

Es gibt nur einen Menschen, der so denkt wie ich.

Leider nur ich!

Rationale Ebene

- Kommunikation als Begriff verstehen
- Kommunikation am Beispiel einiger Modelle als zwischenmenschlichen Verhaltensablauf verstehen
- Kommunikationsstörungen erkennen und Möglichkeiten aufzeigen diese zu verringern
- Kommunikation effektiv gestalten

Emotionale Ebene

- Das Bewusstsein für das eigene Kommunikationsverhalten schärfen
- Schadet oder nützt unser kommunikatives Verhalten unseren Absichten, Wünschen oder Zielen?
- Wo liegen die Ursachen für ein selbstschädigendes kommunikatives Verhalten?

Themen und Materialliste

- 1. Humankommunikationsmodell**
- 2. Vier Seiten einer Nachricht**
- 3. Weitere Kommunikationsmodelle**
 - Transaktionsanalyse
 - Du bist okay – Ich bin okay
 - Das Joharin-Fenster
 - Kommunikationstheorie nach Paul Watzlawick
- 4. Emotion und Kommunikation**
- 5. Das Selbstwertgefühl**
- 6. Kommunikation effektiv gestalten**
 - Vier Konversationsmaximen nach Paul Grice
 - Laswell-Formel
 - WIN-WIN Situation
- 7. Gedanken, Zitate und Texte zur Kommunikation**

Kommunikation

(lateinisch communicare = mitteilen) ist der Austausch oder die Übertragung von Informationen. »Information« ist in diesem Zusammenhang eine zusammenfassende Bezeichnung für Wissen, Erkenntnis oder Erfahrung. Mit »Austausch« ist ein gegenseitiges Geben und Nehmen gemeint. »Übertragung« ist die Beschreibung dafür, dass dabei Distanzen überwunden werden können, oder es ist eine Vorstellung gemeint, dass Gedanken, Vorstellungen, Meinungen und anderes ein Individuum (besser ist der Begriff: Medium - Anm. Rosche) »verlassen« und in ein anderes »hinein gelangen«.

Quelle: www.wikipedia.de

Anmerkung:

Dieses Begleitmaterial erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Diese rudimentäre Grundlagenaufbereitung soll lediglich Interesse wecken, inspirieren, Lust auf mehr wissen wollen ...

Ein vornehmer Mensch tadelt sich selbst, ein gewöhnlicher die anderen.

Konfuzius

Ich bin dankbar für Ihre Kritik und Anmerkungen, wenn sie nur sachlich bleiben und der Sache dienlich sind.
Vielen Dank!

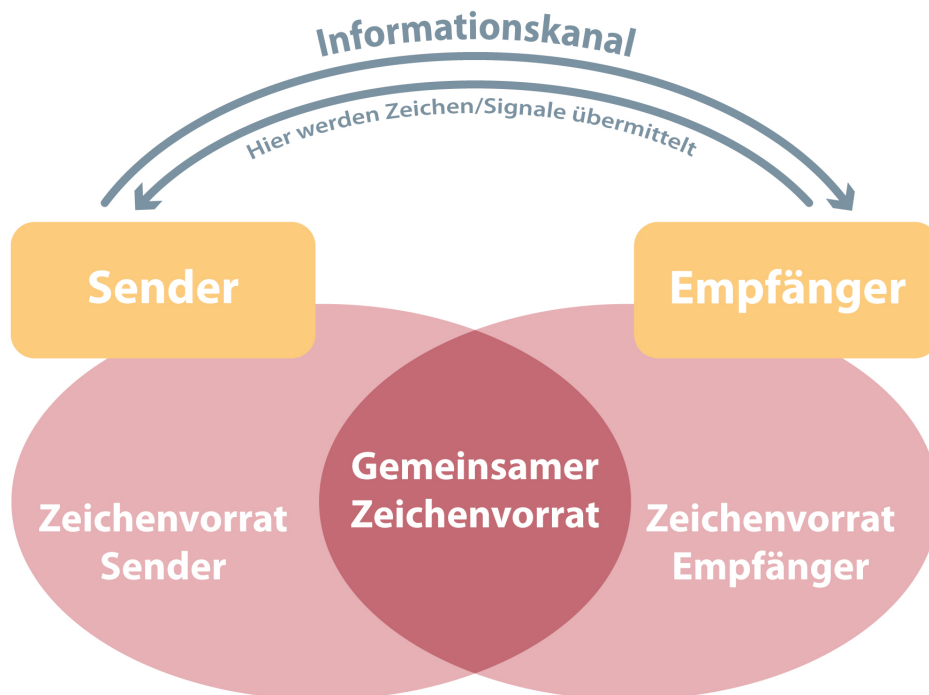
Quellen:

Friedemann Schulz von Thun – Miteinander reden – Band 1 bis 3
Dieter Schwartz - Vernunft und Kommunikation
DUDEN – der Deutsch-Knigge
Erich Fromm - Die Seele des Menschen
www.wikipedia.de

Sender-Empfänger-Modell

Sender und Empfänger tauschen Zeichen aus

Das Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation, das von Stuart Hall 1970 auf der Basis des Kanalmodells der Informationstheorie entwickelt wurde, definiert Kommunikation als Übertragung einer Nachricht von einem Sender zu einem Empfänger. Dazu wird die Nachricht aus dem Zeichenvorrat des Senders kodiert und als Signal über einen Informationskanal an den Empfänger übermittelt, der diese mit seinem Zeichenvorrat dekodiert. Dabei kann die Nachricht durch Störungen verfälscht werden. Eine Voraussetzung für die erfolgreiche Kommunikation ist, dass Sender und Empfänger den gleichen Zeichenvorrat und die gleiche Kodierung für die Nachricht verwenden.



Zeichen und Zeichenvorrat

Grob betrachtet sind Zeichen unterscheidbare Signale, denen wir eine Bedeutung einräumen können. Objektiv können wir Signale wahrnehmen (Reize: Farben, Formen, Töne – Kurz unser gesamtes Wahrnehmungsspektrum), subjektiv deuten wir auch Signale zu Zeichen (schiefes Lächeln, Farbkombinationen, etc.). Der Zeichenvorrat besteht aus Erinnerungen an diese gesehene, gelesene, gehörte, gespürte, geschmeckte, gerochene und erfahrene Zeichen.

