

In diesem Kapitel sollen bekannte konzeptuelle Ansätze zur menschlichen Kommunikation vorgestellt werden. Wir geben zunächst einen allgemeinen Überblick über psychologische Kommunikationsmodelle und gehen dann auf ausgewählte klassische Kommunikationsmodelle ein.

2.1 Ein Überblick über Modelle der Kommunikation

Es gibt zahlreiche Modelle zum Prozess der Kommunikation, welche sich im Hinblick auf ihre wissenschaftliche Tradition, Komplexität und inhaltlichen Schwerpunkte unterscheiden (vgl. Abschn. 1.1). Man kann zwischen sogenannten allgemeinen und psychologischen Kommunikationsmodellen unterscheiden. **Allgemeine Kommunikationsmodelle** sind interdisziplinärer Natur, d. h. sie nähern sich der Thematik Kommunikation, indem sie Ideen verschiedener Wissenschaftsrichtungen integrieren. **Psychologische Kommunikationsmodelle** dagegen haben eine eingeschränktere und differenziertere Perspektive. Auf Basis einer umfangreichen Literaturrecherche haben Krauss und Fussell (1996) vier Gruppen psychologischer Kommunikationsmodelle unterschieden (s. Abb. 2.1):

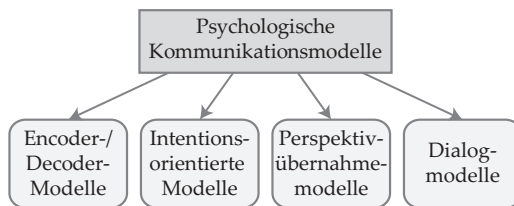


Abb. 2.1 Psychologische Kommunikationsmodelle

1. **Encoder-/Decoder-Modelle** verstehen unter Kommunikation einen Prozess, bei dem eine innere Repräsentation (z. B. die Definition des Wortes Kommunikation) mit Hilfe eines Codes (z. B. Sprache) verschlüsselt wird. Diese Verschlüsselung nennt man Enkodierung. Der verschlüsselte Code wird über den Kommunikationskanal zu den Adressierten der Botschaft geleitet und muss von dort wieder entschlüsselt werden. Die Entschlüsselung wird auch als Dekodierung bezeichnet. Encoder-/Decoder-Modelle zielen demnach überwiegend auf ein umfassendes Verständnis bezüglich der Verschlüsselung (d. h. Enkodierung), Übertragung und Entschlüsselung (d. h. Dekodierung) von Botschaften ab und versuchen, eine Antwort auf die Frage zu geben, wie eine Botschaft optimal übermittelt werden kann. Es werden in diesem Zusammenhang auch mögliche Störquellen und Probleme thematisiert, die einen reibungslosen Kommunikationsablauf beeinträchtigen können. Das auch als „Transmissionsmodell“ bezeichnete Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver (1949; s. Abschn. 2.2) sowie das Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun (2000; s. Abschn. 2.3) fallen in diese Kategorie.
2. **Intentionsorientierte Modelle** beschäftigen sich vor allem mit der Absicht des Kommunizierenden, dem Rezipierenden das „Gemeinte“ zu übermitteln. Es geht demnach um die grundlegende Frage, wie Kommunikation gelingen kann (d. h. wie Kommunizierende und Rezipierende eine Einigung über das „Gesagte“ erzielen können). Wie kann man dies erreichen? Die Konversationsmaximen nach dem Kommunikationsmodell von Grice (1975; s. Abschn. 2.4) versuchen auf diese Frage eine Antwort zu geben und werden dieser Kategorie zugeordnet.
3. **Perspektivübernahmemodelle** beschäftigen sich vor allem mit der Frage, wie Menschen sich in die Situation des anderen versetzen und einander so besser verstehen können. Im Mittelpunkt steht die Bereitschaft der Beteiligten, die Situation mit den Augen des anderen zu betrachten. Rogers Regeln gelingender Kommunikation (1991; vgl. Abschn. 2.5), die aus seinem Ansatz der klientenzentrierten Gesprächspsychotherapie abgeleitet werden können, gehören zu dieser Kategorie.
4. **Dialog-Modelle** beschäftigen sich zentral mit der Frage, wie gemeinsame Wirklichkeit zwischen den an einem Kommunikationsprozess Beteiligten konstruiert wird. Watzlawicks Axiome (z. B. Watzlawick et al. 2000) stehen beispielhaft für den Versuch, Kernmerkmale dieses Prozesses zu identifizieren (vgl. Abschn. 2.6).

Wir werden im Folgenden aus allen vier Gruppen psychologischer Kommunikationsmodelle beispielhaft einige Kommunikationsmodelle ausführlicher erläutern.

Die nachfolgend näher beschriebenen Modelle sind jedoch weder als einander ausschließende Ansätze zu betrachten, noch erheben sie Anspruch auf Vollständigkeit. Sie liefern jedes für sich aus einer anderen Perspektive Aufschluss zum Puzzlebild der Kommunikation, um es letztlich in seiner Ganzheit besser verstehen zu können. Prinzipiell vereint alle Modelle der Gedanke, dass eine Nachricht von Person zu Person übermittelt wird (vgl. Abschn. 1.1.2).

2.2 Kommunikationsmodell nach Shannon und Weaver

Ein bekanntes und auch in der Psychologie als Klassiker viel zitiertes Modell der Kommunikation aus den 1940er Jahren stammt von Claude E. Shannon und Warren Weaver. Der Feder eines Mathematikers und eines Telekommunikationsspezialisten entsprungen, war dieses Modell ursprünglich rein technisch orientiert, zumal es aus der Tradition der Informationstheorie entstand (beide arbeiteten für eine Telefongesellschaft). Das Modell behandelt nicht die Bedeutung der Botschaft, sondern lediglich deren Übertragung und Empfang. Das Ziel des binären mathematischen Modells war die Optimierung der Kommunikation (d. h. die Verminderung von Störeinflüssen) in der technischen Übertragung. Kommunikation bedeutet in diesem nachrichtentechnischen Kontext Austausch bzw. Übertragung von Information (zwischen Systemen). Nach Shannon und Weaver (1949) beinhaltet Kommunikation sechs notwendige Elemente (s. Abb. 2.2)¹. Im Fall von Störungen sind es entsprechend sieben Elemente.

Ausgangspunkt des Kommunikationsprozesses ist die *Informationsquelle (der Sender)*. Diese wählt eine Nachricht aus und übermittelt sie mit Hilfe eines *Sendegeräts (dem Kodierer)* in Form von Signalen. Die *Signale* werden in einem spezifischen *Kanal* übertragen und vom *Adressat (dem Empfänger)* mit Hilfe eines *Empfangsgeräts (dem Dekodierer)* aufgenommen und entschlüsselt. Bei der gesprochenen Sprache ist die Nachrichtenquelle das Gehirn, der Sender die Stimmbänder, die den sich ändernden Schalldruck (d. h. das Signal) erzeugen, der durch die Luft (d. h. den Kanal) übertragen wird.

