



Studienbrief UKR 01

GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTS- UND ORGANISATIONSRHETORIK / KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

WEITERBILDENDER MASTERSTUDIENGANG UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND RHETORIK



Autor/in

Karin Kröninger

**MODUL 1 GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTS- UND
ORGANISATIONSRHETORIK / KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT**

IMPRESSUM

UNIVERSITÄT KOBLENZ-LANDAU

**WEITERBILDENDER MASTERSTUDIENGANG
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND RHETORIK**

AUFLAGE: 1. AUFLAGE 2017

HERAUSGEBER

UNIVERSITÄT KOBLENZ-LANDAU
ZENTRUM FÜR FERNSTUDIEN
UND UNIVERSITÄRE WEITERBILDUNG

ANSCHRIFT

ZENTRUM FÜR FERNSTUDIEN UND
UNIVERSITÄRE WEITERBILDUNG (ZFUW)
POSTFACH 201 602
56016 KOBLENZ
WWW.ZFUW.UNI-KOBLENZ.DE

URHEBERRECHTE:

DIESER LEHRBRIEF IST URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT.
ALLE RECHTE VORBEHALTEN. DIESER LEHRBRIEF DARF
IN JEDLICHER FORM OHNE VORHERIGE SCHRIFTLICHE
GENEHMIGUNG DER UNIVERSITÄT KOBLENZ-LANDAU NICHT
REPRODUZIERT UND/ODER UNTER VERWENDUNG ELEKT-
RONISCHER SYSTEME VERARBEITET, VERVIELFÄLTIG ODER
VERBREITET WERDEN.

GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTS- UND ORGANISATIONS- RHETORIK / KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

Dr. Karin Kröninger, M.A.

DIE AUTORIN

KARIN KRÖNINGER



Dr. Karin Kröninger, M. A., ist seit 2001 Inhaberin der Agentur für Sprech- und Sprachkompetenz, Saarbrücken. Sie berät, trainiert und coacht Führungskräfte und Mitarbeiter in Unternehmen, Gruppen und Einzelpersonen. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind rhetorische und pädagogische Kommunikation, Wissensmanagement und Organisationskommunikation.

1995 erwarb sie den M.A. im Fach Neuere Deutsche Sprachwissenschaft, seit 2001 ist sie Sprecherzieherin (DGSS). 2008 wurde sie im Fach Linguistik / Sprechwissenschaft im Bereich Medienrhetorik promoviert.

In der Lehre ist sie seit 2001 für verschiedene Universitäten, Hochschulen und eine Berufsakademie tätig. Fächer, die sie lehrt, sind beispielsweise Rhetorik und Präsentation, Moderation, praktische PR-Arbeit, Organisationskommunikation u. a. m. Seit 2013 können Teilnehmer durch das von ihr entwickelte „Train The Trainer-Seminar: Präsentation“ mit dem DGSS-Zertifikat zertifiziert werden.

INHALTSVERZEICHNIS

LERNZIELE	9
01. KOMMUNIKATION	11
01.1 DEFINITION.....	11
01.2 SPRACHLICHE UND NICHT-SPRACHLICHE ZEICHEN.....	16
01.2.1 Sprachlich – Wörter, Sätze, Texte	16
01.2.2 Nicht-sprachlich – Sprechausdruck	20
01.2.3 Nicht-Sprachlich – Körperverhalten.....	21
01.3 ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN.....	23
02. KOMMUNIKATIONSMODELLE	25
02.1 ORGANONMODELL	25
02.2 TRANSPORTMODELL	26
02.3 VERHALTENSMODELL.....	27
02.4 KOMMUNIKATIONSQUADRAT	30
02.5 ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN.....	31
03. RHETORIK.....	33
03.1 RHETORIK ALS TÉCHNE ZUR VERSTÄNDIGUNG	33
03.2 RHETORIZITÄT	36
03.3 ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN.....	38
04. ORGANISATIONSKOMMUNIKATION.....	39
04.1 ORGANISATION	39
04.2 ORGANISATIONSFORMEN.....	41
04.3 DEFINITION ORGANISATIONSKOMMUNIKATION	42
04.4 KOMMUNIKATIONSZIELE UNTERSCHIEDLICHER ORGANISATIONEN	43
04.5 ZUNAHME DER AUFGABEN DER ORGANISATIONSKOMMUNIKATION	44
04.6 ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN.....	45
05. AUFGABENFELDER DER ORGANISATIONSKOMMUNIKATION.....	47
05.1 MARKTKOMMUNIKATION	48

05.1.1	Kommunikation mit Zulieferern	48
05.1.2	Kommunikation mit Abnehmern.....	49
05.2	MITARBEITERKOMMUNIKATION.....	56
05.2.1	Ziele und Inhalte.....	56
05.2.2	Kommunikationssituation	57
05.2.3	Instrumente der Mitarbeiterkommunikation	58
05.2.4	Regelmäßige und unregelmäßige Mitarbeitergespräche	62
05.3	PUBLIC RELATIONS/ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	68
05.3.1	Erscheinungsformen der PR	68
05.3.2	Instrumente der Public Relations.....	69
05.4	ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN	71
06.	KOMMUNIKATION UND FÜHRUNG.....	73
06.1	FÜHRUNGSBEGRIFF.....	73
06.2	FÜHRUNGSERFOLG.....	77
06.3	KOMMUNIKATIONS-AUFGABEN DER FÜHRUNGSKRAFT	78
06.3.1	Instruktionen.....	80
06.3.2	Mitarbeitergespräche.....	80
06.3.3	Mitarbeiterbefragung.....	80
06.3.4	Stellenbeschreibungen.....	81
06.3.5	Besprechungen.....	81
06.3.6	Teamentwicklung	81
06.4	FÜHRUNGSTHEORIEN.....	82
06.4.1	Klassisch: Eigenschaftstheoretischer Ansatz	82
06.4.2	Klassisch: Führungsstile	82
06.4.3	Empirisch: Iowa-Studien.....	85
06.4.4	Empirisch: Ohio-State-Studien	85
06.4.5	Situationstheorien	85
06.4.6	Interaktionstheorien	86
06.4.7	Lerntheorien.....	86
06.4.8	Attributionstheorien.....	86
06.5	FÜHRUNGSKONZEPTE	87
06.5.1	Verhaltensgitter.....	87
06.5.2	3-D-Ansatz	88

