

---

## Literatur

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179 – 211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Altman, I., & Vinsell, A. M. (1977). Personal space: An analysis von E. T. Hall's proxemics framework. In I. Altman & J. F. Wohlwill (Eds.), *Human behavior and environment: Advances in theory and research* (Vol. 2, pp. 181 – 259). New York: Plenum.
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (4th ed., text rev.). Washington, DC: Author.
- Argyle, M. (1983). *The psychology of interpersonal behaviour* (4th ed.). Harmondsworth: Penguin.
- Argyle, M. (1988). *Bodily communication* (2nd ed.). New York: Methuen.
- Argyle, M. (1994). *The psychology of interpersonal behaviour* (5th ed.). London: Penguin.
- Argyle, M., Furnham, A., & Graham, J. (1981). *Social situations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Aronson, E. (1999). *The social animal* (8th ed.). New York: W. H. Freeman.
- Austin, J. T., & Vancouver, J. B. (1996). Goal constructs in psychology: Structure, process, and content. *Psychological Bulletin*, 120, 338 – 375. doi:10.1037/0033-2909.120.3.338
- Bachorowski, J.-A., & Owren, M. J. (2001). Not all laughs are alike: Voiced but not unvoiced laughter readily elicits positive affect. *Psychological Science*, 12, 252 – 257. doi:10.1111/1467-9280.00346
- Bahrens, F., & Großerohe, B. (1999). Die Wirkung von Humor in der Werbung: Ein Überblick. In M. Friedrichsen & S. Jenzowsky (Hrsg.), *Fernsehwerbung. Theoretische Analysen und empirische Befunde* (S. 235 – 257). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bauer, J. (2005). Die Neurobiologie der Empathie. Warum wir andere Menschen verstehen können. *Psychologie Heute*, 32, 50 – 53.
- Berenbaum, H. (1993). Alexithymia and movie preferences. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 59, 173 – 178. doi:10.1159/000288661
- Bierhoff, H.-W., & Frey, D. (2006). *Handbuch der Psychologie. Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Biocca, F., Harms, C., & Burgoon, J. K. (2003). Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 12, 456 – 480. doi:10.1162/105474603322761270
- Bless, H., Wänke, M., Bohner, G., Fellhauer, R. F., & Schwarz, N. (1994). Need for Cognition: Eine Skala zur Erfassung von Freude und Engagement bei Denkaufgaben. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 25, 147 – 154.

- Blumer, T., & Renneberg, B. (2010). Lebt es sich im Internet leichter? Borderline-spezifische Kognitionen und Internetnutzung. *Zeitschrift für Psychiatrie, Psychologie und Psychotherapie*, 58, 5 – 62. doi:10.1024/1661-4747.a000006
- Bond, C. F. Jr., & DePaulo, B. M. (2006). Accuracy of deception judgments. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 214 – 234. doi:10.1207/s15327957pspr1003\_2
- Borkenau, P., & Ostendorf, F. (1993). *NEO-FFI. Neo-Fünf-Faktoren Inventar nach Costa und McCrae – deutsche Fassung*. Göttingen: Hogrefe.
- Bossi, J. (1995). *Augen-Blicke. Zur Psychologie des Flirts*. Bern: Huber.
- Boyson, A. R., Pryor, B., & Butler, J. (1999). Height as power in women. *North American Journal of Psychology*, 1, 109 – 114.
- Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1191 – 1205. doi:10.1037/0022-3514.47.6.1191
- Briton, N., & Hall, J. (1995). Beliefs about female and male nonverbal communication. *Sex Roles*, 32, 79 – 90. doi:10.1007/BF01544758
- Brown, G. A., & Armstrong, S. (1984). Explaining and explanation. In E. C. Wragg (Ed.), *Classroom Teaching Skills* (pp. 121 – 148). London: Croom Helm.
- Brownell, J. (1996). *Listening: Attitudes, principles, and skills*. Boston: Allyn and Bacon.
- Brunswik, E. (1943). Organismic achievement and environmental probability. *Psychological Review*, 50, 255 – 272.
- Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena: Fischer-Verlag.
- Burgoon, J. (1994). Nonverbal signals. In M. Knapp & G. Miller (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (2nd ed., pp. 229 – 285). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Burgoon, J., Walther, J., & Baesler, E. (1992). Interpretations, evaluations, and consequences of interpersonal touch. *Human Communication Research*, 19, 237 – 263. doi:10.1111/j.1468-2958.1992.tb00301.x
- Burkart, R., & Hömberg, W. (1995). In R. Burkart & W. Hömberg (Hrsg.), *Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung* (2. akt. Aufl., S. 1 – 6). Wien: Wilhelm Braumüller.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116 – 131. doi:10.1037/0022-3514.42.1.116
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Feinstein, J. A., & Jarvis, W. B. G. (1996). Dispositional differences in cognitive motivation: The life and times of individuals varying in need for cognition. *Psychological Bulletin*, 119, 197 – 253. doi:10.1037/0033-2909.119.2.197
- Caron, J. E. (2002). From ethology to aesthetics: Evolution as a theoretical paradigm for research on laughter, humor, and other comic phenomena. *Humor: International Journal of Humor Research*, 15, 245 – 281. doi:10.1515/humr.2002.015
- Cassel, W., Roebers, C., & Bjorklund, D. (1996). Developmental patterns of eyewitness responses to repeated and increasingly suggestive questions. *Journal of Experimental Child Psychology*, 61, 116 – 133. doi:10.1006/jecp.1996.0008
- Ceschi, G., & Scherer, K. (2003). Children's ability to control the facial expression of laughter and smiling. Knowledge and behaviour. *Cognition and Emotion*, 17, 385 – 411. doi:10.1080/02699930143000725
- Chovil, N. (1997). Facing others: A social communicative perspective on facial displays. In J. Russell & J. Fernández-Dols (Eds.), *The psychology of facial expression*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cialdini, R. B. (2000). *Influence: Science and practice* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

- Clark, H. H. (1996). *Using language* (4th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Crites, S. L., Fabrigar, L. R., & Petty, R. E. (1994). Measuring the affective and cognitive properties of attitudes: Conceptual and methodological issues. *Personality and Social Psychological Bulletin*, 20, 619 – 634. doi:10.1177/0146167294206001
- Deci, E. L. (1992). On the nature and function of motivation theories. *Psychological Science*, 3, 167 – 171. doi:10.1111/j.1467-9280.1992.tb00020.x
- Dehn-Hindenberg, A. (2007). Die Bedeutung von Kommunikation und Empathie im Therapieprozess. Patientenbedürfnisse in der Ergotherapie. *Ergotherapie & Rehabilitation*, 46, 5 – 10.
- DePaulo, B. M., Charlton, K., Cooper, H., Lindsay, J. J., & Muhlenbruck, L. (1997). The accuracy-confidence correlation in the detection of deception. *Personality and Social Psychology Review*, 1, 346 – 357. doi:10.1207/s15327957pspr0104\_5
- DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Wyer, M. M., & Epstein, J. A. (1996). Lying in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 979 – 995. doi:10.1037/0022-3514.70.5.979
- DePaulo, B. M., Lindsay, J. J., Malone, B. E., Muhlenbruck, L., Charlton, K., & Cooper, H. (2003). Cues to deception. *Psychological Bulletin*, 129, 74 – 112. doi:10.1037/0033-2909.129.1.74
- Dickson, D. (1999). *Communication skills and health care nursing* (2nd ed.). Oxford: Blackwell Science.
- Dickson, D., Hargie, O., & Morrow, N. C. (1997). *Communication skills training for health professionals* (2nd ed.). London: Chapman and Hall.
- Dillard, J. (1998). The role of affect in communication, biology, and social relationships. In P. A. Andersen & L. K. Guerrero (Eds.), *Handbook of communication and emotion: Research, theory, applications, and contexts* (pp. 17 – 32). San Diego: Academic Press.
- Duggan, A. P., & Parrott, R. L. (2001). Physicians nonverbal rapport building and patients' talk about subjective component of illness. *Human Communication Research*, 27, 299 – 311. doi:10.1111/j.1468-2958.2001.tb00783.x
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but ... : A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109 – 128. doi:10.1037/0033-2909.110.1.109
- Ebster, C., & Reisinger, H. (2007). Erfolg durch Schönheit – wie sich körperliche Attraktivität im Verkauf auswirkt. *Wirtschaftspsychologie Aktuell*, 14, 38 – 40.
- Eisenberg, N., Martin, C. L., & Fabes, R. A. (1996). Gender development and gender effects. In D. C. Berliner & R. C. Calfee (Eds.), *The handbook of educational psychology* (pp. 358 – 396). New York: Simon & Schuster.
- Ekman, P. (1972). Universals and cultural differences in facial expression of emotion. In J. Cole (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 19). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). The repertoire of non-verbal behavior: Categories, origins, usage and coding. *Semiotica*, 1, 49 – 98.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 124 – 129. doi:10.1037/h0030377
- Ekman, P., Friesen, W. V., & Hager, J. C. (1978). *The Facial Action Coding System (FACS): A technique for the measurement of facial action* (2nd ed.). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

