



teilen, mitteilen, teilnehmen lassen;
gemeinsam machen, vereinigen.

KOMMUNIKATION

Verständigung

mithilfe von Sprache oder Zeichen

- zwischen Menschen

- Maschinen und Menschen

- Maschinen und Maschinen.

Soziale Kommunikation

Austausch, Vermittlung und Aufnahme
von Informationen zwischen Menschen
(Wissen, Erkenntnis, Erfahrung, Empathie...)

Soziale Interaktion

Wechselseitiges, aufeinander bezogenes
und sich **ergänzendes Verhalten** zwischen
Menschen – das **Geschehen zwischen**
Personen, die wechselseitig aufeinander
reagieren und sich dabei **gegenseitig**
beeinflussen und **steuern**

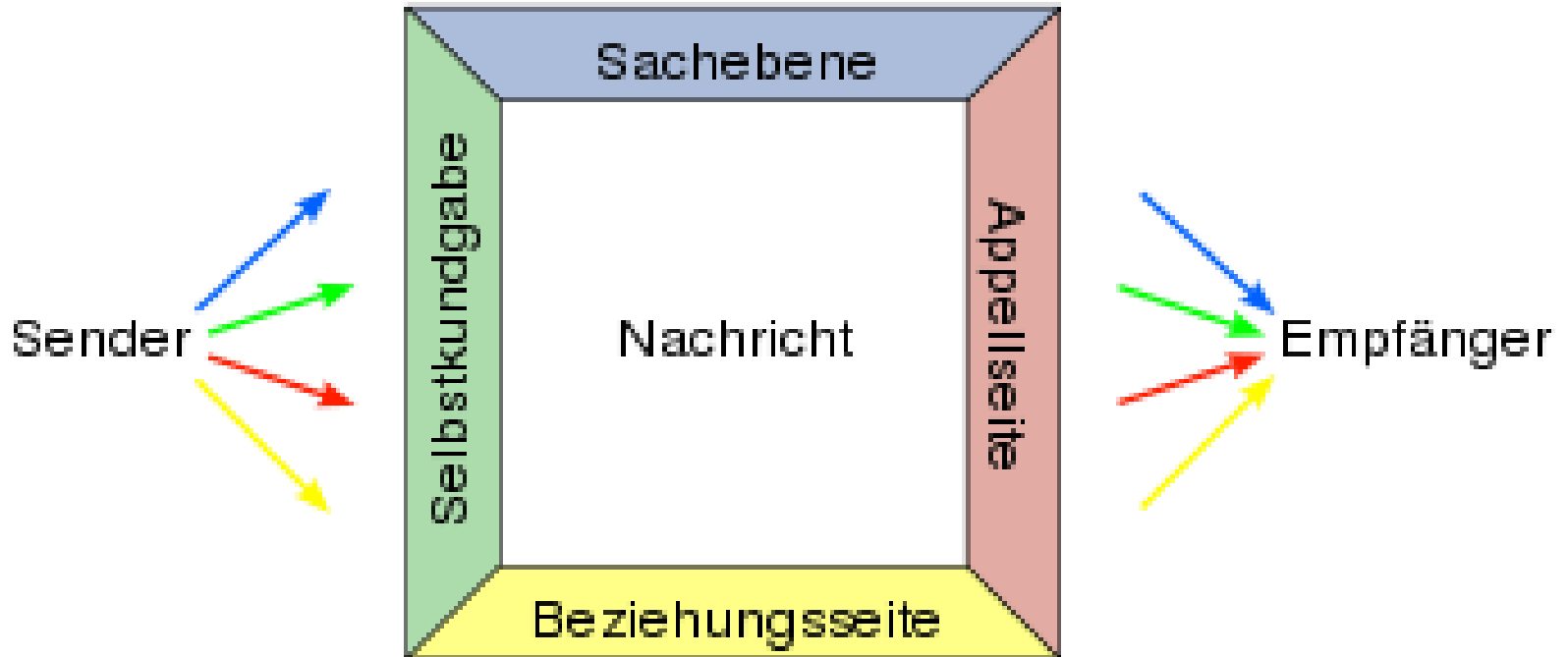
Kommunikation zwischen Menschen ist immer auch Interaktion!

