

Kommunikation, Persuasion und Konflikt

Vorlesung MSc, 13. Sitzung
Wintersemester 2010/11

Prof. Dr. Gerald Echterhoff



1

Überblick:

kurzratische Rekapitulation / Fast Replay

Kommunikation



4

Settings

(vgl. Adler & Rodman, 2009)

- interpersonell (mind. dyadisch)
- innerhalb einer Kleingruppe
- zwischen Gruppen
- Öffentlichkeit / Massenmedien

Menschliche Grundmotive

- Förderung / Schutz des Selbst („valuing me and mine“)
- Wissen von und Kontrolle über die Umwelt („understanding, mastery / control“)
- Nähe und Beziehungen („connectedness, affiliation“)

Das Experiment

- Das Experiment ist die einzige Forschungsmethode, die es erlaubt, **Kausalhypothesen** stichhaltig zu prüfen.
- Das Experiment ist durch **zwei Merkmale** bestimmt:
 - **systematische Variation** mindestens einer Variable (UV) und Registrieren des Effekts dieser Variation (auf mind. eine AV)
 - gleichzeitiges **Ausschalten** der Wirkung von potentiellen **Störvariablen**.

Arten von Störvariablen

- **Vpn-Merkmale:** alle denkbaren Personenmerkmale
- **VI-Merkmale:** alle denkbaren Versuchsleiter-Merkmale, vor allem biosoziale Merkmale und Erwartungen an die Vpn
- **Situationsmerkmale** (z.B. Tageszeit, Geräuschpegel).

Typische Arbeitsdefinition

- „K. soll jedes intentionale Verhalten genannt werden, das in der Absicht vollzogen wird, dem andern auf offene Weise etwas erkennen zu geben.“ (Keller, 1995, S. 104)
- „Kommunizieren ... heißt Mitmenschen **beeinflussen**, und zwar dadurch, daß man dem andern mittels **Zeichen** zu erkennen **gibt**, wozu man ihn bringen möchte, in der Hoffnung, dass diese Erkenntnis für den andern ein **Grund** sein möge, sich in der gewünschten Weise beeinflussen zu lassen.“ (Keller, 1995, S. 105)

Kommunikation ↔ Wahrnehmung

- Die Unterscheidung zwischen dem **Informationswert** eines kommunizierten Zeichens und den **Gründen der Mitteilung** (Intention, Absicht) ist eine Voraussetzung dafür, Kommunikation von Wahrnehmung zu unterscheiden (Luhmann, 1995).

10

Grundmotive: Klassen von Kommunikationszielen

(sozialpsychologisch, Smith & Mackie, 2007, Chapter 1)

- Förderung / Schutz des Selbst („valuing me and mine“)
⇒ Eindrucksmanagement, Image, Face
- Wissen von und Kontrolle über die Umwelt („understanding, mastery / control“)
⇒ Informationsbeschaffung, Aufgabenbewältigung, Informationsvermittlung, Manipulation
- Nähe und Beziehungen („connectedness, affiliation“)
⇒ Entertainment, Selbstoffenbarung

11

Interpretation von Zeichen

(Keller, 1995, Kap. 10)

- Interpretieren: auf Grundlage von (angenommenen) **Zusammenhängen** Schlüsse ziehen
- ⇒ Zeichen sind interpretierbar, weil zwischen dem **Zeichen** und dem **Bezeichneten** (unterstellte) Zusammenhänge bestehen
 - ⇒ Drei Arten von Zusammenhängen, die wir zur Interpretation von Zeichen nutzen können:
 - Kausale Z. ⇒ Index
 - Ähnlichkeitsbasierte / assoziative Z. ⇒ Ikon
 - Regelbasierte / konventionelle Z. ⇒ Symbol

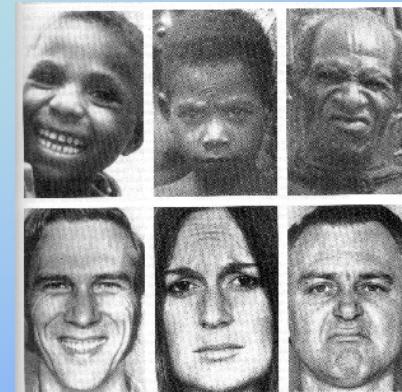
12

Im Grenzbereich von Index, Ikon & Symbol: Nonverbale Kommunikation

- Bewegungen von Körper(teilen)
 - Gesten (manipulators)
 - Mimik (mit Gesicht und Augen)
- Stimme (paraverbale K., *paralanguage*)
- Erscheinung, Aussehen
- Berührung
- Position im Raum
 - Distanz (proxemics; unsichtbar)
 - Territorium (sichtbar begrenzt; z.B. Liegeplatz am Strand)
- Zeit (chronemics; z.B. warten lassen)

13

Ekman & Friesen (1971)



Ekman & Friesen (1971)

- Intercultureller Vergleich der Enkodierung und Dekodierung von Emotion USA vs. Neu-Guinea (Fore)
- Enkodierung
⇒ in nonverbalen Kode übersetzen
- Dekodierung
⇒ aus nonverbalem Kode rückübersetzen
 - Zuordnung von Gesichtern zu emotionalen Episoden



Schwierigkeiten bei der Dekodierung

- Affektmischung
 - Mehrere Emotionen gleichzeitig ausgedrückt
 - Bsp.: Wut und Ekel
- Verbergen von Emotionen
- Kulturelle Unterschiede
 - Angemessenheit von Emotionsausdruck in unterschiedlichen Situationen



© G. Echterhoff, B. Englisch, T.
Mussweiler 2005-2008

Symbole in der Kommunikation

(Adler & Rodman, 2009, p. 3)

- Symbole sind charakteristisches Element von Kommunikation.
- Die Arbitrarität von Symbolen wird ausgeglichen durch / erfordert soziale Übereinkunft, Konventionen und Regeln (über Kode und Gebrauch).

