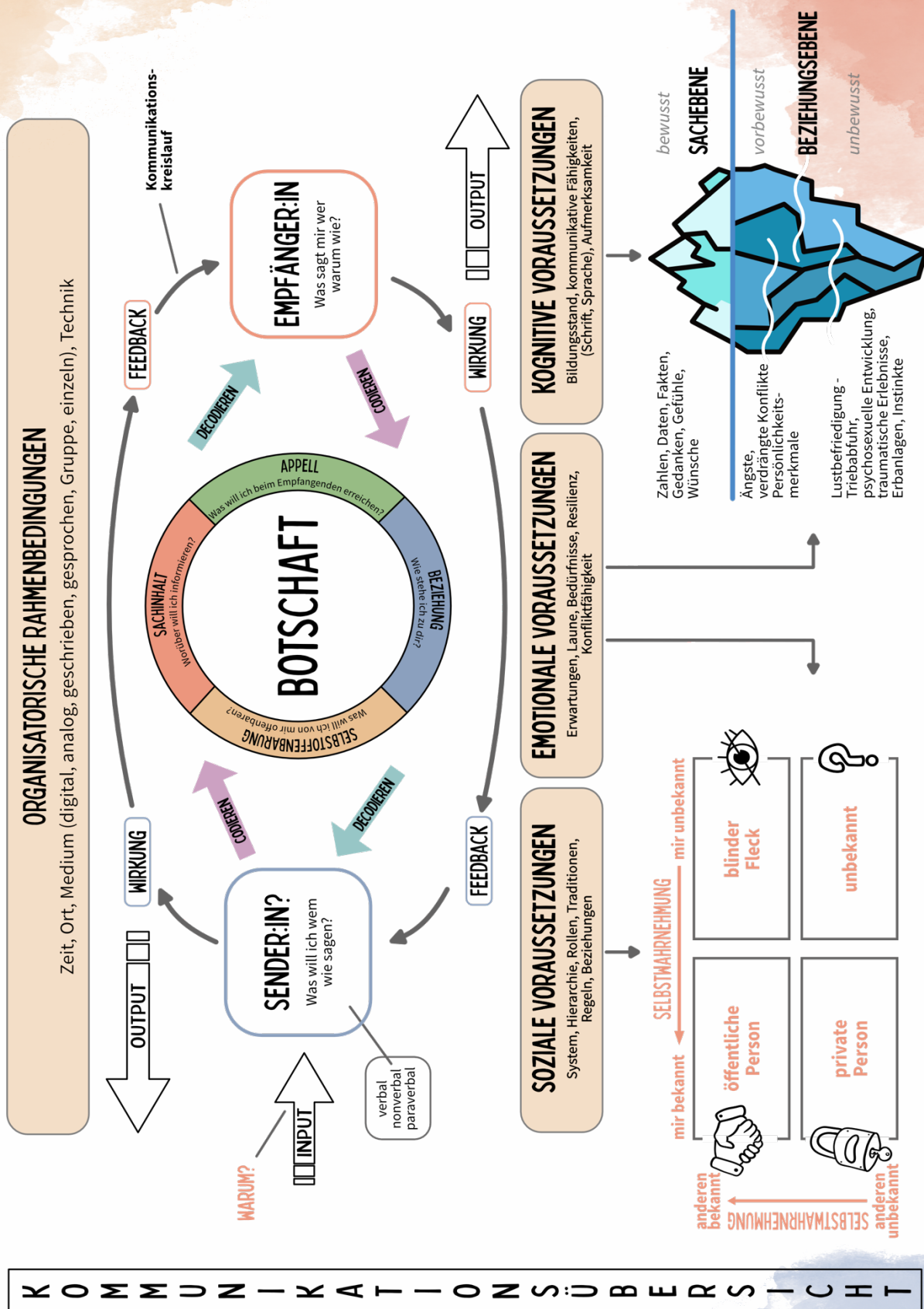
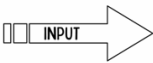
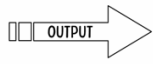