Absicht und Wirkung

Absicht

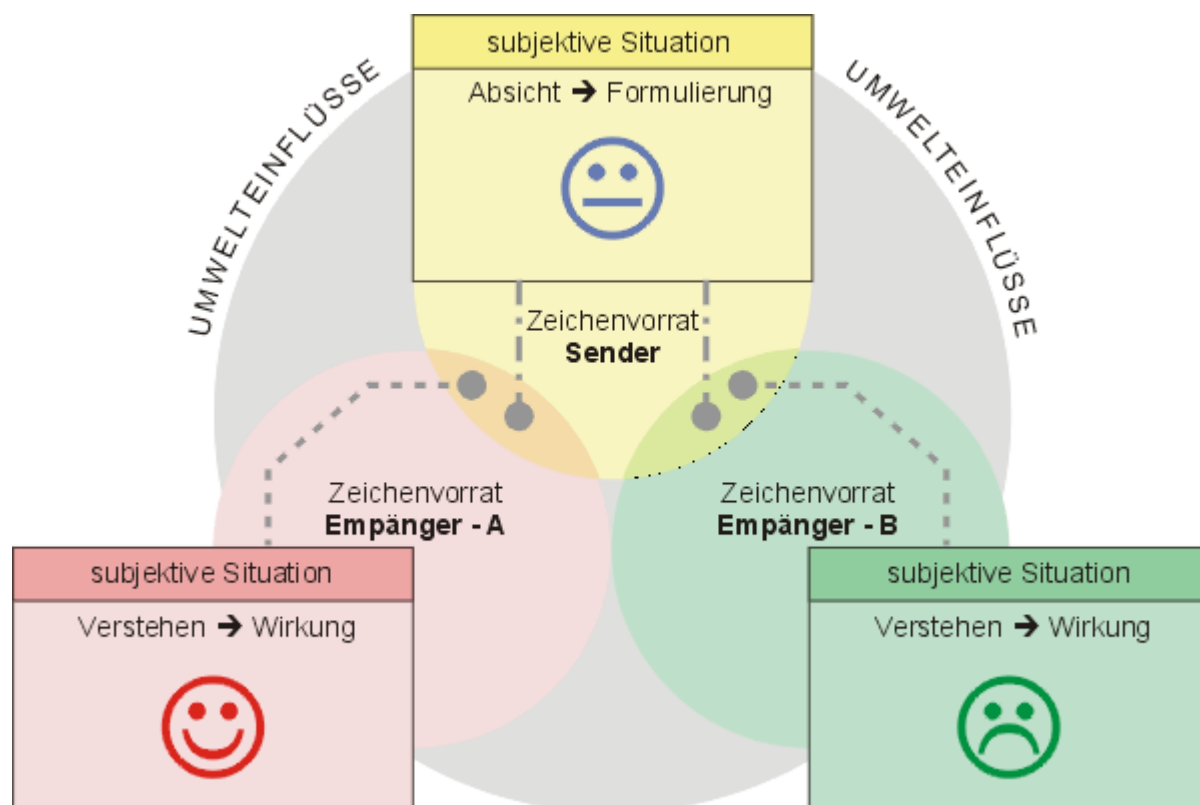
Jede Interaktion seitens des Senders beruht auf einer Absicht. Denn wir formulieren grundsätzlich, ob bewusst oder unbewusst ausgelöst, deutbare Signale.

Wirkung

Jede empfangene Interaktion veranlasst eine Wirkung. Denn wir verstehen grundsätzlich, ob bewusst oder unbewusst ausgelöst, deutbare Signale.

Beeinflussungen in der Kommunikation

Weiterhin bestimmen äußere (Umwelteinflüsse) und innere (emotionale Stimmungen) Einflüsse die Kommunikation. Häufig erleben wir, dass sich auf eine Absicht/Aktion nicht immer die erwartete Wirkung/Reaktion einstellt. Andererseits können äußere oder innere Einflüsse der Kommunikation sehr förderlich sein.



Aufmerksamkeit und Interesse

Aufmerksamkeit

Was lässt uns aufmerksam sein? Was lässt uns aufmerken? Aufsein bzw. Wachsein, verbunden mit der Bereitschaft etwas zu merken?

Im Allgemeinen wachen wir auf, wenn wir Reize verarbeiten. Reize stimulieren, lösen ein Aktionspotential in uns aus. Unsere Sinnesorgane sind Rezeptoren für folgende Signale.

Video (videre)	ich sehe	Kontrast, Farbe, Dimension, Bewegung
Audio (audere)	ich höre	Töne, Klänge
Tango (tangere)	ich berühre	Druck, Berührung, Temperatur
Gusto (gustare)	ich schmecke	salzig, sauer, süß, bitter, umami
Olfacio (olfacere)	ich rieche	Düfte, Gerüche, Aromen, Fäulnis

Interesse

Das lateinische Wort Interesse setzt sich aus dem Wort »Inter«, das man u.a. mit »dazwischen« übersetzen kann, und »esse«, der lat. Infinitiv von »sein« zusammen. Dazwischen sein – ich bin zwischen meinem Ich und einem Außen. Was ist aber die Ursache für Interesse?

Grundsätzlich sind wir an Informationen interessiert, wenn sich ein Nutzen ableiten oder ein Schaden, eine Gefahr abwenden lässt. Triebbefriedigung ist z. B. ein starker Antrieb für Interesse. Triebe wollen gestillt bzw. befriedigt sein. Triebe lassen sich schwer beschreiben, man kann sie mehr an ihrer Wirkung erkennen. Zusammenfassend kann man zwischen vitalen, sozialen, funktionalen und hedonistischen Trieben sowie dem Sexualtrieb unterscheiden.

Transaktionsanalyse

nach Eric Berne

Ich-Zustands-Modell

Erwachsene Menschen handeln und kommunizieren nicht immer aus der Haltung eines Erwachsenen heraus, sondern – je nach Situation – auch aus Positionen eines Kindes oder aus Positionen von Elternfiguren. Auf dieser Beobachtung gründet das für die Transaktionsanalyse typische Ich-Zustands-Modell. Es besteht aus drei Ich-Zuständen.

Eltern-Ich

Verhalten, Denken und Fühlen, das von den Eltern oder Elternfiguren übernommen wurde. Ausdrucksmerkmale:

- Sie kommen schon wieder zu spät! Da müssen Sie schon noch mal nacharbeiten! oder Ich helfe Ihnen dabei. Alles wird gut.
- Normen, Gebote, Verbote, Unterstützung, Gerunzelte Stirn, hochgezogene Brauen etc.

Rationales-Ich

(häufig auch Erwachsenen-Ich genannt)

Verhalten, Denken und Fühlen, das eine Reaktion auf das Hier und Jetzt ist.

Ausdrucksmerkmale:

- Was sagst Du dazu? Ich bin der Meinung ...
- Vernunft, Rationalität, entspannter Blickkontakt, lebhafte Kommunikation

Kind-Ich.

Verhalten, Denken und Fühlen, das aus der Kindheit kommt und jetzt wieder abläuft.

Ausdrucksmerkmale:

- Dieses Meeting wird mir jetzt aber auch zu blöd! Ich möchte am liebsten gleich nach Hause gehen. Da kann ich ja eh' nichts ausrichten.
- Gefühl, Spontanität, Hilflosigkeit, Lachen, Wutanfälle, Grimassen, Jammern etc.