Der Vorgang der Signalübertragung ist allerdings möglichen *Störungen* (z. B. Rauschen) ausgesetzt. Während des Übertragungsprozesses werden dem Signal (d. h. der Nachricht) unter Umständen ohne Absicht der sendenden Person Elementen-

¹ Wir haben uns im Text bemüht möglichst geschlechtsneutrale Bezeichnungen zu nutzen, um deutlich zu machen, dass sich die Aussagen auf beide Geschlechter gleichermaßen beziehen, soweit nicht explizit anders vermerkt. In den Abbildungen haben wir aber die Bezeichnungen der Originalansätze im generischen Maskulinum, z. B. Sender-Empfänger-Modell, beibehalten.

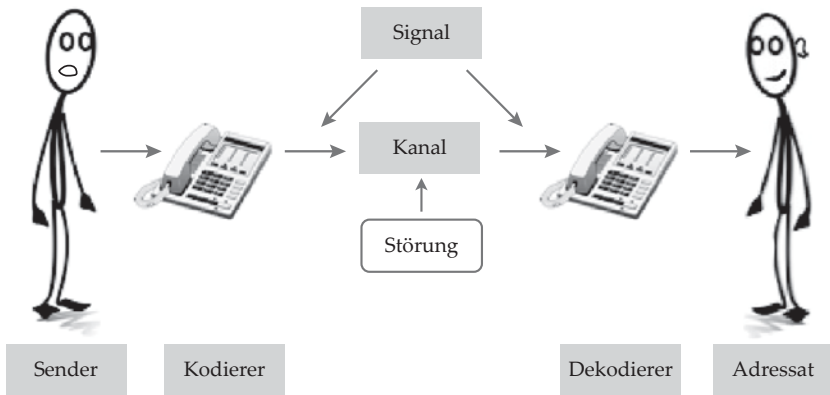


Abb. 2.2 Elemente der Kommunikation nach Shannon und Weaver (1949)

te hinzugefügt. Es entsteht „**Rauschen**“. Mögliche Störquellen sind beispielsweise Tonverzerrungen (bei Kommunikation via Telefon), atmosphärische Störungen (bei Kommunikation via Funktechnik) oder Verzerrungen der Form eines Bildes (bei Kommunikation via Television). Übertragen auf die direkte Kommunikation können Störungen beispielsweise dadurch entstehen, dass der Kanal (d. h. Luft) nicht vollkommen „ruhig“ ist. Wenn Sie beispielsweise in einem Seminar sitzen, können Sie nicht davon ausgehen, dass alle Studierenden aufmerksam zuhören, was ihr Dozent oder ihre Dozentin vorträgt. Wären alle anderen Anwesenden still, wäre die Voraussetzung für eine optimale Übertragung der Botschaft gegeben. Ist das Thema für einige Anwesende aber wenig interessant, werden diese unter Umständen beginnen, zu flüstern. Der Kanal ist somit nicht mehr frei von Hintergrundgeräuschen und so kann es beispielsweise dazu kommen, dass Sie nicht alle angebotenen Informationen verstehen.

Allgemein gesprochen muss für erfolgreiche Übermittlung einer Nachricht beidseitige Aufmerksamkeit gegeben sein und die Mitteilung sollte in vorhandenes Wissen integrierbar sein. Hierfür ist zumindest teilweise identisches **Zeichen- und Bedeutungswissen** (z. B. eine bestimmte Sprache) erforderlich. Ferner müssen die Kodierungen sich entsprechen und der Transport sollte möglichst störungsfrei ablaufen, so dass auch eine Rückinformation (d. h. ein Feedback zur sendenden Person) erfolgen kann (z. B. in Form von Rückfragen oder der Bitte um Wiederholung des Gesagten). Ursachen für ausbleibende oder unerwartete Reaktionen der empfangenden Person können nach Shannon und Weaver Fehler bei Kodierung

und Dekodierung sein (z. B. durch Übersetzungsfehler bei unterschiedlicher Sprache oder Mehrdeutigkeiten), die dazu führen, dass sich gesendete und empfangene Botschaft nicht völlig entsprechen. So kann etwa eine mehrdeutige Aussage beim Empfangenden auf falsche Weise interpretiert werden und so nicht die erhoffte Reaktion bewirken.

2.3 Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun

Das Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun (2000) findet besonders in der Praxis großen Zuspruch. Ein deutlicher Vorteil ist der starke Anwendungsbezug und die Praktikabilität. So eignet es sich beispielsweise sehr gut dazu, das eigene Kommunikationsverhalten kritisch zu überprüfen. Das Modell ist allerdings empirisch nicht abgesichert und hat eher heuristischen Wert. Mit der Absicht, auch *klassische Kommunikationsmodelle* für die Praxis nutzbar zu machen, bezieht von Thun u. a. Ideen von Watzlawick (1969) und Bühler (1934) ein. Er schlägt vor, menschliche Kommunikation aus jeweils vier Perspektiven zu betrachten. Diese vier Seiten einer Aussage sind Kernstück des erstmals 1981 vorgestellten Modells (s. Abb. 2.3). Sie werden auch „*vier Schnäbel*“ (auf Seiten der sendenden Person) und „*vier Ohren*“ (auf Seiten der empfangenden Person) genannt.

So enthält eine Äußerung vier simultane Botschaften.



Abb. 2.3 Modell der Kommunikation nach Schulz von Thun (2000)

1. **Sachinhalt:** Eine Nachricht enthält in der Regel Sachinformationen, die die sendende der empfangenden Person mitteilen möchte (z. B. zu erklären, was ein Sachinhalt ist).
2. **Selbstoffenbarung:** In jeder Nachricht stecken auch Informationen über die sendende Person, die sowohl aus gewollter Selbstdarstellung (z. B. zu zeigen, dass man sich auf einem Gebiet auskennt) als auch aus unbeabsichtigter Selbstenthüllung (z. B. Zittern als Zeichen von Aufregung oder Angst) bestehen können.
3. **Beziehungsaussage:** Die Art und Weise, wie eine Person angesprochen wird, gibt meist Aufschluss darüber, wie die Beziehung zwischen ihr und der sendenden Person definiert wird („Habe ich mir doch gedacht, dass die Aufgabe zu schwer für dich ist.“ vs. „Wenn du dir das nochmal genau ansiehst, fällt dir sicher die richtige Lösung ein.“).
4. **Appell:** Wer etwas von sich gibt, will damit in der Regel auch etwas bewirken. Eine Nachricht soll die adressierte Person dazu bringen, bestimmte Dinge zu tun oder zu unterlassen, zu denken oder zu fühlen.

Entsprechend postuliert von Thun auch „vier Ohren“:

1. **Sachohr** (d. h. Wie ist der Sachverhalt zu verstehen?)
2. **Selbstoffenbarungsohr** (d. h. Was für eine Person ist das?)
3. **Beziehungsohr** (d. h. Wie redet sie mit mir? Wen glaubt sie, vor sich zu haben?)
4. **Appellohr** (d. h. Was soll ich tun, denken, fühlen?)

