

Schriftliche Ausarbeitung zum Thema Kommunikation

**zur Vorlesung
„Psychologische Grundlagen für Informatiker“**

für die Prüfung zum

Bachelor of Science

des Studienganges Angewandte Informatik

an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Karlsruhe

von

Martin Landes

25.05.2015

Matrikelnummer

8543171

Kurs

TINF12B4

Gutachterin der Dualen Hochschule

Fr. Juliane Morrison

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
1. Protokoll der Vorlesung vom 03.03.2015	3
2. Theoretischer Hintergrund.....	5
2.1. Paul Watzlawick.....	5
2.2. Fünf Axiome der Kommunikation.....	5
2.3. Rosenthal-Effekt.....	7
2.4. Eisberg-Modell der Kommunikation.....	8
2.5. Pareto Prinzip (80-zu-20-Regel)	9
3. Selbstreflexion.....	10
Literaturverzeichnis.....	11

1. Protokoll der Vorlesung vom 03.03.2015

Zu Beginn der Vorlesung gab es zunächst eine Wiederholung der letzten Vorlesungseinheit, in welcher bereits mit dem Thema Kommunikation begonnen wurde. Dabei ging es um den Kommunikationsforscher Paul Watzlawick, welcher die fünf Axiome der Kommunikation definiert hat.

Zunächst wurden noch einige Beispiele zum 4. Axiom, digitale und analoge Kommunikation, vorgetragen. Diese waren der Rosenthal Effekt, das Eisberg-Modell und das Pareto Prinzip, welche die Beeinflussung durch non-verbale Kommunikation verdeutlichen. Weiterhin wurde noch das 3. Axiom, Interpunktion der Kommunikationsabläufe, und das 5. Axiom, symmetrische vs. komplementäre Kommunikation, erklärt und jeweils dazu bei den Studenten nach eigenen Erfahrungen nachgefragt.

Im Anschluss dazu, wurden mehrere Fallbeispiele zu Kommunikation in der Berufswelt bereitgestellt, zu welchen jeweils in Gruppenarbeit verschiedene Fragen beantwortet werden sollten, bei denen es um die Gesprächseinschätzung, das Herausfinden des passenden Axioms als Erklärungsbasis und Verbesserungsvorschläge geht. Ziel der Übung war es, eine Idee zu bekommen, wie sich die fünf Axiome im Alltag auswirken können. Danach wurden die Ergebnisse der Gruppen präsentiert und mit dem Rest des Kurses diskutiert.

Nach der Pause ging es weiter mit dem Kommunikationswissenschaftler Friedemann Schulz von Thun.

Nach ein paar allgemeinen Informationen zu dessen Person, wurde sein bekanntes Vier-Seiten-Modell bzw. Nachrichten-/Kommunikationsquadrat vorgestellt, dessen Grundlage besagt, dass jede Nachricht in vier Ebenen/Aspekten (Seiten) beschrieben bzw. interpretiert wird, nämlich Sachinhalt, Selbstoffenbarung, Beziehung und Appell. Dies gilt sowohl für den Sender, als auch den Empfänger der Nachricht.

Neben dem klassischen Beispiel des Fahrers vs. Beifahrers im Auto an einer Ampel „Du, da vorne ist grün!“ bzw. „Fährst du oder fahre ich?!“, welches im Kurs analysiert wurde, sollten anschließend in kleinen Gruppen weitere vorgegebene Nachrichten auf Botschaften der vier Ebenen untersucht werden. Ziel der Übung war es, ein Bewusstsein für die vier Seiten einer Nachricht zu schaffen, diese besser zu erkennen und auch unterscheiden zu können. Danach wurden die Ergebnisse der Gruppen wieder präsentiert und mit dem Rest des Kurses besprochen.

Im weiteren Verlauf der Vorlesung wurde kurz auf explizite und implizite Nachrichten eingegangen, sowie erklärt, dass das Vier-Seiten-Modell auch auf non-verbale Nachrichten angewandt werden kann. Weiterhin wurde nochmal ergänzend zur letzten Vorlesungseinheit über kongruente und inkongruente Nachrichten gesprochen, sowie Beispiele zu inkongruenten Nachrichten genannt und im Kurs diskutiert.

