

- Van Lange, P.A.M. & Rusbult, C.E. (2012). Interdependence theory. In P.A.M. Van Lange, A.W. Kruglanski & E.T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 251–272). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van Lange, P.A.M., Rusbult, C.E., Drigotas, S.M., Arriaga, X.B., Witcher, B.S. & Cox, C.L. (1997). Willingness to sacrifice in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1373–1395. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.72.6.1373>
- Van Vugt, M. (2009). Averting the tragedy of the commons. Using social psychological science to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 169–173. <http://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01630.x>
- Van Vugt, M., Meertens, R.M. & van Lange, P.A.M. (1994). Commuting by car or by public transportation? An interdependence theoretical approach. In U. Schulz, W. Albers & U. Müller (Eds.), *Social dilemmas and cooperation* (pp. 291–310). New York: Springer.
- Vuolevi, J.H.K. & Van Lange, P.A.M. (2010). Beyond the information given: The power of a belief in self-interest. *European Journal of Social Psychology*, 40, 26–34.
- Walster, E., Berscheid, E. & Walster, G.W. (1973). New directions in equity research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25, 151–176. <http://doi.org/10.1037/h0033967>
- Walster, E., Walster, G.W. & Berscheid, E. (1978). *Equity: Theory and research*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Weber, M. (1947). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: Mohr.
- Yamagishi, T. (1986). The provision of a sanctioning system as a public good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 110–116. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.51.1.110>
- Yamagishi, T. & Sato, K. (1986). Motivational bases of the public goods problem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 67–73. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.50.1.67>

## 2. Kapitel

## Soziale Repräsentationen – soziale Vorstellungen

Jennifer Stark, Tarek el Sehity und Erich Kirchler

## 1 Einführung und konzeptionelle Klärung

In diesem Kapitel wird die Theorie der sozialen Repräsentationen oder sozialen Vorstellungen beschrieben. Wir beginnen mit der Klärung des Begriffs, erläutern die Entstehung der Theorie und ihren theoretischen Hintergrund sowie die Verbreitung der Theorie. Im weiteren Verlauf werden strukturelle und prozessuale Aspekte sozialer Vorstellungen erörtert. Darauf folgt eine Übersicht gängiger Untersuchungsmethoden und Beispiele ihrer empirischen Anwendung. Schließlich wird Kritik an der Theorie angeführt und ein Ausblick auf weitere Entwicklungen gegeben.

## 1.1 Definition

Die Theorie sozialer Repräsentationen oder Vorstellungen wurde in den 1950er Jahren von Serge Moscovici entwickelt und in seinem Werk *La Psychanalyse, son Image et son Public* 1961 erstmals veröffentlicht. Sie bietet einen sozialpsychologischen Rahmen, um komplexe psychosoziale Phänomene und Prozesse in sich immer schneller wandelnden modernen Gesellschaften zu untersuchen, unter Berücksichtigung des historischen, kulturellen und makrosozialen Kontextes, in dem sie auftreten (Farr, 1996). Von der Forschungstradition her ist die Theorie einer soziologischen Sozialpsychologie zuzuordnen und kann als Gegenentwicklung zur psychologischen Sozialpsychologie angesehen werden, welche soziale Phänomene über das Individuum, sprich individuelle Prozesse, erforscht und für eine Individualisierung des Sozialen steht (Parales Quenza, 2005). Diese soziologische theoretische Ausrichtung der Sozialpsychologie geht auf Wilhelm Wundt zurück, der zwischen einer physiologischen Experimentalpsychologie und einer sozialen Kulturpsychologie differenzierte. Wundt (1900–1920) wies in seinen Arbeiten zur Völkerpsychologie darauf hin, dass sozialpsycholo-



gische Forschung nicht dem Paradigma der Experimentalpsychologie folgen sollte, sondern anderer theoretischer sowie methodologischer Ansätze bedarf (Farr, 1983).

Soziale Repräsentationen stellen Systeme von Werten, Ideen und Praktiken einer Gesellschaft dar, die zwei Funktionen erfüllen: Erstens erschaffen sie eine Ordnung, die es Individuen ermöglicht, relevante Phänomene zu verstehen und sich in ihrer materiellen und sozialen Welt zu orientieren, diese zu meistern. Zweitens ermöglichen sie die Kommunikation zwischen den Mitgliedern einer Gemeinschaft, indem sie einen Code für sozialen Austausch zur Verfügung stellen (Moscovici, 1976a) und insofern den Charakter eines sozialen Interaktionsmediums annehmen. Sie erlauben die eindeutige Benennung und Klassifizierung unterschiedlicher Aspekte ihrer Welt (Moscovici, 1973). Soziale Repräsentationen oder Vorstellungen (el Sehity & Kirchler, 2006) können sich in der Sprache und im Verhalten der Mitglieder einer Gesellschaft manifestieren sowie in objektivierter Form in Zeichnungen, Fotografien, Filmen, Büchern und anderen Medien (Voelklein & Howarth, 2005). Die Theorie sozialer Repräsentationen bietet Erklärung für viele sozialpsychologische Phänomene wie z. B. Attributionsprozesse, Einstellungen, Stereotype und soziale Identität (Flick, 1995).

## 1.2 Entwicklung der Theorie sozialer Repräsentationen

Ökonomische und politische Krisen, neue wissenschaftliche Entdeckungen oder unbekannte Krankheiten sind meist nicht vorhersehbare, wenig vertraute und somit neue und unbekannte Phänomene von individueller und gesellschaftlicher Relevanz. Sie dringen in den gesellschaftlichen Alltag ein und werden zum Gegenstand zwischenmenschlicher Diskurse beispielsweise unter Freunden, Arbeitskollegen oder in Wartezimmern sowie medialer Diskurse in Zeitungen, Internetforen oder Radio- und Fernsehdebatten. Sowohl Experten als auch Laien setzen sich mit dem unbekanntem, gesellschaftlich relevanten Thema auseinander und kommunizieren darüber. Experten nähern sich jedoch theoriegeleitet dem Thema. Sie sind gefordert, im Diskurs logischen Regeln zu folgen und suchen nach Möglichkeiten der empirischen Falsifikation der Aussagen und Thesen, die zum wissenschaftlichen Stand der Erkenntnisse gehören. Im Gegensatz zu Laien setzen sich Experten meist aus einer kleinen, oft geschlossenen kommunizierenden Gruppe zusammen (Duveen & Lloyd, 1990).

Moscovici schlägt in seiner Theorie die Unterscheidung des versachlichten („reifizierten“) Universums der Wissenschaften von dem konsensualen Universum der Laien vor. Geht es unter Experten „um die Sache“, so geht es Laien um die Verständigung und Vermittlung von Vorstellungsinhalten, die naturgemäß weniger abstrakt und umso bildlicher („figurativer“) sind. Sie diskutieren neue

Themen, vermischen hierbei Wissen mit persönlichen Anschauungen und Meinungen, kategorisieren die neuen Inhalte und integrieren sie so in die bereits vorhandenen Vorstellungen darüber. Das implizite Ziel besteht darin, das unbekannte Phänomen zu „begreifen“ und sich mit ihm vertraut zu machen. Die formalen und inhaltlichen Transformationen der Themen, wie auch der resultierende Erwerb von Alltagswissen durch die Entwicklung von Laientheorien erkannte Moscovici (1961) als Besonderheiten des Alltagsdiskurses. Nicht nur Moscovicis Interesse für die Besonderheiten des Alltagsdiskurses, sondern auch die sich für ihn daraus ergebende Frage, wie neue wissenschaftliche Konzepte und Begriffe sich in der Gesellschaft verbreiten und Teil des Alltagsverständnisses und Laienwissens werden, führten zur Entwicklung der „*théorie des représentations sociales*“ (Moscovici, 2001).

Das Ziel der Entwicklung dieser Theorie war es, einen konzeptionellen Rahmen zu schaffen, der Beschreibungen und Erklärungen ermöglicht, wie gesellschaftlich relevante Themen durch die Dynamik des Alltagsdiskurses zu einem gesellschaftlichen Gemeinplatz in der Gestalt von Laienwissen, Alltagsverständnis sowie Laientheorien werden (Wagner, 1994).

