



Sprechen & Kommunikation

Zeitschrift für Sprechwissenschaft

Kerstin H. Kipp, Orlando Schenk, Jule Hölzgen, Ramon Schmid

Nähe und Distanz

Wirkung des Bildschirmabstandes in Videomeetings

Schlüsselwörter

Bildschirmdistanz, Kameraabstand, Videomeetings, computervermittelte Kommunikation, Proxemik

Zusammenfassung

Nimmt man an einem Videomeeting teil, stellt sich oft die Frage, wie nah man sich vor den Bildschirm setzen sollte und welcher Bildausschnitt gut ankommt. Genau diese Frage untersuchten wir im Rahmen von simulierten Online-Workshops.

An der Studie nahmen 50 Personen teil. Sie sahen Begrüßungen und thematische Einführungen zu verschiedenen Online-Workshops auf einem der Zoom-Benutzeroberfläche nachempfundenen Bildschirm. Die Workshopleitungen waren in vier verschiedenen Distanzen zum Bildschirm zu sehen (100 cm, 75 cm, 50 cm und 35 cm). Nach dem Anschauen einer Workshopeinführung gaben die Teilnehmenden auf einem Fragebogen an, wie gut für sie Form und Inhalt passten, wie angenehm die Begrüßung für sie war, wie gut sie dem Gesagten folgen konnten und wie vertraut, glaubwürdig, kompetent und sympathisch die Workshopleitung empfunden wurde.

Die Ergebnisse zeigten, dass alle Distanzen positiv wahrgenommen wurden. Es gab dennoch Unterschiede: Menschen mit wenig Erfahrung in Videomeetings bevorzugten die entferntere Distanz von 100 cm. Bei Menschen mit mittlerer Erfahrung kamen die mittleren Distanzen 50 cm und 75 cm am besten an. Für Menschen mit viel Erfahrung war die Distanz irrelevant.

Es scheint in der Videokommunikation, ähnlich wie in realen Face-to-Face-Situationen, proxemische Zonen zu geben, die unterschiedliche Empfindungen hervorrufen. Für die Frage, wie nah man sich in Videomeetings vor den Bildschirm setzen soll, lässt sich aus den Ergebnissen ableiten, dass man mit den mittleren Distanzen (50 cm und 75 cm) bei den meisten Menschen einen positiven Eindruck hinterlässt.

Keywords

Screen distance, camera distance, video meetings, computer-mediated communication, proxemics

Abstract

When participating in video meetings, we often ask ourselves how close we should position ourselves to the screen in order to find a visual frame that is both appropriate for the situation and helps build rapport. To address this question, we conducted research on the use of video meetings in the context of simulated online workshops.

A total of 50 individuals took part in our study. They watched welcome speeches and short thematic introductions to different online workshops on a screen resembling a „Zoom-style“ user interface. The workshop presenters were displayed at varying distances from the screen, at 100 cm, 75 cm, 50 cm, and 35 cm, respectively. After viewing one of the various workshop introductions the participants were required to complete a questionnaire, where they were asked how well the form suited the content, how pleasant the welcome speech was for them, how easily they could follow the content, and about the believability, competence and agreeableness of the workshop presenter.

The results demonstrate that all distances were perceived positively. There were nonetheless some variations: individuals with little experience of video meetings preferred the greater distance of 100 cm. Conversely, those with a moderate amount of video meeting experience found the middle distances (50 cm and 75 cm) to be most agreeable, while for individuals with a large amount of video meeting experience the distance was irrelevant.

It seems to be the case in video communication, as in face-to-face communication, that proxemic zones exist which have an influence on communication and provoke differing reactions. Therefore, when we ask ourselves how far away from the screen we should position ourselves in video meetings, the results of our study suggest that the middle distances used (50 cm and 75 cm) seem to make the most positive impression on the majority of people.

1 Einleitung

Videomeetings sind allgegenwärtig. Sie überbrücken räumliche Distanzen und ermöglichen computervermittelt Face-to-Face-Kommunikation. Fraglich ist jedoch, inwiefern auch die soziale Distanz überwunden werden kann (Bradner & Mark, 2002) und ein Gefühl von Nähe und persönlichem Kontakt entstehen kann. Eine Dimension, die bei dem Begriff „Nähe“ sofort in den Sinn kommt, ist die Proxemik, also die räumliche Konstellation der Kommunikationspartner. Hierzu gehört auch die räumliche Distanz. Die vorliegende Studie untersucht die Wirkung verschiedener Distanzen zum Bildschirm in Videomeetings.

1.1 Distanzen und proxemische Zonen

Proxemik ist ein fundamentaler Teil der nonverbalen Kommunikation. Selbst kleine Veränderungen in der zwischenmenschlichen Positionierung sind reich an Informationen, mit deren Hilfe Menschen ihr kommunikatives Verhalten regulieren. Beispielsweise kann eine größere Nähe zu verstärkt interaktivem Verhalten führen (Grayson, 2000). Auch der Eindruck, den man von einer Person in einem Gespräch gewinnt, hängt von der physikalischen Distanz zwischen den Personen ab. Schon 1970 wiesen Patterson und Sechrest einen negativen Zusammenhang zwischen der Distanz und der Wahrnehmung von Freundlichkeit, Aggressivität, Extraversion und Dominanz nach.

Der Begriff der Proxemik wurde in den 1960er-Jahren von Edward T. Hall eingeführt (siehe Ahmadpour et al., 2014; Gomboc-Turyan & Tourtellotte, 2010). Hall verwendete qualitative, nicht-experimentelle Interviews und entwickelte hieraus ein Konzept mit vier verschiedenen proxemischen Zonen, die zeigen, wie Menschen den Raum um sich herum nutzen und interpretieren (siehe z. B. 1966): (1) Die intime Zone umfasst den engsten physischen Kontakt mit Personen, wie enge Freunde oder Familienmitglieder (Hautkontakt bis 45 cm). (2) Die persönliche Zone ist für normale zwischenmenschliche Interaktionen wie Gespräche mit Freunden oder Arbeitskollegen reserviert (45 cm bis ca. 1,2 m). (3) Die soziale Zone erfordert eine größere Distanz (1,2 m bis 3,7 m) und ist typisch für formelle Situationen wie Gespräche in Behörden oder Unterrichtssituationen. (4) Die öffentliche Zone umfasst die

größte Distanz und ist für öffentliche Veranstaltungen oder Präsentationen geeignet (3,7 m und mehr). Auch wenn hier konkrete Abstände angegeben sind, so sind die Distanzen keine endgültigen Maße. Bereits Hall berichtete, dass die Distanzen beispielsweise von der jeweiligen Kultur abhängen, was mittlerweile durch zahlreiche empirische Studien nachgewiesen ist (z. B. Broszinsky-Schwabe, 2011; Hall, 1968; Watson, 2014). Laut Heilmann (2011) implizieren Halls Darstellungen, dass es sich bei den von ihm angegebenen Distanzen eher um nord-mittel-europäische und nordamerikanische Normen handelt als um südlichere oder östlichere. Jedoch bestehen selbst zwischen europäischen Ländern Unterschiede, z. B. zwischen Niederländern, Franzosen und Engländern (Remland, Jones & Brinkmann, 1991). Auch wenn die Arbeiten von Hall älter sind, werden sie bis heute als Bezugsrahmen herangezogen, egal ob es um Face-to-face-Situationen oder um virtuelle Räume geht (z. B. Fauville et al., 2022; Kim & Sung, 2024; McDonald, 2020; Probst, Rothe & Hussmann, 2021).

In der realen Welt haben wir gelernt, Distanzen bewusst oder unbewusst wahrzunehmen und sensibel damit umzugehen. Im Folgenden werden Forschungsergebnisse vorgestellt, die verdeutlichen, dass Proxemik auch bei Bildausschnitten und in computervermittelten Kommunikationssituationen eine Rolle spielt.

1.2 Distanzwahrnehmung bei Bildern

Mehrere Studien haben nachgewiesen, dass der gewählte Bildausschnitt, der die Entfernung zur dargestellten Person simuliert, zu unterschiedlichen Wahrnehmungen führt. Sowohl beim Betrachten von Fotos (Detenber & Reeves, 1996; Gerhardson, Högman & Fischer, 2015) als auch von Videoaufnahmen (Bogdanova et al., 2022) wurden Emotionen, die durch Mimik ausgedrückt wurden, bei nahen Entfernungen stärker wahrgenommen als bei entfernten (gemessen durch Pupillenweitung, Muskeltonus und Selbsteinschätzung).

