

Qualität von Präsenz Fokus darauf, wie wir in einer Situation sind: unsere Atmung, unsere Haltung, unsere Emotionen unsere körperlichen Empfindungen.

VIDEO, DAS ZUR DARSTELLUNG GENUTZT WIRD

17/12/2018, Gruppe auf dem Sprachniveau A1 in Deutsch am Kunstforum (temporäre Ausstellung „Faszination Japan“)

Kontext: Eine Kunstmediatorin diskutiert mit Lernenden über einen alten, japanischen Druck. Die Lernende versucht das Wort „Garten“ zu finden. Gemeinsam mit der Kunstmediatorin und dem männlichen Lernenden versuchen sie das Wort über verschiedene Ressourcen zu finden. Eine externe Vermittlerin identifiziert das Wort schlussendlich.

Kurze Einführung

Die wichtigsten Werkzeuge der Trainerin sind ihre Stimme, ihr Körper und ihre Präsenz, alles was sie tut, wird über ihre Präsenz vermittelt. Das Wort Präsenz verfügt über eine doppelte Perspektive: innen und außen, wahrgenommene und gesehene Präsenz. Wir haben innere Empfindungen unseres Körpers und gleichzeitig kreiert unser Körper einen visuellen Ausdruck für andere. Das Gleiche gilt für unsere Stimme, unsere emotionale Landschaft und unsere Strategien der Selbstdarstellung. Unsere video-basierte Methode überbrückt diese Kluft zwischen dem Inneren und Äußeren und Ihnen somit helfen, Ihre inneren Empfindungen durch mehr Bewusstsein als achtsames Feedback wahrzunehmen und auch zu nutzen.

Präsentation der Kategorien

- Gebrauch der Stimme: verbale und paraverbale Kommunikation

Unsere Stimme erreicht uns über andere Kanäle als die Stimme anderer Personen, was dazu führt, dass wir

unsere Stimme im täglichen Leben nie so hören, wie andere es tun. Somit wissen wir eigentlich gar nicht, wie wir uns wirklich anhören. Die Punkte, die sich auf die Stimme beziehen, helfen ein Stimmprofil zu erstellen (Rhythmus, Segmentierung, Akzent, Tonlage, Melodie) und jene Aspekte zu identifizieren, welche dem Selbstbild entsprechen, Aspekte, wo Bereitschaft besteht sie anzunehmen und Aspekte, bei denen ein Wunsch für Veränderung existiert (Guimbretière 2014:25).

- Gebrauch des Körpers: nonverbale Kommunikation
Unsere Körper kommunizieren ständig, auch wenn es uns nicht bewusst ist. Unsere Bewegungen können dazu dienen, unsere Intentionen und Botschaften klarer oder weniger klar auszudrücken. Nonverbale Kommunikation umfasst all diese Aspekte: Haltung (wie wir stehen), Mimik, Gestik, Proxemik (Distanz in der Relation zu anderen Personen), Gebrauch von Gegenständen (wie Kleider aus Ausrüstung), Bewegung vs. Reglosigkeit, Rhythmus der Bewegung und physischer Kontakt. Jeder dieser Aspekte trägt zu Bedeutung bei, in spezifischen Kontexten kann jedes dieser Elemente alleine eine vollständige Botschaft senden (z. B. jemandem, der eine Frage stellt, den Rücken zudrehen). Wie wir diese Elemente nutzen, ist eine Konsequenz aus unserer kulturellen Sozialisation und aus unserer persönlichen Disposition, aber oft sind wir uns nicht bewusst, wie dies genau funktioniert. In Bezug auf die Funktionen der Gestik unterscheidet Muller drei Typen: imitierende Gestik, welche darstellt was gesagt wurde, zeichensetzende Gestik, welche Betonung auf bestimmte Teile der Botschaft legt und parasitäre Gestik, welche ungewollt ist, nicht in direkter Verbindung mit der verbalen Botschaft steht und oft auf Verlegenheit oder Stress zurückzuführen ist (Muller 2005 :196).

- Gefühlte Empfindungen und emotionale Zustände Abgesehen von der Tatsache, dass die Regulierung der Gefühle durch die Vermittlerin ein Schlüsselfaktor in Entscheidungen und effizientem Lehren darstellt, gab es bis in die Gegenwart kaum Ressourcen für Lehrerinnen / Trainerinnen in Bezug auf ihre eigene Gefühlslage (Sutton 2004). Regulieren bedeutet nicht verstecken oder unterdrücken, es bedeutet sich der Emotionen bewusst zu sein, sie benennen und ihre Ursachen verstehen können. Diese Bewusstmachung hilft ungewollte Emotionen zu vermeiden und sich mit ihren Ursachen auseinanderzusetzen. Es gibt zudem Belege, dass die Manifestation von positiven Emotionen die Lehre effizienter machen kann (Sutton 2004).
- Strategien der Selbstpräsentation im Gebrauch Selbstpräsentation bezieht sich auf all unser Tun, das den Eindruck zu kontrollieren versucht, den wir auf andere Menschen machen und auf jene Bemühungen, andere von unserem Selbstbild zu überzeugen. Auf den ersten Blick kann Selbstpräsentation als oberflächlicher Wunsch wahrgenommen, der aber eng mit grundlegenden Bedürfnissen wie Zugehörigkeit, Verständnis und – speziell im ‘Westen’ – als Selbstverbesserung zusammenhängt und uns somit in der Tiefe unseres Seins berührt. Das erste umfangreiche Modell von unterschiedlichen Strategien der Selbstpräsentation wurde von Jones und Pittman vorgeschlagen (1982). Sie identifizierten fünf Strategien, die durch gewünschte Zuschreibungen charakterisiert sind: wie wir von Anderen wahrgenommen werden wollen und welche Emotionen wir in anderen erwecken möchten. Liebenswürdigkeit, oder als nett zu scheinen, fokussiert darauf, als liebenswert zu scheinen und Anderen zu gefallen. Jene, die sich selbst verbessern möchten wollen als kompetent und respektiert auftreten. Einschüchterung wünscht die Etablierung von einer angsterfüllten Hierarchie und der Einnahme von Kontrolle. Bitten – oft in Verbindung mit ‘strategischer Inkompetenz’ – sucht nach Versorgung und Unterstützung. Die Veranschaulichung will ein Beispiel als moralische Überlegenheit darstellen. Einige dieser Strategien scheinen auf den ersten Blick passender im Lehrkontext als andere zu sein, wobei unser Ziel bloß darin liegt Bewusstsein für die Verwendung dieser Strategien zu schaffen und zu sehen, inwiefern wir dem entsprechen, was wir von uns selbst glauben.