

## Chris Rupp, Dirk Schüpferling

### Kommunikationsmodelle

Kommunikationsmodelle stellen wissenschaftliche Erklärungsversuche der Kommunikation dar. Als eines der grundlegenden Kommunikationsmodelle kann das Sender-Empfänger-Modell nach Shannon-Weaver [Shannon49] angesehen werden. Es beschreibt Kommunikation als Übertragung einer Nachricht vom Sender zum Empfänger. Dabei wird die Nachricht vom Sender kodiert und nach Übertragung auf Empfängerseite wieder geeignet dekodiert. Dabei können etliche Störungen auftreten, welche die gesendete Nachricht auf Empfängerseite verfälscht ankommen lassen. Dies können einerseits uneinheitlicher Code auf Sender- und Empfängerseite z. B. Mehrdeutigkeiten, implizit vorausgesetztes Vorwissen, Transformationseffekte, unterschiedliche Sprachen und evtl. daraus entstehende Übersetzungsfehler, kulturelle Unterschiede und andererseits Störungen während der Übertragung sein. Um diesen Störungen entgegenzuwirken, sollten unbedingt geeignete Feedbackschleifen genutzt werden

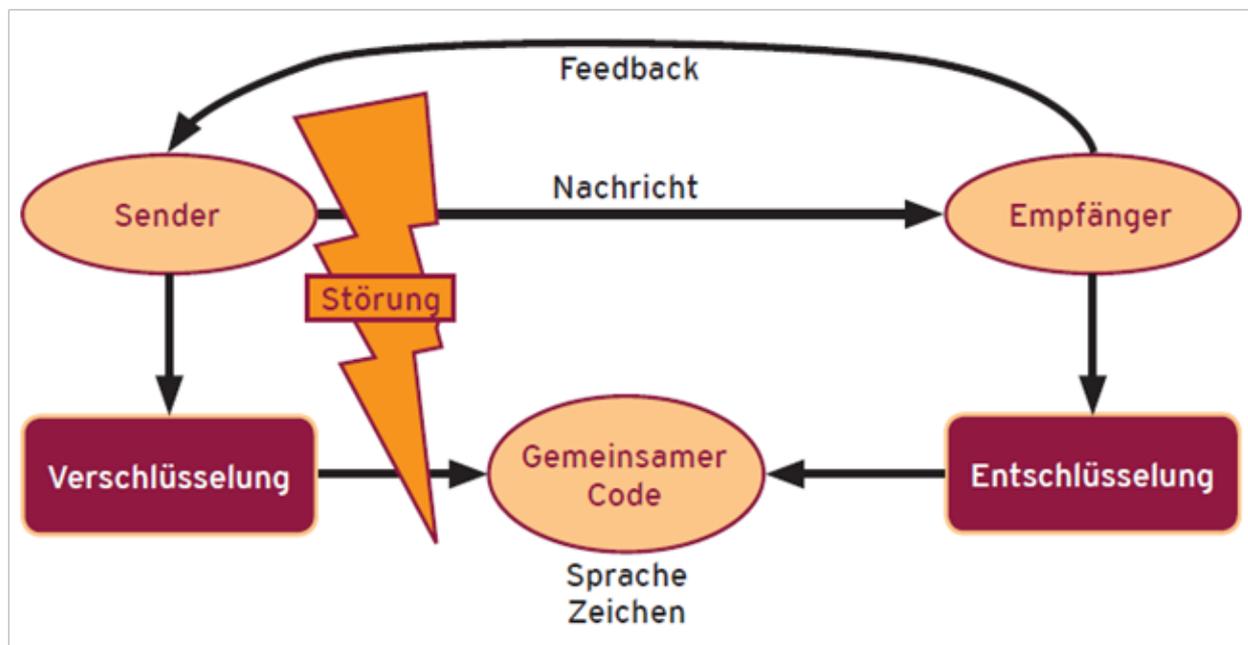


Abbildung 6.1: Sender-Empfänger-Modell nach Shannon-Weaver

Eine Erweiterung des Sender-Empfänger-Modells bzgl. der Nachricht stellt das Vier-Seiten-Modell von Friedemann Schulz von Thun [Schulz von Thun03] dar. Es geht von der Annahme aus, dass eine Nachricht nach den vier Seiten interpretiert werden kann:

- **Sachinhalt:** Sachinformation steht im Vordergrund, also Daten, Fakten und Sachverhalte.
- **Selbstkundgabe:** teilweise bewusste und beabsichtigte Selbstdarstellung und zugleich eine unbewusste, unfreiwillige Selbstenthüllung, also das, was der Sprecher durch das Senden der Botschaft von sich zu erkennen gibt
- **Beziehung:** Hier kommt zum Ausdruck, wie der Sender meint, zum Empfänger zu stehen und was er von ihm hält.
- **Appell:** Transportiert, was der Sender beim Empfänger erreichen möchte.