## 2 Theoretische Verankerung

Moscovici entwickelte seine Theorie der sozialen Repräsentationen ausgehend von Emile Durkheims (1889, 1996) Konzept der „*représentations collectives*“, welches maßgeblich von Wundts Arbeiten zur Völkerpsychologie beeinflusst ist (Farr, 1983). Durkheims (1898) kollektive Vorstellungen sind allgemeine, kulturell verankerte Kategorien, die gesellschaftliche Normen, Religion, Mythen, Ideologien, Weltanschauungen und Epistemologien beinhalten. Sie stellen für Durkheim eine Art von veränderungsresistentem Wissen dar, das eng mit einer gesellschaftlichen Autorität assoziiert ist und zum Bestand der etablierten gesellschaftlichen Ordnung ursächlich beiträgt. Um den konzeptionellen Unterschied zu Durkheims kollektiven Vorstellungen hervorzuheben, bediente sich Moscovici des Konzeptes der sozialen Vorstellungen. Mit dem Attribut des Sozialen versucht Moscovici die wesentlich instabilere und kurzlebige Natur der geteilten Vorstellungsinhalte in der etablierten Konsumgesellschaft des 20. Jahrhunderts hervorzuheben und präsentiert in diesem Sinne das Phänomen der sozialen Vorstellungen als ein neues gesellschaftliches Phänomen (Moscovici, 2001). Die fundamentalen gesellschaftspolitischen Veränderungen (z. B. die Etablierung demokratischer Regierungsformen), die rasanten technologischen Entwicklungen die innerhalb kürzester Zeit tief in den Alltag der Gesellschaften reichen (z. B. Telekommunikation), wie auch die wachsende geografische und sozioökonomische Mobilität der Gesellschaftsmitglieder führen zu einer noch nie erreichten Heterogenität der Gesellschaft und bilden den historischen Kontext dieser



sozialpsychologischen Theorie. Die Theorie beschreibt und erklärt die Bedingungen und Prozesse, die zu dem von einer Gruppe geteilten und sie charakterisierenden Phänomen der sozialen Repräsentationen führen. Diese sind eingebettet in den spezifischen historischen, kulturellen und makrosozialen Kontext einer Gruppe und können daher in sozialpsychologischen Studien immer nur in der Form von unabhängigen Variablen untersucht werden (Moscovici, 2001). Soziale Vorstellungen werden durch die Mitglieder einer Gruppe in ihrem alltäglichen Handeln und Kommunizieren wechselseitig konstruiert und nicht von Autoritäten vorgegeben (Wagner, Duveen, Farr, Jovchelovitch, Lorenzi-Cioldi, Marková & Rose, 1999). Sie ergeben sich daher aus einem gesellschaftlichen Bottom-up- und nicht aus einem institutionellen Top-down-Prozess.

## 2.1 Verbreitung der Theorie sozialer Repräsentationen

Während Moscovicis Theorie in romanischsprachigen Ländern großen Anklang findet, hat sie im deutsch- und englischsprachigen Raum weniger Aufmerksamkeit erregt. Ein wesentlicher Grund dafür liegt in der eingeschränkten sprachlichen Zugänglichkeit, da die ersten bedeutenden theoretischen sowie empirischen Arbeiten in französischer Sprache verfasst und erst Jahrzehnte später ins Englische und Deutsche übersetzt wurden (Voelklein & Howarth, 2005). So wurde Moscovicis Werk über die Diffusion der Psychoanalyse erst 2008 in englischer Sprache herausgegeben.

Ein weiterer Grund liegt in der methodischen sowie epistemologischen Ausrichtung der Theorie, die sich einer auf das Individuum reduzierenden Perspektive von gesellschaftlichen Phänomenen widersetzt. Moscovici ordnet seine Arbeiten einer holistischen „sozialen Sozialpsychologie“ zu und grenzt sich entsprechend von der individualistischen, gewissermaßen atomistischen Sozialpsychologie amerikanischer Prägung ab, die komplexe soziale Phänomene in Einzelkonzepten unterteilt und diese unabhängig voneinander und vom historischen sowie kulturellen Kontext am Individuum erforscht (Moscovici, 2001; Moscovici & Marková, 1998). Die Theorie der sozialen Repräsentationen hat eine konstruktivistische Prägung und erachtet Subjekt und Objekt als eine funktionelle interdependente Einheit, im Kontrast zu individualistisch ausgerichteten Methodologien, die Subjekt und Objekt als unabhängige Einheiten sehen (Duveen & Lloyd, 1990; Farr, 1996). Die Theorie verkörpert somit eine Sozialpsychologie, in der Diskurs sowie soziale Handlungen im Fokus der Aufmerksamkeit stehen, und Vorstellungen als aktive Neuerschaffungen eines sozialen Objektes angesehen werden. Somit grenzt sie sich von einer Sozialpsychologie ab, in der die soziale Kognition der Individuen als Resultat einer bereits gegebenen sozialen Realität konzipiert ist und Vorstellungen statische Abbilder dieser Realität sind (Duveen & Lloyd, 1990; Parales Quenza, 2005). Das Handeln von Individuen ist dem-

nach als Resultat gesellschaftlicher Prozesse zu erachten und kann nur unter der Berücksichtigung dieser beschrieben und erklärt werden. Daher sind Einstellungen, Überzeugungen, Werte und Meinungen in Bezug auf ein soziales Objekt auch nicht als individuelle und unabhängig voneinander bestehende soziale Phänomene zu sehen, sondern als voneinander abhängige Aspekte, die gemeinsam eine soziale Vorstellung ausmachen (Moscovici & Marková, 1998). Auch die methodische Verhaftetheit der individualistischen Sozialpsychologie im experimentellen Paradigma und ihr Selbstverständnis als Naturwissenschaft bedingt eine Abgrenzung von der „sozialen Sozialpsychologie“, die sich der Methodenvielfalt verschrieben hat und in ihrem Selbstverständnis Sozialwissenschaft ist (Farr, 1983; Parales Quenza, 2005).

Ein weiterer Grund für die verhaltene Annahme der Theorie in nicht romanischsprachigen Ländern stellt vermutlich die problematische Übersetzbarkeit des deutschen Begriffs „Vorstellung“ dar (el Sehity & Kirchler, 2006). Moscovici stützte die Entwicklung seiner Theorie auf Emile Durkheims (1889, 1996) Konzept der „représentations collectives“, welcher seinerseits den deutschen Begriff „Vorstellung“ von Arthur Schoppenhauer übernahm und ins Französische übersetzte. Während der deutsche Begriff „Vorstellung“ die aktive Konnotation des „Sich-Vorstellens“ beinhaltet, ist die französische Übersetzung „représentation“ eher in der passiven Bedeutung der „Darstellung“ geläufig. Diese Passivität schlägt sich noch mehr im englischen „representation“ und im deutschen Begriff „Repräsentation“ nieder (Verheggen, 1996). Um die der Theorie inhärente aktive Konnotation zum Ausdruck zu bringen, wird daher im Folgenden ausdrücklich von sozialen Vorstellungen anstelle von sozialen Repräsentationen gesprochen.

## 2.2 Soziale Vorstellungen

Das Phänomen der sozialen Vorstellungen umfasst sowohl spezielle Strukturen, die Gruppenmitglieder mit Möglichkeiten, einander zu verstehen, zu kommunizieren und zu handeln, versorgen, also das Produkt des Alltagsdiskurses, als auch den Prozess des Alltagsdiskurses, durch welchen diese Strukturen konstruiert und verändert werden (Duveen & Lloyd, 1990).

Wie bereits vermerkt, besteht die Hauptfunktion der sozialen Vorstellungen darin, unbekannte Inhalte vertraut zu machen, um ein bekanntes wie auch homogenes und konsensuales Umfeld für den Alltagsdiskurs zu kreieren. Das Unbekannte ist hierbei nicht nur im Sinne von unvertrauten Inhalten, Konzepten und Vorstellungen zu verstehen, sondern bezieht sich auch auf unbekannte Relationen zwischen bereits bekannten Inhalten. Der Übersetzungsprozess, durch den das Neue und Unbekannte zu etwas Bekanntem wird, stellt einen komple-



den kognitiven Prozess dar. Die neuen Inhalte werden anhand der bereits bestehenden sozialen Vorstellungen erfasst und anhand dieser analysiert, kategorisiert und – wenn möglich – integriert. Jedoch nicht alle neuen Inhalte und Relationen zwischen diesen lassen sich in die bestehenden sozialen Vorstellungen aufnehmen. Wenn die neuen Inhalte einen grundlegenden Widerspruch zu den bestehenden darstellen (ein Gruppenkonsens nicht möglich ist) oder nicht gesellschaftsfähig sind (gegen soziale Normen verstoßen) oder auch zu komplex für den Alltagsdiskurs sind, limitiert sich die Wahrscheinlichkeit, dass sie Bestandteil des gesellschaftlichen Diskurses werden (el Sehity & Kirchler, 2006).

