

Files per Mail (1)

ein Service des ifb-JiraneK

www.i-f-b.de

Woraus Kommunikation gemacht ist

Neufahrn, Mai 2006

1 Woraus Kommunikation gemacht ist

Wahrscheinlich haben Sie schon viel Spannendes oder Langweiliges über Kommunikation gelesen. Im Folgenden werden Sie wieder einmal etwas über Kommunikation erfahren. Aber: Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, Sie ganz persönlich aufzurütteln und zu berühren. Wir wollen, dass Sie tief und grundsätzlich über das Thema nachdenken.

2 Der andächtige Schuster

In unserem Dorf gab es zwei Schuster. Einer ging sonntags zur Kirche, der andere nicht. Der Kirchgänger kam regelmäßig relativ spät zur Messe, zu einer Zeit also, wo das Gotteshaus schon recht gefüllt war. Langsam ging er zu seiner Bank, den Kopf andächtig gesenkt. Wer jedoch genauer hinsah, konnte bemerken, dass seine Augen hektisch hin und her wanderten: Linke Bankreihe, rechte Bankreihe, linke Bankreihe, rechte Bankreihe... Wer den Schuster noch genauer beobachtete, der konnte sehen, dass die konzentrierten Blicke dem Schuhwerk der Kirchgänger galten. „Sind die bei mir gekauft oder beim anderen?“ „Der braucht bald wieder neue Schuhe, der leider nicht“ oder ähnliches mag der Schuster gedacht haben.

Dieses kleine Beispiel zeigt alles, was man über das Funktionieren von Wahrnehmung und Kommunikation wissen muss, obwohl kein einziger Satz gefallen ist.

3 Wahrnehmung und Kommunikation: Selektieren, Be-Werten, Speichern

Selektieren

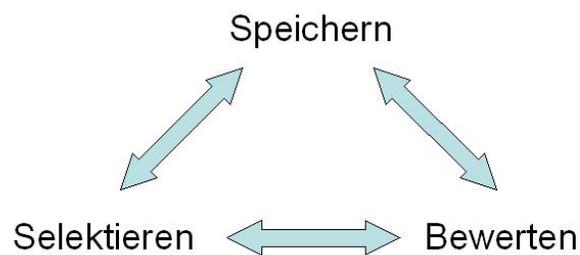
Wahrnehmung selektiert. Würde man den Schuster fragen, welche Hüte die Damen aufhatten - er hätte nicht die geringste Vorstellung davon. Jeder der Kirchgänger geht demnach zwar in dasselbe Bauwerk, aber doch in eine andere Kirche! Der Maler betrachtet den Putz, der Gärtner die Blumen, die Bauersfrau das Kleid der Nachbarin, dem Pfarrer fallen die leer gebliebenen Bänke ins Auge, der Verliebte schielt nach seiner Angebeteten und der Spinnenängstler sucht nach Spinnweben. Aus dem gewaltigen Reizangebot filtern wir ein paar Details heraus und meinen, dies sei die Welt, die wirkliche Welt.

Bewerten

Selektion und Bewertung gehen Hand in Hand. Die Schuhe und die Kunden, die in den Schuhen stecken, sind die Existenzgrundlage für den Schuster. Selektiert wird das, was für den einzelnen emotional bedeutsam ist. Was ihn freut, beglückt, bedroht, ärgert, schmerzt und so fort.

Speichern

Der Schuster weiß eine Menge über seine Schuhe. Er kennt die Marken, die Materialien, die Preise, die Vorzüge, die Mängel, die Kunden, die Lieferanten. Blitzschnell hat er diese Inhalte parat, so wie der Fußballbegeisterte sofort weiß, wer im WM-Endspiel 1994 wann welches Tor geschossen hat und der Wagner-Kenner aufzählen kann, in welcher Oper des Komponisten Ballett getanzt wird und in welcher nicht. Die letzten Forschungsergebnisse der Gehirnphysiologen zeigen unmissverständlich: Gespeichert wird umso leichter, schneller und bleibender, je bedeutsamer die jeweiligen Inhalte für den Betroffenen sind. (Bei Trauma-Erlebnissen wird genau dies zum Problem, weil selbst ein einziges Erlebnis emotional so bedrohlich aufgeladen sein kann, dass es nicht mehr zu löschen ist. Und auch im positiven Fall spricht man von „*unvergesslichen*“ Erlebnissen.)

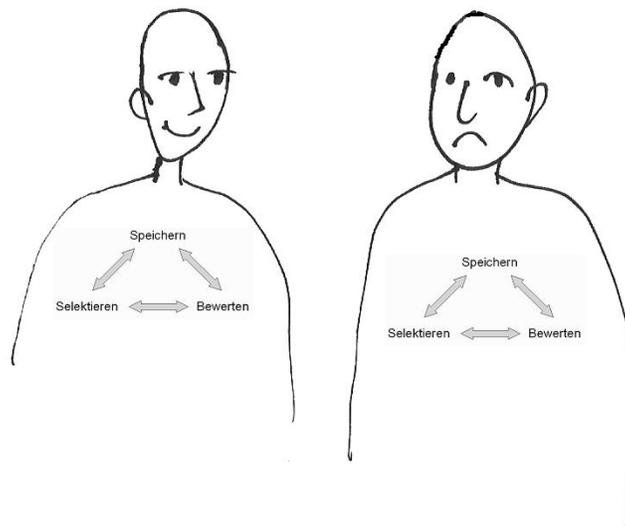


Wahrnehmung ist ein ständiger, meist unbewusst ablaufender Prozess, an dem Selektieren, Bewerten und Speichern aufs Engste miteinander verschaltet beteiligt sind.

