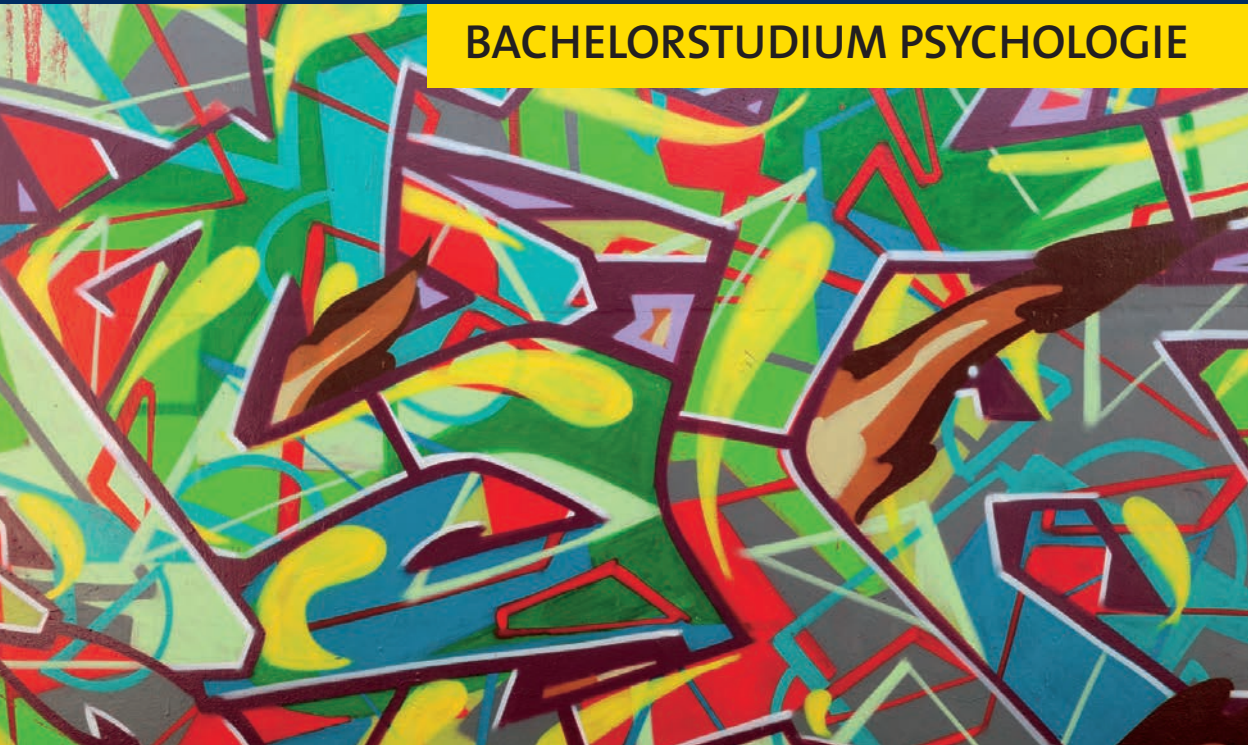


Dieter Frey · Hans-Werner Bierhoff

# Sozialpsychologie – Interaktion und Gruppe

BACHELORSTUDIUM PSYCHOLOGIE



## Sozialpsychologie – Interaktion und Gruppe

## **Bachelorstudium Psychologie**

### **Sozialpsychologie – Interaktion und Gruppe**

von Prof. Dr. Dieter Frey und Prof. Dr. Hans-Werner Bierhoff

---

Herausgeber der Reihe:

Prof. Dr. Eva Bamberg, Prof. Dr. Hans-Werner Bierhoff,  
Prof. Dr. Alexander Grob, Prof. Dr. Franz Petermann

# Sozialpsychologie – Interaktion und Gruppe

von

Dieter Frey und Hans-Werner Bierhoff

unter Mitarbeit von

Katja Corcoran, Gina Dirmeier, Sylvana Drewes, Detlef Fetchenhauer, Peter Fischer, Verena Graupmann, Werner Greve, Eva Jonas, Cathleen Kappes, Rudolf Kerschreiter, Jutta Kienbaum, Günter W. Maier, Thomas Mussweiler, Silvia Osswald, Elke Rohmann, Lisa Katharin Schmalzried, Thomas Schultze, Stefan Schulz-Hardt, Birgit Schyns, Sebastian Stegmann, Bernhard Streicher, Eva Traut-Mattausch, Johannes Ullrich und Rolf van Dick

**HOGREFE**  GÖTTINGEN · BERN · WIEN · PARIS · OXFORD · PRAG · TORONTO  
CAMBRIDGE, MA · AMSTERDAM · KOPENHAGEN · STOCKHOLM

*Prof. Dr. Dieter Frey*, geb. 1946. 1966–1970 Studium der Sozialwissenschaften in Mannheim und Hamburg. 1973 Promotion. 1978 Habilitation. Seit 1993 Inhaber des Lehrstuhls für Sozialpsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Leiter des LMU Centers for Leadership and People Management sowie Leiter der bayerischen Eliteakademie. Forschungsschwerpunkte: Entscheidungsverhalten in Gruppen, Teamarbeit, Führung, innere Kündigung, Bedingungen für Innovation, Börse und Psychologie, Entstehung und Veränderungen von Einstellungen und Wertesystemen.

*Prof. Dr. Hans-Werner Bierhoff*, geb. 1948. 1967–1971 Studium der Psychologie in Bonn. 1974 Promotion. 1977 Habilitation. Seit 1992 Inhaber des Lehrstuhls für Sozialpsychologie an der Ruhr-Universität Bochum. Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats des Leibniz-Zentrums für Psychologische Information und Dokumentation (ZPID) an der Universität Trier. Forschungsschwerpunkte: Regeln der Fairness in Aufteilungssituationen, Freiwilliges Arbeitsengagement und Freiwilligenarbeit, Kundenzufriedenheit, Bindung, Bestätigungssuche und Narzissmus in persönlichen Beziehungen.