Eine weitere wichtige Aufgabe sozialer Vorstellungen liegt in ihrer Filterfunktion. Neue Inhalte werden „gefiltert“ und angepasst, sodass sie die bestehenden sozialen Vorstellungen in ihrer Essenz nicht bedrohen und zerstören. Sie werden integrierbar und gesellschaftskonform gemacht. Diese Filterfunktion ergibt sich durch die strukturelle Organisation sozialer Vorstellungen, die für soziale Stabilität im Wissen und Meinen sorgt.

### 2.3 Struktur sozialer Vorstellungen

In sozialen Vorstellungen finden sich komplexe psychologische Inhalte und Prozesse. Elemente sozialer Vorstellungen sind Gefühle, gesellschaftliche Werte und Ideale, Konventionen, Traditionen, Attributionen, Einstellungen, Gebräuche und internalisierte Verhaltensweisen. Trotz dieser Komplexität oder gerade um dieser Komplexität gerecht zu werden, weisen soziale Vorstellungen eine bestimmte Organisationsform der Inhalte auf. Strukturell lassen sich die Inhalte einer sozialen Vorstellung in zwei Bereiche differenzieren: den zentralen Kernbereich und die Peripherie der Vorstellungsinhalte (Abric, 1984). Die beiden Bereiche weisen unterschiedliche Eigenschaften auf und erfüllen spezifische Funktionen.

Die Kernelemente repräsentieren die inhaltliche Basis, das Zentrum, um das jede soziale Vorstellung organisiert ist. Sie bilden den konsensualen Bestandteil einer sozialen Vorstellung, der die gemeinsamen Erfahrungen und Werte beinhaltet und historischen, ideologischen sowie normativen Ursprungs ist. Kernelemente sind salient, haben hohen Symbolgehalt sowie große Assoziationskraft (Parales Quenza, 2005) und üben zwei Funktionen aus: Erstens bestimmen sie die Bedeutung sozialer Vorstellungen und definieren den Gegenstand. Zweitens strukturieren sie soziale Vorstellungen. Sie bilden als Kern nicht nur eine stabile strukturelle Einheit, die von situativen Veränderungen unberührt bleibt, sondern strukturieren auch die denkbar möglichen Attribute der sozialen Vorstellung. Der Kern verleiht somit den peripheren Elementen ihre Bedeutung (Wagner, Valencia & Elejabarrieta, 1996). Die Kernelemente definieren eine soziale Vorstellung inhaltlich und bedingen insofern ihre Existenz.

Die peripheren Elemente verkörpern die Schnittstelle sozialer Vorstellungen zu anderen Vorstellungen und zur Realität. Ihre Bedeutung und Beziehungen zueinander und zum Kern können sich, je nach Kontext, stark ändern. Auch ermöglichen sie die individuelle Modifikation einer sozialen Vorstellung, indem sie die persönliche Geschichte und persönliche Erfahrungen des Individuums integrieren (Parales Quenza, 2005). Aufgrund dieser Flexibilität und individuellen Prägung können sie Unterschiede zwischen Gruppenmitgliedern und Subgruppen darstellen, sowie zeitlichen Veränderungen unterliegen (Wagner et al., 1996). Periphere Elemente bestimmen die Adaptierfähigkeit sozialer Vorstellungen an wechselnde Kontexte in dreierlei Hinsicht: (a) Sie elaborieren und konkretisieren den Kern möglichst verständlich im jeweiligen Kontext. (b) Sie passen sich den zeitlichen Entwicklungen des Kontextes an und sorgen für die Zeitgemäßheit der sozialen Vorstellung. (c) Sie schützen die Stabilität des Kerns, in dem sich in der Peripherie neue Attribute und Vorstellungen zu einer bestehenden sozialen Vorstellung zuordnen lassen (z. B. der Euro ist zwar eine übernationale neue Währung, aber ist auch *unsere* Währung). Aufgrund ihrer Kontextsensitivität ermöglichen die peripheren Elemente situationsspezifisches Handeln und die Anpassung an das alltägliche Leben (Flament, 1989; Flament, 1994).

Ist eine Gruppe mit einem unerwarteten Ereignis konfrontiert (z. B. eine Wirtschaftskrise), so entsteht zuerst der Kern der sozialen Vorstellung (z. B. USA, Banken, Wirtschaftskrise) und darauf folgend die Peripherie (z. B. Inflation, Kurzarbeit, Angst; Gangl, Kastlunger, Kirchler & Voracek, 2012). Hierbei dienen die Kernelemente als Kategorisierungssystem für die peripheren Elemente. Aufgrund seines sinngebenden sowie normativen Charakters legitimiert der Kern die handlungsweisenden peripheren Elemente. Die Komplexität und Funktionalität der Struktur sozialer Vorstellungen spiegelt sich in den kognitiven Prozessen, welche ihrer Entstehung unterliegen und im folgenden Abschnitt erläutert werden.

### 2.4 Kognitive Prozesse sozialer Vorstellungen

Unerwartete Ereignisse wie auch unbekannte Phänomene können das gemeinschaftliche Zusammenleben einer Gruppe stören und zu einem bedrohlichen Faktor für die Identität einer Gruppe werden. Die Gruppe ist mit dieser Störung oder Bedrohung konfrontiert und muss damit umgehen.

Moscovici (1976b) unterscheidet hierbei zwei Arten der Bewältigung: materielle und symbolische Bewältigung. Die materielle Bewältigung wird von Experten ausgeführt. Die symbolische Bewältigung wird von den Gruppenmitgliedern getragen und findet im Rahmen des Alltagsdiskurses dieser Gruppe statt. Finden unbekannte, relevante und bedrohliche Inhalte Eingang in den Alltagsdis-



kurs einer Gruppe, so kommt es zu einer Konfrontation des Unbekannten mit bereits bestehenden sozialen Vorstellungen. Um das Unbekannte zu verstehen und darüber kommunizieren zu können, muss es einen Namen erhalten und Eigenschaften annehmen sowie in einem Symbol oder Bild veranschaulicht werden. Es muss von abstraktem zu konkretem und damit in der Kommunikation und im Handeln handhabbaren Wissen kommen. Zwei kognitive Prozesse erlauben die Transformation des Abstrakten in konkretes, anschauliches Wissen: Verankerung und Objektivierung. Diese Prozesse laufen schrittweise ab, wobei die Verankerung der Objektivierung vorangeht.

Unter Verankerung ist ein Ordnungsprozess zu verstehen, der ähnlich dem Prozess der Kategorisierung abläuft. Das Gedächtnis wird nach vorhandenen Vorstellungen abgesucht, die dem unbekanntem Phänomen ähnlich sind, um dieses anhand von bekannten Kategorien zu klassifizieren und zu benennen. Der Prozess der Verankerung erfordert komplexe kognitive Operationen, da unbekannte Inhalte sowohl im Kontrast als auch in Ähnlichkeit zu bekannten vorgestellt und benannt werden (el Sehity & Kirchler, 2006). Der Verankerungsprozess wirkt sich sowohl auf die zu verankernden Inhalte als auch auf bereits bestehende Vorstellungen aus. Unbekannte Inhalte erfahren eine Konventionalisierung, das heißt, sie werden unter den gesellschaftlich bestehenden Inhalten verankert und in der Begrifflichkeit vertrauter Schemata bezeichnet. Bestehende etablierte soziale Vorstellungen erfahren durch die Integration der neuen Inhalte eine Veränderung (Wagner et al., 1999). Diese Veränderungs- oder Anpassungsprozesse verdeutlichen den dynamischen Aspekt sozialer Vorstellungen. Der Prozess der Verankerung gewährt Einblick in die strukturelle Beschaffenheit sozialer Vorstellungen und verdeutlicht die Anpassungsfunktion der peripheren Elemente.

Der Prozess der Objektivierung umfasst die qualitative Ausprägung sozialer Vorstellungen, das heißt, die gruppeneigene Interpretation der verankerten Inhalte sowie ihre Veranschaulichung. Vorstellungen sind derart, dass sie unweigerlich nach Bildhaftigkeit verlangen. Unbekanntes ist jedoch abstrakt und nicht anschaulich (el Sehity & Kirchler, 2006). Während die Verankerung ein Prozess ist, der die Grundlage und den Kontext für die bildliche Vorstellung bereitet, ist die Objektivierung ein Mechanismus, welcher den Inhalten der sozialen Vorstellung eine spezifische Form gibt. Im Laufe des Prozesses entsteht ein Symbol, eine Metapher oder ein bildlicher Ausdruck, welcher das neue Phänomen oder die neue Idee verkörpert. Diese Veranschaulichung oder Verbildlichung, auch als figurativer Kern bezeichnet, beinhaltet die Essenz der sozialen Vorstellung, macht sie sichtbar und „begreifbar“. Die Ausprägung des figurativen Kerns hängt von den Charakteristika der jeweiligen Gruppe sowie deren Alltagserfahrungen ab und wird durch den verhandelten Konsens der Gruppe bestimmt (Wagner, 1996). Im Prozess der Objektivierung wird die Konkretisierungsfunktion sozialer Vorstellungen erkennbar.

