

Gesprächskompetenz vermitteln – Angewandte Forschung?

Sylvia Bendel

veröffentlicht in dem Sammelband
Michael Becker-Mrotzek / Gisela Brünner (Hg.):
Analyse und Vermittlung von Gesprächskompetenz
Radolfzell: Verlag für Gesprächsforschung 2004
ISBN 3 - 936656 - 12 - 6

<http://www.verlag-gespraechsforschung.de>

Alle Rechte an der Online-Ausgabe vorbehalten.

© Verlag für Gesprächsforschung, Dr. Martin Hartung, Radolfzell 2004

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gesprächskompetenz vermitteln – Angewandte Forschung?

Sylvia Bendel

Zusammenfassung

In der Gesprächsforschung ist es üblich geworden, gestützt auf Ergebnisse aus der Grundlagenforschung Gesprächskompetenz in Schulungen zu vermitteln. Im vorliegenden Aufsatz versuche ich, die aktuelle Praxis kritisch zu reflektieren, um so auf problematische Aspekte aufmerksam zu machen. Dazu gehört etwa der Wechsel von der grundlagenorientierten *Deskription* zur anwendungsorientierten *Präskription* von Gesprächen. Dazu gehört die Frage nach den Normen, nach denen das Gesprächsverhalten der analysierten Personen bewertet wird. Werden Normen, wie sie bereits in einigen Grundbegriffen der Gesprächsforschung enthalten sind, unreflektiert eingesetzt, kann dies zu einseitigen Bewertungen führen. Der Beitrag endet mit einem Plädoyer für die stärkere Trennung zwischen Grundlagenforschung und Anwendung sowie für den kritischeren Umgang mit Normen.¹

1 Einleitung: Von den Grundlagen zur Anwendung

Gesprächsforscherinnen und Gesprächsforscher untersuchen seit drei Jahrzehnten, wie Menschen miteinander reden, nach welchen Regeln private und institutionelle Gespräche funktionieren. Sie scheinen damit prädestiniert zu sein für die Aufgabe, interessierten Menschen beizubringen, wie man erfolgreich kommuniziert, mit andern Worten: Gesprächskompetenz zu definieren und zu vermitteln. Tatsächlich tun sie das auch immer häufiger. Die Initiative für Aufklärung und Schulung im Bereich Kommunikation ging und geht teilweise von den Gesprächsforschenden selber aus. So haben zum Beispiel Wahmhoff und Wenzel (1979) in ihrer Pionierarbeit zum Sozialamt nicht nur untersucht, wie Bürger-Verwaltungs-Kommunikation funktioniert, sondern auch die Frage aufgeworfen, wie diese im Bemühen um mehr Bürgerfreundlichkeit verbessert werden könnte.

1 Für die kritische Durchsicht des vorliegenden Aufsatzes danke ich ganz herzlich den „Berner Pragmatigern“ Barbara Buri, Jakob Marti und Daniel Rellstab sowie den Herausgebern dieses Bandes.

Bis heute verfolgt die Kritische Diskursanalyse das Ziel, mit der gesprächsanalytischen Forschung zum Abbau gesellschaftlicher Diskriminierung beizutragen.²

Zunehmend sind es jedoch die Institutionen selber, die sich von den Forschenden Ratschläge für die Verbesserung ihrer Kommunikation erbitten – oft als Gegenleistung für die zur Verfügung gestellten Untersuchungsressourcen.³ Heute sind die Gesprächsforschenden in drei Feldern tätig. Erstens in der Grundlagenforschung, deren Ziel es ist, die Funktionsweise natürlicher Gespräche zu beschreiben; zweitens in der anwendungsorientierten Forschung oder Angewandten Linguistik, die neben der reinen Analyse Probleme herausarbeiten, Verbesserungsmöglichkeiten umreissen und Wege zur Umsetzung aufzeigen will; und drittens in der von privaten Unternehmen finanzierten Auftragsforschung, die von Anfang an auf konkrete Massnahmen wie Schulungen zielt. Dazu gehört auch die kommerzielle Kommunikationsberatung. In der Literatur wird normalerweise nicht zwischen diesen drei Tätigkeitsfeldern unterschieden.⁴ Diese mangelnde Differenzierung dürfte ein Teil des im Folgenden beschriebenen Problems sein.

Bei den von den anwendungsorientierten und im Auftrag arbeitenden Forscherinnen und Forschern propagierten Aufklärungs-, Beratungs- und Trainingsmassnahmen scheint der Übergang von der Grundlagenforschung zur Anwendung problemlos und fliessend zu verlaufen. Forschungsergebnisse scheinen sich bruchlos in Berichte an die Institution, in Empfehlungen oder in Seminarunterlagen umformen zu lassen. Vielen Forschenden ist offenbar zu wenig bewusst, dass zwischen Analyse und Vermittlung kein gradueller, sondern ein struktureller Unterschied besteht. Dieser äussert sich im Akt des Bewertens. Die Grundlagenforschung untersucht wertneutral, wie Gespräche funktionieren, sie ist *deskriptiv*. Empfehlungen und Beratungen aller Art hingegen legen fest, wie Gespräche funktionieren sollen, sie sind *normativ*. Der Wechsel zur Präskription bedeutet, wie zu zeigen sein wird, eine grundlegende Umorientierung des ganzen forschenden Tuns und ist keine logische Fortsetzung der Deskription!

Wie radikal die Umorientierung vom verstehenden Beschreiben zum bewertenden Vorschreiben ist, wird durch die – an sich bewährte – Praxis, in Schulungen mit Transkripten zu arbeiten, eher verschleiert als erhellt. Transkripte wer-

2 „Discourse analysis as guide to reform is praxis-oriented in that it seeks to use the results of discourse analytic studies in order to develop social interventions.” (Willig 1999, 15).

3 Beispielhafte Beiträge zu Bürger-Verwaltungsdiskursen, Arzt-Patienten-Gesprächen und Beratungsgesprächen finden sich in Brünner / Fiehler / Kindt (Hrsg.) (1999) und Fiehler / Sucharowski (Hrsg.) (1992).

4 Unter der Flagge „Angewandte Linguistik“ segeln im Gegenteil oftmals Studien, die meines Erachtens der Grundlagenforschung zuzurechnen sind, so zum Beispiel der methodologisch ausgerichtete Sammelband von Gruber / Menz (2001). Damit ist keineswegs eine Kritik an der Qualität der darin versammelten Beiträge verbunden. Doch wäre der Sache mehr gedient, wenn von Anwendungsorientierung und vor allem Anwendung wirklich nur dann gesprochen würde, wenn konkrete Umsetzungsmöglichkeiten skizziert werden.

den von gesprächsanalytisch arbeitenden Kommunikationstrainern gerne eingesetzt, denn sie scheinen für sich zu sprechen. Kommunikationsprobleme, gute und schlechte Verhaltensweisen liegen schwarz auf weiss vor und werden von den Seminarteilnehmern selber erkannt, während die Analytikerin vornehme Zurückhaltung üben kann. Das Verführerische daran ist, dass es so gut funktioniert: Weder die Gesprächsforschenden noch die Betroffenen haben Mühe, Probleme zu identifizieren und verschiedene Verhaltensweisen als gut / schlecht bzw. erfolgreich / nicht erfolgreich zu qualifizieren.⁵ Durch den Vergleich von erfolgreichen mit nicht erfolgreichen Beispielen lassen sich gemäss Fiehler sogenannte „deskriptive Normen“ gewinnen (Fiehler 1999, 32). Übersehen wird dabei, dass bereits die Entscheidung, ob ein Kommunikationsproblem vorliegt, dass bereits die Qualifizierung bestimmter Gesprächssequenzen als „erfolgreich“ nicht ohne Rekurs auf normative Vorstellungen vom „normalen“ bzw. „guten“ Gespräch erfolgen können. Diese basalen Vorstellungen von Normalität und Qualität werden in der Regel weder ausgesprochen noch reflektiert. Sie stellen in der anwendungsorientierten Gesprächsforschung und in der Beratung einen blinden Fleck dar.