Informationen und Zusatzmaterialien zu diesem Buch finden Sie unter [www.hogrefe.de/buecher/lehrbuecher/psychlehrbuchplus](http://www.hogrefe.de/buecher/lehrbuecher/psychlehrbuchplus)

© 2011 Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG  
Göttingen • Bern • Wien • Paris • Oxford • Prag • Toronto  
Cambridge, MA • Amsterdam • Kopenhagen • Stockholm  
Rohnsweg 25, 37085 Göttingen

**<http://www.hogrefe.de>**

Aktuelle Informationen • Weitere Titel zum Thema • Ergänzende Materialien

### **Copyright-Hinweis:**

Das E-Book einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar.

Der Nutzer verpflichtet sich, die Urheberrechte anzuerkennen und einzuhalten.

---

Umschlagabbildung: © Merijn van der Vliet – iStockphoto.com

Satz: ARThür Grafik-Design & Kunst, Weimar

Format: PDF

ISBN 978-3-8017-2122-3

## **Nutzungsbedingungen:**

Der Erwerber erhält ein einfaches und nicht übertragbares Nutzungsrecht, das ihn zum privaten Gebrauch des E-Books und all der dazugehörigen Dateien berechtigt.

Der Inhalt dieses E-Books darf von dem Kunden vorbehaltlich abweichender zwingender gesetzlicher Regeln weder inhaltlich noch redaktionell verändert werden. Insbesondere darf er Urheberrechtsvermerke, Markenzeichen, digitale Wasserzeichen und andere Rechtsvorbehalte im abgerufenen Inhalt nicht entfernen.

Der Nutzer ist nicht berechtigt, das E-Book – auch nicht auszugsweise – anderen Personen zugänglich zu machen, insbesondere es weiterzuleiten, zu verleihen oder zu vermieten.

Das entgeltliche oder unentgeltliche Einstellen des E-Books ins Internet oder in andere Netzwerke, der Weiterverkauf und/oder jede Art der Nutzung zu kommerziellen Zwecken sind nicht zulässig.

Das Anfertigen von Vervielfältigungen, das Ausdrucken oder Speichern auf anderen Wiedergabegeräten ist nur für den persönlichen Gebrauch gestattet. Dritten darf dadurch kein Zugang ermöglicht werden.

Die Übernahme des gesamten E-Books in eine eigene Print- und/oder Online-Publikation ist nicht gestattet. Die Inhalte des E-Books dürfen nur zu privaten Zwecken und nur auszugsweise kopiert werden.

Diese Bestimmungen gelten gegebenenfalls auch für zum E-Book gehörende Audiodateien.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort . . . . .	13
<b>1 Der wichtige andere: Soziale Vergleichsprozesse und relative Deprivation</b>	
<i>Katja Corcoran und Thomas Mussweiler . . . . .</i>	19
1.1 Soziale Vergleiche . . . . .	20
1.1.1 Warum kommt es zu Vergleichen? . . . . .	21
1.1.2 Mit wem vergleichen sich Menschen? . . . . .	23
1.1.3 Wie wirken sich die Vergleiche aus? . . . . .	26
1.2 Relative Deprivation . . . . .	31
1.2.1 Warum kommt es zu Vergleichen? . . . . .	32
1.2.2 Mit wem vergleichen sich Menschen? . . . . .	33
1.2.3 Wie wirken sich die Vergleiche aus? . . . . .	35
Zusammenfassung . . . . .	37
Weiterführende Literatur . . . . .	38
Fragen . . . . .	38
<b>2 Antisoziales Denken, Fühlen und Handeln</b>	
<i>Cathleen Kappes und Werner Greve . . . . .</i>	41
2.1 Konzeptuelle Vorüberlegungen: Was sind Antisozialität und Aggression? . . . . .	42
2.2 Die Erklärung von Aggression: Ein allgemeines Rahmenmodell . . . . .	44
2.3 Die aktualgenetische Erklärung antisozialen Handelns: Person und Situation . . . . .	46
2.3.1 Intrapersonale Prozesse der Verhaltenssteuerung: (Soziale) Kognitionen und Reaktionen . . . . .	46
2.3.2 Die Macht der Situation . . . . .	50
2.4 Der Bedingungsrahmen konkreten Handelns: Sozialer und personaler Kontext von Antisozialität . . . . .	52
2.4.1 Die Stabilität antisozialen Verhaltens . . . . .	53
2.4.2 Die Ontogenese der Aggression: Entwicklungsbedingungen aggressiven Handelns . . . . .	55
2.5 Prävention und Intervention . . . . .	57

Zusammenfassung .....	58
Weiterführende Literatur .....	59
Fragen .....	59

**3 Soziale Motive: Prosoziale Motivation**

<i>Jutta Kienbaum</i> .....	61
3.1 Warum helfen Menschen? .....	62
3.1.1 Die evolutionspsychologische Sichtweise .....	63
3.1.2 Kosten und Nutzen prosozialen Verhaltens .....	64
3.1.3 Die Empathie-Altruismus-Hypothese .....	64
3.2 Mitgefühl und prosoziales Verhalten .....	66
3.3 Entwicklung prosozialen Verhaltens .....	67
3.4 Helfen in Notsituationen .....	73
3.4.1 Verantwortungsdiffusion .....	74
3.4.2 Pluralistische Ignoranz .....	75
3.4.3 Bewertungsangst .....	76
3.5 Verantwortung und prosoziales Verhalten .....	77
Zusammenfassung .....	78
Weiterführende Literatur .....	79
Fragen .....	79

