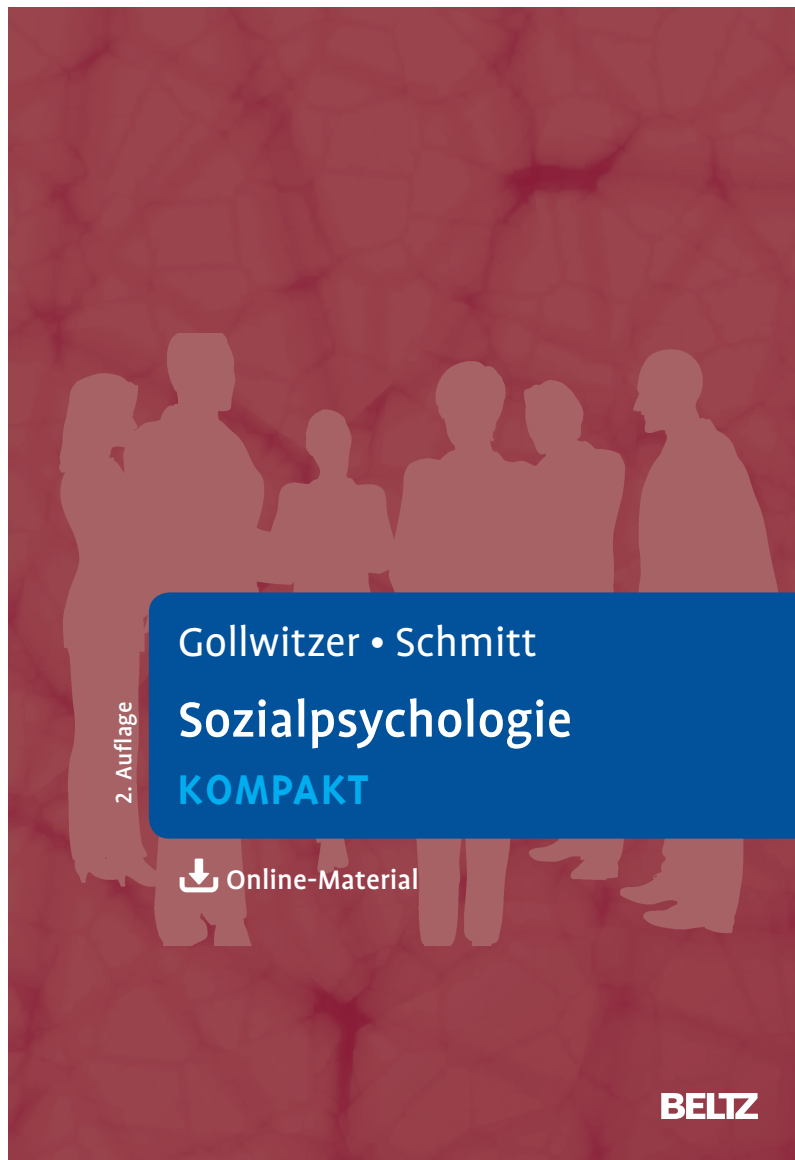




Online-Material

In dieser Datei finden Sie:

- ▶ Anwendungsbeispiele zu ausgewählten Themen des Lehrbuchs



M. Gollwitzer/M. Schmitt
Sozialpsychologie
kompakt
2. Auflage

2 Konsistenz- und Balancetheorien

2.2 Balancetheorie von Heider

Themenbereich: Sozialarbeit

Beispiel: Eine mittelgroße Stadt in Rheinland-Pfalz hat seit einiger Zeit das Problem zweier rivalisierender Jugendbanden. Aufgrund von Auseinandersetzungen in der Innenstadt ist mehrfach ein erheblicher Sachschaden entstanden. Die Stadtverwaltung hat nun in Zusammenarbeit mit den zuständigen Sozialbehörden und Beratungsstellen ein Team aus Sozialarbeitern und Psychologen mobilisiert, »die das Problem in den Griff bekommen sollen«. Ausgangspunkt der Überlegungen ist damit eine gegebene, negativ valente P-O-Relation (P bezeichnet dabei die Jugendbande 1, O die Jugendbande 2).

Eine mit der Balancetheorie von Heider vertraute Psychologin schlägt folgendes Vorgehen vor: Ziel müsse es sein eine Aktivität, ein Ziel oder allgemeiner ein Objekt X zu finden, das von beiden Gruppen positiv bewertet werde (positive P-X-Relation und positive O-X-Relation). Man könnte beiden Banden etwa eine gemeinsame (möglichst prosozial orientierte) Aufgabe geben, z. B. dabei helfen, einen flüchtigen Verbrecher, der sich in der Stadt herumtreibt, aufzuspüren. In diesem Fall würde die in Abbildung 1 dargestellte unbalancierte Triade entstehen.

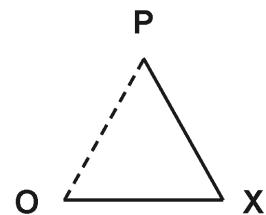


Abbildung 1 Unbalancierte Triade nach Heider. P bezeichnet dabei die Jugendbande 1, O die Jugendbande 2, X die gemeinsame Aufgabe (z. B. dabei helfen, einen flüchtigen Verbrecher, der sich in der Stadt herumtreibt, aufzuspüren).

Die Psychologin gibt nun zu bedenken, dass laut Heider unbalancierte Strukturen instabil seien und zur Veränderung motivieren sollten. Berücksichtige man gleichzeitig das Positivitätsprinzip, nach dem bei einer unbalancierten Triade mit einer negativen Relation eher diese positiv gemacht, als eine der beiden positiven negativ gemacht werde, sei zu erwarten, dass sich die Relation P-O zum Positiven hin verändern werde. Praktisch würde dies bedeuten, dass sich die Beziehung zwischen den rivalisierenden Bandenmitgliedern verbessern müsste.

2.3 Dissonanztheorie von Festinger

Themenbereich: Partnerschaft

Beispiel: In einer Partnerschaft gibt es immer gute und schlechte Zeiten. Man macht positive und negative Erfahrungen. Trifft man den Entschluss eine Partnerschaft zu beenden, tritt meist ein Phänomen auf, das man als selektiven Zugriff auf bestimmte Gedächtnisinhalte bezeichnen könnte: Solange eine Person an der Partnerschaft festhält, erinnert sie sich eher an positive Erlebnisse. Die Vorteile, die die Partnerschaft bietet, stehen also stärker im Vordergrund. Hat die Person den Entschluss gefasst, sich von ihrem Partner zu trennen, sind negative Erfahrungen kognitiv leichter zugänglich. Die Person erinnert jetzt eher die schlechten Zeiten. Dies ist insofern erstaunlich, als sich das Verhältnis von positiven zu negativen Erlebnissen objektiv nicht verändert hat. Erklären lässt sich dieses Phänomen anhand der Dissonanztheorie von Festinger. Dissonanz entsteht, weil sich die Person für oder gegen die Beziehung entscheiden muss und jede Entscheidungsalternative Vor- und Nachteile mit sich bringt. Im Falle einer Aufrechterhaltung der Partnerschaft werden die Nachteile, im Falle einer Trennung die Vorteile »ausgeblendet«.

3 Theorie sozialer Vergleichsprozesse

Themenbereich: Universitäre Lehre

Beispiel: An der Universität Koblenz-Landau wird im neuen Wintersemester eine Statistik-Vorlesung angeboten, die fächerübergreifend konzipiert ist. Sie richtet sich sowohl an Studierende der Psychologie, Erziehungswissenschaften und Soziologie als auch an Studierende der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. Die Veranstaltung wird von Professor Neu übernommen, der erst seit dem laufenden Semester an der Universität Koblenz-Landau tätig ist. Zum Erwerb der notwendigen Leistungspunkte wird am Ende des Semesters eine Klausur geschrieben. Ohne die Leistungspunkte können keine weiteren Aufbaumodule im Bereich Statistik besucht werden. Die Studierenden haben somit ein starkes Interesse daran, ihre Fähigkeiten bzw. ihren Wissensstand richtig einschätzen zu können (Hypothese 1). Studierende älterer Semester, die die Veranstaltung noch bei Professor Alt besucht hatten, konnten hierzu auf objektive Beurteilungskriterien der eigenen Fähigkeiten zurückgreifen: Es existieren im Internet zahlreiche Fragenkataloge aus früheren Klausuren von Professor Alt. Bei Professor Neu fehlen diese Erfahrungswerte, deshalb sind die Studierenden auf soziale Vergleiche angewiesen (Hypothese 2). Um soziale Vergleiche anstellen zu können, wird auf unterschiedliche Informationsquellen zurückgegriffen: die Intensität, mit der andere Studierende die Veranstaltung vor- und nachbereiten, die Qualität der Beiträge, usw. Für soziale Vergleiche werden Kommilitonen des eigenen Studienfachs bevorzugt, da angenommen werden kann, dass diese der eigenen Person ähnlicher sind (Hypothese 3). Unterscheiden sich die eigenen Fähigkeiten von denen der anderen Gruppenmitglieder (Kommilitoninnen desselben Studienfachs), wird man vor allem bei negativer Diskrepanz bestrebt sein, die Fähigkeitsdefizite aufzuholen. Der Uniformitätsdruck ist dabei umso höher, je wichtiger die entsprechende Fähigkeit für die Gruppe ist. Besitzt ein Gruppenmitglied elementares Grundwissen nicht, kann das für die gesamte Gruppe problematisch sein: Niemand möchte mit einem Kommilitonen, der massive Wissensdefizite aufweist, in einer Lerngruppe zusammenarbeiten (Hypothese 7).

4 Kommunikationstheorien

4.1 Kommunikationstheorien und Modelle

Themenbereich: Partnerschaftsberatung

Beispiel: Ein Ehepaar wird in einer Familienberatungsstelle vorstellig und bittet um Beratung. Im Erstgespräch mit der Psychologin beklagen beide übereinstimmend, dass es in der Beziehung von Anfang an Konflikte und Streit gegeben habe. Meistens habe sich nach einer Weile jedoch herausgestellt, dass gar kein echter Dissens bestand, sondern ein Missverständnis vorgelegen hat. Die Psychologin bittet um einige Beispiele und gelangt zu der vorläufigen Feststellung, dass es in der Kommunikation der Ehepartner Anzeichen für Defizite der Kommunikationskompetenz gibt, die sich durch eine Beratung möglicherweise reduzieren lassen. Sie nimmt den Beratungswunsch an. In der ersten Beratungsstunde erläutert die Psychologin den Ehepartnern die Kommunikationstheorien von Watzlawick und Schulz von Thun. In den nächsten Beratungsstunden geht sie folgendermaßen vor: Sie lässt sich einen Konflikt schildern, der sich im Nachhinein als Folge eines Missverständnisses erwiesen hat. Sie rekonstruiert gemeinsam mit den Ehepartnern so detailliert wie möglich den Ablauf der problematischen Kommunikation und notiert jede Dialogsequenz. Dann analysiert sie jede dieser Sequenzen systematisch anhand der Axiome der Theorie von Watzlawick und der Botschaften nach Schulz von Thun. Bei der Anwendung von Axiom 2 der Theorie von Watzlawick beispielsweise formuliert die Psychologin Hypothesen, worin der Inhaltsaspekt und worin der Beziehungsaspekt des Dialogs bestand. Sie bittet beide Ehepartner, ihre Hypothesen zu kommentieren. Diesen Prozess der Hypothesenbildung durch die Psychologin und Kommentierung durch die Ehepartner wird so lange durchgeführt, bis die Ehepartner eine Hypothese der Psychologin übereinstimmend bestätigen. Das Ergebnis wird notiert und das Verfahren so lange fortgesetzt, bis eine problematische Kommunikation vollständig und einvernehmlich analysiert ist. Die Ehepartner bekommen die Hausaufgabe, die Analyse und ihr Ergebnis zu Hause noch einmal zu besprechen und so niederzuschreiben, dass beide mit dem Protokoll einverstanden sind. Diese Niederschrift bringen sie