Schwierigkeiten bei der Kommunikation lassen sich häufig so beschreiben, dass die Intention der sendenden nicht der Wahrnehmung der empfangenden Person entspricht. Einer sendenden Person geht es beispielsweise um einen Appell (z. B. konkrete Unterstützung zu erhalten), die empfangende Person achtet dagegen auf den Beziehungshinweis und drückt Mitgefühl aus. Die **Kommunikationsqualität** hängt nach Schulz von Thun davon ab, wie gut die Entschlüsselung des vom Sender bzw. der Senderin Gemeinten gelingt.

Mit der Aussage „Hier ist es aber heiß!“ will eine sendende die empfangende Person vielleicht dazu auffordern, die Heizung herunterzudrehen. Da diese Aufforderung aber nicht explizit formuliert wird, kann sie von der empfangenden Person unter Umständen anders interpretiert werden.

Schulz von Thun (2000) nimmt zudem an, dass **einseitige Empfangsgewohnheiten** zu Kommunikationsstörungen führen können. Weist eine Person beispielsweise ein „übergroßes Appellohr“ auf, hat sie einen besonders starken Wunsch, auf die Bedürfnisse von InteraktionspartnerInnen einzugehen – und so vielleicht

Anerkennung zu erhalten. Auch auf Aussagen, die nicht als Appell gemeint sind, wird diese Person appellorientierte Reaktionen zeigen. So neigen beispielsweise Menschen mit niedrigem Selbstwert dazu, sich an die Wünsche anderer anzupassen (Schütz 2005). Besonders in kritischen Kommunikationssituationen mag es also nützlich sein, unerschwellige Botschaften direkt anzusprechen bzw. zu erfragen, um so beispielsweise mehr Klarheit über die Beziehungs- und Appellebene zu erhalten.

2.4 Maximen der Kommunikation nach Grice

Die Grundidee des Grice'schen Ansatzes besteht darin, Kommunikation als kooperatives Handeln zu betrachten. Ziel ist demnach die Verständigung zwischen sendender und empfangender Person. Unabhängig davon, welches Ziel KommunikationspartnerInnen verfolgen (von der Liebeserklärung bis zur Beleidigung), müssen sie dem Gegenüber ihre Botschaft so vermitteln, dass dieses die Botschaft nachvollziehen kann und ihre Bedeutung versteht. Nur dann ist es möglich, das **Kommunikationsziel** zu erreichen. Unterschieden wird hierbei die wörtliche Bedeutung sprachlicher Äußerungen und ihr kommunikativer Sinn (d. h. das Gemeinte, die Implikatur) – welche divergieren können.

Grice vertritt die Auffassung, dass Kommunikation nicht zustande kommen kann, wenn die Beteiligten kein (auch noch so geringes) gemeinsames Interesse verfolgen. Als allgemeines Prinzip der Kommunikation fordert er insofern das **Kooperationsprinzip**. Dieses verlangt, dass die Beteiligten jede Botschaft unter Berücksichtigung zweier Gesichtspunkte (beidseitig akzeptierte Interaktionsziele und aktueller Zeitpunkt im Gespräch) erstellen. Hieraus leitete Grice vier Konversationsmaximen ab, deren Einhaltung die Effizienz von Kommunikationsvorgängen steigern soll. Verstöße gegen die Maximen führen nach seiner Auffassung zu Missverständnissen und Ineffizienz (z. B. in Form von Zeitverlust). Tabelle 2.1 stellt die Maximen im Überblick dar.

Wenn Sie möchten, können Sie einen interessanten Selbstversuch im Alltag unternehmen und versuchen, bei einem Gespräch alle Maximen einzuhalten. Sicher werden Sie die Erfahrung machen, dass die Einhaltung dieser Maximen nicht ohne Hindernisse und Hürden zu bewältigen ist. Allein das Qualitätsprinzip verlangt kommunizierenden Personen einiges ab. Ganz in Nietzsches Sinne: „Wer sich selber nicht glaubt, lügt immer.“ (Nietzsche 1886), ist es zunächst eine schöne Vorstellung, immer wahrheitsgemäß zu antworten. Doch wie ist die Realität? Studien gehen von durchschnittlich ein bis zwei Lügen pro Tag aus (DePaulo et al. 1996). Hinzu kommt, dass Menschen, die Lügen anderer nur ungefähr auf Zufalls-

Tab. 2.1 Maximen der Kommunikation nach Grice

<i>1) Maxime der Quantität</i>	<i>2) Maxime der Qualität</i>
<p>„Versuche, den nötigen Informationsgehalt zu vermitteln!“ Mache deinen Beitrag so informativ wie für den gegebenen Zweck nötig. Vermeide überflüssige Information. <i>Verletzung der Maxime:</i> zu wenig oder zu viel sagen</p>	<p>„Versuche, deinen Beitrag so zu gestalten, dass er wahr ist!“ Sage nichts, was du für falsch hältst. Sage nichts, wofür dir angemessene Gründe fehlen. <i>Verletzung der Maxime:</i> Ironie oder ungesicherte Behauptung</p>
<i>3) Maxime der Relevanz</i>	<i>4) Maxime der Klarheit</i>
<p>„Sei relevant!“ Sage, was zum Thema gehört. Sage nichts, was nicht zum Thema gehört. <i>Verletzung der Maxime:</i> Irrelevantes und Nebensächliches sagen</p>	<p>„Sei klar!“ Vermeide Unklarheit und Vagheit des Ausdrucks. Vermeide Mehrdeutigkeit. Vermeide Weitschweifigkeit. Orientiere dich an logischen zeitlichen Folgen. <i>Verletzung der Maxime:</i> unklar oder verwirrend sprechen</p>

niveau entdecken (d. h. ähnlich treffsicher wie bei einem Münzwurf), ihre Fähigkeit zur Enttarnung von LügnerInnen aber im Allgemeinen überschätzen (Bond und DePaulo 2006; DePaulo et al. 1997).

Exkurs: White Lies

Menschen lügen ein- bis zweimal täglich, wobei der Großteil dieser Alltagslügen durch sogenannte *white lies* verursacht wird, beispielsweise indem man behauptet ein wenig besser zu sein, als man tatsächlich ist oder einer Person nicht die Wahrheit sagt, um ihre Gefühle nicht zu verletzen. White lies erfolgen ohne böse Absicht und beinhalten kleine Beschönigungen (DePaulo et al. 1997).

Auch die Relevanzmaxime, welche man mit dem Appell „Bleib beim Thema!“ umschreiben könnte, fällt uns im Alltag nicht immer leicht. Wer kann garantieren, bei der Beschreibung eines wunderschönen Urlaubs nicht abzuschweifen? Was gehört überhaupt zum Thema und was nicht? Demnach bildet eine strikte Einhaltung der Grice’schen Maximen wohl eher ein Ideal als die Realität ab.