3.1 Kommunikation

3.1 Kommunikation

„Heut’ war’s schön in der Kirche!“, meint des Schusters Frau, ergriffen von der herzzerreißenden Predigt. „Nein, das war es nicht!“, brummt ihr Mann, verärgert über den offensichtlich erfolgreichen Schuhverkauf seines Konkurrenten. Es beginnt ein griesgrämiger Streit darüber, ob ES in der Kirche schön war oder nicht. Wie ein zäher Lavastrom fließt der kommunikative Unmut von einem Thema zum nächsten. Es entsteht ein unvergesslicher Sonntag. Kommunikation wünscht Verständigung zwischen unterschiedlichsten Welten - meist aber ohne deren Unterschiedlichkeit zu realisieren. Wie schön wäre es doch, wenn der andere dieselbe Kirche meinte.



Indessen selektieren, speichern und bewerten alle Beteiligten nach ihrem eigenen Gusto. Und sie selektieren, speichern und bewerten auch immer das, was der andere gerade gesagt oder getan hat. (In den ersten Werken der Kommunikationspsychologie wurden Selektions- und Bewertungsprozesse oft als *„Beziehungsebene“* beschrieben und das, was gespeichert werden kann als *„Inhaltsebene“*.)

4 Was heißt das für mich?

Das heißt für Sie lieber Leser, dass Sie nicht anders „ticken“ als unser Schuster. Und was Sie manchmal in den Wahnsinn treibt, ist die Tatsache, dass Ihre Kollegen, Mitarbeiter,

Vorgesetzten, Partner, Kinder mit Ihnen über Hüte reden wollen! Hüte! Welche Hüte, um Himmels willen! Oder dass Sie sich mit der Behauptung konfrontiert sehen, es sei in der Kirche schön gewesen. Versteht denn keiner, worum es wirklich geht? Sind denn alle wahnsinnig geworden? Dann müssen Sie eben erklären, worum es wirklich geht: Schuhe! Aber es ist schlimm. Die so Angesprochenen sehen Sie mit großen Augen an und verstehen nur Bahnhof. Das ist Kommunikation.

5 Die Lösung...

...liegt vermutlich nicht in den Kommunikationstechniken, die Sie in Ihren Seminaren lernen. Diese sind „nur“ Schlüssel. Was zählt, ist der Wille, das Schloss aufzubekommen. Verständigung klappt nur, wenn Sie für ein paar Bruchteile Ihres Lebens darauf verzichten lernen, zu glauben, Ihre Welt sei die wahre Welt und Sie seien derjenige, der die Dinge richtig sieht, sie richtig bewertet, richtig selektiert und richtig speichert. Lernen Sie Fremdsprachen, das sind die Sprachen die die anderen reden, vielleicht können Sie dann eine äußerst spannende Unterhaltung über Hüte führen. Schuster, bleib NICHT bei deinen Leisten! (Wir werden in dieser Reihe, die sich auch an Vorgesetzte richtet, zu einem späteren Zeitpunkt zeigen, was das für die Gespräche bedeutet, die zwischen Vorgesetztem und Mitarbeiter stattfinden.)

6 Der Captainitis-Test

Die US-amerikanischen Luftbehörden mussten Erschreckendes feststellen. Viele Flugzeugunfälle gehen auf folgendes Phänomen zurück: Wenn der Captain glaubt, er hat Recht, widersprechen ihm die Crew-Mitglieder selbst bei offensichtlichen Fehlern kaum noch. „*Wenn ich das sage, dann stimmt das.*“ FOUSHEE (1984) hat dafür den Begriff Captainitis ins Spiel gebracht. (Vgl. CIALDINI, 1997.) Daher ein kleiner Captainitis-Test für Vorgesetzte: Prüfen Sie sich selbstkritisch mit Hilfe folgender Fragen:

- Ich habe schon öfter mal den Eindruck, dass ich es doch selber machen muss, damit es richtig funktioniert.
- Ich kann manchmal „nicht zusehen“, wie meine Mitarbeiter sich „anstellen“.
- Echte Delegation fällt mir ziemlich schwer.
- Im Innersten glaube ich, dass ich Chef geworden bin, weil ich mehr von der Sache verstehe.

- Die Meinungen meiner Mitarbeiter kommen mir häufig sehr unüberlegt vor.
- Ich benutze häufiger Aussagen wie: „*Sie müssen aber überlegen ...*“, „*Sie sehen das falsch ...*“, „*Aber das ist doch ganz anders!*“, „*Man kann das so nicht behaupten ...*“, „*Kommen Sie mir nicht mit Problemen, sondern mit Lösungen ...*“.

Diagnose-Schema

2 x Ja	Milde Captainitis
3 oder 4 x Ja	Captainitis
Mehr als 4 x Ja	Schwere Captainitis

Literatur:

CIALDINI, Robert B. (1997): Die Psychologie des Überzeugens. Hans Huber, Bern

Herzliche Grüße

Ihr ifb-Team