



## 4,724: Persuasive Kommunikation

### Fach-Informationen

---

ECTS-Credits: 4

### Zugeordnete Veranstaltungen

---

Stundenplan	Sprache	Dozent(in)
<a href="#">4,724,1.00 Persuasive Kommunikation</a>	Deutsch	<a href="#">Raab Jürgen</a>

### Veranstaltungs-Informationen

---

#### Veranstaltungs-Vorbedingungen

---

#### Veranstaltungs-Inhalt

---

Persuasive Kommunikation ([lat.](#) persuadere = „überreden“) ist kommunikatives Handeln, das überzeugen und beeinflussen, verführen und ‚gewinnen‘ will. In der Veranstaltung werden wir in Abgrenzung zu psychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen unterschiedliche soziologische Dimensionen der kommunikativen Verwirklichung von Handlungszielen sowie der Durchsetzung, Aufdauerstellung und Veränderung von Macht- und Herrschaftsansprüchen kennenlernen und diskutieren. Die zentrale Frage wird sein, wie kommunikatives Handeln den „Glauben an ...“ (Max Weber) herstellt, absichert, auf Dauer stellt und verändert? Hierzu werden wir uns unterschiedlichen Handlungsfeldern ebenso zuwenden wie unterschiedlichen kommunikativen Gattungen (Werbung, Klatsch etc.) sowie verschiedenen Kommunikationsformen (Face-to-Face, technische Medien). In diesen Zusammenhängen lernen wir nicht nur einschlägige soziologische und kulturwissenschaftliche Begriffe zur Beschreibung und Analyse persuasiver Kommunikation kennen, wie Charisma (Max Weber), Aura (Walter Benjamin), Nimbus (Helmuth Plessner), sondern diskutieren darüber hinaus neuere sozial- und kulturwissenschaftliche Konzepte wie Authentizität, Aufmerksamkeit, Attraktion, Geheimnis, Faszination und Charme. Neben der Lektüre und Diskussion bedeutender ‚klassischer‘ Ansätze zur Herrschafts- und Kommunikationssoziologie werden in der Veranstaltung aktuelle Untersuchungen und Forschungsbeispiele zur persuasiver Alltagskommunikation in nicht-formellen Organisationsformen (Familien, Freundschaften, Paarbeziehungen, Feste etc.) und in formalen Organisationen (Behörden, Betriebe, Vereine etc.) ebenso vorgestellt und erörtert, wie wir exemplarisch die soziale Funktion und Bedeutung persuasiver Kommunikation in ausgewählten Handlungskontexten beispielsweise aus Religion, Politik, Wirtschaft, Recht, Liebe, Kunst, Sport, Freizeit, Medien oder Wissenschaft diskutieren. Die Basis für diesen Zugang bildet neben der angesprochenen Lektüre und Diskussion einschlägiger theoretischer Grundlagentexte die materiale Analyse seitens der Studierenden selbst gewählter Fallbeispiele aus den aktuellen Medien (Literatur, Malerei, Film, Fotografie, Fernsehen, Video, Kino, Presse, Internet etc.). Damit sind auch die Ziele der Veranstaltung umrissen. Zum einen vermittelt sie den Studierenden grundlagentheoretische Einsichten und Kenntnisse über die gesellschaftlich-kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit in sich modernisierenden Gesellschaften. Zum anderen und zugleich versteht sie sich als praktische Einführung in die theoretischen, methodologischen und methodischen Grundzüge der Wissenssoziologie.

#### Veranstaltungs-Struktur

---

Zur Vorbereitung jeder Sitzung sind ausgewählte Texte zu lesen, die dann in der jeweiligen Veranstaltung in Form eines Referates vorgestellt sowie anschliessend gemeinsam besprochen und problemzentriert vertieft werden. Hierfür übernehmen alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Kurzpräsentation. Darüber hinaus können die Teilnehmer Arbeitsgruppen bilden, in denen sie anhand selbst gewählter Fallbeispiele die alltagsweltliche Deutungsmuster, Darstellungsweisen und Handlungspraktiken persuasiver Kommunikation praktisch und exemplarisch ausdeuten, um ihre Ergebnisse im Plenum vorzuführen und dort zur Diskussion zu stellen.

#### Veranstaltungs-Literatur

---

##### Einführung

Klaus Schönbach: Persuasion als Beeinflussung von Handlungsentscheidungen, in ders.: Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation - ein Überblick, Wiesbaden 2009: 11-29

##### Charisma, Aura, Nimbus

Max Weber: Charismatische Herrschaft, in ders.: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie, Tübingen 1985 (1921): 140-148

Max Weber: Charisma, in ders.: Wirtschaft und Gesellschaft. Nachlass Teilband 4: Herrschaft, Tübingen 2005: 460-472

Max Weber: Umbildung des Charisma, in ders.: Wirtschaft und Gesellschaft. Nachlass Teilband 4: Herrschaft, Tübingen 2005: 481-535

Max Weber: Erhaltung des Charisma, in ders.: Wirtschaft und Gesellschaft. Nachlass Teilband 4: Herrschaft, Tübingen 2005: 542-563

Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in ders.: Medienästhetische Schriften, Frankfurt am Main 2002 (1936/39): 351-383

George Didi-Huberman: Die doppelte Distanz, in ders.: Was wir sehen blickt uns an. Zur Metapsychologie des Bildes, München 1999: 135-157

Helmuth Plessner: Grenzen der Gemeinschaft. Eine Kritik des sozialen Radikalismus, in ders.: Gesammelte Schriften V. Macht und menschliche Natur, Frankfurt am Main 1981 (1924): 79-133

### **Das Streben nach Macht**

Hans-Georg Soeffner: Geborgtes Charisma – Populistische Inszenierungen, in ders.: Die Ordnung der Rituale, Frankfurt am Main 1992: 177-202

Jürgen Raab & Dirk Tänzler: Charisma der Macht und charismatische Herrschaft. Zur medialen Präsentation Mussolinis und Hitlers, in: Anne Honer, Ronald Kurt & Jo Reichertz (Hg.): Diesseitsreligion. Zur Deutung der Bedeutung moderner Kultur. Konstanz 1999: 59-77

Jürgen Raab, Manfred Grunert & Silvia Lustig: Der Körper als Darstellungsmittel. Die theatrale Inszenierung von Politik am Beispiel Benito Mussolini, in: Erika Fischer-Lichte et al. (Hg.): Verkörperung. Theatralität Band 2, Tübingen & Basel: 2001: 171-198

Jürgen Raab, Dirk Tänzler & Uwe Dörk: Die Ästhetisierung von Politik im Nationalsozialismus. Religionssoziologische Analyse einer Machtfiguration, in: Hans-Georg Soeffner & Dirk Tänzler (Hg.): Figurative Politik. Zur Performanz der Macht in der modernen Gesellschaft, Opladen 2002: 125-153

Dirk Tänzler: Politisches Charisma in der entzauberten Welt, in: Peter-Ulrich Merz-Benz & Peter Gostmann (Hg.): Macht und Herrschaft. Zur Revision zweier soziologischer Grundbegriffe, Wiesbaden 2007: 107-137

### **Aufmerksamkeit**

Bernhard Waldenfels: Phänomenologie der Aufmerksamkeit, Frankfurt am Main 2004: 228-287

Alois Hahn: Aufmerksamkeit, in: ders.: Körper und Gedächtnis, Wiesbaden 2010: 63-96

### **Attraktion**

Georg Simmel: Die Koketterie, in ders.: Philosophische Kultur, Gesamtausgabe XIV, Frankfurt am Main 1996: 256-277

Kornelia Koppetsch: Die Verkörperung des schönen Selbst. Attraktivität als Imagefrage, in: Herbert Willems (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung, Opladen 2002: 359-382

Kornelia Hahn: Die Repräsentation des ‚authentischen‘ Körpers, in: Kornelia Hahn & Michael Meuser: Körperrepräsentationen. Die Ordnung des Sozialen und der Körper, Konstanz 2002: 279-301

Jean-Claude Kaufmann: Der Morgen danach. Wie eine Liebesgeschichte beginnt, Konstanz 2004: 28-52, 95-118, 169-202

Alois Hahn: Handschrift und Tätowierung, in: ders.: Körper und Gedächtnis, Wiesbaden 2010: 113-130

### **Geheimnis**

Georg Simmel: Das Geheimnis und die geheime Gesellschaft, in ders.: Soziologie. Untersuchung über die Formen der Vergesellschaftung, Frankfurt am Main 1992 (1908): 383-455

Jörg R. Bergmann: Klatsch. Zur Sozialform der diskreten Indiskretion, Berlin & New York 1987: 99-189

Alois Hahn: Geheimnis, in: Christoph Wulf (Hg.): Vom Menschen. Handbuch Historische Anthropologie, Weinheim & Basel 1997: 1105-1118

Christoph Schneider: Sinnproduktion durch Reflexionsanästhesie, in: Pavlina Rychterova, Stefan Seit & Raphaela Veit (Hg.): Das Charisma. Funktion und symbolische Repräsentation, Berlin 2008: 129-153

### **Charme und Faszination**

Erhard Stölting: Charme: Soziologische Überlegungen zum Zusammenhang von Verzauberung und Öffentlichkeit, in: Anja Bandau, Andreas Gelz, Susanne Kleinert, Sabine Zangenfeind (Hg.): Korrespondenzen. Literarische Imagination und kultureller Dialog in der Romania. Tübingen 2000: 387-402

Erhard Stölting: Projektive Faszination und die soziale Konstruktion von Individualität, in: Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung 1/2000, 121-133

### **(Post-)Modernes Charisma: Religion, Marken, Stars**

Wolfgang Lipp: Stigma und Charisma. Über soziales Grenzverhalten, Würzburg 1985: 207-273

Stephen Turner: Charisma – neu beacht, in: Peter-Ulrich Merz-Benz & Peter Gostmann (Hg.): Macht und Herrschaft. Zur Revision zweier soziologischer Grundbegriffe, Wiesbaden 2007: 81-105