Wie könnte nun die folgende Nachricht nach Schulz von Thun interpretiert werden: „Ich finde mit der Bibliothekssuche nichts.“

- Sachinhalt: Sender findet mit Hilfe der Suchmaske keine Leihgegenstände.
- Selbstkundgabe: Sender kommt mit der Suchmaske nicht zurecht. Evtl. fühlt er sich überfordert.
- Beziehung: Sender kann Forderungen an den Empfänger übermitteln.
- Appell: Sender will Leihgegenstand finden und erwartet vom Empfänger Hilfe, z. B. in Form von Anleitung oder Überarbeitung der Suchmaske.

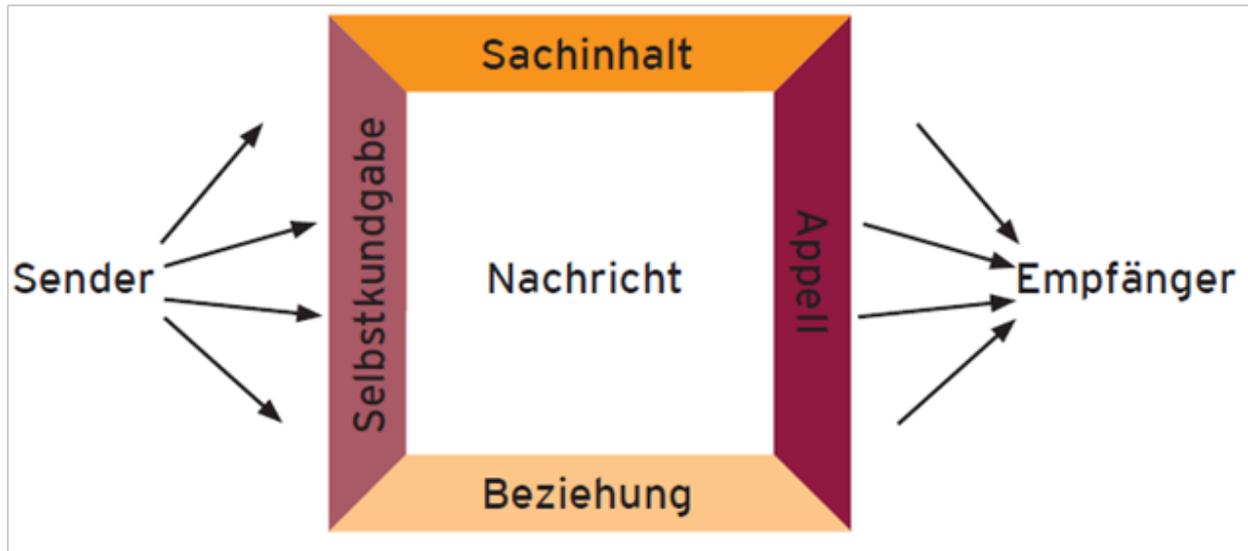


Abbildung 6.2: Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun

Kommunikation findet immer auf mehreren Ebenen statt. Es genügt nicht, beim Ermitteln und Konsolidieren von Anforderungen ausschließlich auf der Sachebene zu arbeiten

Neben den vorgestellten Kommunikationsmodellen gibt es noch eine Vielzahl an detaillierteren Modellen wie z. B. [Hofstadter13], welche aber meist über das, was wir als Grundlagen für den erfolgreichen Einsatz der Ermittlungstechniken benötigen, hinausgehen.

Mit dem Wissen um die Funktionsweise von Kommunikation ist der erste Baustein zu effizienter Anforderungsermittlung gelegt. Eine weitere Verbesserung beim Einsatz gerade von Befragungstechniken ist die gezielte Anwendung von Techniken, welche es ermöglichen, das Repräsentationssystem des Gegenübers zu analysieren und dieses Wissen nutzbringend einzusetzen.

## Literaturquellen

[Shannon49] Shannon, C. E.; Weaver, W.: Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press, 1949.

[Schulz von Thun03] Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden, Band 1. Rowohlt Taschenbuchverlag, 2003.

[Hofstadter13] Hofstadter, D. R.: Gödel Escher Bach. Ein endloses, geflochtenes Band. dtv, München, 2013  
Copyright © 2019 by SOPHIST GmbH

Publikation urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil der Publikation darf in irgendeiner Form, egal welches Verfahren, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Dies gilt auch für Zwecke der Unterrichtsgestaltung. Eine schriftliche Genehmigung ist einzuholen. Die Rechte Dritter bleiben unberührt.