zur nächsten Beratungsstunde mit. Dort wird sie mit der Psychologin besprochen. Anschließend wird eine weitere problematische Kommunikation analysiert. Dieses Vorgehen wird so lange fortgesetzt, bis die Psychologin den Eindruck gewinnt, dass das Ehepaar den Sinn der Übung verstanden hat. Dann wird das Format geändert. Die Ehepartner übernehmen nun die Rolle der Psychologin. Das heißt, sie einigen sich zunächst auf ein neues Beispiel misslungener Kommunikation, schreiben die Dialogsequenzen so vollständig und genau wie möglich auf und unterziehen diese anschließend selbstständig einer Analyse gemäß der Kommunikationstheorien von Watzlawick und Schulz von Thun. Die Psychologin greift nur ein, wenn sie den Eindruck hat, dass eine Analyse in die falsche Richtung oder eine Sackgasse zu laufen droht. Sie protokolliert die Analyse und übergibt den Eheleuten ihre Niederschrift mit der Anweisung, die Beratungsstunde zu Hause gemeinsam noch einmal Revue passieren zu lassen und in der nächsten Stunde eventuelle Ungereimtheiten oder Fragen zu klären. Ergebnis dieses Vorgehens könnte sein, dass den Ehepartnern der Interpunktionscharakter von Kommunikation nicht bewusst war und beide der Überzeugung waren, nur auf die Äußerungen des anderen zu reagieren, selbst aber keine aktive Rolle zu spielen (Axiom 3 bei Watzlawick). Oder es könnte sein, dass der Ehemann zur Vermeidung von Eskalation die Kommunikation einseitig beendet («Ich sage jetzt gar nichts mehr, sonst gibt es nur wieder Streit»), ohne zu bedenken, dass er auch damit eine Aussage macht (Axiom 1), die von seiner Frau auf der Beziehungsebene als Kritik an ihrer Konfliktlösefähigkeit interpretiert wird (Axiom 2). Oder es könnte sich herausstellen, dass einer der Partner dazu neigt, Aussagen des anderen als Sachaussagen zu interpretieren, also wörtlich zu nehmen, obwohl sie als Appelle gedacht waren.

4.2 Ausgewählte Kommunikationsphänomene

Themenbereich: Medienanalyse

Beispiel: Sie möchten herausfinden, ob ein bestimmter Redakteur einer bestimmten Zeitung Vorurteile gegenüber Migranten hat, die er in seinen Kommentaren nicht offen äußert. Um diese Frage zu beantworten, könnten Sie Texte dieses Redakteurs ausfindig machen und anhand der Theorie des linguistischen Intergruppenbias analysieren. Sie müssten zunächst Texte mit Passagen über Migranten und solche mit Passagen über die einheimische Bevölkerung ausfindig machen. Sie müssten dann innerhalb der Passagen Aussagen identifizieren, die positives Verhalten von Migranten, negatives Verhalten von Migranten, positives Verhalten von Einheimischen und negatives Verhalten von Einheimischen zum Ausdruck bringen. Jede Aussage müssten Sie danach unterscheiden, ob Verhalten abstrakt, interpretativ und wertend beschrieben wird oder konkret, beschreibend und nicht wertend. Vorurteile des Redakteurs würden Sie daran erkennen, dass negative Verhaltensweisen von Migranten häufiger als abstrakt, interpretativ und wertend beschrieben werden, negative Verhaltensweisen von Einheimischen hingegen häufiger als konkret, beschreibend und nicht wertend. Bei positiven Verhaltensweisen müsste es genau umgekehrt sein.

5 Soziale Interdependenztheorie

5.2 Interaktion zwischen Partnern

Themenbereich: Organisationsentwicklung

Beispiel: In einer Pflegeeinrichtung soll ein neues Konzept zur Qualitätssicherung entwickelt werden. Zu diesem Zweck stellt die Einrichtungsleitung ein interdisziplinäres Team aus Pflegekräften und Verwaltungsangestellten zusammen. Während erstere über Praxiserfahrung verfügen, können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Verwaltung Informationen zu allgemeinen Organisationsprozessen und »harte Fakten« bereitstellen. Eine Pflegedienstleiterin und eine Verwaltungskraft sollen die Zusammenarbeit koordinieren. Im Falle der erfolgreichen Umsetzung ist mit Beförderungen zu rechnen. Die Anzahl möglicher Beförderungen bleibt allerdings unklar. Sowohl der Pflegedienstleiterin als auch dem Verwaltungsangestellten stehen zwei mögliche Verhaltensalternativen zur Verfügung: Sie können kooperieren und entsprechende

Informationen und Wissen zur Verfügung stellen oder sie können um eine Beförderung konkurrieren. Dies würde bedeuten, nur so viele Informationen wie nötig preiszugeben oder sogar Informationen zurückzuhalten, um sich gegenüber der anderen Partei einen Wissensvorteil zu verschaffen. Eine entsprechende Ergebnismatrix könnte folgendermaßen aussehen (s. Abb. 2):

		Pflegedienstleitung	
		kooperieren	konkurrieren
Verwaltungskraft	kooperieren	+2 / +2	+3 / -3
	konkurrieren	-3 / +3	0 / 0

Abbildung 2 Auszahlungsmatrix mit 2 Akteuren (Pflegedienstleitung und Verwaltungskraft) mit jeweils 2 Handlungsoptionen (kooperieren oder konkurrieren).

Die Matrix zeigt: Kooperieren lohnt sich nur dann, wenn die jeweils andere Partei ebenfalls kooperiert (Fall A). Wenn beide hingegen konkurrieren, bringt ihnen das gar nichts (Fall D). Aber: Betrachtet man die Haupteffekte (bspw. aus Sicht der Pflegedienstleiterin: die Summe der beiden Zahlen rechts oben in den Quadranten A und B [hier: $2 - 3 = -1$] im Vergleich zur Summe der beiden Zahlen rechts oben in den Quadranten C und D [hier $3 + 0 = 3$]), stellt man fest, dass es sich im »Durchschnitt« für beide Parteien eher auszahlen würde zu konkurrieren. Dies ist v.a. darauf zurückzuführen, dass es als besonders unangenehm empfunden würde, selbst Informationen bereitzustellen (also zu kooperieren), aufgrund mangelnder Kooperationsbereitschaft der anderen Partei jedoch ausgetobt zu werden (Fälle B bzw. C). Für die jeweils andere Partei wäre genau dieser Fall aber am attraktivsten. Genau darin besteht das Dilemma. In der Terminologie von Thibaut und Kelley handelt es sich um wechselseitige Verhaltenskontrolle.

Themenbereich: Sport

Beispiel: Ein weiteres Beispiel entstammt dem Radsport. Antidopingkampagnen können nur dann erfolgreich sein, wenn wechselseitige Abhängigkeiten der Radfahrer berücksichtigt werden. Die in Abbildung 3 dargestellte Ergebnismatrix beschreibt Outcome-Kombinationen von zwei Profiradsportlern. Im Gegensatz zum vorangegangenen Beispiel ist diese Matrix nicht symmetrisch. Dies bedeutet, dass dieselbe Outcome-Kombination von beiden Parteien unterschiedlich bewertet wird:

		Team X	
		ja	nein
Team Y	ja	0 / 0	+2 / 0
	nein	+1 / -1	+2 / +1

Abbildung 3 Auszahlungsmatrix mit 2 Akteuren (Radsport-Team X und Team Y) mit jeweils 2 Handlungsoptionen (Entscheidung für oder gegen Doping).

Dies wird deutlich, wenn man die Haupteffekte betrachtet: Fahrer des Teams X finden es besser, nicht zu dopen anstatt zu dopen (vgl. die Summe der beiden Zahlen rechts oben in den Quadranten A und B [hier: $0 + 1 = 1$] im Vergleich zur Summe der beiden Zahlen rechts unten in den Quadranten C und D [hier: $0 + 2 = 2$]). Fahrer des Teams Y hingegen finden Doping profitabel (vgl. die Summe der beiden Zahlen links unten in den Quadranten A und C [hier: $0 + 2 = 2$] im Vergleich zur Summe der beiden Zahlen links oben in den Quadranten B und D [hier: $-1 + 1 = 0$]). Während es Team X egal ist, wie es sich selbst verhält, wenn andere dopen, betrachtet Team Y den Fall, selbst nicht zu dopen, obwohl es andere tun, als eher negativ (Fall B). Wie sich die beiden nun entscheiden, hängt von der Orientierung der beiden Teams ab: Stellt eine gemeinsame Outcome-Maximierung das Ziel dar, muss die Kombination D gewählt werden. Soll nach dem Gleichheitsprinzip verfahren werden, ist aufgrund des geringsten Outcome-Unterschieds die Kombination A zu wählen. Antidopingkampagnen müssten demnach nicht nur darauf abzielen, die Vorteile eines dopingfreien Radsports hervorzuheben, sondern gleichzeitig durch umfassende Kontrollen sicherstellen, dass Doping-sünder entlarvt werden.

6 Gerechtigkeitstheorien

6.1 Equity-Theorie

Themenbereich: Gesundheitssystem

Beispiel: Das Gesundheitssystem ist ein Beispiel dafür, dass Gerechtigkeitsprinzipien nicht in Reinform, sondern vielmehr in Mischform angeboten werden. Das Equity-Prinzip (Leistungsproportionalität) liegt dem System der Beitragsstaffelung (bei privaten Krankenversicherungen) zugrunde. Wer ein größeres Risiko trägt, krank zu werden und medizinische Behandlung zu benötigen, zahlt höhere Beiträge als jemand mit einem geringen Risiko. Das Leistungsprinzip kommt auch bei Beitragsrückerstattungen zur Geltung: Wer ärztliche Leistungen nicht in Anspruch nimmt (und insofern etwas für die Kostenersparnis im Gesundheitswesen »leistet«), erhält einen Teil seiner Beiträge zurück (und wird insofern »belohnt«). Neben dem Leistungsprinzip findet auch das Bedürfnisprinzip Anwendung: Wer mehr Versorgung benötigt, bekommt sie auch. Dieses Prinzip ist der Grundpfeiler gesetzlicher Krankenversicherungen. Schließlich kommt das Gleichheitsprinzip dadurch zur Geltung, dass alle Personen innerhalb einer Beitragsgruppe gleiche Beiträge zahlen und gleichen Leistungsanspruch haben.