Auch das Gefühl der Menschen ändert sich in Abhängigkeit der wahrgenommenen Distanz. Das haben Wilcox et al. (2006) mit stereoskopischen Darstellungen von Personen nachgewiesen, also mit Bildern, die einen räumlichen Eindruck von Tiefe vermitteln. Sie verglichen Fotografien, die mit einem Abstand von 0,5 m, 1 m und 2 m aufgenommen wurden. Je näher die Personen auf den Fotografien erschienen, umso höher

war das Unbehagen, das die Studienteilnehmenden angaben.

Ob man die Distanz zu einer Person als zu nah empfindet, hängt jedoch nicht allein von der scheinbaren Distanz ab. Die Distanz interagiert auch mit der Blickrichtung. Fauville et al. (2022) zeigten u. a., dass insbesondere Personen, die direkt in die Kamera schauten, bei naher Distanz bedrohlicher wirkten als bei größerer Distanz. Anzumerken ist, dass die Teilnehmenden nur Screenshots von Personen sahen und sich vorstellen sollten, mit diesen in einer Videokonferenz zu sitzen.

Insgesamt verdeutlichen diese Studien, dass wir bei statischen Bildern Bildausschnitte als physikalische Nähe oder Distanz interpretieren (vgl. Grayson, 2000). Schon bei Bildern reagieren wir sensibel auf die Nähe zu anderen Menschen, und eine Verletzung der interpersonalen Distanz kann zu Unbehagen führen.

1.3 Distanzwahrnehmung in Virtual-Reality-Umgebungen

Effekte unterschiedlicher Distanzen wurden auch mehrfach in Virtual-Reality-Umgebungen getestet. Sheikh et al. (2016) realisierten in 360°-Videos drei unterschiedliche Distanzen (2 m, 3 m, 4 m). Gezeigt wurden Szenen aus einem Kampftraining. Die Teilnehmenden bevorzugten die Distanz von 3 m, welche in die soziale Zone fällt, 2 m hingegen empfanden einige Teilnehmende als zu nah, sie hatten das Gefühl, dass in ihre persönliche Zone eingedrungen wurde.

In einer weiteren Virtual-Reality-Studie untersuchten Probst et al. (2021) vier Distanzen in einer virtuellen Welt, in der eine Person in einem Museum über die Ausstellung sprach. Die vier Distanzen, mit denen die Teilnehmenden konfrontiert wurden, basierten auf Halls Einteilung: intim (45 cm), persönlich (1 m), sozial (2,5 m) und öffentlich (5 m). Die Ergebnisse zeigten, dass sich die Teilnehmenden in Szenen mit intimer Distanz unwohler und gestresster fühlten und die sprechende Person aufdringlicher wirkte. Die persönliche Distanz wurde als angenehmste und natürlichste wahrgenommen, und die Teilnehmenden fühlten sich am stärksten angesprochen. Entferntere Distanzen wirkten dagegen weniger spannend.

Auch die Blickrichtung des Gegenübers ist relevant für die Empfindung verschiedener Distanzen. In einer Studie mit virtuellen Agenten nahmen Probandinnen und Probanden eine größere Distanz zu einem virtuel-



len Agenten ein, wenn dieser sie direkt anschaute, als wenn er nicht direkt zu ihnen sah. Zudem wichen die Probandinnen und Probanden aus, wenn ihnen der virtuelle Agent zu nahe kam und in ihre private räumliche Zone eindrang (Bailenson et al., 2001; 2003).

Diese Studien verdeutlichen, dass Proxemik auch in virtuellen Räumen kontextabhängig ist: Bei Sheikh et al. (2016) wurden Szenen aus einem Kampftraining gezeigt, und die Teilnehmenden bevorzugten eine größere Distanz. Bei Probst et al. (2021) wurden ruhige Szenen dargestellt, nämlich Erläuterungen zu einer Ausstellung. Hier favorisierten die Teilnehmenden nähere Distanzen. Welche Distanz als passend empfunden wird, hängt also auch von der jeweiligen Interaktionssituation ab.

1.4 Distanzwahrnehmung in Videomeetings

Bisher wurde selten untersucht, wie sich Proxemik in Videomeetings auswirkt. Eine Studie untersuchte unterschiedliche Distanzen in Online-Kursen (Ellis, 1992). Hierzu wurden Studierende in zwei Gruppen eingeteilt, die den Dozenten in zwei unterschiedlichen Distanzen zum Bildschirm sahen. In der nahen Distanz nahm der Dozent 51,85 % der Bildhöhe ein, in der entfernten Distanz füllte der Dozent 14,81 % der Bildhöhe aus. Die Studierenden, die den Dozenten in der näheren Distanz sahen, schnitten im späteren Erinnerungstest erfolgreicher ab, empfanden die Veranstaltung positiver und fanden den Dozenten sympathischer. Die nahe Distanz hatte also mehrere Vorteile.

Eine weitere Studie, in der Kundengespräche als Rollenspiele in echten, interaktiven Videomeetings durchgeführt wurden, zeigt Vorteile naher Distanzen (Grayson, 2000). Verglichen wurden hier zwei Distanzen: In der nahen Distanz füllte der Kopf den gesamten Bildausschnitt aus, wohingegen in der fernen Distanz der Torso zu sehen war. Die Ergebnisse zeigen, dass die unterschiedlich wahrgenommenen Abstände die Art und Weise verändern können, wie Personen miteinander interagieren: Ein näher positionierter Remote-Partner führte dazu, dass der gegenüberstehende Mensch interaktiver agierte.

Nguyen und Canny (2009) verglichen zwei unterschiedliche Bedingungen in Videomeetings. In einer sah man auf einem Bildschirm den Gesprächspartner mit seinem gesamten Oberkörper etwa in Lebensgröße, in der zweiten sah man nur den Kopf, ebenfalls in Lebensgröße, der restliche Bildschirm war schwarz.

Die Probanden empfanden den Gesprächspartner als empathischer, wenn sie den ganzen Oberkörper sehen konnten. Im Gegensatz zu heutigen Videomeetings wurde hier jedoch die Sichtbarkeit des Bildes verändert und nicht die Größe des Bildausschnittes.

Auch wenn es bislang kaum Studien zur Distanz in Videomeetings gibt und die vorhandenen nicht den heutigen Bedingungen von Videomeetings entsprechen, so deuten diese Untersuchungen dennoch darauf hin, dass die Distanz zur Kamera unterschiedliche Empfindungen beim Gegenüber auslösen kann.

2 Fragestellung und Hypothesen

Wie gezeigt wurde, spielt die Distanz beim Betrachten von Bildern, Videoaufnahmen, in virtuellen Räumen und in Videomeetings eine Rolle. Wie aber verschiedene Distanzen auf die Gesprächspartnerinnen und -partner im Kontext moderner Videomeetings wirken, wurde bisher noch nicht untersucht und ist Gegenstand der vorliegenden Studie. Hierfür ließen wir Probandinnen und Probanden an simulierten Online-Workshops teilnehmen. Sie sahen Begrüßungen und thematische Einführungen zu verschiedenen Workshops auf einem der Zoom-Benutzeroberfläche nachempfundenen Bildschirm. Die Workshopleitungen waren in vier verschiedenen Distanzen zur Kamera zu sehen. Im Anschluss befragten wir die Teilnehmenden, wie sie die Situation und die Workshopleitung empfunden haben.

Wenn in Videomeetings Distanzen ähnliche Bedeutungen haben wie in realen Face-to-Face-Situationen (siehe Hall, 1966), dann müsste es auch in einem Online-Workshop Distanzen geben, die als zu nah oder zu fern erlebt werden. Da Workshops weder eine intime Situation noch eine Situation mit großer Öffentlichkeit darstellen, sollten mittlere Distanzen als angemessen erlebt werden (vgl. Probst et al., 2021). Welche konkreten Entfernungen zum Bildschirm das sind, wird in dieser Studie untersucht.

