

WS 2004/05
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Psychologisches Institut
Seminar: „Wissenskommunikation in Gruppen: Risiken, Chancen, Förderung“
Dozenten: Prof. Dr. Hans Spada, Dr. Nikol Rummel
Referentin: Kathrin Weisser
18. Januar 2005

Die Clark-Keysar-Debatte zum egozentrischen Bias in der Kommunikation: die Position Keysars

1 Wiederholung der Position Clarks

Herbert H. Clark geht davon aus, dass Sprecher bei der Planung einer sprachlichen Äußerung die Perspektive ihres Gesprächspartners übernehmen und somit ihre Äußerung an dessen Vorwissen anpassen. Der erste Schritt der Planung besteht daher in der Feststellung des *common ground*, also des von den Gesprächspartnern geteilten Wissens (JUCKS 2001). Annahmen über das Wissen anderer kommen dabei auf verschiedene Weise zustande, u. a. durch folgende Heuristiken:

- *community membership*
- *physical co-presence*
- *linguistic co-presence*

Das Prozessmodell von Nickerson (1999) beschreibt drei Phasen zur Bildung einer Vorstellung über das Wissen des Gesprächspartners. Ausgehend von einem vorläufigen Modell des Vorwissens des Partners erweitert der Sprecher seine Vorstellung im Laufe des Gesprächs zu einem umfangreicheren Modell. Diese Form der Sprachplanung und -produktion, basierend auf Perspektivenübernahme und der Orientierung am *common ground* nennt Clark *audience design* (JUCKS 2001).

2 Die Clark-Keysar-Debatte

Zentrale Frage:

Wann werden die Annahmen über das Vorwissen des Kommunikationspartners bei der Produktion von sprachlichen Äußerungen berücksichtigt?

Sowohl Clark als auch Keysar gehen davon aus, dass das Vorwissen des Gesprächspartners während der Kommunikation berücksichtigt wird. Die Frage ist also nicht ob das Vorwissen eine Rolle spielt, sondern wann es die Sprachplanung bzw. -produktion beeinflusst (JUCKS 2001). Keysar hat in späteren Studien seine Theorie soweit revidiert, dass sie Clarks Ansatz in einigen Punkten recht nahe kommt. Im Folgenden wird daher, um die beiden unterschiedlichen Positionen deutlicher darstellen zu können, hauptsächlich auf Keysars ursprünglichen Standpunkt eingegangen. Abschließend wird ein kurzer Exkurs zeigen, in wie weit Keysar mit seiner These auf Clarks Theorie zugeht.

2.1 Bedeutung für die Experten-Laien-Kommunikation

Ziel der Untersuchungen Clarks und Keysars war, Ursachen von Kommunikationsproblemen aufzudecken, um daraus in einem nächsten Schritt Maßnahmen zur Unterstützung der Experten-Laien-Kommunikation zu entwickeln.

Exkurs:

Kommunikation als kooperatives Handeln nach Herbert P. Grice (1975)

Der britische Philosoph und Linguist postuliert Kooperation als Leitprinzip in der Kommunikation. Er glaubt, dass wir sowohl verstanden werden wollen als auch unsere Gesprächspartner verstehen wollen. Daher stellt er vier Maximen auf, die jeder Konversation zugrunde liegen sollten.

Maxime der Quantität: Sag so viel wie nötig, und sage nicht zu viel.

Maxime der Qualität: Sag nichts, was du nicht für wahr hältst bzw. signalisiere, welchen Grad der Wahrscheinlichkeit das Gesagte hat.

Maxime der Relation: Sei relevant.

Maxime der Modalität: Sag deine Sache in angemessener Art und Weise und so klar wie nötig.

Die Einhaltung dieser Regeln, so Grice, ist unerlässlich für eine erfolgreiche Kommunikation (LINKE et al. 2001). Die Maxime der Relation ist für die Clark-Keysar-Debatte und damit auch für die Experten-Laien-Kommunikation von besonderer Wichtigkeit. Wer das Vorwissen des Gesprächspartners nicht ausreichend berücksichtigt, also den *common ground* verletzt, verstößt gegen diese Maxime. Der Gesprächspartner kann, weil er die Äußerung nicht versteht, die Relevanz der Aussage für die Kommunikation nicht feststellen. Da er aber davon ausgeht, dass das, was er gesagt bekommt, wichtig ist, wird er weiter nach der Relevanz suchen und zum Schluss verwirrt sein oder die Aussage falsch interpretieren. Das von Grice beschriebene Kooperationsprinzip in der Kommunikation ist daher grundlegend für das Verständnis der Clark-Keysar-Debatte.

