



StraViMi
Distanz als Chance

Konserve Online-Kommunikation



EUROPÄISCHE UNION
EUROPÄISCHER SOZIALFONDS

ESF IN BAYERN
WIR INVESTIEREN IN MENSCHEN



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

Übersicht

- I) Psychologische Phänomene im Rahmen der Online-Kommunikation
 - a. Self-fulfilling Prophecy
 - b. Framing
- II) Kommunikation Online – Tipps & Tricks aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive



Psychologische Phänomene

Wie haben psychologische Faktoren einen
Einfluss auf die Online-Kommunikation?

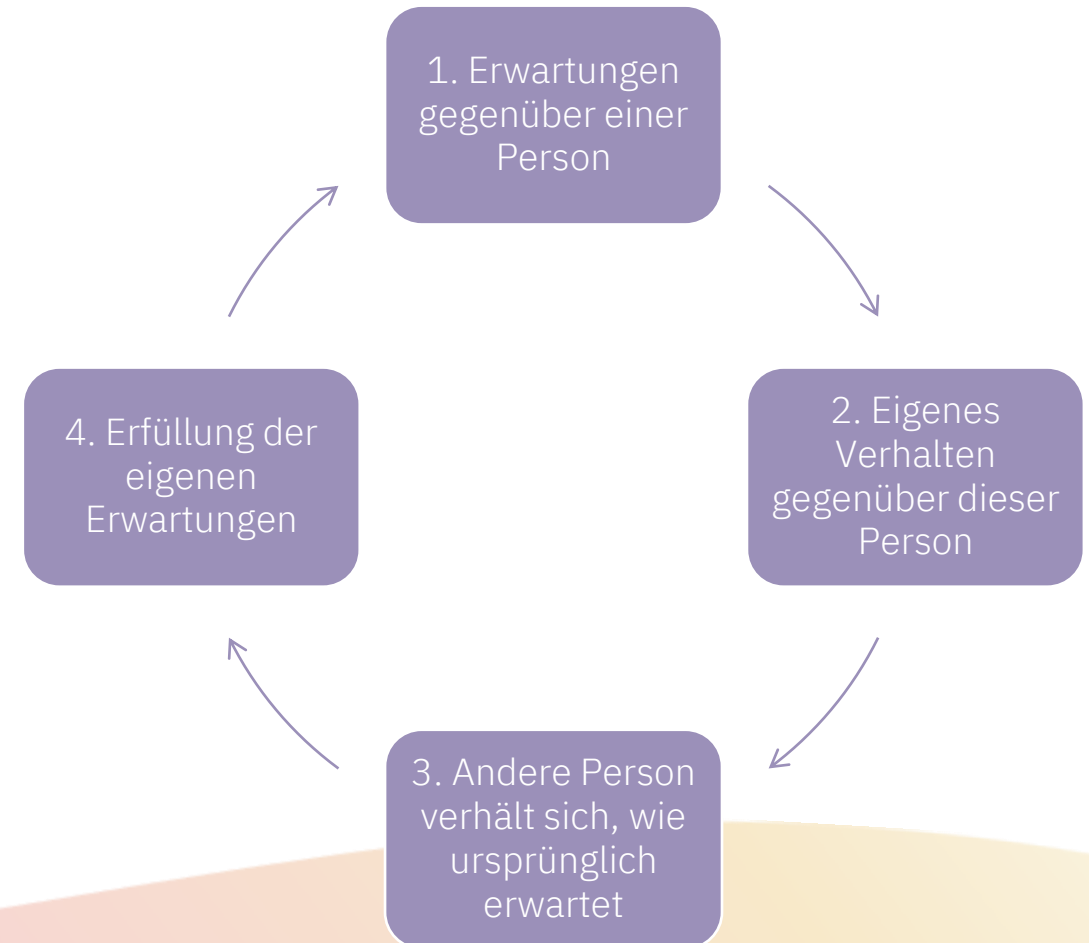


Self-fulfilling Prophecy

Was beschreibt das Phänomen?