17

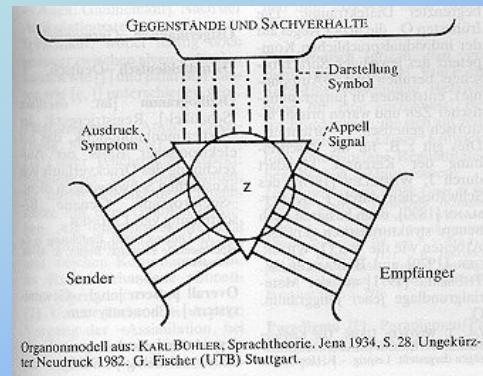
Kommunikationsmodelle



1. Technische / Informationstheoretische Modelle
Sender-Empfänger-Modell (Shannon & Weaver)
2. Modelle intentionaler / zielbezogener Kommunikation
Organon-Modell sprachlicher Kommunikation (Bühler)
Sprechakt-Modelle (Austin)
Modell kooperativer Konversation (Grice)
Dialogisch-kollaborative Modelle (Clark, Tomasello)
Mehrebenen-Modelle sozialer Kommunikation (Watzlawich, Schulz von Thun)
3. Modelle nicht-intentionaler Kommunikation
Modell emergenter Effekte sprachl. Komm. (Fiedler)
Modelle automatischer Synchronisation (Semin)

18

Organon-Modell (Bühler, 1934)



19

Drei Ebenen von Äußerungen nach Austin

Eine Äußerung besteht aus 3 verschiedenen Teilen:

- Locutionary act
→ Satz mit konventioneller Bedeutung
- Ilocutionary act
→ den Zuhörer dazu bringen, die Intention des Sprechers zu verstehen
- Perlocutionary act
→ Versuch, eine Antwort des Adressaten zu bekommen (verbal / behavioral)

Sprechakte: direkt vs. indirekt



Die Herausforderung indirekter, „nicht-wörtlicher“ Äußerungen

Wie können wir die Bedeutung indirekter Äußerungen erschließen?

Beispiele:

F: „Ist Paul noch im Haus?“
A: „Im Hof steht ein blauer VW.“

F: „Fallen am Donnerstag die Lehrveranstaltungen aus?“
A: „Der Hochschultag ist kein Dies.“

22

Modell der kooperativen intentionalen Kommunikation

Pragmatische Perspektive auf sprachliche K.:
Die Spielregeln des Sprachgebrauchs leiten die Interaktion von Sprecher und Hörer.
Die Regeln sind Teil
der Konversationslogik (Grice, 1975) bzw.
des communication game (Higgins, 1981).

Regeln als „Motoren“ der Suche nach Intentionen der/s Sprecher/in.

23

Anwendung der Konversationslogik in der psychologischen Forschung

- Kahneman & Tversky (1973): Basisratenunterschätzung
- Nachfolgestudie von Schwarz et al. (1991):
=> Gehen Vpn von der Einhaltung der Konversationsmaximen (Relation / Relevanz) aus? Sind die Befunde zur Basisratenunterschätzung darauf zurückzuführen?

24

Basisratenunterschätzung (Kahneman & Tversky, 1973)



Task of subject was to assign 5 randomly selected individuals from the sample to either group, based on the information given regarding:

1. Personality thumbnail (variable, different for each individual)
2. Sample base rate (stable, 30:70)

25

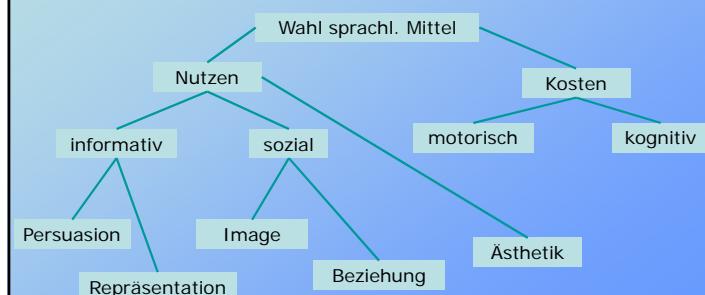
Kritik am Kooperationsprinzip

- Ist die Annahme, dass jemand das Kooperationsprinzip missachtet, stets unzulässig oder unangemessen?
- Keller (1995): nein!
- Beispiele: Kommunikation aus Eigennutz bzw. erste Runde eines Austauschs („Gibt es hier nicht eine einzige Telefonzelle?“), signifikantes Schweigen nach peinlicher Bemerkung; Täuschung, Missverständnisse
- Kellers Vorschlag: Rationalitätsprinzip

26

Rationalitätsprinzip nach Keller (1995)

