

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	9
<b>Kapitel 1:</b>	
<b>Kommunikationspsychologie – ein Versuch der Verortung .....</b>	<b>11</b>
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 Gegen- standsbestimmung .....	22
3. Allgemeine und psychologische Kommunikations- theorien – 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
 <b>Kapitel 5:</b>		
<b>Neue Medien – neue Möglichkeiten. . . . .</b>		
<b>202</b>		
1.	Neue Medien – neue Wirklichkeiten . . . . .	202
2.	Sozialwissenschaftliche Theorien zur computervermittelten Kommunikation (von Thomas Köhler). . . . .	206
Literaturverzeichnis. . . . .		215
Sachregister . . . . .		231