- Man kann nicht *nicht* kommunizieren (Verhalten ist Kommunikation)
- Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt (Information – Beziehung)
- Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung (Reiz – Reaktion)
- Menschliche Kommunikation bedient sich analoger und digitaler Modalitäten (verbal, nonverbal)
- Kommunikation ist symmetrisch *oder* komplementär (ergänzend – spiegelnd)

Paradoxien in der Kommunikation

- Paradoxie: Handlungsaufforderung, die befolgt werden muss, aber nicht befolgt werden kann, wenn man sie befolgt!
- „Sei frei“

Vier Ebenen der Kommunikation



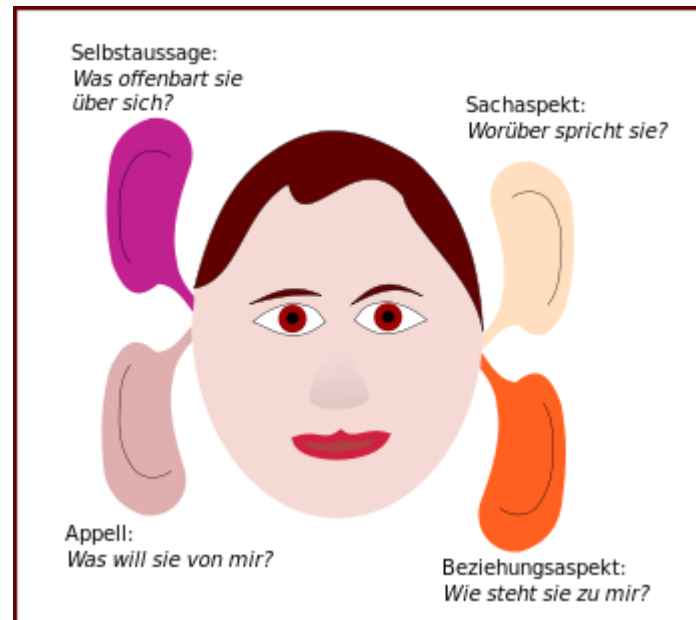
Vier Ebenen der Kommunikation

Sachebene: Daten, Fakten einer Nachricht.

Selbstoffenbarung: vermittelt etwas über sich.

Beziehung: Sender zum Empfänger, was er von ihm hält.

Appell: Wunsch oder Handlungsaufforderung.



Vier Ohren-Modell

Sender (Mann) sagt: „*Da ist etwas Grünes in der Suppe.*“

Sachebene: *Ich sehe etwas Grünes.*

Selbstoffenbarung: *Ich weiß nicht, was es ist.*

Beziehung: *Du wirst es wissen.*

Appell: *Sag mir bitte, was es ist!*

Empfängerin (Frau) versteht: „*Da ist etwas Grünes in der Suppe.*“

Sachebene: *Er sieht etwas Grünes.*

Selbstoffenbarung: *Ihm schmeckt das Essen nicht.*

Beziehung: *Er hält mich für eine schlechte Köchin.*

Appell: *Ich soll künftig nur noch kochen, was er mag.*

Die Frau antwortet also:

„Wenn es dir nicht schmeckt, kannst du ja selber kochen!“

Ursache und Wirkung



Alles, was Du tust, erzeugt eine Reaktion.

Damit hast Du immer „kommuniziert“.

Manchmal „sagst“ Du etwas, was Du gar nicht meinst.

Beim Streit fängt keiner wirklich an.

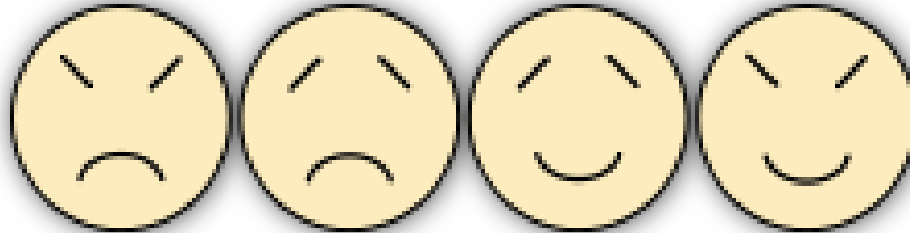
Sie haben aber eine schöne Perlenkette. Ist die echt?

Durch Gestik, Mimik und Tonfall des Sprechers, werden im Angesprochenen verschiedene Reaktionen ausgelöst.

- Bestätigung (die Aussage wird als Kompliment verstanden: schöne Kette)
- Verwerfung (die Aussage wird fallen gelassen, da sie als negativ empfunden wurde: ist die echt?)
- Entwertung (der Sprecher und seine Aussage werden entwertet: was geht den das an?)

