



Hans-Peter Erb und Judith Balzukat

# Sozialpsychologie für **dummies**<sup>®</sup>

**WILEY**

WILEY-VCH GmbH

# Auf einen Blick

<b>Über das Autorenteam</b> .....	<b>9</b>
<b>Einführung</b> .....	<b>21</b>
<b>Teil I: Einstieg in die Sozialpsychologie</b> .....	<b>29</b>
<b>Kapitel 1:</b> Was Sozialpsychologie ist und was nicht .....	31
<b>Kapitel 2:</b> Sozialpsychologie als empirische Wissenschaft .....	41
<b>Kapitel 3:</b> Der Computer auf zwei Beinen .....	51
<b>Teil II: Einschätzen, bewerten, handeln</b> .....	<b>71</b>
<b>Kapitel 4:</b> Unser tägliches Brot: Urteile, Urteile, Urteile .....	73
<b>Kapitel 5:</b> Mag ich's oder mag ich's nicht: Einstellungen .....	103
<b>Teil III: Das Ich und das Du</b> .....	<b>131</b>
<b>Kapitel 6:</b> Das Ich: Das Selbstkonzept als Antwort auf die Frage »Wer bin ich?« ....	133
<b>Kapitel 7:</b> Soziale Wahrnehmung .....	155
<b>Kapitel 8:</b> »Warum nur, warum?« – Attribution .....	169
<b>Kapitel 9:</b> Das Ich und das Du: Enge soziale Beziehungen .....	189
<b>Teil IV: Der Mensch ist nie allein</b> .....	<b>211</b>
<b>Kapitel 10:</b> Gruppen .....	213
<b>Kapitel 11:</b> Wir und ihr: Beziehungen zwischen Gruppen .....	249
<b>Teil V: Der böse und der gute Mensch</b> .....	<b>267</b>
<b>Kapitel 12:</b> Der »böse« Mensch schädigt andere: Aggression .....	269
<b>Kapitel 13:</b> Der gute Mensch hilft: Prosoziales Verhalten und Altruismus .....	285
<b>Teil VI: Der Top-Ten-Teil</b> .....	<b>297</b>
<b>Kapitel 14:</b> Zehn (plus zwei) bemerkenswerte sozialpsychologische Theorien .....	299
<b>Kapitel 15:</b> Zehn (plus vier) wichtige Studien der Sozialpsychologie .....	303
<b>Kapitel 16:</b> Zehn wichtige Persönlichkeiten der Sozialpsychologie .....	307
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>311</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>313</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Über das Autorenteam</b> .....	<b>9</b>
Widmung .....	9
<b>Einführung</b> .....	<b>21</b>
Törichte Annahmen über die Leserin und den Leser .....	22
Über dieses Buch .....	22
Konventionen in diesem Buch .....	23
Was Sie nicht lesen müssen .....	23
Wie dieses Buch aufgebaut ist .....	24
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden .....	25
Wie es weitergeht .....	26
<b>TEIL I</b>	
<b>EINSTIEG IN DIE SOZIALPSYCHOLOGIE</b> .....	<b>29</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Was Sozialpsychologie ist und was nicht</b> .....	<b>31</b>
Der Blick auf alltägliche soziale Situationen .....	31
Ich mach mir die Welt, wie sie den anderen gefällt: Der soziale Einfluss .....	32
Sozialpsychologische Sachverhalte .....	34
Wiederkehrende Prinzipien der Sozialpsychologie .....	35
Was Sozialpsychologie nicht ist .....	36
Sozialpsychologie ist nicht Soziologie .....	36
Sozialpsychologie ist nicht Klinische Psychologie .....	36
Sozialpsychologie ist nicht Allgemeine Psychologie .....	37
Sozialpsychologie ist nicht Persönlichkeitspsychologie .....	37
Sozialpsychologie als Grundlagendisziplin .....	38
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Sozialpsychologie als empirische Wissenschaft</b> .....	<b>41</b>
Gar nicht grau: Theorien aufstellen und prüfen .....	41
Mit viel Fantasie: Theorien aufstellen .....	42
Fantasie und Stringenz: Theorien prüfen .....	42
Experimente und andere Methoden .....	44
Wenn ... dann ... .....	46
Je ... desto ...: Korrelationen .....	47
Völlig normal: Die Normalverteilung .....	48
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Der Computer auf zwei Beinen</b> .....	<b>51</b>
Der Computer im sozialen Kontext .....	53
Was ist das denn? Die Kategorisierung des Inputs .....	55