- Betrachte die Gesprächsbeiträge Deiner Gesprächspartner als rationale Handlungen. (S. 209)



Regeln des Communication Game (Higgins, 1981)

Für SprecherInnen (speaker, communicator)	Für EmpfängerInnen (audience)
1. Eigenschaften (Wissen, Einstellung ...) des Empfängers berücksichtigen	1. Eigenschaften des Sprechers (Wissen, Einstellung ...) berücksichtigen
2. Zumindest subjektive Wahrheit vermitteln	2. Intention bzw. Ziele des Sprechers erschließen
3. Versuchen, verstanden zu werden (schlüssig und verständlich sein)	3. Kontext und Umstände berücksichtigen
4. Weder zu viel noch zu wenig Informationen geben	4. Der Nachricht Aufmerksamkeit schenken, empfangsbereit sein
5. Relevant sein (zum Punkt kommen)	5. Versuchen, die Nachricht zu verstehen
6. Bzgl. des Kontextes und der Umstände angemessen sein	6. Wenn möglich, Feedback bzgl. des Verständnisses/Interpretation geben
7. Bzgl. der kommunikativen Intention bzw. des Zwecks angemessen sein	

Voraussetzungen für das Mitspielen im Communication Game

- Wie gut können Menschen das Wissen anderer (ihrer Kommunikationspartner) einschätzen?
- schnelle Einschätzung durch Heuristiken (Herbert Clark)
- Egozentrische Verankerung, dann aufwändige Korrektur (Boas Keyzar)

29

Krauss & Fussell (1991): eigenes Wissen als Ausgangspunkt für Schätzung

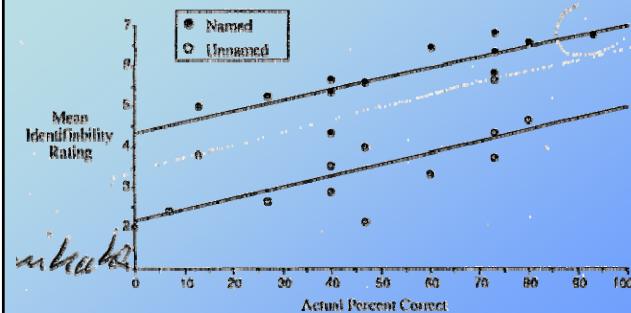


FIGURE 3

Die Vpn gingen von ihrem eigenen Wissen aus (egozentrischer Anker), schätzten aber das Wissen auch zutreffend ein.

Überschätzung ihrer Verständlichkeit durch Sprecher (Keysar & Henly, 2002)

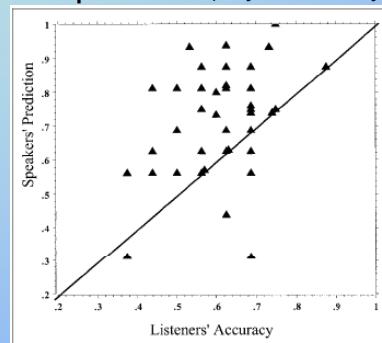


Fig. 1. Speakers' predictions of listeners' accuracy as a function of listeners' actual accuracy. Each data point plots the average for a single speaker-listener pair. The diagonal represents the calibration line.

31

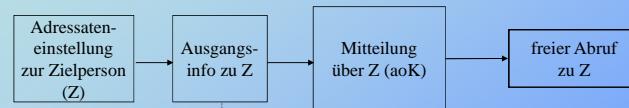
„Nebenwirkungen“ des Mitspielens im Communication Game

- Die Anpassung von Mitteilungen an die Eigenschaften des Adressaten (z.B. dessen Einstellung) nach Regel 1 kann unmerklich die Kognitionen der Sprecher/innen beeinflussen.
⇒ Effekt adressatenorientierter Kommunikation

32

„Saying is Believing“-Paradigma

Higgins & Rholes (1978); Echterhoff et al. (2005, 2008)



Beispiel Ausgangsinformationen zur Zielperson (Z):
 „Um seinen Lebensstandard zu verbessern, versucht Michael Geld zu sparen. Er blättert regelmäßig Werbeprospekte auf der Suche nach Sonderangeboten durch und vermeidet es, Freunden Geld zu leihen.“ => geizig / sparsam

33

Dialogisch-kollaborative Modelle

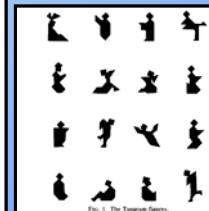
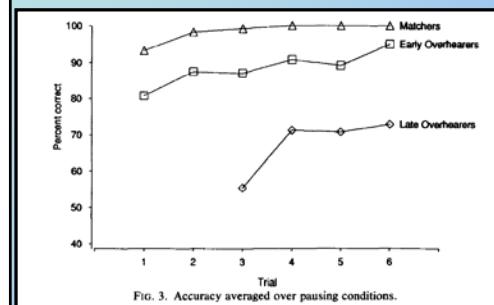
- Modelle müssen den dynamischen und dialogischen Charakter kopräsenter Konversationen berücksichtigen (Clark & Wilkes-Gibbs, 1986).
 - Bedeutung als emergente Eigenschaft gemeinsamer Tätigkeit (Kollaboration).
 - Bedeutung wird ausgehandelt in einem wechselseitigen Prozess von Bedeutungsangeboten, Nachfragen, Korrekturen.
- ⇒ Nach Herbert Clark heißt der Prozess **Grounding** (Clark, 1996)

34

Beispiele für Emergenz



Schober & Clark (1989)



Differences of % correctly placed cards between addressees, early overhearers and late overhearers are all significant.

