

Josef Sawetz

# Interpersonelle Handlungs- kompetenz, Rhetorik und Persuasion

*Psychologische Instrumente in interpersoneller Kommunikation*

Wien, 2020

Josef Sawetz:

*Interpersonelle Handlungs-kompetenz, Rhetorik und Persuasion*

*Psychologische Instrumente in interpersoneller Kommunikation, Wien, 2020*

*Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Weitergabe, Bearbeitung, Mikroverfilmungen und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Warenbezeichnungen, Handelsnamen oder sonstigen Kennzeichen in diesem Buch berechtigt nicht zur Annahme, dass diese von jedermann frei benutzt werden dürfen. Vielmehr kann es sich auch dann um eingetragene Warenzeichen oder sonstige gesetzlich geschützte Kennzeichen handeln, wenn sie nicht eigens als solche gekennzeichnet sind.*

Alle Rechte vorbehalten

© 2020, Wien

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>EINFÜHRUNG</b> .....	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>KOMMUNIKATIONSPSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN</b> .....	<b>7</b>
2.1	INFORMATIONSPROZESSE .....	7
2.2	INTERAKTION UND KOMMUNIKATION .....	10
2.2.1	<i>Evolution von Sprache</i> .....	11
2.2.2	<i>Evolution der Grammatik</i> .....	12
2.2.3	<i>Neuronale Grundlagen der Sprache</i> .....	12
2.3	GRUNDLAGEN FÜR KOMMUNIKATIONSPROZESSE.....	14
2.3.1	<i>Wahrnehmungskaskade zwischen Emotion und Kognition</i> .....	15
2.4	KOMMUNIKATIONSFORMEN.....	16
2.5	MEDIATISIERTE INTERPERSONALE KOMMUNIKATION .....	20
<b>3</b>	<b>MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN UND KOMMUNIKATIONSMODELLE</b> .....	<b>25</b>
3.1	LINEARES KOMMUNIKATIONSMODELL .....	25
3.1.1	<i>Stimulus-Reaktions-Theorien</i> .....	25
3.1.1.1	S-R-Theorien mit intervenierenden psychologischen Variablen .....	26
3.1.1.2	S-R-Theorien mit intervenierenden soziologischen Variablen.....	27
3.2	TRANSAKTIONSTHEORIEN .....	27
3.2.1	<i>Transaktionsmodell</i> .....	28
3.2.2	<i>Kybernetisches Modell</i> .....	28
3.2.3	<i>Regelkreismodell</i> .....	29
3.3	DIE FERNSEHWAHRNEHMUNG.....	29
3.4	CROSSMEDIALE KOMMUNIKATION.....	30
3.4.1	<i>Grundsätze der formalen Gestaltung multimedialer Botschaften</i> .....	33
3.5	MASSENKOMMUNIKATIONSTRENDS .....	34
3.5.1	<i>Kommunikation in Zeiten digitaler Beschleunigung</i> .....	48
3.5.2	<i>Informationsüberflutung und digitale Vernetzung verleihen Fake News mehr Macht als je zuvor</i> .....	51
<b>4</b>	<b>PSYCHOLOGISCHE HANDLUNGSKOMPETENZEN</b> .....	<b>54</b>
4.1	INTERPERSONALE KOMMUNIKATION - EBENEN DER INTERINDIVIDUELLEN KOMMUNIKATION .....	54
4.2	MODELL DER KOMMUNIKATION NACH SCHULZ VON THUN .....	55
4.3	KOMMUNIKATIONSMODI.....	56
4.4	MAXIMEN DER KOMMUNIKATION NACH GRICE .....	56
4.5	KOMMUNIKATIONSPROZESS NACH HARGIE UND DICKSON.....	58
4.6	DAS FILTERMODELL DER KOMMUNIKATION .....	58
4.7	HANDLUNGSKOMPETENZ AUF BASIS DES WISSENS UM ZENTRALE SCHEMATA ...	59
4.8	ZENTRALE MERKMALE EINER SITUATION IM SITUATION-PERSON KONTEXT .....	60
4.9	ZIELARTEN .....	60
4.9.1	<i>Zielkompatibilität</i> .....	61
4.10	ANTWORTTENDENZEN UND GESPRÄCHSHALTUNG.....	61
4.11	DIE 4 FORMEN DES ZUHÖRENS .....	61
4.12	INKONGRUENZEN IN DER INTERINDIVIDUELLEN KOMMUNIKATION.....	62
4.13	MODI DER INTERPERSONALEN KOMMUNIKATION AUF BASIS DER TRANSAKTIONALEN ANALYSE .....	63
4.13.1	<i>Transaktionsformen</i> .....	63
4.13.2	<i>Beispiele für komplementäre Beziehungs- und Kommunikationsstile</i> .....	65
4.13.3	<i>Intraindividuelle Kommunikation nach Schulz von Thun</i> .....	67
4.14	DIE 5 KOMMUNIKATIONSAXIOME VON PAUL WATZLAWICK.....	67
4.15	KONFLIKTKLASSIFIKATIONEN NACH GLASL (1994) .....	68
4.15.1	<i>Betrachtungsebenen von Konflikten (Glasl, 1994)</i> .....	68
4.15.2	<i>Interaktive Konfliktverhaltensmuster</i> .....	69