KOMMUNIKATION

„Temperamente“



Aktivität – Kraft, Stärke, Geschwindigkeit von Bewegungen, Denken, Sprechen

Reaktivität – Tempo/Stärke der Reaktion auf äußere Reize

Emotionalität – Häufigkeit/Stärke der Äußerung von Gefühlen und Stimmungswechsel

Soziabilität – Wunsch nach Nähe anderer und die Art und Weise, mit ihnen umzugehen

KOMMUNIKATION

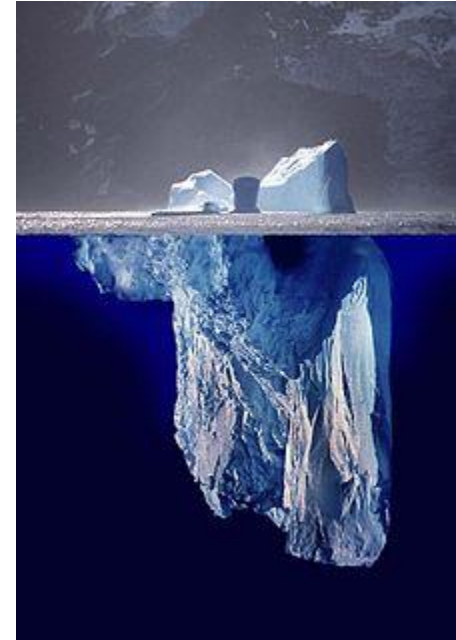
„Eisbergmodell“

Dient in der Angewandten Psychologie, der Pädagogik und speziellen Betriebswirtschaftslehre zur Verdeutlichung von **Kommunikationsmodellen**, die auf der s. g. *80/20-Regel* des **Pareto-Prinzips** basieren und sich (zum Teil im weiteren Sinn) auf die allgemeine Theorie der Persönlichkeit von *Sigmund Freud* (1856–1939) stützen

Das Modell gehört zu den wesentlichen Säulen der Kommunikationstheorie zur **zwischenmenschlichen Kommunikation**.

Die Metapher wurde erstmals in den 1930ern von Ernest Hemingway als Beschreibung seines literarischen Stils bekannt. Es sei, so Hemingway, nicht erforderlich, dass ein Autor alle Details seiner Hauptfigur erzähle. Es genüge, wenn, wie bei einem Eisberg, ein Achtel über Wasser zu erkennen sei¹.

Eine frühe deutschsprachige Rezeption, die das Modell explizit an Freud anlehnt, findet sich 35 Jahre nach Freuds Tod bei Ruch/Zimbardo (1974)²

