
Basiswissen Psychologie

Herausgegeben von
J. Kriz, Osnabrück

Die Lehrbuchreihe im VS Verlag: Das Basiswissen ist konzipiert für Studierende und Lehrende der Psychologie und angrenzender Disziplinen, die Wesentliches in kompakter, übersichtlicher Form erfassen wollen.

Eine ideale Vorbereitung für Vorlesungen, Seminare und Prüfungen: Die Bücher bieten Studierenden in aller Kürze einen fundierten Überblick über die wichtigsten Ansätze und Fakten. Sie wecken so Lust am Weiterdenken und Weiterlesen.

Neue Freiräume in der Lehre: Das Basiswissen bietet eine flexible Arbeitsgrundlage. Damit wird Raum geschaffen für individuelle Vertiefungen, Diskussion aktueller Forschung und Praxistransfer.

Herausgegeben von

Prof. Dr. Jürgen Kriz
Universität Osnabrück

Wissenschaftlicher Beirat:

Prof. Dr. Markus Bühner
Ludwig-Maximilians-Universität
München

Prof. Dr. Jochen Müsseler
Rheinisch-Westfälische
Technische Hochschule Aachen

Prof. Dr. Thomas Goschke
Technische Universität Dresden

Prof. Dr. Astrid Schütz
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Prof. Dr. Arnold Lohaus
Universität Bielefeld

Jessica Röhner • Astrid Schütz

Psychologie der Kommunikation



Springer VS

Jessica Röhner
TU Chemnitz
Deutschland

Prof. Dr. Astrid Schütz
Universität Bamberg
Deutschland

ISBN 978-3-531-16707-7
DOI 10.1007/978-3-531-18891-1

ISBN 978-3-531-18891-1 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Einbandentwurf: KünkelLopka GmbH

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Vorwort

In diesem Band soll ein Grundriss über den Ablauf menschlicher Kommunikation mit ihren Besonderheiten und Phänomenen sowie daraus abgeleiteten Anwendungsgebieten vermittelt werden. Die wichtigsten Kommunikationsmodelle werden kurz und verständlich erklärt. Praktische Beispiele und Exkurse sollen das Gelesene festigen und das Interesse für diesen spannenden Themenbereich wecken.

Für Unterstützung bei den Recherchen und wichtige Hinweise zu früheren Versionen des Manuskriptes danken wir Henrike Cwikla, Leonie Fresz, Tina Hahne-
mann, Tina Horlitz, Sophie Meska, Nelli Schulz, Steffi Weidlich und Steffi Ziegen-
balg. Für Unterstützung bei der Erstellung der Illustrationen danken wir Nadine
Bartholome und Nina Hubatsch.

Inhalt

1	Begriffsbestimmungen	1
1.1	Was ist Kommunikation?	1
1.2	Was ist kommunikative Kompetenz?	6
1.3	Was ist Kommunikationspsychologie?	6
1.3.1	Einflussfaktoren von Kommunikation	8
1.3.2	Kommunikationsverhalten	8
1.3.3	Ergebnisse bzw. Folgen des kommunikativen Handelns	9
1.4	Zusammenfassung und Lesetipps	14
2	Klassische Kommunikationstheorien und -modelle	15
2.1	Ein Überblick über Theorien und Modelle der Kommunikation ...	15
2.2	Kommunikationsmodell nach Shannon und Weaver	17
2.3	Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun	18
2.4	Maximen der Kommunikation nach Grice	20
2.5	Regeln für gelingende Kommunikation nach Rogers	23
2.6	Kommunikationsmodell nach Watzlawick	25
2.7	Zusammenfassung und Lesetipps	30
3	Ein integratives Kommunikationsmodell nach Hargie und Kollegen	35
3.1	Grundlegendes	35
3.2	Merkmale der Person	37
3.2.1	(Vor-)Wissen	37
3.2.2	Motive	40
3.2.3	Einstellungen	41
3.2.4	Persönlichkeit	42
3.2.5	Emotionen	44
3.2.6	Alter	46
3.2.7	Geschlecht	47
3.3	Merkmale der Situation	48

3.4	Ziele	49
3.5	Vermittelnde Prozesse	51
3.5.1	Kognitive Prozesse	51
3.5.2	Affektive Prozesse	52
3.6	Antwortverhalten	52
3.7	Feedback	53
3.8	Wahrnehmung	53
3.9	Zusammenfassung und Lesetipps	54
4	Mittel nonverbaler Kommunikation	57
4.1	Haptische Signale	62
4.2	Körpersprache	63
4.2.1	Gesten	63
4.2.2	Kopfbewegungen	64
4.2.3	Körperhaltung	64
4.2.4	Augenkontakt und Blickkontakt	65
4.2.5	Gesichtsausdruck	66
4.3	Proxemik	67
4.4	Physische Charakteristika	68
4.5	Zusammenfassung und Lesetipps	70
5	Mittel verbaler Kommunikation	71
5.1	Zuhören	71
5.2	Fragen	72
5.2.1	Offene Fragen	73
5.2.2	Geschlossene Fragen	73
5.2.3	Suggestivfragen	74
5.3	Erklärungen	78
5.4	Lachen und Humor	80
5.5	Zusammenfassung und Lesetipps	82
6	Formen der Kommunikation	85
6.1	Intrapersonale Kommunikation	87
6.2	Individualkommunikation (interpersonale Kommunikation)	89
6.2.1	Direkte Individualkommunikation (direkte interpersonale Kommunikation)	89
6.2.2	Medienvermittelte Individualkommunikation	90
6.3	Massenkommunikation	93
6.3.1	Direkte Massenkommunikation	94
6.3.2	Medienvermittelte Massenkommunikation	94
6.4	Zusammenfassung und Lesetipps	95

Inhalt	IX
<hr/>	
Literatur	97
Namenverzeichnis	109
Sachverzeichnis	113