2.2 Keysars Kritik an Clark

Keysar greift Clark auf zwei Ebenen an. Er übt sowohl methodische als auch inhaltliche Kritik. Grundsätzlich hält er Clarks Theorie zwar für plausibel und in der Fachwelt weithin akzeptiert. Er glaubt jedoch, dass sie zu generell formuliert ist. Dies begründet er damit, dass Clark in seinen Studien das *audience design* Modell nie gegen Alternativen getestet hat. Deshalb gingen Clarks Aussagen über das hinaus, was seine Studien an Rückschlüssen tatsächlich zuließen. Inhaltlich kritisiert Keysar, dass das *audience design* kognitiv zu aufwändig bzw. zu zeitintensiv ist, um es in allen Kommunikations-Situationen anzuwenden (JUCKS 2001).

2.3 Keysars Theorie

Im Gegensatz zu Clark glaubt Keysar, dass ein Sprecher nur unzureichend in der Lage ist, die Perspektive seines Gesprächspartners zu übernehmen. Auf Seiten des Sprechers, so Keysar, besteht ein sogenannter egozentrischer Bias. Dieser bewirkt, dass der Sprecher bei Sprachplanung und -produktion zuerst von seiner eigenen Perspektive ausgeht. Keysars *Monitoring and Adjustment* Modell erklärt, wie dennoch eine erfolgreiche Kommunikation zustande kommen kann: Der Sprecher beobachtet, wie seine erste, egozentrische Äußerung beim Gesprächspartner ankommt (*Monitoring*). Gibt dieser Zeichen des Un- oder Missverständnisses von sich, modifiziert der Sprecher seine Äußerung so lange, bis sie dem Wissenstand des Gesprächspartners angepasst ist und der Sprecher glaubt, dass dieser sie verstanden hat (*Adjustment*). Daraus ergibt sich, dass der *common ground* bei Keysar nicht Teil der ursprünglichen Sprachplanung ist, sondern sich erst durch nachträgliche Korrekturen langsam konstituiert (JUCKS 2001; HORTON und KEYSAR 1996).

Die Kommunikation ist nach Keysar mit einem systematischen Fehler behaftet. Ein Beispiel soll verdeutlichen, wie durch den egozentrischen Bias in der Kommunikation Missverständnisse vorprogrammiert sind, sie aber trotzdem erfolgreich sein kann.

In einer Bäckerei gibt es zwei Sorten Brot: große Brote und kleine Brote. Eine Person betritt die Bäckerei und bestellt ein kleines Brot. Die Verkäuferin dreht sich um, greift nach einem der kleinen Brote und schiebt es der Person über die Theke zu.

Dies ist ein Beispiel einer gelungenen Kommunikation. Glaubt man Clark, so liegt das daran, dass die Person beim Betreten der Bäckerei feststellt, dass es hier nur zwei Sorten Brot gibt (*contrast set*). Er ist überzeugt davon, dass die Verkäuferin – da die Brote direkt hinter ihr liegen – dies auch weiß (*co-presence*) und schließt somit auf einen *common ground*. Wenn er also ein kleines Brot bestellt, kann er sicher sein, dass die Verkäuferin weiß, welche Sorte Brot er meint. Nach Keysar bestellt die Person ein kleines Brot, weil sie selbst sich der zwei Sorten bewusst ist (*presence*), ohne sich darüber Gedanken zu machen, ob die Verkäuferin dies auch weiß. Auch in diesem Fall wäre die Kommunikation erfolgreich; aber nur deshalb, weil das, was der Person bewusst ist, **zufällig** auch Teil des *common ground* ist. Keysar ist überzeugt davon, dass Sprachplanung- und -produktion egozentrisch funktionieren und gelungene Kommunikation auf einem zufälligen Übereinstimmen des geteilten und ungeteilten Wissens der Gesprächspartner beruht (JUCKS 2001).