Ich versuche in diesem Beitrag zu zeigen, dass von der Grundlagenforschung kein direkter Weg zur anwendungsorientierten Definition und praktischen Vermittlung von Gesprächskompetenz führt. Zwei strukturelle Hindernisse stehen dem im Weg:

1. Anwendungsorientierung wirkt einschränkend auf den Begriff der Gesprächskompetenz und auf die Auswahl der untersuchten Phänomene.
2. Normen und davon abhängige Bewertungen von Gesprächsverhalten können nicht direkt aus der Forschung bzw. aus den Transkripten abgeleitet werden, sondern nur aus dem untersuchten Feld und den Zielen der Schulung.

Den erwähnten zwei Hindernissen sind die folgenden Abschnitte gewidmet. Meine Erläuterungen stütze ich auf Beispiele aus der Literatur und eigene Forschungsprojekte. Im letzten Abschnitt werde ich zeigen, dass sich die Gesprächsforschung von der Vermittlung von Gesprächskompetenz trotzdem keineswegs verabschieden muss. Notwendig sind jedoch eine schärfere Trennung zwischen Grundlagenforschung, anwendungsorientierter Forschung und Auftragsforschung sowie ein Umgang mit Normen, der kritischer und transparenter ist als bisher.

2 Anwendungsorientierte Einschränkung der Forschungsfragen

Der Begriff der 'Kompetenz' gelangte über die Generative Grammatik in die Sprachwissenschaft. Er bezeichnet dort die Fähigkeit, in einer bestimmten Sprache grammatikalisch korrekte Sätze zu bilden. Übertragen auf die Gesprächsfor-

5 Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der von mir geleiteten Kommunikationsseminare jedenfalls waren mit klaren Urteilen bezüglich gut und schlecht immer rasch bei der Hand.

schung würde Kompetenz demnach die Fähigkeit bedeuten, interaktiv korrekte Gespräche zu führen: eine zentrierte Interaktion herzustellen, den Sprecherwechsel zu koordinieren, Themen zu generieren usw. Eine so verstandene Kompetenz ist für die Angewandte Gesprächsforschung jedoch uninteressant, denn die Fähigkeit, überhaupt Gespräche zu führen, ist nicht das Ziel der verschiedenen Vermittlungsbemühungen, sondern deren Voraussetzung.

'Kompetenz' wird im Zusammenhang mit Schulungen daher meistens als *Handlungskompetenz* definiert, als die Fähigkeit, in einer bestimmten Situation und im Hinblick auf ein bestimmtes Ziel adäquat und erfolgreich zu kommunizieren. Der Begriff der Kompetenz gewinnt damit eine normative Komponente.⁶ Die Verschiebung des Kompetenzbegriffs aus dem Bereich der grundlegenden Gesprächsfähigkeit in den Bereich des konkreten Handelns ist zwar notwendig und sinnvoll, soll Kompetenz als etwas noch im Erwachsenenalter Erwerb- und Veränderbares begriffen werden, gleichzeitig macht sie den Begriff jedoch unscharf. Ist Kompetenz nun die allgemeine Befähigung zur erfolgreichen Gesprächsführung, oder ist sie ein je situationsspezifisch zu definierendes Repertoire kommunikativer Fertigkeiten? Ist Kompetenz als solche erlernbar oder sind es nur einzelne Handlungsweisen?⁷ Für die Praxis relevant dürfte die zweite Sicht sein: Kompetenz als situationsspezifisches Repertoire kommunikativer Fähigkeiten (zum Beispiel 'die Situation einschätzen'), dialogischer Strategien ('mit Alternativfragen den Gesprächsabschluss herbeiführen') und rhetorischer Fertigkeiten ('mit Beispielen und Zitaten überzeugen').

Mit der Hinwendung von der Grundlagenforschung zur Anwendung geht demnach eine Verschiebung in der Definition und Verwendung des Begriffs Kompetenz einher. Diese Verschiebung wäre nicht weiter von Belang, würde sie sich nicht einschränkend auf die Auswahl der Forschungsfragen und der untersuchten Phänomene auswirken. Tatsache ist jedoch, dass die Orientierung auf die spätere Anwendung und Schulung wie ein Filter wirkt, in welchem alles hängen bleibt, was entweder als nicht veränderbar oder nicht praxisrelevant betrachtet wird. Anwendungsorientierte Forscherinnen und Forscher fragen zum Beispiel nicht danach, auf welche Art die Prosodie dazu beiträgt, sprachliche Einheiten und „Transition Relevant Places“ zu generieren (Selting 1998), da das prosodische Verhalten der Sprechenden in der Regel weder verändert werden muss noch kann. Die 'Angewandten' fragen auch nicht danach, ob eine Pause von 1.2 Sekunden lang oder kurz ist und wem die Pause zuzuschreiben ist (Meise 1996), weil das für die alltägliche Gesprächspraxis irrelevant ist. So fällt ein Grossteil der Fragen, die von der Gesprächsforschung bisher behandelt wurden, unter dem

6 Vgl. Deppermann in diesem Band.

7 Die Schwierigkeit der Begriffsbestimmung äussert sich bei Deppermann unter anderem im wechselnden Gebrauch von Singular und Plural. Meines Erachtens wäre es sinnvoll, Gesprächskompetenz nur in der Einzahl zu verwenden und dafür die verschiedenen Fähigkeiten und Fertigkeiten zu unterscheiden, die zusammengenommen Gesprächskompetenz ausmachen.

Blickwinkel der Anwendung zum Vornherein weg. Das ist legitim, sollte aber nicht übersehen werden.⁸

Erst recht eingeschränkt wird die Auswahl der untersuchten Phänomene, wenn die Analyse nicht einem wissenschaftlichen Projekt entstammt, sondern im Auftrag eines Unternehmens durchgeführt wird. In diesem Fall schlägt das vertragliche Verhältnis zwischen dem Auftraggeber und der ausführenden Forscherin auf den gesamten Forschungsprozess durch, von der Fragestellung und der Zielformulierung über das Vorgehen, die Interpretation der Daten bis hin zur Präsentation der Resultate.

Dazu ein Beispiel aus meiner eigenen Forschungstätigkeit. In den Jahren 2000 und 2001 führte ich für eine Schweizer Bank eine Untersuchung der Kommunikation in ihren verschiedenen Call Centern durch mit dem Ziel, die Qualität des Kundenservices zu verbessern. Als reguläre Angestellte der Bank stand mir aussergewöhnlich viel Zeit zur Verfügung, ich hatte freien Zugang zu allen gewünschten Informationen und Personen und genoss als Interne – nach anfänglicher Skepsis gegenüber dem exotisch anmutenden gesprächsanalytischen Instrumentarium – das Vertrauen der Mitarbeitenden und Vorgesetzten. Gleichzeitig beeinflusste die Organisation das ganze Projekt massgeblich. Hatte ich ursprünglich geplant, Interaktionen am Schalter zu untersuchen, befanden die Auftraggeber, die Verbesserung der telefonischen Kommunikation sei dringlicher. Die Konsequenzen waren gravierend: Das Projekt und damit meine Person wurden einer andern Abteilung zugewiesen, die Aufnahmen und Analysen beschränkten sich auf den auditiven Kanal, und inhaltlich wies das Korpus eine ganz andere Zusammensetzung auf, da über das Telefon teilweise andere Geschäfte abgewickelt werden als am Schalter.