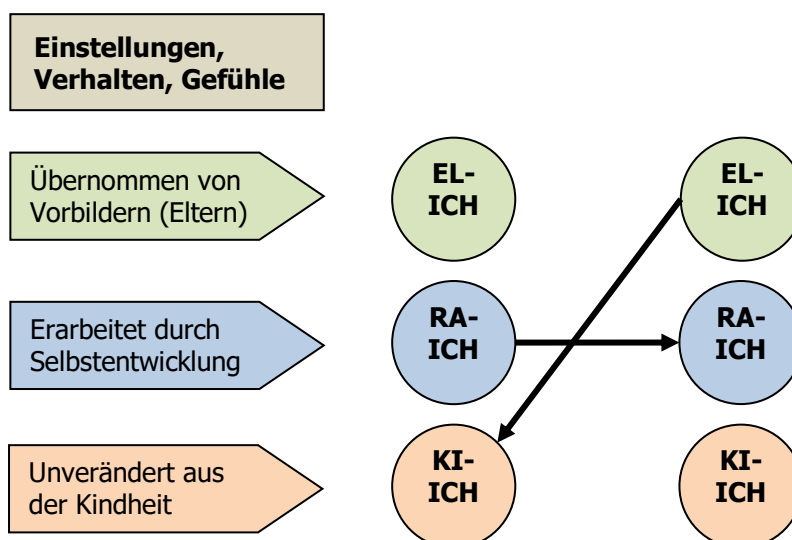
Beispiele für gekreuzte Transaktionen, ausgehend vom Rationalen-Ich:

„Wie spät ist es?“

Reaktion vom Eltern-Ich ans Kind-Ich: „Kauf dir endlich eine Uhr!“

„Wann war Ihre letzte Bestellung?“

Reaktion vom Eltern-Ich ans Kind-Ich: „Das sollten Sie eigentlich selbst wissen!“



Ich bin okay - du bist okay

nach Thomas Harris

**Jeder Mensch lebt je nach mentaler Stimmung
in eine der folgenden vier Grundhaltungen:**

Ich bin nicht okay - du bist nicht okay

Bei dieser destruktiven Prägung nimmt man an, dass der Betreffende weder sich selbst noch einem Gegenüber positive Bewertungen abgeben kann.

Ich bin nicht okay - du bist okay

Dabei hält man andere Menschen für wertvoller als sich selbst.

Ich bin okay. - du bist nicht okay

Hier wertet man die anderen ab und stellt sich gemeinhin dem Gegenüber höher.

Ich bin okay - du bist okay

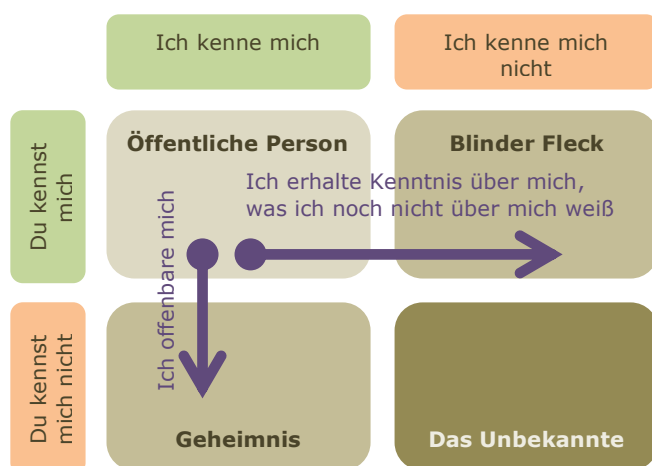
Diese Einstellung akzeptiert gleichermaßen den eigenen Wert und den Wert anderer Menschen (Win-Win-Einstellung).

Das Joharin-Fenster

nach Joseph Luft und Harry Ingham

Vier Felder

In diesem Vier-Felder-Modell werden bekannte und unbekannte Verhaltensmerkmale zwischen einem Selbst (Sender) und einem Gegenüber oder einer Gruppe (Empfänger) dargestellt. Was gebe ich von mir Preis? Welcher Teil von mir ist mir bekannt und auch meinem Gegenüber? Was ist anderen an meinem Verhalten bekannt, das mir aber nicht bekannt ist? (BlinderFleck)



Öffentlich und Geheim/Unbekannt – Eisbergmodell

Ein gutes Verständnis liefert das Eisbergmodell nach der 80|20-Regel des Pareto-Prinzips. Schon Sigmund Freud entwarf die Theorie, dass ein Großteil unserer Persönlichkeitsmerkmale uns selbst und anderen unbekannt sind (Siehe S. Freud – Vorbewusstsein und Unterbewusstsein).

Im Kommunikationsgeschehen wirken neben den äußeren Persönlichkeitskennzeichen auch Charakterzüge wie z. B. Tugenden, Zughaftigkeit, lösungsorientiertes Denken vs. problemorientiertes Denken usw. Es sind aber vor allem die unbekanntes Persönlichkeitsmerkmale, die das Kommunikationsgeschehen stark beeinflussen.



Öffentliche Person

Dieser Bereich umfasst alles, was ein Mensch von sich offenbart. Das betrifft natürlich ihn selbst und was er anderen von sich bewusst zeigt (ich kenne mich – du kennst mich). Dieses Feld steht in völliger Übereinstimmung mit dem, was man selbst von sich kennt und mit dem was andere von einem selbst kennen.

Mein Geheimnis

Hier verbirgt oder verdrängt ein Mensch bewusst Bereiche seines Persönlichkeitsbildes (du kennst mich nicht – ich kenne mich).

Blinder Fleck

Andere erkennen Persönlichkeitsmerkmale, die der Betroffene nicht von sich kennt (ich kenne mich nicht – du kennst mich).

Das Unbekannte

Bestimmt kennen viele die Situation, in der man sagte: „Ich habe mich selbst nicht wieder erkannt“. In Katastrophen, Kriege oder in außerordentlichen Gefahrensituationen zeigen Menschen häufig ein ganz anderes Persönlichkeitsbild. Dies sind dann die Situationen, in denen das »Unbekannte« zu Tage tritt (ich kenne mich nicht – du kennst mich nicht).

Bin ich der, der ich zu meinen glaube?

Wenn es einen großen ungekannten Raum gibt, den weder ich noch ein anderer kennt und einen Bereich, den zwar ein anderer kennt aber ich nicht, stellt sich schon die berechnete Frage, wer man denn wirklich sei. Wer wir auch sind, beschreibt z. B. Friedemann Schulz von Thun mit seinem Bild von einem »inneren Team«. Unabhängig von den vielen inneren und äußeren Einflüssen, die unser Handeln bestimmen, hat doch jeder eine Meinung von sich. Jeder sollte an sich glauben – so ist man authentisch.

Kommunikationstheorie nach Paul Watzlawick

Fünf pragmatische Axiome

(Axiome: Richtlinien, Grundgedanken, Lehrsätze)

„Man kann nicht nicht kommunizieren!“

Sobald sich zwei Personen gegenseitig wahrnehmen können, kommunizieren sie miteinander, da jedes Verhalten kommunikativen Charakter hat.

Inhalt und Beziehung

Jede Kommunikation enthält über die reine Sachinformation hinaus einen Hinweis, wie der Sender seine Botschaft verstanden haben will und wie er seine Beziehung zum Empfänger sieht.