KOMMUNIKATION



Begriffe

Kommunikation	Verständigung/ Kontaktaufnahme mit einem anderen durch die Verwendung von Zeichen und Sprache.
Botschaft/ Nachricht	Alles, was ein:e Sender:in kommuniziert.
Verbal	Verbale Kommunikation basiert auf Sprache/ gesprochenen, geschriebenen oder gezeichneten Worten.
Nonverbal	Nonverbale Kommunikation (auch averbale Kommunikation, Verständigung ohne Worte) bezeichnet jenen Teil der zwischenmenschlichen Kommunikation, der nicht durch wörtliche Sprache vermittelt wird. Nonverbale Kommunikation kann absichtlich (intentionell) oder unabsichtlich erfolgen. Auch die gesprochene Kommunikation hat nonverbale Aspekte.
Paraverbal	Der paraverbale Anteil kann im Gegensatz zum verbalen und nonverbalen Anteil der Kommunikation im Wesentlichen gehört werden. Wahrgenommen werden hier u. a. Stimmlage, Resonanzraum und das Sprechverhalten wie Artikulation, Lautstärke, Sprechtempo und Sprachmelodie einschließlich Sprechpausen.
	Die/der Sender:in ist die Person, welche mit der/ dem Empfänger:in willentlich oder unbeabsichtigt kommuniziert.
	Die/der Empfänger:in einer Nachricht ist die Person (oder das Individuum), bei dem die Nachrichten der/des Sender:in ankommen und Wirkung erzielen.
	Inhalte/ ursprüngliche Formate einer Nachricht werden durch die/den Sender:in in seine Sprache übersetzt.
	Nachrichten der/des Sender:in werden durch den Empfänger in dessen Sprache übersetzt.
	Der Impuls/ Reiz, der die/den Sender:in dazu veranlasst, eine Nachricht zu senden. Dieser Impuls kommt von außen.
	Die Reaktion/ Rückmeldung auf eine Nachricht. Der Output bleibt nicht innerhalb des Systems von Sender:in und Empfänger:in, sondern ist an dritte gerichtet.
Feedback	Reaktion der/des Empfänger:in an den Sender auf eine Nachricht.
Wirkung	Resultat des Inhalts einer decodierten Nachricht beim Empfangenden.
Feedback- Wirkung - Kreislauf	Zwischen Sender:in und Empfänger:in kommt es durch Wirkung und Feedback zu einem kontinuierlichen Kommunikationskreislauf.



Rahmenbedingungen

Kommunikation unterliegt Rahmenbedingungen, die sich auf die „richtige“ Deutung (Decodierung, Hören auf dem richtigen Ohr, ...) auswirken.

Organisatorisch	Organisatorische Rahmenbedingungen sind Zeit und Ort, also in welchem Rahmen findet das Gespräch statt. Uhrzeit und Raum beeinflussen die Art wie Nachrichten verstanden werden. Auch das Medium, über das kommuniziert wird spielt dabei eine Rolle. Trifft man sich präsent und kann non- und paraverbale Aspekte besser wahrnehmen, wird geschrieben oder gesprochen, ist es ein Einzel- oder ein Gruppengespräch, sind bei Videokonferenzen alle mit dem Tool vertraut?
Sozial	Zwischen Menschen herrschen immer bestimmte Bedingungen. In welchem System findet das Gespräch statt (Familie, Verein, ...)? Gibt es Hierarchien, bestimmte Rollen und Beziehungen, die die Gesprächspartner:innen haben (Lehrer:in-Schüler:in, Arbeitgeber:in – Arbeitnehmer:in, ...)? Gibt es bestimmte Traditionen, Regeln nach denen Gespräche ablaufen?
Emotional	Mit welchen Erwartungen und Bedürfnissen gehen Gesprächspartner:innen in das Gespräch? Wie ist die Laune, das Stresslevel der Beteiligten? Wie gut sind Resilienz und Konfliktfähigkeit?
Kognitiv	Sprache hat immer mit kognitiven Fähigkeiten zu tun. Also mit dem Bildungsstand und der Intelligenz, den kommunikativen Fähigkeiten in Schrift und Sprache und auch der Fähigkeit aufmerksam und inhaltlich einem Gespräch folgen zu können.