Zeitpunkt, Art und Qualität der Aufnahmen wurden nicht allein von meinem Untersuchungsdesign bestimmt, sondern waren weitgehend vom Goodwill der einzelnen Abteilungsleiter und von den technischen Möglichkeiten vor Ort abhängig.⁹ Bei der Auswahl der Phänomene, welche ich genauer unter die Lupe nehmen wollte, war ich auch nicht völlig frei. Ich konnte mich nicht von gesprächsanalytisch besonders interessanten Fragestellungen leiten lassen, wie zum Beispiel der auffallenden Demonstration von Kompetenz durch die männlichen Kunden bei Börsenaufträgen, weil diese Frage für die Angestellten bei der Entgegennahme von Aufträgen nicht relevant ist. Ich hatte mich nach dem umzusehen, was in der Ausbildung vermittelbar ist, im Alltag umgesetzt werden kann und – wenigstens dem Anspruch nach – die Kommunikation effizienter und / oder kundenfreundlicher macht. Dazu gehörten Fragen wie: Mit welchen Fragen

8 Vor allem nicht angesichts des gegenwärtig auf die Universitäten ausgeübten Drucks, vermehrt angewandte Forschung zu betreiben und Aufträge aus der Industrie zu acquirieren.

9 Das ist allerdings ein Problem, mit dem auch Grundlagenforscher kämpfen.

kann ich die Kundin am sichersten identifizieren?¹⁰ Wie bringe ich den Kunden dazu, sein Anliegen dem Angestellten im Call Center zu unterbreiten, anstatt den persönlichen Kundenberater zu verlangen?¹¹ Wie erkläre ich den Unterschied zwischen einem 'limitiert' und einem 'bestens' gegebenen Börsenauftrag? Auf welche Weise kann ich die Kunden dazu motivieren, an einer telefonischen Kundenzufriedenheitsstudie teilzunehmen?

Bei der Interpretation der Daten versuchte ich zwar, die Sicht der Kundinnen und Kunden einzubeziehen, so weit sie sich aus den Gesprächen selbst rekonstruieren liess; letztlich erfolgte die Analyse jedoch weitgehend aus der Perspektive des Unternehmens. Zu schildern war, wie „wir“ von der Bank es machen und wie sich „unser“ Verhalten auf die Gespräche auswirkt. Auch die Stossrichtung meiner Analysen und Interpretationen war klar: Ziel war nicht, die Gespräche in den Call Centern einfach zu beschreiben, sondern sie zu *bewerten* und am Schluss klare *Verhaltensempfehlungen* abzugeben. Als Forscherin stand ich unter dem in der Grundlagenforschung nicht bekannten Druck, brauchbare, umsetzbare Ergebnisse zu produzieren, denn daran wird der Erfolg von unternehmensinternen Projekten gemessen.

Schliesslich machte sich das Auftragsverhältnis auch bei der Präsentation und Streuung der Ergebnisse bemerkbar. Die Darstellung hatte nicht primär wissenschaftlichen Kriterien zu genügen, sondern war in Formen zu präsentieren, die im Unternehmen gebräuchlich sind (unter anderem Power-Point-Präsentationen und Intranet), in einer Sprache, die gebildete Laien verstehen, und in einem Umfang, der von viel beschäftigten Kaderleuten zu bewältigen ist. Die Formulierungen hatten Rücksicht zu nehmen auf die persönliche Empfindlichkeit und die betriebliche Position der Beteiligten, und bei der Streuung der Ergebnisse hatte ich darauf zu achten, dass vor allem meine kritischen Bemerkungen nicht den falschen Leuten in die Hände kamen bzw. nicht in den heiklen Phasen der Budgetierung und Bonuszuteilung über die Abteilung hinaus bekannt gemacht wurden. Auftragsforschung im Unternehmen bedeutet zusammengefasst:

- Vorgabe des Untersuchungsbereichs und der globalen Zielformulierung durch den Auftraggeber,
- Abhängigkeit der Korpusgrösse, -zusammenstellung und -qualität von den personellen und technischen Voraussetzungen im Betrieb,
- Interpretation der Daten aus der Sicht des Unternehmens und des Praxisbezugs,
- Formulierung klarer Verhaltensempfehlungen,
- populärwissenschaftliche Darstellung der Analysen und
- strategischer Umgang mit den Ergebnissen.

10 Aufgrund des Bankgeheimnisses müssen Kunden sich mit präzisen Angaben zu ihrer Bankverbindung als Kontoinhaber ausweisen, bevor sie Auskünfte bekommen oder Aufträge erteilen können.

11 Das Call Center hat den Auftrag, möglichst viele Anfragen selber zu beantworten und die Kunden wenn möglich nicht weiterzuverbinden.

Was im Vergleich zur Grundlagenforschung gleich bleibt, ist die Methode. Wie in jedem andern gesprächsanalytischen Projekt konnte ich mit authentischen, aufgezeichneten Gesprächen arbeiten, eine Gesprächsdatenbank und detaillierte Transkripte erstellen und daran sequenzielle wie gesprächsstrukturelle Analysen vornehmen. Gestützt auf die Resultate der Untersuchung konnte ich schliesslich einen mehrteiligen Workshop für die betroffenen Angestellten entwickeln und durchführen (vgl. Bendel 2002). Aus der Sicht der Umsetzung war das Projekt somit erfolgreich. Als Beitrag zur Grundlagenforschung kann es in der gegenwärtigen Form allerdings nicht gewertet werden: Die Auswertung erfolgte zu stark im Hinblick auf die unternehmens-, ja abteilungsspezifischen Bedürfnisse, als dass sie allgemeingültige Erkenntnisse zu Tage gefördert hätte. Die Analyse ist von A bis Z durchzogen von Wertungen, vor allem aber sind die als interne Papiere publizierten Ergebnisse der wissenschaftlichen Öffentlichkeit schlicht nicht zugänglich. Für eine wissenschaftliche Publikation muss ich das erhobene Gesprächsmaterial einer neuen Analyse unterziehen.

Bedeutet das nun, dass Auftragsforschung eine um gewisse Fragestellungen reduzierte Form der Grundlagenforschung ist, die kleine Schwester sozusagen? Die Ausführungen sollten gezeigt haben, dass die Differenzen tiefer reichen. Von der Orientierung auf die unmittelbare Umsetzung und Verwertung ist der gesamte Forschungsprozess betroffen. Dahinter liegt ein nicht zu überwindender struktureller Unterschied: Die angewandte Forscherin ist in letzter Instanz nicht der Wissenschaftlichen Gemeinschaft gegenüber verantwortlich, sondern ihrem Auftraggeber.¹²

3 Willkürliche Bewertungen und heimliche Normen

Ihrem Selbstverständnis nach ist die Grundlagenforschung wertneutral. Sie beschreibt die von ihr untersuchten Phänomene, bewertet sie aber nicht. Deppermann betont, die von der Gesprächsforschung etablierten Begriffe und Konzepte seien für die normative Praxis gar nicht vorgesehen (in diesem Band). Bei genauerem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass die Gesprächsforschenden oft nicht neutral und unbeeinflusst von bestimmten Vorstellungen von „Gespräch“ an ihr Material herangehen. Ich versuche im Folgenden zu zeigen, dass Normen

- a) implizit in einigen der verwendeten Fachbegriffe stecken,
- b) bei der Identifizierung von „Störungen“ zum Tragen kommen,
- c) die Beurteilung des Verhaltens der analysierten Interaktanten beeinflusst.