- Erler, S., Jaek, A., & Schütz, A. (2012). Der Faktor Mensch in der virtuellen Produktentwicklung. In E. Beutner, G. Maas & H. Neukirchner (Hrsg.), *Virtuelle Produktentwicklung*. Würzburg: Vogel.
- Faulkner, J. E. (1987). *Sociology through humor*. St. Paul, Minnesota: West Publishing Co.
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, 304 – 341. doi:10.1037/0033-2909.111.2.304
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Forgas, J. P. (1994). Sad and guilty? Affective influences on the explanation of conflict in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 56 – 58. doi:10.1037/0022-3514.66.1.56
- Frenzen, J. K., & Davis, H. L. (1990). Purchasing behavior in embedded markets. *Journal of Consumer Research*, 17, 1 – 12.
- Friedman, H. S., & Miller-Herringer, T. (1991). Nonverbal display of emotion in public and in private: Self-monitoring, personality, and expressive cues. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 766 – 775. doi:10.1037/0022-3514.61.5.766
- Friesen, W. (1972). *Cultural differences in facial expression. An experimental test of the concept of display rules*. (Unpublished doctoral dissertation). University of California: San Francisco.
- Frindte, W. (2001). *Einführung in die Kommunikationspsychologie*. Weinheim und Basel: Beltz.
- Gaskell, G., Wright, D., & O’Muircheartaigh, C. (1993). Reliability of surveys. *The Psychologist*, 11, 500 – 503.
- Gervais, M., & Wilson, D. S. (2005). The evolution and functions of laughter and humor: A synthetic approach. *Quarterly Review of Biology*, 80, 395 – 430. doi:10.1086/498281
- Global Deception Research Team. (2006). A world of lies. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37, 60 – 74.
- Gmel, G., & Lokosha, O. (2000). Self-reported frequency of drinking assessed with a closed-or open-ended question format: A split-sample study in Switzerland. *Journal of Studies on Alcohol*, 61, 450 – 454.
- Goodwin, R. (1990). Sex differences among partner preferences. Are the sexes really very similar? *Sex roles*, 23, 501 – 513. doi:10.1007/BF00289765
- Grammer, K. (1990). Strangers meet: Laughter and non-verbal signs of interest in opposite-sex encounters. *Journal of Nonverbal Behavior*, 14, 209 – 236. doi:10.1007/BF00989317
- Grice, H. P. (1969). Utterer’s meaning and intentions. *The Philosophical Review*, 78, 147 – 177. doi:10.2307/2184179
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics* (Vol. 3, pp. 41 – 58). New York: Academic Press.
- Grice, H. P. (1989). *Studies in the way of words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gudjonsson, G. (2003). *The psychology of interrogation and confession. A handbook*. Chichester: Wiley.
- Guridham, M. (1996). *Interpersonal skills at work* (2nd ed.). Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. Garden City: Doubleday.
- Hall, J. A. (1979). *A cross-national study of gender differences in nonverbal sensitivity*. Unpublished manuscript. Boston: Northeastern University.

- Hall, J. A. (1996). Touch, status, and gender at professional meetings. *Journal of Nonverbal Behavior*, 20, 23 – 44. doi: 10.1007/BF02248713
- Halone, K. K., & Pecchioni, L. L. (2001). Relational listening: A grounded theoretical model. *Communication Reports*, 14(1), 59 – 71. doi:10.1080/08934210109367737
- Hargie, O. (1997). Interpersonal communication: A theoretical framework. In O. Hargie (Ed.), *The handbook of communication skills* (2nd ed., pp. 29 – 63). London: Routledge.
- Hargie, O. (2006). *The handbook of communication skills* (3rd ed.). Hove: Routledge.
- Hargie, O., & Dickson, D. (2004). *Skilled interpersonal communication. Research, theory and practice* (4th ed.). London: Routledge.
- Hargie, O., & Marshall, P. (1986). Interpersonal communication: A theoretical framework. In O. Hargie (Ed.), *The handbook of communication skills* (pp. 29 – 63). London: Croom Helm.
- Hartung, F.-M., & Renner, B. (2011). Social curiosity and interpersonal perception: A judge x trait interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 796 – 814.
- Heidingsfelder, M. (2012, Januar). *Kollaborative Plagiatsdokumentation*. <http://de.vroni-plag.wikia.com/wiki/Home>
- Hendriks, M. C. P., & Vingerhoets, A. J. J. M. (2006). Social messages of crying faces. Their influence on anticipated person perception, emotions and behavioural responses. *Cognition and Emotion*, 20, 878 – 886. doi:10.1080/02699930500450218
- Hertel, G., Schroer, J., Batinic, B., & Naumann, S. (2008). Do shy people prefer to send E-Mail? *Social Psychology*, 39, 231 – 243. doi:10.1027/1864-9335.39.4.231
- Hiltz, S. R., Turoff, M., & Johnson, K. (1989). Experiments in group decision making, 3: Disinhibition deindividuation and group process in PEN name and real name computer conferences. *Decision Support Systems*, 5, 217 – 232. doi:10.1016/0167-9236(89)90008-0
- Hinton, P. R. (1993). *The psychology of interpersonal perception*. London: Routledge.
- Huber, M., Herholz, K., Habedank, B., Thiel, A., Müller-Küppers, M., Ebel, H., ... Heiss, W. D. (2002). Different Muster regionaler Hirnaktivität nach emotionaler Stimulation bei alexithymen Patienten im Vergleich zu Normalpersonen. Eine positronenemissionstomographische (PET-)Studie mit (15)O-H<sub>2</sub>O und emotionaler Stimulierung durch autobiografische Erinnerung. *PPmP – Psychotherapie, Psychosomatik, Medizinische Psychologie*, 52, 469 – 478. doi:10.1055/s-2002-35276
- Hummert, M. L., Shaner, J. L., Garstka, T. A., & Henry, C. (1998). Communication with older adults. The influence of age stereotypes, context, and communicator age. *Human Communication Research*, 25, 124 – 151. doi:10.1111/j.1468-2958.1998.tb00439.x
- Ibabe, I., & Sporer, S. L. (2004). How you ask is what you get: On the influence of question form on accuracy and confidence. *Applied Cognitive Psychology*, 18, 711 – 726. doi:10.1002/acp.1025
- Jacob, H., Kreifelts, B., Brück, C., Nizielski, S., Schütz, A., & Wildgruber, D. (2012). Nonverbal signals speak up: Association of perceptual nonverbal dominance and emotional intelligence. *Cognition and Emotion*, ahead-of-print, 1 – 17. doi:10.1080/02699931.2012.739999
- Joinson, A. N. (2003). *Understanding the psychology of internet behaviour. Virtual worlds, real lives*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Joinson, A. N. (2004). Self-esteem, interpersonal risk and preference for e-mail to face-to-face communication. *CyberPsychology & Behavior*, 7, 472 – 478. doi:10.1089/cpb.2004.7.472
- Jordan, J. M. (1998). Executive cognitive control in communication. Extending plan-based theory. *Human Communication Research*, 25, 5 – 38.