Integratives dialogisches Modell (Tomasello, 2008)

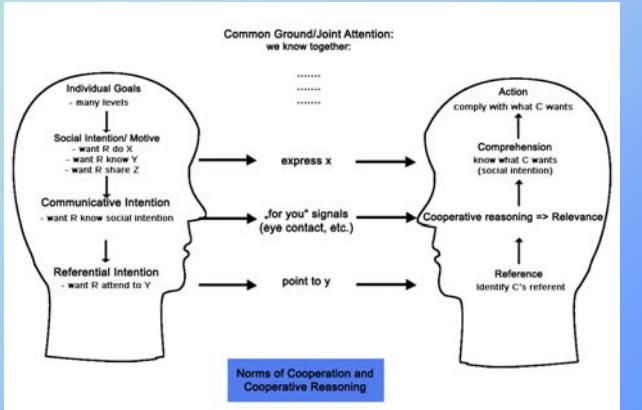


Figure 3.1
Summary of cooperative model of human communication (C=communicator, R=recipient)

Hauptthese der Mehrebenen-Modelle sozialer Kommunikation

K. erschöpft sich nicht im Austausch (möglichst eindeutiger bzw. erschließbarer Sachinformationen), sondern umfasst auch parallele Austauschprozesse auf weiteren, sozial relevanten Ebenen.

Das Zwei-Aspekte-Modell

- Annahme: Jede Kommunikation hat ...
 - ... einen Inhaltsaspekt und
 - ... einen Beziehungsaspekt.
 - Inhaltsaspekt: welche Sachinformation möchte der Sender mitteilen
 - Beziehungsaspekt: wie möchte der Sender vom Empfänger wahrgenommen werden und wie definiert er die Beziehung S-E
- ⇒ Man kann diesen Aspekt **nicht** nicht kommunizieren.

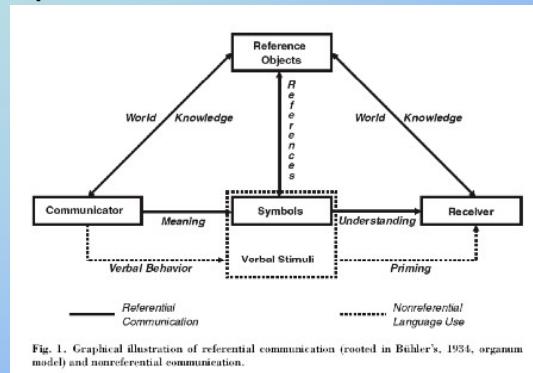
39

Das Vier-Seiten-Modell

- Schulz von Thun (1998): Jede Nachricht ist eine Einheit, die gleichzeitig Aussagen auf vier „Seiten“ umfasst:
 - 1) Sachaussage
 - 2) Selbstoffenbarungsaussage
 - 3) Appell (an den Empfänger)
 - 4) Beziehungsaussage
- 1) bis 3) in Anlehnung an Bühler (1934); 4) in Anlehnung an Watzlawick et al. (1969)

40

Modell emergenter Effekte sprachlicher Kommunikation



Fiedler (2008)

Beispiel

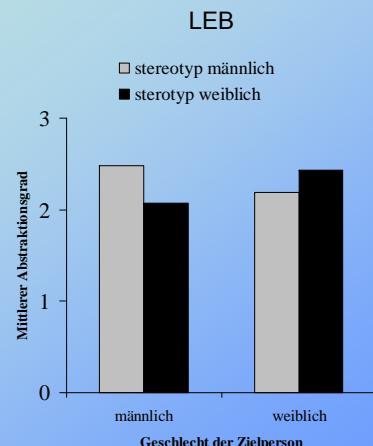
Was ist auf dem Foto zu sehen?



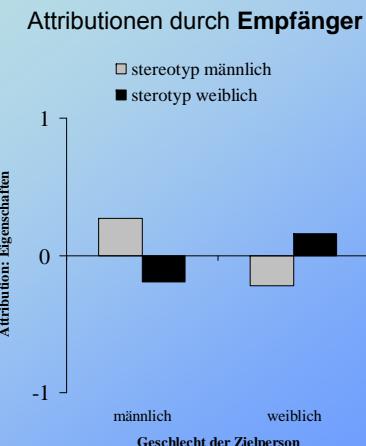
© Kölnische Rundschau Online.

- „Michael tritt Anton.“
 - „Michael greift Anton an.“
 - „Michael hasst Anton.“
 - „Michael ist aggressiv.“
- ⇒ Mit größerem Abstraktionsgrad legt sprachliche Beschreibung eine stärkere dispositionale Attribution nahe.