12 Das schliesst eine anwendungs- oder gar grundlagenorientierte Re-Analyse des erhobenen Materials natürlich nicht aus.

3.1 *Metaphorische Begriffe*

Wie jede Wissenschaft braucht die Gesprächsforschung Begriffe, um die untersuchten Phänomene modellieren zu können. In der Gesprächsforschung stammen viele Begriffe aus dem Alltag (zum Beispiel 'Unterbrechung') oder aus anderen Fachgebieten (zum Beispiel 'Interaktion'). Eine ganze Reihe von Begriffen stammt aus dem technischen Bereich: 'Muster', 'Schema', 'Regel', 'mechanism' oder 'machinery of turn-taking', 'Apparat', 'Störung' und 'Reparatur' kommen aus dem Maschinenbau. Durch ihre Übernahme in die Gesprächsanalyse wird suggeriert, ein Gespräch funktioniere wie eine Maschine. Die Maschine dient als veranschaulichende Metapher für das abstrakte Phänomen Gespräch. Doch mit Antos ist zu betonen, dass „Metaphern über ihre analogisierende Funktion hinaus unser Denken und Handeln weithin erkenntniskonstituierend vorprägen können.“ (Antos 1999, 96). Mit dem Konzept von Kommunikation als Maschine sind somit auch Erwartungen verbunden: Orientierung an Output, Effizienz, Reibungslosigkeit. Ich habe den Eindruck, dass vielen Arbeiten, in denen von 'Störungen', 'Schleifen' oder 'Problemen' die Rede ist, das unausgesprochene Ideal des reibungslosen und effizienten Gesprächs zugrunde liegt.¹³ Ein Blick in die populären Rhetoriklehrbücher zeigt, dass diese auf denselben Idealen fassen, ist in diesen Ratgebern doch viel von Gesprächs'techniken' die Rede, welche die angestrebte Effizienz und Reibungslosigkeit garantieren sollen. Andere mögliche Gesprächsformen wie das gemeinsame Suchen und Abwägen, das Umkreisen eines Themas, das Ausloten von Gegensätzen geraten aus dem Blickfeld oder sind als Gesprächs'schleifen', 'mangelnde Zielorientierung' usw. mit einem Stigma behaftet.

Ein zweiter Bereich, der als Bildspender für metaphorisch verwendete Begriffe dient, ist die Arbeit. Einzelne Gesprächssequenzen werden als 'Aufgaben' oder 'Probleme' konzipiert, welche die Beteiligten 'lösen' oder 'bewältigen' müssen. Gesprächsmuster erscheinen als 'Aufgabenschemata', die 'abgearbeitet' werden müssen. Das miteinander Reden erscheint in diesen Konzepten als (mitunter mühselige) Arbeit.¹⁴

Andere Konzeptualisierungen von Gesprächen existieren, schlagen sich aber weit weniger umfangreich im Vokabular nieder. Der 'Gesprächszug' zum Beispiel erinnert an Goffmans Konzept von Interaktion als Spiel (Goffman 1973), der 'Gesprächsschritt' an Aronssons Idee vom Gespräch als Tanz (Aronsson 1998), Ausdrücke wie 'Strategie' und 'Taktik' an die altbekannte Metapher vom Gespräch als Kampf.

¹³ Typisch für diese Haltung sind einige Beiträge im Sammelband von Fiehler (1997).

¹⁴ Schon Ehlich hat die Expansion der Arbeits-Metapher in alle möglichen gesellschaftlichen Bereiche inklusive Psychologie ("Beziehungsarbeit") kritisch beobachtet (Ehlich 1987). Herrmanns betont, dass nicht jedes Sprechen per se Handlungscharakter hat oder aufgabenorientiert ist, sondern dass es durchaus zweckfreies Sprechen gibt (Herrmanns 1987).

Warum Gespräche heute eher als Maschine oder (Team-)Arbeit konzeptualisiert werden denn als Tanz oder Kampf, darüber liesse sich spekulieren. Mir geht es aber darum zu zeigen, dass mit metaphorischen Begriffen auch Vorstellungen und Ideale von Kommunikation transportiert werden, die vielleicht nicht beabsichtigt waren, aber umso aufschlussreicher sind.

Ein Spezialfall ist schliesslich der Begriff der 'Kooperation'. Von Grice wurde Kooperation ursprünglich als lediglich auf der Gesprächsoberfläche funktionierendes Prinzip zur Verständigungssicherung konzipiert, welches sogar im Streit notwendig ist, um die Kommunikation aufrecht zu erhalten. In diesem Sinne wird der Begriff noch heute von der funktionalen Pragmatik verwendet. Die Sprechwissenschaft hingegen versteht unter Kooperation eine im ethischen Sinne erstrebenswerte Haltung dem Gesprächspartner gegenüber.¹⁵ Und die feministische Linguistik hat mit ihrer (heute so nicht mehr akzeptierten) Unterscheidung zwischen (weiblichem) kooperativem und (männlichem) kompetitivem Gesprächsstil das Ihre zur Moralisierung des Begriffs beigetragen.¹⁶ Obwohl die Positionen eigentlich klar sind, sorgt die unterschiedliche Auslegung des Begriffs an Tagungen, mitunter aber auch in der Literatur, immer wieder für Verwirrung.

Die Analyse zeigt, dass einige zentrale Begriffe der Gesprächsforschung implizite Normen enthalten. Gespräche sind dem Ideal nach aufgabenorientiert, effizient, störungsfrei und – je nach Standpunkt – kooperativ im diskursethischen Sinne. Die jeweiligen Gegenstücke, als da sind Spass, Abschweifen, Kreisen, Kompetitivität und Konflikt, werden ausgeblendet oder sind negativ konnotiert.¹⁷ Es wäre an der Zeit, dass sich die Gesprächsforschenden bewusster der Frage stellen, mit welchen Vorstellungen von Kommunikation sie eigentlich an ihre Arbeit gehen.

3.2 Heimliche Normen

Noch deutlicher wird die Orientierung an unreflektierten Normen und Idealen, wenn das Gesprächsverhalten bestimmter Personen untersucht wird, besonders von Institutionenvertretern. In der Gesprächsforschung herrscht eine lange Tradition, die Klienten von Institutionen als Opfer darzustellen und sich mit ihnen zu solidarisieren. Ob Schulunterricht, Hochschulsprechstunden, Gerichtsprozesse, Arbeitsamt, Arzt-Patienten-Kommunikation oder Fernsehdiskussion, stets wird das Verhalten der Institutionenvertreter negativ bewertet. Überspitzt formuliert:

15 Vgl. die Sammelbände von Bartsch (1994) und Mönich / Jaskolski (1999).

16 Gegen diese Vorstellung von Kooperation haben Hess-Lüttich (1981) und Keller (1987 und 1995) mehrfach Position bezogen, letzterer, indem er postulierte, Menschen würden nicht primär kooperativ, sondern rational handeln.

17 Ausnahmen dazu bilden Untersuchungen zu medialen Streitgesprächen, zu rituellen Beschimpfungen und zu gruppenspezifischem Frotzeln, in denen Konflikte und Schaukämpfe als konstitutiv, unterhaltsam und gruppenerhaltend beschrieben werden: Gruber (1995), Labov (1976) (Kapitel 9), Kotthoff (Hg.) (1996).

Lehrer inszenieren Scheindialoge, Dozierende an der Hochschule produzieren sich selbst, anstatt den Studierenden weiterzuhelfen, Richter verhindern eine adäquate Schilderung des Falles und das eigenständige Nachfragen des Angeklagten, Ärzte achten nicht auf die subjektiven Einschätzungen ihrer Patienten, sondern schleusen diese durch Kataloge geschlossener Fragen, TV-Moderatoren üben verbale Gewalt aus usw. Hoffmann / Nothdurft finden sogar, „viele institutionelle Formen kommunikativen Handelns“ seien „ganz offenkundig in eine Krise geraten“, so die Kommunikation im Gesundheitswesen, vor Gericht, in der Schule und im therapeutischen Bereich. (Hoffmann / Nothdurft 1989, 118f).