6.3 Verfahrensgerechtigkeit

Themenbereich: Betriebsführung

Beispiel: In einem mittelgroßen Metallverarbeitungsbetrieb kommt es aufgrund einer schwierigen Wirtschaftslage zu massiven Auftragseinbußen. Um eine drohende Insolvenz abzuwenden, wird auf Leitungsebene ein Stufenplan entwickelt. Dieser sieht vor, in einem ersten Schritt alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens über die prekäre Lage zu informieren, jedoch deutlich zu machen, dass das Ziel in der »Rettung« des Unternehmens besteht. Dadurch erhofft man sich, bei der Belegschaft ein Bewusstsein für die Notwendigkeit anstehender Entscheidungen zu schaffen. Zudem wird ein Team aus Vertreterinnen und Vertretern aller Organisationsebenen (obere Führungsebene, mittlere Leitungsebene, Personalvertretung, ...) gebildet. So soll sichergestellt werden, dass die Interessen aller Beteiligten und Betroffenen angemessen vertreten werden und der Informationsfluss gewährleistet ist. Durch die so geschaffene Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Möglichkeit zur Mitsprache erhofft man sich, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch einen für sie ungünstigen Outcome (z.B. Lohnkürzungen, Zwangsurlaub, Kurzarbeit) akzeptieren, um die Krise zu bewältigen (**Fair-Process-Effekt**). Auch bei der weiteren Umsetzung des Stufenplans versucht man, Kriterien der Verfahrensgerechtigkeit zu berücksichtigen: Nach intensiven Verhandlungen mit allen Beteiligten (**Repräsentativität** und **Korrigierbarkeit** nach Leventhal) und sorgfältigem Abwägen der Vor- und Nachteile verschiedener Sparmaßnahmen (**Genauigkeit** nach Leventhal) willigt der Betriebsrat ein, für einen begrenzten Zeitraum Lohnkürzungen

hinzunehmen. Im Gegenzug verpflichtet sich das Unternehmen, auf Entlassungen zu verzichten (**Übereinstimmung mit moralischen Standards** nach Leventhal). Die Lohnkürzungen betreffen alle Organisationsmitglieder gleichermaßen (**Konsistenz** nach Leventhal). Dadurch hofft man die Botschaft zu vermitteln: »Wir sitzen alle im gleichen Boot und setzen nicht einseitig unsere jeweiligen Interessen durch« (**Neutralität** nach Leventhal).

6.4 Theorie des Gerechte-Welt-Glaubens

Themenbereich: Umgang mit eigenen Schicksalsschlägen

Beispiel: Negative oder unerwartete Ereignisse verlangen nach einer Erklärung. Die Suche nach Erklärungen hilft, solche und ähnliche Ereignisse in Zukunft zu verhindern oder zumindest kontrollierbarer zu machen. Das gilt auch für erlittene Schicksalsschläge wie plötzliche schwere Erkrankungen, Unfälle oder berufliche bzw. private Verluste. Mit der Theorie des Gerechte-Welt-Glaubens könnte man sagen, solche Schicksalsschläge bedrohen das fundamentale Bedürfnis, in einer gerechten und vorhersagbaren Welt zu leben, in der jeder das verdient, was er bekommt, und jeder das bekommt, was er verdient. Da im Falle eines Schicksalsschlages (der von der betroffenen Person durchaus als Ungerechtigkeit erlebt werden könnte) eine aktive Wiederherstellung von Gerechtigkeit schwierig ist, würde man nach der Theorie erwarten, dass die betroffene Person versucht, das Ereignis kognitiv umzudeuten. Eine Möglichkeit könnte darin bestehen, den Schicksalsschlag als eine »Antwort« auf frühere Verfehlungen zu interpretieren. Eine zweite Möglichkeit wäre, den Schicksalsschlag als Ausgleich für den eigenen fehlbaren Charakter zu verstehen. Beide Möglichkeiten haben zwar den Vorteil, dass sie eine Antwort auf die Frage »Warum ich?« geben und insofern das Bedürfnis nach Erklärbarkeit und einer gerechten Welt befriedigen. Aber natürlich sind solche Umdeutungen auch psychisch belastend.

7 Soziale Identitätstheorie und Selbstkategorisierungstheorie

Themenbereich: Sport

Beispiel: Nach sportlichen Großereignissen kommt es immer wieder zu Auseinandersetzungen zwischen rivalisierenden Fangruppen. Auffällig ist, dass dies für verschiedene Sportarten in unterschiedlichem Maße gilt. Während nach Fußballspielen regelmäßig aggressives Verhalten gegenüber gegnerischen Fans beobachtet werden kann, kommt es im Anschluss an andere Sportereignisse nur selten oder gar nicht zu solchen Konflikten. Wer hat jemals von Auseinandersetzungen zwischen verschiedenen Fangruppen während der »German Open« gehört? Oder wann hat es das letzte Mal Konflikte zwischen Anhängern verschiedener Teams während der Tour de France gegeben? Die Soziale Identitätstheorie kann Hinweise zur Erklärung dieses Phänomens liefern: Werden Mitglieder einer anderen Gruppe eher als Individuen anstatt als Vertreterinnen bzw. Vertreter ihrer Gruppe wahrgenommen, sind Inter-Gruppen-Konflikte weniger wahrscheinlich. Da sich beispielsweise bei der Tour de France die Fans verschiedener Teams entlang der Strecke verteilen und so durchmischen, wird eine interpersonale Sicht begünstigt. Fußballstadien sind hingegen in unterschiedliche Fanblöcke aufgeteilt; dies fördert eine gegenseitige Wahrnehmung im Sinne von »wir« und »die anderen« (anstatt von »du« und »ich«). Durch zahlreiche Fanartikel, gemeinsame Schlachtrufe usw. wird die Salienz der Intergruppensituation zusätzlich erhöht. Im Streben nach positiver sozialer Distinktheit steigt damit die Wahrscheinlichkeit konflikthafter Auseinandersetzungen zwischen den Anhängern unterschiedlicher Gruppen.

Themenbereich: Interkulturelle Begegnungen

Beispiel: Mitglieder unterschiedlicher Kulturen begegnen sich häufig mit gegenseitigen Vorurteilen – generalisierten (häufig negativen) Erwartungen darüber, wie »die anderen so sind« und wie sie sich wohl verhalten. Eine Möglichkeit, solche gegenseitigen Vorurteile abzubauen, besteht darin, Situationen zu schaffen, in denen Vertreterinnen und Vertreter unterschiedlicher Kulturen miteinander in Kontakt kommen. Solche Kontaktinterventionen können mehr oder weniger formalisiert sein: interkulturell

zusammengestellte Teams in einer Organisation, spontane Bildung von Cliques mit Personen aus unterschiedlichen Kulturen oder gezielte didaktische Methoden im Schulunterricht (bspw. das »Gruppenpuzzle«) – all diese Formen können als Kontaktinterventionen bezeichnet werden. Es gibt empirische Hinweise darauf, dass Kontaktinterventionen Vorurteile reduzieren können. Ein Ziel könnte darin bestehen, die Kategorisierung in »wir« versus »die anderen« aufzubrechen und zu einer stärkeren interpersonalen Wahrnehmung der anderen (anstatt einer intergruppalen Wahrnehmung) beizutragen (»Dekategorisierung«). Ein anderes Ziel könnte darin bestehen, die Kategorisierung auf einer übergeordneten Ebene zu betonen (»Wir sind alle verschieden, aber zusammen ein gutes Team«); hier würde man von »Rekategorisierung« sprechen. Gordon Allport (1954) hat argumentiert, dass Intergruppenkontakt besonders effektiv ist,

- ▶ wenn eine »echte Bekanntschaft« bzw. ein echter Austausch zwischen den Mitgliedern unterschiedlicher Gruppen entsteht,
- ▶ wenn die Gruppen während des Kontakts den gleichen Status haben (Kontakt auf Augenhöhe),
- ▶ wenn man während des Kontakts auf ein gemeinsames Ziel hin arbeitet (positive Interdependenz),
- ▶ wenn das aktuelle soziale bzw. gesellschaftliche Klima (z. B. das Selbstverständnis des Unternehmens, der Einrichtung, der Schule, der Gesellschaft et.) einen positiven Intergruppenkontakt ermöglicht und unterstützt.

8 Rollentheorien

8.2.3 Rollenkonflikte

Themenbereich: Strafrecht

Beispiel: Herr Recht arbeitet als Strafverteidiger in einer Anwaltskanzlei. Sein neuester Fall ist die Verteidigung eines Mannes, der in seiner Funktion als Erzieher in einem Kinderheim mehrere Schutzbefohlene sexuell missbraucht haben soll. Bereits im Erstgespräch bestreitet der Beschuldigte, dass es sich um Missbrauch gehandelt haben soll. Er erwarte, dass sein Verteidiger »das Beste für ihn heraushole«. Herr Recht beschließt, die Verteidigung zu übernehmen, woraus sich jedoch verschiedene Formen interpersonaler Rollenkonflikte ergeben: Aus berufsethischer Sicht ist Herr Recht verpflichtet, die Interessen seines Mandanten zu vertreten und bspw. Verfahrensfehler (etwa bei den Ermittlungen) zu identifizieren, die seinem Mandanten einen Vorteil verschaffen könnten. Persönlich mag er hingegen der Meinung sein, dass eine Tat wie diese keine Gnade verdient und hart bestraft werden soll (**Rolle-Selbst-Konflikt**). Zusätzlich besteht ein **Intersenderkonflikt**: Das Gericht, die Anwaltskammer – das gesamte System der Strafgerichtsbarkeit – verlangt von Herrn Recht eine professionelle Arbeitsweise. Sein Mandant verlangt von ihm, dass er alles dafür tut, um ihm ein möglichst günstiges Ergebnis (z. B. eine Einstellung des Verfahrens oder einen Unschuldsspruch) zu verschaffen. Die Gesellschaft verlangt von Herrn Recht, dass er dafür sorgt, dass der Gerechtigkeit am Ende genüge getan wird. Diese unterschiedlichen Erwartungen könnten von Herrn Recht als belastend erlebt werden.

9 Erwartung-mal-Wert-Theorien

9.2.1 Soziale Lerntheorie von Rotter (1954)

Themenbereich: Persönlichkeitspsychologie

Beispiel: Peter und Hans arbeiten im selben Unternehmen. Jeden Mittag gehen sie zum Essen in die Kantine. Dort treffen sie Annette, die ebenfalls im Unternehmen angestellt ist. Sowohl Peter als auch Hans sind in Annette verliebt, und beide machen sich unabhängig voneinander Gedanken darüber, wie sie Annette näher kennenlernen könnten. Da Peter bemerkt haben will, dass Annette ihn schon des Öfteren angelächelt hat, beschließt er, sich bei nächster Gelegenheit einfach zu Annette an den Tisch zu setzen. Er sagt sich: »Ob sie sich mit mir verabreden will, liegt ganz allein in meiner Hand«. Dies ist typisch für ihn.

Peter besitzt eine eher interne Kontrollüberzeugung: Er ist der Meinung, dass Ereignisse grundsätzlich eher durch aktives Handeln beeinflussbar sind. Hans hingegen besitzt eine eher externe Kontrollüberzeugung. Er glaubt, dass er generell wenig Einfluss darauf hat, was passiert, sondern dass äußere Einflüsse maßgeblich sind. Sich einfach vorzunehmen, Annette anzusprechen, kommt für ihn nicht in Frage. Es könnte ja schließlich sein, dass andere Kollegen sich mit an ihren Tisch setzen oder dass Annette einen »schlechten Tag« hat. Hans nimmt an, dass dies den Erfolg seiner Handlung gefährden könnte. Er muss also zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein, damit alles klappt.