- Joule, R.-V., & Guéguen, N. (2007). Touch, compliance, and awareness of tactile contact. *Perceptual and Motor Skills*, 104, 581 – 588. doi:10.2466/pms.104.2.581-588
- Jungbauer-Gans, M., Berger, R., & Kriwy, P. (2005). Machen Kleider Leute? Ergebnisse eines Feldexperimentes zum Verkäuferverhalten. *Zeitschrift für Soziologie*, 34, 311 – 322.
- Kaya, N., & Erkip, F. (1999). Invasion of personal space under the condition of short-term crowding. A case study on an automatic teller machine. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 183 – 189. doi:10.1006/jev.1999.0125
- Kendon, A. (1979). Die Rolle sichtbaren Verhaltens in der Organisation sozialer Interaktion. In K. R. Scherer & H. R. Wallbott (Hrsg.), *Nonverbale Kommunikation. Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten* (S. 202 – 237). Weinheim: Beltz.
- Kenny, D. A. (1994). *Interpersonal perception*. New York: Guilford.
- Klöckner Cronauer, C. & Schmid Mast, M. M. (2010). Geschlechtsspezifische Aspekte des Gesprächs zwischen Arzt und Patient. *Die Rehabilitation*, 49, 308 – 314. doi:10.1055/s-0030-1262850
- Klosinski, C. & Hermanutz, M. (2010). Lügenentdeckung durch Beobachtung von nonverbalen Verhalten – Mythos oder Möglichkeit? *Polizei & Wissenschaft*, 2, 234 – 245.
- Köhler, L., & Hauck, M. (2011, Juni). Benehmen in der digitalen Welt – „Schluss machen per SMS ist erlaubt“. *Süddeutsche Zeitung*. Retrieved from: <http://sz.de/1.1110542>
- Köhnken, G. (1990). *Glaubwürdigkeit – Untersuchungen zu einem psychologischen Konstrukt*. München: Psychologie-Verlag-Union.
- Koller, M. R. (1988). *Humor and society. Explorations in the sociology of humor*. Houston: Cap and Gown Press, Inc.
- Koydemir, S., Şimşek, Ö. F., Schütz, A., & Tipandjan, A. (2013). Differences in how trait emotional intelligence predicts life satisfaction. The role of affect balance versus social support in India and Germany. *Journal of Happiness Studies*, 14, 51 – 66. doi:10.1007/s10902-011-9315-1
- Kramer, M. (2001). *Business communication in context*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Krauss, R. M., & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication. In E. T. Higgins (Hrsg.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 655 – 701). New York: Guilford Press.
- Krippendorf, K. (1994). Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation. In K. Merten, S. J. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien* (S. 79 – 113). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Langer, I., Schulz von Thun, F. & Tausch, R. (2003). *Sich verständlich ausdrücken* (7. Aufl.). München: Reinhardt.
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, 390 – 423. doi:10.1037/0033-2909.126.3.390
- La Pointe, L. L., Mowrer, D. M., & Case, J. L. (1990). A comparative acoustic analysis of the laugh response of 20- and 70-year-old-males. *International Journal of Aging and Human Development*, 31(1), 1 – 9. doi:10.2190/GU55-AF9Q-M586-4HM3
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37 – 52). New York: Harper & Co.
- Litzcke, S. M., Hermanutz, M. & Klossek, A. (2006). Nonverbale Warnsignale – Glaubhaftigkeitsdiagnostik und Glaubwürdigkeitsattribution. In: S. Schwan & S. M. Litzcke (Hrsg.), *Nachrichtendienstpsychologie 4* (S. 5 – 19). Brühl: Fachhochschule des Bundes für öffentliche Verwaltung.

- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Loftus, E. (2001). Imagining the past. *The Psychologist*, 14, 584 – 587.
- Loftus, E., & Zanni, G. (1975). Eyewitness testimony: The influence of the wording of a question. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 5(1), 86 – 88.
- Loriot. (1992). *Menschen – Tiere – Katastrophen*. Stuttgart: Reclam.
- Lynn, M., Le, J.-M., & Sherwyn, D. S. (1998). Reach out and touch your customers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39(3), 60 – 65.
- Maes, G., & Gebhardt, W. (2000). Self-regulation and health behavior. The health behaviour goal model. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich & M. Zeidner (Eds.), *Handbook of self-regulation* (pp. 343 – 368). San Diego: Academic Press.
- Maletzke, G. (1972). Massenkommunikation. In C. F. Graumann (Hrsg.), *Handbuch der Psychologie. Sozialpsychologie* (Bd. 7, S. 1511 – 1535). Göttingen: Hogrefe.
- Markiewicz, D. (1974). Effects of humor on persuasion. *Sociometry*, 37, 407 – 422.
- McMahan, E. M. (1976). Nonverbal communication as a function of attribution in impression formation. *Communication Monographs*, 43, 287 – 294. doi:10.1080/03637757609375939
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication*. Chicago: Aldine-Atherton.
- Mehrabian, A., & Ferris, S. R. (1967). Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 31, 248 – 252. doi:10.1037/h0024648
- Mehrabian, A., & Wiener, M. (1967). Decoding of inconsistent communications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6, 109 – 114. doi:10.1037/h0024532
- Melamed, J., & Bozionelos, N. (1992). Managerial promotion and height. *Psychological Reports*, 71, 587 – 593. doi:10.2466/pr0.1992.71.2.587
- Merten K. (2000). Struktur und Funktion von Propaganda. *Publizistik*, 45, 143 – 162. doi:10.1007/s11616-000-0075-x
- Merton, R. K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *Antioch Review*, 8, 193 – 210. doi:10.2307/4609267
- Meyer, W.-U., Schützwohl, A., & Reisenzein, R. (1999). *Einführung in die Emotionspsychologie. Evolutionspsychologische Emotionstheorien* (Bd. 2). Bern: Huber.
- Minsal, W.-R. (1974). *Praxis der Gesprächspsychotherapie*. Graz: Böhlau.
- Montaigne, M. d. (1980). *Essais* (2. Aufl.). Frankfurt a. M.: Insel.
- Nemiah, J. C., Freyberger, H., & Sifneos, P. E. (1976). Alexithymia. A view of the psychosomatic process. In O. W. Hil (Ed.), *Modern trends in psychosomatic medicine* (Vol. 3, pp. 430 – 439). London: Butterworths.
- Nezlek, J., Schütz, A., Schröder-Abé, M., & Smith, C. (2011). A cross-cultural study of relationships between daily social interaction and the Five Factor Model of personality. *Journal of Personality*, 79, 811 – 840. doi:10.1111/j.1467-6494.2011.00706.x
- Nietzsche, F. (1886). *Also sprach Zarathustra*. Ditznngen: Reclam.
- Noller, P. (1993). Gender and emotional communication in marriage. Different cultures or differential social power? *Journal of Language and Social Psychology*, 12, 92 – 112. doi:10.1177/0261927X93121008
- Nückles, M., Winter, A., Wittwer, J., Herbert, M., & Hübner, S. (2006). How do experts adapt their explanations to a layperson's knowledge in asynchronous communication? An experimental study. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 16, 87 – 127. doi:10.1007/s11257-006-9000-y