Gestützt auf die negative Einschätzung des kommunikativen Verhaltens von Institutionenvertretern werden Schulungsmassnahmen propagiert, die sich einseitig auf diese Agenten beziehen: Die Beamten sollen bürgernah, die Ärztinnen patientengerecht kommunizieren lernen usw. Dabei wurden und werden die individuellen Veränderungsmöglichkeiten nicht selten massiv überschätzt, unterschätzt werden demgegenüber die Zwänge, unter denen die Institutionsagenten selber stehen. Erst in jüngerer Zeit wird vermehrt berücksichtigt, dass es oft die institutionellen Vorgaben sind, die zum kritisierten Gesprächsverhalten führen: Zeitdruck, Kostendruck, widersprüchliche Anforderungen. Die geschlossenen Fragen der Ärztinnen, das doppelbödig Agieren der Sozialarbeiter erscheinen vor diesem Hintergrund als durchaus rational. Schliesslich machen neuere soziolinguistische Studien darauf aufmerksam, dass die Klienten mit ihren Positionierungsaktivitäten selber einen wesentlichen Beitrag zur Aufrechterhaltung oder gar Vertiefung der strukturell vorgegebenen Asymmetrie institutioneller Kommunikation leisten. Die Idee, man müsste die *Klienten* im Umgang mit Institutionen schulen, also die Studierenden, die Bürgerinnen, die Patienten, scheint für die meisten Gesprächsforschenden jedoch völlig abwegig zu sein. Dabei wäre dies angesichts der Tatsache, dass sich die gesellschaftlichen Strukturen nicht von heute auf morgen ändern lassen und alle Beteiligten vorläufig mit den bestehenden Strukturen leben müssen, mindestens eine diskussionswürdige Alternative. Letztlich sind beide Seiten für das Gelingen der Kommunikation verantwortlich und sollten entsprechend in ihren kommunikativen Fähigkeiten gefördert, aber auch über die institutionsspezifischen, strukturellen Grenzen des Möglichen ins Bild gesetzt werden. Hier ist Realismus gefragt, nicht Idealismus.

Warum wird institutionelle Kommunikation im Allgemeinen und das Verhalten der Institutionenvertreter im Besonderen oft negativ bewertet? Ein Grund dürfte sein, dass institutionelle Gespräche häufig mit Alltagsgesprächen verglichen und daran gemessen werden. Für viele Forschende zeichnet sich institutionelle Kommunikation unter anderem gerade dadurch aus, dass aus dem Alltag bekannte Gesprächsmuster institutionell überformt und verändert werden. Andere setzen das Alltagsgespräch stillschweigend als Kontrastfolie für alle andern Formen von Kommunikation voraus. Da nun das Alltagsgespräch aber idealisiert wird als Hort ursprünglicher, symmetrischer, von allen Zwängen befreiter Kommunikation, muss institutionelle Kommunikation ihm gegenüber als minderwertig erscheinen, als unnatürlich, unegalitär, eingeschränkt und einschränkend.

Diese Sichtweise entspricht zwar dem Empfinden von Laien, wie Weydt (1993) gezeigt hat.¹⁸ Für die Wissenschaft ist es aber fragwürdig, das Alltagsgespräch als unhinterfragte Normalform menschlicher Kommunikation anzunehmen, kommunizieren doch - heute mehr denn je - die meisten Menschen unserer Gesellschaft jeden Tag häufiger und länger in institutionellen Kontexten als in privaten. Letztlich scheint in der negativen Einstellung gegenüber Institutionsgesprächen das Habermas'sche Ideal des herrschaftsfreien Diskurses durch.

Warum reite ich dergestalt auf gewissen in der Gesprächsforschung verbreiteten unausgesprochenen Normen und Idealen herum? Das Ideal des herrschaftsfreien Diskurses, das Streben nach effizienter Kommunikation ohne Missverständnisse und Konflikte, sie sind beileibe nicht schlecht. Schlecht ist, wenn diese Ideale weder offen gelegt noch diskutiert werden. Unstatthaft ist, wenn Gesprächsforschende ihre eigenen Vorstellungen vom guten Gespräch unreflektiert in ihre Definition von Gesprächskompetenz einfließen lassen.

3.3 Beispiel: Hotelreception

Dazu wieder ein ausführlicheres Beispiel. Vor vier Jahren hatte ich die Gelegenheit, an einer Hotelreception Gespräche zwischen den Angestellten und den Gästen aufzunehmen und zu analysieren. Das Projekt, unterstützt von einer regionalen Fachhochschule, einer nationalen Forschungsförderungskommission und dem Hotelier, hatte den typisch zwitterhaften Charakter, der den sogenannten anwendungsorientierten Forschungsunternehmen eigen ist. Zum einen sollte ich herausfinden, wie „Wiedergutmachungsgespräche nach Servicefehlern“ ablaufen. Das war die grundlagenorientierte Fragestellung, angesiedelt im Schnittbereich zwischen Linguistik und Betriebsökonomie. Zum andern sollte ich dem Hotelier eine Rückmeldung über das Verhalten und die Servicequalität seiner Angestellten geben. Das war die umsetzungsorientierte Fragestellung. Letztere führte dazu, dass ich von Anfang an mit Begriffen wie „gut gelöst“, „schlecht gelöst“, „freundlich“, „kurz angebunden“ usw. operierte. Diese Bewertungen prägten die gesamte Analysearbeit dergestalt, dass die Grundlagenfrage: 'Wie laufen diese Gespräche ab?' zum Schluss nicht mehr neutral beantwortet werden konnte. Ich musste das gesamte Material einer zweiten Analyse unterziehen und eine neue Begrifflichkeit für eine angemessene Beschreibung suchen.

Hinzu kommt, dass die meisten meiner Bewertungen einseitig aus der Sicht der Gäste bzw. der aussenstehenden Analytikerin formuliert waren. Damit folgte ich – selbstverständlich völlig unbewusst – der oben erwähnten gesprächsanalytischen Tradition, die Klienten als die schuldlosen Opfer und die Agenten als die

18 Weydt hat Menschen aus verschiedenen Kulturen gefragt, was für sie ein gutes Gespräch ist. Für die Befragten waren das in erster Linie Feierabendgespräche unter maximal drei Personen, welche sich um ein bedeutsames Thema drehten, bei denen Sach- und Beziehungsebene nicht getrennt wurden und wo beide Seiten neue Erkenntnisse gewannen (Weydt 1993).

alleine für das Gelingen der Kommunikation Verantwortlichen darzustellen. Ein Beispiel:

In einem der aufgenommenen Gespräche beschwert sich ein Tourguide über das angekündigte Menü für seine Gruppe. Die Receptionistin versteht es, die Reklamation weitgehend abzuschmettern und den Aufwand zur Rettung der Situation für sich und das Unternehmen auf ein Minimum zu beschränken: Sie ratifiziert weder das Anliegen des Tourguide noch dessen Bewertung des Geschehens als „*strange*“. Sie beweist ihm mit der Reservationsbescheinigung „schwarz auf weiss“, dass sie im Recht ist. Zum Schluss demonstriert sie Hilfsbereitschaft und Entgegenkommen, indem sie den vom Tourguide gemachten Vorschlag zur Problemlösung als *ihren* Vorschlag umdeutet.¹⁹

In meiner Analyse habe ich das Gespräch seinerzeit so resümiert:

Auf der Sachebene werden sich die beiden rasch handelseinig. Aber auf der Beziehungsebene läuft das Gespräch von Anfang an schief, da die Receptionistin die Emotionen des Tourguide schlicht ignoriert. Sie nimmt seine Klagen, wie 'komisch' das alles sei, nicht als Appell wahr, ihm zuzustimmen. Sie versteift sich völlig auf die Sachebene und ihr 'Recht'. Das entspricht im übrigen genau ihrer Handlungsmaxime, die sie im Interview äusserte: 'Dem zeige ich es schwarz auf weiss'. (Bendel 2001, 131).

Das Verhalten der Receptionistin habe ich negativ bewertet, als mangelndes Eingehen auf den Tourguide. An dieser Bewertung störte sich bis heute offenbar niemand, obwohl sie doch einseitig aus der Sicht des Kunden oder gar aus der Sicht der Analytikerin mit ihrer Vorstellung von „guten“ Servicegesprächen und ihrem Konzept von „Befriedigung auf der Sach- und Beziehungsebene“ formuliert ist.