Jörg R. Bergmann, Thomas Luckmann & Hans-Georg Soeffner: Erscheinungsformen von Charisma – Zwei Päpste, in: Winfried Gebhardt, Arnold Zingerle & Michael N. Ebertz (Hg.): Charisma. Theorie, Religion, Politik, Berlin & New York 1993: 121-155

Winfried Gephardt et al.: Der Weltjugendtag als Medienevent, in dies.: Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis - Medien - Organisation, Wiesbaden 2007: 115-161

Winfried Gephardt et al.: Der Weltjugendtag als organisatorische Leistung, in dies.: Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis - Medien - Organisation, Wiesbaden 2007: 163-204

Johannes Bergmann: Der Märtyrer als charismatische Person, in: Pavlina Rychterova, Stefan Seit & Raphaela Veit (Hg.): Das Charisma. Funktion und symbolische Repräsentation, Berlin 2008: 467-479

Malte Lenze: Postmodernes Charisma. Marken und Stars statt Religion und Vernunft, Wiesbaden 2002: 145-200

Kai-Uwe Hellmann: Soziologie der Marke, Frankfurt am Main 2003: 234-276

Klaus Schönbach: Werbung - Persuasion unter erschwerten Bedingungen, in ders.: Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation - ein Überblick, Wiesbaden 2009: 70-100

### **Die Macht der Kommunikation**

Jo Reichertz: Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das?, Wiesbaden 2009: 24-32, 195-251

## **Veranstaltungs-Zusatzinformationen**

### **Einführende und weiterführende Literatur**

Klaus Schönbach: Verkaufen, Flirten, Führen: Persuasive Kommunikation – ein Überblick, Wiesbaden: VS Verlag 2009

Jo Reichertz: Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das?, Wiesbaden 2009: 24-32, 195-251

## **Prüfungs-Informationen**

### **Prüfungsform**

#### **Zentral - schriftliche Klausur / Prüfung (70%, 90 Min.)**

### **Prüfungs-Hilfsmittel**

#### **Closed Book**

Die folgende Regelung gilt für alle Prüfungen, unabhängig von Bedarf und Einsatz:

- Ein einfacher Taschenrechner ist zugelassen (Definition des einfachen Taschenrechners: siehe Hilfsmittelreglement vom 14. Dezember 2010 und beachte das Merkblatt «Taschenrechner»). Weitere EDV- und elektronische Kommunikationsmittel wie Notebooks, PDAs und Mobiltelefone etc. sind nicht erlaubt.
- Ein zweisprachiges Wörterbuch (ohne Handnotizen) darf benutzt werden, wenn die Prüfungsfragen und/oder -antworten nicht der Muttersprache entsprechen. Elektronische Wörterbücher sind nicht erlaubt.
- Die Beschaffung der erwähnten Hilfsmittel (inkl. Taschenrechner) ist ausschliesslich Sache der Studierenden.
- Es sind keine weiteren Hilfsmittel zugelassen.

**Fragesprache: Deutsch**

**Antwortsprache: Deutsch**

#### **Dezentral - Schriftliche Gruppenarbeit mit Präsentation (30%)**

### **Prüfungs-Hilfsmittel**

#### **keine Hilfsmittelregelung nötig**

Für die Prüfungsleistung ist keine Hilfsmittelregelung notwendig. Es gilt:

- Für Hausarbeiten, Kurse ohne Credits etc. gibt es keine spezifische Hilfsmittelregelung.
- Es gelten subsidiär die Ordnungen der Universität St. Gallen sowie die Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens (Quellen und Hilfen müssen immer ausgewiesen werden).
- Bei allen schriftlichen Arbeiten muss eine Eigenständigkeitserklärung angebracht werden.

**Fragesprache: Deutsch**

**Antwortsprache: Deutsch**

---

## Prüfungs-Inhalt

Inhalt und Gegenstand der schriftlichen Klausur sind ausschliesslich die in der Lehrveranstaltung behandelten Texte, Themen und Theorien über die sozialen Funktionen, die kulturellen Bedeutungen und die 'Arbeitsweisen' von persuasiver Kommunikation.

## Prüfungs-Literatur

Die Prüfungsliteratur umfasst jene Auswahl von Texten, Themen und Theorien aus dem Reader, die in der Lehrveranstaltung als Referate vorgetragen und gemeinsam diskutiert wurden.

## Beachten Sie bitte:

---

***Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass dieses Merkblatt vor anderen Informationen wie Studynet, persönlichen Datenbanken der Dozenten/-innen, Angaben in den Vorlesungen etc. den absoluten Vorrang hat.***

***Verbindlichkeit der Merkblätter:***

***Veranstaltungsinformationen ab Biddingstart am 27. Januar 2011***

***Prüfungsinformationen für dezentrale Prüfungen nach der 4. Semesterwoche am 21. März 2011***

***Prüfungsinformationen für zentrale Prüfungen ab Start der Prüfungsanmeldung am 11. April 2011***

***Bitte schauen Sie sich das Merkblatt nach Ablauf dieser Termine nochmals an.***