3 Evidenzen für Keysars Theorie

3.1 Horton & Keysar (1996): *When do speakers take into account common ground?*

Im Rahmen einer Studie untersuchten Horton und Keysar mit Hilfe einer Abwandlung des *referential communication task*, wann Sprecher bei der Sprachplanung den *common ground* berücksichtigen.

Design: Jeweils ein Sprecher-Zuhörer-Paar teilte sich einen Bildschirm, von dem jeder nur eine Hälfte sehen konnte. Während des Versuchs wanderte ein geometrisches Objekt von der Bildschirmhälfte des Sprechers zu der des Zuhörers. Anhand der Beschreibung des Objekts durch den Sprecher, sollte der Zuhörer entscheiden, ob bei ihm das selbe Objekt angekommen war, das die Hälfte des Sprechers verlassen hatte. In der *shared condition* hatten sowohl der Sprecher als auch der Zuhörer ein Referenzobjekt (Bsp.: Jeder sah einen Kreis auf seiner Bildschirmhälfte. Das Objekt, das wanderte, war ein im Vergleich dazu kleinerer Kreis). In der *privileged condition* wusste der Sprecher, dass nur er dieses Referenzobjekt besitzt. Dazu kamen die beiden zeitlichen Bedingungen *speeded* und *unspeeded*. Gemessen wurde für alle vier Bedingungen die Zahl der Adjektive, die sich auf das Referenzobjekt bezogen, die der Sprecher zu Beschreibung benutzte.

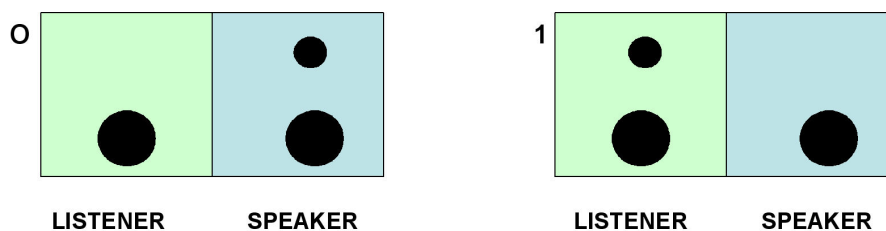


Abbildung 1: Versuchsaufbau Horton & Keysar (1996).

Ergebnisse: In der *unspeeded condition* wurden im *shared context* deutlich mehr auf das Referenzobjekt bezogene Adjektive benutzt als in der *privileged condition*. In der *speeded condition*, jedoch, wurden insgesamt weniger Adjektive verwendet und außerdem sowohl in der *shared* als auch in der *privileged condition* fast gleich viele auf das Referenzobjekt bezogene Adjektive benutzt.

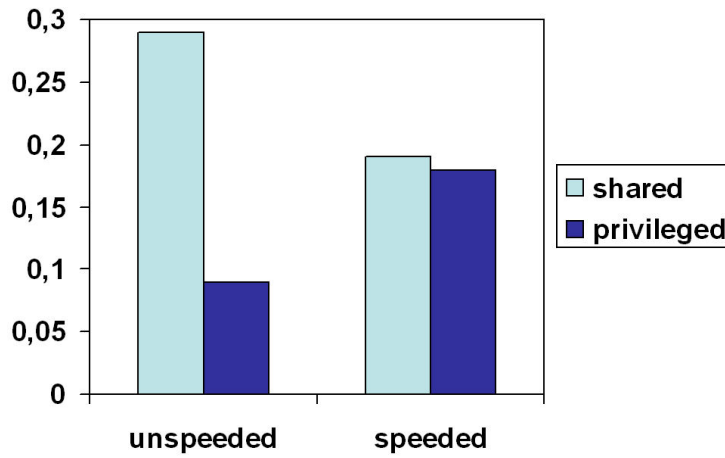


Abbildung 2: Ergebnisse Horton & Keysar (1996).

Deutung: Während die Ergebnisse der *unsped condition* durchaus im Sinne Clarks und seines *audience designs* gedeutet werden können, zeigt die *sped condition* deutlich, dass – zumindest unter Zeitdruck – nicht mehr klar zwischen geteilter und ungeteilter Information unterschieden werden kann. Der Sprecher unterliegt hier in der Sprachproduktion dem von Keysar beschriebenen *egozentrischen Bias* (HORTON und KEYSAR 1996).