4.15.3	Harvard-Methode .....	69
4.16	ARGUMENTATIONSEQUENZ .....	70
4.16.1	Abwehrmechanismen im Gespräch .....	71
4.17	FÜHREN DURCH FRAGETECHNIK .....	72
4.18	THEORIE DES GEPLANTEN VERHALTENS (THEORY OF PLANNED BEHAVIOR) .....	72
4.1	SOZIAL-KOGNITIVE THEORIE .....	73
4.2	KOMPONENTEN VON EINSTELLUNGEN UND IHRE MESSBARKEIT .....	74
4.2.1	Divergenzen/Zusammenhänge zwischen Einstellung und Verhalten .....	74
4.2.2	Einstellungsänderungen .....	74
4.2.2.1	Need for cognition vs. Need for affect .....	75
4.3	MOTIVATION ALS PRODUKT VON PERSON UND SITUATION .....	76
4.3.1	Das erweiterte kognitive Motivations-Modell von Heckhausen .....	76
4.4	MODELLE ZUM GESUNDHEITSV ERHALTEN ALS ANWENDUNG VON PSYCHOLOGISCHEN HANDLUNGSKOMPETENZEN .....	77
4.4.1	Modell der Gesundheitsüberzeugung (Health Belief Modell) .....	77
4.4.2	Theorie der Schutzmotivation (Protection Motivation Theory) .....	78
4.4.3	Transtheoretisches Modell .....	79
4.5	NONVERBALE KOMMUNIKATION .....	80
4.6	NONVERBALE KOMMUNIKATIONSKANÄLE .....	80
4.7	PERSONALER RAUM .....	82
4.8	STIMME MACHT STIMMUNG .....	85
4.9	DUALE KODIERUNG .....	87
4.10	BILD ALS ZENTRALE BOTSCHAFT .....	88
4.10.1	Die Abbild-Theorie .....	88
4.10.2	Image .....	89
4.10.3	Funktionen optischer Signale .....	89
4.10.4	Steuerung der Aufmerksamkeit .....	91
4.11	GESTALTWAHRNEHMUNG UND -PSYCHOLOGIE .....	92
4.11.1	Gestaltwahrnehmungsgesetze .....	94
4.11.2	Objektidentifikation als Gestaltwahrnehmung .....	96
<b>5</b>	<b>RHETORIK, DIALEKTIK UND PERSUASION .....</b>	<b>96</b>
5.1	ARTEN VON REDEN .....	97
5.1.1	Aufgaben des Redners .....	97
5.2	RHETORISCHE STILMITTEL .....	98
5.3	ÜBERZEUGEN MIT RHETORIK .....	98
5.3.1	Arten der Rhetorik .....	100
5.3.2	Ideologie und Rhetorik .....	101
5.4	PERSUASION UND SOZIALPSYCHOLOGIE .....	102
5.5	PERSUASIVE KOMMUNIKATION .....	102
5.5.1	Persuasive Techniken .....	103
5.5.1.1	Persuasive Techniken: Visualisierungstechniken .....	113
5.5.1.2	Bildrhetorik .....	117
5.5.2	Social Power & Persuasion .....	119
5.5.2.1	Modell der „Persuasiven Fitness“ .....	119
5.6	SPRACHVERARBEITUNGSMODELLE .....	121
5.6.1	Reading-Ease & Lesbarkeitsformeln .....	125
5.6.1.1	Verständnisgrenzen bei verbaler Kommunikation .....	125
5.7	SEMIOTIK .....	126
5.7.1	Sein, Denken, Sprache .....	129
5.7.2	Der Begründer der modernen Semiotik Charles Sanders Peirce .....	130
5.7.2.1	Die triadische Relation des Zeichens .....	131
<b>6</b>	<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>133</b>