Ein weiterer relevanter Aspekt: Braun hat in ihrer Studie nachgewiesen (2004), dass Menschen, die zum ersten Mal Videokonferenzgespräche erleben, anfänglich Performanzreduktionen zeigen, dass jedoch langfristig Anpassungsprozesse stattfinden und Kommunikationsstrategien entwickelt werden, die der

Situation gerecht werden. Daher vermuten wir, dass Proband*innen, die bereits umfangreiche Erfahrungen mit Videomeetings haben, besser in der Lage sind, sich an die eingeschränkten Kommunikationsmöglichkeiten in der Online-Situation anzupassen, sodass unterschiedliche Distanzen der Kommunikationspartner*innen weniger Einfluss auf die Wahrnehmung haben dürften. Diese Hypothese wird in unserer Studie ebenfalls untersucht.

3 Methodik

3.1 Stichprobe

An der Studie nahmen 50 Personen teil (37 Frauen, 10 Männer, 3 ohne Angabe). Das Alter lag zwischen 14 und 79 Jahren und war über die Spanne gleichmäßig verteilt. Eine statistische Prüfung zeigte, dass das Alter keinen systematischen Zusammenhang mit den Antworten aufwies (Pearson-Korrelationsanalysen zwischen Alter und Ausprägung der abhängigen Variablen, alle $p > .13$). Deshalb wurde das Alter in der folgenden Ergebnisdarstellung nicht weiter berücksichtigt.

Die Teilnehmenden wurden gefragt, ob sie eine berufliche Qualifikation im Bereich Kommunikation, Sprecherziehung, Stimmbildung oder Ähnlichem haben, und konnten dies mit Ja oder Nein beantworten. Von den 50 Personen gaben 36 an, eine solche Expertise zu besitzen. Auch hier ergaben statistische Analysen, dass diese Expertise keinen Einfluss auf die Beurteilung der Videoaufnahmen hatte (ANOVA mit den Faktoren Distanz, Fragen, Expertise; kein Haupteffekt und keine signifikanten Interaktionen mit dem Faktor Expertise, alle $p > .17$). Daher wird auch dieser Faktor in den folgenden Ergebnissen nicht berichtet.

Unsere Hypothese legt nahe, dass die Erfahrung mit Videomeetings die Wahrnehmung der Distanzen beeinflussen könnte. Daher wurden die Proband*innen gefragt, wie häufig sie wöchentlich an Videomeetings teilnehmen. Für die statistischen Analysen wurden die Proband*innen entsprechend ihren Antworten in drei Erfahrungsgruppen eingeteilt: wenig (< 1-mal pro Woche, $N = 14$), mittel (1- bis 2-mal pro Woche, $N = 15$), viel (≥ 3 -mal pro Woche, $N = 20$). Eine Person machte keine Angabe.

3.2 Videomaterial

Für unsere Untersuchung wurden fünf Workshopthemen gewählt: Antirassismus, Erste Hilfe, Nachbarschaftshilfe, Zivilcourage und Konfliktmediation im Alltag. Die Begrüßungstexte finden sich im Anhang.

Die Sprecher*innen der Begrüßungstexte waren 2 Frauen und 3 Männer, alle waren ausgebildete Sprechkünstler*innen. Für jeden Workshop sprach eine andere Person die Begrüßung. Jede Person sprach die Begrüßung 4-mal mit jeweils einer anderen Distanz zur Kamera (100 cm, 75 cm, 50 cm, 35 cm), und es wurden Aufnahmen erstellt. Die Distanzen wurden so gewählt, dass die Unterschiede deutlich sichtbar waren (siehe Abbildung 1). Jede Begrüßung dauerte ca. 2 Minuten.

Obwohl alle Sprecher*innen ausgebildete Sprechkünstler*innen sind und damit in der Lage, die vier aufgenommenen Workshopbegrüßungen sehr ähnlich zu sprechen, sind nacheinander aufgenommene Begrüßungen hinsichtlich Sprechweise und Körpersprache nie komplett identisch. Um zu überprüfen, ob diese möglichen Abweichungen zu unterschiedlichen Wahrnehmungen geführt haben könnten, wurde folgende Kontrollbedingung eingeführt: Aus der Aufnahme mit der 100-cm-Distanz wurde durch Ausschneiden eines kleineren Bildausschnittes eine 35-cm-Distanz „simuliert“ (siehe Abbildung 1). Diese diente als Kontrolldistanz (100-auf-35-cm-Distanz) und stimmte bezüglich des Bildausschnittes mit der 35-cm-Distanz überein (Kopf und Schultern sichtbar). Ein statistischer Vergleich zwischen diesen beiden Aufnahmen sollte klären, ob beide Aufnahmen bei den Proband*innen unterschiedliche Eindrücke hinterließen. Falls sich keine Unterschiede finden sollten, können wir davon ausgehen, dass die beiden Aufnahmen sprecherisch sehr ähnlich sind.

Eine alternative Möglichkeit wäre gewesen, nur eine Aufnahme mit dem Abstand von 100 cm anzufertigen und durch vier unterschiedliche Bildausschnitte die näheren Distanzen zu simulieren. Dadurch wären alle Aufnahmen sprecherisch und körpersprachlich identisch gewesen und hätten sich nur im Bildausschnitt unterschieden. Jedoch wäre die Bildästhetik im Vergleich zu Aufnahmen aus näheren Distanzen eine andere gewesen. Je näher man vor einer Kamera steht, umso stärker ist die perspektivische Verzerrung durch die Kamera. Insbesondere Augen, Nase und Lippen erscheinen dann im Verhältnis zum Rest des Bildes vergrößert (siehe Abbildung 1). Da in Videomeetings je-



doch genau diese Verzerrungen sichtbar sind, wurden für die Studie die vier Distanzen mit jeweils eigenen Videos aufgenommen.



Abb. 1 Bildausschnitte mit den verschiedenen Distanzen (100 cm, 75 cm, 50 cm, 35 cm, 100-zu-35 cm [Kontrollbedingung])

Wie in Abbildung 2 zu sehen ist, wurde jede Videoaufnahme auf einem Bildschirm gezeigt, der aussah wie ein Zoom-Meeting, also mit der entsprechenden Hintergrundfarbe, Kontrollbuttons und Fenstern anderer Workshopteilnehmer.



Abb. 2 Gesamtansicht des Bildschirms

Alle Proband*innen sahen nacheinander fünf unterschiedliche Workshopbegrüßungen, jede zu einem anderen Thema und in einer anderen Distanz (100 cm, 75 cm, 50 cm, 35 cm, 100-auf-35-cm). Die fünf Begrüßungen wurden in randomisierter Reihenfolge präsentiert. Die Kombination aus Thema und Distanz wurde über alle Proband*innen hinweg so ausbalanciert, dass jedes Workshopthema in jeder einzelnen Distanz gleich häufig gesehen wurde. Hierdurch sollten sich mögliche Effekte der Sprecher*innen oder Workshopthemen herausmitteln.

3.3 Fragebogen

Nachdem Proband*innen eine Workshopbegrüßung gesehen hatten, wurden sie zu ihrem Eindruck befragt. Hierzu sahen sie acht Fragen bzw. Aussagen auf dem Bildschirm und sollten auf einer 7-stufigen Likert-Skala angeben, inwieweit diese Aussagen zutrafen (1 = trifft gar nicht zu; 7 = trifft voll und ganz zu): (1) Ich fand, dass bei der Begrüßung Form und Inhalt gepasst haben, (2) Ich fand die Begrüßung angenehm, (3) Ich konnte dem Gesagten gut folgen, (4) Ich fühlte mich angesprochen, (5) Der/die Sprecher*in hat sich vertraut angefühlt, (6) Der/die Sprecher*in wirkte glaubwürdig, (7) Ich fand den/die Sprecher*in kompetent, (8) Der/die Sprecher*in war mir sympathisch.

Am Ende der Studie wurden persönliche Angaben abgefragt, und zwar Geschlecht, Alter, die Häufigkeit, mit der man wöchentlich an Videomeetings teilnimmt (< 1-mal, 1- bis 2-mal, 3- bis 5-mal, 5- bis 10-mal, > 10-mal), und ob die Teilnehmenden eine berufliche Qualifikation im Bereich Kommunikation, Sprecherziehung, Stimmbildung oder Ähnliches haben. Zur Kontrolle wurde außerdem gefragt, ob die Teilnehmenden eine Vermutung hätten, worum es in dieser Studie ging. Vier Proband*innen formulierten die korrekte Hypothese. Eine Auswertung der Daten ohne diese vier Proband*innen zeigte keine anderen Effekte als mit der Gesamtstichprobe. Somit werden im Folgenden die Ergebnisse aller 50 Proband*innen dargestellt.