Interpunktion (Ursache und Wirkung)

Sender und Empfänger gliedern den Kommunikationsablauf unterschiedlich und interpretieren so ihr eigenes Verhalten oft nur als Reaktion auf das des anderen, das heißt, die Ursache für die eigene Reaktion wird dem anderen zugeschoben.

Analog und Digital

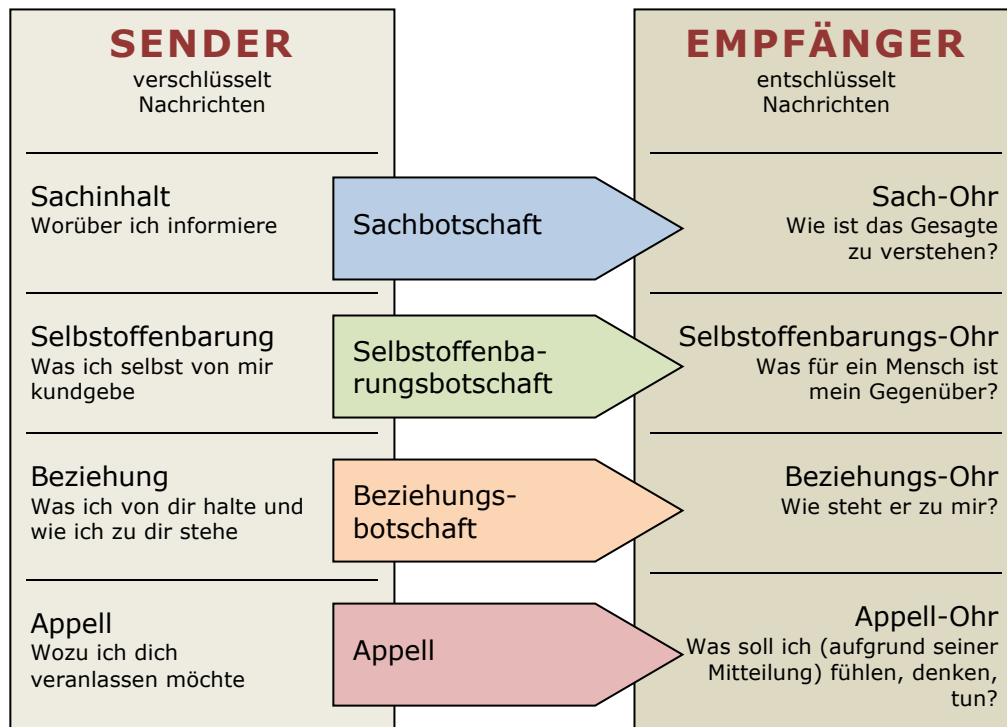
Nicht nur das gesprochene Wort, sondern auch die nonverbalen Äußerungen teilen etwas mit. Mit »analogen Elementen« wird häufig die Beziehungsebene vermittelt (z. B. Lächeln, Wegblicken, etc.), mit »digitalen Elementen« die Inhalts- bzw. Sachebene (z. B. das gesprochene Wort).

Symmetrisch oder komplementär

Beziehungen zwischen Partnern basieren entweder auf Gleichheit oder auf Unterschiedlichkeit. Häufig drückt sich diese Unterschiedlichkeit in einer Unterordnung aus, d. h., ein Partner hat die Oberhand über den anderen. Eine symmetrische Beziehungsform zeichnet sich dadurch aus, dass die Kommunikationspartner sich bemühen, Ungleichheiten untereinander zu minimieren (Streben nach Gleichheit).

Vier Botschaften – vier Nachrichten

nach Schulz von Thun



Die Sachebene beinhaltet die reinen Sachaussagen, Daten und Fakten, die in einer Nachricht enthalten sind. In der Selbstoffenbarung vermittelt der Sprecher - bewusst oder unbewusst - etwas über sein Selbstverständnis, seine Motive, Werte, Emotionen etc. Auf der Beziehungsseite wird ausgedrückt bzw. aufgenommen, wie der Sender zum Empfänger steht und was er von ihm hält. Der Appell beinhaltet einen Wunsch oder eine Handlungsaufforderung.

Neben dem Sender, der mit vier Mündern spricht, d.h. gleichzeitig vier Botschaften sendet, gibt es in der zwischenmenschlichen Kommunikation auch den Empfänger. Dieser hört mit vier Ohren, d.h. er kann vier verschiedene Botschaften empfangen. Oftmals entsprechen die vier Seiten der gesendeten Nachricht nicht den vier Seiten der empfangenen Nachricht. Das macht die zwischenmenschliche Kommunikation anfällig für Störungen. Dabei kann der Empfänger auf jeder Ebene die Nachricht anders verstehen als vom Sender beabsichtigt. So kann der Sender beispielsweise das Gewicht der Nachricht auf den Appell gelegt haben, der Empfänger jedoch überwiegend den Beziehungshinweis empfangen. Innerhalb einer Nachricht sind die Signale, die verschiedene Ebenen überkreuzen, häufig Ursachen für Fehlinterpretationen beider Kommunikationspartner. Auch innerhalb einer Ebene kann es z.B. auf der Beziehungsebene zu Missverständnissen kommen.

Die Sachebene

Worüber ich informiere

Auf der Sachebene vermittelt der Sender der Nachricht Daten, Fakten und Sachinhalte. Aufgabe des Senders ist es, diese Informationen klar und verständlich zu senden. Mit dem Sachohr prüft der Empfänger, ob die Sachbotschaft die Kriterien der Wahrheit (wahr/unwahr), der Relevanz (von Belang/belanglos) und der Hinlänglichkeit (ausreichend/ergänzungsbedürftig) erfüllt.

Die Selbstoffenbarung

Was ich von mir selbst kundgebe

In jeder Nachricht stecken auch Informationen über die Person des Senders. Auf dieser Ebene offenbart der Sender Informationen, die sowohl die gewollte Selbstdarstellung als auch die unfreiwillige Selbstenthüllung betreffen. Jede Nachricht wird somit zu einer kleinen Kostprobe der Persönlichkeit des Senders. Das Selbstoffenbarungsohr des Empfängers lauscht darauf, welche Informationen über den Sender in der Nachricht enthalten sind.

Die Beziehungsseite

Was ich von dir halte (Du-Botschaft)

und wie wir zueinander stehen (Wir-Botschaft)

Auf der Beziehungsseite kommt zum Ausdruck, wie der Sender zum Empfänger steht und was er von ihm hält. Je nachdem, wie er ihn anspricht, (Art der Formulierung, Körpersprache, Tonfall...) drückt er Wertschätzung, Respekt, Wohlwollen, Gleichgültigkeit, Verachtung o.ä. aus. Abhängig davon, welche Botschaft im Beziehungsohr des Empfängers ankommt, fühlt dieser sich entweder akzeptiert oder herabgesetzt, respektiert oder bevormundet. Eine gute Beziehung ist gekennzeichnet durch Kommunikation »von gleich zu gleich in gegenseitiger Wertschätzung«.

