

# Die **MEDIATION**

Fachmagazin für Konfliktlösung – Entscheidungsfindung – Kommunikation

## Die Kraft der Kommunikation



Wie gelingende  
Kommunikation  
funktioniert

Was tun, wenn's  
richtig kracht?

Talent-Pooling –  
der Königsweg aus  
der Fachkräftekrise

## Die wissenschaftliche Kolumne

# Die dunkle Seite der Macht

„Man kann nicht nicht kommunizieren“, besagt das wohl wichtigste Axiom im Theoriegebäude der Kommunikationslegende Paul Watzlawick. Wir sind dementsprechend ständig auf Sendung und ähnlich den Schallwellen eines Lautsprechers verbreiten sich unsere Informationen, ob intendiert oder nicht, in dem uns umgebenden sozialen Raum. Allerdings sind wir uns nur in den wenigsten Augenblicken unserer ständigen und mit großer Bandbreite stattfindenden Sendetätigkeit bewusst und die Qualität unserer Kommunikationstätigkeit ist auch nicht immer herausragend. So kann es schnell zu Missverständnissen kommen. Mit dem Wissen um die feinen Wirkmechanismen der Kommunikation können wir dem gezielt entgegenwirken.

Klaus Harnack

„The dark side is in our blood“  
(Kylo Ren – Star Wars)

Passend zur dunklen Jahreszeit wollen wir uns in diesem Beitrag der dunklen Seite der Macht zuwenden, genauer gesagt den dunklen Seiten der Kommunikation, den Spielarten eines kommunikativen Duktus, dessen Wirkung klar negativ eingeordnet werden muss. Denn ähnlich der Macht im Science-Fiction-Epos *Star Wars* hat die Macht der Kommunikation helle und dunkle Seiten. Aber keine Sorge, mit dem Wissen um diese Disposition können wir Kommunikation der hellen Sorte kultivieren und die dunklen Elemente gezielt unterdrücken. Es fordert lediglich einen bewussten Umgang mit der eigenen Kommunikation, um die Vorzüge der hellen Seite genießen zu können.

### Humblebragging

Einige der klassischen Verführungen der dunklen Seite, von denen man Abstand nehmen sollte, sollen im Folgenden, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, vorgestellt werden, beginnend mit dem schönen neuen anglistischen Modewort „Humblebragging“, das sich aus den englischen Wörtern *humbleness* für Bescheidenheit und *bragging* für Prahlerei zusammensetzt. Humblebragging ist eine äußerst ineffektive Kommunikationsstrategie, mit der versucht wird, durch vorgetäuschte Bescheidenheit die eigene Prahlerei zu überspielen. Aussagen wie „Mein Französisch ist seit meinen Studienjahren in Frankreich nicht besser geworden“ oder „Meine körperliche Konstitution ist seit meinem Marathon

im Frühjahr nicht die beste“, gehören in diese Kategorie. Wie nervig und kontraproduktiv diese scheinheilige Selbstdarstellungsstrategie ist, zeigte eine Studie aus dem Jahr 2018. Diese dokumentiert, dass durch Humblebragging die Sympathie schwindet und die Wahrnehmung der Aufrichtigkeit sinkt (Sezer/Gino/Norton 2018). Selbst die Eigenschaft oder Fähigkeit, die man durch Humblebragging hervorzuheben versucht, wird in der Folge eher weniger als mehr von der Gegenseite wahrgenommen. Darüber hinaus geht Humblebragging mit mehr Nebenwirkungen einher als klassisches Angeben, denn dieses wird im Gegensatz zu Humblebragging als aufrichtiger angesehen – insofern: Keine falsche Bescheidenheit!

### Der ewige Pessimismus

Wenn es nicht bereits aufgrund der Erkenntnisse von Ignaz Semmelweis geschehen ist, dann ist spätestens mit der Coronapandemie fast allen bewusst geworden, wie wichtig ein Mindestmaß an Hygiene ist, um uns und unsere Umwelt vor schädlichen Einflüssen zu schützen. Leider hat sich das noch nicht für die emotionale Hygiene herumgesprochen. Schlechte Laune, pessimistische Weltbilder und chronisches Genörgel sind hochgradig ansteckend. Die Wissenschaft spricht hierbei von *emotional contagion* – ein Effekt, der bereits in zahlreichen Studien gut dokumentiert wurde. Das Phänomen der emotionalen Ansteckung (Herrando/Constantinides 2021) ist so grundlegend in der Natur verankert, dass es sogar kürzlich bei Raben (Adriaense et al. 2019) nachgewiesen werden konnte.





Natürlich darf jeder Mensch so oft traurig, wütend, genervt, hoffnungslos und frustriert sein, wie er oder sie möchte, und wenn diese negativen „Vibes“ gelegentlich in der Umwelt herumschwirren, ist das nicht weiter schädlich. Aber wenn man chronisch mit einem negativen Mindset auf Sendung ist, dann schadet dies nicht nur einem selbst, sondern schwächt auch die Umwelt. In diesem Fall wäre nicht nur eine kommunikative FFP2-Maske nützlich, sondern es empfiehlt sich eine gezielte Behandlung der Symptomatik. Denn wenn Sie ständig Negatives senden, werden Ihre Familienangehörigen, Freunde, Bekannten und Kollegen bald, ähnlich wie bei einer Grippe, von Ihnen Abstand halten.