06.5.3	Situatives Führungskonzept	90
06.5.4	Leader-Match-Konzept	91
06.5.5	Harzburger Modell	91
06.6	FÜHRUNGSTECHNIKEN	91
06.6.1	Management by Direction and Control (Mbc)	92
06.6.2	Management by Delegation (MbD)	93
06.6.3	Management by Objectives (MbO).....	93
06.6.4	Management by Systems (Mbs)	95
06.6.5	Management by Exception (MbE)	95
06.6.6	Management by Motivation (MbM)	96
06.7	BEWERTUNG DER ANSÄTZE	96
06.8	ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN.....	97
07.	KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT	99
07.1	CORPORATE IDENTITY ALS AUSGANGSPUNKT DES KOMMUNIKATIONSMANAGEMENTS	100
07.2	IMAGE, REPUTATION UND MARKEN	103
07.3	INTEGRIERTES KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT.....	104
07.4	WERTORIENTIERTES KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT	108
07.5	PLANUNG UND OPTIMIERUNG DER KOMMUNIKATION.....	111
07.5.1	Schritt für Schritt-Planung.....	112
07.5.2	Balanced Scorecard	122
07.6	ISSUES MANAGEMENT.....	124
07.7	ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN.....	127
08.	KOMMUNIKATION INNERHALB VON PROJEKT-, KONFLIKT- UND INFORMATIONSMANAGEMENT	129
08.1	PROJEKTMANAGEMENT.....	129
08.1.1	Projekte	129
08.1.2	Definition Projektmanagement	130
08.1.3	Projekterfolg	131
08.1.4	Projektbeteiligte.....	131
08.1.5	Projektmitarbeiter.....	132
08.1.6	Projektteam.....	132
08.1.7	Teambesprechungen.....	134

INHALTSVERZEICHNIS

08.2	KONFLIKTMANAGEMENT	134
08.2.1	Formen von Konflikten	134
08.2.2	Ursachen von Konflikten	135
08.2.3	Ablauf eines Konfliktes im Rahmen eines Projektes	136
08.3	INFORMATIONSMANAGEMENT	137
08.4	ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN	137
LÖSUNGEN ZU ÜBUNGS- UND SELBST-KONTROLLAUFGABEN		139
GLOSSAR.....		151
ABBILDUNGSVERZEICHNIS		156
TABELLENVERZEICHNIS		158
LITERATURVERZEICHNIS		159

LERNZIELE

Der vorliegende Studienbrief wendet sich an die Teilnehmer/-innen auf einer rein fachlich-inhaltlichen Ebene: Ausgehend von dem komplexen Ausgangsproblem einer fiktiven GmbH lernen die Teilnehmer die Grundlagen der Wirtschafts- und Organisationsrhetorik kennen.

Sie sollen die Bedeutung der Organisationskommunikation für alle Arten von Organisationen verstehen. Sie sollen die Aufgaben und die damit verbundenen Instrumente der Organisationskommunikation in den verschiedenen Funktionsfeldern kennen und die Zusammenhänge der unterschiedlichen Aufgabenfelder verstehen. Sie sollen zentrale Themen aus den Lernfeldern Kommunikation und Führung kennenlernen und die wichtigsten Führungstechniken kennen. Sie sollen um Möglichkeiten der Planung der Organisationskommunikation (Kommunikationsmanagement) wissen.

Dabei wird versucht, immer wieder Bezüge zu unserem Ausgangsbeispiel herzustellen, um die abstrakten Inhalte begreifbar zu machen. Darüber hinaus muss an verschiedenen Stellen auch von Teilnehmerseite versucht werden, die Inhalte auf unsere GmbH zu übertragen.

Da es sich bei dem vorliegenden Studienbrief um Grundlagen der Wirtschafts- und Organisationsrhetorik handelt, werden an verschiedenen Stellen Verbindungen zu den nachfolgenden Modulen aufgezeigt. Auch wenn eine Grundlegung für alle weiteren Module des Studienganges gegeben ist, sollen sie Anregungen für die eigene Weiterbeschäftigung mit der Thematik erhalten.

Am Ende der jeweiligen Kapitel stehen Übungsfragen zur Wissensüberprüfung. Am Ende des Lehrbriefes stehen die Lösungen zu den entsprechenden Fragen.

Ausgangsbeispiel

Um einen Einblick in die Organisationskommunikation mit ihren unterschiedlichen Facetten zu gewinnen, gehen wir von einem fingierten Beispiel aus:

Die XY-GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) mit Sitz in der Landeshauptstadt. Die Gesellschaft befindet sich in der Gründung und hat zwei Geschäftsführer. Zur Festanstellung suchen sie Mitarbeiter für die Bereiche Marketing, Buchhaltung und Sekretariat. Sie möchten Dienstleistungen für die berufliche Integration, Weiterbildung und Qualifizierung anbieten (Bewerbung, Beratung und Vermittlung, Weiterbildung, Sprachkurse, Integrationskurse, Übergang Schule-Beruf). Die meisten Seminare und Coachings sollen vorerst von den Geschäftsführern, einige auch durch „zugekaufte“ Trainer bestritten werden. Die XY-GmbH arbeitet mit Kooperationspartnern in verschiedenen Fördernetzen zusammen, u. a. mit der Landeshauptstadt, der Bundesagentur für Arbeit, dem Wirtschaftsministerium, der Europäischen Union, dem Europäischen Sozialfonds u. a.

Sie strebt eine Zertifizierung nach der »Lernorientierten Qualitätstestierung in der Weiterbildung (LQW)« und als »Träger nach der AZAV (Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung)« vom TÜV Rheinland an.

Diese Organisation möchte Aufträge einwerben und im Bereich Weiterbildung/Qualifizierung eine feste Größe und direkter Ansprechpartner für bestimmte Kooperationspartner im Bundesland werden.

Wie ist dieses Ziel kommunikativ umzusetzen und zu begleiten?

Dazu sollen im Folgenden zuerst die Begriffe „Organisation“ und „Kommunikation“ geklärt und die Entwicklung und Aufgaben der Organisationskommunikation kurz umrissen werden. In einem weiteren Schritt sollen dann unterschiedliche Möglichkeiten für die Planung und Optimierung der Organisationskommunikation vorgestellt werden. Dies beinhaltet auch ein Blick auf die damit verbundenen Kosten, die der Organisation entstehen könnten. Des Weiteren werden mögliche zugrundeliegende Management- und Führungstheorien mit Kommunikation in Verbindung gebracht. Am Ende werden die für das Vorhaben (Marktführerschaft) möglichen Kommunikationsinstrumente vorgestellt und auf ihre Leistungsfähigkeit hin untersucht.

01. KOMMUNIKATION

Schon 1977 konnten in einer Untersuchung¹ mehr als 160 Definitionen des Begriffs „Kommunikation“ nachgewiesen werden, die jeweils unterschiedliche Aspekte von Kommunikation akzentuieren. Etymologisch betrachtet ist Kommunikation ableitbar vom lateinischen Begriff „communicare“, das „etwas gemeinsam machen, teilen, mitteilen, teilnehmen lassen“ bedeutet.

01.1 DEFINITION

Kommunikation ist zuerst einmal jede Form von zeichenvermittelter Interaktion. Jeder Kommunikation liegt ein Zeichensystem zugrunde. Kommunikation ist ein Zeichenprozess, weil als Zeichenprozess jede Situation bezeichnet wird, *„in der etwas durch die Vermittlung eines Dritten von etwas, das nicht unmittelbar kausal wirksam ist, Notiz nimmt; jeder Zeichenprozess ist also ein Prozess des „mittelbaren Notiz-Nehmens-von“.*² Zeichen können ganz verschieden sein, wie z. B. Buchstaben, Wörter, Bilder etc. Sie stehen in Bezug zu anderen Zeichen (syntaktische Relation). Diese Relation bestimmt, wie Zeichen (z. B. textuell) verknüpft werden können. Zweitens stehen sie in Relation zu der bezeichneten Wirklichkeit (semantische Relation). Des Weiteren besteht eine Relation zwischen den Zeichen und ihren Benutzern (pragmatische Relation). Hier ist hervorzuheben, dass die Bedeutung der Zeichen konventionell geregelt ist und den Verwendern bekannt sein muss, damit Kommunikation möglich wird. Keine der o. g. Relationen ist allein bedeutungskonstituierend.