## 2.5 Entwicklungs- und Transformationsprozesse sozialer Vorstellungen

Die Beschaffenheit sowie die Entstehung sozialer Vorstellungen implizieren eine genetisch sozialpsychologische Perspektive. Ihre Strukturen sind Konstruktionen, welche das Ergebnis eines Entwicklungsprozesses sind. Soziale Vorstellungen sind keine endgültigen, unveränderlichen Produkte. Sie unterliegen ständigen Transformationen und bewirken ihrerseits Transformationsprozesse in sozialen Gruppen und bei deren Mitgliedern. Drei Arten von Transformation können in Zusammenhang mit sozialen Vorstellungen unterschieden werden: Soziogenese, Ontogenese und Mikrogenese (Duveen & Lloyd, 1990).

### 2.5.1 Soziogenese

Soziogenetische Prozesse führen zur Entstehung, Konstruktion und Veränderung von sozialen Vorstellungen. Soziogenese ist zeitlich gebunden, sprich, sie vollzieht sich immer zu einem bestimmten Zeitpunkt. Erhebt man die soziale Vorstellung einer bestimmten Gruppe zu einem sozialen Objekt, so kann sich die aktuelle Beschreibung der sozialen Vorstellung von einer zukünftig erhobenen unterscheiden. Die Gruppencharakteristika sowie die sozialen Objekte unterliegen Veränderungen über die Zeit, und folglich unterliegen auch die jeweiligen sozialen Vorstellungen Veränderungen. Somit wird die historische Dimension sozialer Vorstellungen deutlich (Duveen & Lloyd, 1990). Abbildung 1 veranschaulicht die Entstehung sozialer Vorstellungen (nach Wagner et al., 1999, S. 98).

### 2.5.2 Ontogenese

Entwicklungsprozesse, die Individuen in Beziehung mit sozialen Vorstellungen durchlaufen, sind ontogenetischer Natur. Kinder, die Zugang zu den sozialen Vorstellungen ihres sozialen Umfeldes erlangen, oder Individuen jedes Alters, die sich mit neuen sozialen Vorstellungen auseinandersetzen müssen, um Teil einer neuen Gruppe zu werden, durchlaufen ontogenetische Prozesse (Duveen & Lloyd, 1990). In der Auseinandersetzung mit einer sozialen Vorstellung konstruieren Individuen die soziale Identität, die sie übernehmen (Duveen & Lloyd, 1986). Soziale Vorstellungen über Geschlecht oder Hautfarbe schreiben Männern und Frauen unterschiedlicher Hautfarbe die Übernahme einer korrespondierenden sozialen Identität obligatorisch vor. Soziale Vorstellungen über Berufe schreiben keine obligatorischen sozialen Identitäten vor, sondern nur vertragliche. Man übernimmt diese Identitäten mit dem Eintritt in die Gruppe oder soziale Kategorie des entsprechenden Berufes.



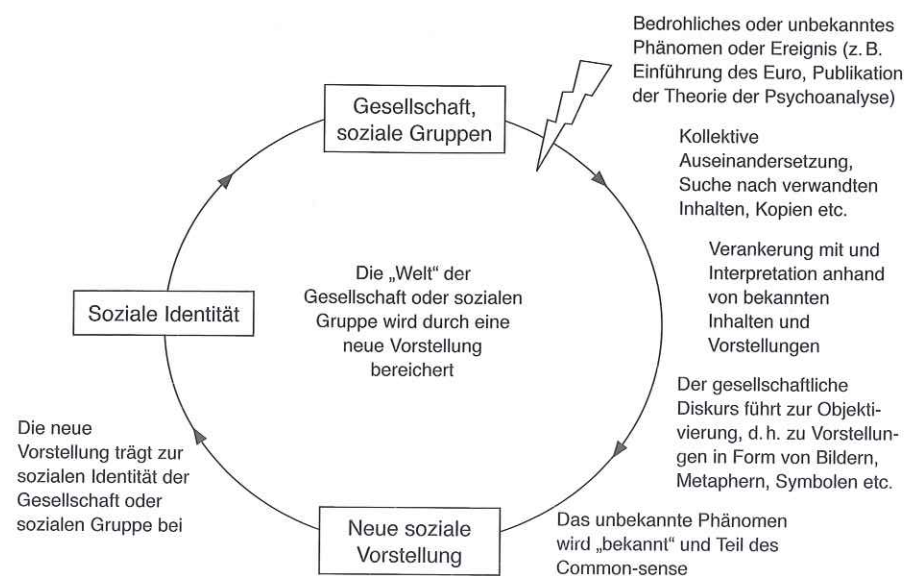


Abbildung 1:  
Soziogenese sozialer Vorstellungen (nach Wagner et al., 1999, S. 98)

### 2.5.3 Mikrogenese

Die Mikrogenese umfasst alle Kommunikationsprozesse in sozialen Interaktionen. Im Zuge des Diskurses werden die sozialen Identitäten, die Individuen zu Beginn der sozialen Interaktion in ihrem Handeln zeigen sowie die sozialen Vorstellungen, auf denen diese Identitäten basieren, diskutiert, elaboriert und verhandelt. Da soziale Identitäten nicht festgelegt und unveränderlich sind, sondern vielmehr in jeder sozialen Interaktion neu konstruiert werden, führt jeder mikrogenetische Prozess unweigerlich zu Veränderung und kann ontogenetische sowie soziogenetische Prozesse auslösen (Duveen & Lloyd, 1990).

### 3 Empirische Befunde

Die Komplexität sozialer Vorstellungen sowie das Ziel der Theorie, soziale Prozesse und Phänomene in ihrem historischen sowie kulturellen Kontext zu erforschen, erfordert methodische Vielfalt und eine sorgfältige Auswahl an Forschungsstrategien. Sowohl qualitative als auch quantitative Methoden werden zur Untersuchung sozialer Vorstellungen angewandt. Zu den gängigsten Methoden zählen Interviews und Befragungen, Fokusgruppen, Ethnografie, Inhaltsanalysen, die Analyse freier Assoziationen sowie Experimente. Diese Methoden

können einzeln angewandt werden, jedoch empfiehlt Farr (1993) den multiplen Einsatz.

Im Folgenden werden drei Studien als Beispiele des Einsatzes verschiedener Methoden zur Untersuchung sozialer Vorstellungen vorgestellt. Im ersten Beispiel wurde die soziale Bedingtheit sozialer Vorstellungen anhand der Inhaltsanalyse von Medientexten untersucht. Das zweite Beispiel beschreibt die Untersuchung der kognitiven Bedingtheit sozialer Vorstellungen mittels Analyse freier Assoziationen zu einem Stimuluswort. Das dritte Beispiel beschreibt die Untersuchung der Ontogenese sozialer Vorstellungen mittels Ethnografie.

### 3.1 Die Psychoanalyse und ihr Image

Moscovici (1961) analysierte zur Untersuchung der sozialen Grundlage in der Entstehung sozialer Vorstellungen den Inhalt von 1 451 Artikeln über die Psychoanalyse, die im Zeitraum von 1952 bis 1953 in 241 Zeitschriften erschienen waren. Die Inhalte wurden nach Definitionen der Psychoanalyse, den ihr zugeschriebenen Handlungsbereichen, Themen psychoanalytischer Erklärungen und der Rolle der Psychoanalyse analysiert. Auch wurden Einstellungen zur Psychoanalyse, der Kommunikationsstil der Artikel und die Ziele der Autoren untersucht. Die Analyse ergab drei Kommunikationsstile, Diffusion, Propagierung und Propaganda, die anhand der Organisiertheit der Nachricht, des vermittelten sozialen Modells, der Beziehung zwischen Sender und Empfänger sowie des Zieles der Nachricht in Bezug auf erwünschtes Verhalten unterschieden werden können. Diese vier qualitativen Unterscheidungsebenen der drei Kommunikationsstile lassen sich wie folgt beschreiben:

