

Motivation und Emotion

Was haben die psychischen Faktoren der Motivation und der Emotion gemeinsam? – Sowohl Motivationen als auch Emotionen entstehen in uns, beides sind Zustände, die uns dazu bringen, etwas zu tun, und auch sprachlich haben Emotion und Motivation dieselbe Wurzel: das Lateinische „movere“ – „sich bewegen“. Motivationen und Emotionen „bewegen“ uns.



Edmund studiert im zweiten Jahr Medizin. Er gehört zu den Besten seines Jahrganges und hat bei seinen Prüfungen einen ausgezeichneten Notendurchschnitt. Außerdem gehört er dem erfolgreichen Handballteam der Universität an. Er ist bei den anderen StudentInnen sehr beliebt und wurde zum Studienrichtungsvertreter gewählt. Edmund stammt aus sehr bescheidenen sozialen Verhältnissen.



Was könnte Edmund dazu motivieren, das zu tun, was er tut? Auf welche Motive könnten seine Handlungen Ihrer Ansicht nach zurückzuführen sein?



Abb. 6.1: Beruflicher Erfolg erfordert viel Motivation und großen persönlichen Einsatz.

Was motiviert uns, unsere Umwelt zu erforschen? Was motiviert uns, uns anzustrengen, um Erfolg zu haben? Welche Emotionen empfinden wir, wenn wir unsere Ziele erreicht haben? – Antworten auf diese Fragen wollen wir im Zuge dieses Kapitels finden.

Was ist Motivation?

Motivation ist ein psychischer Zustand – ein Impuls, ein Wunsch oder ein Bedürfnis –, der uns dazu bringt, etwas zu tun. Motivation ist dafür verantwortlich, dass Menschen Handlungen um der erwarteten Folgen willen auswählen und hinsichtlich des erforderlichen Energieaufwands steuern.

Wenn wir uns die Frage nach der Motivation unserer Handlungen stellen, dann fragen wir nach unseren Beweggründen. Dabei gehen wir „Wozu-Fragen“ nach: Zu welchem Zweck setzen wir eine Handlung? Diese Fragen suchen einerseits nach Anlässen für unsere Handlungen und andererseits nach den Zielen, auf die unsere Handlungen ausgerichtet werden.

Differenzierter betrachtet ergeben sich daher hinsichtlich der Motivation für unsere Handlungen folgende Fragen:

- Was motiviert uns, eine bestimmte Handlung zu setzen?
- Wohin führen uns unsere Handlungen? Was wollen wir erreichen und was vermeiden?
- Wie intensiv führen wir unsere Handlungen aus?

In den frühen 20er-Jahren des letzten Jahrhunderts führten PsychologInnen Handlungen von Menschen in erster Linie auf die den Menschen angeborenen Instinkte zurück. Diesen frühen Theorien zufolge motivieren die angeborenen **Instinkte** die Menschen zu ihren Handlungen. Doch schon bald erkannte man, dass die Handlungen der Menschen nicht ausschließlich durch Instinkte erklärt werden können, und so wurden die Instinkte von den **Trieben** als Ursache der Motivation abgelöst. Diese neuen Theorien beschrieben Triebe nicht wie Instinkte als Auslöser bestimmter angeborener Verhaltensmuster, vielmehr gründen sich Triebe auf einen Bedürfniszustand, der Menschen dazu bringt, bestimmte Handlungen zu setzen. Diese Handlungen dienen zur Befriedigung der Bedürfnisse. Wenn ein Mensch über einen bestimmten Zeitraum ein Bedürfnis nicht befriedigen kann, führt dies zu einer gesteigerten Aktivität oder Erregung. Diese Energie aus der Erregung wird nun dem Trieb zur Verfügung gestellt, um das vorhandene Bedürfnis zu befriedigen. Doch Menschen tun viele Dinge, die keinem der bekannten Triebe Befriedigung verschaffen, sie lesen Kriminalromane, spielen Fußball, spielen Karten. Für diese Verhaltensweisen scheinen vielmehr die Konsequenzen verantwortlich zu sein – denn die Konsequenzen dieser Handlungen sind angenehm, sie verschaffen Vergnügen, Aufregung oder Ähnliches.

Aus diesem Grund wurde in weiterer Folge das Triebkonzept vom Konzept des **Anreizes** abgelöst. Gegenstände, Personen, Handlungen und auch abstrakte Konzepte üben auf die Menschen einen bestimmten Anreiz aus. Entweder besitzen sie eine gewisse Anziehungskraft, d.h. sie haben einen **positiven Anreiz**, oder sie stoßen die Menschen ab, d.h. sie haben einen **negativen Anreiz**. Welchen Anreiz nun bestimmte Dinge auf den Menschen ausüben, hängt nicht nur von den Dingen selbst ab, sondern auch vom Zustand der betreffenden Person oder von der jeweiligen Situation, in der sich diese Person befindet.