- O'Keefe, D. J. (2002). *Persuasion. Theory and research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Otta, E., Lira, B. B. P., Delevati, N. M., Cesar, O. P., & Pires, C. S. G. (1994). The effect of smiling and of head tilting on person perception. *Journal of Psychology*, 128, 323 – 331. doi:10.1080/00223980.1994.9712736
- Pavitt, C. (2000). Answering questions requesting scientific explanations for communication. *Communication Theory*, 10, 379 – 404. doi:10.1111/j.1468-2885.2000.tb00199.x
- Pennebaker, J., & Stone, L. (2003). Words of wisdom. Language use over the life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 291 – 301. doi:10.1037/0022-3514.85.2.291
- Perloff, R. M. (2003). *The dynamics of persuasion* (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Perry, S. D., Jenzowsky, S., Hester, J. B., King, C., & Yi, H. (1999). Die Kraft des Humors. Kontextwirkungen von humorvollen Programmumfeldern. In M. Friedrichsen & S. Jenzowsky (Hrsg.), *Fernsehwerbung. Theoretische Analysen und empirische Befunde* (S. 337 – 356). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Petersen, L. (2005). Der Einfluss von Models in der Werbung auf das Körper selbstbild der Betrachter/innen. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 17, 54 – 63. doi:10.1026/1617-6383.17.2.54
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion. Classic and contemporary approaches*. Dubuque, IA: Wm C. Brown.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 19, pp. 123 – 205). New York: Academic Press.
- Postman, N. (1991). *Wir amüsieren uns zu Tode*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Pross, H. (1972). *Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen*. Darmstadt: Habel.
- Provine, R. R. (1993). Laughter punctuates speech: Linguistic, social and gender contexts of laughter. *Ethology*, 95, 291 – 298. doi:10.1111/j.1439-0310.1993.tb00478.x
- Remland, M. (2000). *Nonverbal communication in everyday life*. Boston: Houghton Mifflin.
- Renner, K.-H., Schütz, A., & Machilek, F. (2005). *Internet und Persönlichkeit*. Göttingen: Hogrefe.
- Rice, R. E. (1993). Media appropriateness. Using social presence theory to compare traditional and new organizational media. *Human Communication Research*, 19, 451 – 484. doi:10.1111/j.1468-2958.1993.tb00309.x
- Richmond, V., & Mc Croskey, J. (2000). *Nonverbal behavior in interpersonal relations* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Rizzolatti, G. (2008). *Empathie und Spiegelneurone. Die biologische Basis des Mitgeföhls*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Rogers, C. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. London: Constable.
- Rogers, C. R. (1991). *Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Client-Centered Therapy*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Rosenthal, R., & DePaulo, B. M. (1979). Sex differences in accommodation in nonverbal communication. In R. Rosenthal (Hrsg.), *Skill in nonverbal communication: Individual differences* (pp. 68 – 103). Cambridge, MA: Oelschlager, Gunn, & Hain.
- Ruch, W., & Ekman, P. (2001). The expressive pattern of laughter. In A. W. Kaszniak (Ed.), *Emotion, qualia, and consciousness* (pp. 426 – 443). Tokyo: World of Scientific Publisher.



- Ruppert, F. (1999). Kommunikation, Kooperation und Gesprächsführung in Arbeitsbeziehungen. In C. G. Hoyos & D. Frey (Hrsg.), *Arbeits- und Organisationspsychologie* (S. 537 – 557). Weinheim: Beltz.
- Schulz von Thun, F. (1981). *Miteinander reden 1 – Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Schulz von Thun, F. (2000). *Miteinander reden. Menschliche Kommunikation*. Bern: Huber.
- Schütz, A. (1998). Audience perceptions of politicians' self-presentational behaviors concerning their own abilities. *Journal of Social Psychology, 138*, 173 – 188. doi:10.1080/00224549809600369
- Schütz, A. (1999). It was your fault! Self-serving biases in autobiographical accounts of conflicts in married couples. *Journal of Social and Personal Relationships, 16*, 193 – 208. doi:10.1177/0265407599162004
- Schütz, A. (2005). *Je selbstsicherer, desto besser*. Weinheim: Beltz.
- Schütz, A., & DePaulo, B. M. (1996). Self-esteem and evaluative reactions: Letting people speak for themselves. *Journal of Research in Personality, 30*, 137 – 156. doi:10.1006/jrpe.1996.0010
- Schütz, A., & Hoge, L. (2007). *Positives Denken – Vorteile, Risiken, Alternativen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Schütz, A., & Schröder, M. (2004). Selbst und Wissensmanagement. In G. Reinmann-Rothmeier & H. Mandl (Hrsg.), *Der Mensch im Wissensmanagement: Psychologische Konzepte zum besseren Verständnis und Umgang mit Wissen* (S. 143 – 151). Göttingen: Hogrefe.
- Schütz, A., & Werth, L. (2007). Soft Skills im Führungskontext. *Wirtschaftspsychologie, 3*, 3 – 5.
- Schwarz, N. (1990). Feelings as information. Informational and motivational functions of affective states. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition* (pp. 527 – 561). New York: Guilford Press.
- Schwarz, N., & Scheuring, B. (1992). Selbstberichtete Verhaltens- und Symptommhäufigkeiten. Was Befragte aus Antwortvorgaben des Fragebogens lernen. *Zeitschrift für Klinische Psychologie, 22*, 197 – 208.
- Sedlmeier, P. (2007). The role of scales in student ratings. *Learning and Instruction, 16*, 401 – 415. doi:10.1016/j.learninstruc.2006.09.002
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press, Urbana Champaign.
- Sieverding, M. (2009). 'Be cool!': Emotional costs of hiding feelings in a job interview. *International Journal of Selection and Assessment, 17*, 391 – 401. doi:10.1111/j.1468-2389.2009.00481.x
- Simpson, J. A., Gangestad, S. W., & Biek, M. (1993). Personality and nonverbal behavior: An ethological perspective of relationship initiation. *Journal of Experimental Social Psychology, 29*, 434 – 461. doi:10.1006/jesp.1993.1020
- Six, U., Gleich, U., & Gimmler, R. (2007). *Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie*. Weinheim: Beltz.
- Six, B., Martin, P., & Pecher, M. (1983). A cultural comparison of perceived crowding and discomfort: The United States and West Germany. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 656 – 666. doi:10.1080/00223980.1983.9915397
- Snyder, M., Decker Tanke, E., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior. On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 656 – 666.

- Spörrle, M., Gerber-Braun, B., & Försterling, F. (2007). Social perception and interpersonal behavior in the context of open-question formats. *Swiss Journal of Psychology*, 66, 103 – 107. doi:10.1024/1421-0185.66.2.103
- Sprecher, S., & Regan, P. (2002). Liking some things (in some people) more than others: Partner preferences in romantic relationships and friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 19, 463 – 481. doi:10.1177/0265407502019004048
- Stavemann, H. H. (2007). *Sokratische Gesprächsführung in Therapie und Beratung. Eine Anleitung für Psychotherapeuten, Berater und Seelsorger*. Weinheim: Beltz PVU.
- Steinmayr, R., Schütz, A., Hertel, J., & Schröder-Abé, M. (2011). *Deutsche Version des Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT)*. Bern: Hogrefe.
- Stewart, G. L., Dustin, S. L., Barrick, M. R., & Darnold, T. C. (2008). Exploring the handshake in employment interviews. *Journal of Applied Psychology*, 93, 1139 – 1146. doi:10.1037/0021-9010.93.5.1139
- Stewart, J., & Logan, C. (1998). *Together: Communicating interpersonally* (5th ed.). Boston, MA: McGraw Hill.
- Strick, M., van Baaren, R. B., Holland, R. W., & van Knippenberg, A. (2009). Humor in advertisements enhances product liking by mere association. *Journal of Applied Experimental Psychology*, 15, 25 – 45. doi: 10.1037/a0014812
- Tanner, J. F. Jr., Day, E., & Crask, M. R. (1989). Protection motivation theory: An extension of fear appeals theory in communication. *Journal of Business Research*, 19, 267 – 276. doi:10.1016/0148-2963(89)90008-8
- Todosijevic, B., Snezana, L., & Arancic, A. (2003). Mate selection criteria: A trait desirability assessment study of sex differences in Serbia. *Evolutionary Psychology*, 1, 116 – 126.
- Tomasello, M. (1999). *The cultural origins of human cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tucker, J. S., & Friedman, H. S. (1993). Sex differences in nonverbal expressiveness: Emotional expression, personality, and impressions. *Journal of Nonverbal Behavior*, 17, 103 – 117. doi:10.1007/BF01001959
- Vaidis, D. C. F., & Halimi-Falkowicz, S. G. M. (2008). Increasing compliance with request: Two touches are more effective than one. *Psychological Reports*, 103, 88 – 92. doi:10.2466/pr0.103.1.88-92
- Vettin, J., & Todt, D. (2004). Laughter in conversation: Features of occurrence and acoustic structure. *Journal of Nonverbal Behavior*, 28, 86 – 88. doi:10.1023/B:JONB.0000023654.73558.72
- Wade, K. A., Garry, M., Read, J. D., & Lindsay, D. S. (2002). A picture is worth a thousand lies: Using false photographs to create false childhood memories. *Psychonomic Bulletin & Review*, 9, 597 – 603. doi:10.3758/BF03196318
- Watson, O. M. (1970). *Proxemic behavior. A cross-cultural study*. The Hague: Mouton.
- Watson, O. M., & Graves, T. D. (1966). Quantitative research in proxemic behavior. *American Anthropologist*, 68(4), 971 – 985. doi:10.1525/aa.1966.68.4.02a00070
- Watzlawick, P. (1969). *Menschliche Kommunikation*. Bern: Huber.
- Watzlawick, P. (1983). *Anleitung zum Unglücklichsein*. München: Piper.
- Watzlawick, P. (2005). *Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn? Täuschung? Verstehen*. München: Piper.
- Watzlawick, P., & Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (2000). *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien* (10. Aufl.). Bern: Hans Huber.