9.2.3 Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen (1985)

Themenbereich: Gesundheitspsychologie; Blutspende

Beispiel: Da in Deutschland täglich ca. 15 000 Blutspenden benötigt werden, veranstaltet das Deutsche Rote Kreuz in regelmäßigen Abständen Blutspendeaktionen. Als Sabine von der Arbeit nach Hause fährt, erweckt ein entsprechendes Werbeplakat ihre Aufmerksamkeit. Die Blutspendeaktion soll in zwei Tagen stattfinden. Von welchen Faktoren hängt es ab, ob Sabine sich daran beteiligen wird? Die Theorie des geplanten Handelns (Ajzen, 1985) macht folgende Vorhersagen (s. Abb. 4):

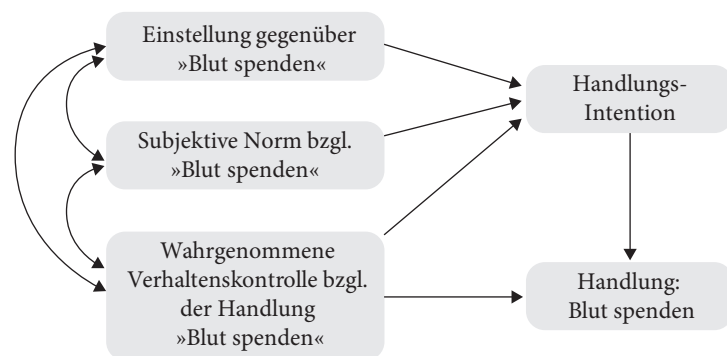


Abbildung 4 Die Theorie des geplanten Verhaltens – angewendet auf das Beispiel »Blutspende«

Voraussetzung dafür, dass sich Sabine an der Blutspende beteiligt (»Handlung«), ist, dass sie dies auch tatsächlich beabsichtigt (»Handlungsintention«). Handlungsabsichten werden allerdings nicht immer umgesetzt. In unserem Beispiel ist das Zeitintervall zwischen der Bildung einer eventuellen Handlungsintention und der eigentlichen Handlung mit zwei Tagen relativ kurz, was günstig ist. Außerdem wirkt sich die wahrgenommene subjektive Verhaltenskontrolle auf die Handlungsentscheidung aus: je weniger die Ausführung der Handlung von unkontrollierbaren Hindernissen blockiert wird (z.B. eine schlechte Erreichbarkeit des Blutspendezentrums, ungünstige Öffnungszeiten, lange Wartezeiten etc.), desto eher wird die Handlung auch wirklich ausgeführt.

Die Handlungsintention hängt laut Theorie von drei Faktoren ab:

- (1) Von ihrer **Einstellung** gegenüber der Handlung »Blut spenden« – genauer gesagt, von Sabines Erwartung bezüglich der angenommenen Eintrittswahrscheinlichkeiten der Konsequenzen des Blutspendens und deren Bewertung. Tabelle 1 zeigt ein numerisches Beispiel. In der linken (ersten) Spalte finden sich vier mögliche Konsequenzen, in der zweiten Spalte Sabines Erwartung, also die Wahrscheinlichkeit für jede dieser Konsequenzen, in der dritten Spalte der »Wert« dieser Konsequenzen aus Sabines Sicht (auf einer Skala von -3 = sehr negativ bis $+3$ = sehr positiv) und in der vierten (rechten) Spalte das Produkt aus Erwartung und Wert. Summiert man die Produkte auf, ergibt sich ein positiver Gesamtwert: Sabine hätte demzufolge eine positive Einstellung gegenüber der Handlung »Blut spenden«.

Tabelle 1 Erwartung-mal-Wert-Matrix für Sabines Einstellung zum Blutspenden

Überzeugung	Erwartung	Wert	Produkt
Wenn ich Blut spende, rette ich Leben.	0.95	+3	+2.85
Wenn ich Blut spende, treffe ich nette Leute.	0.35	+1	+0.35
Wenn ich Blut spende, muss ich Schmerzen aushalten.	0.20	-2	-0.4
Wenn ich Blut spende, fühle ich mich danach schlapp.	0.60	-2	-1.2
SUMME:			+1.6

- (2) Von Sabines **subjektiver Norm**, also ihrer Erwartung bezüglich der Meinung anderer Menschen zum Thema Blutspenden in Kombination mit der Bedeutung, die Sabine solchen Meinungen beimisst. Letzteres bezeichnet man auch als Konformitätsmotivation. Tabelle 2 zeigt ein numerisches Beispiel. In der linken (ersten) Spalte finden sich vier für Sabine relevante Bezugspersonen und in der zweiten Spalte rechts daneben Sabines Erwartung bzgl. deren jeweiliger Meinungen zum Thema Blutspenden (auf einer abstrakten Skala von -3 = sehr negative Meinung bis +3 = sehr positive Meinung). In der dritten Spalte ist quantifiziert, welchen Wert Sabine der Meinung der jeweiligen Person beimisst: die Meinung ihres Vaters ist ihr egal, die ihres Partners hat für sie vergleichsweise das höchste Gewicht. In der vierten (rechten) Spalte findet sich das Produkt aus Meinungs-Erwartung und Wert. Summiert man die Produkte auf, ergibt sich ein positiver Gesamtwert: Auch die subjektive Norm würde demnach Sabines Intention, Blut spenden zu gehen, verstärken.

Tabelle 2 Erwartung-mal-Wert-Matrix für Sabines subjektive Norm zum Thema »Blutspenden«

Bezugsperson	Erwartung	Wert	Produkt
Vater	-2	0	0
Mutter	-1	1	-1
Partner	+3	3	+9
Freundin	-1	2	-2
SUMME:			+6

- (3) Von Sabines **wahrgenommener Verhaltenskontrolle** bezüglich der Handlung »Blut spenden«. Das hatten wir bereits weiter oben angesprochen. Wenn Sabine von vornherein Hindernisse bei der Handlungsausführung erwartet (wie bspw. ein Verkehrschaos auf dem Weg zum Blutspendezentrum aufgrund schlechten Wetters), so wird das nicht nur die Handlungsausführung, sondern bereits die Handlungsintention negativ beeinflussen. Je mehr Sabine umgekehrt der Meinung ist, dass sie über die entsprechenden Ressourcen zur Ausführung der Handlung verfügt (also ein funktionierendes Auto bzw. Fahrrad, genügend Zeit etc.), umso eher wird sich dies günstig auf ihre Intention, Blut spenden zu gehen, auswirken.

10 Attributionstheorien

10.1.2 Weiner (1986): Ursachenschema

Themenbereich: Klinische Psychologie

Beispiel: Martin Seligman (1991) hat die Denkmuster von Personen mit einer depressiven Symptomatik untersucht und sich gefragt, welche Ursachen depressive Personen für Erfolge bzw. Misserfolge verantwortlich machen (im Vergleich zu nicht-depressiven Personen). Hierzu hat er aus dem Ursachenschema von Weiner (1986) die beiden Dimensionen »Lokation« (also internal vs. external) und »Stabilität« (also

variabel vs. stabil) herausgegriffen (s. Abb. 5). Den Ergebnissen zufolge neigen depressive Personen dazu, sich die Verantwortung für Misserfolge selbst zuzuschreiben. Meist machen sie ihre eigenen zu geringen Fähigkeiten für den Misserfolg verantwortlich (»Ich bin einfach nicht klug genug«). Diese internale, stabile Ursachenzuschreibung nimmt den Betroffenen damit jegliche Handlungsmöglichkeit. Was kann man schon tun, wenn die eigenen Fähigkeiten nicht ausreichen? Nach Seligman kann man zusätzlich den Allgemeinheitsgrad des Ursachenfaktors unterscheiden (global vs. spezifisch). Eine internale, stabile und *spezifische* Ursachenzuschreibung nach einer verpatzten Mathe-Klausur könnte beispielsweise lauten: »In Mathe war ich noch nie gut, das kann ich einfach nicht«. Eine internale, stabile und *globale* Ursachenzuschreibung, zu welcher depressive Personen neigen, wäre: »Nicht mal für diese Mathe-Klausur bin ich gut genug. Ich kann einfach gar nichts«. Erfolge schreiben Depressive eher externalen Faktoren zu: »Da hatte ich halt mal Glück« oder »Die Aufgabe war einfach so leicht«. Für die therapeutische Praxis hat diese Forschung wichtige Implikationen. So könnte man im Rahmen einer kognitiven Verhaltenstherapie versuchen, solche verzerrten Attributionsmuster zu durchbrechen, zu invalidieren oder zumindest in Frage zu stellen.

Lokation	internal	external
Stabilität		
variabel	Anstrengung	Aufgabenschwierigkeit
stabil	Fähigkeit	Zufall (Glück/Pech)

Abbildung 5 Verkürztes Ursachenschema nach Weiner (1986). Erfolg und Misserfolg, z. B. die Leistung in einer Klausur, können auf Ursachen attribuiert werden, die entweder außerhalb oder innerhalb der Person liegen (Lokation) und die entweder variabel oder stabil sind (Stabilität).

10.1.3 Kelley (1967, 1973): Kovariationsprinzip

Themenbereich: ABO-Psychologie

Beispiel: Herr Boss ist Vorstand eines großen Automobilkonzerns. Da die Stelle seiner Chefsekretärin neu zu vergeben ist, beauftragt er den Betriebspsychologen Herrn Findig mit der Personalauswahl. Dieser beschließt, ein Assessment-Center durchzuführen. Zu diesem Zweck stellt er einen Aufgabenkatalog zusammen, mithilfe dessen die Fähigkeiten der Bewerberinnen in den unterschiedlichsten Bereichen getestet werden sollen. Auch mehrtägige Arbeitsproben sind Bestandteil des Auswahlverfahrens. Gesucht werden Bewerberinnen, die in allen Bereichen möglichst gut abschneiden. Allerdings sollte ein gutes Abschneiden auch möglichst auf die Person (und nicht etwa auf die Umstände) zurückgeführt werden können. Eine eindeutige Kausalattribution auf die Person wird umso wahrscheinlicher, (1) je niedriger der Konsens, (2) je niedriger die Distinktheit und (3) je höher die Konsistenz ist.

- (1) **Niedriger Konsens:** Dass das gute Abschneiden einer Person an deren hohen Fähigkeiten liegt, ist umso wahrscheinlicher, je schlechter im Vergleich zu ihr die anderen Bewerberinnen abschneiden. Dass solche Unterschiede gefunden werden können, setzt voraus, dass die gewählten Aufgaben einen angemessenen Schwierigkeitsgrad besitzen. Zu leichte Aufgaben können von allen Bewerberinnen gelöst werden, wohingegen zu schwierige Aufgaben von niemandem gelöst werden.
- (2) **Niedrige Distinktheit:** Schneidet eine Bewerberin bei einer Aufgabe im Assessment-Center (z. B. der »Postkorb-Übung«) besonders gut ab, bei den anderen Aufgaben (z. B. Einzelpräsentation) hingegen nicht, wird eine eindeutige Kausalattribution auf die Person erschwert. Möglicherweise waren die zu lösenden Aufgaben unterschiedlich schwierig (legt eine Attribution auf die Entität nahe) oder die Bewerberin hatte sich speziell auf diese Aufgabe besonders gut vorbereitet (legt eine Attribution auf spezielle situative Umstände nahe). Niedrige Distinktheit liegt hingegen vor, wenn eine Bewerberin bei allen Aufgaben eine gute Leistung zeigt.

- (3) **Hohe Konsistenz:** Erledigt eine Bewerberin bei einer zweitägigen Arbeitsprobe dieselben Aufgaben immer wieder mit gleich hoher Qualität (z. B. freundliches Auftreten am Telefon), ist dies wahrscheinlicher ihren hohen Fähigkeiten zuzuschreiben. Niedrige Konsistenz würde hingegen eine Kausalattribution auf spezielle situative Umstände nahelegen: die Bewerberin ist nur dann höflich, wenn ihr Gegenüber ihr sympathisch erscheint.