3.4 Durchführung

Die Studie wurde als Online-Studie auf der Plattform socisurvey.de durchgeführt. Die Proband*innen wurden im Vorfeld darum gebeten, nur mit Tablet oder Rechner und nicht mit einem Handy an der Studie teil-

zunehmen. Über einen bereitgestellten Link konnten die Proband*innen die Studie in einem Browser starten.

Nach einer allgemeinen Erklärung zur Studie sahen die Teilnehmenden die erste Workshopbegrüßung. Anschließend füllten sie den oben beschriebenen Fragebogen aus, um ihren Eindruck dieser Workshopbegrüßung zu bewerten. Diesen Vorgang wiederholten sie für vier weitere Workshopbegrüßungen, jeweils gefolgt von dem entsprechenden Fragebogen. Am Ende der Studie wurden die persönlichen Angaben abgefragt (siehe „Fragebogen“) und den Proband*innen

für ihre Teilnahme gedankt. Die Teilnahme dauerte insgesamt ca. 15 Minuten.

4 Ergebnisse

Eine Übersicht über die Ergebnisse (Mittelwerte und Standardabweichungen der Antworten pro Frage und Distanz) findet sich in Tabelle 1.

Frage	Distanz				
	35 cm	50 cm	75 cm	100 cm	100 cm auf 35 cm
(1) Ich fand, dass bei der Begrüßung Form und Inhalt gepasst haben.	5.08 (1.68)	5.02 (1.53)	5.40 (1.62)	5.30 (1.58)	5.46 (1.43)
(2) Ich fand die Begrüßung angenehm.	4.92 (1.75)	4.94 (1.58)	5.28 (1.42)	5.06 (1.60)	5.36 (1.49)
(3) Ich konnte dem Gesagten gut folgen.	5.62 (1.43)	5.50 (1.40)	5.96 (1.47)	5.62 (1.50)	5.92 (1.52)
(4) Ich fühlte mich angesprochen.	4.72 (1.76)	4.96 (1.64)	5.10 (1.59)	4.88 (1.75)	5.20 (1.68)
(5) Der/die Sprecher*in hat sich vertraut angefühlt.	4.54 (1.71)	4.84 (1.75)	5.06 (1.48)	4.70 (1.89)	4.92 (1.52)
(6) Der/die Sprecher*in wirkte glaubwürdig.	5.04 (1.71)	5.16 (1.67)	5.40 (1.59)	4.92 (1.83)	5.22 (1.54)
(7) Ich fand den/die Sprecher*in kompetent.	5.14 (1.59)	5.18 (1.49)	5.36 (1.50)	4.98 (1.68)	5.22 (1.45)
(8) Der/die Sprecher*in war mir sympathisch.	4.80 (1.75)	5.12 (1.52)	5.24 (1.55)	5.06 (1.78)	5.08 (1.54)

Tab. 1

4.1 Kontrolldistanz

Wie beschrieben wurde, ist bei den beiden Distanzen 35 cm und 100-auf-35-cm derselbe Bildausschnitt zu sehen. Da es aber zwei unterschiedliche Aufnahmen sind, die sich in Sprechweise und Körpersprache leicht voneinander unterscheiden könnten, wurde statistisch geprüft, ob Proband*innen diese beiden Aufnahmen unterschiedlich empfanden.

Eine ANOVA mit dem 2-stufigen Faktor Distanz (100-auf-35-cm und 35 cm) und dem 8-stufigen Faktor Frage zeigte keinen Haupteffekt für den Faktor Distanz ($F(1, 49) = 1.74; p = .19$). Die Antworten auf die Fragen unterschieden sich signifikant ($F(7, 343) = 11.69; p < .001$). Diese Unterschiede waren jedoch unabhängig von der Distanz, was sich in einer fehlenden Interaktion zwischen Frage und Distanz widerspiegelt ($F(7,343) = .85; p = .55$).

Da die beiden Videoaufnahmen 35 cm und 100-auf-35-cm somit nicht unterschiedlich wahrgenommen wurden, kann davon ausgegangen werden, dass sich die mit unterschiedlichen Distanzen aufgenommenen Workshopbegrüßungen so stark ähneln, dass minimale Unterschiede in Sprechweise und nonverbalen Signalen vernachlässigt werden können. In der weiteren statistischen Analyse wird die Kontrolldistanz (100-auf-35-cm) daher nicht weiter berücksichtigt.

4.2 Vergleich zwischen den vier Distanzen (35 cm, 50 cm, 75 cm, 100 cm)

Die Antworten auf jede der acht Fragen (jeweils gemittelt) lagen bei allen vier Distanzen zwischen 4.70 und 5.96. Somit lagen alle Antworten signifikant über der neutralen Mitte der Likert-Skala von 3.50 (alle $p < .05$).



Das bedeutet, dass alle Distanzen in Bezug auf alle Frage Dimensionen positiv wahrgenommen wurden.

Eine ANOVA mit dem 4-stufigen Faktor Distanz (35, 50, 75, 100) und dem 8-stufigen Faktor Frage ergab keinen signifikanten Effekt für den Faktor Distanz ($F(3, 147) = .84$; $p = .48$). Der Faktor Frage zeigte einen hochsignifikanten Haupteffekt ($F(7, 343) = 13.39$; $p < .001$). Es gab keine Interaktion zwischen Distanz und Frage ($F(21, 1029) = .82$; $p = .70$). Somit führten die vier Distanzen über alle Proband*innen hinweg nicht zu unterschiedlichen Wahrnehmungen.

4.3 Erfahrung in Videomeetings

Um den Einfluss der Erfahrung mit Videomeetings zu prüfen, wurden die Proband*innen in drei Erfahrungsgruppen eingeteilt (siehe 3.1): wenig (< 1-mal pro Woche), mittel (1- bis 2-mal pro Woche), viel (≥ 3-mal pro Woche). Die Erfahrung wurde als Between-Faktor (wenig, mittel, viel) in die ANOVA mit aufgenommen.

Die 3-faktorielle ANOVA mit den Faktoren Erfahrung, Distanz und Frage ergab keinen Haupteffekt für die Erfahrung ($F(2,46) = .01$; $p = .99$). Auch die Interaktion zwischen den Faktoren Erfahrung und Frage ergab keinen signifikanten Effekt ($F(14,46) = 1.23$; $p = .21$). Signifikant wurde aber die 2-fach-Interaktion zwischen Erfahrung und Distanz ($F(6,46) = 3.94$; $p < .001$). Die 3-fach-Interaktion zwischen Erfahrung, Distanz und Frage zeigte einen Trend ($F(24,15, 46) = 1.51$; $p = .06$).

Um zu erfassen, wie die Interaktion zwischen Erfahrung und Distanz zustande kam, wird im Folgenden jede der drei Erfahrungsgruppen (wenig, mittel, viel) getrennt betrachtet. Die Mittelwerte der Antworten für die drei Gruppen in Abhängigkeit der Distanz sind in Abbildung 3 grafisch dargestellt.

4.3.1 Erfahrung: wenig (< einmal pro Woche)

Eine 2-faktorielle ANOVA ergab signifikante Haupteffekte für Distanz ($F(3,39) = 3.94$; $p < .05$) und Frage ($F(7,91) = 3.05$; $p < .01$). Die Interaktion zwischen beiden Faktoren wurde nicht signifikant ($F(6,3,82.0) = 1.43$; $p = .10$).

Um zu erkennen, welche der vier Distanzen sich von welchen unterscheiden, wurden 2-faktorielle ANOVAs berechnet, in die jeweils nur zwei Distanzen aufgenommen wurden. Die drei näheren Distanzen unterschieden sich signifikant von der 100-cm-Distanz

(100 zu 35: $F(1,13) = 6.46$; $p < .05$; 100 zu 50: $F(1,13) = 12.62$; $p < .01$; 100 zu 75: $F(1,13) = 7.33$; $p < .05$). Die drei näheren Distanzen unterschieden sich nicht voneinander (alle $p > .41$).