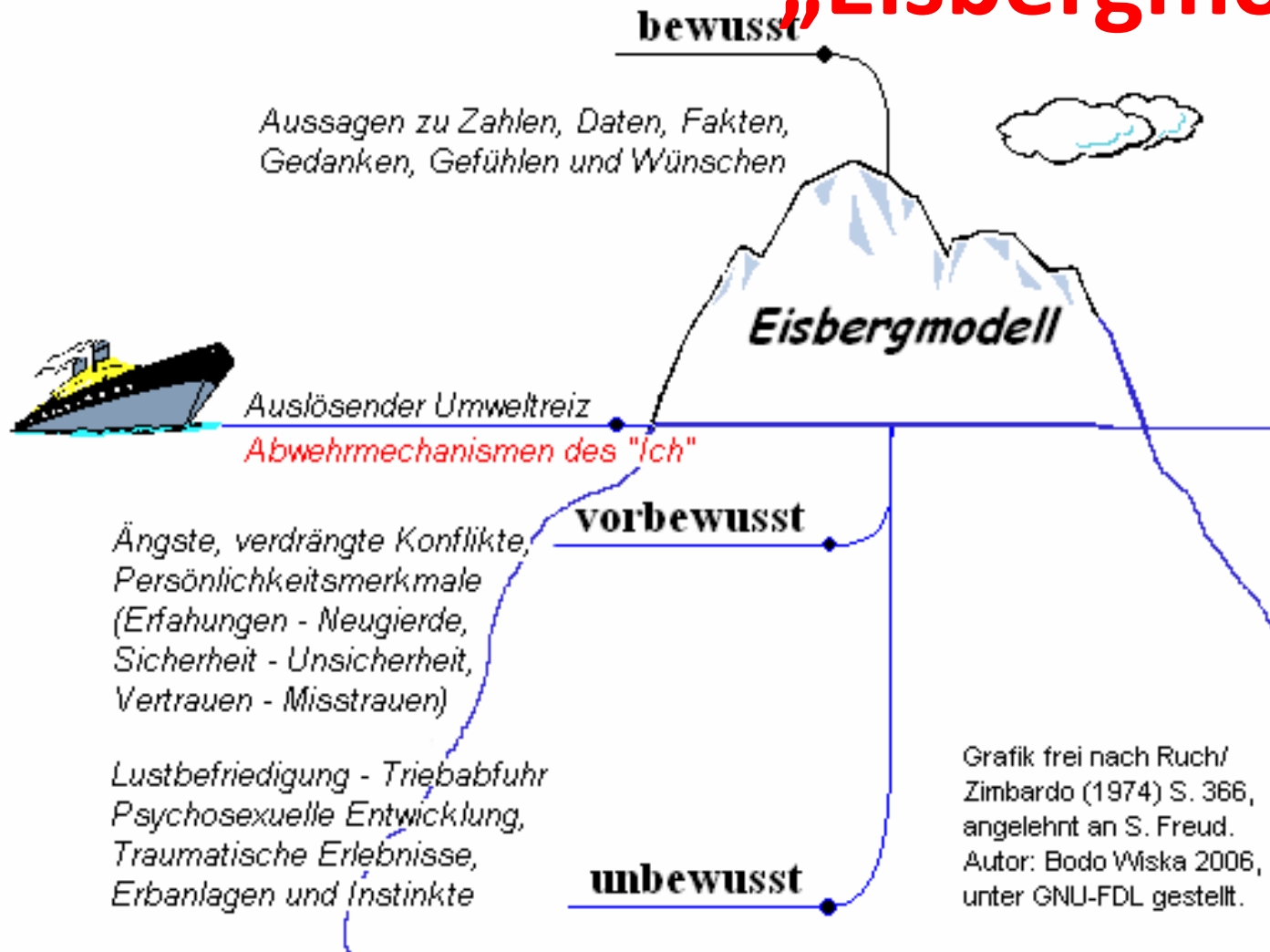


¹ Death In the Afternoon, Chap. 16, 192, Scribner's, 1932

² Ruch/Zimbardo, Lehrbuch der Psychologie. Eine Einführung für Studenten der Psychologie, Medizin und Pädagogik, S. 366, Springer Berlin 1974
Quelle: nach wikipedia

KOMMUNIKATION

„Eisbergmodell“

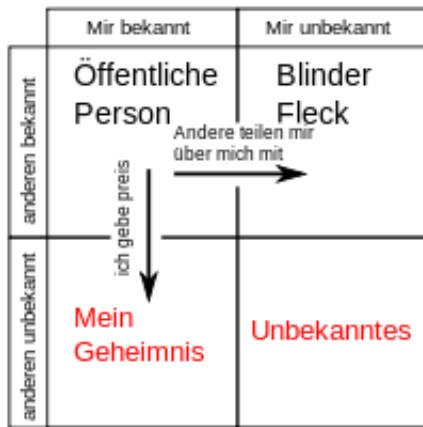


Grafik frei nach Ruch/
Zimbardo (1974) S. 366,
angelehnt an S. Freud.
Autor: Bodo Wiska 2006,
unter GNU-FDL gestellt.

KOMMUNIKATION

„Johari-Fenster“

Das Johari-Fenster
(Darstellung und Bezeichnung
der Felder weichen je nach Literatur ab)



ist ein Fenster **bewusster und unbewusster Persönlichkeits- und Verhaltensmerkmale** zwischen einem Selbst und anderen oder einer Gruppe.

Entwickelt 1955 von den amerikanischen Sozialpsychologen *Joseph Luft* und *Harry Ingham*.

Mit Hilfe des Johari-Fensters wird vor allem der so genannte „blinde Fleck“ im Selbstbild eines Menschen illustriert; spielt in der gruppenspezifischen Arbeit eine bedeutsame Rolle zur Demonstration der Unterschiede zwischen **Selbst- und Fremdwahrnehmung** und gehört zum Standardrepertoire gruppenspezifischer Modelle und Verfahren.

Öffentlich ist alles, was ein Mensch von sich preis gibt, was also ihm selbst und anderen bekannt ist. Dies umfasst die Anteile der Persönlichkeit, die nach außen sichtbar gemacht werden und von anderen wahrgenommen werden. Dieser Teil ist im Vergleich mit den anderen Teilen meist eher klein. Es sind aber vor allem die nicht-öffentlichen Bereiche, die Beziehungen ganz wesentlich bestimmen. Neben äußeren Merkmalen zählen auch innere Eigenschaften wie beispielsweise Ehrgeiz oder Ängstlichkeit hinzu, soweit diese nach außen erkennbar hervortreten.

Geheim ist alles, was der Betroffene weiß oder kennt, aber anderen nicht zugänglich macht oder aktiv vor ihnen verbirgt.

Blinder Fleck steht für alles, was vom Betroffenen ausgesendet und vom Empfänger wahrgenommen wird, ohne dass sich der Betroffene dessen bewusst ist. Andere erkennen Charakteristika, die der Betroffene bei sich selbst nicht erkennt.

Unbekannt ist alles, das weder dem Betroffenen, noch anderen bekannt ist (unenthülltes Terrain, welches ergänzend zu den wahrgenommenen, realen Tatsachen und als Kontinuum alles Möglichen, jedoch Unbekanntes steht).

KOMMUNIKATION

Regeln

Kommunikations-Killer

Verboten:

Nie
Man
Immer
Man müsste
Du könntest auch mal
Ich muss doch auch
...

Regeln:

Zuhören
Ausreden lassen
Keine Schuldzuweisungen
Ich spreche von mir, nicht von anderen
Nicht laut werden
...