Zum Abschluss der Vorlesung wurden noch Ursachen von Kommunikationsproblemen präsentiert, wie die „freie Auswahl“ des Empfängers oder einseitige Empfangsgewohnheiten, und die vier Ohren des Empfängers erklärt, welche bei jedem unterschiedlich ausgeprägt sind.

2. Theoretischer Hintergrund

In dem Kapitel *Theoretischer Hintergrund* soll sich als Vertiefungsschwerpunkt dieser Ausarbeitung mit Watzlawick und seinen Axiomen der Kommunikation, sowie verwandten Themen, beschäftigt werden.

2.1. Paul Watzlawick

Paul Watzlawick war ein Kommunikationsforscher, welcher die Kommunikation als interaktiven Prozess wahrgenommen hat, wonach diese nicht durch eindeutige lineare Aussagen, sondern nur mit geweiteten, systemischen Blick zu erklären und verstehen ist.

Er postulierte fünf Axiome¹ zur Kommunikation ohne Anspruch auf Vollständigkeit, welche sich aber dennoch als pragmatisch erwiesen und daher immer noch Gültigkeit haben.

2.2. Fünf Axiome der Kommunikation

Axiom 1: „Man kann nicht nicht kommunizieren!“²

Das Axiom sagt, dass sobald sich zwei Menschen wahrnehmen, sie automatisch auch miteinander kommunizieren. Denn jedes Verhalten erzeugt unbewusst eine nonverbale Botschaft, die vom anderen interpretiert wird.

Axiom 2: „Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, derart, dass letzterer den ersteren bestimmt und daher eine Metakommunikation ist.“³

Inhaltsaspekte werden eher über die Sprache vermittelt und Beziehungsaspekte eher nonverbal. Darüber hinaus vermittelt der Sender aber über die Beziehungsaspekte Hinweise, wie er will, dass seine

¹ (Wikipedia Foundation, 2015)

² (Eichler & Pankau)

³ (Eichler & Pankau)

Botschaft verstanden wird. Durch diese Metakommunikation gibt er Interpretationsanweisen vor und kennzeichnet zugleich seine emotionale Beziehung zum Empfänger.

Axiom 3: „Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe seitens der Partner bedingt“⁴

Kommunikation kann als ständiger Prozess aufgefasst werden. Dabei tendieren wir dazu unseren Kommunikationsablauf zu strukturieren und das Verhalten, welches wir zeigen, eher als Reaktion auf das zu sehen, was der andere gesagt hat. Da menschliche Kommunikation aber iterativ und kreisförmig verläuft, gibt es keine Kausalketten mit einem eindeutigen Anfang. Subjektiv jedoch, definiert sich jeder aus seiner Sicht Anfänge, welche Interpunktionen genannt werden. Ein Teufelskreis entsteht, wenn Ursache und Wirkung unseres Verhaltens sich gegenseitig zum Verhalten des Gesprächspartners bedingt.

Axiom 4: „Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten. Digitale Kommunikationen haben eine komplexe und vielseitige logische Syntax, aber eine auf dem Gebiet der Beziehungen unzulängliche Semantik. Analoge Kommunikationen hingegen besitzen dieses semantische Potential, ermangeln aber die, für die eindeutige Kommunikation erforderliche, logische Syntax“⁵

In diesem Axiom geht es um die Gegenüberstellung von logischer Syntax (der Eindeutigkeit der gesprochenen Worte) und Semantik (der eigentlichen Bedeutung) einer Botschaft, wobei diese jeweils unterschiedlich stark ausgeprägt sein können.