Der Appell

Wozu ich dich veranlassen möchte

Wer sich äußert, will in der Regel auch etwas bewirken. Die Appellbotschaft soll den Empfänger veranlassen, bestimmte Dinge zu tun oder zu unterlassen. Der Versuch, Einfluss zu nehmen, kann mehr oder weniger offen bzw. verdeckt sein. Im letzteren Fall spricht man von Manipulation. Auf dem Appellohr fragt sich der Empfänger: „Was soll ich jetzt denken, machen oder fühlen?“ Zum Beispiel sind Eltern durch Kinder sehr appellgesteuert (Mama! Die Schuhe!....Ja! Bin gleich da und ziehe sie dir an!).

Ein Beispiel

Ein Mann (Sender der Nachricht) und eine Frau (Empfängerin) sitzen beim Abendessen. Der Mann sagt: „Da ist etwas Grünes in der Suppe.“ Die Frau antwortet: „Wenn es dir nicht schmeckt, kannst du ja selber kochen!“

Sender:

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1. Sachebene: | Da ist etwas Grünes. |
| 2. Selbstoffenbarung: | Ich weiß nicht, was es ist. |
| 3. Beziehungsseite: | Du solltest es wissen. |
| 4. Appellebene: | Sag mir bitte, was es ist! |

Empfängerin:

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Sachebene: | Da ist etwas Grünes. |
| 2. Selbstoffenbarung: | Ihm schmeckt das nicht, weil ich mir keine Mühe gebe. |
| 3. Beziehungsaspekt: | Er hält ja grundsätzlich meine Kochkunst für fragwürdig.
(Sie fühlt sich angegriffen) |
| 4. Appellebene: | (Verteidigung - Gegenangriff) Koch du erst mal besser! |

Was bewirken Gefühle in der Kommunikation?

Jeder von uns lebt in seiner eigenen emotionalen Welt.

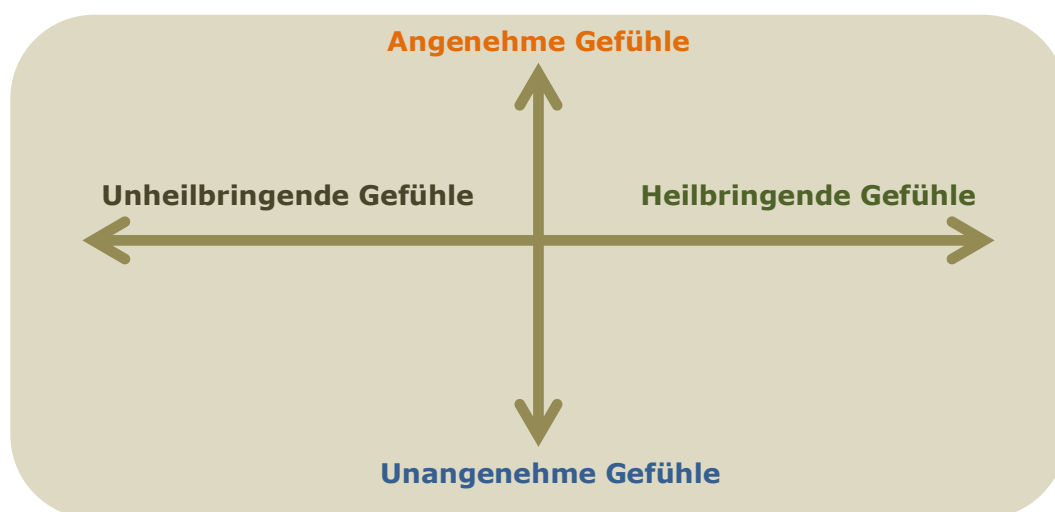
Einigen fällt es besonders schwer, mit ihren Gefühlen umzugehen bzw. sie einzuordnen. Wie soll das auch gehen, wenn man gelernt hat, seine Gefühle zu verbergen? Oder wenn man beispielweise die unterschiedlichen soziokulturellen Kinderstuben betrachtet - natürlich kennen Indianer Schmerz. Wir alle gehen unterschiedlich mit unseren Emotionen um. Zum Beispiel empfinden manche ihre Wut als negatives Gefühl. Andere wiederum empfinden einen Wutausbruch als sehr heilsam. Emotionen wirken förderlich oder hinderlich auf unser kommunikatives Verhalten.

Größtenteils lassen sich unsere Gefühle in angenehme oder unangenehme unterteilen. Angenehme als auch unangenehme Gefühle können jeweils destruktiv (d.h. zerstörerisch, behindernd, ungesund, nekrophil) oder konstruktiv (d.h. aufbauend, förderlich, gesund, biophil) auf unser Verhalten wirken. Die meisten Gefühle, die wir als angenehm oder unangenehm empfinden, können wiederum heilbringend oder unheilbringend für unsere Lebensführung bzw. kommunikative Situation sein.

Im Folgenden zwei Beispiele:

Angst empfinden die meisten von uns als ein unangenehmes Gefühl. Die destruktiven Reaktionen auf Angstgefühle können Aggressivität oder Handlungsunfähigkeit (Lähmung) sein. Angst kann aber auch ein Warnschild sein. Ein Hinweis, dass man aufpassen muss. Ein konstruktiver Umgang mit gewissen Ausdrucksformen der Angst kann zur Fehlervermeidung führen oder zur Sorgfalt, die uns vor unbedachten Handlungen schützt.

Oder wie halten wir es mit der Liebe? Ich glaube die meisten wissen welche lebensbejahenden Reaktionen die Liebe in uns auslöst. Das Gefühl zu lieben kann sich aber auch destruktiv auf uns auswirken. Einige wollen es ihrem Objekt der Liebe immer recht machen. Sie wollen alle Wünsche aus den Augen des anderen ablesen und vergessen dabei ihre eigene Persönlichkeit, ihre eigenen Bedürfnisse.