- Weinberger, M. G., Spotts, H. E., Campbell, L., & Parsons, A. L. (1995). The use of humor in different advertising media. *Journal of Advertising Research*, 35(3), 44 – 56.
- Westmeyer, H. (1999). Konstruktivismus und Psychologie. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 4, 507 – 525.
- Westmeyer, H., & Weber, H. (2011). Der Mensch als konstruierendes Wesen. Hans Westmeyer und Hannelore Weber über George Kellys „The Psychology of Personal Constructs“. In B. Pörksen (Hrsg.), *Schlüsselwerke des Konstruktivismus* (S. 78 – 91). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wieser, M., Pauli, P., Alpers, G., & Mühlberger, A. (2009). Is eye to eye contact really threatening and avoided in social anxiety? An eye-tracking and psychophysiology study. *Journal of Anxiety Disorders*, 23, 93 – 103. doi:10.1016/j.janxdis.2008.04.004
- Wilson, J. (1990). *Politically speaking: The pragmatic analysis of political language*. Oxford: Basil Blackwell.
- Wyer, R., & Gruenfeld, D. (1995). Information processing in interpersonal communication. In D. Hews (Ed.), *The cognitive basis of interpersonal communication* (pp. 7 – 47). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Young, T., & French, L. (1996). Height and perceived competence of U.S. presidents. *Perceptual and Motor Skills*, 82, 1002.
- Zhang, Y., & Zinkhan, G. M. (2006). Responses to humorous ads: Does audience involvement matter? *Journal of Advertising*, 35(4), 113 – 127. doi:10.2753/JOA0091-3367350408
- Zuckerman, M., Spiegel, N. H., DePaulo, B. M., & Rosenthal, R. (1982). Nonverbal strategies for decoding deception. *Journal of Nonverbal Behavior*, 6, 171 – 187. doi:10.1007/BF00987066

---

# Namenverzeichnis

## A

Ajzen, I., 12, 41  
Altman, I., 67  
American Psychiatric Association, 44  
Argyle, M., 35, 48, 62, 65  
Armstrong, S., 78  
Aronson, E., 40  
Austin, J. T., 49

## B

Bachorowski, J.-A., 80  
Bahrens, F., 82  
Bauer, J., 24  
Beavin, J. H., 33  
Berenbaum, H., 46  
Bierhoff, H.-W., 92  
Biocca, F., 91  
Bless, H., 13  
Blumer, T., 44  
Bond, C. F., 22  
Borkenau, P., 43, 69  
Bossi, J., 65  
Boyson, A. R., 69  
Bozionelos, N., 69  
Breckler, S. J., 41  
Briton, N., 47  
Brown, G. A., 78  
Brownell, J., 71  
Brunswick, E., 9, 10, 14  
Bühler, K., 18  
Burgoon, J., 47, 62  
Burkart, R., 4

## C

Cacioppo, J. T., 12, 13  
Caron, J. E., 81  
Cassel, W., 75  
Ceschi, G., 59  
Chovil, N., 59  
Cialdini, R. B., 10, 11  
Clark, H., 39  
Crites, S. L., 41

## D

Davis, H. L., 11  
Deci, E. L., 40  
Dehn-Hindenberg, A., 24  
DePaulo, B. M., 21, 22, 40, 47, 60  
Dickson, D., 35, 36, 46, 55, 61, 67, 69, 71,  
78, 79  
Dillard, J., 44  
Duggan, A. P., 71, 72

## E

Eagly, A. H., 9  
Ebster, C., 69  
Eisenberg, N., 47  
Ekman, P., 63, 64, 66, 70, 80  
Erkip, F., 36  
Erler, S., 6

**F**

Faulkner, J. E., 81  
 Feingold, A., 69  
 Ferris, S. R., 58  
 Fiske, S. T., 38  
 Forgas, J. P., 52  
 French, L., 69  
 Frenzen, J. K., 11  
 Frey, D., 92  
 Friedman, H. S., 43  
 Friesen, W., 63, 64, 66, 70  
 Frindte, W., 2, 6  
 Fussel, S. R., 15, 30

**G**

Gaskell, G., 75  
 Gebhard, W., 49  
 Gervais, M., 81  
 Gimmler, R., 14  
 Gleich, U., 14  
 Gmel, G., 74  
 Goodwin, R., 81  
 Grammer, K., 81  
 Graves, T. D., 67  
 Grice, H. P., 16, 20 – 22, 25, 31, 33  
 Großerohde, B., 82  
 Gruenfeld, D., 51, 52  
 Gudjonsson, G., 75  
 Guéguen, N., 62  
 Guirdham, M., 40

**H**

Halimi-Falkowicz, S. G. M., 62  
 Hall, E. T., 67  
 Hall, J. A., 47, 62  
 Halone, K. K., 71  
 Hargie, O., 12, 35 – 36, 48 – 49, 54 – 55, 61, 67, 69, 71, 78, 79  
 Hartung, F.-M., 72  
 Heidingsfelder, M., 87  
 Hendriks, M. C. P., 66  
 Hermanutz, M., 60  
 Hertel, G., 43  
 Hiltz, S. R., 92  
 Hinton, P. R., 54

Hoge, L., 33, 37  
 Hömberg, W., 4  
 Huber, M., 46  
 Hummert, M. L., 46

**I**

Ibabe, I., 77

**J**

Jackson, D. D., 33  
 Jacob, H., 59  
 Joinson, A. N., 43, 91  
 Jordan, J. M., 53  
 Joule, R.-V., 62  
 Jungbauer-Gans, M., 69

**K**

Kaya, N., 36  
 Kendon, A., 64  
 Kenny, D. A., 9  
 Klöckner Cronauer, C., 48  
 Klosinski, C., 60  
 Köhnken, G., 60  
 Koller, M. R., 81  
 Koydemir, S., 49  
 Kramer, M., 71  
 Krauss, R. M., 15, 30  
 Krippendorf, K., 2, 14

**L**

Langer, I., 20  
 Langlois, J. H., 9, 69  
 La Pointe, L. L., 80  
 Lasswell, H. D., 93  
 Latham, G. P., 49  
 Litzcke, S., 60  
 Locke, E. A., 49  
 Loftus, E., 76, 77, 83  
 Logan, C., 72  
 Lokosha, O., 74  
 Lorenz, K., 33  
 Loriot, 40, 54  
 Lynn, M., 62