Unternehmen wir einen kleinen Ausflug in ein Alltagsbeispiel und betrachten mögliche *Verletzungen der eben genannten Maximen*. Sophie und Claudia sind seit dem Kindergartenalter beste Freundinnen.

1. Claudia kommt voller Freude mit einer neuen Frisur zu ihrer Freundin und fragt sie, wie sie diese denn fände. Sophie allerdings findet die Frisur mehr als unpassend. Sie verletzt absichtlich eine Maxime, um Claudia nicht weh zu tun und äußert sich positiv.

Dieses Beispiel soll die Verletzung der Maxime der Qualität demonstrieren und aufzeigen, dass es in bestimmten Situationen Gründe geben kann, die uns dazu veranlassen, nicht bei der strikten Wahrheit zu bleiben (White lies). Je nachdem, welches Kommunikationsziel verfolgt wurde, kann eine solche Äußerung dann als nicht erfolgreich oder als erfolgreich gelten. Möchte Sophie ihrer Freundin letztlich mitteilen, dass die Frisur ein Fehlgriff war, so ist dieses Ziel (noch) nicht erreicht. Wenn das dominante Ziel aber ist, die Freundin nicht zu verunsichern, so wäre dieses erreicht.

2. Sophie hat eine wichtige Klausur an der Uni nicht erfolgreich bestanden und sucht das Büro des wissenschaftlichen Mitarbeiters auf, um zu erfahren, wo ihre Fehler lagen. Dieser ist allerdings unter Zeitdruck und weicht aus: „Ich kann leider nicht mehr dazu sagen.“ (Verletzung der Quantitätsmaxime).
3. Claudia hat auf der Semesterauftaktparty Tom kennengelernt, jedoch vor Aufregung vergessen, ihn nach seiner Telefonnummer zu fragen. Doch sie erinnert sich, dass Sophie vor kurzer Zeit ein Referat mit ihm halten musste. Sie fragt hoffnungsvoll ihre Freundin nach Toms Nummer (s. Beispiel).

Beispiel: Verletzungen von Maximen

Claudia: „Kannst du mir die Telefonnummer von Tom sagen?“

Sophie: „Irgendetwas mit 0171 am Anfang.“

→ Sophie verstößt gegen die Maximen der Quantität und Klarheit.

Alternative:

Sophie: „Ich habe die Nummer nicht.“

→ Sophie verstößt gegen die Maxime der Qualität.

Sophie hatte die Nummer zwar damals erfragt, weiß sie aber nicht mehr genau und muss zwischen verschiedenen Maximen wählen. Weil sie die notwendigen Informationen nicht besitzt, hat sie nur die Wahl, die Quantitätsmaxime und die Maxime der Klarheit oder die Qualitätsmaxime zu verletzen.

2.5 Regeln für gelingende Kommunikation nach Rogers

Wie kann es einer Person gelingen, sich in einer bestimmten Situation in ihr Gegenüber hineinzusetzen und es besser zu verstehen? Einige Möglichkeiten, wie diese Perspektivübernahme realisiert werden kann, hat Carl Rogers (1991) in seinen Regeln der klientenzentrierten Gesprächstherapie beschrieben. Diese wurden primär für die professionelle Beratung und Therapie entwickelt, können allerdings auch in anderen sozialen Beziehungen angewendet werden.

Rogers geht aus humanistischer Perspektive davon aus, dass jeder Mensch nach Autonomie und Selbstverwirklichung strebt. Um dabei Hilfestellung geben zu können, sollten BeraterInnen bzw. TherapeutInnen drei Verhaltensmerkmale aufweisen, die eine dem Klienten bzw. der Klientin angepasste Kommunikation ermöglichen. Diese drei Basismerkmale werden als *emfühlendes Verstehen (Empathie)*, *Echtheit (Kongruenz)* und *emotionale positive Wertschätzung* bezeichnet (s. Abb. 2.4).

Die Säule *Empathie* fokussiert am stärksten darauf, wie die Perspektive Anderer erfolgreich übernommen werden kann und ist insofern für erfolgreiche Kommunikation besonders relevant. Sie soll im Folgenden näher beleuchtet werden. Die beiden anderen Säulen sollen an dieser Stelle nicht näher behandelt werden.

Empathie ist durch zwei charakteristische Merkmale gekennzeichnet. Einerseits ist es wichtig, sich in den anderen hineinzusetzen und seine Gefühle nachzuempfinden. Andererseits geht es darum, dem Gegenüber mitzuteilen, was man verstanden hat. Die Grundannahmen Rogers über erfolgreiche Kommunikation basieren auf seinen therapeutischen Erfahrungen sowie seinen damals bahnbrechenden systematischen und auf Audioaufnahmen basierenden Therapiestudien.

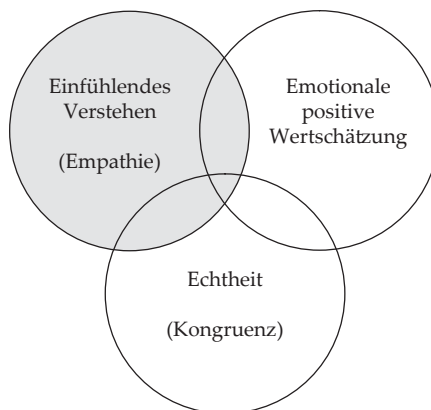


Abb. 2.4 Die drei Komponenten der Verhaltensmerkmale für Beratung und Therapie nach Rogers

Damals beobachtete Rogers erstmals die Bedeutung der Beziehungsgestaltung in Form der postulierten Therapeutenvariablen für den Therapieerfolg (Rogers 1961). Auch die heutige Psychotherapieforschung belegt die Bedeutung der therapeutischen Beziehung. In eine ähnliche Richtung geht eine neuere Studie, die die Relevanz von subjektiven gegenüber objektiven Variablen aufzeigt: Es zeigte sich, dass behandelte Personen eine Therapie stärker nach der Kommunikationskompetenz des Therapeuten bzw. der Therapeutin beurteilten und danach, ob er oder sie auf ihre Bedürfnisse einging, als nach dem objektiv messbaren Therapieerfolg (Dehn-Hindenberg 2007).

Aktuelle Forschung zur Bedeutung sogenannter *Spiegelneuronen*, die beispielsweise auf Bewegungen eines Gegenübers reagieren, liefert hier neue Impulse, zumal die Bedeutung dieser Neuronen auch im Hinblick darauf diskutiert wird, sich in InteraktionspartnerInnen hineinzusetzen und deren Intentionen zu verstehen (Rizzolatti 2008). Offensichtlich müssen Spiegelneuronen frühzeitig beispielsweise durch erlebte Zuwendung angeregt werden und bewirken u. a. das Zeigen unbewusster Imitation. Bei Säuglingen und Kleinkindern ist dieses Verhalten noch stark ausgeprägt – und kann als intuitives Herstellen von Beziehungen gelten (Bauer 2005).