1. Wir haben Erwartungen in Bezug auf eine Situation oder eine Person
2. Diese **Erwartungen beeinflussen** (meistens unbewusst!) unser Verhalten gegenüber der Person/der Situation
3. Unser **Verhalten beeinflusst** wiederum das Verhalten unseres Gegenübers bzw. die Situation
4. Dadurch verhalten sich **andere Personen** wahrscheinlicher so, wie wir es erwarten

→ Unsere Erwartungen in Bezug auf die Person oder die Situation werden erfüllt



Self-fulfilling Prophecy (ein Beispiel)

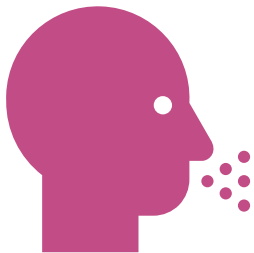


Self-fulfilling Prophecy

Wie nehmen meine Erwartungen Einfluss auf mein Verhalten?

- Selbsterfüllende Prophezeiungen sind uns in der Regel nicht bewusst!
- Es wird angenommen, dass Einstellungen und Überzeugungen u. a. unser para- und nonverbales Interaktionsverhalten beeinflussen!

Paraverbale Signale



- Sprechtempo
- Pausen
- Stimmhöhe
- Usw.

Nonverbale Signale



- Mimik & Gestik
- Körperhaltung
- Blickverhalten
- Usw.

Self-fulfilling Prophecy

Was bedeutet das für die Online-Kommunikation?

Zwischenmenschliche Interaktionen im digitalen Raum, sind immer noch zwischenmenschliche Interaktionen und Situationen!

→ Selbsterfüllende Prophezeiungen können hier Auswirkungen haben

Ein Beispiel:

Vor der Videokonferenz:

„...wahrscheinlich
ist wieder für alle
unklar, was
eigentlich genau
gemeint ist!“

In der Videokonferenz:

Wer soll das machen?

Ich verstehe gerade
nicht, worüber wir
eigentlich reden...

Nach der Videokonferenz:

„...genau wie
erwartet. Können wir
uns das nächste Mal
nicht einfach wieder
in Person treffen?“

Framing – automatisches Denken?

Was beschreibt das Phänomen?

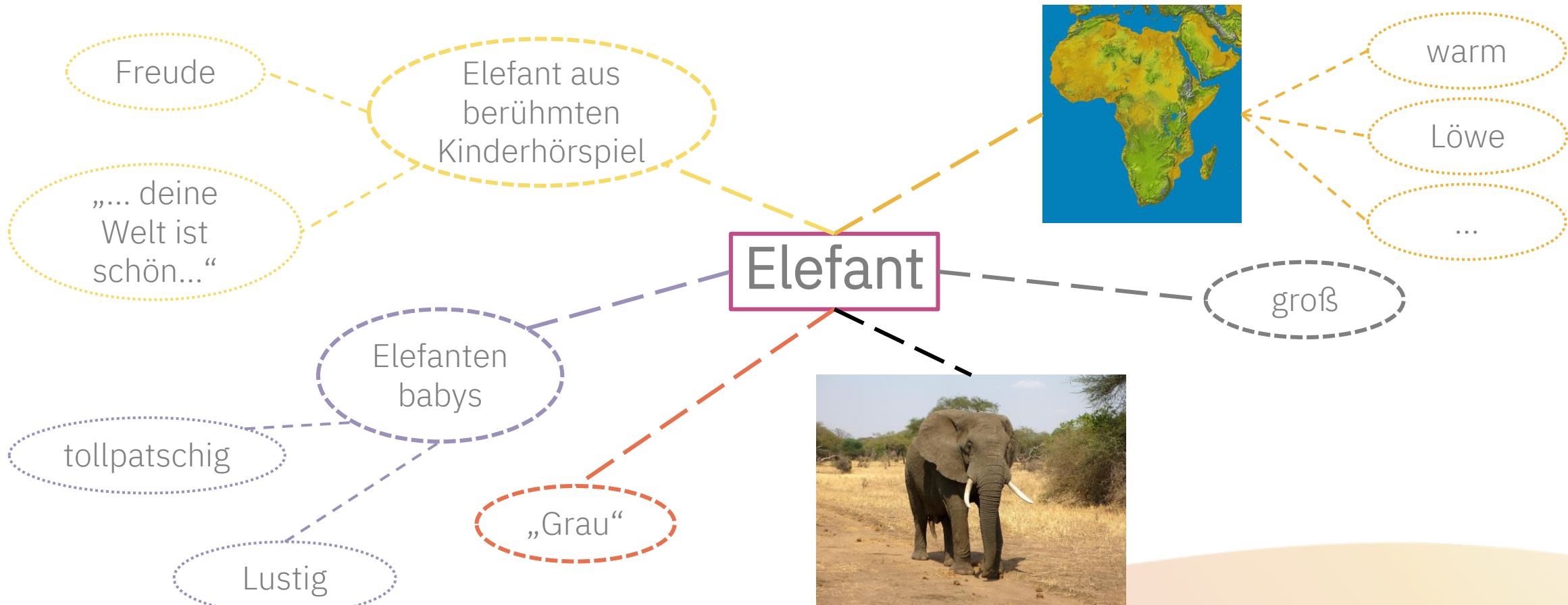
Die menschliche Wahrnehmung läuft zwar relativ gleich ab, der **Prozess** ist also nahezu identisch!