KOMMUNIKATIONSMODELLE

Die 5 Axiome der Kommunikation (Paul Watzlawick)

Ein Axiom bezeichnet einen Grundsatz, der keines Beweises bedarf. Paul Watzlawick stellte 5 Grundregeln (pragmatische Axiome) auf, die die paradoxe menschliche Kommunikation erklären:

Axiom		Beispiel
1. Man kann nicht nicht kommunizieren.	Man kann sich durch Inaktivität (Nichtstun) einer Kommunikation nicht entziehen. Jede Kommunikation (nicht nur mit Worten) ist Verhalten und genauso wie man sich nicht nicht verhalten kann, kann man nicht nicht kommunizieren. Wird Kommunikation einseitig abgebrochen führt das meistens zu Konflikten.	Ein Beispiel wäre eine Frau im Wartezimmer eines Arztes, die die ganze Zeit nur auf den Boden starrt. Zunächst könnte man annehmen, sie würde nicht kommunizieren. Dennoch tut sie es, indem sie den anderen Wartenden nonverbal mitteilt, dass sie keinen Kontakt möchte.
2. Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.	Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, wobei letzterer den ersten bestimmt. Die Inhaltsebene liefert Informationen zur Sache, die Beziehungsebene Informationen über das Verhältnis der Teilnehmenden.	Es gibt keine rein informative Kommunikation, jede Äußerung enthält eine Beziehungsaussage. Durch Gestik, Mimik und Tonfall des Sprechers, werden im Angesprochenen verschiedene Reaktionen (Emotionen) ausgelöst. Wenn eine negative Beziehung auf der Inhaltsebene ausgetragen wird, kann dies eine gestörte Kommunikation zur Folge haben
3. Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung. (Die Interpunktion der Ereignisse definiert die Beziehung.)	Kommunikation hat keinen Anfang und kein Ende, sondern läuft im Kreis. Je nachdem, wo ein „Stopp“ (Interpunktion) gesetzt wird, wird die Beziehung beeinflusst.	Eine Ehefrau beschwert sich, ihr Mann würde sich ständig zurückziehen. Der Mann jedoch weist darauf hin, dass er sich nur zurückziehe, weil seine Frau ständig an ihm herumnörgelt. Die Frau nörgelt also und der Mann zieht sich zurück. Weil er sich zurückzieht, nörgelt sie. Es ist ein Kreislauf.
4. Kommunikation kann analog oder digital erfolgen.	Sprache, geschrieben oder gesprochen, ist eine digitale Kommunikationsform. Analoge Formen sind nonverbal, Körpersprache, Gestik usw.	Ein Küsschen, dass ein Kind von seinen Eltern bekommt, kann heißen: „Wir mögen dich sehr gerne!“, oder auch „Lass uns bitte jetzt in Ruhe!“
5. Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär	Komplementär bedeutet, dass es ein Machtgefälle zwischen den Teilnehmenden gibt, symmetrisch, dass sie eine gleichwertige Position haben.	In komplementären Beziehungen (Eltern – Kind) ergänzen sich unterschiedliche Verhaltensweisen, eine symmetrische Beziehungsform zeichnet sich dadurch aus, dass die Partner sich bemühen, Ungleichheiten untereinander zu minimieren. (Partnerschaft)



Das Johari-Fenster (Joseph Luft und Harry Ingham)

Das Johari-Fenster ist ein Modell, dass den Abgleich von Selbst- und Fremdwahrnehmung zu ermöglichen und damit die Zusammenarbeit und das Verständnis innerhalb von Gruppen zu verbessern.

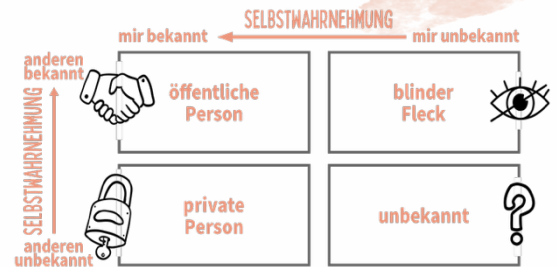
Diese Methode wird eingesetzt, um das linke obere Fenster, also den öffentlichen Bereich, zu vergrößern, weil die Zusammenarbeit zwischen mehreren Personen meist besser funktioniert, je mehr sie übereinander wissen. Dabei können sowohl positive Effekt für den Einzelnen als auch für die gesamte Gruppe beobachtet werden.

a) Vorteile für den Einzelnen:

- Unbewusste Verhaltensweisen werden ins Bewusstsein geholt.
- An Schwächen kann gezielt gearbeitet werden.
- Durch bewusste Herausgabe von Informationen kann die innere Anspannung vermieden werden, die entsteht, wenn Informationen für sich behalten werden.

b) Vorteile für das Team:

- Das Handeln der Personen wird transparenter.
- Gegenseitiges Verständnis wird erhöht, da die anderen Teammitglieder besser verstanden werden können.
- Die Qualität der Beziehungen bessert sich.
- Gruppen lernen sich schneller kennen, wenn bewusst darauf geachtet wird, den öffentlichen Bereich der Mitglieder zu vergrößern.



