

Modell der „Persuasiven Fitness“

Entwicklung und empirische Überprüfung eines integrierten Theorie-Modells zu den kollektiven und typspezifischen Wirk-Prinzipien multimodaler persuasiver Kommunikation. Integration und Übertragung der Kern-Prinzipien und Wirkungsprozesse aus Zugängen der Neurowissenschaften, Systemtheorie, Semiotik, Psychologie und Soziologie auf interindividuelle und massenmediale Kommunikations- und Interaktionsprozesse.

Josef Sawetz, 2.3.2010

Ausgehend von der Integration neurowissenschaftlicher, systemtheoretischer, semiotischer, psychologischer and soziologischer Zugänge zeigt sich heute ein Gesamtbild, das ganz neue Einsichten in das Verständnis kommunikativer Prozesse ermöglicht.

Ziel des theoretischen Modells der persuasiven Fitness ist es, einige der grundlegenden Prinzipien persuasiver Kommunikation in ihrem Zusammenwirken darzustellen. Das Modell der persuasiven Fitness basiert auf dem Grundprinzip der Anpassung und semantischen Koppelung an das typspezifische Relevanz- und Kategoriensystem der Adressaten von Kommunikaten. Vereinfacht dargestellt werden dabei Koppelungen auf drei Ebenen beschrieben: Koppelungen auf sensorischen, emotionalen und kognitiven System-Ebenen. Über das aus der Systemtheorie bekannte „Versklavungsprinzip“ werden die Wechselwirkungen und gegenseitigen Aktivierungen der einzelnen semi-autonomen Ebenen gezeigt. Diese Interdependenzen sind die Grundlage der aus der Sozialpsychologie bekannten Priming-Effekte, deren physiologische Basis in spezifischen Ausbreitungsmustern der Aktivierung in den multimodalen, neuronalen Netzwerken des Gehirns besteht.

Basis des Modells der persuasiven Fitness ist die spezifische Verortung des Individuums im soziokulturellen Kontext mit seiner spezifischen phylo- und ontogenetischen Historie eines subjektiven semiotischen Relevanz- und Kategoriensystems. Innerhalb dieses jeweils einzigartigen, semiotischen Systems lassen sich kollektive und individuelle, sowie bewusste und unbewusste Bereiche differenzieren. Diese nicht scharf voneinander abgegrenzten Bereiche gliedern sich in zahlreiche weitere Unterbereiche, die gemeinsam ein über Feedbackschleifen sich selbst steuerndes komplexes, multimodales, semantisches Code-Netzwerk aufspannen.

Als komplexes Systemgeschehen ist unser Gehirn auf seinen einzelnen emergenten Systemebenen einigen wenigen zentralen Kernprinzipien unterworfen. Diese Kernprinzipien stellen das zentrale „Rückgrat“ des Modells der persuasiven Fitness dar. Zu ihnen zählen unter anderen die Kernprinzipien der Homöostase und der Adaption, die sich auf allen Systemebenen von der Ebene der Physiologie, über die Ebene der Emotionen, Motive, Kognitionen bis zur Ebene des Selbst und der Gesellschaft wiederfinden. Über diese zentralen, bereichsübergreifenden Kernprinzipien ist es möglich die Komplexität modellhaft zu reduzieren und damit kommunikative Prozesse zu analysieren und kommunikative Wirkungen in bestimmtem Ausmaß zu prognostizieren und zu steuern. Das Modell der persuasiven Fitness stellt damit eine mögliche Grundlage zur Analyse und Planung kommunikativer Prozesse dar und wird so zu einem „Werkzeug“ in der praktischen Anwendung.

Zentrale Begriffe, mit denen das Modell der persuasiven Fitness operiert, sind unter anderem: neurosemantische Koppelung und Passung der Zeichen des Kommunikats an die typspezifischen Relevanz- und Kategoriensysteme der Adressaten sowie „mentale Kalibrierungen“, die bei den Zielpersonen oft unbewusst die „Landschaft für den Fluss der Gedanken und Gefühle“ bilden. Weitere zentrale Inhalte des Modells der persuasiven Fitness beschreiben die emotionalen Evaluierungssysteme, wobei Emotionen die gemeinsame „Metrik“ zwischen den homöostatischen Prozessen des Körpers und der Gedanken repräsentieren, sowie die Freiheitsgrade des „freien“ Willens.

In Anlehnung an Heinz von Foerster kann der Mensch in einigen Bereichen der Gehirnprozesse als triviale in anderen Bereichen als nicht-triviale Maschine beschrieben werden. Das Modell der persuasiven Fitness erklärt und beschreibt in welchen Bereichen der Wahrnehmung, der internen Verarbeitung und der Prozesse der Entscheidungsfindung quasi kausale Beziehungen vorherrschen und in welchen Bereichen statistische Wahrscheinlichkeiten bestimmend sind.

„Wir sehen durch unser Gedächtnis“, denn wiederholte, gleichartige Prozesse der Semiose führen zu einer Adaption der strukturellen Bedingungen für den nächsten prozessualen Zyklus der Semiose. So werden aus fortgesetzten wiederholten Prozessen der Wahrnehmung und Verarbeitung die Strukturen des Gedächtnisses. Über das Kernprinzip der Koinzidenz-Extraktion werden wiederholte, impactstarke Zusammenhänge als signifikante Korrelationen Basis des mentalen, multimodalen, semiotischen Relevanz- und Kategoriensystems. Erfolgswirksame persuasive Kommunikate fügen sich steuernd in diese Prozesse ein.