Der Inhalt – also **was** wir wahrnehmen – ist aber alles andere als objektiv und gleich!

Der Mensch denkt vor allem **assoziativ**. Jedes Wort, das wir hören oder lesen, löst eine Kette an Bildern, Empfindungen und Verknüpfungen aus.

Jedes Wort besitzt dementsprechend einen für uns ganz spezifischen und individuellen „Deutungsrahmen“ (engl. *Frame/Framing*). Dieser wird vor allem durch unser Vorwissen, unsere Erfahrungen, Erlebnisse und Einstellungen gebildet.

Framing – ein Beispiel



Framing - Erklärvideo

In einem kurzen Erklärvideo des BR wird der Begriff „Framing“ sehr gut erklärt und direkt mit ein paar Beispielen versehen. Unbedingte Empfehlung zum anschauen:

<https://www.br.de/mediathek/video/erklaervideo-was-ist-framing-av:5bcef0b7640b94001c029275>



In dem Beitrag ist dabei auch der interessante Transfer, wie wir so auch durch bestimmte Wortkombination in der Sprache zu bestimmten Verknüpfungen und Emotionen „gezwungen“ werden



Framing ist z. B. unter anderem auch ein Grund dafür, warum Buchleser bei den entsprechenden Verfilmungen häufig nicht zufrieden mit den Hauptdarstellern sind!

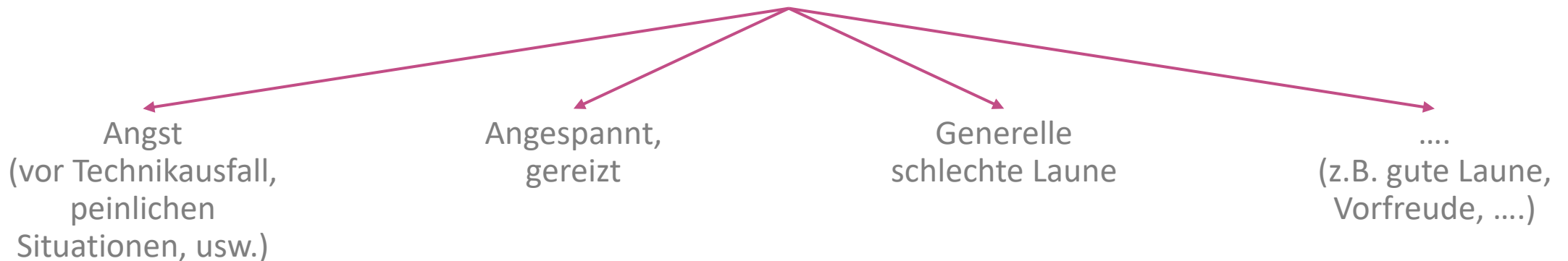
Jeder Leser hat sein ganz eigenes/persönliches Bild vom Hauptdarsteller aus dem Buch, dem die Schauspieler & Regisseure nur sehr schwer gerecht werden können!