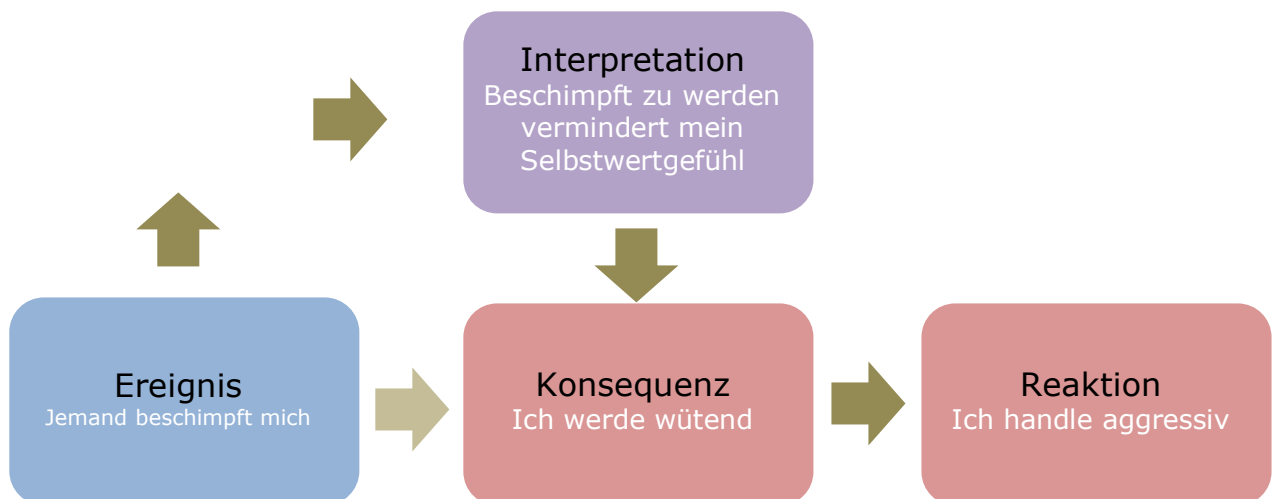
Die genannten Beispiele sind aus meiner Erfahrungswelt entnommen. Sie haben natürlich einen eigenen Zugang zu ihren Gefühlen. Es kommt an dieser Stelle auch nicht darauf an, ihre Gefühle allgemeingültig zu kategorisieren. Es kommt darauf an, dass sie ihre Gefühle kennen, damit sie leichter ihr kommunikatives Verhalten einschätzen können.

Die oben dargestellte Gefühlsachse kann ihnen helfen, sich ihrer kommunikativen Situation bewusst zu werden. Sie können sich bessere Antworten geben auf die Frage: Wie blockieren Emotionen meine kommunikativen Absichten oder wie beeinflussen sie meine kommunikative Situationen in denen ich mich befinde?

Ereignis – Interpretation – Konsequenz – Reaktion

»Nicht die Dinge selbst beunruhigen die Menschen, sondern die Vorstellungen und Urteile über die Dinge.«

Epiktet (griech. Philosoph) aus seinem »Handbüchlein der Moral« beschreibt es kurzgefasst auf den Punkt. Wir erleben ein Ereignis und ziehen gleich eine emotionale Konsequenz. Eine Absage nach einer Bewerbung, ein Missgeschick oder eine Ablehnung kann einerseits ein Gefühl des Versagens oder ein Jetzt-erst-recht-Gefühl nach sich ziehen. Die Ursache für dieses oder jenes Gefühl liegt nicht im Ereignis, sondern in der Auslegung/Deutung des Geschehenen.



Die Konsequenz und Reaktion des oben genannten Ereignisses beruht auf meinen eigenen Interpretation, dass ich mich klein gemacht fühle, nicht geliebt oder nicht angenommen oder mich einfach nur ungerecht behandelt fühle. Problematisch wird es, wenn das Bewusstsein für die eigenen Bewertungsmechanismen in der zwischenmenschlichen Kommunikation fehlt bzw. unterentwickelt ist – man reagiert unkontrolliert emotional.

Selbstwertgefühl und Kommunikation

Wenn das Selbstwertgefühl des Gegenübers verletzt wird, leidet die Kommunikation. Daraus folgt, dass sich eine Gesprächssituation unter den genannten Bedingungen selten auf Verständigung stützt und zum Misserfolg bzw. zur Meinungsverschiedenheit führt.

Was ist das Selbstwertgefühl?

Das Selbstwertgefühl ist die zentrale Einheit unseres Seins, auf die wir letztlich alles beziehen.

Auf den ersten Blick mag dies eigentümlich klingen, aber jeder Mensch möchte wertvoll sein. Ob er sich bemüht, ein besonders »guter Mensch« zu werden, oder ob er »gute Leistungen« anstrebt. Ob er nun ein besonders »guter Spezialist« oder eine »perfekte Hausfrau« sein möchte.

Was immer auch Ihre Ziele sein mögen: Wenn Sie diese erreichen, fühlen Sie sich gut. Dann hat es sich gelohnt. Dann fühlen Sie Ihren eigenen Wert.

Grundsätzlich geht Ihr Gesprächspartner davon aus, dass Sie sein Selbstwertgefühl achten und nicht verletzen (wenn er meint, Sie verfolgten keine bösen Absichten). Viele Menschen haben aber gerade darin schlechte Erfahrungen gemacht. Sie fühlten sich regelrecht „ent-täuscht“. Unabhängig davon, ob diese Erlebnisse nun vom Gegenüber beabsichtigt, unbeabsichtigt oder durch Selbstprojektion erfahren worden sind, sollten wir in der Kommunikation auf das Selbstwertgefühl unseres Gesprächspartners besondere Rücksicht walten lassen, wenn wir verstanden werden wollen.

Denn das Gefühl verstanden worden zu sein, hebt ja auch unser eigenes Selbstwertgefühl.

Wie wird das Selbstwertgefühl erhalten?

Übereinstimmung mit dem Gewissen

- Wenn Sie im Begriff sind, jemanden zu einer Handlung zu überreden, die mit seinem Gewissen nicht vereinbar ist, greifen Sie gleichzeitig sein Selbstwertgefühl an. Seine Reaktion muss demzufolge zwangsläufig in einer Abwehr münden, da er ja sein Gewissen (als Teil seiner Persönlichkeit) verteidigen muss.

Positive Umweltreaktion auf das Selbst-Bild

- Jeder Beweis, dass andere uns so sehen, wie wir gerne sein möchten (und wie wir meinen zu sein) trägt zur Erhaltung und zur Verbesserung des Selbstwertgefühls bei.
- Jeder Beweis einer Nicht-Übereinstimmung zwischen Ideal-Bild und dem Bild, das der andere sich macht, bedeutet automatisch einen Angriff auf das Selbstwertgefühl.
- Jeder Angriff auf das Selbstwertgefühl resultiert immer in einem Ich-bin-nicht-in-Ordnung-Gefühl.
- Je schlechter man sich fühlt, desto schlechter kommuniziert man.

Wertschätzung der Person und Leistung

- Jeder Mensch braucht die Wertschätzung der Persönlichkeit und die Anerkennung seiner Leistung. Niemand kann ohne diese »Streicheleinheiten« auskommen.
- Optimal kommunizieren heißt auch, die Bedürfnisse des anderen zu beachten. Wann immer man eine nette Bemerkung, ein Lob, ein ehrlich gemeintes Kompliment in eine Kommunikation einbauen kann, erhöht sich das Selbstwertgefühl des anderen.

Erkenne Dich selbst

Inscription des Apollontempels in Delphi

Oder wie Heraklit es formulierte:

» Allen Menschen ist zuteil, sich selbst zu erkennen und verständig zu denken.«

Ein paar Worte zur Effektivität in der Kommunikation

Es gibt den Begriff der »Verhaltenskosmetik«. Dieser besagt, dass man sich zwar an die wichtigsten Kommunikationsregeln halten kann, aber wenn man diese nicht verinnerlicht hat, dann wirken sie eben nur aufgetragen, nicht echt. Ihr Gegenüber hat das Gefühl, dass etwas nicht authentisch an Ihnen ist. Die Folge ist meist Ablehnung oder ein mildes Lächeln.