Einen weiteren Klassiker der dunklen Seite der Kommunikation, der sich äußerst wohl im Kreise der angesprochenen chronischen Pessimisten fühlt, sind Sätze, die sich des Wortes „sollte“ bedienen. Hier kommt es zu einer doppelten negativen Offenbarung: Man demonstriert seiner Umwelt nicht nur, dass man mal wieder etwas zu meckern hat, sondern man sagt auch, dass man an diesem Umstand nichts ändern wird. „Sollte“ ist ein Paradebeispiel für die dunkle Dyade der Kommunikation: Meckern über andere in Kombination mit der eigenen Untätigkeit. Versuchen Sie folglich das Wort „sollte“ aus kommunikationshygienischen Gründen möglichst wenig zu verwenden.

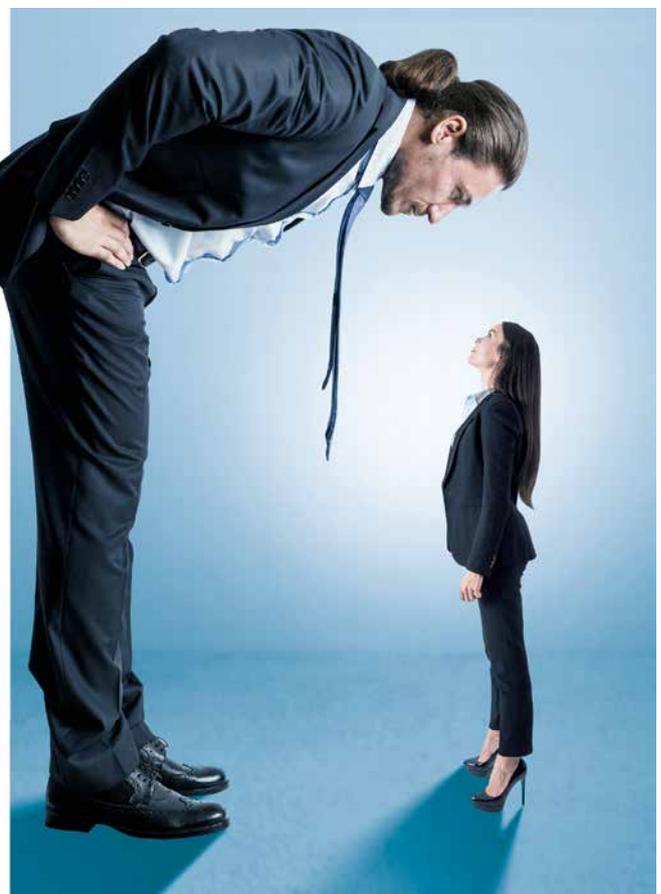
### Überdosis Persönliches

Im Englischen ist es als *personal oversharing* bekannt. Gemeint ist die Tendenz, einem nicht gänzlich vertrauten Menschen zu viele persönliche Dinge zu offenbaren. Es ist grundsätzlich richtig und wichtig, gerade unbekanntem Menschen persönliche Dinge zu erzählen, um den Beziehungs- und Vertrauensaufbau zu ermöglichen, aber in diesem Fall verhält es sich, wie Paracelsus in anderem Zusammenhang meinte: Die Dosis macht das Gift. Erzählen wir gar nichts von uns selbst, fällt ein

Beziehungsaufbau schwer – erzählen wir zu viel, können wir damit viele Menschen verschrecken. Es gilt *Tit for Tat* (Sprecher et al. 2013), Zug um Zug, nach dem Motto: Du erzählst mir eine Kleinigkeit, dann gebe ich auch etwas Kleines von mir preis. Diese Kommunikationsstrategie fördert Vertrauen und ermöglicht es dem Gegenüber, sich selbst in der jeweils individuell richtigen Dosis zu offenbaren.

### Ich, der Maßstab aller Dinge

Wenn man über dunkle kommunikative Phänomene bezüglich der eigenen Person spricht, bleibt es nicht aus, selbstgerechte Charakterzüge zu adressieren. Ignoranz, Voreingenommenheit, unreflektiertes Verhalten und Überheblichkeit in der Kommunikation müssen klar der dunklen Seite zugeordnet werden. Dies spürt man in Aussagen wie: „Urlaub im Harz? Hierfür wäre mir mein Geld zu schade!“ oder: „Wie kannst du nur diese TV-Soap anschauen? Dafür hätte ich keine Zeit.“ Mit solchen Aussagen macht man sich zum Maßstab der Welt und demonstriert nicht nur eine ausgeprägte Selbstzentrierung, sondern verprellt auch das kommunikative Gegenüber. Es ist nicht persönlich gemeint, aber höchstwahrscheinlich taugt niemand von uns als Maß aller Dinge, es sei denn, man heißt Thomas Schmidt und wohnt in Haßloch, Rheinland-Pfalz (Siebert 2020).