Zeichenvermittelte
Interaktion

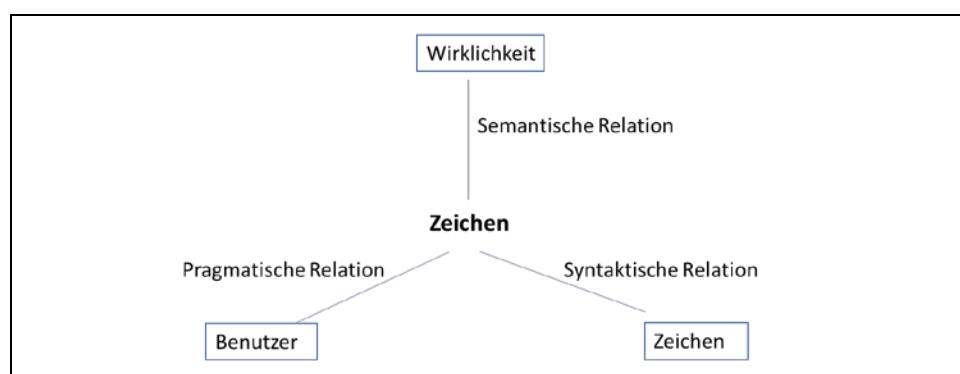


Abb. 01.1 Zeichenrelationen

¹ Merten 1977.

² Morris 1938 zitiert nach Hoffmann 2010, 112.

Sprachliche
Kommunikation als
symbolisches Handeln

Betrachten wir die semantische Relation (Zeichen – Gegenstand), so kann – nach Peirce (1839-1914) – die Beziehung a) willkürlich sein (Symbol), b) es kann eine formale Ähnlichkeit bestehen (Ikon) oder c) es kann ein Ursache-Folge-Verhältnis (Index) vorliegen. Bei *Symbolen* besteht keine Übereinstimmung zwischen dem Bezeichneten (Zeicheninhalt) und dem Bezeichnenden (Zeichenform). Dies ist beispielsweise bei Buchstaben der Fall. Ein *Ikon* ist ein bildhaftes Zeichen, wie z. B. das Bild eines Baumes, ebenso alle Piktogramme oder Emoticons. Ein *Index* ist ein Anzeichen oder Kennzeichen für etwas, z. B. kann Rauch als Anzeichen für Feuer gelten. Zeichen können also Indexe, Ikone oder Symbole sein. Sprachliche Kommunikation ist symbolvermittelte Interaktion.

Sprache im
kommunikativen
Prozess

Zur pragmatischen Relation (Zeichen – Benutzer): Zur Kommunikation werden Zeichen geäußert und verstanden. In einem Kommunikationsprozess können mehrere Zeichentypen verwendet werden, um Sinn herzustellen. Man unterscheidet zwischen sprachlichen und nicht-sprachlichen Zeichen. Beim Lesen eines Textes beispielsweise wird Sprache visuell vermittelt und verstanden. Ist der Text mit Bildern angereichert, sind die Zeichen nicht nur sprachlich, sondern auch nicht-sprachlich. Im Gespräch wird Sprache akustisch vermittelt und auditiv aufgenommen. Dazu dienen sprachliche (Worte, Äußerungen) und nicht-sprachliche Zeichen (z. B. Betonung oder Pausen). Hinzu kommt Körperverhalten mit weiteren nicht-sprachlichen Zeichen, die visuell vermittelt und aufgenommen werden. Dazu mehr unter Kapitel 01.2 Sprachliche und nicht-sprachliche Zeichen. Läuft im Hintergrund Musik, werden noch weitere nicht-sprachliche Zeichen auditiv vermittelt. Eine andere Unterscheidung bietet die Differenzierung in „verbal“ und „nonverbal“. Nonverbale Zeichen umfassen dann Paraverbales, also Sprechausdruck/Prosodie oder Intonation i. w. S., und Extraverbales als Körperverhalten.

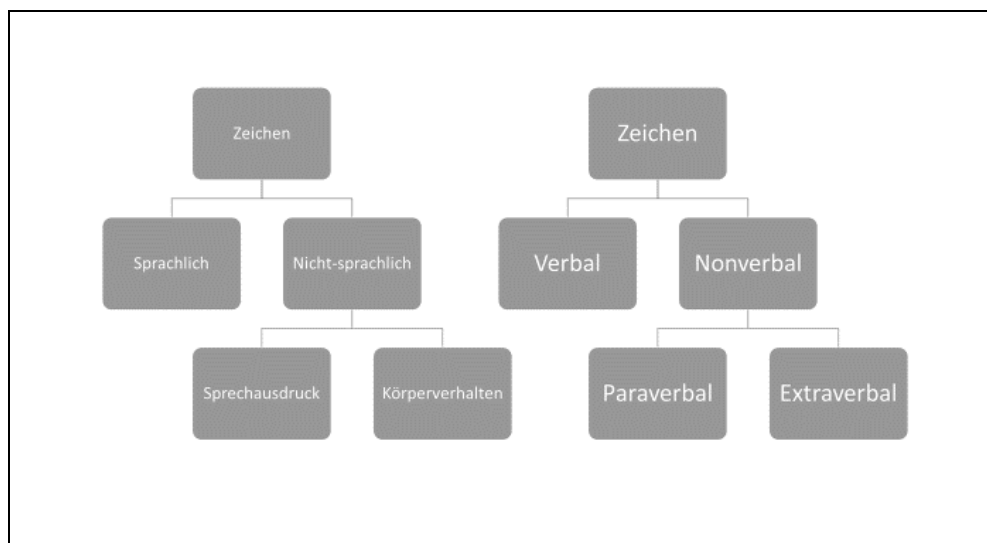


Abb. 01.2 Unterscheidung: Zeichen

Im Kommunikationsprozess werden anstelle von Gegenständen oder Sachverhalten Zeichen gesetzt. Die Symbole der menschlichen Sprache werden als Laut- oder Schriftzeichen realisiert, d. h. Sprache ist primär gegeben als Sprechen und Hören, Schreiben und Lesen;³ sie existiert als konkretes Sprechen oder Schreiben, als „*Form der sozialen Auseinandersetzung zwischen Menschen*“.⁴ Ein Sprecher beispielsweise verwendet nicht nur verbale und paraverbale Zeichen, damit der Hörer verstehen kann, was er meint, sondern auch extraverbale, wie z. B. Körperhaltung, Mimik, Gestik etc., die dem Hörer das Verstehen ermöglichen sollen. Kommunikation ist soweit ein situationsbezogener, wechselseitiger Prozess. Das heißt, dass „*im Prozess der Kommunikation alle Beteiligten gemeinsam am Entstehen des Sinns dieser Kommunikation beteiligt sind*“.⁵ Dabei werden vorhandene Zeichen »aktualisiert, indem jemand etwas *meint* und diese Meinung einem anderen *mitteilt*«.⁶

Sinn

Kommunikation findet immer zwischen zwei und/oder mehreren Partnern statt. Dabei treten die Partner in bestimmter Absicht mithilfe von Zeichen miteinander in Beziehung und verständigen sich über etwas. Kommunikation beinhaltet bestimmte Absichten, die die (Gesprächs-) Partner in der Kommunikation zu verwirklichen suchen. Kommunikation ist also soziales Handeln, weil die Kommunikationspartner mit Hilfe von Sprache in einer bestimmten Absicht zueinander in Beziehung treten. Kommunikation bedeutet eine absichtsvolle, soziale Tätigkeit mit dem Ziel des Sich-Verständigens und Verstehens mithilfe von Sprache.