10.2 Attributionsfehler und Attributionsverzerrungen

Themenbereich: Alltag

Beispiel: Ein anderer Kunde drängelt sich in der Warteschlange im Supermarkt vor. Auf welche Ursachen führen Sie sein Verhalten zurück? Sie könnten zu der Überzeugung gelangen, dass es diese Person gerade sehr eilig haben muss und dieses Verhalten eine absolute Ausnahme darstellt (Attribution auf spezielle situative Umstände). Sie könnten sich auch denken: »Vielleicht hat diese Person eine besondere Aversion gegen Stress und Gedränge und reagiert in solchen Situationen panisch.« Es wäre demnach zu erwarten, dass das Vordrängeln am Supermarkt liegt, nicht an der Person (Attribution auf die Entität). In beiden Fällen dürfte sich Ihr Ärger also in Grenzen halten. Sehr viel wahrscheinlicher ist es jedoch, dass Sie dazu neigen, der Person »einen schlechten Charakter« zu unterstellen. Sie würden demnach von der (zunächst einmal unbegründeten) Annahme ausgehen, dass sich die Person auch in anderen zukünftigen Situationen sozial unangemessen verhält. Damit würden Sie einer »Korrespondenzverzerrung« aufliegen. Anders dürfte es sich verhalten, wenn Sie sich nicht in der Beobachterrolle befinden, sondern selbst diejenige Person sind, die sich vordrängelt. Im Sinne des Actor-Observer-Bias würden Sie Ihr Handeln wahrscheinlicher auf die Situation attribuieren: »Im Vergleich zu den anderen Kunden mit den vollen Einkaufswagen habe ich doch nur die Milch, es geht bei mir also ganz schnell« oder »Ich musste doch meinen Zug noch erwischen«.

11 Evolutionspsychologische und soziobiologische Theorien

11.2.1 Geschlechtsunterschiede bei der Partnerwahl

Themenbereich: Kontaktbörsen

Beispiel: Die in evolutionspsychologischen/soziobiologischen Theorien angenommenen Geschlechtsunterschiede bei der Partnerwahl fasst der Volksmund in dem Schlagwort »Reicher Mann und schöne Frau« zusammen. Unter diesem Titel publizierte Peter Borkenau (1993) in der Zeitschrift für Sozialpsychologie einen viel beachteten Artikel. In den dort berichteten Studien wurden Partnerschaftsannoncen ausgewertet. Erwartet wurde, dass Frauen sich in solchen Annoncen als attraktiv darstellen und einen Mann suchen würden, der über Status und Wohlstand verfügt. Die Annoncen der Männer sollten sich dazu spiegelbildlich verhalten. Sie sollten mit ihrem Status und Wohlstand werben und eine attraktive Frau suchen. Die Daten bestätigten diese Hypothese vor allem für die Attraktivität, weniger deutlich für Status und Wohlstand. Inzwischen gibt es zahlreiche Untersuchungen mit ähnlichen Fragestellungen, wobei heute weniger Zeitungsannoncen analysiert werden als Kontaktanzeigen im Internet (Partnerschaftsbörsen) und Präferenzen beim so genannten Speed-Dating (Skopek, J. 2012. Partnerwahl im Internet. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften). Die Befunde der Studien sind nicht einheitlich. In manchen Studien konnte das Stereotyp »Reicher Mann und schöne Frau« bestätigt werden, in anderen nicht. Als Erklärungen für Befunde, die das Stereotyp nicht bestätigen, werden historische Veränderungen wie die Möglichkeiten der Schwangerschaftsverhütung und die gestiegene materielle Unabhängigkeit von Frauen vorgebracht. Diese Erklärungen sind aus evolutionspsychologischer/soziobiologischer Sicht jedoch nicht überzeugend, denn bei den Partnerschaftspräferenzen sollte es sich um evolutionär tief verwurzelte, instinktive und automatisch wirksame Mechanismen handeln, die sich über hunderttausende von Jahren herausgebildet haben. Außerdem gewinnt man bei der Lektüre von Texten, die sich kritisch gegenüber evolutionspsychologischen und soziobiologischen Theorien äußern, mitunter den Eindruck,

dass sie zumindest teilweise ideologisch motiviert sind (es kann nicht sein, was nicht sein darf). Wenn Sie selbst herausfinden möchten, ob das behauptete Prinzip »Reicher Mann sucht schöne Frau – schöne Frau sucht reichen Mann« zutrifft, könnten Sie in Ihrem Verwandten-, Freundes- und Bekanntenkreis eine kleine Studie durchführen. Sie könnten Ihre Verwandten, Freunde und Bekannten bitten, zwei Kontaktanzeigen so zu verfassen, dass der Erfolg so wahrscheinlich wie möglich ist. In einer Anzeige sollen sich Ihre Versuchspersonen für eine Partnerschaft anbieten, in der anderen eine Partnerin oder einen Partner suchen. Sie könnten dann alle Anzeigen nach Indikatoren für Attraktivität (attraktiv, gutaussehend, jugendliche Erscheinung usw.) und Status (wohlhabend, gebildet, gut situiert, begütert usw.) durchsuchen und die Häufigkeit ihrer Nennung auszählen. Sie könnten die Studie auch vielfältig erweitern. Beispielsweise könnten Sie nach der Erhebung Ihre Versuchspersonen an das Stereotyp erinnern und sie fragen, ob sie daran glauben. Mit dieser Erweiterung könnten Sie prüfen, ob der Glaube an das Stereotyp im Zusammenhang mit den eigenen Annoncen steht.

11.3.2 Verwandtenselektion beim Hilfeverhalten

Themenbereich: Verwandtenfürsorge

Beispiel: Durch steigende Lebenserwartung in modernen Gesellschaften mit der heutigen Lebenserwartung ist es zum Regelfall geworden, dass Großeltern nach dem Aufwachsen der eigenen Kinder auch noch den größten Teil des Aufwachsens der Kinder ihrer Kinder begleiten können. Dieses Aufwachsen wird meistens nicht nur passiv begleitet, sondern geht häufig mit aktiver Fürsorge, Hilfe und besonderer Bindung für ihre Nachkommen einher. Die Forschung zeigt, dass dabei die Gewissheit über das Verwandtschaftsverhältnis diese Bindung und die Bereitschaft zum Aufwand an Ressourcen für die Enkel beeinflusst. Das Verwandtschaftsverhältnis der Großmütter mütterlicherseits kann dabei evolutionär als das in der Regel am ehesten gesicherte gelten. Dementsprechend ist die Zuwendung von Seiten der Großmutter mütterlicherseits am höchsten, gefolgt von den Großvätern mütterlicherseits und danach von den Müttern väterlicherseits. Diese Beschreibungen stehen im Einklang mit der Annahme, dass die Gewissheit von Übertragung des eigenen Erbguts mit besonders hoher Großzügigkeit und Einsatz beim Hilfeverhalten einhergeht.

12 Sozialer Einfluss und soziale Normen

12.1.4 Konformität

Themenbereich: Zeugenaussage

Beispiel: Die Experimente von Solomon Asch zeigen, dass sich Personen bei der Einschätzung von Sachverhalten nicht nur an objektiven, sondern auch sozialen Maßstäben orientieren. Auch wenn die Einschätzung der Gruppe objektiv falsch ist, passen sich Personen unter bestimmten Bedingungen dieser Einschätzung an. Dass eine solche Konformität bedeutsame Folgen haben kann, zeigt folgendes Beispiel: Sie sind mit einer Gruppe von Arbeitskollegen auf dem Weg zur Kantine. Dazu müssen Sie das Firmengelände verlassen und eine stark befahrene Straße überqueren. Während Sie am Straßenrand warten, fährt ein Fahrrad an Ihnen vorüber, das im selben Moment von einem Auto überholt wird. Plötzlich fällt der Radfahrer zu Boden und bleibt regungslos liegen. Sie sind sich sicher, gesehen zu haben, dass das Auto ihn gestreift hat. Eine Person aus Ihrer Gruppe holt Hilfe, während Sie sich um den bewusstlosen Radfahrer kümmern. Nach kurzer Zeit treffen Krankenwagen und Polizei am Tatort ein. Die Polizei beginnt mit der Zeugenbefragung. Sie hören, wie einer ihrer Arbeitskollegen den Unfallhergang folgendermaßen schildert: »Der Radfahrer kam plötzlich ins Schlingern. Er war vermutlich in Gedanken und ist über ein Fahrzeug erschrocken, das ihn überholt hat.« Eine Tatbeteiligung des Autofahrers weist Ihr Kollege vehement zurück. Die anderen Kollegen bestätigen diese Version. Nun sind Sie an der Reihe. Werden Sie sich ebenfalls dieser Einschätzung anschließen oder werden Sie Ihre Version des Unfallhergangs schildern?

Nach den Befunden von Asch hängt die Antwort auf diese Frage von situationalen Bedingungen ab. Nehmen wir an, Sie seien mit fünf Arbeitskollegen unterwegs gewesen und es habe keine weiteren Zeugen gegeben. In diesem Fall wäre der Konformitätseffekt stärker als bei nur zwei Arbeitskollegen: Die Wahrscheinlichkeit, dass Sie sich der falschen Mehrheitseinschätzung anschließen, nimmt also zu, je größer die Gruppe ist. Nach den Befunden von Asch hätte der Konformitätseffekt allerdings dadurch reduziert werden können, dass Sie Ihre Aussage in Abwesenheit ihrer Kollegen zu Protokoll geben. Die Vermeidung oder zumindest Reduzierung von Konformitätseffekten kann deshalb ein Argument für anonyme Zeugenbefragungen sein.

12.1.5 Minoritäteneinfluss

Beispiel: Beispiele für den Einfluss von Minoritäten auf die Mehrheitsmeinung finden sich in den unterschiedlichsten Bereichen:

- ▶ Geschichte/Politik: Der verheerende Aufstieg der NSDAP in den 1930er Jahren, die gewaltlose Revolution in Indien durch Mahatma Gandhi;
- ▶ Religion: die Entstehung des Christentums;
- ▶ Gesellschaft: Modetrends, Konsumgewohnheiten (wie z.B. der Boom von Bio-Produkten) und Umweltschutz.

Bei den erstgenannten Beispielen sind neben der Konsistenz, mit der die Minorität die entsprechende Meinung vertritt, Eigenschaften der Führungspersonlichkeit für den Einfluss der Minorität bedeutsam. Charismatische Führer sind eher in der Lage, andere Personen für eine Idee zu begeistern.

12.1.7 Manipulationsstrategien

Themenbereich: Fundraising

Beispiel: Um die Spendenbereitschaft in der Bevölkerung zu erhöhen, werden von Hilfsorganisationen genau die gleichen Marketingstrategien eingesetzt, die man auch bei der kommerziellen Werbung für Produkte verwendet. So wirbt beispielsweise die Welthungerhilfe unter anderem mit Plakaten, auf denen unterernährte Menschen zu sehen sind. Dadurch erhofft man sich Problembewusstsein und vor allem persönliche Betroffenheit zu erzeugen. Wenn hingegen die Aktion-Mensch-Lotterie mit dem Slogan »Das WIR gewinnt« wirbt, setzt man auf die Schaffung einer gemeinsamen Identität. Die SOS-Kinderdörfer aktivieren Reziprozitätsnormen, indem sie zusammen mit einem Überweisungsscheck selbst gedruckte Weihnachtskarten versenden. Die Foot-in-the-Door-Technik wird von Hilfsorganisationen häufig folgendermaßen angewandt: Zunächst werden potenzielle Spender gebeten, sich an einer Unterschriftenaktion (bspw. gegen die internationalen Walfangbestimmungen) zu beteiligen. Nachdem die Person zugesagt hat, wird sie gebeten, sich in ein Verzeichnis regelmäßiger Spender eintragen zu lassen.