## Dazwischenreden

Zu den offensichtlichen Dingen, die auf der Liste der kommunikativen No-Gos stehen, gehört, Menschen im Gespräch zu unterbrechen. Dies gilt nicht nur, weil es schlicht unhöflich und respektlos ist und jegliche Unterhaltung anstrengend macht, sondern auch weil es zu einer Polarisierung des Dialogs führt. Sind Menschen nicht in der Lage, ihre Gedanken im Gespräch zu Ende zu führen, verbleibt, bildlich gesprochen, der übrig gebliebene Teil im Kurzzeitgedächtnis zurück, drückt auf das Gespräch und taucht schließlich in überspitzter Form und im falschen Kontext wieder auf. Neben der Unmöglichkeit, in einem solchen Duktus in ein tieferes Gespräch einzutreten, vertieft sich auch die Kluft zwischen den Gesprächsparteien. Gerade angesichts des Wissens um die weltweit gegenwärtig zunehmende Polarisierung kann durch Verzicht auf diese kleine Unart ein persönlicher Beitrag entstehen, diesem Trend entgegenzuwirken.

## Sparsamer mit der Asche umgehen

Aschermittwoch ist nur einmal im Jahr: Jener Tag, an dem es gilt, sich für das eigene Fehlversagen Asche auf's Haupt zu streuen und somit ein Zeichen der Buße und des Neuanfangs zu setzen. Hier heißt es von den Katholiken lernen, denn auf kommunikativer Ebene wird leider viel zu viel Asche verstreut, es wird sich schlicht zu viel entschuldigt und der inflationäre Gebrauch führt zu einer Entwertung dieses wichtigen Instruments menschlichen Miteinanders. In vielen Fällen kann ein „Danke“ anstelle einer unbedeutenden und floskelhaften Entschuldigung die Kommunikation aufwerten. Wie wäre es, wenn Sie bei Ihrer nächsten Verspätung anstatt „Entschuldigung für die Verspätung“ sagen würden: „Vielen Dank fürs Warten.“ Hierdurch stehen nicht Sie im Mittelpunkt, sondern die Betroffenen der Situation, und gleichzeitig erfahren diese Personen auch noch eine Würdigung – Welch ein Gewinn.

## Wege aus der Dunkelheit

Bevor zum Schluss, als Gegenpol, ein Mikrokanon der hellen Seite der Kommunikation skizziert wird, lassen Sie zunächst zwei Negativbeispiele der dunklen auf sich wirken: Eine Antwort geben, ohne zugehört zu haben, und noch schlimmer,

Tipps geben, ohne den Sachverhalt verstanden zu haben. – Nun der versprochene Mikrokanon:

Gehen Sie in ein Gespräch ohne das Ziel, die Gegenseite zu überzeugen zu wollen. – Wahren Sie zu allen Zeiten eine offene und respektvolle Haltung. – Geben Sie Ihrem Gegenüber die Möglichkeit der Selbstbehauptung. – Hören Sie durchgehend zu, reden im Zweifel nicht von sich selbst, seien Sie optimistisch und stellen Sie stets mehr Fragen, als Sie eigene Antworten geben. Möge die Macht mit Ihnen sein! (Ebner/Reynolds 2022)

## Literatur

- Adriaense, Jessie E. C. et al. (2019): Negative Emotional Contagion and Cognitive Bias in Common Ravens (*Corvus Corax*). *Proceedings of the National Academy of Sciences* 116 (23), S. 11547–11552. DOI: 10.1073/pnas.1817066116.
- Ebner, Noam/Reynolds, Jennifer (2022): *Star Wars and Conflict Resolution: There Are Alternatives to Fighting*. Dispute Resolution Institute, Mitchell Hamline School of Law. DRI Press: St. Paul, Minn.
- Herrando, Carolina/Constantinides, Efthymios (2021): Emotional Contagion: A Brief Overview and Future Directions. *Frontiers in Psychology* 12 (2021): S. 2881. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.712606.
- Sezer, Ovul/Gino, Francesca/Norton, Michael I. (2018): Humblebragging: A Distinct – and Ineffective – Self-Presentation Strategy. *Journal of Personality and Social Psychology* 114 (1), S. 52–74. DOI: 10.1037/pspi0000108.
- Siebert, Jasmin (2020): *Das Zentrum des Durchschnitts*. Deutschland.de, 18.06.2013. Online abrufbar unter: <https://www.deutschland.de/de/topic/wirtschaft/deutschland-im-durchschnitt-hassloch>.
- Sprecher, Susan et al. (2013): Taking Turns: Reciprocal Self-Disclosure Promotes Liking in Initial Interactions. *Journal of Experimental Social Psychology* 49 (5), S. 860–866. DOI: 10.1016/j.jesp.2013.03.017.