2.6 Kommunikationsmodell nach Watzlawick

Paul Watzlawicks Kommunikationsmodell (1969) gründet sich auf fünf Axiome – A-priori-Formulierungen, die keines Beweises zugänglich wären. Folglich sind diese Annahmen eher von heuristischem Wert. Weitere Merkmale des Modells von Paul Watzlawick sind (im Gegensatz zum relativ statischen Sender-Empfänger-Modell) Dynamik und Interaktivität. Kommunikation verläuft in diesem Modell kreisförmig. So sind nicht nur die Reaktionen einer Person B auf die Worte einer Person A bedeutsam, sondern auch die Rückwirkung, die die Reaktion von B dann auf A hat.

Stärken dieses Modells sind die Einbeziehung psychologischer Prozesse und der Verzicht auf das unterstellte Interesse von SenderIn und EmpfängerIn, eindeutige Botschaften zu senden und zu empfangen. Es wird betont, dass es bei menschlicher Kommunikation eben nicht nur um den sachlichen Austausch von Informationen geht, sondern dass Senden und Aufnehmen von Informationen interessengeleitet ist. Beispielsweise wird ein Bewerber im Rahmen eines Vorstellungsgesprächs dazu tendieren, seine Stärken zu betonen und Schwächen herunterzuspielen – er weicht somit von einer hypothetischen Übermittlung umfassender Fakten (wie im Grice'schen Modell postuliert; vgl. Abschn. 2.4) ab.

Die Regeln menschlicher Kommunikation fasst Watzlawick in fünf Axiomen zusammen:

- 1. Axiom zur Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren*
- 2. Axiom zum Inhalts- und Beziehungsaspekt von Kommunikation*
- 3. Axiom zur Interpunktion von Ereignisfolgen*
- 4. Axiom zu digitaler vs. analoger Kommunikation*
- 5. Axiom zu symmetrischer vs. komplementärer Kommunikation*

„Vom ersten Tag seines Lebens an beginnt der Mensch die Regeln der Kommunikation zu erlernen, obwohl diese den Akteuren nicht notwendigerweise bewusst werden“ (Watzlawick et al. 2000, S. 13). Störungen in der Kommunikation werden auf Verstöße gegen die Axiome zurückgeführt (Watzlawick et al. 2000). In der **Metakommunikation** sieht Watzlawick ein Mittel, um Kommunikationsstörungen aufzudecken und gegebenenfalls auch zu beheben. Metakommunikation wird als Kommunikation über das aktuelle Gespräch verstanden (z. B. „Wir sollten über unseren Gesprächsstil reden.“, „Bitte lassen Sie mich ausreden!“). Die fünf Axiome der Kommunikation nach Watzlawick et al. (2000) lauten im Detail:

Axiom 1: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Dieses Axiom basiert auf dem Umstand, dass jedes Verhalten in einer interpersonalen Situation Mitteilungscharakter aufweist (z. B. Handeln oder Nichthandeln, Schweigen, Worte oder fehlende Worte). Demnach ist alles Verhalten Kommunikation. Kann man sich nicht verhalten? Nein. Folglich kann man auch nicht *nicht* kommunizieren. Watzlawick geht davon aus, dass Kommunikation (gewollt oder ungewollt) stattfindet, sobald Menschen sich wahrnehmen. Selbst der Kommilitone, der vor dem Prüfungsraum in seine Unterlagen vertieft ist, kommuniziert: Ein Vorbeigehender folgt aus der Haltung wahrscheinlich, dass er in Ruhe gelassen werden möchte. Auch das Gegenüber kommuniziert durch eine Aktion (z. B. den Studenten anzusprechen) oder das Ausbleiben einer solchen (z. B. ihn nicht anzusprechen). Wie das Verhalten wirkt, hängt von der jeweiligen Interpretation des Empfangenden ab.

Entsprechende Beobachtungen haben Sie vielleicht schon in Zügen oder U-Bahnen gemacht: Personen kommunizieren durch ihr Verhalten und zeigen so beispielsweise, ob sie möchten, dass man sich neben sie setzt. Schauen Sie ruhig einmal genauer hin! Sie werden deutliche Kommunikation beobachten, wo Sie sie vielleicht nicht erwartet haben.

Axiom 2: „Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.“ Ähnlich wie wir den Mensch in Körper und Geist bzw. Seele unterteilen, sollten wir nach diesem Axiom Kommunikation in deren Inhalt (d. h. das WAS

der Botschaft) und deren Beziehungsaspekt (d. h. das WIE der Botschaft) unterteilen. Der **Inhaltsaspekt** wird vorwiegend verbal übermittelt und umfasst die reinen Sachinformationen. Der **Beziehungsaspekt** wird hingegen verbal und nonverbal übermittelt. Er gibt vor, wie die Sachinformationen vom Empfangenden aufzufassen sind und wie die sendende Person die Beziehung zwischen sich und der empfangenden Person definiert.

Wenn ein Dozent einen Studenten fragt: „Und diese Hausarbeit haben Sie tatsächlich selbst angefertigt?“, so will er inhaltlich Informationen über die Hausarbeit einholen. Die Art, wie er fragt, kann je nach Tonfall, Mimik und Gestik jedoch Bewunderung oder Zweifel ausdrücken. Der Beziehungsaspekt der Kommunikation färbt also den Inhaltsaspekt ein und kann somit beispielsweise Zuneigung oder Ablehnung vermitteln. Das WAS und das WIE der Botschaft können mitunter in direktem Widerspruch zueinander stehen, was eine gelingende Kommunikation erschweren kann. Im Fall der Ironie beispielsweise ist die Intention des Kommunikators bzw. der Kommunikatorin meist nur aus Mimik, Tonfall und Kontext zu erschließen. Dies erschwert das Erkennen von Ironie in Textbotschaften.

Die Unterscheidung zwischen Inhalts- und Beziehungsebene ist besonders wichtig, wenn **Kommunikationsstörungen** vorliegen. Diese betreffen häufig die Beziehungsebene. Sie treten beispielsweise dann auf, wenn Konflikte der Beziehungsebene auf der Inhaltsebene ausgetragen werden oder wenn Uneinigkeit über die Art der Beziehung besteht. Überlegen Sie selbst, wie häufig es innerhalb von Partnerschaften, Freundschaften und Familien Streit über Themen wie die Erledigung der Hausarbeit gibt und wie häufig die eigentliche Thematik nicht der Inhalt (z. B. der Abwasch), sondern die Beziehung (z. B. erlebte Vernachlässigung) sein müsste.

