

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
----------------------	---

Kapitel 1:

Kommunikationspsychologie – ein Versuch der Verortung

11

1. Was ist Kommunikation? Definitionsprobleme.	11
--	----

1.1 Kommunikations-Metaphern	11
--	----

1.2 Dialogische und Massenkommunikation	18
---	----

1.3 Mediierte oder nicht mediierte Kommunikation?	19
---	----

2. Kommunikationspsychologie – Versuch einer Gegenstandsbestimmung	22
--	----

3. Allgemeine und psychologische Kommunikationstheorien – eine Auswahl	23
--	----

3.1 Kurze Geschichte und lange Vergangenheit	23
--	----

3.2 Allgemeine Kommunikationstheorien	26
---	----

3.3 Psychologische Kommunikationstheorien	40
---	----

4. Soziale Konstruktion und Kommunikation von Wirklichkeit.	51
---	----

4.1 Ein Versuch über gelingende Kommunikation – eine Verunsicherung.	51
--	----

4.2 Interpersonale Kommunikation – ein Prozess mit vielen Komponenten	57
---	----

Kapitel 2:
Individuelle Hintergründe für Kommunikation –
ausgewählte Phänomene und Theorien 64

1. Warum kommunizieren wir mit anderen Menschen:
Self Disclosure und Impression Management – eine erste
Antwort 64

1.1 Das Phänomen Self Disclosure 64

1.2 Impression Management 68

2. Sozialer Vergleich und kognitive Dissonanz – eine zweite
Antwort 71

2.1 Ein Experiment von Salomon Asch 72

2.2 Der soziale Vergleich (Festinger 1954) 73

2.3 Das Vermeiden kognitiver Dissonanzen
(Festinger 1957) 75

3. Wirklichkeits- und Ursachenerklärungen – eine dritte
Antwort 79

3.1 »Der propre Ganter« von James Thurber 79

3.2 Attributionen 80

3.3 Kognitive Schemata und Faustregeln 84

3.4 Komplexe Datenanalysen oder schematische Beur-
teilung der Kommunikationssituation – das Modell
der Elaborationswahrscheinlichkeit (ELM) 87

4. Sympathie und Attraktivität – eine vierte Antwort 91

Kapitel 3:
Kommunikation als interaktives Geschehen –
theoretische Ansätze und Phänomene 94

1. Wie kommunizieren wir mit anderen Menschen:
Die Frage nach der Wechselseitigkeit des kommunikativen
Geschehens 94

2. Nonverbale Kommunikation	95
2.1 Historische Impressionen über das Studium nonverbalen Verhaltens	95
2.2 Was heißt »nonverbal«?	97
2.3 Interindividuelle Unterschiede im kommunikativen Verhalten.	99
2.4 Funktionen nonverbaler Kommunikation	100
2.5 Universalität versus kulturelle Spezifik von nonverbalen Kommunikationszeichen	105
3. Formelle und informelle Kommunikation.	106
4. Kommunikation in Gruppen	116
4.1 Historische Impressionen	116
4.2 Gruppen als Kommunikationssysteme	118
5. Kommunikation zwischen Gruppen: Auf der Suche nach sozialer Identität	129
5.1 Interpersonale versus Intergruppen-Kommunikation und die Erinnerung an ein Beispiel	129
5.2 Theorie der Sozialen Identität und Theorie der Selbstkategorisierung	130
5.3 Folgerungen für den kommunikativen Prozess	134
6. Romantische Beziehungen und ein Versuch über die Liebe	137

Kapitel 4:

Kommunikation als Bedeutungskonstruktion

1. Was kommunizieren wir: Die Frage nach der Bedeutung des kommunikativen Geschehens.	146
2. Werbung und die neuen Mythenmacher	148
2.1 Drei Beispiele	148
2.2 Werbetrends	151
2.3 Klassische Werberezepte.	153

2.4	Psychologische Aspekte der Werbung (eine Auswahl in Anlehnung an Felser 1997)	157
2.6	Werbung konstruiert neue Mythen.	163
3.	Fremde Bedeutungsräume: Umgang mit Fremdheit.	166
3.1	Vom schwierigen Einstieg in das Problemfeld »Umgang mit Fremdheit«	166
3.2	Akkulturation, Bikulturalität und Bilingualismus (von Thomas Köhler)	168
3.3	Konstruktionen über Fremde: Das empirische Beispiel »Rechtsextremismus« (unter Mitarbeit von Jörg Neumann)	174
4.	Massenmedien und Medienwirkungen – Mediale Gewaltdarstellungen und aggressives Verhalten der Zuschauer (von Friedrich Funke)	188
4.1	Theoretische Zugänge	188
4.2	»Play it again, Sam!« oder: macht Vielsehen böse? . . .	192
4.3	Der Mythos der De-Realisierung oder des Wirklichkeitsverlusts	194
4.4	Berichten die Medien über Gewaltereignisse, oder »ereignet« sich Gewalt, weil über sie berichtet wird? . .	198
 Kapitel 5:		
Neue Medien – neue Möglichkeiten.		
202		
1.	Neue Medien – neue Wirklichkeiten	202
2.	Sozialwissenschaftliche Theorien zur computervermittelten Kommunikation (von Thomas Köhler).	206
	Literaturverzeichnis.	215
	Sachregister	231