Wigboldus, Semin & Spears (2000)



Wigboldus, Semin & Spears (2000)



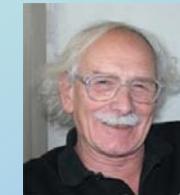
Synchronisation: Postulierte Merkmale

Synchronisation

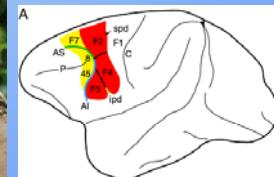
- ... wird v.a. durch biologische und neuronale Prozesse ermöglicht.
- ... ist im Körper verankert (embodied).
- ... erfolgt ohne vermittelnde Symbole.
- ... geht sprachlicher / symbolischer Kommunikation voraus – ontogenetisch und phylogenetisch.
- ... erfolgt ohne Intention und ohne Bewusstheit.

45

Neuronale Basis: Spiegelneurone Forschung mit Affen

Image: <http://www.informatik.de/rizzolatti.htm>

Makake



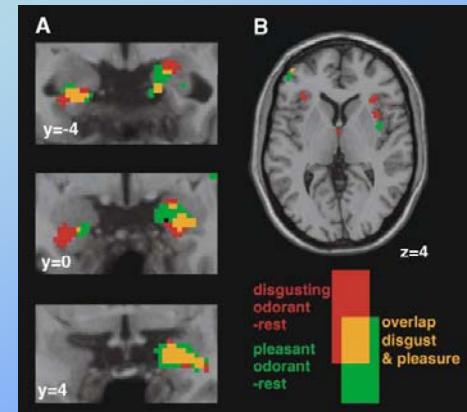
Neural Foundation: Evidence from Humans

Emotions



Neural Foundation: Evidence from Humans

Emotions



Behavioral Evidence: Chameleon Effect

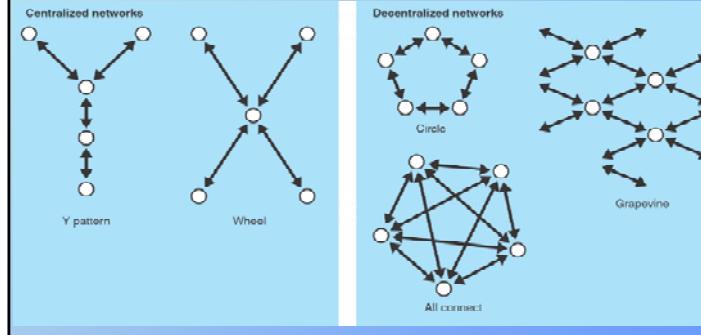
- Chartrand and Bargh's (1999) had a trained experimenter rub her nose or shake her foot while interacting with a participant.
- Findings showed that when the experimenter rubbed her nose, then participants were more likely to do so, and when the experimenter shook her foot, then the likelihood of participants shaking their foot was higher than rubbing their nose.
- Also affects liking and ease of interaction

Kommunikation in Gruppen

- Durch Kommunikation können Gruppen eine hohe Produktivität, Effizienz bei der Aufgabenbewältigung und Motivation der Mitglieder erreichen.
 - ⇒ Zwei Foki der Kommunikation
 - Aufgaben / Arbeit (mastery motive: Wissen & Kontrolle)
 - sozioemotionale Aspekte (connectedness motive; Nähe & Beziehungen)

50

Muster der Kommunikation in Gruppen



(aus Smith & Mackie, 2007, p. 467)

Perference for shared information (Stasser & Titus, 1985)



Gruppenentscheidungen vs. Individuelle Entscheidungen

Verbesserung von

Gruppenentscheidungen: Überwindung
der „preference for shared information“:

- Gruppe ist heterogen;
- Mitglieder haben verschiedene, sich ergänzende Fähigkeiten (Expertise) und respektieren dies (Anerkennung eines transaktiven Gedächtnisses / Wissens; Wegner, 1995);
- Zeit für offenen Austausch und Diskussion.

Persuasion

Teil I: Überblick zu Theorien und relevanten Befunden

1. Persuasion bei geringem kognitivem Aufwand (Bohner & Wänke, 2002, Kap. 6)
2. Persuasion durch aufwändiger Prozesse (Bohner & Wänke, 2002, Kap. 6)
3. Zwei-Prozess-Modelle der Persuasion (Bohner & Wänke, 2002, Kap. 7)

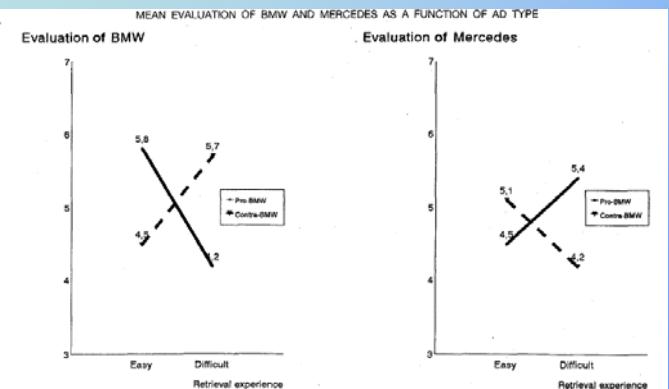
durchgängig: Smith & Mackie (2007)

1. Persuasion requiring little cognitive effort

- Related general processes in the formation of attitudes: conditioning, mood as information, mere exposure, embodied evaluations
- Particularly relevant given the research focus: factors in the processing of messages about attitude objects
- 2 types of processes:
 - Subjective experience
 - Heuristic processing

Ease of Retrieving Arguments

Wänke, Bohner, & Jurkowitsch (1997)



57

Heuristic Processing

- Persuasion heuristics based on **external cues**:
- a message source's likeability („I agree with people I like.“)
- a message source's expertise („Experts' statements are valid.“)
- social consensus („The majority is usually right.“)
- message length („Length equals strength.“)
- Influences of **internal cues** (e.g., mood, ease of retrieval) can also be subsumed under heuristic processing.