- Organisiertheit der Nachricht:* Während Diffusion durch lose geordnete und uneinheitliche Inhalte charakterisiert ist, sind Propagierung und Propaganda durch systematische inhaltliche Organisiertheit charakterisiert. Im Fall der Propaganda weist die Organisation zusätzlich eine Dichotomisierung auf sowie die Polarisierung der Bedeutung.
- Das in der Nachricht vermittelte soziale Modell:* Diffusion zeigt eine „bewegliche“ Menge an Themen auf, die nicht streng definiert oder begrenzt sind. Auch laufen sie zufällig sowie gleichzeitig um mehrere Bezugsthemen zusammen, die kultureller, politischer und religiöser Natur sein können und zu einer heterogenen Nachricht führen. Propagierung und Propaganda übermitteln Modelle, die von ausdrücklichen normativen Werten geprägt sind. Während Propagierung eher mit Überzeugung arbeitet, ist Propaganda stark autoritär.
- Verhältnis zwischen Sendern der Nachricht und Empfängern:* Diffusion sieht die Empfänger der Nachricht als Mitglieder einer Gemeinschaft, die eine



Reihe sozialer Bedürfnisse und Zugehörigkeiten haben. Die übermittelten Botschaften werden in einem Anpassungsprozess zwischen der Presse und der Öffentlichkeit verhandelt und verfolgen kein instrumentelles Ziel. Im Gegensatz dazu haben Propagierung und Propaganda die Steuerung des Handelns der Empfänger zum Ziel. Der Sender ist eine autonome und einflussreiche Institution, die eine klare Position bezieht und eindeutige Anweisungen gibt. Die Nachricht ist instrumenteller Natur und berücksichtigt nicht die Bedürfnisse der Empfänger.

- d) *Ziel der Nachricht bezüglich des erwünschten Verhaltens*: Propaganda verfolgt das Ziel eines schnellen und speziellen Eingreifens der Gruppe in einem bestimmten Kontext. Propagierung zielt auf die Kontrolle des bestehenden Verhaltens ab. Diffusion hingegen bietet mehrere Handlungsmöglichkeiten an. Auch die Beziehung von Mitteilung und Handlung unterscheidet sich in den drei Kommunikationsstilen. Während Propaganda eine enge Beziehung voraussetzt und Propagierung sie impliziert, basiert Diffusion auf einer teilweisen Beziehung.

Bürgerlich orientierte Zeitschriften zeigten Diffusion, christlich-konservativ orientierte Propagierung und kommunistisch orientierte Propaganda als Kommunikationsstil.

### 3.2 Euro – Teuro

Kirchler und el Sehity (2004) untersuchten in einer europaweiten Studie die strukturelle und inhaltliche Entwicklung sozialer Vorstellungen über den Euro zur Zeit der physischen Einführung der neuen Währung. Besonderes Augenmerk galt der kognitiven Basis der Entwicklung sozialer Vorstellungen. Da die Einführung des Euro in zwei Phasen erfolgte und der Euro zuerst als abstraktes Buchgeld und ab Januar 2002 als physisches Bargeld sozial präsent wurde, lassen sich Veränderungen in der sozialen Vorstellung von den Währungen auf den physischen Umgang mit der neuen Währung zurückführen. Das abstrakte soziale Objekt „Buchgeld Euro“ manifestierte sich gewissermaßen über Nacht als konkretes „Bargeld Euro“.

In den Jahren 2001 und 2002 wurden von 2700 Studierenden aus zehn europäischen Staaten Assoziationsdaten zu der jeweiligen ehemaligen Nationalwährung und zum Euro mittels Fragebogen erhoben. Die Untersuchung zeigte, dass die Inhalte der Assoziationen zum Euro im Laufe der Zeit in allen Ländern homogener wurden. Je vertrauter der Euro wurde, desto weniger verschiedene Assoziationen resultierten und desto deutlicher hob sich die Kernvorstellung („neue europäische Währung“) von den peripheren Elementen ab (el Sehity, Kirchler & Muehlbacher, 2003). Inhaltlich zeigten sich mit der Einführung des Euro in

den Wirtschaftsalltag klassische Begleiterscheinungen der Objektivierung: Neologismen, wie „Teuro“, entstanden. Die anfangs ungewisse wirtschaftliche Entwicklung der neuen Währung wandelte sich in eine zunehmend gewisse: So zeigten sich Verankerungsprozesse durch die neue europäische Einheitswährung einerseits in der Anlehnung an die etablierte Weltwährung US-Dollar und andererseits in der zunehmenden Abgegrenztheit der Vorstellung von den alten Nationalwährungen. Attribute des US-Dollar wurden 2002 auf den Euro übertragen (z. B. internationaler Wettbewerb, Globalisierung, Kapitalismus), so dass der Euro als wirtschaftliche Realität analog dem Dollar erfasst wurde. Umgekehrt profilierte sich der Euro (z. B. neu, modern, europaweit, Zukunft) inhaltlich gegenüber den ehemaligen Nationalwährungen (z. B. alt, traditionell, kulturell, Geschichte). Die ehemaligen Nationalwährungen, die der Euro ersetzte, wurden somit vom Vorgänger zum konzeptionellen Gegensatz des Euro, der – was wesentlicher Inhalt einer aufwendigen Europäischen-Wirtschafts-und-Währungsunion-weiten Öffentlichkeitskampagne seitens der Europäischen Zentralbank war – dennoch „unser Geld“ wurde.

### 3.3 Ontogenese der sozialen Vorstellung „Geschlecht“

Lloyd und Duveen (1989, 1992) und Duveen und Lloyd (1993) untersuchten mittels Ethnografie in einer Serie von Studien die Ontogenese der Geschlechtsidentität und die ihr zugrunde liegenden sozialen Vorstellungen des Geschlechts bei Kindern im Vorschul- und Schulalter. Da das Geschlecht eine der wichtigsten und ersten sozialen Vorstellungen darstellt, mit denen sich Kinder auseinandersetzen müssen und die Geschlechtsidentität eine der ersten sozialen Identitäten ist, die Kinder übernehmen, ist es der ideale Untersuchungsgegenstand, um ontogenetische Veränderungen sowie die Wirksamkeit sozialer Vorstellungen auf die soziale Identität zu untersuchen. Verhaltensbeobachtung und einfache Interviews wurden als Erhebungsmethode gewählt, da in diesen Altersstufen das Spiel der Kinder und ihr Verhalten sowie ihre Kommunikation untereinander viel reichhaltiger an Information sind als ihr reflexives Denken.

Im Kindergarten beobachteten Lloyd und Duveen das Spiel der Kinder mit Spielzeug, welches zuvor in Befragungen von Erwachsenen klar als maskulines oder feminines Spielzeug identifiziert worden war. Die Wahl des Spielzeugs wurde als Indikator für das Ausmaß herangezogen, in welchem das Geschlecht das Verhalten eines Kindes bestimmt. Bereits im Alter von vier Jahren zeigte sich eine Asymmetrie in der Wahl des Spielzeugs. Während Jungen klar das als maskulin befundene Spielzeug präferierten und feminines mieden, spielten Mädchen gleich häufig mit sogenanntem maskulinem und femininem Spielzeug. In einfachen Befragungen dieser Kinder zeigte sich, dass sie dasselbe Wissen über die geschlechtliche Zuordnung des Spielzeugs hatten. Beide Geschlechter hatten



also eine ähnliche soziale Vorstellung von Geschlecht. Jungen drückten in der Wahl des Spielzeuges ihre Geschlechtsidentität aus, während dies bei Mädchen nicht der Fall war.

In zwei Volksschulen beobachteten Duveen und Lloyd über den Zeitraum eines Schuljahres das Verhalten aller Erstklässler im Klassenzimmer. Auch interviewten sie die Kinder. Es zeigte sich, dass das Geschlecht die Aktivitäten der Kinder bestimmte. Sowohl im Umgang mit Klassenkollegen, insbesondere in der Wahl der Spielgefährten, als auch in der Wahl der Spielobjekte und in der räumlichen Nutzung des Klassenzimmers war der Einfluss der sozialen Vorstellung auf die soziale Identität und das Verhalten sichtbar. Jungen verbrachten die meiste Zeit mit Jungen und separierten sich räumlich von Mädchen. Mädchen verhielten sich analog. Die Analyse der Interviews und der Inhalte der Gespräche der Kinder untereinander zeigte, dass Jungen und Mädchen ähnliche Vorstellungen über Geschlecht hatten. Die Struktur dieser Vorstellungen war deutlich bipolar. Auch inhaltlich war eine klare Trennung von maskulin und feminin zu erkennen. Maskulines steht in engem Zusammenhang und separiert sich deutlich von Femininem. Auch zeigte sich, dass die Geschlechtsidentitäten trotz geteilter sozialer Vorstellung unterschiedlich waren.