**4 Positive Psychologie: Glück, Prosoziales Verhalten, Verzeihen, Solidarität, Bindung, Freundschaft**

<i>Hans-Werner Bierhoff, Elke Rohmann und Dieter Frey</i> .....	81
4.1 Was ist Glück? .....	84
4.2 Prosoziales Verhalten .....	92
4.3 Interpersonelles Verzeihen .....	94
4.3.1 Determinanten des Verzeihens .....	95
4.3.2 Verzeihen als Ausdruck einer positiven Beziehungsgestaltung ..	96
4.4 Solidarität .....	98
4.5 Bindung .....	99
4.5.1 Entwicklung des individuellen Bindungsstils .....	101
4.5.2 Rolle der Bindung im Erwachsenenalter .....	102
4.6 Freundschaft .....	103
Zusammenfassung .....	104
Weiterführende Literatur .....	104
Fragen .....	105



## 5 Positive Psychologie: Zivilcourage, soziale Verantwortung, Fairness, Optimismus, Vertrauen

*Verena Graupmann, Silvia Osswald, Dieter Frey,  
Bernhard Streicher und Hans-Werner Bierhoff* . . . . . 107

5.1	Zivilcourage . . . . .	108
5.1.1	Was ist Zivilcourage? . . . . .	108
5.1.2	Zivilcouragetrainings . . . . .	111
5.2	Soziale Verantwortung . . . . .	112
5.2.1	Der Begriff der Verantwortung in der Psychologie . . . . .	113
5.2.2	Verantwortung und Hilfeverhalten . . . . .	114
5.3	Fairness . . . . .	116
5.3.1	Distributive Fairness . . . . .	117
5.3.2	Prozedurale Fairness . . . . .	117
5.3.3	Informationale und interpersonale Fairness . . . . .	118
5.3.4	Warum ist Fairness wichtig? . . . . .	119
5.4	Optimismus . . . . .	119
5.4.1	Optimismus und Gesundheit . . . . .	121
5.4.2	Kann man Optimismus lernen? . . . . .	122
5.5	Vertrauen . . . . .	123
5.5.1	Psychologische Grundlagen von Vertrauen . . . . .	124
5.5.2	Vertrauen versus Misstrauen . . . . .	125
5.5.3	Bedingungen des personellen Vertrauens . . . . .	125
5.5.4	Vertrauen im Organisationskontext . . . . .	126
	Zusammenfassung . . . . .	128
	Weiterführende Literatur . . . . .	128
	Fragen . . . . .	129

## 6 Soziale Interaktion

*Hans-Werner Bierhoff und Eva Jonas* . . . . . 131

6.1	Kennzeichen sozialer Interaktion . . . . .	132
6.2	Soziale Austauschtheorie . . . . .	134
6.2.1	Bedeutung positiver und negativer Konsequenzen bei der Interaktion . . . . .	134
6.2.2	Historische Wurzeln der Austauschtheorie . . . . .	135
6.2.3	Analyse und Konzepte dyadischer Beziehungen nach Thibaut und Kelley (1959) . . . . .	136
6.2.4	Macht, Kontrolle und Frustration – Der Fall unfreiwilliger Abhängigkeiten . . . . .	138

6.3	Von der Austauschtheorie zur sozialen Interdependenztheorie . . .	139
6.4	Kooperation oder Konflikt: Das Gefangenendilemma . . . . .	145
6.4.1	Das klassische Gefangenendilemma . . . . .	145
6.4.2	Das N-Personen-Gefangenendilemma . . . . .	149
6.5	Die Transformation von Motivation . . . . .	151
6.6	Unsicherheit aufgrund unterschiedlicher Informations- verteilung: Die Prinzipal-Agent-Theorie . . . . .	155
	Zusammenfassung . . . . .	158
	Weiterführende Literatur . . . . .	159
	Fragen . . . . .	159

**7 Kommunikation**

	<i>Eva Traut-Mattausch und Dieter Frey</i> . . . . .	161
7.1	Kommunikationsprozess . . . . .	163
7.2	Kommunikationsinhalte . . . . .	164
7.2.1	Nonverbale Informationen . . . . .	164
7.2.2	Zwei Botschaften: Sachinformation und Beziehungsaspekt . . . . .	165
7.2.3	Zwei weitere Botschaften: Selbstoffenbarung und Appell . . . . .	167
7.2.4	Überzeugen durch Inhalte . . . . .	169
7.3	Sender . . . . .	171
7.3.1	Überzeugen durch Selbstdarstellung und Glaubwürdigkeit . . . . .	171
7.3.2	Gute Rahmenbedingungen: Vermeidung von Einengung und Einhaltung von Fairness . . . . .	172
7.4	Empfänger . . . . .	174
7.4.1	Verarbeitung empfangener Informationen . . . . .	174
7.4.2	Suche nach neuen Informationen . . . . .	177
	Zusammenfassung . . . . .	178
	Weiterführende Literatur . . . . .	180
	Fragen . . . . .	180

**8 Führung**

	<i>Rudolf Kerschreiter, Birgit Schyns und Dieter Frey</i> . . . . .	181
8.1	Klassische Führungstheorien . . . . .	185
8.1.1	Eigenschaftstheoretische oder personalistische Ansätze . . . . .	185
8.1.2	Verhaltenstheoretische Ansätze . . . . .	186
8.1.3	Kontingenztheoretische Ansätze . . . . .	187
8.2	Interaktionale Führungstheorien . . . . .	188