Insgesamt zeigt sich, dass die 100-cm-Distanz über alle Fragen hinweg höhere Werte erhielt als die anderen drei Distanzen. Proband*innen mit wenig Erfahrung in Videomeetings empfanden somit über alle Fragen hinweg die entfernteste Distanz am positivsten.

4.3.2 Erfahrung: mittel (ein- bis zweimal pro Woche)

Bei den Proband*innen mit mittlerer Erfahrung ergab die ANOVA signifikante Haupteffekte für Distanz ($F(3,42) = 3.86$; $p < .05$) und für Fragen ($F(7,98) = 7.10$; $p < .001$). Die Interaktion zwischen beiden Faktoren wurde nicht signifikant ($F(21,294) = .70$; $p = .83$).

Einzelanalysen zeigten, dass die 100-cm-Distanz über alle Fragen hinweg niedrigere Werte aufwies als die 50-cm-Distanz ($F(1,14) = 5.04$; $p < .05$) und die 75-cm-Distanz ($F(1,15) = 13.79$; $p < .01$). Der Unterschied zur 35-cm-Distanz wurde nicht signifikant ($F(1,14) = 2.54$; $p = .13$). Alle anderen Distanzen unterschieden sich nicht voneinander (alle $p > .11$).

Proband*innen mit mittlerer Videomeeting-Erfahrung empfanden somit die 100-cm-Distanz über alle Fragen hinweg am wenigsten positiv. Am positivsten wurden die mittleren Distanzen 50 cm und 75 cm empfunden.

4.3.3 Erfahrung: viel (≥ dreimal pro Woche)

Bei den erfahrenen Proband*innen ergab die ANOVA lediglich einen signifikanten Effekt für den Faktor Frage ($F(3,8,72.7) = 6.37$; $p < .001$). Weder der Faktor Distanz ($F(3,57) = 1.09$; $p = .36$) noch die Interaktion zwischen Distanz und Frage ($F(8,3,147.1) = 1.67$; $p = .11$) zeigten signifikante Effekte.

Die Proband*innen mit viel Erfahrung in Videomeetings empfanden somit alle Distanzen gleich.

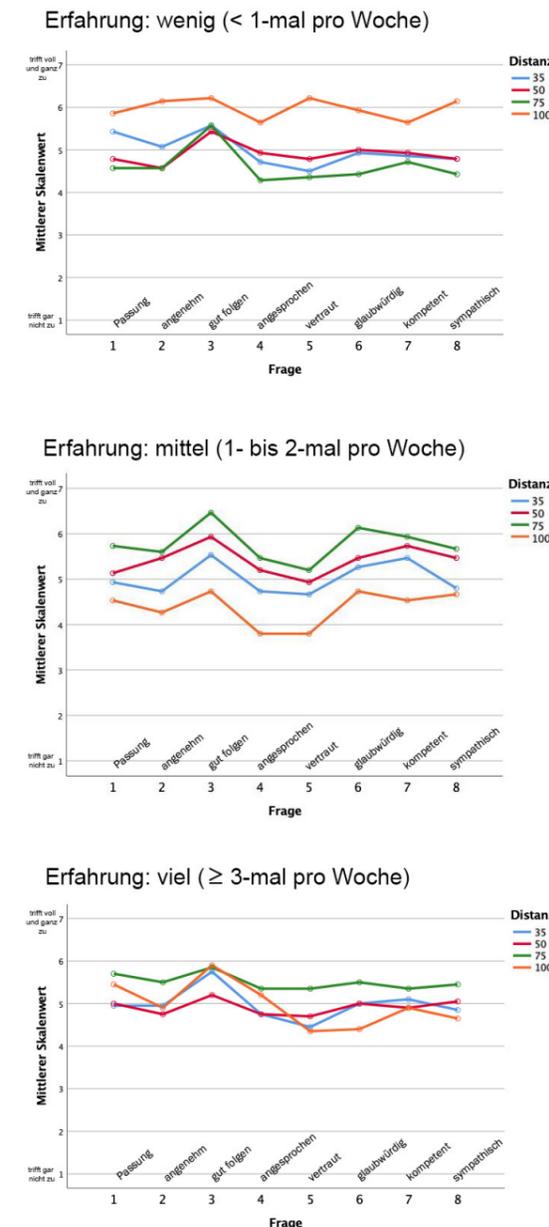


Abb. 3 Mittelwerte der Antworten (Skala 1–7) in Abhängigkeit der Distanz (35 cm, 50 cm, 75 cm, 100 cm), getrennt dargestellt für die drei Erfahrungsgruppen (wenig, mittel, viel Erfahrung mit Videomeetings). Fragen: (1) Ich fand, dass bei der Begrüßung Form und Inhalt gepasst haben, (2) Ich fand die Begrüßung angenehm, (3) Ich konnte dem Gesagten gut folgen, (4) Ich fühlte mich angesprochen, (5) Der/die Sprecher*in hat sich vertraut angefühlt, (6) Der/die Sprecher*in wirkte glaubwürdig, (7) Ich fand den/die Sprecher*in kompetent, (8) Der/die Sprecher*in war mir sympathisch.

5 Diskussion

Betrachtet man alle Proband*innen als Gesamtgruppe, so fanden wir keine Unterschiede zwischen den vier verschiedenen Distanzen zum Bildschirm. Ein genauerer Blick zeigt jedoch, dass unsere Erfahrung mit Videomeetings darüber entscheidet, wie wir Distanzen zum Bildschirm wahrnehmen.

Menschen mit wenig Erfahrung in Videomeetings bevorzugen die entferntere Distanz (100 cm). Hier sieht man die Person mit vollständigem Oberkörper. Dieser Bildausschnitt entspricht dem, was wir aus dem traditionellen Medium Fernsehen kennen. So sehen wir z. B. auch in der Tagesschau die Sprecher*innen mit dem gesamten Oberkörper. Nähere Distanzen sind für wenig Erfahrene möglicherweise weniger gewohnt und werden deshalb als weniger positiv empfunden.

Menschen mit mittlerer Erfahrung bevorzugen die mittleren Distanzen 50 cm und 75 cm. Es ist anzunehmen, dass diese Distanzen in Videomeetings am häufigsten vorkommen und wir sie am meisten gewohnt sind. Die entfernte Distanz (100 cm) kommt in Videomeetings selten vor und wird vermutlich deshalb weniger positiv empfunden. Die sehr nahe Distanz mit 35 cm wird womöglich als zu nah erlebt, wenngleich sie numerisch dennoch besser abschneidet als die 100-cm-Distanz.

Für Menschen mit viel Erfahrung scheint die Distanz irrelevant zu sein. Möglicherweise sind diese Menschen durch zahlreiche Videomeetings so viele verschiedene Bildausschnitte gewohnt, dass die Distanz nicht mehr ins Gewicht fällt. Diese Interpretation passt zu dem Befund, dass sich Menschen an die spezielle Kommunikationssituation in Videokonferenzen gewöhnen und ihre Kommunikation anpassen (Braun, 2004).

Unsere Befunde sprechen dafür, dass die Wahrnehmung von Distanzen durch individuelle Erfahrungen mit spezifischen Kommunikationssituationen beeinflusst ist.

Zwei weitere Ergebnisse sind bemerkenswert. Erstens lagen alle Antworten im Mittel signifikant über dem neutralen Mittelwert. Das bedeutet, dass alle von uns gemessenen Distanzen insgesamt positiv erlebt werden. Es gibt keine Distanz, die als unangenehm empfunden wird. Man kann in Videomeetings mit der Distanz zum Bildschirm also im Grunde nichts falsch machen. Dennoch kann man den Abstand optimieren.



Zweitens zeigte sich in unserer Studie an keiner Stelle eine Interaktion zwischen Distanzen und Fragen. Die Distanz hat also einen generellen Effekt auf die Wahrnehmung und führt grundsätzlich zu mehr oder weniger positiven Antworten, sie wirkt aber nicht selektiv auf die einzelnen abgefragten Wahrnehmungsdimensionen wie Vertrautheit, Glaubwürdigkeit, Kompetenz, Sympathie usw. Möchte man in einem Videomeeting also den passenden Bildschirmabstand wählen, so braucht man nicht darüber nachzudenken, welche Wahrnehmungsdimension einem in einem spezifischen Setting besonders wichtig erscheint. Alle Wahrnehmungsdimensionen hängen in gleicher Weise mit der Distanz zusammen.