Nehmen wir folgende Beispiele: Normalerweise übt gekochter Karfiol auf eine bestimmte Person keinen, aufgrund des Geruchs vielleicht sogar einen negativen, Anreiz aus. Ist diese Person jedoch ausgesprochen hungrig, so wird sich dies verändern und der Karfiol einen positiven Anreiz erhalten. Oder nehmen wir an, Sie besuchen eine Veranstaltung, auf der Sie keinen Menschen kennen. Da begegnen Sie einem Schulkollegen, mit dem Sie im normalen Schulalltag jedoch kaum ein Wort wechseln, weil er nicht zu ihrer Clique gehört. In dieser Situation, in der er der Einzige ist, den Sie kennen, wird der Anreiz, mit ihm Kontakt aufzunehmen, deutlich größer sein als im normalen Schulalltag. Dieses Beispiel zeigt, dass nicht nur die Richtung des Anreizes, sondern auch der **Anreizwert**, d.h. die Stärke der Anziehungskraft bzw. Abstoßung, von der jeweiligen Bedürfnislage der Person abhängen wird.

Mit der Einführung des Anreizkonzeptes veränderte sich die Sichtweise in der Motivationsforschung grundlegend. Man sah die Motivation von Menschen nicht mehr im Bestreben, einen angeborenen oder erworbenen Trieb zu befriedigen, sondern im Streben nach Zielen, darin, Handlungen zu setzen, um Dinge mit positivem Anreiz zu erreichen und solche mit negativem Anreiz zu vermeiden. Der Motivation der Menschen liegt demnach ein hedonistisches Prinzip zugrunde. Wir trachten danach, positive Gefühle zu maximieren und negative Gefühle zu vermeiden.

Ein **Instinkt** ist ein vererbtes Verhaltensmuster, sich auf eine festgelegte, genetisch bestimmte Art und Weise zu verhalten.

Ein **Bedürfnis** ist ein innerer biologischer oder kognitiver Zustand, der von der Norm abweicht und nach Korrektur verlangt. Biologische Bedürfnisse sind beispielsweise Hunger, Durst, Müdigkeit; kognitive Bedürfnisse beziehen sich beispielsweise auf Erfolg, Anerkennung, Zärtlichkeit.



Abb. 6.2: Kein Trieb motiviert dazu, Fußball zu spielen, sondern vielmehr das Vergnügen oder die Aussicht auf Erfolg.

hedonistisch: Menschliches und tierisches Verhalten ist vorrangig von der Suche nach Lustgewinn und der Vermeidung von Unlust erzeugenden Erfahrungen bestimmt.

Zwischenmenschliche Kommunikation

Was ist Kommunikation?



Abb. 8.1: Informationsaustausch durch Kommunikation

Kommunikation ist ein alltäglicher Vorgang, und dennoch handelt es sich um eine höchst komplexe und diffizile Materie. Die Fähigkeit zu kommunizieren ist nicht nur uns Menschen eigen, wir haben jedoch in diesem Bereich deutlich komplexere Fähigkeiten entwickelt als jede andere Spezies auf unserem Planeten. Kommunikation befähigt uns, über das aktuelle Geschehen hinauszutreten und unseren Horizont zu erweitern. Wir können uns über Wissen, Überzeugungen und Meinungen, die die Vergangenheit oder auch die Zukunft betreffen, austauschen, wir können über Ereignisse kommunizieren, die sich weit entfernt von uns abspielen, wir können über Allgemeines oder Spezifisches und über Konkretes oder Abstraktes sprechen. Kommunikation befähigt uns, den für uns lebenswichtigen Kontakt zu unseren Mitmenschen aufzunehmen.

Kommunikation ist ein Prozess, in dem Informationen durch verbale, paraverbale oder nonverbale Botschaften ausgetauscht werden. Kommunikation ist wechselseitig und zielgerichtet. Die KommunikationspartnerInnen sind dabei immer gleichzeitig Sender und Empfänger von Nachrichten.

Durch Kommunikation werden also Informationen übertragen, d.h. Meinungen, Überzeugungen, Berichte, aber auch Gefühle. Die KommunikationspartnerInnen verfolgen dabei bestimmte Ziele. So versuchen wir beispielsweise, andere Menschen in eine bestimmte Richtung hin zu beeinflussen, uns selbst in ein bestimmtes Licht zu rücken, Mitmenschen zu trösten oder bei Problemlösungen zu helfen. Kommunikation ist kein eingleisiger Prozess, vielmehr beeinflussen sich die KommunikationspartnerInnen wechselseitig. Kommunikation ist auch multidimensional. Zum einen werden unterschiedliche Kommunikationskanäle benutzt, wie der verbale, der paraverbale und der nonverbale Kanal. Zum anderen enthält eine Äußerung über die direkt angesprochene Sachebene hinaus immer auch Botschaften, die andere Dimensionen der Kommunikation betreffen (Details dazu siehe S. 191 ff.).