Damit befinde ich mich in guter Gesellschaft. In ihrem grundlegenden Aufsatz über Reklamationsgespräche analysieren Fiehler, Kindt und Schnieders ein beispielhaftes Telefongespräch und kommen zu einem ganz ähnlichen Schluss wie ich: „Das Gespräch ist insofern erfolgreich, als es zu einer Lösung des Sachproblems führt (...). Trotzdem glückt das Gespräch nur teilweise und einseitig; es weist eindeutig problematische Aspekte auf.“ (Fiehler et al. 1999, 126). Als problematisch bezeichnet wird zum Beispiel die Tatsache, dass der Sachbearbeiter die Darstellung der Kundin nicht ratifiziert und sie in ihrem berechtigten Ärger nie bestätigt. „Fehlende oder verzögerte Emotionsbearbeitung“ wird als eines der regelmässig auftauchenden Probleme bei Reklamationen aufgeführt, die zu Störungen im Gespräch führen, und es wird die normative Forderung gestellt: „Generell sollte die Bearbeitung von Emotionen in der Kommunikation Vorrang vor anderen Aktivitäten haben.“ (Ebd., 147).

Natürlich stimme ich dieser Aussage grundsätzlich zu. Aber ich möchte doch noch einmal die Rolle des *Advocatus Diaboli* wahrnehmen und die Frage aufwerfen: Welche Normen sind im Spiel, wenn solche Behauptungen, ja Vorschriften aufgestellt werden? Wer gibt uns das Recht, den Kunden emotionales Ver-

19 Das ganze Gespräch ist abgedruckt und ausführlich analysiert in Bendel (2001).

halten vorbehaltlos zugestehen, von den Angestellten jedoch zu verlangen, dass sie dieses auffangen? Trägt die „Bearbeitung von Emotionen“ tatsächlich zur Steigerung der Effizienz oder zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit bei und wäre demnach eine unternehmerisch berechnete Forderung im Zeichen der Gewinnmaximierung? Oder wird hier etwa unreflektiert ein im Grunde genommen therapeutischer Ansatz in einen völlig fremden Gesprächskontext übertragen?²⁰ Aus der Sicht des Sachbearbeiters ist es absolut rational, vernünftig und effizient, die Reklamation der Kundin (mindestens in einem ersten Schritt) nicht zu ratifizieren, auf ihre Emotionen nicht einzugehen, ihre Behauptungen in Frage zu stellen und ihre Ansprüche herunterzuschrauben. Damit schützt er den Betrieb vor überzogenen Forderungen, erspart sich eine Menge Arbeit und schützt sich selber als Person. Die von mir zitierte Receptionistin verfügt über eine reiche Palette an Kommunikationsstrategien, mit denen sie ihre Interessen durchsetzt und sich den Seelenfrieden bewahrt. Mit anderen Worten: Aus ihrer Sicht verfügt sie über eine hohe Gesprächskompetenz.

4 Kompetenz definieren: eine strategische Frage

Und damit sind wir zurück bei der zentralen Frage: Wer definiert, was kompetent ist? Das Beispiel der Reklamationsgespräche macht deutlich, dass die Gesprächsanalyse zwar aufzeigen kann, wie diese Gespräche verlaufen, welche Verhaltensweisen und Strategien es gibt und allenfalls wie sich diese auf den weiteren Gesprächsverlauf auswirken. Aber sie kann deswegen noch nicht darüber befinden, welche dieser Verhaltensweisen empfehlenswerter sind. Sind es jene, mit denen die Angestellten am leichtesten durchs Leben kommen oder jene, die dem Kunden maximale Bedürfnisbefriedigung verschaffen? Sind es Verhaltensweisen, die in Form eines Verkaufsgeschäfts oder einer abgeschmetterten Reklamation zu einem kurzfristigen Erfolg im laufenden Gespräch führen, oder solche, die in Form von Kundenbindung dem Unternehmen auf lange Sicht am meisten einbringen?

Was gut bzw. erfolgsversprechend ist, lässt sich nur im Hinblick auf bestimmte Ziele formulieren. Dabei ist im Kontext institutioneller Kommunikation grundsätzlich von divergierenden, wenn nicht sogar konfligierenden Interessen der Beteiligten auszugehen. Während die Agenten häufig daran interessiert sein dürften, unter Wahrung der Pflichterfüllung den persönlichen Aufwand zu minimieren, sind die Klienten darauf aus, für möglichst wenig Geld möglichst viel aus der Institution herauszuholen (Produkte, Beratungszeit, Pflege usw.). Die Institution als ganze wiederum steht vor dem Dilemma, Aufwand und Ertrag in ein

20 Cameron (2002) hat gezeigt, dass in den jüngeren Kommunikationstrainings und populären Ratgebern zur privaten und beruflichen Kommunikation immer häufiger Verhaltensweisen propagiert werden, die aus der Gesprächspsychotherapie stammen, unter anderem das „aktive Zuhören“, das „Spiegeln“ oder das „Ausdrücken von Gefühlen“.

tragbares (öffentliche Institutionen) bzw. rentables (private Unternehmen) Verhältnis zu bringen. In der Hochschule zum Beispiel möchten die Studierenden umfassend beraten und betreut werden, die Dozierenden jedoch möchten ihren Betreuungsaufwand klein halten. Und die Universität als ganze steht vor der Aufgabe, bei steigenden Studierendenzahlen und sinkenden Subventionen ihren Bildungsauftrag wahrzunehmen (vgl. Meer 2003). Die Sachbearbeiterin im Kundendienst eines Warenhauses kann und will nicht einen halben Tag darauf verwenden, der Lieferung eines defekten Haartrockners nachzurennen, während die aufgebrachte Kundin sofortige und umfassende Wiedergutmachung verlangt. Die Warenhausleitung wiederum versucht, dem Zeitmangel der Angestellten und den Ansprüchen der Kundinnen mit einem Formular zur schematischen Reklamationsbearbeitung gleichermassen gerecht zu werden.

Welche Verhaltensweisen der Angestellten im Namen der Kompetenz nun gefordert und gefördert werden, ergibt sich nicht aus der Natur der Sache, sondern ist ein unternehmerischer Entscheid, der sich je nachdem gegen eine der beteiligten Parteien richten kann. Sollen die Angestellten primär zu raschem Handeln befähigt werden, ist damit zu rechnen, dass nicht alle Bedürfnisse der Klienten befriedigt werden. Soll die Fähigkeit zum Zuhören und zur Empathie bei den Angestellten gesteigert werden, dann nimmt man in Kauf, dass die Interaktionen mehr Zeit beanspruchen und die emotionale Belastung der Angestellten zunimmt.

Wenn Gesprächsanalytiker vorschnell Partei ergreifen, aus ihrer eigenen Sicht oder aus der Klientenperspektive definieren, welches Verhalten der Institutionenvertreter am besten wäre, dann tragen sie bei zur Verschleierung der Interessengegensätze, wie sie in der traditionellen Verkaufsliteratur und in Unternehmensleitbildern betrieben wird. Das moderne Schlagwort der „Kundenorientierung“, welches selbst in der Verwaltung Einzug gehalten hat, kann die Tatsache nicht aus der Welt schaffen, dass Betreuungs- und Kostenoptimierung sich gegenseitig ausschließen. Die Gesprächsanalytiker können zur Aufklärung dieses Dilemmas beitragen, indem sie die Konsequenzen gegensätzlicher Interessen in der Kommunikation aufzeigen, und nicht durch unrealistische Forderungen zusätzlichen Druck auf Lehrerinnen, Ärzte, Sachbearbeiter oder Receptionistinnen ausüben.²¹

Dazu wieder ein Beispiel aus der Praxis: Als ich in einem Coachinggespräch einen Bankberater fragte, warum er bei den Kunden keine genauere „Bedürfnisanalyse“ durchführe, wie es im Jargon heisst, entgegnete er mir: „Wissen Sie, wenn ich für die Kunden dieser Kategorie wirklich die beste Lösung suchen würde, müsste ich ihnen sagen: 'Gehen Sie zur Konkurrenz!'“ Die im Unternehmen intern vermittelte und übrigens in jedem Verkaufsratgeber geforderte Norm, man solle „vom Kunden und seinen Bedürfnissen her“ argumentieren, war in diesem Fall gar nicht einzulösen bzw. nur um den Preis des Verlustes eines Kunden. Das „Fehlverhalten“ des Beraters war nichts anderes als eine rationale Re-

21 Eingelöst wird dieser Anspruch unter anderem in Becker-Mrotzek / Ehlich / Fickermann (1992).

aktion auf den manchmal unlösbaren Widerspruch, Kunden optimal zu beraten und für das eigene Unternehmen zu gewinnen.