Axiom 3: „Kommunikationsabläufe werden unterschiedlich strukturiert.“
Nach Axiom 3 und für objektive BeobachterInnen eines Gesprächs gut nachvollziehbar, ist Kommunikation zirkulär. Sie ist also ohne klar zu definierenden Anfang oder Schluss – ein fortwährender Austausch. Was dabei Ursache und was Wirkung ist, liegt in der subjektiven Interpretation der KommunikationspartnerInnen. Die von Watzlawick vertretene Position des **Konstruktivismus** geht davon aus, dass wir in einer konstruierten Wirklichkeit leben, die wir aufgrund persönlicher Erfahrungen und Urteile geformt haben. Da wir diese subjektive Wirklichkeit für wahr halten, bestimmt sie unser Handeln. Der Knackpunkt hierbei ist, dass InteraktionspartnerInnen unter Umständen von einer anderen „Wirklichkeit“ ausgehen. Gut zu beobachten ist dieses Phänomen an Kindergärten und Grundschulen, wo sich pädagogisches Personal bemüht Konflikte zu schlichten, aber die kleinen Streithähne genau wissen: „Der/die hat aber doch angefangen!“. In der Geschichte, in der jemand sich einen Hammer ausleihen möchte (Watzlawick 1983), die wir im nachfolgenden Beispiel abgewandelt haben, wird das Prinzip der subjektiven Wirklichkeit auf humorvolle Weise verdeutlicht.

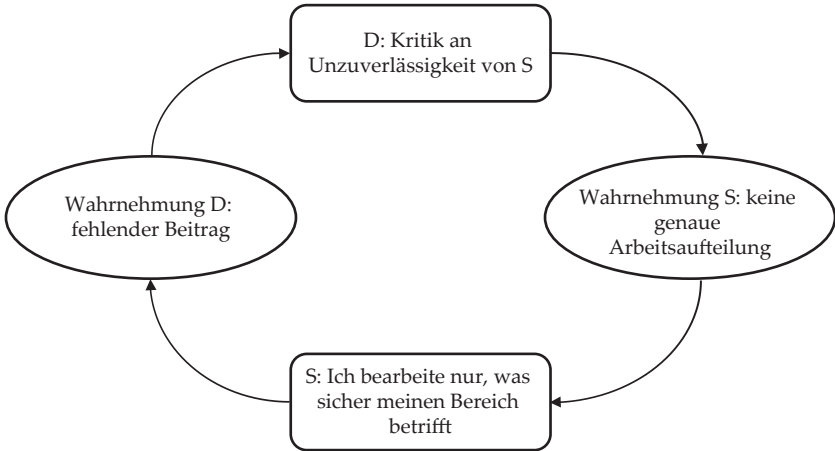
Beispiel: Prinzip der subjektiven Wirklichkeit

Vielleicht sind Ihnen Situationen wie die Folgende nicht ganz unbekannt. Stellen Sie sich vor, Sie kommen als AustauschstudentIn an eine Universität im Ausland. Sie lernen in der neuen Universität einen anderen Austauschstudenten namens Johannes Müller kennen. Er erzählt Ihnen, dass er schon etwas länger da ist und nach dem Semester wieder in die Heimat fliegt. Sie sind zusammen im selben Seminar und werden einander als ReferatspartnerIn zugeteilt. Bei den Vorbereitungen stoßen Sie auf einige Probleme mit der Nutzung des PC-Pools. Sie wissen, dass sich Johannes gut damit auskennt. Als Sie überlegen, Johannes um Hilfe zu bitten, kommen Ihnen plötzlich Bedenken. Johannes hat sich gestern bei einer anderen Bitte Ihrerseits etwas merkwürdig verhalten, neulich hat er Sie nicht begrüßt, die Einladung zum Abendessen hat er auch ausgeschlagen. Vielleicht hat er sehr viel Stress im Moment? Vielleicht will er Ihnen aber auch gar nicht helfen? Vielleicht teilt er sein Wissen nicht gern, um so vor den Dozierenden als Bester zu brillieren? Wenn jemand Sie um Hilfe bitten würde, würden Sie keine Sekunde zögern. Johannes denkt sicher, Sie seien von ihm abhängig. Jetzt reicht es Ihnen aber. Sie rennen wutentbrannt zu seiner Wohnung und als er öffnet, schreien Sie ihn an, dass er sich seine Hilfe an den Hut stecken könne.

Nach Watzlawick konstruieren wir unsere *Wirklichkeit als Interpunktion von Ereignisfolgen*, d. h. wir legen beispielsweise auf bestimmte Ereignisse besonderen Wert und betrachten diese gewissermaßen als Ursache und Auslöser für weitere Ereignisse, die für uns daraus folgen. Wenn wir nun eigenes Verhalten mit dem Verhalten anderer entschuldigen oder erklären, können hieraus Interaktionsstörungen entstehen. Unser Gesprächspartner bzw. unsere Gesprächspartnerin sieht aber umgekehrt evtl. sein oder ihr Verhalten nur als Folge unseres Handelns (s. Beispiel). Dies ist auch bei der Darstellung von Konflikten in Partnerschaften typisch (vgl. „It was your fault!“; Schütz 1999). Druck und Zwangsprozesse können die Folge sein.

Beispiel: Folgen unterschiedlicher Interpunktionen im Universitätsalltag

Zwischen zwei Projektpartnern Sabine (S) und David (D) herrscht Spannung und es gibt immer wieder Gespräche, die durch ein ungünstiges Kommunikationsmuster geprägt sind.



Beide interpretieren ihr Verhalten als Reaktion auf das Verhalten des anderen. Sie interpunktieren diese Ereignisfolgen so, dass sie jeweils das Tun des anderen als Ursache für das eigene Verhalten sehen: David geht davon aus, dass Sabine wegen geringer Motivation ihren Teil der Projektarbeit nicht pünktlich anfertigt. Sabine sieht aber eine ungenaue Arbeitsaufteilung als Ursache der Zeitverzögerung. Die Suche nach dem jeweils Schuldigen („Du bist schuld!“) führt beide in eine ausweglose Situation, in der beispielsweise jeder dem anderem mangelnde Einsicht oder gar Böswilligkeit unterstellt. Einen Ausweg kann Metakommunikation (d. h. ein Gespräch über die jeweilige Wahrnehmung) bieten.

