

Tekst 3

Du bist, was du sagst

An der Art, wie ein Mensch spricht, zeigen sich nicht nur Herkunft und Bildungsgrad, sondern auch Lebenseinstellung und Persönlichkeit

(1) „Achte auf deine Gedanken, denn sie werden Worte. Achte auf deine Worte, denn sie werden Taten.“ Sagt der Talmud. „Achte auf deine Worte“ -
5 diese Mahnung erhält, im Lichte neuer sprachpsychologischer Forschung betrachtet, besondere Brisanz: Jedes scheinbar neutrale Wort hat nämlich neben seiner sachlichen Bedeutung
10 auch eine emotionale Aufladung, vermittelt ein Gefühl, das unfreiwillig mittransportiert wird und Sprecher und Zuhörer emotional beeinflusst. In einer umfangreichen Studie des Sozial-
15 psychologen Tobias Schröder von der Humboldt Universität in Berlin wurde deutlich, dass Menschen ganz genau angeben können, wie positiv oder negativ ein Wort auf sie wirkt, wie mächtig oder schwach, wie passiv oder aktiv es ist.

(2) Schröder ließ 2000 Versuchspersonen über 1500 Wörter beurteilen und fasste die Ergebnisse in einem
25 digitalisierten Lexikon der gefühlten Sprache zusammen. Ob „Manager“, „Metzger“ oder „Mutter“ - jeder Begriff hatte einen exakten emotionalen Wert, der seit den 1950er Jahren innerhalb
30 der deutschen Sprache weitgehend gleich geblieben ist. Ähnliche Studien des Soziologieprofessors David Heise von der Universität Indiana mit Datensätzen aus den USA, Japan, China und
35 Polen zeigen, dass die exakten emotionalen Wortbedeutungen auch in anderen Kulturen existieren - und über Jahrzehnte weitgehend gleich geblieben sind.

(3) Unterschiede ergeben sich erst, wenn man die emotionalen Wortbedeutungen zwischen den Kulturen vergleicht. Das tat Schröder in
40 Zusammenarbeit mit dem Soziologen Andreas Schneider von der Texas Tech University. Die Wissenschaftler speisten die verschiedenen Datensätze in ein Computerprogramm ein und stellten im Vergleich starke kulturelle
45 Unterschiede fest. So wurden beispielsweise Wörter wie „Manager“, „Geistlicher“ oder „Präsident“ in den USA als sehr positiv und mächtig beurteilt, in Deutschland hielt man diese Begriffe
50 für weniger machtvoll - und für viel weniger positiv. Mithilfe der digitalisierten Daten konnten Schröder und Schneider ermitteln, dass das Wort
55 „Manager“ in Deutschland emotional mit den Werten des Wortes „Metzger“ beinahe vollständig übereinstimmt: ziemlich dynamisch, ziemlich mächtig und ziemlich negativ. „In den USA sind
60 Autoritäten emotional sehr positiv besetzt, man räumt ihnen gerne die Macht ein und zeigt Respekt. In Deutschland ist man da eher skeptisch“, erklärt Schröder das Ergebnis. Weitere eklatante Unterschiede zeigten
65 sich beim Wort „Gott“, das für die Amerikaner die positivste Bedeutung überhaupt hatte. Für Deutsche waren die positivsten Wörter solche, die mit Familie zu tun hatten. „Mutter“,
70 „Vater“, „Bruder“ und „Schwester“ lösten stärkere positive Gefühle aus als der Begriff „Gott“. Ein dritter wichtiger Unterschied bezog sich auf sexuelle
75 Begriffe wie „leidenschaftlich“, „Jung-

80 frau“ oder „Geliebte“. In den USA
wurden sie als mächtig erlebt, mischten
sich mit unguuten Gefühlen, wurden mit
Aggression und Gewalt assoziiert. In
Deutschland bewertete man Wörter mit
85 sexueller Bedeutung eher positiv,
gleichzeitig waren sie emotional nicht
so stark aufgeladen. Das lasse darauf
schließen, so Schröder, dass in Amerika
sexuelle Themen stärker tabuisiert
90 seien. Deshalb produzierten sie mehr
Aufregung bei Zuhörern und
Sprechern. Alle diese Unterschiede
spiegeln verschiedene 6 wider. Sie
zeigen auch, wie sehr die Wahl der
95 Wörter das Gesprächsklima in der
interkulturellen Kommunikation
beeinflussen kann.
(4) In der Sprachpsychologie streitet
man sich bis heute, ob es nun die
100 Sprache ist, die Gefühle und Persön-
lichkeit beeinflusst, oder ob es
umgekehrt eine bestimmte Persönlich-
keit ist, die durch ihre Art, zu denken
und zu fühlen, eine besondere Art der
105 Sprache produziert. „Natürlich laufen
Prozesse zwischen Sprache und Per-
sönlichkeit immer in beide Richtungen
ab“, sagt Franziska Schubert, Kommu-
nikationspsychologin von der Universi-
110 tät Dresden. Dennoch geht Schubert in
ihren Studien davon aus, dass sich
verschiedene Persönlichkeitsstile in der
Sprache niederschlagen. In einer
Studie ließ Schubert 45 Personen ein
115 stressiges Vorstellungsgespräch
absolvieren, über das sie später einen
Aufsatz schrieben. In den Texten zeigte
sich ein deutlicher Unterschied

