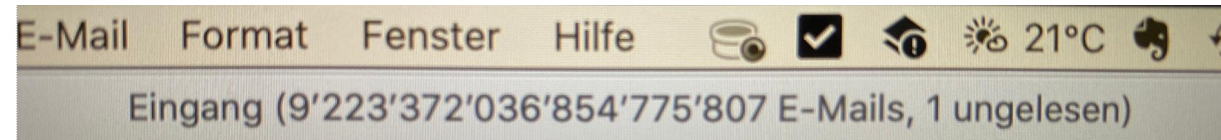


# Lernen und soziale Interaktion (Kommunikation online und onsite)

Prof. Dr. Carmen Zahn, Hochschule für Angewandte Psychologie, FHNW

Soziale  
Interaktion





Fotos: Carmen Zahn, Oliver Rack, Bildquellen: Roberto Nickson/ unsplash, © [Karriere](#), it-daily.net

**Teil 1: Einführung - Begriffsklärung**

**Teil 2: Medienpsychologische Erklärungen für Effekte der Online-Kommunikation**

**Teil 3: Fazit aus der Theorie für die Praxis im Arbeitskontext – Austauschrunde**

[Nationale Qualitätstagung 2021 | Journée nationale sur la qualité 2021 \(padlet.com\)](#)

# Teil 1 - Einführung

## Begriffsklärung – Kommunikationspsychologische Theorien

### 1. Computervermittelte Kommunikation («cvK») via Mensch-Computer Interaktion («MCI»)



## Mensch-Computer Interaktion(MCI) ist...

«Der zwischen einem Menschen und einem informationstechnologischen System stattfindende, interaktive Prozess des Erstellens, Austauschens und Empfangens von Informationen» (Trepte & Reinecke, 2019, S. 161). Kurz:

Menschen interagieren mit Computer und Technik.



Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/ Video: Zoë von Frankenberg

## Computervermittelte Kommunikation ist



«Der zwischen zwei und mehreren Personen stattfindende interaktive Prozess des Erstellens, Austauschens und Empfangens von Informationen mithilfe von Computern» (Trepte & Reinecke, 2019, S. 161) – Kurz: Menschen kommunizieren miteinander via Computer

Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/ Video: Zoë von Frankenberg

## Fallbeispiel

Eine Studentin und ein Student hatten heute in einer Videokonferenz-Lerngruppe einen Konflikt. Zur möglichst schnellen Klärung wollen sie sich danach noch über ihren Konflikt austauschen.



Bild: © FHNW –  
Video-Screenshot: Carmen Zahn/ Video: Zoë von Frankenberg

Umfrage: Welches Medium schlagen Sie vor?

## **Kommunikationspsychologische Grundlagen**

### **2. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation – «face-to-face»**



## Zwischenmenschliche Kommunikation: Die Sachebene und Beziehungsebene.

«Man kann nicht *nicht* kommunizieren» ... (Paul Watzlawick, 1969, 1993)



Abbildung 1: Screenshot aus Videoclip «5 Axiome der Kommunikation nach Paul Watzlawick + BEISPIELE» [verfügbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=p0Zv8svhwD0> , abgerufen 12.05.2020]

### Allgemeiner Kommunikationsansatz 1 Paul Watzlawick



Abbildung 2: 2 Ebenen zwischenmenschlicher Kommunikation nach Watzlawick; Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/ Video: Zoë von Frankenberg