Dabei bedient sich die digitale Kommunikation eher der Sprache und logischen Syntax, wohingegen die analoge Kommunikation eher die Körpersprache bzw. nonverbalen Kanälen und Semantik benutzt. Es ist wichtig zu wissen, dass die Kommunikation nur gelingt, wenn der analoge

⁴ (Eichler & Pankau)

⁵ (Eichler & Pankau)

Teil mit dem digitalen Teil einer Botschaft übereinstimmt und der Empfänger auch beide Teile richtig interpretiert.

Probleme gibt es bei Mehrdeutigkeit oder Widerspruch der Teile einer Botschaft, z.B. wenn Mimik bzw. Gestik nicht mit dem Inhalt der Nachricht übereinstimmt. Man spricht dann von inkongruenten Botschaften, welche zu Interpretationsschwierigkeiten und letztendlich Missverständnissen führen können.

Beispiele zu diesem Axiom, welche in den folgenden Kapiteln noch genauer erklärt werden, sind: der Rosenthal-Effekt, das Eisberg-Modell und das Pareto Prinzip.

Axiom 5: „Zwischenmenschliche Kommunikationsabläufe sind entweder symmetrisch (gleichwertig) oder komplementär (ergänzend), je nachdem ob die Beziehung zwischen den Partnern auf Gleichheit oder Unterschiedlichkeit beruht“⁶

Bei komplementären Beziehungsformen ergänzen sich unterschiedliche Verhaltensweisen und ein Partner nimmt häufig eine untergeordnete Rolle ein. In symmetrischen Beziehungen hingegen, sind die Partner bestrebt Gleichheit untereinander zu erreichen.

Wichtig dabei ist, dass man nicht sagen kann, dass die eine Variante besser oder schlechter als die andere wäre. Beide Varianten funktionieren, jedoch nur, wenn die Vorstellungen der Kommunizierenden in dieser Beziehung nicht unterschiedlich sind.

2.3. Rosenthal-Effekt

Dieser Effekt ist ein Beispiel dafür, wie unsere Erwartungen und Bedürfnisse dazu führen, dass unsere Kommunikation und unser Verhalten, sowie das Verhalten anderer beeinflusst werden.

In einem Experiment wurden Studenten eines Kurses in zwei Gruppen eingeteilt und zufällige Laborratten des gleichen genetischen Stammes zugeteilt, welche

⁶ (Eichler & Pankau)

einen Irrgarten durchlaufen sollen. Der einzige Unterschied bestand darin, dass den Versuchsleitern der einen Gruppe erzählt wurde, es handle sich um äußerst dumme Tiere, und denen der anderen Gruppe, es wären äußerst intelligente. Beim Ergebnis zeigte sich, dass die vermeintlich intelligenteren Ratten auch die deutlich besseren Leistungen erbracht hatten.

Durch die non-verbalen Erwartungshaltungen der Versuchsleiter erfolgt also eine unbewusste Beeinflussung der Versuchspersonen (Ratten) in Form einer „selbsterfüllenden Prophezeiung“.⁷

2.4. Eisberg-Modell der Kommunikation

Das Modell basiert auf der Annahme, dass bei einem auf dem Wasser schwimmenden Eisberg nur ein kleiner Teil (nämlich die obere Spitze) direkt sichtbar ist, wohingegen der wesentlich größere Teil unter der Wasseroberfläche unsichtbar bleibt.

Im übertragenen Sinne kann das Modell auf die Kommunikation angewandt werden und verdeutlichen, dass dabei zwei Ebenen eine wesentliche Rolle spielen, wobei zunächst nur die obere Ebene offensichtlich erscheint.

Ähnlich wie beim Eisberg, geht man davon aus, dass eine Botschaft nur zu einem geringen Teil direkt wahrnehmbar ist. Bei diesem Teil handelt es sich um die Sachinformationen, wie Zahlen, Fakten und Daten, welche meist in sprachlicher Form übertragen werden. Diese Informationen bilden die Sachebene, welche bewusst wahrgenommen wird, und repräsentieren den sichtbaren Teil des Eisberges.