Unsere Befunde legen nahe, dass es auch in Videomeetings verschiedene proxemische Zonen gibt, die von Menschen unterschiedlich wahrgenommen werden (vgl. Hall, 1966). Menschen, die in Videomeetings unerfahren sind, bevorzugen eine größere Distanz (bei uns 100 cm). Diese ist vermutlich ein Online-Äquivalent für die öffentliche Zone und wird von den unerfahreneren Menschen als angemessen für ein Workshop-Setting empfunden. Die 35-cm-Distanz liegt in der intimen Zone und wird von Menschen mit wenig bis mittlerer Erfahrung als weniger angenehm empfunden als die entfernteren Distanzen. Für Menschen mit mittlerer Erfahrung ist jedoch auch die 100-cm-Distanz weniger positiv. Sie stellt für sie möglicherweise eine zu große Distanz für ein Online-Workshop-Setting dar, weil sie in Videomeetings nähere Distanzen gewohnt sind. Menschen, die sehr viel Erfahrung mit Videomeetings haben, sind möglicherweise verschiedenste Distanzen gewohnt und nehmen Unterschiede gar nicht mehr wahr oder bewerten Unterschiede zumindest als irrelevant für das Meeting.

Wenn die in dieser Studie realisierten Distanzen tatsächlich Online-Äquivalente für die proxemischen Zonen von Hall sind, dann bedeutet das, dass die proxemischen Zonen in Online-Settings näher herangerückt sind als in realen Face-to-Face-Situationen. Ein solches Heranrücken ist plausibel, wenn man bedenkt, dass hinter der Bildschirmübertragung eine große räumliche Distanz vorhanden ist. Eine nähere Bildschirmdistanz könnte daher immer noch als entfernter wahrgenommen werden, als wenn einem der Kommunikationspartner tatsächlich gegenüberübersäße.

Es stellt sich die Frage, inwieweit die Ergebnisse allgemeine Gültigkeit haben. Die Teilnehmenden wurden über verschiedene Kanäle auf unsere Studie aufmerksam gemacht (Mailinglisten, Facebook). Tat-

sächlich ist es gelungen, Menschen aus verschiedenen Altersgruppen zu finden. Jedoch wurden über unsere Mailinglisten überdurchschnittlich viele Teilnehmende gewonnen, die eine fachliche Expertise im Bereich Kommunikation aufwiesen. Die Analysen zeigten, dass diese Expertise keinen Einfluss auf die Wahrnehmung der Distanzen hatte und die Ergebnisse somit auch für Menschen ohne diese Expertise gelten.

Zudem wählten wir für unsere Studie das Setting von Online-Workshops. Da die Teilnehmenden von diesen Workshops nur die Begrüßungssequenzen sahen, in denen sie sich als Zuschauende in einer passiven Rolle befanden, bleibt die Frage offen, wie Distanzen von aktiv Teilnehmenden wahrgenommen werden. Unsere Daten haben gezeigt, dass die Erfahrung, die Menschen mit Videomeetings haben, eine entscheidende Rolle spielt. Bei weiteren Untersuchungen sollte dieser Faktor also immer mit untersucht werden.

6 Fazit

Aus den Ergebnissen lässt sich ableiten, dass in Videomeetings eine Distanz von 50 bis 75 cm zum Bildschirm von Vorteil ist. Menschen, die selten mit Videomeetings zu tun haben, scheinen zwar eine weiter entfernte Distanz zu bevorzugen, aber es ist davon auszugehen, dass die Gruppe der Unerfahrenen zunehmend kleiner wird, da immer mehr Menschen mit Videomeetings konfrontiert werden. Außerdem sind die mittleren Distanzen auch für Unerfahrene nicht unangenehm und die Menschen scheinen sich schnell an spezielle Kommunikationssituationen gewöhnen zu können. Für Menschen mit viel Erfahrung spielt die Distanz keine Rolle. Menschen jedoch, die nur mit einer mittleren Häufigkeit mit Videomeetings zu tun haben, sind mit mittleren Distanzen durchaus besser zu erreichen. Das Setting scheint hier am passendsten und am angenehmsten: dem Gesagten kann am besten gefolgt werden, die Zuhörenden fühlen sich am stärksten angesprochen, und der Sprecherin/dem Sprecher wird mehr Vertrautheit, Glaubwürdigkeit, Kompetenz und Sympathie zugesprochen.



Literatur

- Ahmadpour, N., Lindgaard, G., Robert, J. M., and Pownall, B. (2014). The thematic structure of passenger comfort experience and its relationship to the context features in the aircraft cabin. *Ergonomics*, 57(6), 801–815.
- Bailenson, J. N., Blascovich, J., Beall, A. C., Loomis, J. M. (2001) Equilibrium theory revisited: Mutual gaze and personal space in virtual environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 10(6), 583–598. <https://doi.org/10.1162/105474601753272844>
- Bailenson, J. N., Blascovich, J., Beall, A. C., Loomis, J. M. (2003). Interpersonal distance in immersive virtual environments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(7), 819–833. <https://doi.org/10.1177/0146167203029007002>
- Bogdanova, O. V., Bogdanov, V. B., Miller, L. E., & Hady-Bouziane, F. (2022). Simulated proximity enhances perceptual and physiological responses to emotional facial expressions. *Scientific Reports*, 12(109). <https://doi.org/10.1038/s41598-021-03587-z>
- Bradner, E., & Mark, G. (2002). Why distance matters: Effects on cooperation, persuasion and deception. *Proceedings of the 2002 ACM, Conference on computer supported cooperative work (CSCW)*, 226–235.
- Braun, S. (2004). *Kommunikation unter widrigen Umständen? Fallstudien zu einsprachigen und gedolmetschten Videokonferenzen*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Broszinsky-Schwabe, E. (2011). *Interkulturelle Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92764-0_7
- Detenber, B. H., & Reeves, B. (1996). A bio-informational theory of emotion: Motion and image size effects on viewers. *Journal of Communication*, 46(3), 66–84. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01489.x>
- Ellis, M. E. (1992). Perceived proxemic distance and instructional videoconferencing: Impact on student performance and attitude. *In Annual Meeting of the International Communication Association*, 1–25.
- Fauville, G., Queiroz, A. C. M., Luo, M., Hancock, J., & Bailenson, J. N. (2022). Impression formation from video conference screenshots: The role of gaze, camera distance, and angle. *Technology, Mind and Behavior*, 3(1). <https://doi.org/10.1037/tmb0000055>
- Gerhardsson, A., Högman, L., & Fischer, H. (2015). Viewing distance matter to perceived intensity of facial expressions. *Frontiers in Psychology*, 6, Article 944. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00944>
- Gomboc-Turyan, J. & Tourtellotte, S. (2010). Edward T. Hall and proxemics. *The Proceedings of the Laurel Highlands Communications Conference, annual 2010*, 130+. *Gale Academic OneFile*, link.gale.com/apps/doc/A247338951/AONE?u=anon~cc2e941a&sid=googleScholar&xid=68c7d24f. [letzter Abruf: 20.04.2024]
- Grayson, D. M. (2000). *The role of perceived proximity in video-mediated communication*. PhD thesis, University of Glasgow. <https://theses.gla.ac.uk/2770/1/2000graysonphd.pdf> [letzter Abruf: 15.04.2024]
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. New York: Doubleday.
- Hall, E. T. (1968). Proxemics. *Current Anthropology*, 9(2/3), 83–108.
- Heilmann, C. M. (2011). *Körpersprache richtig verstehen und einsetzen*. 2., durchgesehene Auflage. München.
- Kim, I., & Sung, J. (2024). New proxemics in new space: proxemics in VR. *Virtual Reality* 28, 85. <https://doi.org/10.1007/s10055-024-00982-5>
- McDonald, C. (2020). Pandemic-Informed Proxemics: Working Environment Shifts Resulting from COVID-19. *Available at SSRN 3847684*.
- Nguyen, D. T., & Canny, J. (2009). More than face-to-face: empathy effects of video framing. *In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 423–432.
- Patterson, M. L., & Sechrest, L. B. (1970). Interpersonal distance and impression formation. *Journal of Personality*, 38(2), 161–166. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1970.tb00001.x>
- Probst, P., Rothe, S., & Hussmann, H. (2021). Camera distances and shot sizes in cinematic virtual reality. *Association for Computing Machinery*, 178–186.
- Remland, M. S., Jones, T. S. & Brinkman, H. Proxemic and haptic behavior in three European countries. *J Nonverbal Behav* 15, 215–232 (1991). <https://doi.org/10.1007/BF00986923>
- Sheikh, A., Brown, A., Watson, Z., & Evans, M. (2016). Directing attention in 360-degree video. *IBC 2016 Conference, Institution of Engineering and Technology*.
- Wilcox, L., M., Elfassy, S., Grelik, C., & Allison, R. S., (2006). Personal space in virtual reality. *ACM Transactions on Applied Perception* 3(4), 412–428.