#### 4 *Forschungsperspektive und Kritik an der Theorie*

Im Vergleich zu anderen sozialpsychologischen Theorien regt die Theorie der sozialen Vorstellungen oft eine breite sozialwissenschaftliche Diskussion an, die nicht selten einen erkenntnistheoretischen Fokus hat. Dies ist nicht zuletzt auch auf die kritische Grundeinstellung zurückzuführen, die in Moscovicis Arbeit gegenüber der experimentellen Sozialpsychologie zum Ausdruck kommt. Sein Vorwurf, dass der methodische Individualismus, wie er auch der experimentellen Sozialpsychologie eigen ist, zu einer Verfälschung der sozialen Phänomene und Prozesse führt, die sie untersuchen (Moscovici, 2001), geht nicht zuletzt auch auf Kosten der Klarheit der Konzepte, die entwickelt wurden. Holistische Theorien haben die Eigenheit, dass sich Prozesse und Phänomene, die sie beschreiben, nicht in einen anderen theoretischen Korpus übertragen lassen ohne hierdurch verfälscht zu werden. Es ist vor diesem Hintergrund, dass selbst die Übersetzung der Termini einer Theorie oft nur beschränkt gelingt, geschweige denn der Vergleich der Konzepte und beschriebenen Prozesse mit anderen Theorien. Entsprechend betrifft eine häufig geäußerte Kritik die Breite und Vagheit der Theorie. In diesem Zusammenhang werden die Definition in Form einer Beschreibung sowie ambigüe teils kontradiktorische Ausführungen Moscovicis genannt. Auch die Überlappung mit und somit nicht eindeutige Abgrenzbarkeit von anderen sozialpsychologischen Konzepten wird bemängelt. Der Gebrauch des Begriffs „Konsens“ respektive seine Interpretation im Rahmen der Theorie treffen eben-

falls auf Kritik (Potter & Litton, 1985; Potter & Wetherell, 1987; Verheggen & Baerveldt, 2007).

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die Gewichtung kognitiver Prozesse und die Neigung zum kognitiven Reduktionismus. Die Ähnlichkeit der Prozesse Verankerung und Objektivierung mit den kognitionspsychologischen Begriffen Kategorisierung und Schemata treten hier hervor. Weiter wird in diesem Zusammenhang die Fokussierung auf Kategorisierung und Vernachlässigung von Partikularisierung und Negation genannt (Billig, 1993; Potter & Billig, 1992). Während Kategorisierung den Prozess der Einordnung eines sozialen Objekts in eine generelle Kategorie beschreibt, umfasst Partikularisierung alle Prozesse, in denen ein soziales Objekt als speziell oder Sonderfall behandelt wird und somit aus einer Kategorie ausgegliedert oder von ihr unterschieden wird (Billig, 1985).

Ebenfalls im Fokus der Kritik stehen einerseits Moscovicis strikte Trennung zwischen der versachlichten Welt der Experten und der konsensualen Welt der Laien, und andererseits die Interpretation von Phänomenen wie Ideologie und Konsens auf denen die Theorie aufbaut. Beide Punkte behindern eine kritische Auseinandersetzung mit der Theorie. Auch wird kritisiert, dass Konzepte wie Macht, Einfluss, Ideologie und Konflikt wenig Berücksichtigung in der Theorie finden (Jahoda, 1988; McKinlay & Potter, 1987; Parker, 1987). Eine ausführlichere Darstellung und Diskussion der Kritikpunkte findet sich bei Voelklein und Howarth (2005).

Zukünftige Arbeiten werden einen verschärften Fokus auf die Akteure, ihre sozialen Interessen und Agenden legen müssen. Die Theorie der sozialen Vorstellungen bietet den konzeptionellen Raum, um die sozialen Vorstellungen auch vor dem Hintergrund dominanter wie dominierter sozialer Gruppen und deren Interessen zu analysieren. Wichtige Hinweise hierzu lassen sich auch in Moscovicis Arbeiten zum Einfluss von Minoritäten auf die Mehrheit finden. Die „Reifizierung“, wie sie dem akademischen Diskurs zu den sozialen Vorstellungen eigen ist, opfert die den sozialen Vorstellungen fundamentale Eigenheit, nämlich die eines Mediums. Soziale Vorstellungen sind Sprache und Symbole und erst im weiteren Schritt reifizierte Schrift und Zeichen. Die Macht, die die soziale Wirklichkeit definiert, ist im Letzteren bereits enthalten und insofern lassen sich folgerichtig Arbeiten neueren Datums erkennen, die sich der Theorie der sozialen Vorstellungen bedienen, um einen alternativen Blick auf unsere Geschichte zu werfen (z. B. Jovchelovitch, 2012; Knights, 2012), die Situation potenziell benachteiligter gesellschaftlicher Gruppen zu beleuchten (z. B. Kus, Liu & Ward, 2013; Sibley & Liu, 2012) und eine Beschreibung wirtschaftlicher Prozesse zu erhalten die nicht von Experten definiert werden (z. B. Gangl, Kastlunger, Kirchler & Voracek, 2012; Penz & Sinkovics, 2013).



## 5 Fazit

Die Theorie sozialer Vorstellungen bietet einen konzeptionellen Rahmen, um komplexe psychosoziale Phänomene und Prozesse in ihrer weiteren gesellschaftlichen Bedeutung zu untersuchen und zu verstehen. Als Anwendungsgebiete kommen alle Themenbereiche infrage, über die Individuen in Gruppen kommunizieren. Die methodische Vielfalt ermöglicht es sowohl quantitative als auch qualitative Aussagen zu tätigen. Trotz all dieser Vorteile sollen die angeführten Kritikpunkte nicht außer Acht gelassen werden. Während einige Kritikpunkte vernachlässigbar sind, würde eine genaue Auseinandersetzung mit anderen Aspekten auf wissenschaftlicher Ebene zu einer wertvollen Weiterentwicklung der Theorie führen. Ob des immer schneller verlaufenden Wandels und der stetig zunehmenden Komplexität gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Strukturen und Prozesse, ist die Theorie der sozialen Vorstellungen auch in Zukunft für die Erforschung sozialpsychologischer Phänomene von Relevanz.

## Literatur

- Abric, J.-C. (1984). A theoretical and experimental approach to the study of social representations in a situation of interaction. In R. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 223–250). Cambridge: Cambridge University Press.
- Billig, M. (1985). Prejudice, categorization and particularization: From a perceptual to a rhetorical approach. *European Journal of Social Psychology*, 15, 79–103. <http://doi.org/10.1002/ejsp.2420150107>
- Billig, M. (1993). Studying the thinking society: Social representations, rhetoric, and attitudes. In G. M. Breakwell & D. V. Canter (Eds.), *Empirical approaches to social representations* (pp. 39–62). Oxford: Oxford University Press.
- Durkheim, E. (1889, Edition 1996). Individuelle und kollektive Vorstellungen. In E. Durkheim (Hrsg.), *Soziologie und Philosophie* (S. 45–83). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Durkheim, E. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphysique et de Morale*, VI, 273–302.
- Duveen, G. & Lloyd, B. (1986). The significance of social identities. *British Journal of Social Psychology*, 25, 219–230. <http://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1986.tb00728.x>
- Duveen, G. & Lloyd, B. (1990). Introduction. In G. Duveen & B. Lloyd (Eds.) *Social representations and the development of knowledge* (pp. 1–10). Cambridge: Cambridge University Press.
- Duveen, G. & Lloyd, B. (1993). An ethnographic approach to social representations. In G. M. Breakwell & D. V. Canter (Eds.), *Empirical approaches to social representations* (pp. 90–109). Oxford: Oxford University Press.
- Farr, R. (1983). Wilhelm Wundt (1832–1920) and the origins of psychology as an experimental and social science. *British Journal of Social Psychology*, 22 (4), 289–301. <http://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1983.tb00596.x>
- Farr, R. (1993). Theory and method in the study of social representations. In D. Canter & G. Breakwell (Eds.), *Empirical approaches to social representations* (pp. 15–38). Oxford: Clarendon Press.
- Farr, R. (1996). *The roots of modern social psychology*. Oxford: Blackwell.
- Flament, C. (1989). Structure et dynamique des représentations. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 204–219). Paris: Presses Universitaires de France.
- Flament, C. (1994). Aspects périphériques des représentations sociales. In C. Guimelli (Ed.), *Structures et transformations des représentations sociales* (pp. 85–118). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.
- Flick, U. (Hrsg.). (1995). *Psychologie des Sozialen. Repräsentationen in Wissen und Sprache*. Reinbek: Rowohlt.
- Gangl, K., Kastlunger, B., Kirchler, E. & Voracek, M. (2012). Confidence in the economy in times of crisis: Social representations of experts and laypeople. *The Journal of Socio-Economics*, 41 (5), 603–614. <http://doi.org/10.1016/j.soccc.2012.05.018>
- Jahoda, G. (1988). Critical notes and reflections on 'social representations'. *European Journal of Social Psychology*, 18 (3), 195–209. <http://doi.org/10.1002/ejsp.2420180302>
- Jovchelovitch, S. (2012). Narrative, memory and social representations: A conversation between history and social psychology. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 46 (4), 440–456. <http://doi.org/10.1007/s12124-012-9217-8>
- Kirchler, E. & el Sehity, T. (2004). *Bericht über das Forschungsprojekt: Der Euro. Eine Studie zur Entwicklung der sozialen Vorstellung einer neuen Währung*. Forschungsbericht am Institut für Psychologie, Universität Wien.
- Knights, M. (2012). Taking a historical turn: Possible points of connection between social psychology and history. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 46 (4), 584–598. <http://doi.org/10.1007/s12124-012-9211-1>
- Kus, L., Liu, J. & Ward, C. (2013). Relative deprivation versus system justification: Polemical social representations and identity positioning in a post-Soviet society. *European Journal of Social Psychology*, 43 (5), 423–437. <http://doi.org/10.1002/ejsp.1958>
- Lloyd, B. & Duveen, G. (1989). The reconstruction of social knowledge in the transition from sensorimotor to conceptual activity: The gender system. In A. Gellatly, D. Rogers & J. Sloboda (Eds.), *Cognition and social worlds* (pp. 83–98). Oxford: Oxford University Press.
- Lloyd, B. & Duveen, G. (1992). *Gender identities and education: The impact of starting school*. London: Harvester-Wheatsheaf.
- McKinlay, A. & Potter, J. (1987). Social representations: A conceptual critique. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 17 (4), 471–487. <http://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1987.tb00109.x>
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Presse Universitaire de France.
- Moscovici, S. (1973). Introduction. In C. Herzlich, *Health and illness. A social psychological analysis*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1976a). Introduction. In S. Moscovici, *Social influence and social change*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1976b). *La psychanalyse, son image, son public* (2nd ed). Paris: Presses Universitaires de France.