Axiom 4: „Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten.“ Nach Watzlawick können zwei Modalitäten menschlicher Kommunikation unterschieden werden: digitale und analoge Kommunikation. Die Unterscheidung beider Modalitäten hängt eng mit Axiom 2 zusammen: Digitale und analoge Kommunikationsweisen ergänzen sich (ähnlich wie Inhalts- und Beziehungsaspekt). Der Inhaltsaspekt einer Kommunikation wird meistens digital, der Beziehungsaspekt meistens analog übermittelt. Neben dem Miteinander-Sprechen (d. h. *digitale Modalität*) sind immer auch Körpersprache, Sprechweise und Kontext (d. h. *analoge Modalität*) zu berücksichtigen. Dass beide Modalitäten getrennt voneinander schwer richtig zu interpretieren sind, kann man sich leicht vor Augen führen. Eine Schwäche der analogen Modalität besteht darin, dass sie nicht eindeutig ist. Eine Person, die lächelt, kann einerseits um Sympathie werben, andererseits ihre Verachtung ausdrücken wollen. Umgekehrt mangelt es digitaler Modalität an einem perfekten Wortschatz zur Beziehungsklärung. Zudem ist es leichter, digital

ein Lippenbekenntnis abzulegen, als es analog glaubhaft als „wahr“ zu vermitteln. So kennen sicher die meisten von uns durch Erzählungen oder eigene Erfahrungen die häufig hilflos wirkende Aufforderung des Verlassenen an den Verlassenden einer Liebesbeziehung: „Sieh’ mir in die Augen und sag mir, dass du mich wirklich nicht mehr liebst!“. Gerade die nicht sprachlichen, analogen Elemente sind bedeutsam für Mitteilungen über die Beziehung. Die Berücksichtigung dieser Form der Kommunikation dient der Deutung der Gesamtaussage, wenn die Körpersprache im Widerspruch zum Gesagten steht (z. B. gequältes Lachen beim Bericht über Erfolg, wilde Drohungen bei ängstlicher Körperhaltung).

Wichtig ist ferner, dass digitale Kommunikation über logische Operatoren verfügt und diese häufig einsetzt: Die Aussage: „Letzte Woche war ich nicht in Amerika.“ ist praktisch nicht analog ausdrückbar.

Durch die Mehrdeutigkeit digitaler und analoger Kommunikation kann es zu Störungen der interpersonalen Kommunikation kommen. Analog zu Axiom 2 kann man auch hier sagen: Besteht eine Diskrepanz zwischen digitaler und analoger Mitteilung, entsteht eine Störung der Kommunikation.

Axiom 5: „Zwischenmenschliche Kommunikationsabläufe sind entweder symmetrisch (d. h. gleichwertig) oder komplementär (d. h. ergänzend), je nachdem, ob die Beziehung zwischen den PartnerInnen auf Gleichheit oder Unterschiedlichkeit beruht.“ In *komplementären Beziehungen* ergänzen sich unterschiedliche Verhaltensweisen und bestimmen so den Interaktionsprozess. Grundlage dafür ist die Unterschiedlichkeit von PartnerInnen, die auf Ergänzung ausgerichtet ist. Personen, die um eine *symmetrische Beziehung* bemüht sind, versuchen dagegen Ungleichheiten zu vermeiden.

Wir leben in einer Vielzahl von Sozialbeziehungen und Rollen. Folglich wechseln wir zwischen Symmetrie und Komplementarität. Häufig sind entsprechende Verhaltensanforderungen institutionell oder durch soziale Kontexte vorgegeben (z. B. DozentIn und StudentIn, KundIn und VerkäuferIn). Komplementarität bedeutet daher nicht notwendigerweise Unterlegenheit oder Passivität eines Parts. Komplementäre Beziehungen entstehen in der Regel nicht dadurch, dass eine Person der anderen diese Beziehungsform aufzwingt, sondern dadurch, dass das Gegenüber die Rollendefinition annimmt. Mit Wechsel der Rollendefinition ändert sich üblicherweise auch die Beziehung (z. B. StudentIn trifft DozentIn im Fußballverein, wodurch die vorher komplementäre Beziehung nun – vorübergehend – symmetrisch wird). Sehr weitreichende und unflexible Komplementarität ist dagegen durchaus problematisch. Ebenso kann extreme Abwehr von Komplementarität (z. B. durch das Bedürfnis nicht unterlegen sein zu wollen) zu *symmetrischer Eskalation* führen (s. Kasten).

Exkurs: Symmetrische Eskalation

Beim Streben nach Gleichheit besteht manchmal das Bedürfnis, selbst „ein bisschen gleicher“ zu sein. Eine Person versucht dabei, in einem für ihre Selbstdefinition wichtigen Bereich, einen kleinen Vorsprung vor dem Gegenüber zu erlangen. Dieses wird wiederum versuchen, die nun eingetretene Komplementarität zu reduzieren und evtl. selbst einen kleinen Vorsprung zu bekommen. Ein solches „sich Hochschaukeln“ beginnt in Beziehungssystemen, die an Stabilität verloren haben und zu Rivalitätskämpfen wurden.

2.7 Zusammenfassung und Lesetipps

Psychologische Kommunikationsmodelle können je *nach ihrer Schwerpunktsetzung unterteilt* werden in (vgl. Krauss und Fussell 1996): *Encoder-/Decoder-Modelle* (z. B. Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver), *Intentionsorientierte Modelle* (z. B. Maxime nach Grice), *Perspektivübernahmemodelle* (z. B. Regeln für gelingende Kommunikation nach Rogers) *und Dialog-Modelle* (z. B. Kommunikationsmodell nach Watzlawick).

Als Hilfe zur Unterscheidung der einzelnen Modellkategorien sei die folgende Auflistung mit den zugehörigen schwerpunktmäßigen Fragen und beispielhaften Antworten ausgewählter Kommunikationsmodelle gegeben.

1. Encoder-/Decoder-Modelle: Wie werden Botschaften verschlüsselt (enkodiert)? Wie werden sie *übertragen*? Wie werden sie *entschlüsselt (dekodiert)*? Wie können Botschaften *optimal ausgetauscht* werden? *Welche Probleme und Störquellen können* bei der Übertragung *auftauchen*?

Das Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver würde diese Fragen wie folgt beantworten: Die Informationsquelle (z. B. das Gehirn von Tom) wählt eine Nachricht aus (z. B. „Ich mag dich, Lisa!“) und übermittelt sie mittels eines Senders (d. h. Toms Stimmbänder), der den sich ändernden Schalldruck (d. h. das Signal) erzeugt. Diesen Prozess nennt man *Enkodierung*. Die Signale werden nun durch den Kanal (d. h. die Luft) zur Adressatin (d. h. Lisa) übertragen. Lisa muss die Nachricht mittels Gehör und Gehirn im Anschluss wieder *dekodieren*. *Optimal* wäre die Nachricht übertragen, wenn Lisa sie ohne Probleme verstehen könnte. Es kann aber zu „Rauschen“ im Kanal kommen, was die korrekte Übertragung er-

schwert (z. B. wenn der Kanal nicht vollkommen frei ist, weil Lisa und Tom gerade am Bahnhof stehen und ein Zug einfährt).

2. Intentionorientierte Modelle: Wie kann man als sendende Person erreichen, dass die empfangende Person das Gemeinte versteht? Wie kann Einigkeit über das Gesagte erzielt werden?