Anhang

Begrüßungstexte der fünf Workshops

Workshop Antirassismus

Hallo, alle zusammen. Ich heiße Michael Moser und begrüße Sie ganz herzlich zu diesem Online-Workshop mit dem Thema „Antirassismus – Wie gehe ich konstruktiv, aber bestimmt, mit alltagsrassistischen Situationen um?“. Immer wieder werden wir Zeuge von rassistischen Situationen im Alltag. Es sind die abwertenden Blicke im Bus, die rassistischen Rufe im Stadion oder die Zurückweisung an der Discotür. Die mit zweierlei Maß messenden Ausbilder, die Rassismus-un-sensiblen Kolleginnen und Kollegen oder die rassistischen Darstellungen in Büchern, Zeitungen und Filmen. Vermeintliche Komplimente wie „Du sprichst aber gut Deutsch“ oder lobend gemeinte Verallgemeinerungen wie „asiatische Schüler sind immer so fleißig“ sind omnipräsent. Diese reproduzieren, wenn auch nicht in böser Absicht, rassistische Klischees. Viele von Ihnen fragen sich, wenn sie solche Szenen beobachten oder gar in Situationen, in denen sie selbst betroffen sind: „Soll ich das ansprechen, und wenn ja, wie?“. Wir werden in den nächsten drei Stunden Techniken beleuchten und ausprobieren, um im ersten Schritt Alltagsrassismus zu identifizieren und im zweiten Schritt höflich, aber bestimmt, zu intervenieren und sich respektvoll abzugrenzen. Der dritte Lernschritt wird die gewaltfreie und deeskalierende Kommunikation beleuchten, die bei Meinungsverschiedenheiten grundsätzlich hilfreich sein kann. Gerade bei diesem wahnsinnig polarisierenden Thema können wir diese Techniken zur Grundausstattung unseres kommunikativen Strategiepools zählen. Und nun wollen wir auch direkt anfangen und schauen uns einmal gemeinsam ein paar Alltagsbeispiele an.

Workshop Erste Hilfe

Hallo. Herzlich willkommen. Mein Name ist Lisa Fischer. Schön, dass ihr dabei seid und euch zu diesem Online-Seminar angemeldet habt: „Ersthelfer sein, aber wie?“. Keine Frage, würden wir in die Situation kommen, dass vor unseren Augen ein Mensch erstickt, einen Infarkt erleidet, stürzt oder einen Unfall baut – wir würden helfen wollen. WÜRDEN, denn: „Äh, ich glaub', ich kann das gar nicht.“ „Mund-zu-Mund-Beatmung mach ich aber nicht.“ Oder: „Was, wenn ich es verschlimmere?“ Ein Gefühl der Hilflosigkeit oder

Überforderung ist sehr wahrscheinlich. Den letzten Erste-Hilfe-Kurs haben die meisten wahrscheinlich kurz vorm Führerschein machen müssen. Und die Übung, wie ich jemanden aus einem Auto, hinter einem aufgeplatzten Airbag, greife, hat bestimmt hauptsächlich den Wunsch ausgelöst, bitte niemals in so eine Situation zu kommen. Zur Ersten Hilfe gehört aber so viel mehr. Der Vater schneidet sich beim Zwiebeln schneiden tief in die Hand, die Schwester verschluckt sich am Brötchen und droht zu ersticken, oder die Oma greift sich ans Herz und sinkt zu Boden. In diesen Situationen wollen wir nicht hilflos sein, sondern handeln können. Hier ist sehr schnelles Handeln gefragt, und kein komplexes. Das, was in Serien und Filmen immer wie Heldenarbeit aussieht, besteht praktisch aus konkreten Abläufen, Positionen und Griffen. Welche? In diesem Seminar lernt ihr, Notfallsituationen zu erkennen, die Gefahr einzuschätzen und die richtigen Maßnahmen zu ergreifen. Themen sind unter anderem Bewusstseins-, Atem- und Kreislaufstörungen, Herz-Lungen-Wiederbelebung, Wunden, Knochenbrüche, Verbrennungen und Verletzungen. Legen wir los, damit ihr, wenn Ersthilfe gefragt ist, euch nicht hilflos fühlen müsst, sondern sagen könnt: „Okay, ich weiß, was jetzt zu tun ist.“

Workshop Nachbarschaftshilfe

Hallo, alle zusammen. Ich heiße Thomas Schmidt und darf Sie herzlich begrüßen zu dieser Online-Veranstaltung mit dem Titel „Gelingene Nachbarschaftshilfe – wie kann die Bildung einer solidarischen Kleingemeinschaft gut gelingen?“. Immer wieder kommen wir in die „kleinen Nöte des Lebens“: Wir backen einen Kuchen und brauchen noch ein Ei. Wir hätten gerne Gesellschaft, wollen aber nicht mehr groß ausgehen. Wir wollen ein Regal aufbauen und brauchen dringend noch das richtige Werkzeug. In diesen kleinen Nöten des Lebens merken wir immer wieder, wie schön und hilfreich unser nahes Umfeld ist. Der kurze Weg über den Flur zu einem Nachbarn, der einem zu dem fehlenden Ei noch ein nettes Lächeln und eine Plauderei liefert, gibt einem das Gefühl von Heimat über unsere vier Wände hinaus. Oft genug kommen wir auch in die „großen Nöte des Lebens“: Wir werden älter und brauchen Hilfe, etwa beim Hinauftragen schwerer Einkäufe. Wir brauchen dringend eine vertrauensvolle Obhut für unsere Kinder oder die Haustiere, weil wir unbedingt noch einmal auf die Arbeit müssen. Oder wir wünschen uns innig, ein leidenschaftliches Hobby mit anderen verbundenen Menschen zu teilen. Ge-

rade das Thema des Alterns ist eines, das jeder von Ihnen am eigenen Leibe erfahren hat oder zumindest im nahen Umfeld der Eltern/Großeltern kennt. „Was mache ich bloß mit meinen Eltern?“, fragen sich vielleicht sogar einige von Ihnen. „Ich kann nicht jeden Tag nach Ihnen sehen, und ein gutes Heim, wo Sie wirklich umsorgt sind, das ist einfach zu teuer.“ Für viele Menschen sind diese Sorgen alltägliche Realität. Und auch wenn das nicht Ihre Lebensrealität widerspiegelt, so merkt man mit den Jahren doch zumindest, dass man nach einem feuchtfröhlichen Abend froh um einen Tag auf der Couch und die unbegrenzte Welt der Suppenlieferdienste ist. Heute will ich Ihnen zeigen, in welchen Schritten man eine Community aufbaut, die aktive Nachbarschaftshilfe leistet und in den kleinen und großen Nöten des Lebens unabhängiger macht, durch ein Miteinander, durch gemeinsame Teilhabe, und in einer Art und Weise, in der jeder – ob jung oder alt – davon profitieren kann.