Alles gut aufgehoben: Die Festplatte .....	56
Semantische Netzwerke: Verknüpftes Wissen im Langzeitgedächtnis .....	57
Aktivierung ist ansteckend: Priming .....	58
Ist Kudiz ein sinnvolles Wort? – Lexikalische Entscheidungen .....	58
Schablonen im Gedächtnis: Schemata .....	59
Ein erster Blick in den Quellcode .....	60
Was ins Auge sticht: Salienz .....	61
Vom Autopiloten zum naiven Wissenschaftler: Automatische und kontrollierte Informationsverarbeitung .....	62
Motive und andere Störfaktoren .....	66
Ein tieferer Blick in den Quellcode .....	67
Halb voll oder halb leer: Framing .....	67
Der rasche Zugriff: Verfügbarkeit .....	68
Auf und nieder, immer wieder: Top-down und Bottom-up .....	68
Positives Hypothesentesten – die Macht des ersten Gedankens .....	69
<b>TEIL II</b>	
<b>EINSCHÄTZEN, BEWERTEN, HANDELN .....</b>	<b>71</b>
<b>Kapitel 4</b>	
<b>Unser tägliches Brot: Urteile, Urteile, Urteile .....</b>	<b>73</b>
Ein Modell rationaler Urteile, dem sowieso niemand folgt .....	74
Fünf Schritte zu einem unverzerrten Urteil .....	75
Kurz, knapp, schnell und manchmal auch daneben: Urteilsheuristiken .....	76
Alltägliche Leitplanken .....	76
Nobelpreisverdächtig: Die drei Heuristikklassiker nach Daniel Kahneman .....	79
Gut gelaunt und schlecht gelaunt: Der Einfluss der Stimmungslage .....	87
Die Kongruenz von Stimmungen mit Urteilen nutzen .....	88
Detailliert oder global – Stile der Informationsverarbeitung .....	90
Urteile ergaunern: Die Tricks der Überredungskünstler .....	91
Und das ist längst noch nicht alles ... ..	97
Spontane Einsichten auf der Überholspur: Intuitive Urteile .....	100
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Mag ich's oder mag ich's nicht: Einstellungen .....</b>	<b>103</b>
Definition und Komponenten .....	103
Einstellungen und Verhalten .....	105
Die Theorie des geplanten Verhaltens .....	106
Selbstwahrnehmung: Verhalten als Quelle der Einstellung .....	107
Viel Nutzen, viel Schaden: Funktionen von Einstellungen .....	108
Wie komme ich denn darauf: Wie Einstellungen entstehen .....	109
Direkte Erfahrung .....	109
Information über das Einstellungsobjekt .....	110
Das Gleichgewicht halten .....	111

Werte und Werthaltungen .....	111
Wertewandel .....	112
Vererbung .....	112
Häufige Wahrnehmung: Mere Exposure .....	113
Biofeedback .....	116
Überzeugen, überreden, Propaganda: Veränderung von Einstellungen .....	117
Wenn's innerlich wehtut: Kognitive Dissonanz .....	117
Persuasive Kommunikation .....	121
Wer, was und zu wem? Propaganda und die Yale-Studien .....	122
Zwei-Prozess-Modelle der Persuasion .....	124
Wie Werbung wirkt .....	127

### TEIL III DAS ICH UND DAS DU..... 131

<b>Kapitel 6</b>	
<b>Das Ich: Das Selbstkonzept als Antwort auf die Frage</b>	
<b>»Wer bin ich?« .....</b>	<b>133</b>
Bin ich ein wertvoller Mensch? Das Selbstwertgefühl .....	135
Grandiose Selbstliebe: Narzissmus .....	138
Vermessenheit und die Unfähigkeit, das eigene Unvermögen zu erkennen .....	139
Sich selbst erkennen: Woher weiß ich, wer ich bin? .....	140
Wenn sich der Blick nach innen richtet: Introspektion .....	140
Selbstwahrnehmung .....	143
Sag du mir, wer ich bin: Soziale Vergleiche .....	143
Wie ich so gern wäre .....	146
Auf sich selbst achten .....	148
Sich selbst regulieren .....	148
Die ganze Welt ist Bühne .....	149
Das soziale Selbst .....	151
Nur gut, dass ich kein Bayer bin: Soziale Identität .....	152
Soziales Selbst und Kultur .....	152