**M**

Machilek, F., 96  
Maes, G., 49  
Maletzke, G., 93  
Markiewicz, D., 81  
Marshall, P., 35  
McCroskey, J., 57  
McMahan, E. M., 58  
Mehrabian, A., 58  
Melamed, J., 69  
Merten, K., 4, 7, 14  
Merton, R. K., 39  
Meyer, W.-U., 45  
Miller-Herringer, T., 43  
Minsel, W.-R., 23  
Montaigne, M. d., 6

**N**

Nemiah, J. C., 46  
Nezlek, J., 49  
Nietzsche, F., 21  
Noller, P., 47  
Nückles, M., 79

**O**

O'Keefe, D. J., 12  
Ostendorf, F., 43, 69  
Otta, E., 66

**P**

Parrott, R. L., 71, 72  
Pavitt, C., 78  
Pecchioni, L. L., 71  
Pennebaker, J., 46, 47  
Perloff, R. M., 12  
Perry, S. D., 82  
Petersen, L., 7  
Petty, R. E., 12, 13  
Postman, N., 96  
Pross, H., 94  
Provine, R. R., 80, 81

**R**

Regan, P., 81  
Reisinger, H., 69

Remland, M., 57  
Renneberg, B., 44  
Renner, B., 72  
Renner, K.-H., 96  
Rice, R. E., 91  
Richmond, V., 57  
Rizzolatti, G., 24  
Rogers, C., 16, 23 – 24, 31, 32, 72  
Rosenthal, R., 47  
Ruch, W., 80  
Ruppert, F., 20

**S**

Scherer, K., 59  
Scheuring, B., 75  
Schmid Mast, M. M., 48  
Schröder, M., 39  
Schulz von Thun, F., 16, 18 – 20  
Schütz, A., 6, 9 – 10, 20, 28, 33, 37,  
39 – 40, 96  
Schwarz, N., 44, 75  
Sedlmeier, P., 76  
Shannon, C. E., 16 – 18, 30, 31, 54  
Sherwyn, D. S., 62  
Sieverding, M., 45  
Simpson, J. A., 43  
Six, U., 4 – 5, 7, 14, 68, 86  
Snyder, M., 39  
Sporer, S. L., 77  
Spörrle, M., 77  
Sprecher, S., 81  
Stavemann, H. H., 79  
Steinmayr, R., 45  
Stewart, G. L., 62, 63  
Stewart, J., 72  
Stone, L., 46, 47  
Strick, M., 82

**T**

Tanner, J. F., 12  
Taylor, S. E., 38  
Todosijevic, B., 81  
Todt, D., 80, 83  
Tomasello, M., 39  
Tucker, J. S., 43

**V**

Vaidis, D. C. F., 62  
Vancouver, J. B., 49  
Vettin, J., 80, 83  
Vingerhoets, A. J. J. M., 66  
Vinsel, A. M., 67

**W**

Wade, K. A., 77  
Watson, O. M., 67  
Watzlawick, P., 16, 18, 25 – 28, 31 – 33, 86  
Weaver, W., 16 – 18, 30 – 31, 54  
Weber, H., 37  
Weinberger, M. G., 81  
Werth, L., 6  
Westmeyer, H., 37

Wiener, M., 58  
Wieser, M., 65  
Wilson, D. S., 81  
Wilson, J., 76  
Wyer, R., 51 – 52

**Y**

Young, T., 69

**Z**

Zanni, G., 76, 83  
Zhang, Y., 82  
Zinkhan, G. M., 82  
Zuckerman, M., 59

---

# Sachverzeichnis

## A

- Adressat, 18, 31, 86
- Affekt, 41 – 42, 44, 47, 52, 55
- Alexithymie, 46
- Alter, 37, 46 – 47, 54, 68, 75
- Analyse von Massenkommunikation  
nach Lasswell (1948), 93
- Anker, 75
- Anonymität, 92
- Antwort, 2, 16, 31, 40, 51 – 53, 55, 57, 73 – 79,  
82
  - Länge der, 78
- Antwortalternative, 73 – 76
- Antwortverhalten, 35 – 36, 51 – 52, 54 – 55,  
75 – 77
- Anwendungsfeld, 7
- Anzahl der Antwortlinien, 78
- Appell, 10, 19 – 20, 22
- Appellohr, 19 – 20
- Athletiker, 69
- Attraktivität, 13, 62, 68 – 69
  - physische, 68
- Augenkontakt, 37, 47, 63, 65, 72, 82
- Ausdruck, 43, 45, 78, 81, 96
  - mimischer, 5, 58, 66
- Auslassungsfehler, 53, 55
- Aussage, 2 – 3, 18, 20, 29, 44, 47, 60, 65, 75,  
78, 88, 93, 95
  - vier Seiten einer, 18
- Autonomie, 23
- Autorität, 11
- Axiome der Kommunikation, 32
  - nach Watzlawick (2000), 26

## B

- Babytalk,
  - sekundärer, 46, 54
- Bedeutungswissen, 17
- Bedingung, 7, 14
  - interpersonelle, 6
  - normative, 6
  - situative, 6
- Bedürfnis, 11, 20, 24, 30, 40 – 41
  - nach dem Gefühl der Zugehörigkeit und  
Intimität, 40
  - nach einem Gefühl von Kontrolle und  
Vorhersagbarkeit, 40
  - nach Überlegenheit und dem Zeigen  
von Kompetenz, 40
- Befragung, 44, 76
  - Art der, 77
- Bemerkung,
  - humorige, 81
- Berührung, 47, 62
- Bestimmungsstücke, 5, 14, 50, 89
  - nach Six, Gleich und Gimmler (2007), 5
- Bewährtheit,
  - soziale, 11
- Beziehung, 4, 8 – 9, 19, 23 – 24, 27, 29 – 30,  
33, 41, 44, 51, 58, 62, 65, 81 – 83, 91,  
93
  - komplementäre, 30
  - symmetrische, 30
- Beziehungsaspekt, 25 – 26, 29, 32
- Beziehungsaussage, 19
- Beziehungsohr, 19
- Big Five, 42
- Blickkontakt, 57, 63 – 65, 72



- Borderline-Persönlichkeitsstörung, 43  
 Botschaft, 2 – 3, 9 – 10, 12 – 21, 25 – 26,  
     31 – 33, 39, 47, 58 – 61, 66, 70 – 72,  
     93  
     inkongruente, 58
- C**  
 Charakteristika, 38, 78  
     physische, 57, 61, 68, 70  
 Common Ground, 39 – 40, 54  
 Computer-mediated-Communication  
 (CmC), 90  
 Container-Metapher, 3 – 4
- D**  
 Darstellungsregeln, 45  
     kulturell geprägte, 66  
 Dekodierung, 15, 18  
 Denken, 12, 87  
     eigenverantwortliches, 79  
 Dialog, 2, 90  
     sokratischer, 79  
 Dialog-Modell, 16, 31 – 32  
 Dichtewahrnehmung,  
     subjektive, 68  
 Direktkommunikation, 86  
 display rules, 45  
 Distanz, 67  
     gesellig-persönliche, 67  
     interpersonelle, 47, 67 – 68  
     intime, 67  
     öffentliche, 67 – 68  
     soziale, 67  
 Dyade, 6, 48, 81  
 Dysplastiker, 69
- E**  
 Echtheit (Kongruenz), 23 – 24  
 Eindrucksbildung, 5, 9  
 Eindruckslenkung, 90  
 Einstellung, 4, 11 – 12, 23, 37, 41 – 42, 53,  
     58, 64, 73, 82  
     Bestandteile von -en, 42  
 Einstellungsänderung, 10  
 Elaborationswahrscheinlichkeit,  
     Modell der, 12
- Embleme, 63 – 64  
 Emotion, 37, 44 – 47, 52, 55, 64, 66 – 67  
 Emotionsarbeit, 45  
 Empathie, 6, 23 – 24, 32  
 EmpfängerIn, 4, 8, 10 – 11, 18 – 19, 25 – 26,  
     31, 37, 60, 62, 72, 82, 93 – 94  
 Empfangsgerät (Dekodierer), 17  
 Empfangsgewohnheiten,  
     einseitige, 20  
 Encoder-/Decoder-Modell, 15 – 16, 30 – 31  
 Enkodierung, 15, 31  
     semantische, 51 – 52  
 Entdecken,  
     geleitetes, 79  
 Ereignisfolgen, 25, 28, 32  
 Ereignis-Schemata, 38  
 Erfahrungshintergrund, 4  
 Ergebnisse, 20, 45, 48, 66, 81 – 82, 87  
     des kommunikativen Handelns, 8 – 9,  
     14  
 Erinnerungen,  
     falsche, 76 – 77  
 Erklären, 53, 71, 82  
 Erklärung, 47, 78 – 79, 82  
     begründende, 78  
     deskriptive, 78  
     funktionale, 78  
     interpretative, 78  
     kausale, 78  
 Erwartung, 38 – 39, 43, 46, 49 – 50, 54, 77  
 Erwartungs-mal-Wert-Modelle, 50  
 Eskalation,  
     symmetrische, 30  
 Exklusivität, 92  
 Extraversion, 42 – 43, 48, 54
- F**  
 Face-to-Face-Kommunikation, 2, 8, 85, 89  
 Fähigkeiten, 6, 36, 45, 79, 82  
     kognitive, 13  
 Faktoren, 5, 8, 12 – 13, 36 – 37, 49, 52, 67,  
     75  
     personale, 13  
     situative, 13  
 Feedback, 18, 35, 53 – 55  
     externales, 53, 55  
     internales, 53, 55