8.2.1	Transaktionale, transformationale und charismatische Führung . . .	188
8.2.2	Leader-Member Exchange (LMX) . . . . .	191
8.3	Mitarbeiterzentrierte Führungstheorien . . . . .	193
8.3.1	Implizite Führungstheorien . . . . .	193
8.3.2	Soziale Identitätstheorie der Führung . . . . .	196
	Zusammenfassung . . . . .	199
	Weiterführende Literatur . . . . .	199
	Fragen . . . . .	200

## 9 Die Gesellschaft in uns: Wie soziale Normen, soziale Rollen und sozialer Status unser Verhalten beeinflussen

	<i>Detlef Fetchenhauer</i> . . . . .	201
9.1	Soziale Normen . . . . .	202
9.1.1	Injunktive versus deskriptive Normen . . . . .	203
9.1.2	Warum befolgen Menschen soziale Normen? . . . . .	206
9.1.3	Herkunft und Veränderung sozialer Normen . . . . .	209
9.2	Rollen . . . . .	210
9.2.1	Verschiedene Konzeptionen sozialer Rollen . . . . .	211
9.2.2	Rollenkonflikte . . . . .	213
9.2.3	Rollen als Be- und Entlastung . . . . .	216
9.3	Status . . . . .	216
9.3.1	Status, Macht und sozialer Einfluss . . . . .	217
9.3.2	Konsequenzen des sozialen Status . . . . .	217
	Zusammenfassung . . . . .	218
	Weiterführende Literatur . . . . .	218
	Fragen . . . . .	219

## 10 Leistung in Gruppen

	<i>Sylvana Drewes, Thomas Schultze und Stefan Schulz-Hardt</i> . . . . .	221
10.1	Manifeste und potenzielle Gruppenleistung . . . . .	223
10.2	Bedeutung des Aufgabentyps für die Bestimmung des Gruppenpotenzials . . . . .	224
10.2.1	Additive Aufgaben . . . . .	225
10.2.2	Disjunktive Aufgaben . . . . .	225
10.2.3	Konjunktive Aufgaben . . . . .	226
10.2.4	Diskretionäre Aufgaben . . . . .	227

10.3	Prozessverluste und Prozessgewinne in Gruppen .....	227
10.3.1	Motivationsverluste und Motivationsgewinne .....	228
10.3.2	Individuelle Fertigungsverluste und Fertigungsgewinne .....	229
10.3.3	Koordinationsverluste und Koordinationsgewinne .....	230
10.4	Förderung der Gruppenleistung .....	234
10.4.1	Gruppenzusammensetzung .....	235
10.4.2	Gruppensynchronisierung .....	238
10.4.3	Gruppenlernen .....	240
	Zusammenfassung .....	243
	Weiterführende Literatur .....	244
	Fragen .....	244

## 11 Innovation

	<i>Bernhard Streicher, Dieter Frey, Eva Traut-Mattausch und Günter W. Maier</i> .....	245
11.1	Was ist Innovation und innovatives Verhalten? .....	247
11.2	Der Innovationsprozess .....	250
11.3	Einflussfaktoren innovativen Verhaltens .....	253
11.3.1	Personenebene .....	253
11.3.2	Gruppenebene .....	255
11.3.3	Organisationsebene .....	258
	Zusammenfassung .....	262
	Weiterführende Literatur .....	262
	Fragen .....	262

## 12 Intergruppenbeziehungen

	<i>Johannes Ullrich, Rolf van Dick und Sebastian Stegmann</i> .....	265
12.1	Situationale Faktoren .....	267
12.1.1	Theorie des Realistischen Gruppenkonflikts .....	267
12.1.2	Relative Deprivation .....	269
12.1.3	Theorie der Sozialen Identität .....	269
12.1.4	Theorie des Intergruppenkontakts .....	273
12.2	Dispositionelle Faktoren .....	274
12.2.1	Geringe formale Bildung .....	274
12.2.2	Autoritarismus .....	275
12.2.3	Soziale Dominanzorientierung .....	275
12.3	Wechselwirkungen in der Praxis .....	276

12.3.1	Autoritarismus, Soziale Dominanzorientierung und Bedrohung .....	276
12.3.2	Heterogenität am Arbeitsplatz und individuelle Diversitäts- überzeugungen .....	278
12.3.3	Identifikation, Intergruppenkontakt und Zusammenarbeit zwischen Teams .....	281
	Zusammenfassung .....	282
	Weiterführende Literatur .....	283
	Fragen .....	284

### **13 Wissenschaftstheorie und Psychologie: Einführung in den Kritischen Rationalismus von Karl Popper**

*Dieter Frey, Lisa Katharin Schmalzried, Eva Jonas,  
Peter Fischer und Gina Dirmeier* .....

	285	
13.1	Einleitung .....	286
13.2	Die Position des Kritischen Rationalismus .....	288
13.2.1	Ersetzung des Prinzips der Verifikation durch das Prinzip der Falsifikation .....	289
13.2.2	Die empirische Basis der Wissenschaften im Konzept des Kritischen Rationalismus .....	291
13.2.3	Informationsgehalt als Kriterium für die Güte von Theorien .....	292
13.2.4	Funktionen von Theorien .....	293
13.2.5	Modifikationen der „strengen“ Falsifikationstheorie .....	297
13.2.6	Folgen der Nicht-Existenz deterministischer Gesetzaussagen in den Sozialwissenschaften .....	298
13.2.7	Ein anspruchsvolles Wissenschaftsbild .....	300
13.3	Ausblick .....	301
	Zusammenfassung .....	302
	Weiterführende Literatur .....	302
	Fragen .....	303

### **Anhang** .....

	305
Literatur .....	307
Glossar .....	340
Die Autorinnen und Autoren des Bandes .....	353
Sachregister .....	357



# Vorwort

Warum eigentlich Sozialpsychologie? Sozialpsychologie ist ein ausgesprochen spannendes Teilgebiet der Psychologie; die Erkenntnisse dieser Subdisziplin der Psychologie stehen im Schnittpunkt vieler innovativer Entwicklungen, Forschungstraditionen und interdisziplinärer Ansätze. Die Psychologie beschäftigt sich (im Sinne von Kurt Lewin) allgemein gesprochen mit dem Erleben und Verhalten von Menschen; beides ist abhängig von Merkmalen und Variablen (a) der Person und (b) der Umwelt.