Ein zweites Beispiel: Die Angestellten der beiden von mir untersuchten Call Center in der Bank hatten in einem Monate dauernden Kampf durchgesetzt, dass die Zeitmessung als Teil ihrer Leistungsbeurteilung aufgegeben wurde. Sie argumentierten völlig korrekt, umfassende Kundenbetreuung und Zeitlimitierung würden sich gegenseitig ausschließen. Trotzdem blieb der Zeitdruck vorhanden, indem die Gesprächszeiten der Angestellten nach wie vor erfasst und bei der Schichtplanung knapp bemessene Gesprächszeiten eingesetzt wurden. Das führte in einzelnen Fällen zu nachweisbaren „Abkürzungsstrategien“ der Angestellten. Diese Abkürzungsstrategien würde ich, obwohl von den internen Vorschriften abweichend und bei den Kundinnen vermutlich unbeliebt, vor dem Hintergrund der konkreten Arbeitsbedingungen als Zeichen hoher Gesprächskompetenz werten; Gesprächskompetenz nicht im Sinne von „Normen erfüllen“, sondern im Sinne von „strategisch mit konfligierenden Normen umgehen“ können.

Die Beispiele zeigen: Gesprächskompetenz definieren, Gesprächskompetenz verstanden als die Fähigkeit, situationsadäquat Handlungsweisen auszuwählen und durchzuführen, ist keine unparteiische Angelegenheit, sondern abhängig von der Frage: „Wem soll es nützen?“ Die Antwort auf diese Frage kann nur eine strategische sein, die sich im Spannungsfeld divergierender Interessen, unternehmerischer Ziele und faktischer Arbeitsbedingungen zu bewähren hat.

5 Die Kompetenzen neu verteilen

Der Gang durch die Literatur und einige angewandte Projekte aus dem Bereich der Gesprächsforschung haben gezeigt:

- Grundlagenforschung und Auftragsforschung unterscheiden sich in ihrem Kompetenzbegriff, in der Auswahl der untersuchten Phänomene und in den Zielen ihres Tuns nicht graduell, sondern strukturell.
- Einige Grundbegriffe der Gesprächsanalyse haben metaphorischen Charakter und prägen die Vorstellung vom Gespräch als Maschine oder (Team-)Arbeit. Diese Metaphern haben normsetzende Wirkung, indem - gestützt auf sie - bestimmte Interaktionsformen wie Aufgabenorientierung, Reibungslosigkeit und Effizienz andern möglichen Interaktionsformen vorgezogen werden.
- Die Vorstellungen von Normalität, mit denen Gespräche analysiert werden, die Normen, nach denen Gespräche beurteilt werden, die Ziele, die mit Verhaltensempfehlungen verfolgt werden, bleiben oft ungenannt. Die Forschenden richten sich nach ihrem eigenen Empfinden oder lassen das Transkript „für sich“ sprechen.
- Bei der Analyse institutioneller Kommunikation neigen viele Forschende dazu, einseitig das Verhalten der Institutionenvertreter zu kritisieren. Die strukturellen Voraussetzungen und das Verhalten der Klienten werden zu wenig

berücksichtigt. Das (idealisierte) Alltagsgespräch dient häufig als Vergleichsfolie.

Insgesamt ist bei einigen anwendungsorientierten und im Auftrag arbeitenden Forschenden das Bewusstsein zu wenig entwickelt, dass Normen im Spiel sind, und zwar auf allen Stufen des Forschungsprozesses, von der Wahl der Fragestellung und der Begrifflichkeit über die Identifikation bestimmter Gesprächsphänomene als Problem bis hin zur eigentlichen Bewertung kommunikativer Verhaltensweisen.

Muss die Gesprächsforschung also das Feld der Kommunikationsschulung anderen überlassen? Beileibe nicht. Die Gesprächsanalyse ist nach wie vor die ideale Methode, wenn untersucht werden soll, wie natürliche Gespräche funktionieren, wenn divergierende Verhaltensweisen der Beteiligten und die Folgen für den Gesprächsprozess verglichen werden sollen, wenn die Auswirkungen situationeller und institutioneller Gegebenheiten auf die Interaktion zu beobachten sind. Die Methode der Transkription und Analyse authentischer Gespräche ist sowohl aus der Grundlagenforschung wie aus der Angewandten Forschung nicht mehr wegzudenken. Aber drei Punkte sollten in Zukunft doch aufmerksamer beobachtet werden:

1. Die Gesprächsforschenden sollten sich bewusst sein, dass von der Grundlagenforschung kein direkter Weg zur Angewandten Forschung und zur Vermittlung von Gesprächskompetenz führt. Bei Forschungsprojekten sollten sich alle Beteiligten von Anfang an klar sein darüber, welche Ziele anvisiert werden. Nicht zuletzt geprägt von meinen eigenen Erfahrungen warne ich ausdrücklich vor Zwitterprojekten, bei denen neben der Beantwortung einer Frage aus der Grundlagenforschung quasi als Nebenprodukt eine Rückmeldung an oder eine Schulung für die beobachteten Personen abfallen soll. Grundlagenforschung und Anwendung können sich wohl auf dasselbe Material und dieselben Beobachtungen stützen, bei der Interpretation der Daten müssen sie jedoch klar getrennt werden. Das gilt nicht nur für die Gesprächsanalyse. Max Weber formulierte bereits 1904: „Eine empirische Wissenschaft vermag niemanden zu lehren, was er *soll*, sondern nur, was er *kann* und – unter Umständen – was er *will!*“ (Weber 1904, 141).
2. Welche kommunikativen Verhaltensweisen „gut“ sind, kann nicht allgemeingültig definiert werden, sondern immer nur im Hinblick auf bestimmte Situationen, konkrete Ziele und spezifische Interessen, die je nach institutionellem Hintergrund durchaus konfliktär sein können. Welche Ziele erreicht, welche Interessen befriedigt werden sollen, ist ein strategischer Entscheid, den nicht die Gesprächsforschenden fällen können, sondern nur die Vertreter der Institution, in deren Dienst sie arbeiten. Sind die Ziele einmal festgelegt, zum Beispiel höhere Verkaufszahlen, kürzere Durchlaufzeiten, gesteigerte Kundenzufriedenheit, bessere Krankheitsdiagnosen oder höhere Schulnoten, dann ist die Gesprächsforschung durchaus in der Lage, empirisch zu erfassen, welche Verhaltensweisen zu den genannten Zielen führen.

Bei der Definition, Überprüfung und Vermittlung einer solchermaßen stärker situationsspezifisch verstandenen Gesprächskompetenz könnten im Übrigen vermehrt Instrumente der externen Validierung beigezogen werden, zum Beispiel Kundenzufriedenheitsstudien, Verkaufszahlen, Statistiken ärztlicher Behandlungserfolge oder Notendurchschnitte von Schulklassen. Das bedeutet für die Gesprächsforschenden, Position zu beziehen, das kann für sie auch heissen, sich ökonomischen oder politischen Interessen zu unterwerfen. Versteht man Gesprächskompetenz nicht nur als die Fähigkeit, bestimmte, unter Umständen antrainierte, kommunikative Strategien durchzuführen, sondern als die Fähigkeit, Situationen selbständig einzuschätzen und aus einem grösseren Repertoire von Verhaltensweisen jene auszuwählen, die zum gewünschten Ergebnis führen, so wird erst der enorme Anspruch deutlich, den die Angewandte Gesprächsforschung mit ihrem Tun verbindet.