Abbildungsverzeichnis	
ABBILDUNG 1: KOMMUNIKATIONSFORMEN	16
ABBILDUNG 2: FLIEßSCHEMA DER KOMMUNIKATIONSFORMEN	17
ABBILDUNG 3: MERKMALE DER UNTERNEHMENS-, MARKETING- UND DIALOGKOMMUNIKATION	18
ABBILDUNG 4: KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE GEMÄß DEN EINFLUSSMÖGLICHKEITEN VON UNTERNEHMEN	18
ABBILDUNG 5: KATEGORISIERUNG VON INSTRUMENTEN UND „RÄUME DER KOMMUNIKATION“	19
ABBILDUNG 6: ANSPRUCHSGRUPPEN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	20
ABBILDUNG 7: MATRIX VON KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTEN	20
ABBILDUNG 8: MEDIA-RICHNESS UNTERSCHIEDLICHER KOMMUNIKATIONS MEDIEN	21
ABBILDUNG 9: ASPEKTE MEDIENVERMITTELT ER INDIVIDUALKOMMUNIKATION	21
ABBILDUNG 10: MEDIA-MAP	22
ABBILDUNG 11: MODELL MEDIATISIERTER INTERPERSONALER KOMMUNIKATION	23
ABBILDUNG 12: MEDIALE RESTRIKTIONEN	24
ABBILDUNG 13: MEDIEN, SITUATION UND SOZIALE PRÄSENZ	24
ABBILDUNG 14: KOMMUNIKATIVE RELATIONEN – ROBOTER ALS INTERAKTIVE MEDIEN	24
ABBILDUNG 15: MODELL DER KOMMUNIKATION NACH SCHULZ VON THUN	55
ABBILDUNG 16: MAXIMEN DER KOMMUNIKATION NACH GRICE	57
ABBILDUNG 17: KOMMUNIKATIONSPROZESS NACH HARGIE UND DICKSON	58
ABBILDUNG 18: FILTERMODELL DER KOMMUNIKATION	59
ABBILDUNG 19: ZIELARTEN	60
ABBILDUNG 20: CHARAKTERISTIKA DES ERWACHSENEN-ICH IN DER TRANSAKTIONALEN ANALYSE	64
ABBILDUNG 21: CHARAKTERISTIKA DES ELTERN-ICH	64
ABBILDUNG 22: CHARAKTERISTIKA DES KINDHEITS-ICH	64
ABBILDUNG 23: DAS OK-GITTER	65
ABBILDUNG 24: KOMPLEMENTÄRE KOMMUNIKATIONSSTILE	66
ABBILDUNG 25: INTERPUNKTIONEN	67
ABBILDUNG 26: INTERAKTIVE KONFLIKTVERHALTENS-MUSTER	69
ABBILDUNG 27: GESPRÄCHSEBENEN UND GESPRÄCHSPHASEN	71
ABBILDUNG 28: THEORIE DES GEPLANTEN VERHALTENS	73
ABBILDUNG 29: SOZIAL-KOGNITIVE THEORIE	73
ABBILDUNG 30: KOMPONENTEN VON EINSTELLUNGEN UND IHRE MESSBARKEIT	74
ABBILDUNG 31: METAANALYSE ZUM EINSTELLUNGS-VERHALTENS-ZUSAMMENHANG IM UMWELTSCHUTZ	75
ABBILDUNG 32: MOTIVATION ALS PRODUKT VON PERSON UND SITUATION	76
ABBILDUNG 33: VERSCHIEDENE TYPEN VON ERWARTUNGEN NACH DEM ERWEITERTEN KOGNITIVEN MOTIVATIONS-MODELL	77
ABBILDUNG 34: MODELL GESUNDHEITLICHER ÜBERZEUGUNGEN	78
ABBILDUNG 35: SCHUTZMOTIVATIONSTHEORIE	78
ABBILDUNG 36: TRANSTHEORETISCHES MODELL	80
ABBILDUNG 37: DISTANZZONEN NACH HALL	85
ABBILDUNG 38: IMPRESSION-MANAGEMENT; RISIKEN	112
ABBILDUNG 39: IMPRESSION-MANAGEMENT; TECHNIKEN	113
ABBILDUNG 40: SEMIOTISCHER ANSATZ VON GAEDE	115
ABBILDUNG 41: OPERATIONALISIERUNG DES TEXTSTILS	116
ABBILDUNG 42: PET-ANALYSEN DER VERSCHIEDENEN AN SPRACHVERSTÄNDNIS UND -PRODUKTION BETEILIGTEN GEHIRNAREALE	126