## *Sozialpsychologische Fragestellungen*

Die Sozialpsychologie betont vor allem, inwieweit soziale Aspekte sowohl die Person als auch die Umwelt beeinflussen. Wir Sozialpsychologen stellen dabei Fragen wie: Inwieweit beeinflusst die soziale Umwelt (also z. B. Gruppengemeinschaften, andere Menschen) die einzelne Person bei ihrer Personenwahrnehmung, bei ihrer Motivation? Wie beeinflussen einzelne Menschen oder Gruppen von Menschen ihre soziale Umwelt? Unter welchen Bedingungen sind Minoritäten erfolgreich? Was sind typische Merkmale der Majorität?

Die Erfahrung mit dem Studium der Sozialpsychologie zeigt, dass sich die Studierenden durch die Lernerfahrung in ihrem eigenen Selbst und in ihren eigenen Entscheidungen in positivem Sinne verändern. Die Ausbildung in Sozialpsychologie macht aus ihnen Menschen, die reflektierter im Alltag handeln, die Zusammenhänge durchschauen, welche den meisten Mitmenschen verborgen bleiben, und die aus menschlichen Schwächen lernen, um menschliche Stärke zu entfalten.

## *Zum Inhalt dieser Bände*

Die beiden Bände zur Sozialpsychologie stützen sich auf eine Menge profunden Wissens. Die moderne Sozialpsychologie, deren deutsch-amerikanische Wurzeln mindestens bis in die 1940er Jahre zurückreichen, hat in den vergangenen Jahrzehnten sehr erfolgreiche Forschungsprogramme verwirklicht. Eines ist besonders bemerkenswert: Viele der Erkenntnisse sind kontraintuitiv. Ein Beispiel ist der Befund, dass Gewinner der Bronzemedaille glücklicher sind als Gewinner der Silbermedaille. Obwohl es so sein sollte, dass der Bessere zufriedener ist, wird dieses nahe liegende Muster unter bestimmten Umständen auf den Kopf gestellt. Die Sozialpsychologie verhilft dazu, die real existierenden Besonderheiten zu verstehen und wirkt dadurch einer Vereinfachung entgegen. Das macht den besonderen Reiz der Sozialpsychologie aus: Sie ermöglicht ein differenziertes Verständnis der Alltagsvorgänge.

Daneben gibt es auch immer wieder neue Anwendungen der Sozialpsychologie. Wir haben innerhalb der Konzeption der zwei Bände angestrebt, eine Balance zwischen etablierten Erkenntnissen und aktuellen Fortschritten der Sozialpsychologie zu finden. Im zweiten Band finden sich verschiedene Kapitel, in denen die aktuellen Fortschritte unserer Disziplin im Mittelpunkt stehen. Dazu zählen zwei Kapitel über die neu formulierte „Positive Psychologie“ sowie die Analyse von Kommunikationsprozessen und ein Kapitel, das dem wichtigen Thema „Innovation“ gewidmet ist.

Die Neuerungen und Weiterentwicklungen sind allerdings auch in allen anderen Kapiteln spürbar, wie sich an der Vielzahl der Zitate aus dem letzten Jahrzehnt erkennen lässt. Uns schwebte bei der Planung der Inhalte eine Synthese zwischen Basiswissen und aktueller Forschung einerseits und zwischen Grundlagen der Psychologie und ihrer Anwendung andererseits vor.

In den beiden Bänden zur Sozialpsychologie innerhalb der Reihe „Bachelorstudium Psychologie“ wurde eine Zweiteilung zwischen der individuumszentrierten Sozialpsychologie auf der einen Seite und der Sozialpsychologie der Interaktion und der Gruppe auf der anderen Seite durchgeführt. Wir beginnen mit Kapiteln, die einen starken Fokus auf individuelle sozialpsychologische Phänomene beinhalten. Darunter fallen die Sozialpsychologie des Selbst und die der problematischen Persönlichkeit, die durch negative Rückwirkungen auf soziale Beziehungen gekennzeichnet ist. Auch das Streben nach Konsistenz, das sich in vielen Variationen durch unser Erleben und Denken zieht, und das Streben nach Kontrolle, in dem Grundfragen der menschlichen Existenz thematisiert werden, sind dieser Perspektive zuzuordnen. Viel Aufmerksamkeit wird schon seit langem und gegenwärtig wieder den Themen der interpersonalen Attraktion und der physischen Attraktivität zuteil. Solche Themen sind für Sie als Leserinnen und Leser vielleicht besonders interessant, weil Sie sich ihnen wegen ihrer großen Nähe zum alltäglichen Erleben kaum werden entziehen können. Das gilt auch für die weiteren Kapitel, bei denen es sich um soziale Wahrnehmung, einschließlich Eindrucksbildung, soziale Urteilsbildung sowie Einstellungen und Vorurteile dreht. Die Bildung des Eindrucks von anderen Menschen – ob es sich nun um Prominente oder um Bekannte handelt – ist hoch spannend und die Erkenntnisse darüber können unmittelbar genutzt werden, um sich im sozialen Umfeld erfolgreich zu positionieren.