Der öffentliche Bereich	Hier finden sich alle Informationen, die mir selbst über mich bewusst und die auch anderen Personen bekannt sind. Es wird davon ausgegangen, dass ich in meinem Handeln frei und unbelastet bin, weil alle sich über meine Wünsche, Eigenarten oder Verhaltensweisen bewusst sind.
Der geheime Bereich	Informationen in diesem Bereich sind mir selbst bekannt, anderen Personen jedoch nicht. Vielleicht möchte die Information nicht mit anderen teilen, weil sie mir zu privat sind oder ich mich unsicher fühle.
Der blinde Fleck	Andere Personen haben Informationen über mich, die mir aber gar nicht bewusst sind. Wären mir diese Informationen bekannt, könnte ich • an mir arbeiten, wenn es sich um negative Informationen handelt oder • mich freuen, weil mir diese Dinge noch gar nicht bewusst waren. Informationen aus dem „blinden Fleck“ werden oft nonverbal geäußert. Habe ich zum Beispiel ein Vorurteil gegen einen bestimmten Mitarbeiter, so strahle ich das aus, ohne dass ich es ihm gegenüber mitteile.
Der unbekannte Bereich	Informationen in diesem Bereich sind weder mir selbst noch anderen Personen bekannt. Das können unbewusste Erinnerungen oder schlummernde Talente sein, die einfach noch nicht entdeckt wurden.

Eisbergmodell (Sigmund Freud)

Das Eisbergmodell basiert auf der Tatsache, dass bei einem Eisberg lediglich ein kleiner Teil, nämlich ca. 20 %, sichtbar ist. Die anderen 80 %, also der weitaus größere Teil des Eisberges, befinden sich dagegen unsichtbar unter der Wasseroberfläche.

Genauso verhält es sich mit der menschlichen Kommunikation, bei der es laut Freud eine sichtbare und eine unsichtbare Ebene gibt.

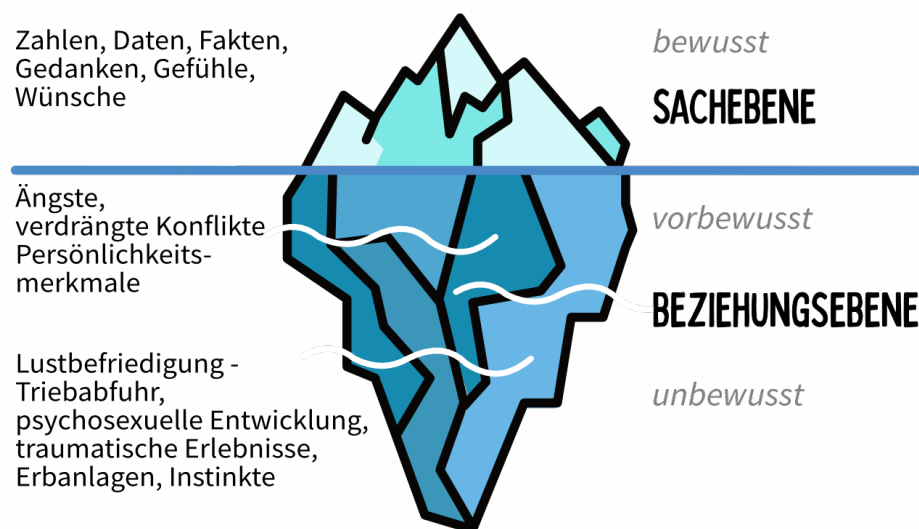
Das Eisbergmodell soll veranschaulichen, wie Menschen miteinander kommunizieren, was im zwischenmenschlichen Bereich tatsächlich gesagt und was unausgesprochen transportiert wird.

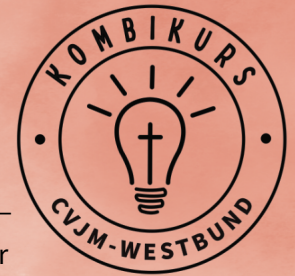
Die beiden Ebenen von Freuds Eisbergmodell heißen Sachebene und Beziehungsebene (beziehungsweise psychosoziale Ebene):

- Sachebene: Bei ihr handelt es sich um die sichtbare, bewusste Ebene. Hier existieren Fakten, Informationen und Daten.
- Beziehungs- bzw. psychosoziale Ebene: Sie verkörpert im Modell die unsichtbare, unbewusste Ebene und lässt sich sogar nochmals in eine „vorbewusste“ (beinhaltet Gefühle und Erfahrungen) sowie unbewusste (beinhaltet Triebe und Instinkte) unterteilen.