<b>Kapitel 7</b>	
<b>Soziale Wahrnehmung .....</b>	<b>155</b>
Neue Bekanntschaften: Der erste Eindruck .....	155
Das Erste zuerst: Frühe Information .....	156
Ein Heiligenschein: Der Halo-Effekt .....	159
Was die Zielperson tut: Konkretes Verhalten und Eindrucksbildung .....	161
Schlussfolgerungen seitens der Beurteilenden .....	162
Gleich und Gleich gesellt sich gern: Der Similar-to-me-Effekt .....	162
Das Ziel im Blick: Motivierte Eindrucksbildung .....	163
Kognitive Ausrichtung .....	164
Eindrucksbildung für Profis .....	165

**Kapitel 8**

<b>»Warum nur, warum?« – Attribution</b> .....	<b>169</b>
Kausalität hilft: Verstehen, vorhersehen, Einfluss nehmen .....	169
Konsequenzen von Attributionen .....	170
Klassifikation von Antworten auf die Warum-Frage .....	172
Aller guten Dinge sind drei: Wichtige Dimensionen von Attributionen .....	172
Jetzt weiß ich, warum: Wie Menschen zu ihren Attributionen kommen .....	173
Leon und die Statistik: Das Kovariations- oder ANOVA-Modell nach Kelley .....	174
Wenn das Verhalten zum Handelnden passt: Korrespondierende Schlussfolgerungen .....	177
Weitere Attributionstheorien .....	179
Gefühle und Attributionen .....	180
Schachters Zwei-Faktoren-Theorie der Emotion .....	180
Nicht nur ein Klischee: Männliche Erregung macht Frauen attraktiv .....	181
Attributionsverzerrungen .....	182
Was kümmern mich die Umstände: Der fundamentale Attributionsfehler .....	183
Ich mach mir die Welt, wie sie mir gefällt: Weitere Attributionsverzerrungen .....	186
Sich selbst in positives Licht setzen: Selbstwertdienliche Verzerrung .....	186
Es lag doch nicht an mir: Selbstbehinderung .....	187
Wem Schlechtes widerfährt, ist selbst schuld: Der Glaube an eine gerechte Welt .....	187

**Kapitel 9**

<b>Das Ich und das Du: Enge soziale Beziehungen</b> .....	<b>189</b>
Die Bedeutung sozialer Beziehungen .....	189
Sozialer Magnetismus: Interpersonale Attraktion .....	190
Räumliche Nähe .....	191
Gleich und Gleich gesellt sich gern .....	191
Magst du mich, mag ich dich: Wechselseitige Zuneigung .....	196
Du bist ja so schön: Physische Attraktivität .....	197
Glücklich oder unglücklich: Die Bewertung von Beziehungen .....	202
Kosten und Nutzen: Die Theorie des sozialen Austauschs .....	202
Ausgewogen: Die Equity-Theorie .....	203
Enge Bindungen .....	204
Bindungsstile in der frühen Kindheit .....	204
Nähe oder lieber nicht? Bindungen im Erwachsenenalter .....	206
Liebe .....	207
Liebesstile .....	208
Macht und Ohnmacht der Gene .....	209

**TEIL IV**  
**DER MENSCH IST NIE ALLEIN** ..... 211

**Kapitel 10**  
**Gruppen** ..... 213

Was eine Gruppe ist	213
Wie wird eine Gruppe von außen wahrgenommen? Entitativität	214
Ich gehöre dazu: Selbstkategorisierung	215
Aufgehen in der Gruppe: Deindividuiierung	215
Warum überhaupt Gruppen?	216
Strukturelle Merkmale von Gruppen	218
Was erwünscht, ist auch erlaubt: Soziale Normen	218
Funktionen innerhalb der Gruppe: Soziale Rollen	219
Sozialer Status: Wer ist hier der Boss?	221
Prestigeträchtigt: Statussymbole	221
Sozioökonomischer Status	222
Wir gehören zusammen: Gruppenkohäsion	223
Gruppen »in action«	224
Schön, dass ihr da seid: Soziale Erleichterung	225
Macht ihr das mal: Soziale Faulenzen	227
Kreativität in Gruppen: Brainstorming	229
Hand in Hand in die kollektive Katastrophe: Gruppendenken	230
Gemeinsam zum Äußersten: Gruppenpolarisierung	232
Eine(r) geht voran: Führung in Gruppen	233
Sozialer Einfluss: Konformität, Devianz, Innovation und Gehorsam	236
Wer keine Vorstellung hat, hört auf die anderen: Wie eine soziale Norm entsteht	237
Anpassung wider besseres Wissen: Konformitätsdruck	238
Gegen den Strom schwimmen: Der soziale Einfluss von Minderheiten	241
Erschreckende Wahrheiten über den Gehorsam	245