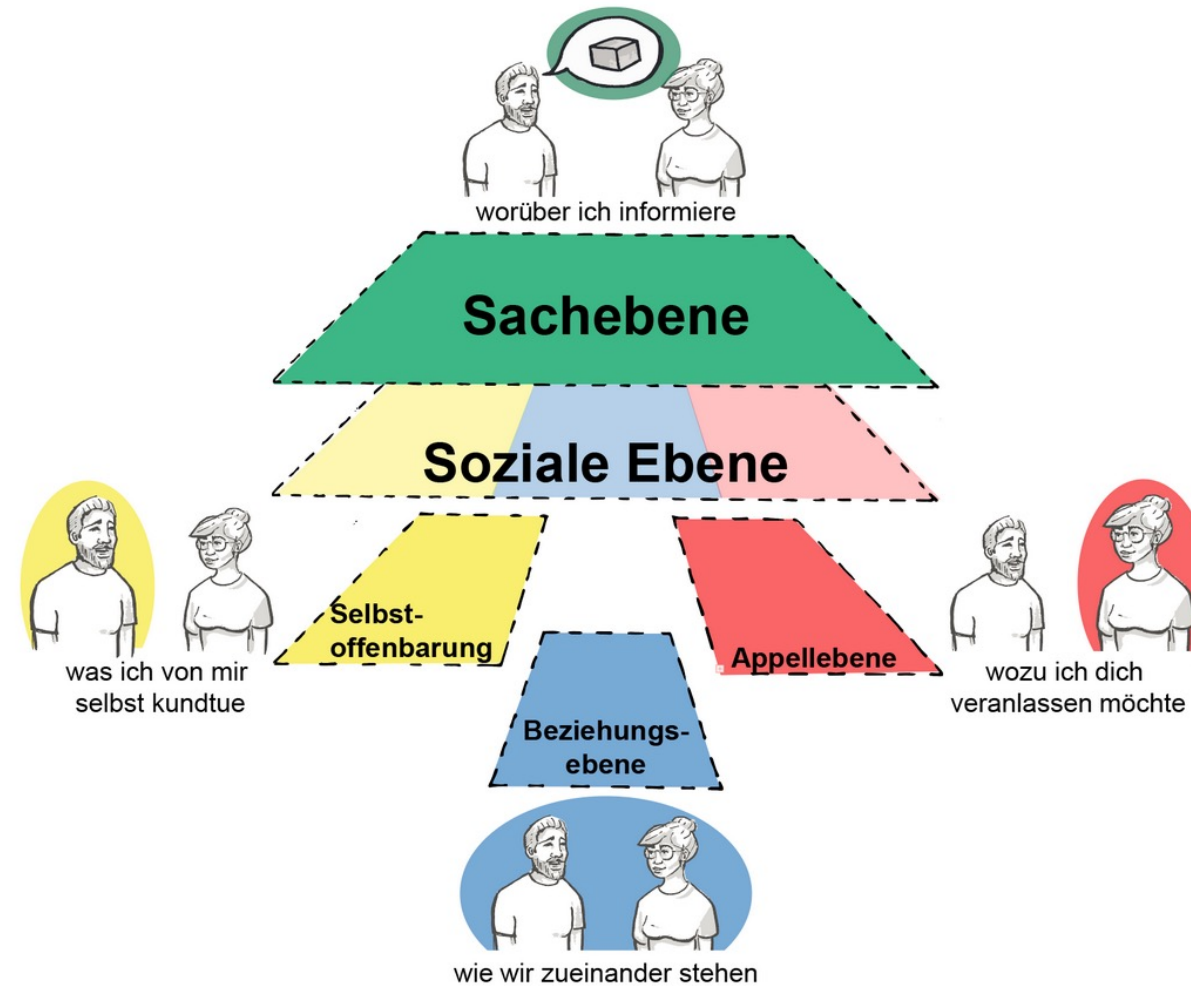


Abbildung 3: Ebenen zwischenmenschlicher Kommunikation nach Schulz von Thun et al. (z.B. 1981, 2014) – 4 Ebenenmodell – auch bekannt als «4-Ohren-Modell» - «Kommunikationsquadrat». Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/ Video: Zoë von Frankenberg

Literaturreferenzen: Schulz von Thun, F., Ruppel, J. & Stratman, R. (2014). - Weitere Literaturangaben verfügbar unter: [ <https://www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-kommunikationsquadrat> abgerufen am 12.05.2020]

Soziale Ebene der Kommunikation am Beispiel: Aussage einer Lehrkraft – Interpretation durch WB-teilnehmende.