⇒ A mood heuristic: „If I feel good, I must like it“

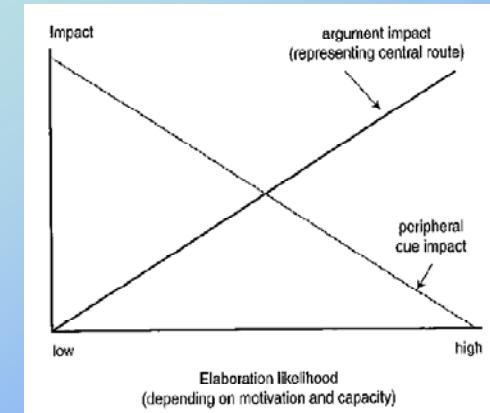
58

2. Persuasion through more effortful processing

- Attributional reasoning
- Message learning
- Active thinking
role playing (Janis & King, 1954)
inoculation (McGuire, 1964)
mere thought (Tesser, 1978)
- Cognitive responses

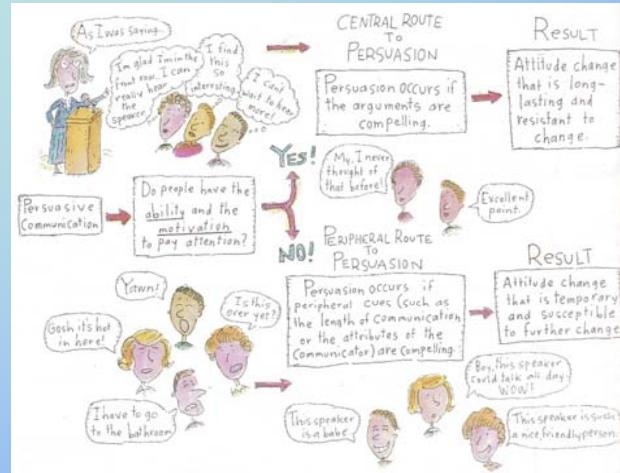
59

a) The elaboration likelihood model



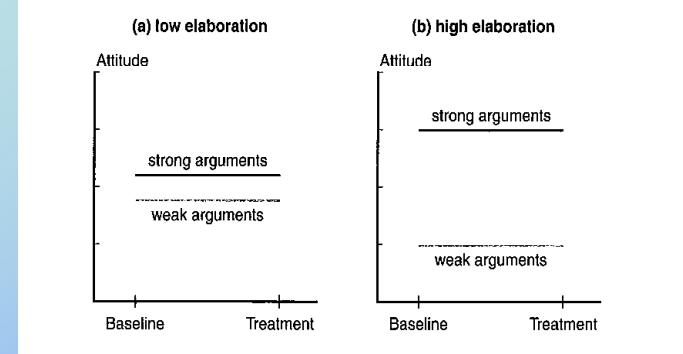
60

ELM: Central vs. Peripheral Route



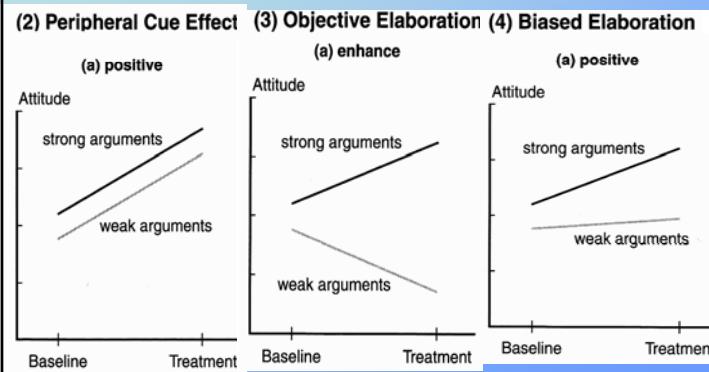
61

A novel method: Varying argument quality



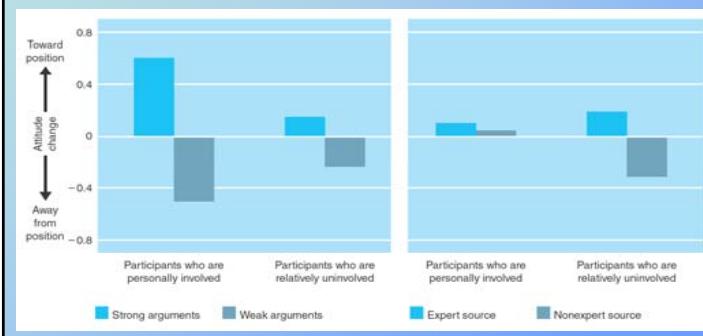
62

A novel method: Varying argument quality



63

Petty, Cacioppo, & Goldman (1981)



64

One process sufficient?!