Kommunikation
als absichtsvolle,
soziale Tätigkeit

Sprechwissenschaftliche Kommunikationsmodelle stehen in obiger Tradition. Sie betrachten zwar vorwiegend die mündliche Kommunikationssituation, aber im Zeitalter der Schriftlichkeit gibt es beispielsweise auch schriftliche Texte, die für das Sprechen bzw. Hören konzipiert sind, wie z. B. Hörfunknachrichten, oder schriftliche Textnachrichten, die über Messengerdienste versendet werden und sehr an den mündlichen Sprachgebrauch angelehnt sind. Umgekehrt gibt es auch Äußerungen, die wie schriftliche Texte formuliert sind. Schriftlichkeit und Mündlichkeit durchdringen sich gegenseitig. Kommunikationen lassen sich daher auf einer Skala ‚Mündlichkeit – Schriftlichkeit‘ (von ‚extremer Mündlichkeit‘ bis zu ‚extremer Schriftlichkeit‘) verorten. Mündliche Kommunikation – Sprechen – ist „*als Komplexphänomen zu betrachten: sprachlich, personal, leibhaft, formativ, situativ, sinnkonstituierend und handlungsorientiert zugleich*“.⁷

³ Imhasly/Marfurt/Portmann 1986, 30 ff.

⁴ Imhasly/Marfurt/Portmann 1986, 20.

⁵ Brinker/Sager 1996, 127.

⁶ Imhasly/Marfurt/Portmann 1986, 71.

⁷ Gutenberg 1994, 11.

Nach Geißner (1981) beeinflussen unterschiedliche Faktoren die Situation der miteinander Kommunizierenden:

- Faktoren:
sprachlicher
personaler
leibhafter
formativer
situativer
- sprachlicher Faktor als angewandte verbale Kommunikation;
 - personaler Faktor, der auf Vorerfahrungen, Werte, Vorurteile etc. der Kommunizierenden verweist;
 - leibhafter Faktor, der paraverbal und nonverbal kommuniziert wird;
 - formativer Faktor, der die Kommunikation aufgrund zugrundeliegender Situations-, Rollen- und Sprachmuster beeinflusst.
 - situativer Faktor, der durch die äußeren Rahmenbedingungen und die subjektive Situation der Gesprächspartner gegeben ist.

Gutenberg definiert Sprechen als Tätigkeit, die das Ziel der Verständigung hat: *„Was Orientierung, Strukturierung, Koordination, Organisation anderer Tätigkeiten erst ermöglicht, die spezifische Leistung von Sprechfähigkeit (...) ist Verständigung, gefaßt einmal als ihr Ergebnis, als Verständigtsein, dann als sie Prozeß, als Sich-Verständigen.“*⁸ Im Dialog werden immer alle folgenden Dimensionen miteinander vermittelt:

- Elf Dimensionen des Sprechens im Dialog
- die soziale Dimension: Sprechen ist eine Tätigkeit; es ist gesellschaftlich; beim Sprechen wird das Hören automatisch mitgedacht;
 - die kulturelle Dimension: Sprache ist immer kulturell geprägt; es lassen sich Muster erkennen und Störungen dieser Muster; dies trifft besonders für interkulturelle Kommunikation zu;
 - die sprachliche Dimension: Sprechen ist immer Sprechen einer Sprache;
 - die historische Dimension mit der Gebundenheit der Kommunikation an Ort und Zeit;
 - die mediale Dimension: Beim Sprechen wird Schall transportiert, der auch technisch weiterleitbar und konservierbar ist;
 - die situative Dimension: die Sprechsituation, die durch alle W-Fragen strukturiert werden kann;
 - die intersubjektive Dimension: Sprechen findet zwischen Sprecher und Hörer statt, die sich Mustern bedienen und intentional bestimmte Zwecke verfolgen;
 - die personale Dimension: Jeder Sprecher und jeder Hörer hat eine eigene Kommunikationsbiografie;
 - die leibhafte Dimension: Sprechen ist ein Körpervorgang, psychisch ein mentaler Akt (Sprechdenken);

⁸ Gutenberg 2001, 57.

- in der materialen Dimension ist Sprechen rein physikalisch „Sprechschall“
- in der Dimension von Mündlichkeit versus Schriftlichkeit lässt sich das, was ausgesprochen wird, auf einer Skala von produzierendem – reproduzierendem Sprechdenken verorten.

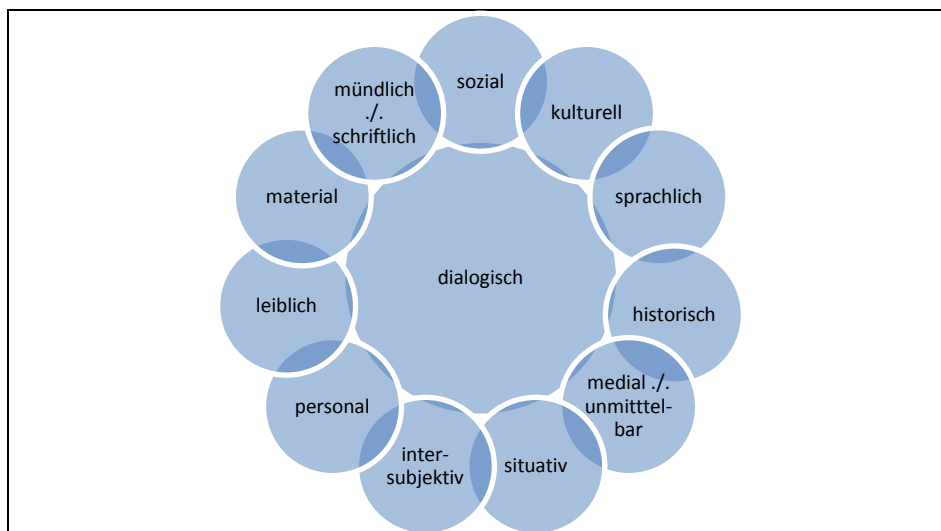


Abb. 01.3 Dimensionen des Sprechens (nach Gutenberg 2001)

Die soziale, kulturelle, sprachliche, historische, situative, intersubjektive und personale Dimension gilt sowohl für mündliche als auch schriftliche Kommunikation.

Die mediale Dimension – der Sprechschall in der mündlichen Kommunikation – steht in schriftlicher Kommunikation für das Layout. Die leibliche Dimension bezieht sich in schriftlicher Kommunikation psychologisch auf die Art des Schreibens und bleibt psychisch ein mentaler Akt – hier allerdings als „Schreibdenken“.⁹

Die materiale Dimension im Schriftlichen beinhaltet die Art der Printmedien und schriftliche, elektronisch vermittelte Kommunikation.