13 Soziale Kognition

13.2.2 Selbst und Identität

Themenbereich: Kommunikation im interkulturellen Kontext

Beispiel: Sogenannte »Modi der Selbstkonstruktion« – also, vereinfacht gesagt, Antworten auf die Frage »Wer bin ich?« – unterscheiden sich zwischen Mitgliedern individualistischer (z. B. den meisten »westlichen«) und kollektivistischer (z. B. vielen asiatischen) Kulturen. In individualistischen Kulturen findet man eher einen »independenten Selbstkonstruktionsstil« vor. Wenn sich Kolleginnen bzw. Kollegen, Geschäftspartnerinnen bzw. -partner oder Studierende gegenseitig kennenlernen – etwa am Abend in einer Bar –, stellen sie sich in individualistischen Kulturen typischerweise mit ihren individuellen Eigenheiten vor, also denjenigen Eigenschaften, die sie besonders machen und hinsichtlich derer sie sich

von anderen unterscheiden («Ich habe ein besonders seltenes Hobby, nämlich Flaschenboote bauen!» oder «Ich war letztes Jahr auf einer einsamen Insel im Urlaub, wo vorher noch nie Touristen waren!«). Menschen aus kollektivistischen Kulturen würden auf diese Form der Selbstdarstellung eher zurückhaltend reagieren. Sich über seine Independenz zu definieren, ist dort eher unüblich (und auch nicht angemessen). In kollektivistischen Kulturen definiert man sich vielmehr über seine Relationen zu anderen Menschen (eine Facette des sog. interdependenten Selbstkonstruktionsstils). Wenn man sich anderen vorstellt, würde man dort eher sagen, aus welcher Familie man stammt, wo man geboren wurde oder an welcher Universität man studiert – man würde die Dinge betonen, die man mit anderen gemeinsam hat. Das Wissen um solche kulturspezifischen Selbstkonstruktionsstile kann auch dazu beitragen, Missverständnisse und Irritationen im Kontext interkultureller Begegnungen zu reduzieren.

13.2.3 Personwahrnehmung und soziale Eindrucksbildung

Themenbereich: Strafrecht

Beispiel: Nehmen wir an, Sie sehen im Fernsehen einen Bericht über einen mutmaßlichen Straftäter, dem zur Last gelegt wird, sich an mehreren Wohnungseinbrüchen beteiligt zu haben. Der Mann ist ca. 35 Jahre alt, trägt schwarze Kleidung, mehrere silberne Ohrringe und er hat eine Glatze. Besonders auffällig ist aber das Tattoo, das seinen gesamten Hinterkopf bedeckt und auf einer Kopfseite über das Ohr reicht und oberhalb der Augenbraue endet. Noch steht dem Beschuldigten der Prozess bevor, aber es besteht die Gefahr, dass Menschen intuitiv schon jetzt zu wissen glauben, dass der Angeklagte schuldig sein müsse: Sein Aussehen passt zur allgemeinen Vorstellung – dem Stereotyp – von einem »Kriminellen«. Die Forschung hat gezeigt, dass insbesondere Tattoos (vor allem, wenn es sich um Gesichts-Tattoos handelt) dazu führen, dass wir einen angeblichen Täter eher für »schuldig« halten, und zwar weil er dem Stereotyp des »Kriminellen« eher entspricht. Problematisch ist diese intuitive Schuldzuschreibung, weil sie das Ergebnis des Gerichtsverfahrens quasi vorwegnimmt und die Bereitschaft, die Argumente, die für vs. gegen die Schuldigkeit des Angeklagten sprechen, objektiv und unvoreingenommen zu analysieren, reduziert. Dies kann in der Folge den Verlauf und das Ergebnis des Gerichtsverfahrens beeinflussen, denn auch Richterinnen bzw. Richter, die Staatsanwaltschaft usw. sind nicht immun gegenüber der Mächtigkeit intuitiver stereotypisierter Urteile. Angeklagten, die unschuldig sind, kann man daher raten, ihre Tattoos (und weitere Anhaltspunkte, die kongruent mit einem »Kriminellen-Stereotyp« sind) während des Prozesses möglichst zu verdecken.

14 Soziale Einstellungen

14.3 Genese von Einstellungen und 14.4 Einstellungsänderung

Themenbereich: Werbepsychologie; Marketing

Beispiel: Die Kosmetikfirma Ageless hat eine neue Körperlotion entwickelt und möchte das Produkt möglichst gewinnbringend auf dem Markt platzieren. Die Marketingabteilung des Unternehmens hat zu diesem Zweck folgendes Vermarktungs- und Werbekonzept erarbeitet:

- (1) Das Produkt soll möglichst breit vermarktet werden: Es soll nicht nur in Drogeriemärkten, sondern auch in Supermärkten neue, aber relativ unauffällige Aufsteller geben, die das Produkt bewerben. Die Werbefachleute setzen dabei auf einen **Mere-Exposure-Effekt**, d. h. alleine die wiederholte Darbietung des Produkts soll positive Einstellungen gegenüber dem Produkt hervorbringen. Um den Effekt zusätzlich zu verstärken, ist geplant, die Körperlotion nicht in den herkömmlichen Verkaufsregalen der Supermärkte, sondern auf eigens angefertigten Verkaufsständen aus Pappe zum Verkauf anzubieten. So soll die Präsenz des Produkts maximal erhöht werden.
- (2) Im Frühstadium der Vermarktung wird in einigen Supermärkten ein »Spiel« durchgeführt. Kunden werden von attraktiven Personen im Markt angesprochen und gebeten, auf einer dafür vorgesehenen Postkarte oder im Internet drei Dinge zu benennen, die sie an dem Produkt besonders schätzen.

Hierfür erhalten sie einen Einkaufsgutschein im Wert von 10 Euro. Das Äußern einer positiven Einstellung wird also positiv verstärkt (**Operante Konditionierung**).

- (3) Bei den Werbeplakaten setzt die Marketingabteilung auf Prinzipien der **klassischen und evaluativen Konditionierung**: Auf dem Plakat ist ein Model zu sehen, das sich in einem Urlaubsparadies die Beine mit der Lotion eincremt. Durch die Paarung des »unkonditionierten Stimulus« (US: Urlaubsparadies bzw. Model) mit dem »neutralen Stimulus« (NS) Körperlotion wird der NS zum konditionierten Stimulus (CS) und löst nun alleine die konditionierte Reaktion (CR) Wohlbehagen aus.
- (4) Auf der Produktflasche soll zudem groß vermerkt werden, dass bei der Entwicklung des Produkts vollständig auf Tierversuche verzichtet wurde. Dies soll die Genese einer positiven Einstellung auf **rationalem Wege** fördern.
- (5) Viele Kunden sind speziell gegenüber neuen Körperpflegeprodukten eher skeptisch und vertrauen lieber auf bewährte Produkte. Um auch diese potenzielle Kundengruppe erreichen und zu einer Einstellungsänderung bewegen zu können, wird folgende Marketingstrategie entwickelt: Am Eingang der belieferten Märkte soll ein Stand aufgebaut werden, an dem eine Kosmetikerin für das Produkt wirbt und die Kundinnen um Erlaubnis bittet, die Lotion auf deren Handrücken aufzutragen. Da Kundinnen, die dieser Bitte entsprechen, ggf. einstellungskonträres Verhalten gezeigt haben (»Ich habe eine neue Creme benutzt, obwohl ich eher skeptisch bin«), erhofft man sich – im Sinne der Selbstwahrnehmungstheorie – eine Einstellungsänderung (»Dann kann die Creme ja nicht so schlecht gewesen sein«). Man setzt damit auf **Einstellungsänderung nach Verhaltensänderung**.
- (6) Da Werbebotschaften eher auf **peripherem Wege** verarbeitet werden, wird bei der Vermarktung weniger Wert auf stichhaltige Argumente gelegt. Vielmehr wird versucht, das Produkt in einer angenehmen Atmosphäre zu präsentieren.

15 Intra-Gruppen-Prozesse

15.4 Gruppenleistung

Themenbereich: Arbeitsorganisation

Beispiel: Transbike ist ein Großunternehmen, das Fahrräder produziert. Die Unternehmensführung möchte die Arbeitsprozesse effizienter gestalten und zieht einen Betriebspsychologen zu Rate. Dieser stellt im Rahmen von Tätigkeitsanalysen und Mitarbeiterbefragungen eine sehr geringe Arbeitszufriedenheit bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fest. Er führt dies auf der Grundlage seiner Analysen und von Befunden betriebspsychologischer Forschung auf die stark fragmentierten Montagetätigkeiten zurück. Deshalb schlägt er die Einführung teilautonomer Arbeitsgruppen vor: Anstelle der Montage kleinster Bauteile durch Einzelpersonen sollen nun ganze Produkteinheiten – wie z.B. Schaltungen – in Arbeitsgruppen hergestellt werden. Die Tätigkeitsabläufe sollen von den einzelnen Arbeitsgruppen möglichst eigenverantwortlich organisiert und überwacht werden. Da der Betriebspsychologe zudem mit Befunden sozialpsychologischer Gruppenforschung betraut ist, schlägt er folgende konkrete Umsetzung vor: In Phase 1 soll jeder neue Mitarbeiter zunächst lernen, einzelne Bauteile herzustellen. Da bei neuen, ungewohnten Tätigkeiten die Anwesenheit anderer für soziale Hemmung sorgt, erfolgt das Erlernen basaler Tätigkeitsabläufe nicht innerhalb der Arbeitsgruppe, sondern alleine. Können die grundlegenden Fertigkeiten routiniert ausgeführt werden, wird der Mitarbeiter in eine teilautonome Arbeitsgruppe integriert. Da die Gruppenmitglieder die Qualität der Arbeit gegenseitig überwachen, ist mit sozialer Erleichterung zu rechnen. Diese sollte sich für das Unternehmen in einer Effizienzsteigerung bemerkbar machen. Um den sogenannten Ringelmann-Effekt zu vermeiden, soll die Anzahl der Gruppenmitglieder nicht mehr als sechs betragen. Zudem bleibt jedes Arbeitsgruppenmitglied Spezialist für einen bestimmten Fertigungsschritt. Jedes Arbeitsgruppenmitglied trägt damit für das Gelingen unterschiedlicher Produktionsschritte besondere Verantwortung; sein Beitrag zur Gesamtleistung kann zu jeder Zeit eindeutig identifiziert werden. So kann verhindert werden, dass »soziales Faulenzen« auftritt.