- Alternative: **Unimodel** (Kruglanski & Thompson 1999)
 - persuasion involves a single psychological process
 - cues and message arguments can both be used as compelling evidence
 - process of syllogistic reasoning about persuasive „evidence“



Expertise – just a peripheral cue?

65

Teil II: Prinzipien und Techniken der Beeinflussung

1. Reziprozität
2. Verpflichtung (Commitment) und Konsistenz
3. Gehorsam und Autorität
4. Soziale Wahrheit (Konformität)
5. Sympathie / Zuneigung
6. Knappheit (von Objekten)

Literatur: Cialdini (2009); Smith & Mackie (2007)

66

- Robert Cialdini discussing reciprocity:
<http://www.youtube.com/watch?v=tkyGOAWoYxA>

67

Konflikt



Drei Haupttypen von sozialen Dilemmata (mixed-motive games)

(vgl. Pruitt & Carnevale, 1993, pp. 18-27):

- (1) Gefangenendilemma
- (2) Game of Chicken-Dilemma (Feiglingsspiel-Dilemma)
- (3) Ressourcen-Dilemma

(1) Gefangenendilemma (Prisoner's Dilemma):

Allgemeine Struktur in Matrixdarstellung

		Partei A	
		Koop. Verh.	Komp. Verh.
Partei B	Koop. Verh.	5 5	8 -2
	Komp. Verh.	-2 8	0 0

Merkmale des Gefangenendilemmas

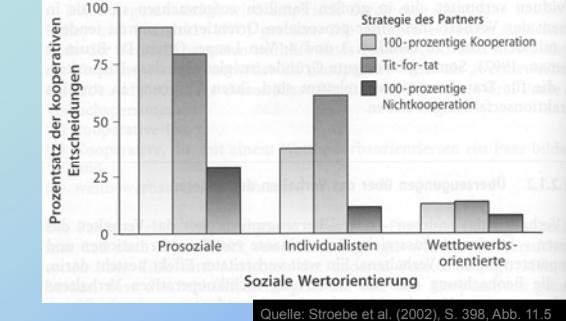
- Das *individuelle* Ergebnis ist bei unkooperativem Handeln („gestehen“) positiver als bei kooperativem Handeln („leugnen“), und zwar *unabhängig vom Verhalten des Partners*.
- Das *gemeinsame* Ergebnis ist am positivsten, wenn *beide* Partner kooperativ handeln.
- Folge: *Konflikt* zwischen kollektivem und individuellem Interesse.

- Die beschriebenen Dilemmata sind *keine Nullsummenspiele*.
- Von einem **Nullsummenspiel** spricht man, wenn dem Gewinn eines Partners immer ein gleich hoher Verlust des bzw. der anderen Partner gegenüber steht.
Beispiel: Verteilung eines vorhandenen begrenzten Universitätsbudgets auf mehrere Fakultäten.
- Auch hier besteht Interdependenz, aber durch Kooperation kann nicht der gemeinsame Nutzen erhöht werden.
- Daher sind Situationen wie das Gefangenendilemma für die Forschung interessanter (=> Entscheidungskonflikt zwischen Kooperation und Wettbewerb).

Umgang mit Konflikten

- Determinanten für Kooperation
 - Überzeugungen über Verhalten des anderen
 - Drohpotential
- Strategien der Konfliktlösung
 - Interventionen durch einen Dritten
 - Strukturelle Lösungen (z.B. Ergebnisstruktur)

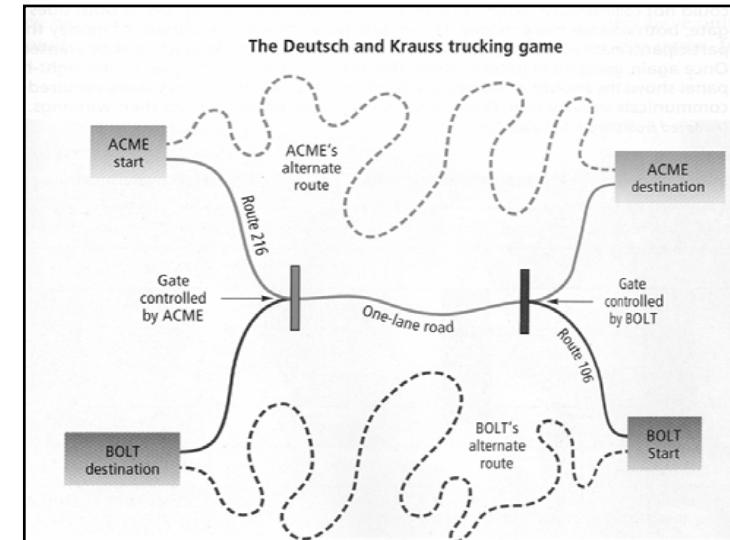
73



- Kritik: Messung der sozialen Wertorientierung durch präferierte Ergebnisse in sozialen Dilemmata – zirkuläre Argumentation?
- Möglichkeit zur **Kommunikation über eigene Absichten** fördert kooperatives Verhalten (Dawes et al., 1977).