Sprechen (und Schreiben) „dient der Verständigung zwecks Steuerung anderer Tätigkeiten, auch des Sprechens selbst“.¹⁰

Kommunikation zur
Steuerung anderer Tätigkeiten

⁹ Vgl. Scheuermann 2013.

¹⁰ Gutenberg 2001, 189.

01.2 SPRACHLICHE UND NICHT-SPRACHLICHE ZEICHEN

Im obigen Abschnitt war die Rede von sprachlichen und nicht-sprachlichen Zeichen als Mittel der Kommunikation. Sie sollen weiter differenziert und erklärt werden. Dazu werden im Folgenden einige grundlegende Begriffe vorgestellt.

01.2.1 Sprachlich – Wörter, Sätze, Texte

Wörter

Im Kommunikationsprozess teilen Gesprächspartner Wörter und Sätze einander mit, um gemeinsam Sinn herzustellen. Die Wörter einer Sprache sind sprachliche Zeichen. Sie sind quasi die Grundgröße einer Sprache. Die ganze Sprache ist ein System solcher Zeichen. Die Lautung (der bloße Schall) muss mit einem Inhalt verknüpft sein. Will man sich verständigen, muss man über diesen Inhalt verfügen, d. h. man muss die Sprache gelernt haben. *„Ein sprachliches Zeichen ist also stets eine Verknüpfung von Lautung und Inhalt, die an eine bestimmte Sprache gebunden ist.“*¹¹ Z. B. sagen wir, dass die Sonne „strahlt“ oder „scheint“ oder „blendet“ etc., um mithilfe der Sprache die Erfahrungen zu erfassen, die wir mit der Sonne gemacht haben bzw. machen können. Ein Wort ist daher *„zu verstehen als Verbindung eines Namens (Wortform) mit einem Begriff (Wortinhalt) (...)“*.¹² Die Wörter können auf eine außersprachliche Gegenständlichkeit verweisen oder für eine logische Verbindung stehen, wie z. B. „wenn“ oder „und“, die Wörter in einem Satz verbinden, inhaltliche Beziehungen stiften und so einen Satz sinnvoll erscheinen lassen, also syntaktische und semantische Bezüge herstellen. Nach Saussure bestehen Wörter aus einer Zeichenform (signifiant, „Bezeichnendes“) und einem Zeicheninhalt (signifié, „Bezeichnetes“). Eine Zeichenform ohne Inhalt ist eine leere Form; ein Inhalt ohne Ausdruck gibt es nicht. Inhalt und Form sind Bestandteile eines Zeichens. Das ganze Zeichen verweist auf etwas außerhalb Liegendes, das Denotat. Das Denotat bzw. der Denotatbereich bleibt nicht auf einen Einzelgegenstand bezogen, sondern ist eher weiter gefasst.

Sätze

Indem Gesprächspartner *„Wörter mit sprachbedingten Inhalt“*¹³ nach syntaktischen Regeln zu Sätzen und Texten zusammensetzen, kann der beabsichtigte Sinn zum Ausdruck kommen. Sätze sind durch eine gewisse Abgeschlossenheit gekennzeichnet: *„Sätze sind sprachliche Einheiten, die relativ selbstständig und abgeschlossen sind. Sie bauen sich aus kleineren sprachlichen Einheiten auf, die ihrerseits auch schon einen gewissen Selbstständigkeitsgrad haben, Wörtern und gegliederten Wortgruppen; und sie erscheinen normalerweise in größerem selbstständigen und abgeschlossenen sprachlichen Einheiten, in Texten. Von Texten*

¹¹ Duden Bd. 4 1984, 504.

¹² Heller 1998, 164.

¹³ Duden Bd. 4 1984, 511.

*spricht man sowohl bei schriftlicher wie bei mündlicher Sprachverwendung.*¹⁴
Genauer kann man auch zwischen Text, Gespräch und Rede unterscheiden. Folgende Merkmale kennzeichnen die Abgeschlossenheit von Sätzen:¹⁵

- ein bestimmter grammatischer Bau, der meist von einem Verb bestimmt ist;
- eine als (relativ) abgeschlossen gekennzeichnete Stimmführung im mündlichen Sprachgebrauch; im schriftlichen Text bestimmte Satzzeichen wie Punkt, Ausrufezeichen und Fragezeichen;
- eine inhaltliche (relative) Abgeschlossenheit.

Sätze können aber nicht nur syntaktisch untersucht werden, also wie die Sätze strukturell aufgebaut sind, sondern auch nach dem pragmatischen Gebrauch in der jeweiligen Kommunikationssituation, in der jemand etwas meint und diese Meinung jemandem mitteilt. Sprachliche Einheiten werden „Äußerungen“ genannt, wenn sie in einem weiteren Zusammenhang untersucht werden. Dazu zählen die *„menschliche[n] Verständigung mittels Sprache, eingeschlossen sprachliche Mittel, Sprecher/Schreiber und Hörer/Leser, Kontext, Erwartungen an die Situation, Absichten und Wirkungen, die erzeugt werden“*.¹⁶

Äußerungen

Äußerungen, mit denen wir etwas tun, nennen wir Sprechakte. Sprechakte beziehen sich in erster Linie auf mündliche Kommunikationssituationen. Sie haben verschiedene Aspekte: den illokutionären Akt und den propositionalen Akt.¹⁷ Der propositionale Akt wird weiter in einen Referenzakt und einen Prädikationsakt aufgegliedert. Was ist das?

Sprechakte

Ein Beispiel kann es verdeutlichen: Ein Kollege bittet einen anderen während einer Arbeitsbesprechung: „Ich bitte dich, das Fenster zu schließen.“ Dieser Satz wird in einer bestimmten Kommunikationssituation geäußert. Durch die Äußerung wird ein Sprechakt vollzogen. An ihm kann man Folgendes unterscheiden:

- den *Äußerungsakt*: In der Äußerung gebraucht der Sprecher Wörter einer Sprache nach syntaktischen und semantischen Regeln;
- den *perlokutionären Akt*: Der Kollege versucht, seinen Kollegen zu etwas zu bewegen. Ob der Akt tatsächlich gelungen ist, ist der Äußerung nicht zu entnehmen;

¹⁴ Duden Bd. 4 1984, 559.

¹⁵ Duden Bd. 4 1984, 559.

¹⁶ Duden Bd. 4 1984, 560.

¹⁷ Vgl. Imhasly/Marfurt/Portmann 1986, 159 ff.

- den *illokutionären Akt des Bittens*: Indem der Kollege sagt „Ich bitte dich...“ legt er fest, wie er die Äußerung verstanden wissen will, welche *Rolle* die Äußerung in der aktuellen Kommunikationssituation spielen soll (z. B. „ich bitte dich...“ im Gegensatz zu „ich befehle dir...“);
- den *propositionalen Akt*, bestehend aus dem *Referenzakt*: Er nimmt Bezug auf einen anderen Kollegen und auf das Fenster, und dem *Prädikationsakt*: Er bringt seinen Kollegen und das Fenster in einen Zusammenhang und sagt zugleich, wie dieser aussehen soll: Er soll bitte das Fenster schließen.