- Moscovici, S. (2001). The phenomenon of social representations. In S. Moscovici & G. Duveen (Eds.), *Social representations – Explorations in social psychology* (pp. 18–77). New York: New York University Press.
- Moscovici, S. & Marková, I. (1998). Presenting social representations: A conversation. *Culture & Psychology, 4* (3), 371–410. <http://doi.org/10.1177/1354067X9800400305>
- Parales Quenza, C.J. (2005). On the structural approach to social representations. *Theory & Psychology, 15* (1), 77–100. <http://doi.org/10.1177/0959354305049746>
- Parker, I. (1987). Social representations: Social psychology's (mis) use of sociology. *Journal for the Theory of Social Behaviour, 17* (4), 447–470. <http://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1987.tb00108.x>
- Penz, E. & Sinkovics, R. R. (2013). Triangulating consumers' perceptions of payment systems by using social representations theory: A multi-method approach. *Journal of Consumer Behaviour, 12* (4), 293–306. <http://doi.org/10.1002/cb.1420>
- Potter, J. & Billig, M. (1992). Re-representing representations. Discussion of Råty and Snellman. *Papers on Social Representations, 1* (1), 15–20.
- Potter, J. & Litton, I. (1985). Some problems underlying the theory of social representations. *British Journal of Social Psychology, 24*, 81–90. <http://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1985.tb00664.x>
- Potter, J. & Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behaviour*. London: Sage.
- El Sehity, T. & Kirchler, E. (2006). Soziale Repräsentationen (Vorstellungen). In H.-W. Bierhoff & D. Frey (Hrsg.), *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie* (S. 486–493). Göttingen: Hogrefe.
- El Sehity, T., Kirchler, E. & Muchlbacher, S. (2003). *Rise and decline of social objects: Ten case studies on the social development of meaning* (Proceedings of the IAREP-workshop „Euro: Currency and symbol“, pp. 26–35). Vienna: University of Vienna.
- Sibley, C. G. & Liu, J. H. (2012). Social representations of history and the legitimation of social inequality: The causes and consequences of historical negation I. *Journal of Applied Social Psychology, 42* (3), 598–623. <http://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00799.x>
- Verheggen, T. (1996). Durkheim's „representation“ considered as „Vorstellungen“. *Current Perspectives in Social Theory, 16*, 189–219.
- Verheggen, T. & Baerveldt, C. (2007). We don't share! The social representation approach, enactivism and the ground for an intrinsically social psychology. *Culture & Psychology, 13*, 5–27. <http://doi.org/10.1177/1354067X07069949>
- Voelklein, C. & Howarth, C. (2005). A review of controversies about social representations theory: A British debate. *Culture & Psychology, 11* (4), 431–454. <http://doi.org/10.1177/1354067X05058586>
- Wagner, W. (1994). *Alltagsdiskurs. Die Theorie sozialer Repräsentationen*. Göttingen: Hogrefe.
- Wagner, W. (1996). Queries about social representation and construction. *Journal for the Theory of Social Behaviour, 26*, 95–120. <http://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1996.tb00524.x>

- Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovchelovitch, S., Lorenzi-Cioldi, F., Marková, I. & Rose, D. (1999). Theory and method of social representations. *Asian Journal of Social Psychology, 2*, 95–125. <http://doi.org/10.1111/1467-839X.00028>
- Wagner, W., Valencia, J. & Elejabarrieta, F. (1996). Relevance, discourse and the „hot“ stable core of social representations-A structural analysis of word associations. *British Journal of Social Psychology, 35*, 331–352. <http://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1996.tb01101.x>
- Wundt, W. (1900–1920). *Völkerpsychologie: Eine Untersuchung der Entwicklungsgesetze von Sprache, Mythos und Sitte* (10 Bde.). Leipzig: Engelmann.



# ENZYKLOPÄDIE DER PSYCHOLOGIE

In Verbindung mit der  
Deutschen Gesellschaft für Psychologie

herausgegeben von

Prof. Dr. Niels Birbaumer, Tübingen  
Prof. Dr. Dieter Frey, München  
Prof. Dr. Julius Kuhl, Osnabrück  
Prof. Dr. Wolfgang Schneider, Würzburg  
Prof. Dr. Ralf Schwarzer, Berlin

Themenbereich C

Theorie und Forschung

Serie VI

Sozialpsychologie

Band 3

Kommunikation, Interaktion  
und soziale Gruppenprozesse

 hogrefe

# Kommunikation, Interaktion und soziale Gruppenprozesse

herausgegeben von

Prof. Dr. Hans-Werner Bierhoff, Bochum  
Prof. Dr. Dieter Frey, München

 hogrefe



**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG  
Merkelstraße 3  
37085 Göttingen  
Deutschland  
Tel.: +49 551 99950 0  
Fax: +49 551 99950 111  
E-Mail: [verlag@hogrefe.de](mailto:verlag@hogrefe.de)  
Internet: [www.hogrefe.de](http://www.hogrefe.de)

Satz: ARThür Grafik-Design & Kunst, Weimar  
Druck: Hubert & Co, Göttingen  
Printed in Germany  
Auf säurefreiem Papier gedruckt

1. Auflage 2017  
© 2017 Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, Göttingen  
(E-Book-ISBN [PDF] 978-3-8409-0565-0; E-Book-ISBN [EPUB] 978-3-8444-0565-1)  
ISBN 978-3-8017-0565-7  
<http://doi.org/10.1026/00565-000>

## Autorenverzeichnis

*Prof. Dr. Maria Agthe*

Ludwig-Maximilians-Universität  
München  
Fakultät 11 – Department  
Psychologie  
Lehrstuhl Sozialpsychologie  
Leopoldstraße 13  
80802 München  
E-Mail: [Maria.Agthe@psy.lmu.de](mailto:Maria.Agthe@psy.lmu.de)

*Prof. Dr. Nilüfer Aydin*

Alpen-Adria-Universität Klagenfurt  
Institut für Psychologie  
Abteilung für Sozialpsychologie  
Universitätsstraße 65–67  
9020 Klagenfurt  
Österreich  
E-Mail: [niluefer.aydin@aau.at](mailto:niluefer.aydin@aau.at)

*Prof. Dr. Jürgen Beckmann*

Technische Universität München  
Fakultät für Sport und Gesundheitswissenschaften  
Georg-Brauchle-Ring 60/62  
80992 München  
E-Mail: [juergen.beckmann@tum.de](mailto:juergen.beckmann@tum.de)