3. Die Gesprächsforschung sollte vermehrt reflektieren und diskutieren, nach welchen Normen und Idealen sie selber funktioniert. Weder das zwecklose, herrschaftsfreie Alltagsgespräch noch das reibungslose, zeit- und nutzenoptimierte institutionelle Gespräch können die unhinterfragte Folie bilden, vor deren Hintergrund Interagierende analysiert und Gesprächskompetenzen definiert werden. Darüber hinaus könnte die Gesprächsforschung, gerade in Auseinandersetzung mit den Institutionen, mit denen sie zunehmend zusammenarbeitet, die Führung in der Diskussion darum übernehmen, welche Umgangsformen und welche Diskursstrukturen unsere Gesellschaft generell anstreben will. Wenn es den Gesprächsforschenden gelingt, ihre eingefahrenen Bewertungsmaßstäbe abzustreifen und unbefangen an die von ihnen untersuchten Gespräche heranzugehen, würden sie gewisse Gesprächsformen in einem anderen Licht sehen: Streiten, Probleme ungelöst lassen, Konflikte offen und laut austragen, divergierende Meinungen nebeneinander stehen lassen, sachliche Anliegen abschmettern, sich gegen gefühlsmässige Appelle abschotten, beharrlich thematisch sich wiederholende Runden drehen oder Fragen einfach unbeantwortet im Raum stehen lassen – könnten diese heute stigmatisierten Verhaltensformen je nach Situation nicht auch Ausdruck von Gesprächskompetenz sein?

Zitierte Literatur

- Antos, Gerd (1999): Mythen, Metaphern, Modelle. Konzeptualisierung von Kommunikation aus dem Blickwinkel der Angewandten Diskursforschung. In: Brüner/Fiehler/Kindt (Hgg.): Band 1, 93-117. Kostenloser Download unter "www.verlag-gespraechsforschung.de".
- Aronsson, Karin (1998): Identity-in-Interaction and Social Choreography. In: *Research on Language and Social Interaction* 31, 75-89.
- Bartsch, Elmar (Hg.) (1994): Sprechen, Führen, Kooperieren in Betrieb und Verwaltung. Kommunikation in Unternehmen. Sprache und Sprechen 29. Basel.

- Becker-Mrotzek, Michael/Ehlich, Konrad/Fickermann, Ingeborg (1992): Bürger-Verwaltungs-Diskurse. In: Fiehler/Sucharowski (Hgg.): 234-253.
- Bendel, Sylvia (2001): Die interaktive Bearbeitung von Servicefehlern: Problemgespräche und Gesprächsprobleme zwischen Gästen und Angestellten an der Hotelreception. In: Gesprächsforschung. Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion. Ausgabe 2/2001, 115-140. www.gespraechsforschung-ozs.de.
- Dies. (2002): „Gesprächskompetenz am Telefon“ - Ein Weiterbildungskonzept für Bankangestellte auf der Basis authentischer Gespräche. In: Becker-Mrotzek, Michael/Fiehler, Reinhard (Hgg.): Unternehmenskommunikation, Tübingen. 257-276.
- Brünner, Gisela/Fiehler, Reinhard/Kindt, Walther (Hgg.) (1999): Angewandte Diskursforschung. Band 1: Grundlagen und Beispielanalysen. Band 2: Methoden und Anwendungsbereiche. Opladen. Kostenloser Download unter "www.verlag-gespraechsforschung.de".
- Cameron, Deborah (2000): Good to talk? Living and Working in a communication culture. London u.a.
- Ehlich, Konrad (1987): Kooperation und sprachliches Handeln. In: Liedtke, Frank/Keller, Rudi (Hgg.): Kommunikation und Kooperation, Tübingen. 17-32.
- Fiehler, Reinhard (Hg.) (1997): Verständigungsprobleme und gestörte Kommunikation. Wiesbaden.
- Fiehler, Reinhard (1999): Kann man Kommunikation lehren? Zur Veränderbarkeit von Kommunikationsverhalten durch Kommunikationstrainings. In: Brünner/Fiehler/Kindt (Hgg.): Band 2, 18-35. Kostenloser Download unter "www.verlag-gespraechsforschung.de".
- Fiehler, Reinhard/Kindt, Walther/Schnieders, Guido (1999): Kommunikationsprobleme in Reklamationsgesprächen. In: Brünner/Fiehler/Kindt (Hgg.): Band 1, 120-154. Kostenloser Download unter "www.verlag-gespraechsforschung.de".
- Fiehler, Reinhard/Sucharowski, Wolfgang (Hgg.) (1992): Kommunikationsberatung und Kommunikationstraining. Anwendungsfelder der Diskursforschung. Opladen.
- Goffman, Erving (1973): Interaktion: Spass am Spiel, Rollendistanz. München.
- Gruber, Helmut (1995): Streitgespräche. Zur Pragmatik einer Diskursform. Opladen.
- Gruber, Helmut/Menz, Florian (Hgg.) (2001): Interdisziplinarität in der Angewandten Sprachwissenschaft. Methodenmenü oder Methodensalat? sprache im kontext 10. Bern.
- Herrmanns, Fritz (1987): Handeln ohne Zweck. In: Liedtke, Frank/Keller, Rudi (Hgg.): Kommunikation und Kooperation, Tübingen. 71-105.
- Hess-Lüttich, Ernest W. (1981): Grundlagen der Dialoglinguistik. Berlin.
- Hoffmann, Ludger/Nothdurft, Werner (1989): Kommunikation und Kommunikationsprobleme in Institutionen. In: Förster, Jürgen/Neuland, Eva/Rupp, Gerhard (Hgg.): Wozu noch Germanistik? Wissenschaft - Beruf - kulturelle Praxis, Stuttgart. 118-132.
- Keller, Rudi (1987): Kooperation und Eigennutz. In: Liedtke, Frank/Keller, Rudi (Hgg.): Kommunikation und Kooperation, Tübingen. 3-14.
- Ders. (1995): Rationalität, Relevanz und Kooperation. In: Liedtke, Frank (Hg.): Implikaturen: grammatische und pragmatische Analysen, Tübingen. 5-18.
- Kotthoff, Helga (Hg.) (1996): Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. Opladen.
- Labov, William (1978): Sprache im sozialen Kontext. Beschreibung und Erklärung struktureller und sozialer Bedeutung von Sprachvariation. Band 2. Monographien Linguistik und Kommunikationswissenschaft 23. Königstein.
- Meer, Dorothee (2003): Sprechstundengespräche an der Hochschule. Ein Ratgeber für Lehrende und Studierende. Baltmannsweiler.

- Meise, Katrin (1996): *Une forte absence. Schweigen in alltagsweltlicher und literarischer Kommunikation*. Diss. Freiburg 1995. ScriptOralia 89. Tübingen.
- Mönnich, Annette/Jaskolski, Ernst W. (Hgg.) (1999): *Kooperation in der Kommunikation*. Festschrift für Elmar Bartsch. München, Basel.
- Selting, Margret (1998): TCUs and TRPs: The Construction of Units in Conversational Talk. InLiSt - Interaction and Linguistic Structures, Nummer 4. <http://inlist.uni-konstanz.de/issues/4/index.htm>.
- Wahmhoff, Sibylle/Wenzel, Angelika (1979): Ein Hm ist noch lange kein Hm - oder was heisst klientenbezogene Gesprächsführung? In: Dittmann, Jürgen (Hg.): *Arbeiten zur Konversationsanalyse*, Tübingen. 258-297.
- Weber, Max (1904 / 1988): Die „Objektivität“ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. In: Winkelmann, Johannes (Hg.): *Max Weber: Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 146-214. Tübingen.
- Weydt, Harald (1993): Was ist ein gutes Gespräch? In: Löffler, Heinrich (Hg.): *Dialoganalyse IV. Referate der 4. Arbeitstagung Basel 1992*, Tübingen. 3-19.
- Willig, Carla (1999): Introduction: making a difference. In: Dies. (Hg.): *Applied discourse analysis. Social and psychological interventions*. Philadelphia, 1-21.