Erkenne Dich selbst, ist der erste Schritt in die richtige Richtung. Aus der Position des sich annehmen, auch mit seinen Schwächen und Unzulänglichkeiten, Stärken zu entwickeln, reift Authentizität. Man kann sich zum Beispiel folgende Fragen stellen: Wie stehe ich zu meinen Mitmenschen? Wie wirke ich auf mein Gegenüber? Nur wenn man weiß, was man wirklich will, kann man auch seine Absichten formulieren. Wer sich selbst ergründet, kann auch sein Gegenüber besser verstehen, und wer andere besser versteht, kann sich selbst besser verständlich machen.

Vier Konversationsmaximen

nach Paul Grice

Der gesunde Menschenverstand erwartet von allen rationalen Kommunikationsteilnehmern (Sender und Empfänger gleichermaßen) eine gewisse Einhaltung von Regeln. Paul Grice (engl. Sprachphilosoph) hat diese Funktionsprinzipien der Kommunikation in vier »Konversationsmaximen« zusammengefasst.

Maxime der Quantität

Sei so informativ, wie erforderlich!

Normalerweise ist man bestrebt, so viele Informationen weiter zu geben wie möglich. Die Ursachen können Profilierung in einer Gruppe sein oder man ist einfach nur mit einem ausgeprägten Sendungsbewusstsein ausgestattet. Je mehr Informationen man einem Empfänger übermitteln, desto höher ist sein Aufwand diese als brauchbar bzw. unbrauchbar zu selektieren. Daraus folgt: Seien sie so ausführlich wie nötig und so knapp wie möglich.

Maxime der Qualität

Mache wahre Aussagen!

Ich weiß, dass ich nichts weiß, ist auch eine wahre Aussage. Man sollte weniger behaupten sondern mehr argumentieren. Informationen sollten auf jeden Fall wahr sein. Man kann sich selbst die Frage stellen, woher man etwas habe, woher man etwas wisse. Daraus folgt: Machen sie keine Aussagen, die Zweifelhaft sind.

Maxime der Relation

Sag nur Relevantes!

Schmückendes Sprachbeiwerk oder nebensächliche Informationen sind störend und erschweren den Prozess des Zuhörens bzw. Verstehens. Daraus folgt: Machen sie nur Aussagen, die dem Zweck ihrer Absicht dienlich sind.

Maxime der Modalität

Sei klar und deutlich!

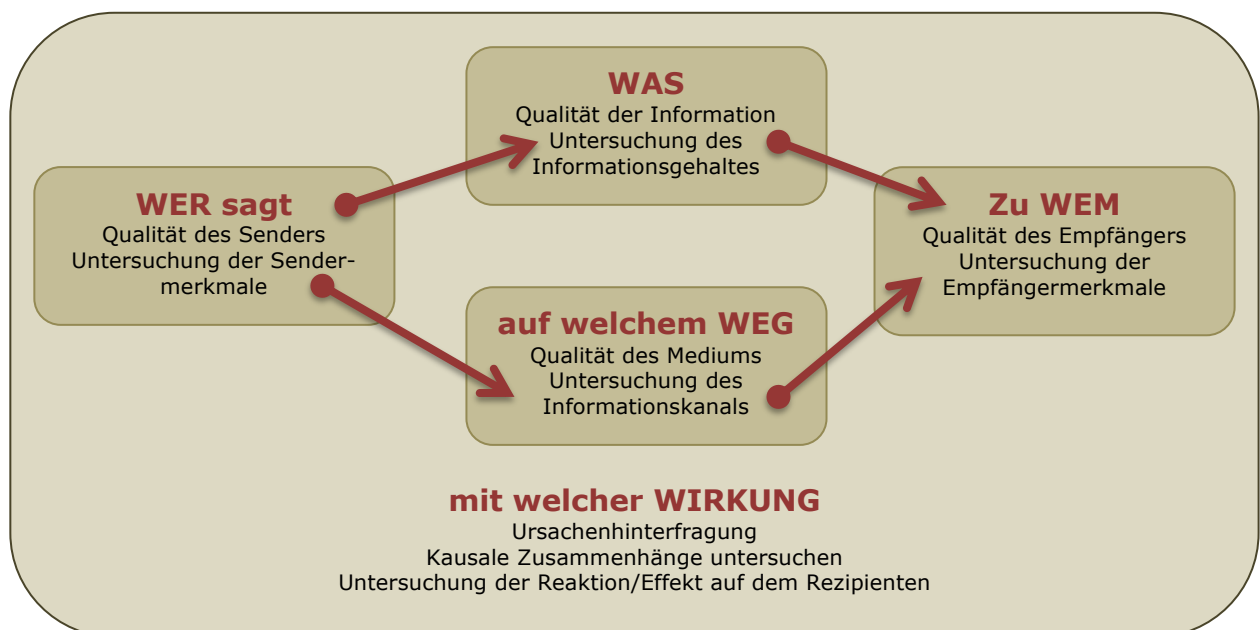
Es erschwert den Kommunikationsprozess, wenn man in einer Gesprächsrunde Fremdwörter verwendet, die die Teilnehmer nicht verstehen. Auch sollte man Wörter und Formulierungen vermeiden, die mehrdeutig interpretierbar sind. Daraus folgt: Reden sie in einer Sprache, die alle verstehen.

Laswell-Formel

nach H. D. Laswell

Wer sagt was zu wem auf welchem Weg mit welcher Wirkung

Dieses Modell wird auch gern zur Untersuchung in der Medienkommunikation verwendet. Hier stellt man sich Fragen: ob der Adressat (Werbungtreibender) richtig positioniert ist, ob das Medium (Zeitung, etc.) richtig gewählt ist, ob die richtige Zielgruppe angesprochen wird, ob die Botschaft richtig formuliert ist und zu guter Letzt, ob die gewünschte Wirkung erzielt wird. Diese W-Fragen lassen sich auch in der Humankommunikation stellen. Sie bieten eine kurze und übersichtliche Anleitung, unser kommunikatives Verhalten zu analysieren.



WIN-WIN Situation

Verkaufsgespräche – Verhandlungen

Bei einem guten Geschäft entsteht ein gegenseitiger Mehrwert!

Die in einem Verkaufsgespräch eingebrachten Positionen spiegeln die persönlichen Forderungen und Meinungen wider und sind meist hart umkämpft, da sie mit Emotionen verknüpft sind und sich die Beteiligten mit ihren Positionen identifizieren. Im Extremfall steht Meinung gegen Meinung und Forderung gegen Forderung. Dahinter verbergen sich die eigentlichen Interessen, nämlich das, was mit den Positionen erreicht werden soll. Sobald es gelingt herauszufiltern, was hinter Forderungen und Äußerungen steckt, statt sich mit Vordergründigem zu beschäftigen, kann eine sachliche Diskussion darüber geführt werden, welche Lösungsvariante die Interessen aller Beteiligten abdeckt.