16 Soziale Emotionen und soziale Motive

16.1.4 Ausgewählte emotionspsychologische Phänomene

Themenbereich: Konsumentenpsychologie

Beispiel: Sie verbringen mit Ihrer Partnerin oder Ihrem Partner einen Erholungsurlaub auf der Mittelmeerinsel Elba. Die Insel ist bekannt für ihre schönen Sandstrände, malerischen Dörfer, Kastanienwälder und vielen netten Restaurants, in denen man vorzüglich isst. Nicht bekannt ist Elba für seinen Wein. Es gibt einige Weingüter, diese sind außerhalb Elbas aber so gut wie unbekannt. Am vorletzten Urlaubsabend gönnen Sie sich ein Abendessen in einem Restaurant, das wunderschön über einem malerischen Ort mit Blick auf das Meer und Blick nach Westen gelegen ist. Sie sitzen auf der Terrasse. Bei der Aufnahme der Bestellung empfiehlt Ihnen der Kellner einen lokalen Wein. Sie bestellen eine Flasche und trinken den ersten Schluck in dem Moment, in dem die Sonne untergeht und das Dorf in bezauberndes Abendrot taucht. Der Wein schmeckt köstlich, so köstlich, dass Sie das Etikett auf der Flasche abfotografieren und beschließen, die Kellerei am nächsten Tag, dem letzten dieses Urlaubs, aufzusuchen. Diesen Vorsatz setzen Sie in die Tat um und kaufen mehre Kartons Wein für sich und Ihre Freunde. Einige Wochen nach dem Urlaub laden Sie Freunde zum Abendessen ein, Freunde, die wie Sie Weinliebhaber sind. Die Überraschung des Abends soll der Wein aus Elba sein. Stolz präsentieren Sie die Überraschung Ihren Freunden, entkorken die erste Falsche, schenken ein und stoßen auf das gute Leben an. Als Sie den Wein kosten, schmeckt er nicht. Sie haben ihn völlig anders in Erinnerung. Ihre Freunde kommentieren den Wein nicht, Sie merken aber sofort, dass er auch ihnen nicht schmeckt. Sie vermuten, dass Sie eine schlechte Flasche erwischt haben und öffnen eine zweite. Gleiches Ergebnis. Der Wein ist trinkbar, aber weit entfernt von der Köstlichkeit, die Sie in Erinnerung haben.

Wie ist diese Diskrepanz zu erklären? Vermutlich hat Ihnen das Phänomen der **stimmungskongruenten Informationsverarbeitung** einen Streich gespielt. Als Sie den Wein in Elba getrunken haben, waren Sie und Ihre Partnerin oder Ihr Partner in bester Urlaubs-laune. Das Ambiente des Restaurants, das malerische Dorf, der Blick aufs Meer, der zauberhafte Sonnenuntergang und die durch all das erzeugte Stimmung hat sich auf den Wein übertragen und Ihren Geschmack stimmungskongruent und wohlwollend verändert. Dieser Effekt war aber nicht von Dauer, sondern nur während Ihrer außergewöhnlich guten Stimmung an besagtem Abend in Elba wirksam. Dieses Phänomen ist werbe- und konsumentenpsychologisch relevant und wird von der Werbeindustrie gezielt genutzt, um die Kauf-laune von Kunden zu steigern. In Kaufhäusern beispielsweise wird Hintergrundmusik gespielt, von der man annimmt oder aus Studien weiß, dass sie dem Geschmack der meisten Kunden entspricht und ihnen gute Laune macht. Diese gute Laune kann dann zur stimmungskongruenten Bewertung der Produkte führen, die das Kaufhaus in seinem Sortiment hat.

16.2.3 Ausgewählte motivationspsychologische Konstrukte und Phänomene

Themenbereich: Personalauslese

Beispiel: Ein mittelständisches schwäbisches Maschinenbauunternehmen sucht für den Aufbau einer neuen Produktionsanlage in Polen einen Betriebsleiter. Der Inhaber des Unternehmens präferiert eine Person mit viel praktischer Erfahrung, der Geschäftsführer hingegen eine Person mit wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlichen Hintergrund. Für beide Qualifikationsprofile gibt es Argumente, darin sind sich der Firmeninhaber und der Geschäftsführer einig. Also werden in der Stellenausschreibung Personen zur Bewerbung aufgefordert, die ein »Studium des Wirtschaftsingenieurwesens« absolviert haben und über »berufliche Erfahrungen mit dem Aufbau und der Leitung von Abteilungen im Bereich des Maschinen- und Anlagenbaus« verfügen. Nach Eingang der Bewerbungen zeigt sich, dass niemand über beide Qualifikationen verfügt, sondern entweder über einen Abschluss als Wirtschaftsingenieur oder über praktische Erfahrungen mit der Abteilungsleitung. Die besten Bewerber mit dem einen oder anderen Qualifikationsprofil werden zu einem Assessment Center eingeladen. Bei der Lösung der diversen eignungsdiagnostischen Aufgaben werden sie vom Inhaber des Unternehmens, vom Geschäftsführer

sowie Vertretern der Personalabteilung beobachtet und auf Schätzskaalen beurteilt (s. Kap. 19). Nach Abschluss des Assessment Centers vergleichen Inhaber und Geschäftsführer ihre Beurteilungen und stellen fest, dass der Inhaber Bewerber mit praktischer Erfahrung durchschnittlich positiver beurteilt hat als Wirtschaftsingenieure und dies selbst bei Aufgaben, deren Lösung nicht durch die eine oder andere Qualifikation begünstigt wird, z. B. Teamfähigkeit, Eigeninitiative, Zielstrebigkeit und Strukturiertheit bei der Aufgabenbearbeitung. Die Beurteilungstendenz des Geschäftsführers erweist sich als spiegelbildlich zu jener des Inhabers. Der Geschäftsführer beurteilte Wirtschaftsingenieure durchschnittlich besser als Bewerber mit Erfahrung in der Abteilungsleitung. Und auch bei ihm erstreckte sich diese Tendenz auf Merkmale, die mit der beruflichen Qualifikation und Erfahrung nicht unmittelbar zusammenhängen. Wir haben es hier offensichtlich mit einem Fall von **motivierter Informationsverarbeitung** zu tun. Der Inhaber wollte, dass sich ein Bewerber mit praktischer Erfahrung als besonders qualifiziert erweist, der Geschäftsführer wollte, dass sich ein Bewerber mit akademischem Hintergrund als besonders geeignet hervortut. Diese Motivationen beeinflussten die Beurteilung der Bewerber auch bei Merkmalen, die mit dem jeweiligen Qualifikationshintergrund nichts zu tun haben.

17 Aggressives Verhalten

17.2 Psychologische Aggressionstheorien

Themenbereich: Jugendkriminalität

Beispiel: Seit den gewalttätigen Unruhen im Oktober und November 2005 ist es in Frankreich vor allem im Großraum Paris immer wieder zu Krawallen und Straßenschlachten gekommen. Unzählige Brandstiftungen, Sachbeschädigungen und Körperverletzungen gehen auf das Konto der beteiligten Jugendbanden. Wie lässt sich diese Welle der Gewalt erklären? Können sozialpsychologische Aggressionstheorien hierzu einen Beitrag leisten?

(1) Frustrations-Aggressions-Hypothese: Als Ursachen für die gewalttätigen Ausschreitungen wurden in den Medien vor allem Armut, Massenarbeitslosigkeit, Diskriminierung, Perspektivlosigkeit und Langezeitlosigkeit diskutiert. Implizit wird damit eine Frustrations-Aggressions-Hypothese vertreten: Werden Personen durch oben genannte Faktoren an der Erreichung wichtiger Ziele (z. B. Lebenssicherung durch Arbeit; Integration; soziale Anerkennung) gehindert, entsteht Frustration. Das Erleben von Frustration fördert das Entstehen von Aggression.

(2) Soziale Lerntheorie: Menschen lernen Verhaltensweisen durch Nachahmung anderer Personen. Dass dies auch für aggressive Verhaltensweisen gilt, konnte schon Bandura (1961) nachweisen. Die Jugendlichen in einer gewalttätigen Bande dienen sich gegenseitig als Verhaltensmodelle. Wird ein Modell für aggressives Verhalten belohnt (z. B. Anerkennung und Respekt der anderen Bandenmitglieder), beginnen Beobachter unter bestimmten Umständen, dieses Verhalten zu imitieren. Welche Umstände sind das und warum ahmen diese Jugendlichen ihre Bandenmitglieder und nicht andere friedliche Personen, wie beispielsweise Mitschüler oder Eltern, nach? Die Erklärung liegt in Prozessen der Aufmerksamkeitssteuerung: Lernerfahrungen können nur gemacht werden, wenn ein Modell aufmerksam beobachtet wird. Es gibt nun einige Faktoren, die solche Aufmerksamkeitsprozesse steuern. Verhalten wird am ehesten dann gelernt, wenn ein regelmäßiger Kontakt zwischen Modell und Beobachter besteht. Gerade Mitglieder von Jugendbanden verbringen die meiste Zeit mit ihren »Kollegen«. Weiterhin spielt die Attraktivität des Modells und die Ähnlichkeit der Einstellungen von Modellperson und Beobachter eine große Rolle. Attraktiven Modellen und solchen, die eine ähnliche Einstellung besitzen, wird mehr Aufmerksamkeit geschenkt. In unserem Beispiel trifft beides auf die Eltern in der Regel nicht zu – jedenfalls nicht (mehr), wenn sich das Kind in der Adoleszenz befindet. Modelllernen wird zudem dann begünstigt, wenn das Modell Verhaltensweisen zeigt, die auffällig, überschaubar und leicht zu imitieren sind.

(3) Kognitiv-neoassoziationistisches Modell: Dieses Modell von Berkowitz erweitert die Frustrations-Aggressions-Hypothese vor allem im Hinblick darauf, welche psychologischen Prozesse zwischen einem Auslöser (in unserem Beispiel: Frustration) und der Reaktion (in unserem Beispiel: Aggression) liegen. Berkowitz nennt drei psychische Faktoren, die hier eine Rolle spielen: Reaktionstendenz, Affekt und

kognitive Bewertung. Die Reaktionstendenz randalierender Jugendlicher ist feindselig und konfrontativ. Die Erfahrung, dass sich »Kampf« in der Vergangenheit bewährt hat, macht solche Ausschreitungen auch in der Zukunft wahrscheinlicher. Angetrieben werden die Jugendlichen durch einen negativen affektiven Zustand, nämlich Ärger. Kognitive Bewertungen wie »Die haben es nicht anders verdient« oder »Wir haben keine andere Wahl«, lassen die Gewalt dann eskalieren. Als Reaktion auf die Krawalle wurde der Polizeieinsatz in den betroffenen Gebieten massiv erhöht. Da nach Berkowitz aggressives Verhalten durch situative Hinweisreize beeinflusst ist, könnte das zu einer weiteren Eskalation der Situation beigetragen haben: Die Konfrontation mit Polizisten, Waffen, Schlagstöcken, usw. macht im Sinne des sogenannten »Waffeneffekts« weitere Ausschreitungen wahrscheinlicher.

(4) Soziale Informationsverarbeitungstheorie der Aggression: Auslöser der gewalttätigen Unruhen in Frankreich war der Tod zweier Jugendlicher in der Pariser Vorstadt Clichy-sous-Bois gewesen. Diese hatten sich vor der Polizei in einem Transformatoren-Häuschen versteckt und Stromschläge erlitten. Wie erklärt die Soziale Informationsverarbeitungs-Theorie der Aggression die darauf einsetzende Welle der Gewalt?

- (1) Wahrnehmung des Ereignisses: »Zwei von uns« sind ums Leben gekommen.
- (2) Interpretation des Ereignisses: Die Verantwortung dafür trägt die Polizei/der Staat. Der Tod wurde absichtlich verursacht, »um uns kümmert sich niemand«.
- (3) Generierung eines Ziels für die eigene Reaktion: Die Jugendlichen wollen ihrem Ärger Luft machen, Gerechtigkeit wiederherstellen, ihren Selbstwert wiederherstellen usw.
- (4) Generieren verschiedener Reaktionsalternativen: Verfassen einer Petitionsschrift, die an die Regierung gesandt werden soll; Einfordern von Hilfe durch soziale Institutionen; Rache usw.
- (5) Entscheidung für eine Reaktionsalternative: Die Jugendbanden entscheiden sich für die Rache-Option
- (6) Ausführen der Reaktion: Brandstiftung, Sachbeschädigung, Straßenschlachten mit der Polizei usw.
- (7) Gegenreaktion der anderen: Erhöhte Polizeipräsenz, Verhaftungen, usw.