Der propositionale Akt kann gleichbleiben, auch wenn sich der illokutionäre Akt ändert, z. B. bei: Ich befehle dir, das Fenster zu schließen! Oder: Hättest du doch das Fenster geschlossen! Oder: Hast du das Fenster geschlossen? Etc. Illokutionäre Akte sind „Realisierungen fundamentaler Formen des Sprechhandelns“.¹⁸ Deshalb können sie als „Sprechhandlungstypen“ beschrieben werden. Besonders Verben kennzeichnen diese Sprechhandlungstypen.

Verben werden als performativ bezeichnet, wenn nur mit ihrer Äußerung eine Handlung ausgeführt wird, wie z. B. taufen oder ernennen („ich taufe dich ...“ oder „ich ernenne dich zu ...“).

Die Äußerung wurde dann verstanden, wenn dem anderen Kollegen die illokutionäre Rolle und der propositionale Gehalt der Äußerung klar sind. Schwieriger wird es, wenn die illokutionäre Rolle der Äußerungen nicht explizit ist, wie z. B. in der Äußerung „Du kommst doch immer zu spät!“ oder „Ich hätte gern, du wärest ein wenig freundlicher zu mir!“ Um hier die illokutionäre Rolle richtig verstehen zu können, müssen alle Faktoren des situativen Kontextes genau beachtet werden. Dazu zählen auch die Kenntnis und Akzeptanz sozialer Rollen. Frames/Rahmen¹⁹ dienen als Interpretationsschema bei der Definition der Situation. Trotzdem sind unterschiedliche Reaktionen auf dieselben Botschaften möglich. Dies beruht auf unterschiedlichen Erwartungen, Erfahrungen, Vorwissen und der Kommunikationsbiografie.

Texte

Mit den Verknüpfungen von Sätzen zu einem Text beschäftigt sich die Textlinguistik. Verknüpfungen zwischen Sätzen können syntaktisch durch z. B. Thema-Rhema-Beziehungen hergestellt werden und/oder semantisch durch z. B. Wortbedeutungen, die sich über den Satz hinaus sich zu Komplexen erweitern, und/oder pragmatisch durch die im Text gegebenen raum-zeitlichen Bedingungen und das im Text zu erkennende Wissen des Autors.

¹⁸ Imhasly/Marfurt/Portmann 1986, 164.

¹⁹ Goffman 1986.

In einem textpragmatisch erweiterten Sinn wird untersucht, „*wie Texte in Kommunikationssituationen funktionieren und verstanden werden*“.²⁰ Hier sind die Kommunikationssituation und der Textsinn die Bezugsgrößen. Texte erfüllen eine kommunikative Funktion: Der Text dient der Verständigung, der Sachverhaltsdarstellung, dem Ausdruck eines Wunsches, einer Absicht oder einer Meinung. Dabei spielt die pragmatische Dimension, also die Bezogenheit des Textes auf Sprecher und Hörer bzw. Autor und Leser eine große Rolle. Um über die Textfunktion Aussagen treffen zu können, muss der ganze Kommunikationszusammenhang betrachtet werden.

Textsorten bzw. Textmuster sind durch spezifisch verwendete sprachliche Mittel und situative Bedingungen gekennzeichnet. Pressemitteilungen z. B. zeigen spezifische Formulierungsweisen, die auf zugrundeliegende „Formulierungsmuster“²¹ verweisen. Diese Muster steuern sowohl die Sprach- und Textproduktion als auch das Textverstehen. Wenn bei mündlichen Textsorten, wie z. B. eine Erzählung oder einen Blogbeitrag, bestimmte paraverbale Zeichen/Sprechausdrucksweisen regelmäßig und geordnet vorliegen, dürfte es auch dafür Muster geben (Formulierungsmuster).²² Für schriftliche Texte gibt es also textsortenspezifisch sprachliche Formulierungsmuster, für mündliche Texte sprachliche und sprecherische Formulierungsmuster. Diese Muster sind erlernbar. Für viele Texte der Organisationskommunikation gibt es Textmuster. Sie werden in den Modulen 5, 6, 7, 8, 10 und 11 behandelt.

Textsorten

Für Textmuster haben sich oft feste Formulierungsmuster herausgebildet: Textmusterstile.²³ Stil ist „*eine Art des Vollzugs der sprachlichen Handlung*“.²⁴ Der Sprechstil legt den Interpretationsrahmen für das Gesprochene fest.²⁵ Sprechstile können auf Formulierungsmuster verweisen oder als Formulierungsweisen auftreten. Als Formulierungsweisen sind sie Strukturen des Schalls von konkreten Sprechereignissen; als Formulierungsmuster sind sie „*Strukturmuster, nach denen der Schall der konkreten Sprechereignisse gebildet wird*“.²⁶ Sprechstile sind „*Muster für den zu erzeugenden Sprechschall und gleichzeitig [als] reale Vollzüge sol-*

²⁰ Imhasly/Marfurt/Portmann 1986, 150.

²¹ Sandig 1978, 15.

²² Vgl. Gutenberg 1998.

²³ Sandig 1986, 194.

²⁴ Sandig 1978, 15.

²⁵ Vgl. Sandig/Selting 1997, 2.

²⁶ Gutenberg 1998, 375.

cher Muster“²⁷. Dabei gibt es eine Interdependenz von Sprach- und Sprechstil beim Spontansprechen.

Sprachproduktions-
prozess/Sprechdenken

Kommunikation ist aber nicht nur eine Aneinanderreihung von Bezeichnungen, sondern beinhaltet auch ein psychisches Moment, in dem die „Zuordnungsregeln“ aktualisiert werden. Kommunikation bedeutet damit auch die psychische Aktualisierung von syntaktischen, semantischen und pragmatischem Wissen, um etwas Gemeintes einem anderen mitzuteilen, damit der/die andere versteht, was er/sie gemeint hat. Dieser Prozess wird linguistisch als „Sprachproduktionsprozess“, sprechwissenschaftlich als „Sprechdenken“ modelliert.

01.2.2 Nicht-sprachlich – Sprechausdruck

Sprechschall/
Sprechausdruck/
Prosodie/Intonation
i. w. S.

Paraverbale Zeichen hängen unmittelbar mit dem Sprechen zusammen und werden als „*Sprechschall*“²⁸ akustisch vermittelt und auditiv wahrgenommen. Das, wie etwas gesagt wird (Sprechschall/Sprechausdruck/Prosodie), ist nicht abzulösen vom Inhalt (das, was gesagt wird). Das Was und das Wie wiederum sind untrennbar verbunden mit der Person, die spricht (Wer). Paraverbale Zeichen sind die „*somatischen Voraussetzungen für die Verständigung im Miteinandersprechen*“.²⁹ Dabei werden die spezifisch akustischen Strukturen in eine mentale Verarbeitungsstruktur umgesetzt bzw. in Wahrnehmungskategorien „übersetzt“: Die akustischen Kategorien Frequenz, Schalldruck oder Dauer beispielsweise sind im Wahrnehmungsprozess Tonhöhe, Lautstärke und Tempo. Zugrundeliegende Ziele, Motive, Einstellungen etc. prägen die verbale und paraverbale bzw. sprecherische Umsetzung des Gemeintes als gedanklichem Konzept. Dabei bestimmt das jeweilige Sprachsystem die Lautungsregeln und die parasprachliche Umsetzung bleibt auf das zugrundeliegende Sprachsystem bezogen. Wortwahl, Satzbau, Akzentuierung, Melodiebewegung und Pausen werden immer interdependent in Abhängigkeit von der „Sinnintention“ des Sprechenden³⁰ produziert.