3.2 Brown & Dell (1987): *Adapting Production to Comprehension: the Explicit Mention of Instruments*

In dieser Studie gingen Brown und Dell mit Hilfe mehrerer Experimente der Frage nach, in welchem Maße ein Sprecher die Sprachproduktion an die Bedürfnisse des Zuhörers anpasst.

Design 1: Ein Sprecher wurde aufgefordert, eine Geschichte über einen Mord zu lesen und sie anschließend einem Zuhörer zu erzählen. Dabei waren die genannten Mordinstrumente entweder typisch oder untypisch bzw. für den Verlauf der Geschichte wichtig oder unwichtig. Gemessen wurde die Zeit, die der Sprecher zum Lesen brauchte und ob die Instrumente bei der Nacherzählung explizit oder eher beiläufig erwähnt wurden.

Ergebnisse 1: Es zeigte sich, dass die Leser bei untypischen Instrumenten mehr Zeit beim Lesen brauchten und die Instrumente bei der Nacherzählung deutlich häufiger benannten und stärker betonten.

Deutung 1: Die Ergebnisse ließen keine eindeutige Interpretation zu und die Autoren stellten sich daraufhin die Frage, ob die Sprecher die untypischen Instrumente expliziter erwähnten, weil sie selbst beim Lesen länger gebraucht hatten (*speaker experience account*) oder weil sie davon ausgingen, dass der Zuhörer für das Verständnis der Geschichte eine detaillierte Ausführung bräuchte (*listener need account*).

Ein zweites Experiment wurde durchgeführt, um diese Frage zu klären.

Design 2: Dem Sprecher wurde entweder vor oder während des Lesens ein Bild mit dem Mörder und dem Mordinstrument gezeigt. Der Leser hatte während des Zuhörens ein Bild bzw. kein Bild vorliegen (und der Sprecher wusste, wann welche Bedingung vorlag).

Ergebnisse 2: Durch die visuelle Unterstützung verringerte sich die Lesezeit der Sprecher. Bei den Zuhörern ohne Bild waren die Sprecher zwar etwas expliziter, aber nicht deutlich ausführlicher.

Deutung 2: Da die Sprecher weniger Lesezeit brauchten, ist *speaker experience account* keine Erklärung für die etwas ausführlichere Beschreibung für den Leser ohne Bild in der Nacherzählung. Die Beschreibung ist aber gleichzeitig nicht ausführlich genug, um durch *listener need account*

erklärt zu werden. Die Autoren schließen daher eher auf ein *Monitoring and Adjustment* im Sinne Keysars, das beide Ansätze berücksichtigt, aber von der Sprecherperspektive als Grundlage ausgeht (BROWN und DELL 1987).

3.3 Keysar & Henly (2002): *Speakers' overestimation of their effectiveness*

Keysar und Henly gehen davon aus, dass Sprecher – da sie dem egozentrischen Bias unterliegen – die Effektivität ihrer sprachlichen Äußerungen meist überschätzen, die mögliche Mehrdeutigkeit ihrer Aussagen aber gleichzeitig sehr oft unterschätzen. Das bedeutet, nach Keysar und Henly, dass die meisten Sprecher sich öfter verstanden fühlen als sie es tatsächlich werden. Diese Annahmen sollte im Rahmen einer Studie untersucht werden.

Design: Ein Sprecher bekam zwei unterschiedliche Geschichten zu lesen, die aber beide mit dem selben, syntaktisch mehrdeutigen Satz endeten.

Beispiel:

Angela killed the man with the gun. (Whom did she kill?)

Angela killed the man with the gun. (What did she kill the man with?)

Der Sprecher sollte die beiden Sätze einem Zuhörer vorsprechen, der die zugehörigen Geschichten nicht kannte, und nur durch Betonung, Intonation und Prosodie die beiden Bedeutungen hervorheben. Eine dritte unbeteiligte Person saß dabei und beobachtete die Kommunikation. Gemessen wurde die Selbsteinschätzung der Effektivität des Sprechers, die Einschätzung der Effektivität durch den Beobachter und die tatsächliche Anzahl der richtig verstandenen Bedeutungen durch den Zuhörer.