Zusätzlich haben wir im ersten Band ein Kapitel über die Methoden der Sozialpsychologie aufgenommen, um ein tiefer gehendes Verständnis für die Datengewinnung der Sozialpsychologen zu ermöglichen. Dabei werden zwei Techniken der Datenerhebung ausführlich behandelt, die den überwiegenden Teil der Forschung in der Sozialpsychologie bestimmen: die Befragung und das Experiment.



Der zweite Band in dieser Reihe stellt soziale Interaktion und die Dynamik in Gruppen in den Mittelpunkt. Der Mitmensch wird als Vergleichsperson bedeutsam, er oder sie ist aber auch betroffen durch antisoziale Denkschemata und Handlungstendenzen auf der negativen Seite und durch die Bildung prosozialer Intentionen auf der positiven Seite. Zum Verständnis dieser Themenbereiche sind als Bezugssystem Theorien der sozialen Interaktion und der Kommunikation unentbehrlich. Auf dieser Basis lassen sich soziale Gruppenprozesse verstehen, die im Zentrum des zweiten Bandes stehen. Im Einzelnen werden die Rolle der Führung und die Bedeutung von gesellschaftlichen Normen und Rollen, die das kulturelle Bezugssystem bereitstellt, behandelt. Die Kapitel über Leistung in Gruppen und über Intergruppenbeziehungen runden den gruppenpsychologischen Teil ab. Beide Kapitel beinhalten Anwendungswissen, das z. B. in der Wirtschafts- und Organisationspsychologie unmittelbar relevant ist. Der zweite Band enthält auch die Darstellung der schon erwähnten neu entwickelten Forschungsfelder der Sozialpsychologie. Darunter fällt die „Positive Psychologie“, bei der es unter anderem um die Frage geht, was Menschen glücklich macht; dann aber auch das Kapitel über Innovation, in dem die Generierung neuer Organisationsformen und Techniken im Mittelpunkt steht. Das erste Jahrzehnt des dritten Jahrtausends hat gezeigt, dass der Innovation jetzt und in der Zukunft sowohl in der Wirtschaft als auch im Leben eines jeden Bürgers eine überragende Bedeutung zukommt. Der zweite Band wird durch einen nachdenklichen Beitrag über die Rolle der Wissenschaftstheorie in der Psychologie abgeschlossen.

In beiden Bänden sind bestimmte Mittel der Darstellung eingesetzt worden, um Ihnen das Lesen der Kapitel zu erleichtern. Dazu zählt die Verwendung von Marginalien, durch die Inhalte, die im fortlaufenden Text ausführlicher behandelt werden, auf den Punkt gebracht werden. Außerdem wird ein Glossar bereitgestellt, in dem die wichtigen Begriffe, auf denen die Darstellung aufbaut, definiert sind. Schließlich finden sich Prüfungsfragen zu den Inhalten jedes Kapitels, um ein selbstorganisiertes Studium des Stoffs zu erleichtern. Weitere didaktische Mittel sind Kästen, durch die wichtige Ergebnisse hervorgehoben werden, und weiterführende Literaturangaben, die zusätzlich zu der zitierten Literatur angegeben werden, um eine umfassendere Beschäftigung mit den Themen der Sozialpsychologie zu fördern.

### *Danksagung*

Ein Projekt wie dieses wäre ohne die Mithilfe vieler Personen nicht vorstellbar. Dazu zählen an erster Stelle die Autorinnen und Autoren, die die Erstellung der Kapitel übernommen haben. Das sind neben Dieter Frey und Hans-Werner Bierhoff im Einzelnen: Nilüfer Aydin (Ludwig-Maximilians-Universität München), Gerd Bohner (Universität Bielefeld), Susanne Braun (Ludwig-Maximilians-Universität München), Katja Corcoran (Universität zu Köln), Gina Dirmeier (Ludwig-Maximi-

lians-Universität München), Sylvana Drewes (Georg-August Universität Göttingen), Detlef Fetchenhauer (Universität zu Köln), Julia Fischer (Ludwig-Maximilians-Universität München), Peter Fischer (Karl-Franzens-Universität Graz), Immo Fritsche (Friedrich-Schiller-Universität Jena), Ina Grau (Universität Bonn), Verena Graupmann (Ludwig-Maximilians-Universität München), Werner Greve (Universität Hildesheim), Eva Jonas (Paris-Lodron-Universität Salzburg), Cathleen Kappes (Universität Hildesheim), Andreas Kastenmüller (Liverpool John Moores University), Rudolf Kerschreiter (Ludwig-Maximilians-Universität München), Jutta Kienbaum (Freie Universität Bozen), Günter W. Maier (Universität Bielefeld), Thomas Mussweiler (Universität zu Köln), Silvia Osswald (Polizei Bayern), Elke Rohmann (Ruhr-Universität Bochum), Lars-Eric Petersen (Universität Halle-Wittenberg), Claudia Peus (Ludwig-Maximilians-Universität München), Leonie Reutner (Universität Basel), Anne Sauer (Karl-Franzens-Universität Graz), Lisa Katharin Schmalzried (Ludwig-Maximilians-Universität München), Thomas Schultze (Georg-August Universität Göttingen), Birgit Schyns (Durham Business School), Sebastian Stegmann (Goethe-Universität Frankfurt), Stefan Schulz-Hardt (Georg-August-Universität Göttingen), Bernhard Streicher (Ludwig-Maximilians-Universität München), Eva Traut-Mattausch (Paris-Lodron-Universität Salzburg), Johannes Ullrich (Goethe-Universität Frankfurt), Rolf van Dick (Goethe-Universität Frankfurt), Michaela Wänke (Universität Mannheim), Silke Weisweiler (Ludwig-Maximilians-Universität München) und Jenny S. Wesche (Ludwig-Maximilians-Universität München).

