIE SYMPATHIEURTEILE EINFLUSS AUF DAS ZUSTANDEKOMMEN, DEN VERLAUF UND DEN ERFOLG INTERPERSONALER INTERAKTIONEN NEHMEN KÖNNEN	
1	Sympathie – ein historischer Überblick..... 13
1.1	Griechische Klassik und Hellenismus.....14
1.2	Spätantike und Mittelalter..... 18
1.3	Renaissance und Neuzeit..... 20
1.4	Exkurs: Der englischsprachige Raum.....24
2	Sympathie aus sozialpsychologischer Sicht.....27
2.1	Sympathie versus interpersonale Attraktion.....28
2.2	Sympathie und andere Formen der interpersonalen Attraktion.....34
2.3	Determinanten von Sympathie und interpersonaler Attraktion..... 40
2.3.1	Vertrautheit und Nähe..... 40
2.3.2	Körperliche Attraktivität und Schönheit.....42
2.3.3	Ähnlichkeit..... 44
2.3.4	Reziprozität von Attraktion und Sympathie..... 46
2.4	Kritische Betrachtung..... 47
3	Kommunikationsverständnis..... 51
3.1	Menschliche Erfahrungen und individuelle Welttheorie..... 51
3.2	Kommunikation als vermittelte Interaktion.....56
3.3	Der multimodale Charakter der Face-to-Face-Kommunikation.....59

4	Sympathie und Kommunikation	65
4.1	Die Entstehung von Sympathie in der Face-to-Face-Kommunikation ..	66
4.2	Sympathie als sich selbst erfüllende Prophezeiung.....	76
4.3	Die Darstellung von Sympathie in der Face-to-Face-Kommunikation ..	80
4.4	Der Einfluss von Sympathie auf Verstehen und kommunikative Konflikte.....	88
4.5	Der Einfluss von Sympathie auf persuasive Kommunikation.....	100
	Fazit und Ausblick.....	III
	Literatur	II7
	Über den Autor	125