

## Kommunikations-Stärke und Kommunikations-Stock

Modell-System zur Deskription und Evaluation multi-kanaligen Kommunikations-Verhaltens und kommunikativer Erreichbarkeit für die interdisziplinäre Realisation in der Kommunikations-Forschung und Kommunikations-Planung

Wenn man sein eigenes Kommunikationsverhalten und das anderer einmal genauer beobachtet und strukturiert, dann kommt man zu dem keineswegs überraschenden Ergebnis, daß der Mensch laufend viele Quellen unterschiedlichster Art auf vielen Kanälen, materiell und/oder immateriell übermittelt, zur Information und Unterhaltung (wie man allgemein formuliert) nutzt. Ob dieses Factum der Vielfältigkeit auch forschersich und planerisch immer hinreichend beachtet und umgesetzt wird, muß bezweifelt werden. Vor allem dann, wenn man einen Blick auf die gängigen Darstellungsformen in den Berichtsbänden wirft, in denen in objektzentrierter Ausrichtung zumeist Einzeldarstellungen, Partialaspekte im Vordergrund stehen. Bei genauerer Betrachtung stellt man zudem fest, daß in Studien kommunikative Merkmale zur Deskription von Zielgruppen vielfach fehlen. Ein Vacuum, ein Defizit für die Analyse kommunikativen Verhaltens, ein Defizit für die Daten-Interpretation und die Kommunikations-Planung.

Eine Disziplin der Kommunikationsforschung widmet sich speziell den Phänomenen großformatiger Art: das ist der spezielle Zweig subjekt-zentrierter Kommunikations-Verhaltensforschung, die das langfristige und breitgefächerte K-Verhalten des Menschen zum Gegenstand von Analyse und Deskription hat, die vor allem auch die Dynamik und die Kombinatorik sowie den Wandel menschlichen Kommunikations-Verhaltens transparent zu machen sucht. Die Grundlage für diese kommunikations-verhaltens-orientierte Disziplin liefert ein basaler (Lehr-)Satz der Kommunikationswissenschaft – das Kommunikations-Verhaltens-Axiom: Das Kommunikationsverhalten des Menschen vollzieht sich langfristig *multi-modal* und *multi-kanalig – sequentiell*. Und: Kommunikationsverhalten stellt ein *dynamisches* System dar.

Dieses Axiom der Multi-Modalität und Multi-Kanaligkeit besagt: Jeder Mensch kombiniert direkte und indirekte Kommunikationsarten miteinander und nacheinander; er spricht, diskutiert, hört zu; er gestaltet, schreibt bzw. er nutzt indirekt vermittelte K-Angebote, indem er etwa Communiqués redaktioneller und werblicher Art in Print-Objekten (Nummern) liest und auditive sowie audio-visuelle Communiqués nutzt, die über technische Kanäle (Medien) auf feststehenden Frequenzen übermittelt werden.

Dieses Axiom der *Multi-Modalität* und *Multi-Kanaligkeit* begründet zum einen das Modell ‚Kommunikations-Stock‘ und zum anderen – daraus abgeleitet – das kommunikative Individual-Merkmal ‚Kommunikations-Stärke‘. Zugleich begründet diese grundlegende Aussage eine Empfehlung an Forschung und Planung: K-Verhalten stets im Verbund des K-Stocks zu sehen und Forschungsdaten im multi-kanaligen Zusammenspiel zu sehen und zu interpretieren.