Nach der Auffassung von Grice würden wir folgende Antworten erhalten: Vier Maximen (d. h. Maxime der Quantität, Maxime der Qualität, Maxime der Relevanz und Maxime der Klarheit) sollen helfen, die Effizienz von Kommunikation zu steigern und Verständigung zu sichern. Verstöße gegen diese Maximen führen zu Missverständnissen, Uneinigkeit und Zeitverlust. Wenn Tom Lisa also sagen will, dass er sie gern hat, sollte er weder zu viel noch zu wenig sagen (d. h. Maxime der Quantität), er sollte die Wahrheit sagen (d. h. Maxime der Qualität), er sollte irrelevante Informationen vermeiden (d. h. Maxime der Relevanz) und er sollte auf keinen Fall unklar oder verwirrend sprechen (d. h. Maxime der Klarheit).

Do: „Lisa, ich habe dich wirklich sehr gern.“

Don't: „Ähm... also... manche Menschen mag man ja naturgemäß mehr und andere weniger. Also was ich damit sagen will, ohne auszuschweifen, weil mein Kumpel Peter mir gesagt hat, man solle sich lieber kurzfassen, weil man sonst die Maxime der Quantität und Relevanz verletzen würde sowie ab einem gewissen Zeitpunkt dann auch die Maxime der Klarheit... Also, was wollte ich sagen? Ach ja, ich mag dich.“

3. Perspektivübernahmemodelle: Wie können sich Menschen im Prozess der Kommunikation besser verstehen?

Rogers Regeln für gelingende Kommunikation verweisen auf Empathie, um diese Frage zu beantworten. So ist es wichtig, sich erstens in das Gegenüber einzufühlen und zweitens, das so Verstandene dem Gegenüber wieder mitzuteilen. Lisa sollte also versuchen sich in Tom hineinzusetzen und einzufühlen, während er ihr die Botschaft mitteilt. Im Anschluss daran sollte sie ihm zurückmelden, was sie davon verstanden hat.

4. Dialog-Modelle: Wie wird bei einer Kommunikation gemeinsam Wirklichkeit konstruiert?

Watzlawicks Kommunikationsmodell würde auf diese Frage antworten, dass fünf Axiome der Kommunikation näher beschreiben, was Kommunikation ausmacht

und wie mit ihr Wirklichkeit konstruiert wird. Es geht eben nicht nur um einen reinen Sachaustausch von Botschaften (z. B. will Tom sich nicht lächerlich machen und dies beeinflusst seine Kommunikation mit). Senden und Aufnehmen von Informationen sind interessengeleitet (z. B. interessiert sich Lisa überhaupt nicht für Tom und hört deshalb auch nicht zu). Die fünf Axiome lauten: 1. Axiom zur Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren (Selbst wenn Tom Lisa nicht sagt, dass er sie sehr gern hat, kann es seine Körperhaltung oder sein schüchterner Blick bei einer zufälligen Begegnung der beiden erahnen lassen.), 2. Axiom zum Inhalts- und Beziehungsaspekt von Kommunikation (Neben dem Inhalt der Botschaft wird auch übermittelt, wie sie zu verstehen ist. Je nachdem, WIE Tom die Botschaft [das WAS] formuliert [ernsthaft vs. ironisch], wird Lisa es anders verstehen.), 3. Axiom zur Interpunktion von Ereignisfolgen (Tom und Lisa werden ihren Gesprächsverlauf in Bezug auf die Abfolge von Ursachen und Wirkungen unterschiedlich sequenzieren – wer hat agiert und wer hat reagiert?), 4. Axiom zu digitaler vs. analoger Kommunikation (Auf digitalem Weg könnte Tom mittels seiner Worte vermitteln, dass er Lisa mag. Analog könnte er es vermitteln, indem er sie ansieht, ihre Hand nimmt etc.) und 5. Axiom zu symmetrischer vs. komplementärer Kommunikation (Tom und Lisa können symmetrisch oder komplementär kommunizieren, je nachdem, ob ihre Beziehung auf Unterschiedlichkeit oder Gleichheit fußt).

Allen Modellen gemeinsam ist die Erkenntnis, dass die Botschaft nicht immer korrekt beim Rezipienten bzw. bei der Rezipientin ankommen muss. Folgender passender Ausspruch wird Konrad Lorenz zugeschrieben:

„Gedacht heißt nicht immer gesagt, gesagt heißt nicht immer richtig gehört, gehört heißt nicht immer richtig verstanden, verstanden heißt nicht immer einverstanden, einverstanden heißt nicht immer angewendet, angewendet heißt noch lange nicht beibehalten.“ (Konrad Lorenz)

Lesetipps

Grice, H. P. (1980). *Studies in the way of words*. Cambridge: Harvard University Press.

Schütz, A., & Hoge, L. (2007). *Positives Denken – Vorteile, Risiken, Alternativen*. Stuttgart: Kohlhammer.

Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (2000). *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*, (10. Aufl.). Bern: Hans Huber.

Literatur

- Bauer, J. (2005). Die Neurobiologie der Empathie. Warum wir andere Menschen verstehen können. *Psychologie Heute*, 32, 50–53.
- Bond, C. F. Jr., & DePaulo, B. M. (2006). Accuracy of deception judgments. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 214–234. doi:10.1207/s15327957pspr1003_2
- Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena: Fischer-Verlag.
- Dehn-Hindenberg, A. (2007). Die Bedeutung von Kommunikation und Empathie im Therapieprozess. Patientenbedürfnisse in der Ergotherapie. *Ergotherapie & Rehabilitation*, 46, 5–10.
- DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Wyer, M. M., & Epstein, J. A. (1996). Lying in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 979–995. doi:10.1037/0022-3514.70.5.979
- DePaulo, B. M., Charlton, K., Cooper, H., Lindsay, J. J., & Muhlenbruck, L. (1997). The accuracy-confidence correlation in the detection of deception. *Personality and Social Psychology Review*, 1, 346–357. doi:10.1207/s15327957pspr0104_5
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. Morgan (Hrsg.), *Syntax and semantics* (Bd. 3, S. 41–58). New York: Academic Press.
- Krauss, R. M., & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication. In E. T. Higgins (Hrsg.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (S. 655–701). New York: Guilford.
- Nietzsche, F. (1886). *Also sprach Zarathustra*. Ditzingen: Reclam.
- Rizzolatti, G. (2008). *Empathie und Spiegelneurone. Die biologische Basis des Mitgefühls*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Rogers, C. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. London: Constable.
- Rogers, C. R. (1991). *Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Client-Centered Therapy*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch.
- Schulz von Thun, F. (1981). *Miteinander reden 1 – Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Schulz von Thun, F. (2000). *Miteinander reden. Menschliche Kommunikation*. Bern: Huber.
- Schütz, A. (1999). It was your fault! Self-serving biases in autobiographical accounts of conflicts in married couples. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16, 193–208. doi:10.1177/0265407599162004
- Schütz, A. (2005). *Je selbstsicherer, desto besser*. Weinheim: Beltz.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana Champaign: University of Illinois Press.
- Watzlawick, P. (1969). *Menschliche Kommunikation*. Bern: Huber.
- Watzlawick, P. (1983). *Anleitung zum Unglücklichsein*. München: Piper.
- Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (2000). *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien* (10. Aufl.). Bern: Hans Huber.