Das bedeutet: Der kleinste Teil unserer Kommunikation findet tatsächlich verbal statt. Der weitaus größere Teil wird hingegen nicht ausgesprochen, sondern auf der Beziehungsebene übermittelt.

Diese versteckten Informationen sind einerseits prägende Faktoren aus der Vergangenheit, die ein Gespräch beeinflussen können, und auf der anderen Seite Mimik, Tonfall oder Gestik, die die Kommunikation nachhaltig prägen.



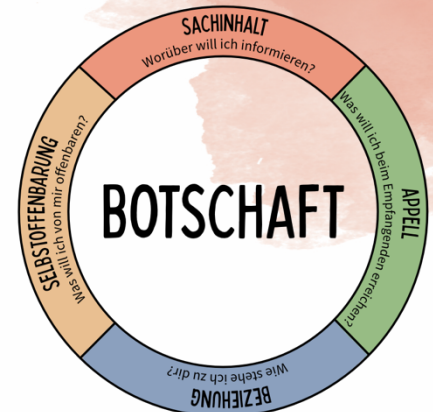


Vier Seiten einer Nachricht (Friedemann Schulz von Thun)

Wenn ich als Mensch etwas von mir gebe – egal ob verbal, nonverbal oder paraverbal – bin ich auf vierfache Weise wirksam. Jede meiner Äußerungen enthält, ob ich will oder nicht, vier Botschaften gleichzeitig:

- eine Sachinformation (worüber ich informiere) – rot
- eine Selbstkundgabe (was ich von mir zu erkennen gebe) – gelb
- einen Beziehungshinweis (was ich von dir halte und wie ich zu dir stehe) – blau
- einen Appell (was ich bei dir erreichen möchte) – grün

Ausgehend von dieser Erkenntnis hat Schulz von Thun 1981 die vier Seiten einer Äußerung als Quadrat dargestellt. Die Äußerung entstammt dabei den „vier Schnäbeln“ des Senders und trifft auf die „vier Ohren“ des Empfängers. Sowohl Sender als auch Empfänger sind für die Qualität der Kommunikation verantwortlich, wobei die unmissverständliche Kommunikation der Idealfall ist und nicht die Regel.



Sachebene

Auf der Sachebene des Gesprächs steht die Sachinformation im Vordergrund, hier geht es um Daten, Fakten und Sachverhalte. Dabei gelten drei Kriterien:

- wahr oder unwahr (zutreffend/ nichtzutreffend)
- relevant oder irrelevant (sind die aufgeführten Sachverhalte für das anstehende Thema von Belang/nicht von Belang?)
- hinlänglich oder unzureichend (sind die angeführten Sachhinweise für das Thema ausreichend, oder muss vieles andere zusätzlich bedacht werden?)

Die Herausforderung für den Sender besteht auf der Sachebene darin, die Sachverhalte klar und verständlich auszudrücken. Der Empfänger kann auf dem Sachohr entsprechend der drei Kriterien reagieren.

Selbstoffenbarungsebene

Für die Selbstoffenbarung gilt: Wenn jemand etwas von sich gibt, gibt er auch etwas von sich. Jede Äußerung enthält gewollt oder unfreiwillig eine Kostprobe der Persönlichkeit – der Gefühle, Werte, Eigenarten und Bedürfnisse. Dies kann explizit („Ich-Botschaft“) oder implizit geschehen. Während der Sender mit dem Selbstkundgabe-Schnabel implizit oder explizit, bewusst oder unbewusst, Informationen über sich preisgibt, nimmt der Empfänger diese mit dem Selbstkundgabe-Ohr auf: Was ist das für einer? Wie ist er gestimmt? Was ist mit ihm? usw.

Beziehungsebene

Auf der Beziehungsebene gebe ich zu erkennen, wie ich zum anderen stehe und was ich von ihm halte. Diese Beziehungshinweise werden durch Formulierung, Tonfall, Mimik und Gestik vermittelt. Der Sender transportiert diese Hinweise implizit oder explizit. Der Empfänger fühlt sich durch die auf dem Beziehungsohr eingehenden Informationen wertgeschätzt oder abgelehnt, missachtet oder geachtet, respektiert oder gedemütigt.