**Kapitel 11**  
**Wir und ihr: Beziehungen zwischen Gruppen** ..... 249

Im Kampf um Ressourcen: Die Theorie des realistischen Gruppenkonflikts	250
Diskriminierung bei Gruppen, die eigentlich gar keine sind: Minimalgruppen	251
Wir sind besser als ihr: Die Theorie der sozialen Identität	253
Bedrohungen der sozialen Identität: Wahrgenommene Statusunterlegenheit	254
Können wir uns trotzdem vertragen?	255
Vorurteile	258
Woher Vorurteile kommen	260
Man wird sie kaum noch los: Warum Vorurteile so beständig sind	263
Wie man Vorurteile doch noch kleinkriegen kann: Kontakt und gemeinsame Aufgaben	264

**TEIL V**  
**DER BÖSE UND DER GUTE MENSCH** ..... 267

**Kapitel 12**

**Der »böse« Mensch schädigt andere: Aggression** ..... 269

Alles nur Chemie? Serotonin, Testosteron und Alkohol. ....	271
Schmetterlinge im Kopf: Serotonin .....	271
Aggression aus den Keimdrüsen: Testosteron .....	271
Zu tief ins Glas geschaut: Alkohol .....	273
Wenn es einem nicht gut geht: Unwohlsein als Auslöser aggressiven Verhaltens. ....	273
Autsch! Unerwarteter Schmerz und Aggression .....	274
Hitze macht aggressiv .....	274
Im Zusammenspiel mit den anderen: Situationen, die Aggressionen fördern .....	276
Nur nicht aufregen lassen: Provokation .....	276
Missmut und Verdruss: Frustration fördert Aggression. ....	277
Einfach mal nachmachen: Aggressive Vorbilder .....	280
Zum Wohle aller: Reduktion von Aggression. ....	282

**Kapitel 13**

**Der gute Mensch hilft: Prosoziales Verhalten und Altruismus** ..... 285

Gute Gründe, anderen zu helfen. ....	286
Helfen ohne eigenen Vorteil: Altruismus .....	287
Schlechte Gründe, anderen nicht zu helfen .....	290
Wie reagieren die anderen? Der Bystander-Effekt .....	291
Helfen oder nicht: Weitere Voraussetzungen für prosoziales Verhalten .....	292
Hilfsbereitschaft als Charakterzug: Die prosoziale Persönlichkeit .....	294
Sozialpsychologie für den Notfall: Wie Sie selbst am ehesten Hilfe erhalten .....	295

**TEIL VI**

**DER TOP-TEN-TEIL** ..... 297

**Kapitel 14**

**Zehn (plus zwei) bemerkenswerte sozialpsychologische Theorien** ..... 299

Mentale Abkürzungen. ....	299
Bewertungen aus dem Bauch heraus .....	300
Innere Widersprüche .....	300
Soziale Vergleiche .....	300
Die Welt verstehen .....	300
Enge Bindungen. ....	300
Konformität .....	301

Innovation durch Minderheiten .....	301
Rivalität zwischen Gruppen .....	301
Soziale Identität .....	301
Kontakt .....	302
Frustration führt zu Aggression.....	302

## **Kapitel 15**

### **Zehn (plus vier) wichtige Studien der Sozialpsychologie..... 303**

Das Wetter-Experiment .....	303
Chinesische Schriftzeichen.....	303
Rückmeldungen aus dem Gesicht.....	304
Eigenschaftswörter .....	304
Der abenteuerlustige Donald .....	304
Ärger oder Freude .....	304
Der fundamentale Attributionsfehler.....	304
Wärter und Gefangene .....	305
Der autokinetische Effekt .....	305
Konformität bei eindeutigen Fehlurteilen .....	305
Tödliche Elektroschocks .....	306
Diskriminierung im Ferienlager.....	306
Minimalgruppen .....	306
Aggressive Nachmacher .....	306

## **Kapitel 16**

### **Zehn wichtige Persönlichkeiten der Sozialpsychologie..... 307**

Gordon W. Allport .....	307
Solomon Asch.....	307
Leon Festinger .....	308
Fritz Heider .....	308
E. Tory Higgins .....	308
Daniel Kahneman .....	308
Norbert Schwarz .....	308
Muzafer Sherif .....	309
Henri Tajfel .....	309
Robert B. Zajonc.....	309

### **Abbildungsverzeichnis.....311**

### **Stichwortverzeichnis .....**313