Verkaufsverhandlungen werden häufig in zwei Varianten »gelöst«: entweder setzt sich eine Partei mit ihren Vorstellungen durch oder die Beteiligten finden einen Kompromiss. Beide Fälle stellen Lösungen nach dem Gewinner-Verlierer-Modell dar. Im ersten Fall gibt es einen offensichtlichen Verlierer, im Kompromissfall verliert jeder die Hälfte seines als berechtigt empfundenen Anspruches. Demzufolge sind Kompromisse in der weiteren Entwicklung auch wenig verlässlich und führen meistens zu Folgekonflikten, verdeckten Gegenangriffen sowie Einbrüchen in der Motivation bei den Beteiligten. Daneben gibt es noch die Verhandlung, in der beide Kontrahenten scheitern (Verlierer-Verlierer-Modell). Eine echte Kundenbindung ist nicht gegeben (Eine Ausnahme wären Abhängigkeiten), weil meist immer wieder neu verhandelt wird.

Bei der WIN-WIN-Strategie geht es nicht darum, die eigene Position durchzusetzen oder gezwungenermaßen Abstriche zu machen, sondern eine dauerhafte bzw. nachhaltige Lösung zu finden, die von allen Beteiligten getragen und akzeptiert wird. Hier wird eine Situation geschaffen, in der jeder die Wahrnehmung und auch das Gefühl hat, durch diese Lösung etwas zu gewinnen und nicht zu verlieren.

Credo

von Thomas Gordon

"Du und ich stehen in einer Beziehung zueinander, die ich wertvoll finde und bewahren will. Jeder von uns ist ein einzigartiger Mensch mit Bedürfnissen, die er auf seine Art befriedigen möchte.

Wenn du Probleme hast, deine Bedürfnisse zu befriedigen, werde ich dir annehmend und verständnisvoll zuhören, um dir zu helfen, eigene Lösungen zu finden, anstatt dir meine anzubieten. Ich respektiere dein Recht, eigene Glaubensgrundsätze und Wertvorstellungen zu entwickeln, auch wenn sie anders sind als meine.

Wenn mich indessen dein Verhalten daran hindert, meine Bedürfnisse zu befriedigen, werde ich dir offen und ehrlich sagen, wie mir zumute ist. Und ich bin zuversichtlich, dass du meine Bedürfnisse und Gefühle genügend beachtest, um allenfalls dein für mich unannehmbares Verhalten zu ändern. Und, wenn immer ich dich mit meinem Verhalten behindere, hoffe ich, dass auch du mir dies sagst, damit ich dir entgegenkommen kann und mein Verhalten angemessen ändere.

Wenn es einem von uns nicht möglich ist, sich so zu verhalten, dass der andere seine Bedürfnisse befriedigen kann, bedeutet das für mich, dass wir einen Konflikt haben. Ich möchte einen solchen Konflikt mit dir lösen, ohne dass einer von uns Drohungen oder Gewalt anwendet, um auf Kosten des andern zu siegen. Ich werde Deine Bedürfnisse ebenso respektieren, wie meine, und gemeinsam mit dir nach Lösungen suchen, welche unsere Bedürfnisse befriedigen und für uns beide akzeptabel sind. Wir werden jene Lösung wählen, die weder Sieger noch Verlierer zurücklässt - beide werden gewinnen.

Auf diese Weise kann jeder von uns gleichermaßen seine Persönlichkeit entwickeln, und indem er seine Bedürfnisse befriedigt, zu dem Menschen werden, zu dem er fähig ist. So können wir eine liebevolle, friedfertige und von Respekt getragene Beziehung zueinander haben."

»Ich glaube daran, dass das größte Geschenk,
das ich von jemandem empfangen kann,
ist, gesehen, gehört, verstanden und berührt zu werden.
Das größte Geschenk, das ich geben kann, ist,
den anderen zu sehen, zu hören, zu verstehen und zu berühren.
Wenn dies geschieht, entsteht Beziehung«

Virginia Satir

Zuhören

Wenn ich dich bitte, mir zuzuhören,
und du fängst an,
mir Ratschläge zu geben, dann tust du nicht,
worum ich dich bitte.

Wenn ich dich bitte, mir zuzuhören,
und du fängst an,
mir zu erzählen, warum ich so
und nicht anders fühlen muss,
trampelst du auf meinen Gefühlen herum.

Wenn ich dich bitte, mir zuzuhören,
und du denkst,
du musst etwas tun,
um mein Problem zu lösen,
hast du mich nicht verstanden.

So merkwürdig das klingen mag.
Hör zu!

Alles, worum ich dich bitte, ist zuzuhören,
nicht zu sprechen oder etwas zu tun ...
nur, mir zuzuhören.

Guter Rat ist nicht teuer.
Für ein paar Cent kriegst du ihn
aus der BILD-Zeitung
oder aus der SUPERillu.

Ich kann selbst für mich sorgen.
Ich bin nicht hilflos,
vielleicht mutlos und unsicher,
aber nicht hilflos.

Wenn du etwas für mich tust,
was ich selbst für mich tun kann,
verstärkst du meine Angst
und Unzulänglichkeit.

Doch wenn du es hinnimmst
als einfache Tatsache,
dass ich fühle, was ich fühle,
egal, wie unvernünftig es dir vorkommt,
brauche ich nicht mehr zu versuchen,
dich zu überzeugen.

Und kann mich endlich meinem Anliegen
zuwenden: Herauszufinden,
was sich hinter diesem irrationalen Gefühl
verbirgt.

Wenn das klar ist,
liegen die Antworten auf der Hand,
und ich brauche keinen Rat.

Irrationale Gefühle offenbaren ihren Sinn,
wenn wir verstehen,
was sich hinter ihnen verbirgt.

Vielleicht ist das der Grund,
warum Gebete wirken – manchmal
für manche Menschen
... weil
Gott stumm ist,
und keine Ratschläge erteilt oder versucht,
die Dinge in Ordnung zu bringen.

Er (oder sie) hört einfach zu
und lässt es uns selbst herausfinden.

Also hör mir zu,
hör mich einfach an!

Und wenn du sprechen möchtest
warte eine Minute,
bis du dran bist...
dann hör ich dir zu.

Autor: unbekannt

Quelle. Mehrfach im Internet auch von Thomas Gorden (Psychologe aus den USA) in seinem Buch »Familienkonferenz« veröffentlicht

„gedacht“ ist nicht gesagt...
„gesagt“ ist nicht gehört...
„gehört“ ist nicht verstanden...
„verstanden“ ist nicht gewollt...
„gewollt“ ist nicht gekonnt...
„gekonnt und gewollt“ ist nicht getan...
„getan“ ist nicht beibehalten...

Konrad Lorenz

Achte auf Deine Gedanken,
denn sie werden Deine Worte.

Achte auf Deine Worte,
denn sie werden Deine Taten.

Achte auf Deine Taten,
denn sie werden Deine Gewohnheit.

Achte auf Deine Gewohnheiten,
denn sie werden Dein Charakter.

Achte auf Deinen Charakter,
denn sie werden Dein Schicksal.

Aus dem Talmud