Parasprachlich bzw. sprecherisch werden folgende Parameter unterschieden: ein melodischer, ein dynamischer, ein temporaler und artikulatorischer.

Melodischer
Parameter

Der melodische Parameter bezieht sich auf die Eigenschaften, die mit der Schwingungszahl des Schalls zusammenhängen, wie die Grundfrequenz und ihre Verände-

²⁷ Gutenberg 1998, 375.

²⁸ Gutenberg 1998, 371

²⁹ Geißner 2000, 107.

³⁰ Nach Drach 1963, Winkler 1962.

rung.³¹ Sie sind abhängig von der Kehlkopffunktion. Wir hören, ob ein Sprecher in seiner „Indifferenzlage“ spricht, wie der Klang seiner Stimme ist (voll, verhaucht oder heiser), ob der Klang eher hell oder dunkel, nasal oder oral ist.

Der dynamische Parameter bezieht sich auf den Schalldruck und seine Veränderungen. Die Kategorien sind abhängig von der Schwingungsweite der Stimmlippen und dem Atem(-druck). Er umfasst Lautstärke und Lautstärkewechsel (sprunghaft/crescendo oder allmählich/decrecendo) und Betonungen (viel/wenig, stark/schwach).

Dynamischer
Parameter

Der temporale Parameter betrifft das Sprechtempo und die Pausen, die für die Sinnstrukturierung der Äußerung relevant sind.

Temporaler
Parameter

Der artikulatorische Parameter umfasst die Kategorien Deutlichkeit (maximal, minimal), Lautungsstufe (Standardaussprache, Mundart, Umgangslautung), Vokalismus/Konsonantismus (dominant vokalisches oder konsonantisches, eng – weit, gespannt – ungespannt) und Lautbindung (legato/staccato).

Artikulatorischer
Parameter

Treten bestimmte spezifisch akustische bzw. sprecherische Strukturen in bestimmten Situationen auf, spricht man von möglichen Sprechstilen oder Formulierungsmustern.³² Damit sie als solche erkannt werden können, geht man davon aus, dass ihnen gewisse Hörstile als Rezeptionsmuster, die mit den Produktionsmustern korrelieren, entsprechen. Solche Muster sind beispielsweise relativ konstant mit bestimmten sozialen Rollen, wie z. B. der Offizierston, Predigerston, Lehrerston, oder bestimmte Textsorten, wie z. B. Nachrichten oder Erzählungen, oder auch einigen Krankheitsbildern verbunden.

Sprechstile/
Formulierungsmuster

01.2.3 Nicht-Sprachlich – Körperverhalten

Nicht-sprachliche oder extraverbale Zeichen sind nicht unmittelbar mit dem Sprechen selbst verbunden. Sie haben keine eindeutigen Denotationen, weshalb der Begriff „Körpersprache“ irreführend ist. „Körpersprache“ gilt nur für Gebärdensprache. Heilmann (2011) gebraucht den Begriff für alle kodifizierten gestische Zeichen. Zu den nonverbalen Zeichen zählen Mimik, Gestik, Blickverhalten, Kinesik und Proxemik. Auch mittelfristig veränderbare Merkmale wie Kleidung, Frisur, Bart oder Schmuck sind nonverbale Zeichen, die stärker kontrollierbar sind. Menschen reagieren auf nonverbale Botschaften viel unvermittelter und automatischer als auf verbale Botschaften.³³ Verbale und nonverbale Botschaften sind gewöhn-

³¹ Gutenberg 1998, 385.

³² Vgl. Sandig 1978.

³³ Forgas 1999, 126.

lich koordiniert und verstärken und unterstützen einander.³⁴ Sind Botschaften jedoch inkongruent, wirken nonverbale Zeichen überzeugender als verbale. Nonverbale Zeichen spielen in der Kommunikation eine große Rolle. Durch Blickkontakt, Lächeln oder Zuwendung des Körpers wird z. B. Gesprächsbereitschaft signalisiert.³⁵ Sie dienen u. a. der Selbstdarstellung, der Kommunikation emotionaler Zustände (Angst, Glück, Freude, Ekel) und von Einstellungen.

Blickkontakt

Blickkontakt: Er ist vom Kontext abhängig und kann Intimität, Engagement, Aggression u. a. signalisieren. Ein durchschnittlicher Blickkontakt dauert ca. 1 s, ein Blick, der dem anderen gilt, dauert etwa 3 s. Frauen schauen einen Gesprächspartner allgemein länger an als Männer. Auch werden Partner in kooperativen Situationen öfter angeschaut als in Wettbewerbssituationen.³⁶

Mimik

Mimik: Einige mimische Ausdrücke gelten kulturübergreifend; die meisten sind jedoch gesellschaftlich und kulturell geprägt.

Gestik

BEZEICHNUNG	FUNKTION
Illustratoren	Unterstreichen des Sprachlichen
Manipulatoren	Verhaltensweisen zur Bedürfnisbefriedigung, z. B. sich kratzen, räuspern
Embleme	Festgelegte Bedeutung, z. B. an den Kopf tippen, Faust ballen
Regulatoren	Für Kommunikationsablauf und Sprecherwechsel, z. B. Blickzuwendung
Affektdarbietungen	Emotionsausdruck, z. B. Freude, Trauer, Furcht, Ärger, Abscheu, Überraschung

Tab. 01.1 Gestische Bezeichnungen

Proxemik

Proxemik untersucht die räumlich-körperlichen Positionen von Menschen, die miteinander kommunizieren. Sie ist stark kulturell geprägt. Für den hiesigen Kulturraum gelten die folgenden Unterscheidungen: intime Zone (0- 60 cm), persönliche

³⁴ Forgas 1999, 132.

³⁵ Beck 2007, 38.

³⁶ Vgl. Forgas, 1999, 141 ff..

