

Auszug aus der Seminararbeit (August 2010):

## **Persuasive Kommunikation – wie beeinflussbar sind wir wirklich?**

### **Abstract**

Die vorliegende Literaturarbeit geht der Frage nach, in welcher Form die persuasive Kommunikation Einfluss auf die Einstellungen bzw. Entscheidungen von Personen nimmt und ob die Wirkungen bzw. das Ausmass der Beeinflussung von persönlichen Faktoren des Einzelnen abhängen. Die Ausarbeitung des Themas basiert im Wesentlichen auf Quellen aus den Bereichen allgemeine Psychologie, Kommunikation und Sozialpsychologie. Der Fokus ist sowohl auf die isolierte Betrachtung der Begriffe persuasive Kommunikation sowie Einstellungs- und Verhaltensänderungen gerichtet als auch auf deren Zusammenhänge mit Persönlichkeitsmerkmalen. Im Rahmen dieser Auseinandersetzung werden die beiden wichtigsten Persuasionsmodelle vorgestellt: das *Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell (ELM)* und das *Heuristisch-Systematische Modell (HSM)*. Auf der Grundlage der ausgewählten Literatur wird bestätigt, dass persuasive Kommunikation Auswirkungen auf die Änderung von Einstellungen hat, und dass der Grad der Beeinflussung von bestimmten persönlichen Dispositionen abhängt.