Framing & Online-Kommunikation

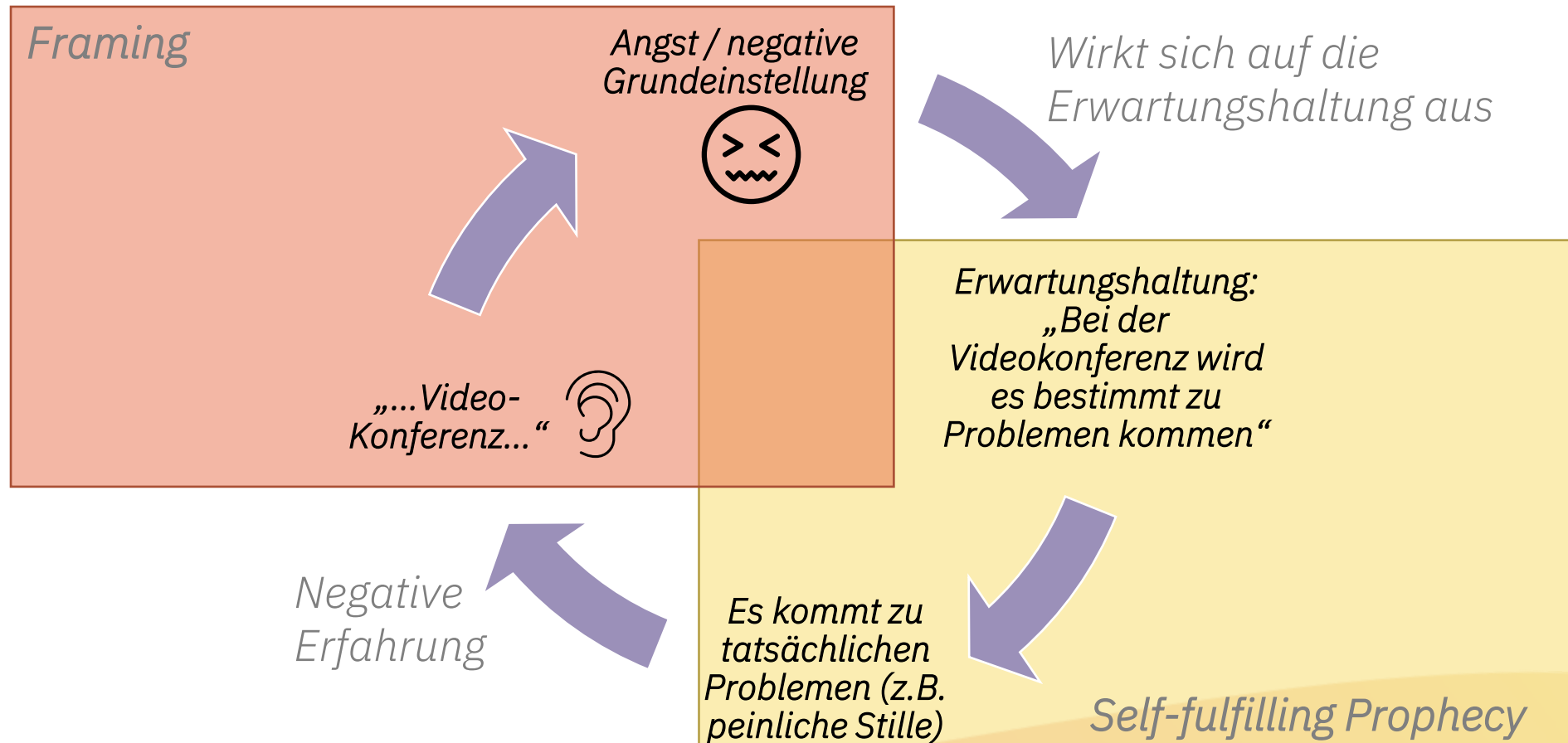
Was bedeutet das für die Online-Kommunikation?

Framing passiert auch bei Wörtern, wie *Virtualisierung*, *Video-Konferenz* oder auch *Online-Kommunikation*!

Das kann bei uns verschiedene Emotionen und Grundeinstellungen auslösen:



Self-fulfilling Prophecy & Framing



Self-fulfilling Prophecy & Framing

Wie kann man mit diesen Phänomenen umgehen?

- Sich selbst bewusst machen, wie und auf welche Weise persönliche Einstellungen und Vorerfahrungen Online-Kommunikation beeinflussen
- Wie sind meine eigenen Erwartungen in Bezug auf Ablauf/Ereignisse im Rahmen von Online-Kommunikation (Video-Konferenz, ...)?
- An die nächste Situation mit einer verstärkten neutralen oder positiven Einstellung herangehen

Kommunikation online

Tipps und Tricks aus kommunikations-
wissenschaftlicher Perspektive



Was ist eigentlich Kommunikation?



