

Kommunikation, Persuasion und Konflikt

Vorlesung im MSc Psychologie
Wintersemester 2010/11

Prof. Dr. Gerald Echterhoff
Institut für Psychologie
Arbeitseinheit (AE) Sozialpsychologie
WWU Münster

1



2

Inhalte der Sitzung

- Settings, Ziele und Vorverständnis von Kommunikation, Persuasion und Konflikt
- Inhalte und Ziele der Vorlesung
- Formales (Studienstruktur, Klausur)
- Literatur

3

Settings

(vgl. Adler & Rodman, 2009)

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

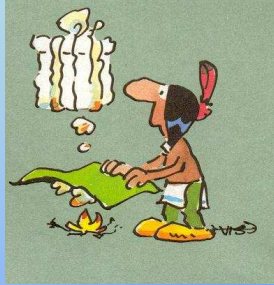
Menschliche Grundmotive

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

Grundmotive: Kommunikationsziele

- 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

Kommunikation?



Kommunikation

- „Es ist unmöglich, nicht zu kommunizieren.“ (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1969)
- „Communication implies a **socially shared signal system**, that is, a **code**, an **encoder** and a **decoder**“ (Wiener, Devoe, Rubinow, & Geller, 1972)
- Die Unterscheidung zwischen dem Informationswert eines kommunizierten Inhalts und den Gründen der Mitteilung ist eine Voraussetzung dafür, Kommunikation von Wahrnehmung zu unterscheiden (Luhmann, 1995)

Persuasion

- Alltagssprachlich: Überredung / Überzeugung
- „The process of forming, strengthening, or changing attitudes by communication“ (Smith & Mackie, 2007, p. 229)
- Prozess der Änderung von valenzierten mentalen Repräsentationen (Einstellungen, Urteilen) als Resultat von Kommunikation
- Setting: interpersonell (dyadisch), innerhalb einer Gruppe, zwischen Gruppen

9



© iStockphoto / Anja Hild

Konflikt

- „perceived incompatibility of goals“ (Smith & Mackie, 2007, p. 474)
- wahrgenommene Unvereinbarkeit von Zielen, Bedürfnissen, Werten oder Interessen (vgl. Pruitt & Carnevale, 1993; Smith & Mackie, 2007)
- Setting: in einem Individuum, zwischen Individuen, zwischen größeren sozialen Einheiten (Gruppen, Organisationen, Regierungen oder Kulturen)

11

Hauptinhalte der Vorlesung

Aus sozialpsychologischer Sicht werden zentrale Theorien, Methoden und Befunde zu den drei Themenfeldern und ihren Schnittmengen vorgestellt.

Ziele der Vorlesung

- Vermittlung sozialpsychologisch fundierter Kenntnisse zu interpersonalen Kommunikations- und Persuasionsprozessen, die auch im Hinblick auf die Entstehung und Bewältigung interpersoneller Konflikte relevant sind.

Überblick

- Sitzungen 2-5 (17.11.): Kommunikation
- Sitzungen 6-9 (15.12.): Persuasion
- Sitzung 10 (22.12.): Rekapitulation, Integration, Übungsfragen
- Sitzungen 11-13 (26.1.): Konflikt
- Sitzung 14 (2.2.): Rekapitulation, Fragen zur Klausur

14

Formales: Studienstruktur M.Sc. Lernen, Entwicklung und Beratung (LEB)

1. Studienjahr	WS	Modul D (10cp) V: Kommunikation, Persuasion und Konflikt (5cp)	Modul F (12cp) S: Entwicklung und Beratung (4cp) S: Gestaltung und Evaluation von Beratungsszenarien (4cp)
	SS	Modul D V: Entwicklung und Intervention (5cp)	Modul F S: Praktische Durchführung (4cp) Modul G (12cp) S: Lernen und Kommunikation (4cp)
2. Studienjahr	WS		Modul G S: Gestaltung von Lehr-Lernszenarien (4cp) S: Praktische Durchführung (4cp)

15

Formales

- Pflicht für Studierende des MSc-Schwerpunkts Lernen, Entwicklung und Beratung. Wahlpflicht für Studierende der anderen MSc-Schwerpunkte; können einzeln gewählt werden
- 5 LP, benotet (50% der Modulnote)
- Prüfungsrelevante Leistung: Klausur
 - Zeitrahmen: 90 Min.
 - voraussichtl. im Zeitraum 7. - 25. Februar 2011
- Materialien zeitnah auf der Homepage der AE

Literatur

Grundlagen

(a) Allgemeine sozialpsychologische Grundlagen

Smith, E. R., & Mackie, D. M. (2007). *Social psychology* (3rd ed.). New York: Psychology Press.

(b) Kommunikation

Adler, R. B., & Rodman, G. (2009). *Understanding human communication* (10th ed.). New York: Oxford University Press.

Clark, H. H. (1996). *Using language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Echterhoff, G., Higgins, E. T., & Levine, J. M. (2009). Shared reality: A product of the motivated sharing of inner states. *Perspectives on Psychological Science*, 4, 496-521.

Fiedler, K. (Ed.) (2007). *Social communication*. New York: Psychology Press.

Fiedler, K. (2008). Language: A toolbox for sharing and influencing social reality. *Perspectives on Psychological Science*, 3, 38-47.

Keller, R. (1995). *Zeichentheorie: Zu einer Theorie semiotischen Wissens*. Tübingen: Francke.

Tomasello, M. (2008). *Origins of human communication*. Cambridge, MA: MIT Press.

Literatur

(c) Persuasion

Bohner, G., & Wänke, M. (2002). *Attitudes and attitude change*. Hove, UK: Psychology Press.

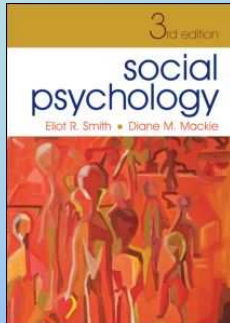
Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Boston: Pearson.

(d) Konflikt

De Dreu, C., Weingart, L. R., & Kwon, S. (2000). Influence of social motives on integrative negotiation: A meta-analytic review and test of two theories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 889-905.

Pruitt, D. G. & Carnevale, P. J. (1993). *Negotiation in social conflict*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Sozialpsychologische Grundlagen zu allen Bereichen:



Smith, E. R., & Mackie, D. M. (2007). *Social psychology* (3rd edition). Philadelphia, PA: Psychology Press.

19



Und damit Sie den Wald vor lauter Bäumen im Blick behalten ...

20



Echterhoff, G. & Neumann, B. (2006). *Projekt- und Zeitmanagement: Strategien für ein erfolgreiches Studium*. Stuttgart: Klett. (€ 11,95)

21

DAS WAR'S FÜR HEUTE.
NOCH EINEN SCHÖNEN
SEMESTERSTART ...

22