Um den Prozess der Kommunikation umfassend zu beschreiben und Kommunikationsprobleme zu verstehen, hat sich die **Lasswell-Formel** sehr bewährt. Harold Lasswell erachtete in der Analyse von Kommunikationsprozessen folgende Komponenten für wichtig:



Wer	sagt was	zu wem	womit	durch welches Medium	mit welcher Absicht	mit welchem Effekt?
Sender	Nachricht	Empfänger	Signal	Kanal	Intention	Reaktion des Empfängers

Diese Formel wird in ihren funktionalen Zusammenhängen im Sender-Empfänger-Modell von Shannon & Weaver, das auf der Nachrichtentechnik basiert, konkretisiert und veranschaulicht (siehe Abb. 8.2). Über einen Kommunikationskanal – dies kann der optische, akustische oder taktile Kanal (bei Face-to-Face-Kommunikationen), aber auch eine Telefon-, Internetleitung oder eine schriftliche Mitteilung sein – wird eine Nachricht vom Sender an den Empfänger übermittelt. Entsprechend dem Kanal, aber auch der Intention des Senders wird die Nachricht von diesem codiert und muss vom Empfänger wieder decodiert werden. In der Folge wechseln die Rolle des Senders und Empfängers fortwährend. Der Sender wird zum Empfänger und der Empfänger zum Sender. Diese En- und Decodierungsprozesse und der damit zusammenhängende Interpretationsspielraum sind im Wesentlichen dafür verantwortlich, warum Kommunikation so anfällig ist für Störungen und Missverständnisse. Wir werden diesen Aspekt noch genauer betrachten.

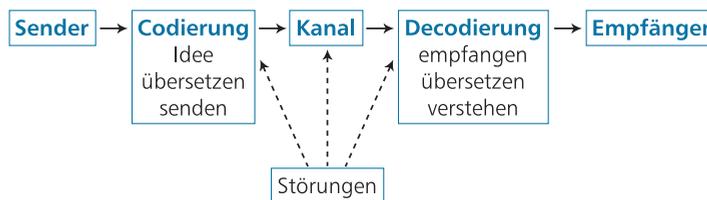


Abb. 8.2: Sender-Empfänger-Modell von Shannon & Weaver

Kanäle der Kommunikation

Die **verbale Kommunikation** umfasst alles, was in gesprochener oder geschriebener Sprache explizit ausgedrückt wird. Dinge explizit anzusprechen, ist vorteilhaft, da unser Anliegen für unser Gegenüber auf diese Weise leicht verstehbar ist. Explizite Kommunikation bringt jedoch auch den Nachteil mit sich, dass man sich klar festlegt und dies oft wenig Interpretationsspielraum für unsere Mitteilungen offen lässt. Menschen benutzen daher häufig die anderen Kommunikationskanäle als Ergänzung zum direkten verbalen Kanal und sprechen damit oft nur indirekt oder in Andeutungen aus, was sie tatsächlich meinen.

Durch die **verbale Kommunikation** werden Informationen in Form von gesprochener oder geschriebener Sprache weitergegeben.

Paraverbale Kommunikation ist mit der verbalen Kommunikation direkt verbunden. Sie umfasst u.a. das Verhältnis von Wortwahl und AdressatIn bzw. Themenwahl und aktuellem Umfeld, weiters künstlich eingelegte Pausen, die Lautstärke, das Sprechtempo, die Stimmhöhe usw. Paraverbale Botschaften werden zwar sprechend ausgedrückt, jedoch nicht in Worte gefasst. Dennoch stellen sie eine wichtige Mitteilungsform dar. Wenn jemand beispielsweise vom Deutschen ins Englische wechselt, will er/sie vielleicht das Beherrschen von Fremdsprachen demonstrieren oder durch eine künstliche Pause mitten im Satz ausdrücken, dass das Nachfolgende besonders wichtig ist. Wenn jemand plötzlich leise spricht, will er/sie damit vielleicht Vertraulichkeit vermitteln. Ein hohe Stimmlage zeigt häufig Freundlichkeit oder Wohlwollen an, eine tiefe Stimmlage hingegen Dominanz und Aggression. Eine hohe Stimmlage, gepaart mit etwas lauterem oder rascherem Sprechen, kann Angst, aber auch Glücksempfinden ausdrücken. Untersuchungen haben gezeigt, dass die Bedeutungen dieser paraverbalen Botschaften kulturunabhängig sind.

Die **paraverbale Kommunikation** umfasst nicht die inhaltlichen, sondern die formalen Aspekte der Sprache und des Sprechens, wie Wortwahl, Stimmhöhe, Sprechpausen usw.