Appellebene

Die Einflussnahme auf den Empfänger geschieht auf der Appellebene. Wenn jemand das Wort ergreift, möchte er in aller Regel etwas erreichen. Er äußert Wünsche, Appelle, Ratschläge oder Handlungsanweisungen.

Die Appelle werden offen oder verdeckt gesandt. Mit dem Appell-Ohr fragt sich der Empfänger: Was soll ich jetzt (nicht) machen, denken oder fühlen?

Beispiel	Eine Mutter betritt das unordentliche Zimmer ihrer 15-jährigen Tochter, schüttelt den Kopf und verlässt kommentarlos das Zimmer.	Ein Paar sitzt im Auto. Die Frau fährt 90 km/h und der Mann sagt zu ihr: „Man darf hier 100 fahren.“	Nachdem ein Sohn seine Mutter darum gebeten hat, ihm sein Lieblingssessen zu kochen, fragt er sie beim Essen: „Hast du das Rezept verändert?“
Sachebene	Das Zimmer ist unordentlich.	Auf dieser Straße ist das Fahren von 100 km/h erlaubt.	Das Essen ist anders als sonst.
Selbstoffenbarungsebene	Die Mutter ist genervt oder geschockt von der Unordnung. Sie mag keine Unordnung. Sie ist vielleicht darüber enttäuscht, dass die Tochter sich nicht an Anweisungen hält.	Der Mann ist in Eile. Der Mann ist vom Fahrstil der Frau genervt.	Sohn ist aufmerksam, er hat eine geschmackliche Veränderung des Essens bemerkt, die er mag / nicht mag. Ihm schmeckt das Essen/ nicht.
Beziehungsebene	Mutter hält Tochter für einen faulen und unordentlichen Menschen, der sich nichts aus den Anweisungen der Mutter macht und damit ihre Autorität anzweifelt. Sie hat dennoch ein enges Verhältnis zu ihr, weshalb sie ihre Missbilligung ehrlich zeigt.	Der Mann hält sich für den besseren Autofahrer, der seiner Partnerin helfen muss, da diese eine miese Autofahrerin ist.	Sohn und Mutter haben ein gutes Verhältnis, das es ihm erlaubt, offen seine Meinung zu äußern.
Appellebene	Sie möchte, dass ihre Tochter das Zimmer aufräumt und/ oder sich an Anweisungen der Mutter hält.	Fahr schneller!	Verwende in Zukunft wieder das alte / neue Rezept.

WAS HILFT?

Aktives Zuhören

Aktives Zuhören ist eine Haltung, bei der man sich ganz auf das Gegenüber konzentriert, um dessen Inhalt und Gefühle wirklich zu verstehen, und zwar nicht nur durch reines Hören, sondern durch aufmerksame emotionale und gedankliche Bemühungen. Es erfordert Empathie, Respekt und eine offene Körperhaltung, das Ausredenlassen des Partners, das Zeigen von Verständnis durch verbale und nonverbale Signale sowie das Nachfragen und Zusammenfassen des Gehörten, um Missverständnisse zu vermeiden.



Ich-Botschaften

Ich-Botschaften sind eine Kommunikationsmethode, bei der eine Person ihre eigenen Gefühle, Gedanken und Bedürfnisse direkt ausdrückt, ohne andere zu beschuldigen oder zu bewerten (Gegensatz zu Du-Botschaften). Sie sind subjektive Äußerungen, die den Fokus auf den Sprecher legen, um Missverständnisse zu klären, Vertrauen aufzubauen und Konflikte konstruktiv zu lösen, anstatt Schuldzuweisungen zu machen. Eine gängige Formel für Ich-Botschaften ist die WWW-Formel: Wahrnehmung, Wirkung und Wunsch.



- | | |
|-----------------|--|
| 1. Wahrnehmung: | Objektive und wertfreie Beschreibung der Wahrnehmung. |
| 2. Wirkung: | Erklärung, welche Wirkung das Wahrgenommene auf mich (subjektiv) hat |
| 3. Wunsch: | Was soll sich ändern? |

Nutzen von Ich-Botschaften

- Konfliktlösung durch konstruktiven Dialog
- Fördern Vertrauen und Offenheit durch eine offenere Kommunikation
- Klarheit, weil die eigene Perspektive dargelegt wird
- Selbstverantwortung des Sprechenden für seine Gefühle und Bedürfnisse