18 Hilfsbereitschaft und Zivilcourage

18.2 Das Entscheidungsmodell von Latané und Darley (1970)

Themenbereich: Häusliche Gewalt

Beispiel: Laut der polizeilichen Kriminalstatistik werden in Deutschland pro Jahr ca. 3 000 Fälle von Kindesmisshandlung zur Anzeige gebracht. Über einige wenige, besonders erschütternde Fälle wurde in den Medien berichtet. Es ist die Rede von körperlich und psychisch misshandelten, unterernährten Kleinkindern, die nicht selten an den Folgen der Misshandlungen sterben. Bekannte, Verwandte, Nachbarn, Kinderärzte und Behörden wollen nichts von den Misshandlungen mitbekommen haben. Wie ist das möglich? Das Entscheidungsmodell von Latané und Darley hält für die unterlassene Hilfe von Personen, die von den Misshandlungen Kenntnis haben oder haben könnten, einige Erklärungsmöglichkeiten bereit:

- (1) Wahrnehmung des Ereignisses:** Hilfeverhalten ist dann nicht zu erwarten, wenn nichts Außergewöhnliches wahrgenommen wird. Unterernährung kann durch weite Kleidung kaschiert werden, Hämatome lassen sich ebenfalls durch Kleidung verbergen. Im Falle von Kindesmisshandlung hält diese Erklärungsmöglichkeit näherer Betrachtung nicht Stand: Das Umfeld gibt meist an, von der »schwierigen Lebenssituation« gewusst zu haben. Nicht selten gibt es bereits Kontakte zu Jugendämtern und anderen Behörden. Auch Kinderärzte haben häufig von den Verletzungen Kenntnis.
- (2) Interpretation als Notfall:** Während das Umfeld und Behörden meist ahnen oder wissen, »dass mit der Familie etwas nicht stimmt«, begründen vor allem Ärzte ihr Nichteingreifen häufig damit, dass die Verletzungen von ihnen nicht auf Misshandlungen zurückgeführt wurden. Eltern berichten von Unfällen (»Sie ist schon wieder gestürzt«) oder Unachtsamkeiten (»Ich habe mich nur einen Moment umgedreht, da hat er schon den Topf mit kochendem Wasser vom Herd gerissen«). Im Nachhinein geben die behandelnden Ärzte häufig an, es habe keine Anhaltspunkte dafür gegeben, diese Version anzuzweifeln.

- (3) **Verantwortungsattribution:** Vor allem Bekannte und Nachbarn erklären die unterlassene Hilfeleistung häufig damit, dass sie keine Verantwortung bei sich gesehen hätten: »Man mischt sich doch nicht in anderer Leute Privatleben und Erziehungspraktiken ein«, »Was soll ich da schon machen? Das Jugendamt steht doch ständig auf der Matte. Die werden schon wissen, wann eingegriffen werden muss«. Im Gegensatz zu Bekannten und Nachbarn sehen sich z. B. Jugendämter sehr wohl in der Verantwortung. Hier ist das Problem meist ein anderes [siehe (4)].
- (4) **Hilfemöglichkeit:** Jugendämter geben im Nachhinein meist an, »ihnen seien die Hände gebunden gewesen«. Es habe keine eindeutigen Belege für häusliche Gewalt gegeben. Bei Besuchen habe man die Kinder nicht angetroffen und damit auch nicht in Augenschein nehmen können. Dass die Familie Probleme habe und dringend Hilfe benötige, sei klar geworden, aber man habe eben bestimmte Vorgaben einzuhalten. »Wir waren an dem Problem dran«.
- (5) **Entscheidung zu helfen:** Es ist anzunehmen, dass gerade Nachbarn und enge Bekannte der betroffenen Familien von den Misshandlungen wissen. Hört eine Nachbarin beispielsweise eines Abends die Schreie des Kindes aus der Wohnung, mag sie sich durchaus in der Verantwortung sehen, die Polizei zu rufen [(3) und (4) sind also gegeben]. Woran kann es liegen, dass sich die Nachbarin dennoch dagegen entscheidet zu helfen?
- ▶ Verhöre durch die Polizei sind für sie eine Belastung. Die »Kosten des Helfens« sind demnach zu hoch.
 - ▶ Sie hat Angst, sich bereits mitschuldig gemacht zu haben, da sie schon öfter Misshandlungen mitbekommen hat. Womöglich könnte ihr dann auch eine Anzeige drohen. Zudem ist ihr Nachbar als Schläger bekannt. Sie müsste im Falle einer Anzeige immer Angst vor gewalttätigen Übergriffen haben. Die Hilfehandlung wird also unterlassen, weil das Risiko als zu hoch eingeschätzt wird.
 - ▶ Die Nachbarin hat früher manchmal auf das Kind aufgepasst. Sie hat das Kind dabei immer als sehr aufgedreht und anstrengend erlebt. Sie denkt sich, dass eine strenge Erziehung gar nicht so verkehrt sein könnte: »Eine Ohrfeige hat schließlich noch keinem geschadet«. Der Fall wird also so umgedeutet, dass das Opfer ihre Hilfe nicht benötigt.>

18.3 Kosten des Helfens – das Modell von Piliavin et al. (1981)

Themenbereich: Sicherheitsmanagement

Beispiel: Um die Sicherheit der Fahrgäste zu erhöhen, werden an immer mehr Bahnhöfen und U-Bahn-Stationen Überwachungskameras angebracht. Ziel ist es, potentielle Täter abzuschrecken oder im Falle einer verübten Straftat schneller identifizieren zu können. Aufgrund des Modells von Piliavin wäre zudem ein weiterer positiver Effekt zu erwarten: Unbeteiligte Dritte sollten dem Modell zufolge im Falle eines Übergriffs eher bereit sein, dem Opfer zu helfen. Wie ist diese (unseres Wissens bislang noch nicht überprüfte) Hypothese theoretisch zu begründen? Da Passanten wissen, dass im Falle eines Nicht-Helfens ihr Verhalten gefilmt wird, steigen die Kosten des Nicht-Helfens: die Konsequenzen können von gesellschaftlicher Ächtung bis hin zu strafrechtlichen Folgen wegen unterlassener Hilfeleistung reichen. Damit steigt zumindest die Wahrscheinlichkeit, dass – zumindest bei geringen Kosten des Helfens – die Polizei verständigt wird.

18.4 Empathie-Altruismus-Hypothese

Themenbereich: Fundraising

Beispiel: Neben allgemeinen Spendenaufrufen besteht eine Strategie von Hilfsorganisationen darin, sogenannte Patenschaften zu vermitteln. Die Verantwortlichen erhoffen sich dadurch, die Hilfsbereitschaft potentieller Spender zu erhöhen. Dabei setzen sie im Sinne der Empathie-Altruismus-Hypothese darauf, dass es Personen leichter fällt, Empathie gegenüber einer konkreten Person (Ayana aus Simbabwe möchte gerne zur Schule gehen), im Gegensatz zu beispielsweise »der ländlichen Bevölkerung in Afrika« (Bau von Bewässerungssystemen in Namibia) zu entwickeln.

18.6 Zivilcourage

Themenbereich: Zivilcourage am Arbeitsplatz

Beispiel: Stellen Sie sich vor, dass Sie sich nach Abschluss des Studiums auf eine Stelle in einer Unternehmensberatung bewerben und die Stelle angeboten bekommen. In der ersten Arbeitsbesprechung passiert Folgendes: Sie und die Kolleginnen und Kollegen Ihres Teams sitzen gemeinsam mit dem Teamleiter in einem kleinen Konferenzraum und hören der Präsentation einer Kollegin zu. Nach der Präsentation ist eine Kaffeepause angesetzt. Kurz vor Ende der Präsentation klopft jemand kurz an die Tür des Konferenzraums und öffnet sie dann. Eine ältere Dame schiebt einen Servierwagen, auf dem sich Kaffeekannen, Obst, Gebäck und Geschirr befinden, in den Raum. Mit einem starken Nuscheln sagt die Dame: »Guten Morgen die Damen und Herren, hier kommt Ihr Kaffee, Wohl bekomm's!« Sie schauen die Dame nun genauer an und stellen eine Gaumenspalte fest, die das Gesicht der Dame entstellt, obwohl sie vermutlich mehrfach kosmetisch operiert wurde. Der Teamleiter steht auf, geht auf die Frau zu, begrüßt sie freundlich mit Handschlag und begleitet sie vor die Tür. Kaum ist die Tür geschlossen, fängt die neben Ihnen sitzende Kollegin an zu kichern und steckt damit einen Kollegen an, der Ihnen gegenüber sitzt. Auch die anderen Mitglieder des Teams können ein Schmunzeln nicht unterdrücken. Niemand sagt etwas. Die Tür geht wieder auf, der Teamleiter betritt den Raum und eröffnet die Kaffeepause. Was tun Sie?

Nach dem **integrativen Modell der Zivilcourage von Halmburger et al. (2016)** müssen Sie (1) den Vorfall zunächst wahrnehmen. Das haben Sie. (2) Sie müssen sodann das Verhalten ihrer Kolleginnen und Kollegen als normverletzend interpretieren. Wenn Sie das Kichern so interpretieren, dass sich Ihre Kolleginnen und Kollegen über die sprachbehinderte Dame lustig gemacht haben, werden Sie das Verhalten höchstwahrscheinlich moralisch missbilligen. Denn in unserer Gesellschaft gilt es als unanständig, sich über Behinderte lustig zu machen. Sie könnten natürlich auch vermuten, dass die Kollegin neben Ihnen kicherte, weil sie an einen Witz denken musste. In diesem Fall würden Sie das Kichern der Kollegin nicht als Normverletzung bewerten. Auch das Schmunzeln der anderen würden Sie nicht als Normverletzung interpretieren, sondern als emotionale Ansteckung (s. Abschn. 16.1.4). (3) Wenn Sie das Verhalten als moralisch verwerflich bewertet haben, werden Sie im nächsten Schritt entscheiden, ob Sie verantwortlich dafür sind, gegen die Normverletzung einzuschreiten. Ihre Verantwortung ist nicht zwingend, da Sie ein ganz frisches Teammitglied sind und es sich für neue Mitarbeiter/innen nicht geziemt, Kolleginnen und Kollegen zu maßregeln. (4) Wenn Sie sich dennoch verantwortlich fühlen, werden Sie im nächsten Schritt überlegen, ob Sie die Fähigkeit besitzen einzuschreiten. Sollten Sie sehr schüchtern und unsicher sein, könnten Sie die Frage verneinen. Allerdings ist es unwahrscheinlich, dass Sie sehr schüchtern und unsicher sind, da diese Eigenschaften nicht zur Tätigkeit in einer Unternehmensberatung passen. (5) Wenn Sie sich für fähig halten, das ungebührliche Verhalten der Kolleginnen und Kollegen zu rügen, werden Sie sich nach dem Modell von Halmburger et al. (2016) dafür entscheiden, dies zu tun. Leichter fallen würde Ihnen diese Entscheidung, wenn Sie starken Ärger und starke Empörung verspüren würden, wenn Sie großen Wert auf Gerechtigkeit legen, wenn Sie es für unwahrscheinlich halten, dass sich die gerügten Kolleginnen und Kollegen an Ihnen rächen werden und wenn Sie annehmen oder bereits wissen, dass in der Unternehmensberatung wenig Wert auf Loyalität, Konformität und Tradition gelegt wird.