Ergebnisse: 80 % der Sprecher zeigten eine Tendenz zur Überschätzung ihrer Effektivität, 10 % zeigten eine Tendenz zur Unterschätzung. Bei den Beobachtern war kein systematischer Bias zu erkennen.

Deutung: Die Ergebnisse lassen weitere Rückschlüsse auf einen *egozentrischen Bias* beim Sprecher zu. Die Autoren erwähnen außerdem, dass auch der Zuhörer bei der Informationsverarbeitung bis zu einem gewissen Grad einem *egozentrischen Bias* unterliegt. Somit verstärkt sich der Effekt der Egozentrik zusätzlich und die Vermutung einer systematischen Misskommunikation im Sinne Keysars liegt nahe (KEYSAR und HENLY 2002).

Exkurs:

In späteren Studien erweitert Keysar seine Theorie vom *egozentrischen Bias* in der Kommunikation. Sein *Monitoring and Adjustment* Modell wird nun nicht nur auf die Sprachproduktion angewendet sondern auch auf die Sprachplanung. Keysar gesteht dem Sprecher zu, schon während der Planung der ersten sprachlichen Äußerung Verletzungen des *common ground* zu antizipieren (*Monitoring*) und die erste Äußerung entsprechend dieser vorweggenommenen möglichen Missverständnisse dem Wissen des Gesprächspartners anzupassen (*Adjustment*) (HORTON und KEYSAR 1996). An diesem Punkt der Debatte lassen sich die beiden Positionen von Keysar und Clark nur noch schwerlich unterscheiden. Da das Ermitteln des *common ground* nun in beiden Fällen vor der ersten Äußerung geschehen kann und daher nur ein mentaler, kaum zu beobachtender Prozess ist, bleibt die Frage offen, in wie fern diese Unterscheidung noch zulässig ist bzw. zu relevanten Ergebnissen führt.

4 Schlussfolgerung

Beschränkt man sich auf die Positionen von Clark und Keysar zu Beginn der Debatte, so lässt sich zusammenfassend feststellen, dass Uneinigkeit über den Zeitpunkt besteht, an dem ein Sprecher das Vorwissen des Gesprächspartners bei der Kommunikation berücksichtigt. Laut Clark beginnt

die Sprachplanung mit dem Ermitteln des *common ground*. Entsprechend ist die erste sprachliche Äußerung auf den vermuteten Wissensstand des Zuhörers abgestimmt. Keysar hingegen geht davon aus, dass der Sprecher einem *egozentrischen Bias* unterliegt und seine eigene Perspektive als Grundlage für die erste Äußerung verwendet. Erst wenn der Gesprächspartner die Aussage nicht oder falsch versteht, beginnt der Sprecher, seine weiteren Äußerungen entsprechend den Bedürfnissen des Zuhörers zu modellieren (*Monitoring and Adjustment*). Der eigentliche Kern Debatte beginnt jedoch unscharf zu werden, wenn man die spätere Annahme Keysars berücksichtigt, dass *Monitoring and Adjustment* schon während der Sprachplanung stattfinden können. Mentale Vorgänge lassen sich nur unzureichend messen und können daher weder Clark noch Keysar bestätigen.

Literatur

BROWN, PAULA M. und G. S. DELL (1987). *Adapting Production to Comprehension: The Explicit Mention of Instruments*. *Cognitive Psychology*, 19(4):441–472.

HORTON, WILLIAM S. und B. KEYSAR (1996). *When do speakers take into account common ground?*. *Cognition*, 59:91–117.

JUCKS, REGINA (2001). *Was verstehen Laien? Die Verständlichkeit von Fachtexten aus der Sicht von Computer-Experten*. Waxmann, Münster.

KEYSAR, BOAZ und A. S. HENLY (2002). *Speaker's Overestimation of their Effectiveness*. *Psychological Science*, 13(3):207–212.

LINKE, ANGELIKA, M. NUSSBAUMER und P. R. PORTMANN (2001). *Studienbuch Linguistik*. Reihe Germanistische Linguistik. Niemeyer, Zürich, 4. Aufl.