



Kurzer Input zu Kommunikations-Theorien

Die 5 Axiome (grundlegende Aussagen) nach Paul Watzlawick

Paul Watzlawick prägte 5 Annahmen, die unsere Kommunikation ausmachen und beeinflussen.

1. Man kann nicht nicht nicht kommunizieren.

In der Kommunikationstheorie wird hauptsächlich zwischen *verbaler*, *paraverbaler* und *nonverbaler* Kommunikation unterschieden.

Verbale (sprachlich)e Kommunikation meint die Sprache, den Wort- und Satzbau,

Paraverbale (Sprach-begleitende) Kommunikationsteile beziehen sich auf Lautstärke, Tonhöhe, Geschwindigkeit etc

Nonverbale (nicht sprachliche) Kommunikation meint die Mimik (Gesichtsausdruck), Gestik eines Menschen. Blickkontakt, Körperhaltung, Berührung, Kleidung, Geruch....

Die nonverbale Kommunikation hat an der Gesamtkommunikation den größten Anteil.

Somit ist Schweigen auch eine Kommunikation.

2. Jede Kommunikation enthält einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt

Der Inhaltsaspekt ist die Botschaft an und für sich. (verbal)

Der Beziehungsaspekt zeigt auf, wie der Sender seine Beziehung zum Empfänger definiert.

Dies wird (auch) durch paraverbale und nonverbale Kommunikation vermittelt

3. Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung

Sprich Aktion/REAktion

Agieren/REAgieren

Da wir ständig kommunizieren, (senden und empfangen) kann man oft nicht sagen ob man agiert oder reagiert.

4. Menschliche Kommunikation ist sowohl analog wie auch digital

digital bedeutet es handelt sich um den Inhalt einer Nachricht. (Sprache oder Notiz)

analog heisst wie diese daher kommt. (Gestik, Mimik, Lautstärke usw,)

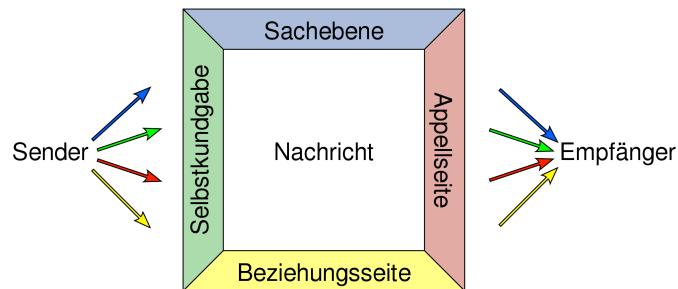
5. Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär

symmetrische Kommunikation = beide Kommunikationspartner sind auf Augenhöhe und versuchen ein Gleichgewicht an Verhalten und Meinungen anzustreben.

komplementäre Kommunikation = Partner sind durch ihre Rollen auf unterschiedlicher Ebene. Beide ergänzen sich durch ihre unterschiedlichen Verhaltensweisen und bestimmen so das Miteinander: (Chef/ Angestellter, Arzt/Patient, Erwachsener/Kind...)



Das 4 Ohren oder auch 4 Seiten Model nach Friedemann Schulz von Thun



Schulz von Thun geht davon aus, dass jede Nachricht vier Aspekte aufweist. Durch unsere Beziehungen oder Rollen aber auch durch unsere gemachten Erfahrungen unsere Ängste und Sorgen, kann es gut sein, dass wir als Empfänger auf einem Ohr empfindlicher oder hellhöriger sind als auf einem anderen Ohr. (Dies gilt natürlich auch für den Sender, das dieser durch oben genanntes auf einem Sender verstärkt sendet.)

Das Model kann dazu verwendet werden, Missverständnisse in der Kommunikation aufzudecken (eher Empfänger) oder vielleicht sogar vorzubeugen (eher Sender)

Sach-Ohr (Sachebene) = die beschriebene Sache („Sachinhalt“, „Worüber ich informiere“)

Selbstoffenbarungs-Ohr = dasjenige, was anhand der Nachricht über den Sprecher deutlich wird („Selbstoffenbarung“, „Was ich von mir selbst kundgebe“)

Beziehungs-Ohr = was an der Art der Nachricht über die Beziehung offenbart wird („Beziehung“, „Was ich von dir halte oder wie wir zueinander stehen“)

Appell-Ohr = dasjenige, zu dem der Empfänger veranlasst werden soll („Appell“, „Wozu ich dich veranlassen möchte“)



Bsp.

Um Kommunikation zu beschreiben, die durch Missverständigung auf den verschiedenen Ebenen gestört wird, beschreibt Schulz von Thun als Beispiel die folgende Situation: Ein Mann und eine Frau sitzen beim Abendessen. Der Mann sieht Kapern in der Soße und fragt: „Was ist das Grüne in der Soße?“

Er meint damit auf den verschiedenen Ebenen:

Sachebene:	<i>Da ist etwas Grünes.</i>
Selbstoffenbarung:	<i>Ich weiß nicht, was es ist.</i>
Beziehung:	<i>Du wirst es wissen.</i>
Appell:	<i>Sag mir, was es ist!</i>

Die Frau versteht den Mann auf den verschiedenen Ebenen folgendermaßen:

Sachebene:	<i>Da ist etwas Grünes.</i>
Selbstoffenbarung:	<i>Mir schmeckt das Essen nicht.</i>
Beziehung:	<i>Du bist eine miserable Köchin!</i>
Appell:	<i>Lass das nächste Mal das Grüne weg!</i>

Die Frau antwortet gereizt: „Mein Gott, wenn es dir hier nicht schmeckt, kannst du ja woanders essen gehen!“^[8]