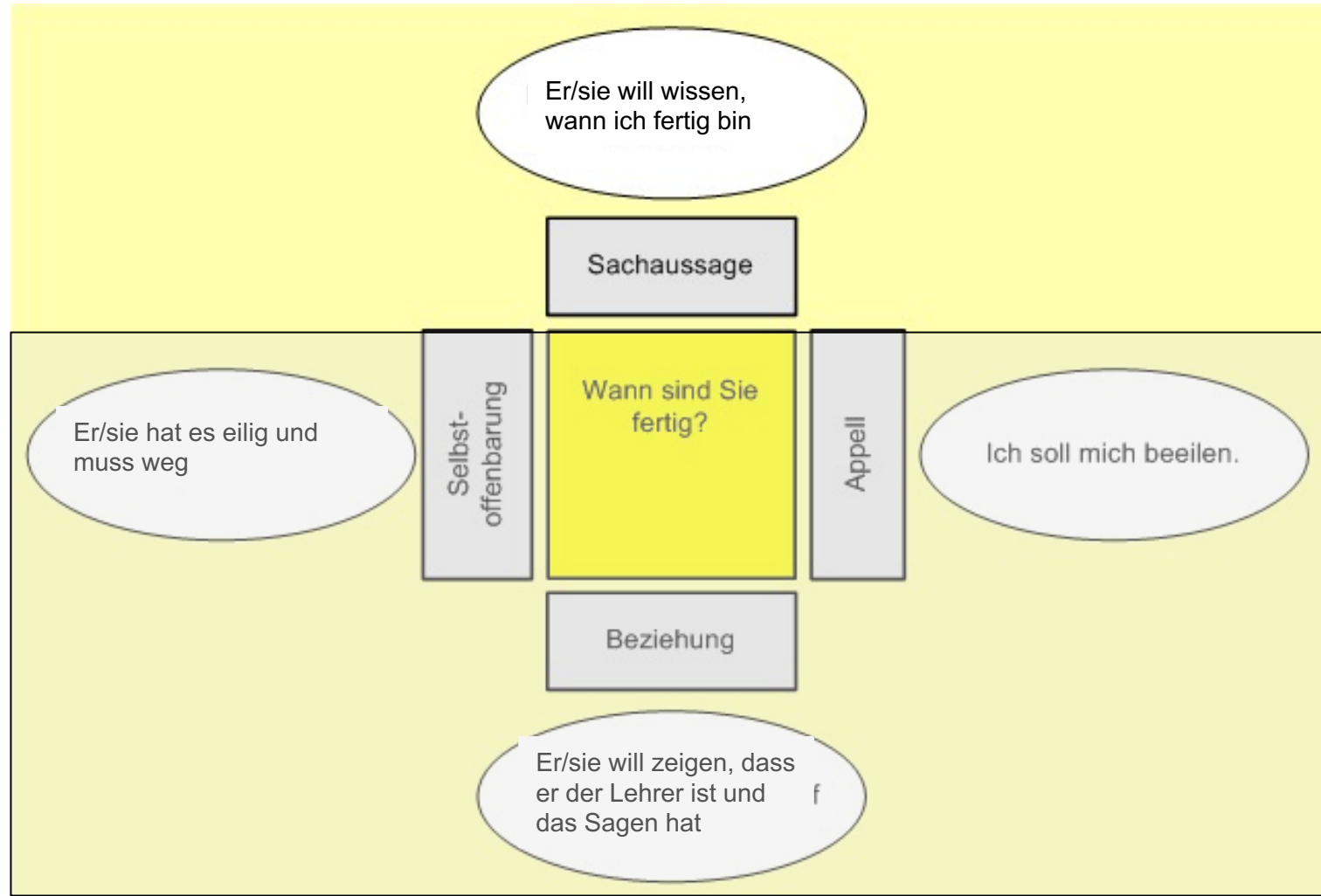


Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/  
Video: Zoë von Frankenberg

Abbildung 4: Ein Beispiel. Bildquelle: <http://www.ibim.de/techniken/6-2.htm> [angepasst]

Grundfrage: Inwiefern kommunizieren wir per email, sms oder in sozialen Netzwerken (= computervermittelt) **anders** als im direkten persönlichen Kontakt (= face-to-face)?