Determinanten für Kooperation: Drohungen und Drohpotential

- Die Möglichkeit, Drohungen einzusetzen (und wahr zu machen), kann das Ausmaß der Kooperation dramatisch verringern.
- Hierzu eine Schlüsselstudie (Deutsch & Krauss, 1960)



Film zum Einfluss von
Drohpotential in
interdependenten Situationen:
Deutsch und Krauss'
"Trucking Game"



Strategien der Konfliktlösung

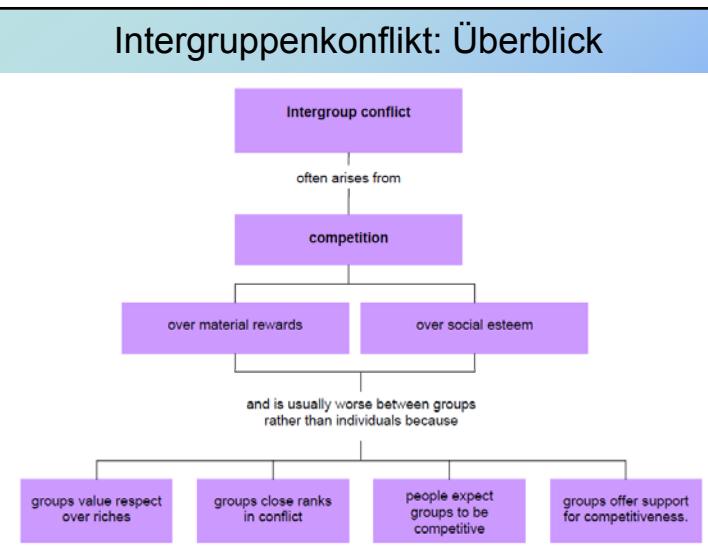
- Intervention durch einen Dritten
 - Verschiedene Rollen je nach Ausmaß der *Prozesskontrolle* und der *Entscheidungskontrolle* (Sheppard, 1984):

		Prozesskontrolle	
		Nicht vorhanden	Vorhanden
Entscheidungskontrolle	Nicht vorhanden	Anregerrolle	Vermittlerrolle
	Vorhanden	Schiedsrichterrolle	Inquisitorische Rolle

Quelle: Stroebe et al. (2002), S. 407, Abb. 11.7

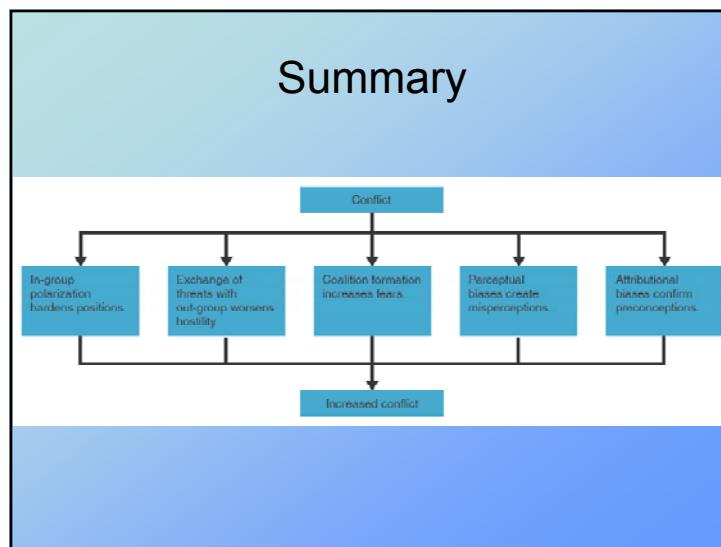
Vermittlerrolle am beliebtesten und effektivsten.

Intergruppenkonflikte



Sources of Intergroup Conflict: The Battle for Riches and Respect

- Realistic conflict theory (Sherif, : Group hostilities often due to **conflict over actual resources (mastery)**)
- Even if resources are plentiful, groups may enter into conflict
- Relative deprivation theory: Groups make social comparisons to see if they have "enough"
 - Having less than the out-group leads to conflict



Intergroup Cooperation: Changing Social Identity

- Superordinate goals: Shared goals that can be attained only if both parties work together (vgl. Allport, 1954; Sherif et al., 1961)
 - Cooperation for valued common goal eliminates competition
 - Cooperation helps disconfirm negative stereotypes
 - Cooperation should be successful
 - Cooperation should be between equals
 - Cooperation should be supported by social norms, authorities

- Under these conditions, cooperation bridges group differences to create a new, **positively valued common social identity** (valuing me and mine)

Beispiele Klausurfragen

Nennen Sie bitte vier verschiedene Arten (Dimensionen) nonverbaler Kommunikation nach Adler und Rodman (2009).

(4 Punkte)

86

Beispiele Klausurfragen

Auf welchem Zusammenhang zwischen Zeichen und Bezeichnetem basiert ein Index?

- (a) Ähnlichkeit
- (b) Regeln
- (c) Assoziation
- (d) Kausalität

87

Beispiele Klausurfragen

Eine Antwort ist richtig.

Was ist kein Beispiel für ein Emblem?

- (a) „V“-Zeichen mit Zeige- und Mittelfinger
- (b) Schulterzucken
- (c) Nicken
- (d) keines der drei obigen Beispiele

88

Beispiele Klausurfragen

Mit welchem Kommunikationsmodell stehen die Befunde von Schober und Clark (1989) zum referentiellen Kommunikationsverständnis von Adressaten vs. Mithörern im Einklang?

(2 Punkte)