Weiterhin ist die Unterstützung des Gesamtprojekts durch verschiedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erwähnen, die wesentlich zur Strukturierung der Abläufe und zur organisatorischen Gestaltung beigetragen haben. Frau Michaela Bölt, Frau Dipl.-Psych. Gina Dirmeier, Frau B.Sc. Simone Lehmann, Frau B. Sc. Carina Mosig, Frau B. Sc. Renata Wacker und Herr Dipl.-Psych. Albrecht Schnabel haben die Organisation und Fertigstellung der Kapitel übernommen. Außerdem möchten wir Frau Professorin Dr. Eva Bamberg (Universität Hamburg) und Frau Professorin Dr. Rosemarie Mielke (Universität Hamburg) für Anmerkungen, Kommentare und Korrekturhinweise danken. Schließlich gilt unser Dank Frau Susanne Weidinger vom Lektorat des Hogrefe Verlags, die jederzeit mit Rat und Tat zum Erfolg des Gesamtprojekts beigetragen hat.

### *Zielgruppen*

Die vorliegenden Bände sind als Grundlage für Studierende des Bachelorstudiums in Sozialpsychologie vorgesehen. Für diesen Leserkreis wurden die Inhalte fokussiert und didaktisch aufbereitet. Sie sind auch für Studierende sozialwissenschaftlicher Studiengänge geeignet, in denen sozialpsychologisches Wissen vermittelt wird.

## *Persönlicher Nutzen für Leserinnen und Leser*

Die Bände sollen mehr als Lehrbücher der Sozialpsychologie sein. Nutzen Sie das hier präsentierte Wissen über sich selbst, Ihre wichtigsten Bezugspersonen und die Gesellschaft mit, um die täglichen Entscheidungen, Interaktionen und Gruppen zufrieden und erfolgreich zu gestalten, um soziale Beziehungen zu entwickeln und zu verbessern und um Ihre Vorstellung von sich selbst im Schnittpunkt sozialer Einflüsse besser zu verstehen!

Aufgrund der sozialpsychologischen Theorien, Erkenntnisse und Phänomene, die wir hier in dem Buch besprechen, glauben wir, dass wir mindestens fünf Aspekte erreichen – die gleichzeitig auch für gute Theorien und fundiertes Wissen sprechen:

1. Man kann bestehende Sachverhalte besser klassifizieren, beschreiben und analysieren.
2. Man kann die Sachverhalte auch besser erklären, indem man diese Phänomene aus Theorien ableitet.
3. Man kann auch bessere Vorhersagen machen, wenn man bestimmte Theorien und entsprechende Erkenntnisse kennt. Am Beispiel der Kontrolltheorie: Wenn man weiß, dass in einer Organisation Arbeitsabläufe nicht so richtig erklärt werden, wenn man sie nicht so richtig vorhersagen und schon gar nicht beeinflussen kann, dann wird man entsprechend der Kontrolltheorie auch nicht überrascht sein, wenn viele Mitarbeiter in die innere Kündigung gehen.
4. Natürlich kann man mithilfe der hier versammelten Theorien, Modelle und Erkenntnisse auch zur Verbesserung seines Umfeldes beitragen. Wenn man zum Beispiel die Kontrolltheorie kennt, wird man wissen, warum Motivation, Engagement und Identifikation so wichtig sind und was man tun muss, um sie zu erreichen: Man muss Sinn vermitteln, Dinge erklären, Ereignisse transparent und vorhersagbar machen und die Betroffenen am Entscheidungsprozess beteiligen.
5. Schließlich glauben wir, dass unsere Theorien und die behandelten Phänomene in diesem Buch auch aufklärerisch wirken können: Dort, wo zum Beispiel in Unternehmen demotivierend geführt wird, so dass bei den Mitarbeitern deswegen Entfremdung entsteht, können unsere Forschungsergebnisse Veränderungen in Institutionen, Gruppen, Firmen, Krankenhäusern unterstützen. Insofern haben sozialpsychologische Erkenntnisse und Theorien immer auch den Anspruch einer aufklärerischen Wirkung: Bestehende Zustände, die eine verächtliche Behandlung von Menschen, deren Erniedrigung, ihre Hilflosigkeit und Unmündigkeit erzeugen, können fundiert und auf Basis evidenzbasierter wissenschaftlicher Erkenntnisse der modernen Psychologie angeprangert und verändert werden.

In diesem Sinne wünschen wir uns, dass dieses Buch den Leserinnen und Lesern nicht nur Erkenntnisgewinn beschert, sondern auch zu einer Verbesserung in Richtung einer offeneren und mündigeren Gesellschaft beitragen kann.

Bochum und München, im März 2011

*Dieter Frey und  
Hans-Werner Bierhoff*

# Kapitel 1

## Der wichtige andere: Soziale Vergleichsprozesse und relative Deprivation

Katja Corcoran und Thomas Mussweiler

### Inhaltsübersicht

---

1.1	Soziale Vergleiche . . . . .	20
1.1.1	Warum kommt es zu Vergleichen? . . . . .	21
1.1.2	Mit wem vergleichen sich Menschen? . . . . .	23
1.1.3	Wie wirken sich die Vergleiche aus? . . . . .	26
1.2	Relative Deprivation . . . . .	31
1.2.1	Warum kommt es zu Vergleichen? . . . . .	32
1.2.2	Mit wem vergleichen sich Menschen? . . . . .	33
1.2.3	Wie wirken sich die Vergleiche aus? . . . . .	35
	Zusammenfassung . . . . .	37
	Weiterführende Literatur . . . . .	38
	Fragen . . . . .	38