- Fehlhandlung, 53, 55  
 Folgen, 21, 28, 35, 96  
   des kommunikativen Handelns, 8 – 9, 14  
 Frage, 1, 11, 16, 31 – 32, 44, 49, 57, 67,  
   71 – 80, 82, 86 – 87, 90 – 91  
   Art der, 73 – 74, 77 – 78, 82  
   Formulierung der, 73, 75 – 76, 82  
   geschlossene, 73 – 74, 82  
   Länge der, 76  
   offene, 73 – 74, 82  
 Frageform, 73 – 75, 77  
 Fragen stellen, 71, 82
- G**  
 Generieren einer Antwort, 51 – 52  
 Geschlecht, 18, 37 – 38, 47 – 48, 62, 68, 72,  
   82  
 Gesichtsausdruck, 59, 63, 66, 72, 80  
 Gesprächsführung, 8  
   klientenzentrierte, 23  
 Gesprächstherapie,  
   klientenzentrierte, 23  
 Geste, 5, 62 – 64  
 Gestik, 26, 29, 53, 64  
 Gewissenhaftigkeit, 42 – 43  
 Glaubhaftigkeitsdiagnostik, 60  
 Glaubwürdigkeitsattribution, 60
- H**  
 Handschlag, 62 – 63  
 Humor, 71, 80 – 83
- I**  
 Identifikationsfrage, 74  
 Illustratoren, 63 – 64  
 Individualkommunikation, 43, 86 – 89  
   computervermittelte, 86, 88 – 90, 95  
   direkte, 5, 81, 88 – 90, 94 – 95  
   mediale, 3, 86, 89  
   medial vermittelte, 7  
   medienvermittelte, 43, 88, 90 – 91, 95  
 Informationsquelle, 17, 31, 66, 75  
 Informationsverarbeitung, 12 – 13, 87  
   heuristische, 11, 13  
   peripherer Weg der, 12  
   Wege der, 12  
     zentraler Weg, 12 – 13  
 Inhaltsaspekt, 26, 29  
 Inhaltselement, 49  
 Intelligenz, 9, 86, 90  
   emotionale, 45, 59  
 Ironie, 21, 26
- J**  
 Ja- und Nein-Fragen, 73
- K**  
 Kanal, 17 – 18, 31, 92 – 93  
 Kategorie, 16, 38, 67 – 68, 85 – 86, 94  
 Kausal-Schemata, 38  
 Kleidung, 11, 69  
 Knappheit, 11  
 Kognition, 7, 41 – 42, 44  
 Kognitionsbedürfnis, 13  
 Kommunikation, 1 – 8, 10, 12, 14 – 21,  
   23 – 27, 29, 31 – 33, 35 – 36, 39 – 40,  
   42 – 44, 46 – 48, 51, 53 – 55, 57 – 58,  
   65, 71, 80, 85 – 88, 90 – 95  
   analoge, 25, 29, 32  
   computervermittelte interpersonale, 86,  
     88, 90  
   digitale, 25, 29, 32  
   direkte, 5, 7, 17, 43  
   Einflussfaktoren von, 8  
   einseitige, 93  
   emotionsdarstellende, 45  
   emotionsinduzierende, 45  
   emotionsmotivierte, 45  
   Formen der, 85  
   interpersonale, 29, 35, 39, 44, 89 – 90, 95  
   intrapersonale, 4, 86 – 88, 95  
   Kosten der, 91  
   Maxime der, 20  
   mediale, 3, 7  
   nonverbale, 47, 57 – 59, 61, 63, 70, 72  
   verbale, 47, 57, 59, 70 – 71, 82  
 Kommunikationsangebot, 8  
 Kommunikationsbestandteil, 71  
 Kommunikationsform, 5, 7, 8, 54, 85 – 89,  
   94 – 95  
 Kommunikationskanal, 15, 43  
 Kommunikationsklima, 5, 8  
 Kommunikationsmetapher, 2

- Kommunikationsmodell, 16, 30 – 31, 54  
 integratives – nach Hargie und Kollegen,  
 35, 54  
 klassische –e, 15  
 nach Schulz von Thun, (2000) 18  
 nach Shannon und Weaver (1949), 17,  
 30 – 31, 54  
 nach Watzlawick (2000), 25, 31 – 32  
 Kommunikationsprozess, 5, 7, 9, 17,  
 36 – 37, 40, 44, 48, 51, 54  
 Kommunikationspsychologie, 1, 6 – 8, 14  
 Kommunikationsqualität, 20  
 Kommunikationsregeln, 5  
 Kommunikationsresultat, 7  
 Kommunikationssituation, 3, 36, 43, 46,  
 60, 62  
 kritische, 20  
 Kommunikationsstörung, 20, 25, 27  
 Kommunikationstheorie, 16, 25  
 allgemeine –n, 15  
 klassische –n, 15, 18  
 psychologische –n, 15  
 Kommunikationsumgebung, 8  
 mediale, 7  
 Kommunikationsverhalten, 8, 14, 18,  
 36 – 38, 43, 45, 47, 54  
 Kommunikationsziel, 20, 22  
 Kommunikator, 16, 26  
 Kompetenz, 9, 40, 90 – 91  
 emotionale, 45  
 kommunikative, 1, 6, 14  
 soziale, 6, 14  
 Komplementarität, 30  
 Konsistenzstreben, 11  
 Konstitutionstypen-Lehre, 69  
 Konstruktivismus, 27, 37  
 Kontext, 5 – 6, 17, 26, 29 – 30, 36, 58 – 59,  
 62, 72, 76, 91  
 Konversationsmaxime, 16, 21  
 Kooperationsprinzip, 21  
 Kopfbewegung, 61, 63 – 64  
 Körperform, 69  
 Körpergröße, 69  
 Körperhaltung, 29, 32, 63 – 65  
 Körpersprache, 29, 57, 61, 63, 70, 94  
 Kunstgriff, rhetorischer, 74
- L**  
 Lachen, 29, 71, 80 – 82  
 Häufigkeit des –s, 81  
 Leptosomen, 69  
 Linsenmodell, von Brunswik (1943), 9 – 10
- M**  
 Manipulationsversuch, 59, 74  
 Massenkommunikation, 3, 5, 7, 86 – 88,  
 93 – 94  
 direkte, 88, 94 – 95  
 mediale, 81  
 medienvermittelte, 88, 93 – 95  
 Massenmedien, 2, 7, 95 – 96  
 klassische, 86, 88, 94  
 neue, 86, 88, 94  
 Maxime, 21 – 23, 31  
 der Klarheit, 21, 31 – 32  
 der Qualität, 21 – 23, 31  
 der Quantität, 21 – 23, 31 – 32  
 der Relevanz, 21, 31 – 32  
 –n der Kommunikation, 20  
 Medien, 3, 85, 87, 89 – 91, 93 – 96  
 klassische, 87, 94  
 primäre, 89, 94  
 sekundäre, 94  
 tertiäre, 94  
 Medienkommunikation, 86  
 Medium, 86, 91 – 92, 94  
 Mensch-Computer-Kommunikation, 86,  
 88, 90  
 Merkmal, 4, 7, 9, 12 – 13, 24 – 25, 36, 60,  
 68 – 69, 82, 93  
 distales, 9 – 10  
 proximales, 9 – 10  
 –e der Person, 35, 37, 48, 54  
 –e der Situation, 7, 35, 48, 54  
 Metakommunikation, 25, 29  
 Metapher, 2 – 3  
 der Übertragung von Botschaften, 2 – 3  
 Metawahrnehmung, 54  
 Missverständnis, 5, 21, 31, 53, 61  
 Mittel, 5, 25, 49, 57, 71, 80, 82, 92 – 93  
 Modalität, 5, 29  
 analoge, 29