Workshop Zivilcourage

Hallo und herzlich willkommen zum Online-Seminar „Zivilcourage im 21. Jahrhundert“. Ich heiße Anton Schneider und ich freue mich auf einen interessanten Tag mit Ihnen. Ich möchte, dass Sie sich eine Szene vorstellen: Sie sind in der Großstadt, in der U-Bahn. Es ist spät, nur vier andere Personen im gleichen Wagon. Der Zug hält an der nächsten Haltestelle, und eine Gruppe betrunkenen Männer steigt ein. Die Männer setzen sich direkt neben ein einzelnes Mädchen und beginnen, es anzumachen. Einer der Männer berührt das Mädchen, ein anderer beginnt es zu schubsen. Das Mädchen bittet die Männer, aufzuhören, aber sie machen weiter. Die anderen Passagiere wenden sich ab, zu feige, sich der Situation zu stellen. Sie werden in zwei weiteren Haltestellen aussteigen und stehen vor einem Dilemma: Wenden Sie sich ab und tun so, als ob nichts passiert? Oder stellen Sie sich den Männern und riskieren, selbst verletzt zu werden? Fragen Sie sich jetzt: Wie würde ich in dieser Situation reagieren? Wäre ich mutig genug? Würde ich einen kühlen Kopf bewahren? Wüsste ich überhaupt, was ich sagen soll? Vielleicht würde die kleine Stimme in Ihrem Kopf sagen: „Sie kann sicherlich auf sich selbst aufpassen.“ „Ich muss sowieso in zwei Stopps aussteigen.“ „Es wird es nur noch schlimmer machen, wenn ich mich einmische.“ Mut bedeutet, etwas zu tun, obwohl man Angst hat. Zivilcourage bedeutet, zu sagen: „Ich bin Teil der Gesellschaft.“ Obwohl Szenen wie diese fiktiv scheinen, passieren sie jeden Tag in vielen Städten der Welt. Die

meisten von uns sind irgendwann mit ähnlichen Situationen konfrontiert worden, und wenn wir ehrlich sind, haben sich die meisten von uns mindestens einmal abgewendet. Die Welt wird immer anonym. Die Welt wird immer egoistischer. Deshalb ist es umso wichtiger, dass Leute wie Sie und ich aufstehen und gezählt werden. Und jetzt hoffe ich, dass Sie eine Tasse Tee oder Kaffee in der Hand haben, dass Sie bequem sitzen. Wir legen los.

Workshop Konfliktmediation im Alltag

Hallo, alle zusammen. Ich heiße Maya Schuster und begrüße Sie sehr herzlich und freue mich, dass Sie sich zu diesem Online-Workshop „Konfliktmediation im Alltag und Umgang mit Menschen in Krisen“ angemeldet haben. Jeder von uns war schon in einer Situation, in der er selbst in großer Not war. Ob es die Trennung ist, die wir nicht haben kommen sehen, der Tod eines nahen Familienangehörigen oder die Absage eines Traumjobs, die unseren Lebensplan in Schutt und Asche legt. In solchen Situationen sind wir dankbar um Menschen, die uns zurück auf den Boden holen und die uns die schönen Dinge des Lebens aufzeigen, die wir im Angesicht großer Not so häufig vergessen. Oft genug überkommt uns aber eine Notlage, ohne dass unsere Nächsten zugegen sind. In diesen Situationen kann ein Lächeln, die richtige Frage, etwas Zuwendung unfassbar heilsam sein. Stellen Sie sich vor, in der Bahn bekommen Sie das Telefonat eines Fremden mit. Er ist am Boden zerstört, erlebt einen Breakdown und fasst vielleicht sogar in Worte, dass er keine Perspektive mehr sieht und er das Lebenswerte am Leben nicht mehr erkennen kann. In diesem Augenblick wissen Sie vielleicht nicht, wie Sie handeln sollen. Sie wenden sich vielleicht ab, überfordert davon, nicht zu wissen, wie man adäquat reagiert. Was passiert, wenn dieser Mensch die Bahn verlässt, tut er sich vielleicht etwas an? Hat er jetzt Menschen, die ihn auffangen können? Diese und andere Fragen schießen Ihnen durch den Kopf, und die Situation lässt Sie eine Weile lang nicht mehr los. In diesem Workshop lernen wir, wie man in Situationen wie dieser adäquat eingreift, wie man Hilfestellung gibt und wie man über positives Framing in für andere aussichtslosen Situationen lebenswerte Perspektive aufzeigt.



Vita

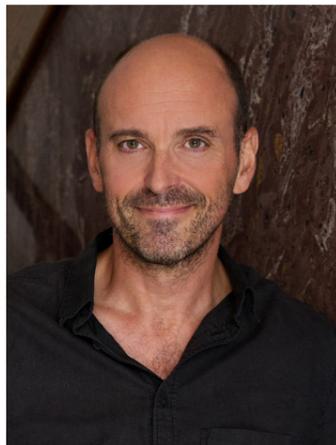


© Kerstin H. Kipp

Kerstin H. Kipp

Kerstin H. Kipp ist Professorin für Angewandte Rhetorik und Sprechwissenschaft an der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart. Seit 2021 leitet sie das Institut für Sprechkunst und Kommunikationspädagogik. Zuvor war sie Wissenschaftliche Leiterin des ZNL TransferZentrum für Neurowissenschaften und Lernen in Ulm. Sie studierte Sprechwissenschaft und Sprecherziehung sowie Psychologie an der Universität des Saarlandes und an der University of Aberdeen. In der Psychologie promovierte sie 2003 mit summa cum laude und erlangte 2011 ihre Habilitation.

Arbeitsort: Stuttgart
E-Mail: kerstin.kipp@hmdk-stuttgart.de
Postanschrift: Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst, Urbanstraße 25, 70182 Stuttgart
Tel: +49 711 212 4635



Orlando Schenk © Hannes Keller

Orlando Schenk

Orlando Schenk M.A. Sprecherzieher (DGSS) erhielt zunächst an der Universität von Durham (U.K.) seinen Bachelor in Geschichte und Musik, bevor er an der Guildhall School of Music & Drama in London Gesang studierte. Sein Masterstudium in Sprechwissenschaft und Sprecherziehung absolvierte er an der Universität Regensburg. Er ist zudem qualifizierter Sprecherzieher und Heilpraktiker für Psychotherapie, und künstlerischer/pädagogischer Sprecher bei der Akademie für gesprochenes Wort in Stuttgart. Als Opernsänger hat er unter anderem mit Peter Brook, Claudio Abbado, Daniel Harding und Mark Elder gearbeitet, in Aix-en-Provence, Tokyo, New York, San Diego, Chicago, London, Milan. Als Darsteller war er zu sehen auf BBC, Sky Arts, und auch in Werbespots in Deutschland für z.B. Obi, Volvo und Bayer.

Arbeitsort: Stuttgart
Postanschrift: Akademie für gesprochenes Wort – Uta Kutter Stiftung
Haußmannstraße 22, 70188 Stuttgart



Ramon Schmid © Hannes Keller

Ramon Schmid

Ramon Schmid ist Kommunikationstrainer, Sprecher, Autor und Musiker. Seit 2012 gibt er Trainings im Bereich kreatives Schreiben, Poetry Slam und „Human Beatbox“. Ramon Schmid hält Schulungen im Bereich der Kommunikation und Rhetorik und begleitet Veränderungsprozesse in Betrieben, Vereinen und Organisationen. Mit abendfüllenden Programmen bespielt Ramon Schmid die Bühnen der Republik, stets mit dem Anspruch verschiedene Künste zu vereinen und die Grenzen der Sparten zu sprengen. Dabei verbindet er Text und Ton, fremde und selbst geschriebene Texte, Theater und Sprechkunst. Ramon Schmid studierte an der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Stuttgart Sprechkunst und Sprecherziehung (B.A.) sowie Angewandte Rhetorik (M.A.).

Arbeitsort: Stuttgart
Postanschrift: Akademie für gesprochenes Wort – Uta Kutter Stiftung
Haußmannstraße 22, 70188 Stuttgart



Jule Hölzgen © Hannes Keller

Jule Hölzgen

Jule Hölzgen ist Sprechkünstlerin, Kommunikationstrainerin und Dozentin für Sprechen. Sie ist in Sprechperformances und szenischen Lesungen auf der Bühne zu erleben, moderiert Veranstaltungen, gibt sowohl in der freien Wirtschaft als auch im sozialen Sektor Seminare und Einzeltrainings rund um die Themen Rhetorik und Kommunikation und unterrichtet das Fach Sprechen an der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart. An dieser absolvierte sie ihren Bachelor im Fach Sprechkunst und Kommunikationspädagogik und ihren Master im Fach Sprechkunst.

Arbeitsort: Stuttgart
Postanschrift: Akademie für gesprochenes Wort – Uta Kutter Stiftung
Haußmannstraße 22, 70188 Stuttgart

Kontakt

„Sprechen & Kommunikation – Zeitschrift für Sprechwissenschaft“ wird herausgegeben von der Deutschen Gesellschaft für Sprechwissenschaft und Sprecherziehung e. V.

www.dgss.de
Erschienen am: 18.10.2024