„Kommunikation ist ein sozialer Interaktionsprozess, der auf der wechselseitigen Übermittlung und Interpretation von Botschaften beruht.“ (Burkhart 2002)

- Über mehrere Kanäle
- Über unterschiedliche Zeichen
- Verbale/nonverbale Botschaften ...

→ Kommunikation ist vielfältig!

Über welche Kanäle kommunizieren wir?



- Die Rede ist an den menschlichen Körper gebunden
- Wir „sprechen“ mit dem ganzen Körper:
 - Nonverbale Zeichen (Mimik, Gestik, Blicke, Lächeln, Körperzuwendung...)
 - Paraverbale Zeichen (Stimmhöhe, Lautstärke, Sprechtempo, Pausen, Verzögerungen...)
 - Außerdem: Kleidung, Frisur, Schmuck, Büromöblierung, Wohnungseinrichtung...

→ Dienen der Ergänzung, Wiederholung, Betonung oder auch Koordination eines Gesprächs

Digitale Kommunikation...

... findet im Internet über die unterschiedlichsten Kommunikationsformen statt. Wie etwa E-Mail, Chat, soziale Netzwerke, Blogs, Videokonferenzen usw.



→ Vorurteil 1: Sobald Technik und Medien zwischen die Kommunikationspartner treten, wird die Kommunikation als „schlechter“ empfunden, die Sinneskanäle werden eingeschränkt im Gegensatz zur Face-to-Face-Situation („*Kanalreduktionsthese*“)



→ Vorurteil 2: Die Medien verdrängen das persönliche Gespräch („*Substitutionsthese*“)

Ist digitale Kommunikation wirklich schlechter?



- Für die sach- und fachbezogene Kommunikation ist eine Reduktion der Sinneskanäle oft hilfreich → man konzentriert sich auf das ‚Wesentliche‘
- Der richtige Kanal kann die Kommunikation sogar noch unterstützen
- Vielfältige Kommunikationswege bedeuten nicht das ‚Aussterben‘ anderer Kommunikationsformen
- Wichtig: Medien bewusst nutzen und sich über den Kommunikationsrahmen verständigen

Der passende Kommunikationsrahmen

Nach *Erving Goffmann*:

Kommunikationsrahmen = „Rahmen“, der den Kommunikationspartnern hilft, die Situation zu interpretieren („Wie verhalte ich mich wann?“)



- Hilft, nicht „aus dem Rahmen“ zu fallen
- Erleichtert situationsangemessenes Verhalten
- Macht Situationen erwartbar + vertraut

Wie beeinflusst das die Online-Kommunikation?



- Für Videokonferenzen gab es zu Beginn kaum „Rezeptwissen“
- Neue Situation = neuer Kommunikationsrahmen
- Verhaltens- und Kommunikationsregeln waren unklar („Melde ich mich? Spreche ich einfach?“)
- Führte zu Problemen und Missverständnissen („Wieso spricht der/die mir mitten in den Satz?“)

Tipps und Tricks für die Kommunikation in Videokonferenzen



- Technik vorher testen
- Positive Einstellung
- Fehler können passieren
- Moderation bei größeren Runden
- Professionalität: ganzen Namen, Firma angeben
- Höflichkeit: Verhalten wie im persönlichen Gespräch
- Kamera an (wenn möglich)
- Stummschalten, wenn man nicht redet
- Hand heben, nicht einfach drauflosreden
- Kein Multitasking nebenbei
- Reaktionen zeigen (Gestik/Mimik, Emojis)

Literatur

Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2014). Sozialpsychologie. München: Pearson

Beck, K. (2020). *Kommunikationswissenschaft*. utb GmbH.

Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. McQuail's reader in mass communication theory, 390-397.

Fraas, C., Meier, S., & Pentzold, C. (2012). Online-Kommunikation. In *Online-Kommunikation*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Höflich, J. R. (2015). *Der Mensch und seine Medien: Mediatisierte interpersonale Kommunikation. Eine Einführung*. Springer-Verlag.

Kahneman, D. (2016). Schnelles Denken, langsames Denken. München: Penguin

Merton, R. K. (2016). The self-fulfilling prophecy. The Antioch Review, 74(3), 504-521

Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). Pygmalion in the classroom. The urban review, 3(1), 16-20.

Schweiger, W., & Beck, K. (Eds.). (2010). *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Watzlawick, P., Beavin, J. H. & Jackson, D. D. (2011). Menschliche Kommunikation (12. Aufl.). Bern: Huber.