digitale, 29  
 Modell, 9, 12, 15 – 19, 25, 33, 35 – 36, 49 –  
 50, 79 – 80  
 der Perspektivübernahme, 16, 31 – 32  
 intentionales, 16, 30 – 31  
 Motiv, 37, 40, 78

## N

Nachricht, 2, 4 – 6, 16 – 17, 19, 31, 51, 58,  
 72  
 need for cognition, 13  
 NEO-Fünf-Faktoren-Inventar  
 (NEO-FFI), 69  
 Neurotizismus, 42 – 43

## O

Offenheit für Erfahrungen, 42, 48  
 Ohren,  
 vier, 18 – 19  
 Organisation, 51 – 52

## P

P 5, 79  
 Paradigma,  
 konstruktivistisches, 37  
 Personen-Schemata, 38, 52  
 Personenwahrnehmung, 9  
 Person-Situation-Kontext, 35, 48, 54  
 Perspektive, 3, 7, 15, 18, 23, 47  
 humanistische, 23  
 Persuasion, 12 – 13, 90  
 Persuasionsforschung, 12  
 Planning, 79  
 post-mortem, 79  
 Präsenz, 91  
 soziale, 91  
 Pre-assessment,  
 of the explainee's knowledge, 79  
 Preparation, 79  
 Presentation, 79  
 Printmedien, 86, 94  
 Propaganda, 7  
 Prophezeiung,  
 sich selbsterfüllende, 39  
 Proxemik, 57, 61, 67, 70

Prozess, 4, 6 – 7, 12, 15, 25, 31 – 32, 35 – 36,  
 49, 51, 60, 71, 78 – 79, 82, 93  
 affektive –e, 3, 51 – 52, 55  
 kognitive –e, 3, 51 – 52, 54, 93  
 schlussfolgernde –e, 51 – 52  
 vermittelnde –e, 35, 51, 54  
 Prozesscharakter,  
 interaktiver, 5  
 Prozesselement, 49  
 Publikum, 7, 89 – 90, 94 – 95  
 disperses, 93, 95  
 Pykniker, 69

## R

Rauschen, 17, 31, 54  
 Reflexion, 79, 82  
 Regeln gelingender Kommunikation nach  
 Rogers, 16, 23, 31 – 32  
 Reziprozität, 11, 52, 55  
 Rolle, 7 – 8, 13, 30, 37 – 38, 42, 44, 48, 51,  
 62, 72, 75, 77, 79, 82, 89, 91, 93  
 Rollendefinition, 30  
 Rollen-Schemata, 38

## S

Sachinhalt, 19, 58 72  
 Sachohr, 19  
 Schema, 38 – 39  
 Scherz, 81  
 Schlüsselkompetenz, 6  
 Schmiermittel,  
 soziales, 81, 83  
 Schnäbel,  
 vier, 18  
 Selbstbesinnung, 79  
 Selbstdarstellung, 19, 43, 90  
 assertive, 9  
 Selbstdarstellungsform, 9  
 Selbstgespräch, 87, 95  
 Selbstkommunikation,  
 symbolische, 87  
 Selbstkonzept, 36  
 Selbstoffenbarung, 19  
 Selbstoffenbarungsohr, 19  
 Selbst-Schemata, 38

- Selbstverwirklichung, 23  
 Selbstwahrnehmung, 6  
 Selbstwertschätzung, 10, 40 – 41, 43  
 Selbstwirksamkeitserwartung, 36  
 Selbstüberwachungstendenz, 43  
 Selektionsfragen, 73  
 Self-Monitoring, 43  
 Sendegerät (Kodierer), 17  
 SenderIn, 4, 8, 10, 17 – 20, 31  
 Sensitivität,  
   interpersonelle, 6  
 Signal, 11, 17 – 18, 31, 61, 80  
   haptisches, 57, 61 – 62, 70  
   nonverbales, 6, 58 – 59, 63 – 64, 72  
   paraverbales, 58  
   übertragenes, 91  
 Signalübertragung, 17  
 Sinn, 21, 65, 81  
   kommunikativer, 20  
 Speicherung und Abruf, 51 – 52  
 Spiegelneuron, 24  
 Sprache, 5 – 6, 15, 17 – 18, 48, 63, 94  
 Sprecherwechsel, 64  
 Sprechweise, 29, 48  
 Status, 47, 62, 64 – 65  
 Stereotyp, 38  
   altersbezogene –e, 46  
 Suggestivfrage, 73 – 75  
 Symbolrepertoire, 4  
 Symmetrie, 30  
 Sympathie, 11, 13, 29, 41  
 Synchronizität, 92
- T**  
 Transmissionsmodell, 16
- U**  
 Überzeugung, 41 – 42, 80  
   subjektive, 76  
 Umgebung, 7, 48, 53  
 Universalität, 61  
   des Gesichtsausdrucks, 66
- V**  
 Verarbeitungstiefe,  
   typische, 13
- Verhalten, 7 – 8, 12, 24, 26, 28 – 29, 39,  
   41 – 43, 45 – 50, 52, 54, 57, 60, 80, 93  
   einstellungsdiscrepantes, 13  
 Verstehen, 45, 72  
   einführendes (Empathie), 23 – 24  
 Verträglichkeit, 42  
 (Vor-)Wissen, 37 – 38, 79, 82
- W**  
 Wahrnehmung, 9, 20, 28 – 29, 35 – 37, 39,  
   51 – 55, 69, 76  
   soziale, 9, 54, 90  
 Werbung, 2, 11, 81 – 82  
 Wert, 11, 18, 25, 28, 42 – 43, 46, 49, 50, 78  
 Wertschätzung, 24  
   unbedingte positive, 23  
 W-Fragen, 73  
 white lies, 22  
 Widerstand, 12  
 Wirklichkeitskonstruktion, 7  
 Wissenshintergrund, 4, 39 – 40, 95  
 Wissensmanagement, 39  
 Wissensstrukturen, 54  
   mentale, 38
- Z**  
 Zeichenrepertoire, 4  
 Zeichenwissen, 17  
 Zeugenvernehmung, 75, 77, 82  
 Ziel, 5 – 6, 10, 17, 20, 22, 35 – 37, 48 – 54,  
   79, 87  
   explizites, 49  
   implizites, 49  
   instrumentelles, 49  
   konsumatorisches, 49  
 Zielkompatibilität, 50  
 Zielstruktur, 48  
 Zuhören, 71, 82  
   aktives, 71 – 72
- 55-38-7-Regel, 58  
 7-38-55 rule, 58