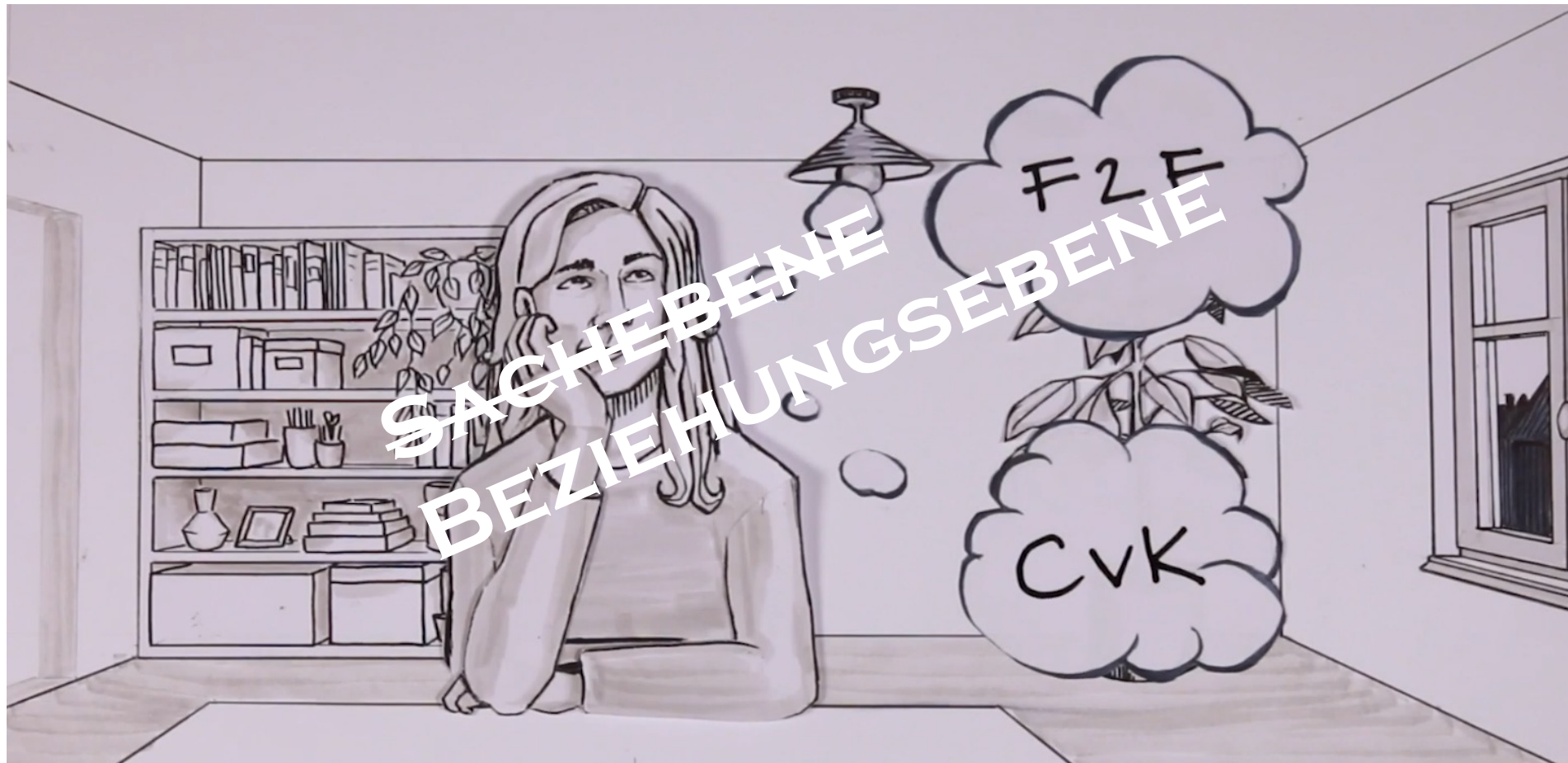


Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/  
Video: Zoë von Frankenberg

# Teil 2: Praktische Medienpsychologische Theorien

## **1. Reduzierte soziale Hinweisreize – Unterschiedlich «reichhaltige» Medien**



## Reduzierte soziale Hinweisreize in der computervermittelter Kommunikation

**Soziale Hinweisreize** geben v.a. Auskunft über die **Beziehungsebene der Kommunikation** und vermitteln sich stark über nonverbale Signale

- Sie werden in f-t-f Situationen über verschiedene Informationskanäle transportiert und über alle Sinnesorgane aufgenommen: z.B. Sehen, Hören, Lage und Bewegung des Körpers im Raum,..
- Interaktionen zwischen verschiedenen Sinneswahrnehmungen spielen eine wichtige Rolle
- Interpretation mit Hilfe teil-/unbewusster menschlicher Wahrnehmungsschemata

## Reduzierte soziale Hinweisr

→ In der computervermittelten  
verfügbaren Anzahl an Inform

→ Computervermittelte Komm

→ Telefon – Email – Videokonferenz unterscheiden sich in der verfügbaren Anzahl an Informationskanälen



Kiesler, et al. (1984)  
zitiert in: Trepte & Reinecke (2013/2019)

Bild: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/  
Video: Zoë von Frankenberg

## Verschiedene Online-Szenarien: Reichhaltigkeit der Medien

→ Telefon – Email – Videokonferenz

Medium	Synchron - asynchron	Beteiligte Sinne
Telefongespräch	synchron	Hören
Email	asynchron	Sehen
Videokonferenz	synchron	Hören, Sehen

→ Je weniger Informationen über verschiedene Sinneskanäle, desto weniger klar ist die Beziehungsebene



## Fazit und Reflexion:

- Plausibilität: Die Theorie entspricht der «landläufigen Meinung» und vielen Praxiserfahrungen
- Wissenschaftliche Fundierung: Basiert auf Erkenntnissen der Wahrnehmungspsychologie
- Implikation für Weiterbildung/Lehre: wäre dann besonders effektiv, wenn Kommunikationsmedien Unsicherheit und Mehrdeutigkeit reduzieren und die Fokussierung auf eine Sachebene maximieren.