Zone (60 cm bis 1,20 m), sozial-konsultative Zone (1,20-3,30 m) und öffentliche Zone ($\geq 3,30$ m).³⁷

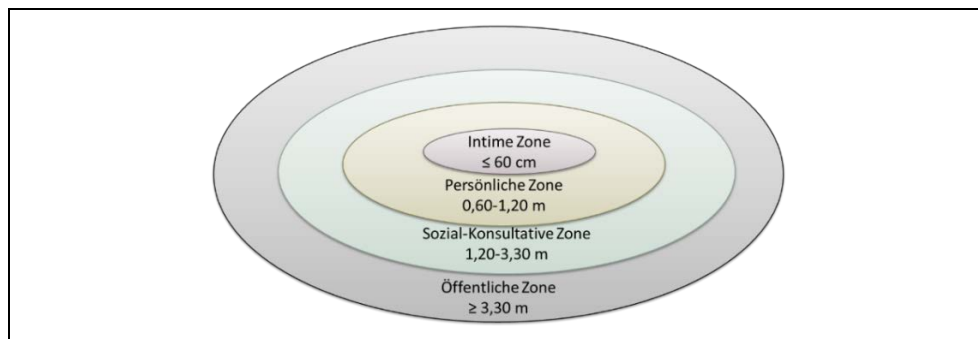


Abb. 01.4 Proxemik: Zonen nach Hall 1966

01.3 ÜBUNGS- UND SELBSTKONTROLLAUFGABEN

1. Was ist sprachliche Kommunikation?
2. Wie bezeichnet man die Beziehung zwischen Zeichen und Gegenstand?
Welche Beziehungen sind möglich?
3. Was ist ein Kommunikationsprozess?
4. Eine Führungskraft bittet einen Mitarbeiter: „Stellen Sie bitte das Angebot für den Kunden X zusammen!“ Bestimmen Sie den Sprechakt!

³⁷ Vgl. Hall 1966.

02. KOMMUNIKATIONSMODELLE

Die o. g. Geschäftsführer gehen davon aus, dass die Kommunikation in ihrem und von ihrem Unternehmen als Organisationskommunikation bezeichnet werden kann. Ihre Organisation ist erst im Entstehen begriffen. Trotzdem ist absehbar, dass bestimmte Kommunikationen geplant, regelmäßig und systematisch vorhanden sein werden. Sie möchten in jedem Fall mit ihrer Umwelt kommunizieren, weil sie bekannt werden wollen. Sie möchten durch Kommunikation eine gute Beziehung zu ihren Mitarbeitern, Dozenten und Umwelt aufbauen. Darüber hinaus möchten sie ein einheitliches Image ihres Unternehmens prägen.

Dies nehmen wir zum Anlass, unterschiedliche kommunikationspsychologische Kommunikationsmodelle, die zur Beschreibung und Analyse von Kommunikation entwickelt wurden, vorzustellen. Sie sind handlungsorientiert wie die Rhetorik selbst (auch wenn sie hier nur in ihren Grundzügen auftauchen), weisen folglich eine téchne zur kommunikativ-funktionalen Verständigung auf.

Wir definieren Kommunikation als sozialen, situationsbezogenen, wechselseitigen Prozess, in dem Gemeintes intentional durch Zeichen aktualisiert wird, um es einem anderen mitzuteilen und gemeinsam Sinn herzustellen. Sprache mit den Grundfunktionen Ausdruck, Appell und Darstellung wird für die soziale Interaktion benutzt. Grundlage hierfür bietet das Organonmodell nach Bühler (1934) mit einer handlungsorientierten Sprachauffassung mit den sprachlichen Grundfunktionen (Ausdrucks-, Appell- und Darstellungsfunktion).

02.1 ORGANONMODELL

Ausgehend von konkreten Sprechereignissen betrachtet Bühler (1934) Sprache als Werkzeug (Organon), das zur Mitteilung benutzt wird. Das Zeichen ist dabei Symbol, Symptom und Signal; es ist Symbol für Gegenstände und Sachverhalte, Symptom für den Sender und Signal für den Empfänger.

Bühler

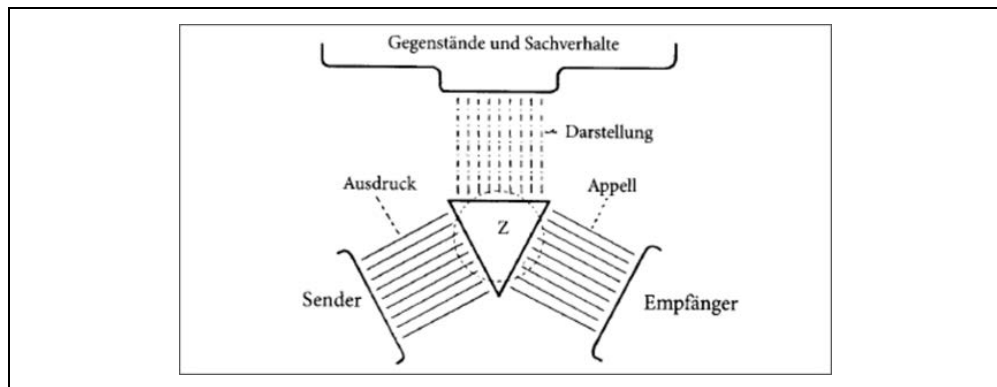


Abb. 02.1 Organonmodell nach Bühler (1934)

Der Kreis in der Mitte steht für „das konkrete Schallphänomen“. Es wird zum Zeichen für Sender, Empfänger und Gegenstand: »Drei variable Momente an ihm sind berufen, es dreimal verschieden zum Rang eines Zeichens zu erheben. Die Seiten des eingezeichneten Dreiecks symbolisieren diese drei Momente. (...) Die Linien-scharen symbolisieren die semantischen Funktionen des (komplexen) Sprachzeichens. Es ist Symbol kraft seiner Zuordnung zu Gegenständen und Sachverhalten, Symptom (Anzeichen, Indicium) kraft seiner Abhängigkeit vom Sender, dessen Innerlichkeit es ausdrückt, und Signal kraft seines Appells an den Hörer, dessen äußeres oder inneres Verhalten es steuert wie andere Verkehrszeichen.«³⁸ Damit hat das sprachliche Zeichen drei Funktionen: Darstellung, Appell und Ausdruck (sein früherer Terminus war „Kundgabe“.³⁹ Diese Funktionen hat es immer und sie sind gleichwertig.

Ausgehend von dieser Definition wird im Folgenden eine Auswahl verschiedener Kommunikationsmodelle kritisiert.

02.2 TRANSPORTMODELL

Sender-Empfänger-Modell

Kommunikationsmodelle, in denen die Übertragung von Nachrichten im Vordergrund steht, werden als Transport- oder Nachrichtenübertragungsmodelle bezeichnet. Shannon/Weaver (1948) beispielsweise untersuchten die Übertragung einer Nachricht von einem Sender zu einem Empfänger.

³⁸ Bühler 1965, 28 zitiert nach Hoffmann 2010, 88.

³⁹ Jacobsen (1960) entwickelt über Bühlers (1934) expressive, appellative und repräsentative Sprachfunktion hinaus weitere Funktionen: die metasprachliche, die phatische oder kontaktherstellende und die poetische Funktion.

**ZENTRUM FÜR FERNSTUDIEN UND
UNIVERSITÄRE WEITERBILDUNG (ZFUW)**

UNIVERSITÄT KOBLENZ-LANDAU
FACHBEREICH BLINDTEXT
UNIVERSITÄTSSTR. 1
D-56070 KOBLENZ

TEL. +49(0)261 287-1500
FAX +49(0)261 287-1501

ZFUW@UNI-KOBLENZ-LANDAU.DE
WWW.ZFUW.UNI-KOBLENZ-LANDAU.DE

WWW.XING.COM/NET/ZFUW
WWW.FACEBOOK.COM/ZFUW.UNI.KOBLENZ.LANDAU
WWW.TWITTER.COM/ZFUW



 **zfuw**

 UNIVERSITÄT
KOBLENZ · LANDAU