120 zwischen Menschen, die im Persönlich-
keitstest als ganzheitlich und kreativ
denkend eingestuft wurden, und
solchen, die eher analytisch-logisch
denken: Ganzheitlich orientierte
Personen benutzten zur Beschreibung
125 des stressigen Interviews eine blumige,
weitschweifige, metaphernhaltige
Sprache, während analytische Denker
eher präzise und faktenreich formu-
lierten. Außerdem sprachen sie
130 dogmatischer, benutzten häufiger
Wörter wie „absolut“, „auf jeden Fall“
oder „mit Sicherheit“. Diese Unter-
schiede zeigten sich übrigens beson-
ders deutlich, wenn die Versuchs-
135 personen unter Stress standen. In einer
entspannten zweiten Versuchsbe-
dingung unterschieden sich die beiden
Persönlichkeitstypen kaum noch in
ihrem Sprachstil.
140 **(5)** Dieses Ergebnis legt zum einen
nahe, dass sich die Persönlichkeit vor
allem dann im Sprachstil spiegelt,
wenn Menschen aufgeregt sind und
unter Stress stehen. Für Franziska
145 Schubert hat das Ergebnis aber auch
ganz praktische Konsequenzen: „Wir
sollten stärker darauf hören, ob unser
Gegenüber analytisch oder ganzheitlich
orientiert spricht, und uns dann
150 sprachlich darauf einstellen.“ Nur so,
findet die Psychologin, könne man eine
gelungene Kommunikation zwischen
unterschiedlich denkenden Persön-
lichkeiten, beispielsweise einem analy-
155 tischen Techniker und einem blumig
sprechenden Künstler, sicherstellen.

Psychologie Heute

Tekst 3 Du bist, was du sagst

- 1p 3 Welche Aussage über den Gefühlswert von Wörtern im Deutschen entspricht den ersten beiden Absätzen?
- A Er hängt von dem Kontext ab, in dem ein Sprecher sie gebraucht.
 - B Er lässt sich nicht immer eindeutig bestimmen.
 - C Er liegt relativ fest und ist nicht personengebunden.
 - D Er unterliegt im Laufe der Zeit erheblichen Schwankungen.
- “starke kulturelle Unterschiede” (regel 49-50)
- 1p 4 In welche zin in het vervolg van de tekst staat verwoord waarom het belangrijk is om zich hiervan bewust te zijn?
Citeer de eerste twee woorden van de betreffende zin.
- 1p 5 Welke oorzaak noemt de tekst voor de verschillende waardering van begrippen die aan seksualiteit gerelateerd zijn?
- 1p 6 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 93?
- A gesellschaftliche Wirklichkeiten
 - B individuelle Charaktere
 - C intellektuelle Begabungen
- „ob es ... Sprache produziert“ (Zeile 99-105)
- 1p 7 Welche Antwort auf diese Frage hält Franziska Schubert für korrekt?
- A Die Persönlichkeit beeinflusst die Sprache mehr als umgekehrt.
 - B Die Persönlichkeit bildet sich eher anhand von Hörerreaktionen heraus.
 - C Die Sprache beeinflusst den Zuhörer stärker als den Sprecher.
- 1p 8 Was lässt sich aus der Studie von „Franziska Schubert“ (Zeile 108) schließen?
- A Bei Vorstellungsgesprächen geben sich Bewerber oft anders, als sie vom Typ her sind.
 - B Die Sprache von analytisch-logischen Denkern wird weniger durch Stress beeinflusst als die Sprache ganzheitlich orientierter Persönlichkeiten.
 - C Die Verwendung weniger gefühlsgeladener Wörter wirkt sich positiv auf die Verständigung aus.
 - D Gesprächspartner gleichen Persönlichkeitstyps kommunizieren problemloser miteinander als Gesprächspartner unterschiedlicher Persönlichkeitstypen.
- 1p 9 Auf welchen der vier im Untertitel genannten Aspekte geht der Artikel nicht ein?
- A Bildungsgrad.
 - B Herkunft.
 - C Lebenseinstellung.
 - D Persönlichkeit.