---

**Schlüsselbegriffe**

- Warum kommt es zu Vergleichen?  
Motivationale, konversationale und identitätsstiftende Gründe
- Mit wem vergleichen sich Menschen?  
Selektion von Individuen und/oder Gruppen geleitet von motivationalen Gründen und Effizienzgedanken
- Wie wirken sich Vergleiche mit anderen aus?  
Assimilation/Kontrast und Konsequenzen auf der emotionalen und der Verhaltensebene

Der Mensch hat ein grundlegendes Bedürfnis, sich selbst zu kennen und sich selbst einzuschätzen. Dabei gibt es viele Wege zur Selbsterkenntnis. Menschen beobachten sich selbst in ihrem Tun oder versuchen ihre inneren Gefühle, Intentionen und Werte durch Introspektion zu erkunden. Der Mensch nutzt aber auch die anderen, die ihn umgeben, um mehr über sich selber zu erfahren. Vergleiche zwischen dem Selbst und anderen beeinflussen in entscheidendem Maße, wie sich Menschen selbst sehen, wie sie sich fühlen und was sie tun.

Im Folgenden werden zwei Phänomene vorgestellt, die sich auf unterschiedliche Weise mit Vergleichen mit wichtigen anderen auseinandersetzen. Zum einen werden wir uns mit sozialen Vergleichen, also Vergleichen zwischen dem Selbst und anderen Individuen, beschäftigen. Zum anderen werden wir das Phänomen der relativen Deprivation beleuchten, welches sich auf Vergleiche mit und zwischen Gruppen bezieht.

## 1.1 Soziale Vergleiche

Stellen Sie sich vor, Sie wollen einen Marathon laufen. Eine Freundin schlägt daraufhin vor, bei einem Marathon zuzuschauen. Denken Sie, Sie werden das tun? Und wie wird es sich auswirken? Werden Sie sich danach fähiger fühlen einen Marathon zu laufen, werden Sie motivierter sein? Oder wird Ihnen der Vergleich mit den Läuferinnen und Läufern vor Augen führen, wie unsportlich Sie sind? Hängt das vielleicht davon ab, ob Sie sich die Spitzengruppe oder die Nachzügler anschauen? Wie werden Sie mit dieser Vergleichsinformation umgehen? All dies sind Fragen, mit denen sich die Forschung zu sozialen Vergleichsprozessen beschäftigt hat.

### 1.1.1 Warum kommt es zu Vergleichen?

Die klassische Antwort auf die Frage nach dem „Warum?“ sozialer Vergleiche stellt *motivationale Gründe* in den Vordergrund. Da Menschen nach einem stabilen und akkuraten Selbstbild streben, misst Festinger (1954) in seiner Theorie sozialer Vergleiche dem Motiv nach Selbsterkenntnis eine besondere Bedeutung bei. Um möglichst akkurate Rückmeldung über die eigenen Eigenschaften und Fähigkeiten zu erhalten, können entweder objektive Standards herangezogen oder aber soziale Vergleiche durchgeführt werden. In unserem Beispiel „Marathon“ könnten Sie beispielsweise Ihren Arzt aufsuchen, um objektive Informationen (Belastungs-EKG) über Ihre Fitness zu erhalten. Oder aber Sie suchen den sozialen Vergleich und schauen sich die Marathonläufer an. Erscheinen diese Ihnen ähnlich, so lässt auch diese Information Schlüsse auf Ihre Leistungsfähigkeit zu. Festinger (1954) nahm an, dass Menschen objektive Standards generell bevorzugen. Inzwischen weiß man jedoch, dass die soziale Information, also der Vergleich mit anderen, selbst dann Einfluss hat, wenn objektive Informationen zur Verfügung stehen (Klein, 1997).

Soziale Vergleiche dienen der Selbsterkenntnis und werden auch dann herangezogen, wenn objektive Standards vorhanden sind

Unsicherheit bezüglich der eigenen Fähigkeiten, die Bedeutung der akkuraten Einschätzung sowie eine bevorstehende Überprüfung der Fähigkeiten steigern das Streben nach Vergleichen. Jones und Regan (1974) zeigten, dass Versuchspersonen mehr Interesse an der Leistung anderer Personen hatten, wenn sie für einen nachfolgenden Leistungstest eine Schwierigkeitsstufe auswählen sollten. Diese Vergleichsinformation kann helfen, eine für die eigenen Fähigkeiten adäquate Schwierigkeitsstufe zu wählen. Das bedeutet jedoch nicht, dass sich Vergleiche nur bei großer Unsicherheit bezüglich der eigenen Fähigkeiten auswirken. Selbst Sportler der Bundesliga können bei der Einschätzung der eigenen Sportlichkeit von Vergleichsinformationen systematisch beeinflusst werden, wie eine Studie mit Wasserballern belegt (Mussweiler, Rüter & Epstude, 2004a).

Ein weiteres Motiv für soziale Vergleiche ist das Bestreben, eigene Fähigkeiten zu entwickeln und zu verbessern (Taylor & Lobel, 1989). Vielleicht sind Sie bereits einen Marathon gelaufen, wollen jedoch besser werden und sich motivieren. Auch dazu können Vergleiche mit anderen dienen. Vor allem aufwärtsgerichtete Vergleiche – Vergleiche also mit Personen, die eine Fähigkeit oder Eigenschaft stärker ausgeprägt haben als man selbst – bieten die Möglichkeit, wichtige Hinweise für eine Selbstverbesserung zu erhalten. Aus diesem Grund

Soziale Vergleiche bieten Informationen, die helfen sich selbst zu verbessern