Der weitaus größere Teil der Botschaft jedoch besteht aus vielfältigen Informationen, die versteckt übertragen werden und den Inhalt der Botschaft wesentlich beeinflussen. Dazu zählen z.B. Stimmungen, Gefühle und Wertvorstellungen, die durch Gestik, Mimik oder Tonfall non-verbal kommuniziert werden. Diese Informationen bilden die Gefühls-/

⁷ (Der "Rosenthal-Effekt")

Beziehungsebene, welche unbewusst wahrgenommen wird, und repräsentieren den unsichtbaren Teil des Eisberges.⁸

2.5. Pareto Prinzip (80-zu-20-Regel)

Das Prinzip, welches nach einem italienischen Ingenieur benannt wurde, besagt, dass 20% des Einsatzes zu 80% des Erfolges führt. Aber für die letzten 20% des Erfolges, wird nochmal 80% des Einsatzes benötigt.

Häufig wird das Pareto Prinzip auch im Zusammenhang mit Kommunikation verwendet. Man möchte damit ausdrücken, dass das, was beim Empfänger ankommt, zu 80% durch die unbewusste Gefühls-/Beziehungsebene bestimmt ist und nur zu 20% durch die bewusste Sachebene.

⁸ (Eisberg Modell - Größer als gedacht)

3. Selbstreflexion

Im Folgenden soll sich damit auseinandergesetzt werden, in wie fern das Themengebiet der Kommunikation persönliche Relevanz hat und welche Aspekte davon nach eigener Einschätzung als hilfreiche Erkenntnisse für die Zukunft mitgenommen werden können.

Zum einen haben mir die Axiome der Kommunikation persönlich dabei geholfen, mir klar zu werden, dass es bei der Kommunikation immer auch non-verbale Botschaften gibt, welche nicht unterdrückt werden können, und man somit andere immer unbewusst durch Körpersprache mit Informationen versorgt und auch beeinflusst. Für mich ist es daher wichtig mitzunehmen, dass über die verschiedenen Kommunikationskanäle keine widersprüchlichen oder mehrdeutigen Nachrichten übermittelt werden.

Durch das Eisberg-Modell und der Pareto Effekt habe ich zudem erst erfahren, dass der weitaus größere Teil der Nachricht, welche beim Empfänger ankommt, durch diese Gefühls-/Beziehungsebene bestimmt ist. Dies ist für mich vor allem interessant, da man durch diese Erkenntnis oft das Verhalten anderer Personen während oder nach der Kommunikation besser verstehen und nachvollziehen kann.

Abschließend ist noch zu erwähnen, dass sich meiner Meinung nach durch Übung der Vier-Seiten-/Ohren Analyse von Nachrichten bzw. Empfängern wahrscheinlich tatsächlich eine Verbesserung der Deutungsfähigkeiten von Nachrichten einstellt und sich dadurch möglicherweise Kommunikationsprobleme besser in den Griff kriegen lassen. Für die Zukunft habe ich mir vorgenommen, dies bewusst auszuprobieren, um zu sehen, ob dies einen positiven Effekt zur Folge hat.

Literaturverzeichnis

Der "Rosenthal-Effekt". (kein Datum). Von Stangl-Taller Homepage:
<http://www.stangl-taller.at/TESTEXPERIMENT/experimentbsprosenthal.html> abgerufen

Eichler, W., & Pankau, J. (kein Datum). *Fünf kommunikationspsychologische Axiome.* Von Uni Oldenburg: Kommunikations- und Konflikttraining im Rahmen der Lehreraus- und weiterbildung: http://www.germanistik-kommprojekt.uni-oldenburg.de/sites/1/1_05.html abgerufen

Eisberg Modell - Größer als gedacht. (kein Datum). Von Hesse/Schrader Berufsstrategie: <https://www.berufsstrategie.de/bewerbung-karriere-soft-skills/kommunikationsmodelle-eisberg-modell.php> abgerufen

Wikipedia Foundation (Hrsg.). (2015). *Paul Watzlawick.* Von Wikipedia: https://de.wikipedia.org/wiki/Paul_Watzlawick abgerufen