## Fazit und Reflexion:

- Kritik: Die Anzahl der Informationskanäle ist nicht allein entscheidend. Soziale Nähe zwischen Kommunikationspartnern wird auch durch Vorerfahrungen, frühere Kommunikationssituationen und die Beziehung zwischen den Menschen determiniert
- Medienkompetenz und –erfahrung spielt eine wichtige Rolle
- Digitale Medien bieten neue Möglichkeiten:



Bilder: © FHNW – Video-Screenshot: Carmen Zahn/  
Video: Zoë von Frankenberg

## Medienpsychologischer Hintergrund

## 2. «Hyperpersönliche» Kommunikation – Steuerung, Kontrolle, Selbstdarstellung

## Das Modell der «Hyperpersönlichen» Kommunikation/Hyperpersonal Model (HPM) :

- Computervermittelte Kommunikation in Online-Szenarien ist nicht weniger, sondern anders als f-t-f Kommunikation: Soziale Hinweisreize können durch andere Mittel gesetzt werden
- Beispiel Soziale Medien: Likes, Kommentare, Emoticons; Selbstinszenierung in Profilen, Gruppen oder auch die Selbstdarstellung in Videokonferenzen
- Entkopplung der verbalen und nonverbalen Kommunikation eröffnet neue Spielräume für die Beziehungsebene. Gestaltungsspielräume!

Walther (2007), Walther, et al. (2011)  
in: Trepte & Reinecke (2013/2019)

## Das Modell der «Hyperpersönlichen» Kommunikation/Hyperpersonal Model (HPM) :

- Kommunikation wird durch kluge Medieninszenierungen besser
- Sender: Selektive Selbstdarstellung (z.B. Social Media Profil, Inszenierung in Videokonferenz)
- Empfänger: Informierte Interpretation (z.B. Personen vorher über ihr Profil «kennenlernen»)
- Management des Kommunikationskanals: Zeit für Text- u. Bildkorrektur (z.B. sms, Email, Video-Voreinstellungen)

Walther (2007), Walther, et al. (2011)  
zit. in: Trepte & Reinecke (2013/2019)

## Fazit und Reflexion

- Entspricht besser den neuen Medien und der allgemeinen Digitalisierung der Kommunikation
- Basiert auf lernpsychologischen Erkenntnissen
- Eröffnet Gestaltungsmöglichkeiten für die Praxis in Weiterbildung und Lehre.

Walther (2007), Walther, et al. (2011)  
zit. in: Trepte & Reinecke (2013/2019)

## Fazit:

- Online-Szenarien unterscheiden sich von direkter persönlicher Kommunikation vor allem bezüglich der Beziehungsebene der Kommunikation, weniger bezüglich der Sachebene.
- Reichhaltigere Medien mit mehreren Informationskanälen können mehr soziale Hinweisreize vermitteln und etablieren so eine «reichhaltigere» soziale Ebene der Kommunikation
- Digitale Medien bieten neue, andersartige Optionen für die Gestaltung einer sozialen Ebene der (Lern-/Lehr-)Kommunikation
- Diese können im Lernkontext bewusst genutzt werden.

## Teil 3:

### **Austauschrunde: Gestaltungsmöglichkeiten für die Praxis**





# Meine Erfahrungen: Spielerische Umsetzungen – Ihre Erfahrungen



## Anhang 1 - Referenzen:

Monaco, J. (1996). *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Mit einer Einführung in Multimedia*. Reinbek: Rowohlt.

Schulz von Thun, F., Ruppel, J. & Stratman, R. (2014). *Miteinander reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte*. Weitere Literaturangaben verfügbar unter: [ <https://www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-kommunikationsquadrat> abgerufen am 12.05.2020]

Trepte, S. & Reinecke, L. (2013/2019). *Medienpsychologie. 2. Auflage*. Reihe Grundriss der Psychologie Band 27. Urban - Kohlhammer.

Watzlawick, P., Beavin, J. & Jackson, D. (1969/1993). *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*. 8. unveränd. Auflage. Bern, Stuttgart, Toronto: Huber.