*Prof. Dr. Hans-Werner Bierhoff*

Ruhr-Universität Bochum  
Fakultät für Psychologie  
Universitätsstraße 150  
44780 Bochum  
E-Mail: [hans.bierhoff@rub.de](mailto:hans.bierhoff@rub.de)

*Prof. Dr. Diana Boer*

Universität Koblenz-Landau  
Campus Koblenz  
Institut für Psychologie  
Universitätsstraße 1  
56070 Koblenz  
E-Mail: [boer@uni-koblenz.de](mailto:boer@uni-koblenz.de)

*Dr. Friederike S. Bornträger*

Forsmannstraße 23  
22303 Hamburg  
E-Mail: [mail@fsborntraeger.de](mailto:mail@fsborntraeger.de)

*Dr. Susanne Braun*

University of Durham  
Durham University  
Business School  
Mill Hill Lane  
Durham, DH1 3LB  
United Kingdom  
E-Mail: [susanne.braun@durham.ac.uk](mailto:susanne.braun@durham.ac.uk)



## Inhaltsverzeichnis

Vorwort ..... XXXIX

### 1. Kapitel: Soziale Interdependenz und sozialer Austausch Von Eva Jonas und Hans-Werner Bierhoff

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Theorien des sozialen Austausches und der sozialen Interdependenz .....               | 2  |
| 1.1   | Der theoretische Ansatz von Homans und die Equity-Theorie .....                       | 4  |
| 1.2   | Der theoretische Ansatz von Blau und der soziale Austausch in<br>Organisationen ..... | 10 |
| 1.3   | Die Interdependenztheorie von Thibaut und Kelley .....                                | 15 |
| 1.3.1 | Das Vergleichsniveau zur Beurteilung von Ergebnissen .....                            | 17 |
| 1.3.2 | Das Ausmaß an Ergebniskontrolle aufseiten des Akteurs und<br>des Partners .....       | 19 |
| 1.3.3 | Dimensionen von Interdependenzstrukturen .....  | 21 |
| 1.3.4 | Transformation der Motivation .....   | 26 |
| 1.3.5 | Proximale und distale Determinanten von Transformations-<br>prozessen .....           | 28 |
| 1.3.6 | Das SABI-Modell .....   | 31 |
| 1.4   | Das Investitionsmodell enger Beziehungen .....  | 33 |
| 2     | Anwendungsbereich: Soziale Dilemmata .....  | 35 |
| 2.1   | Zwei-Personen-Gefangenendilemma .....   | 37 |
| 2.2   | Wie lässt sich der soziale Austausch verbessern? .....                                | 44 |
| 3     | Macht der sozialen Norm .....   | 46 |
| 3.1   | Injunktive Normen .....   | 48 |
| 3.2   | Deskriptive Normen .....  | 49 |
| 4     | Abschließende Betrachtung .....   | 51 |
|       | Literatur .....   | 55 |

### 2. Kapitel: Soziale Repräsentationen – soziale Vorstellungen Von Jennifer Stark, Tarek el Sehity und Erich Kirchner

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Einführung und konzeptionelle Klärung .....             | 63 |
| 1.1 | Definition .....  | 63 |
| 1.2 | Entwicklung der Theorie sozialer Repräsentationen ..... | 64 |



|  |  |    |
|--|--|----|
| 2  | Theoretische Verankerung .....   | 65 |
| 2.1  | Verbreitung der Theorie sozialer Repräsentationen .....  | 66 |
| 2.2  | Soziale Vorstellungen .....  | 67 |
| 2.3  | Struktur sozialer Vorstellungen .....  | 68 |
| 2.4  | Kognitive Prozesse sozialer Vorstellungen .....  | 69 |
| 2.5  | Entwicklungs- und Transformationsprozesse sozialer<br>Vorstellungen .....                      | 71 |
| 2.5.1  | Soziogenese .....  | 71 |
| 2.5.2  | Ontogenese .....   | 71 |
| 2.5.3  | Mikrogenese .....  | 72 |
| 3  | Empirische Befunde .....   | 72 |
| 3.1  | Die Psychoanalyse und ihr Image .....  | 73 |
| 3.2  | Euro – Teuro .....   | 74 |
| 3.3  | Ontogenese der sozialen Vorstellung „Geschlecht“ .....   | 75 |
| 4  | Forschungsperspektive und Kritik an der Theorie .....  | 76 |
| 5  | Fazit .....  | 78 |
|  | Literatur .....  | 78 |
| <br>   |  |    |
| <b>3. Kapitel: Majoritäten und Minoritäten</b> |  |    |
| <b>Von Hans-Peter Erb</b>                      |  |    |
| 1  | Einleitung .....   | 83 |
| 2  | Begriffsbestimmungen .....   | 84 |
| 3  | Stereotype, Vorurteile und Diskriminierung im Kontext von Minoritäten<br>und Majoritäten ..... | 86 |
| 3.1  | Stereotype .....   | 86 |
| 3.2  | Vorurteile gegenüber Minoritäten .....   | 87 |
| 3.2.1  | Die Minorität als „Sündenbock“ .....   | 88 |
| 3.2.2  | Abbau von Vorurteilen durch Kontakte zwischen Minorität<br>und Majorität .....                 | 88 |
| 3.3  | Diskriminierung .....  | 89 |
| 4  | Konsequenzen der Mitgliedschaft in Minoritäten<br>und Majoritäten .....                        | 90 |
| 4.1  | Evaluative Extremität bei Minoritäten .....  | 90 |
| 4.2  | Soziale Identität von Minoritäten .....  | 90 |
| 5  | Sozialer Einfluss durch Minoritäten und Majoritäten .....                                      | 91 |
| 5.1  | Konformität durch den Einfluss von Majoritäten .....   | 93 |
| 5.1.1  | Konformität zur Herstellung positiver sozialer Identität .....                                 | 94 |
| 5.1.2  | Konformität als Folge sozialer Konflikte .....   | 94 |
| 5.1.3  | Konformität als Folge von Informationsverarbeitungs-<br>prozessen .....                        | 95 |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 5.2  | Sozialer Einfluss durch Minoritäten .....  | 96  |
| 5.2.1  | Konversionstheorie .....   | 97  |
| 5.2.2  | Derivate der Konversionstheorie .....  | 98  |
| 5.2.3  | Theorien ohne Konfliktannahme .....  | 98  |
| 5.3  | Integrative Ansätze zum sozialen Einfluss von Majoritäten und<br>Minoritäten ..... | 99  |
| 6  | Fazit und Ausblick .....   | 100 |
|  | Literatur .....  | 102 |
| <br>   |  |     |
| <b>4. Kapitel: Gemeinsame Wissenskonstruktion</b>  |  |     |
| <b>Von Birgitta Kopp und Heinz Mandl</b>   |  |     |
| 1  | Einführung und konzeptuelle Klärung .....  | 109 |
| 2  | Theoretische Verankerung und Ansätze sowie empirische Befunde .....                | 110 |
| 2.1  | Gemeinsame Wissenskonstruktion aus Sicht der Entwicklungs-<br>psychologie .....    | 110 |
| 2.1.1  | Soziokulturelle Perspektive .....  | 110 |
| 2.1.2  | Soziogenetische Perspektive .....  | 111 |
| 2.2  | Gemeinsame Wissenskonstruktion aus Sicht der Sozialpsycho-<br>logie .....          | 112 |
| 2.2.1  | Informationsverteilung und Informationsverarbeitung .....                          | 112 |
| 2.2.2  | Transaktive Wissenssysteme .....   | 114 |
| 2.3  | Gemeinsame Wissenskonstruktion aus Sicht der Pädagogischen<br>Psychologie .....    | 116 |
| 2.3.1  | Kognitive Elaboration .....  | 116 |
| 2.3.2  | Argumentation .....  | 117 |
| 3  | Unterstützungsmaßnahmen bei der gemeinsamen Wissenskonstruktion ..                 | 118 |
| 3.1  | Skripts .....  | 119 |
| 3.2  | Schemata .....   | 120 |
| 4  | Forschungsperspektive für die Zukunft .....  | 121 |
|  | Literatur .....  | 123 |
| <br>   |  |     |
| <b>5. Kapitel: Sozial geteilte Realität: Wie wir uns in der Interaktion<br/>mit unseren Mitmenschen unsere Welt erschaffen</b> |  |     |
| <b>Von Cecily French, René Kopietz, Friederike Bornträger und<br/>Christoph Burkhardt</b>                                      |  |     |
| 1  | Das menschliche Streben nach sozialer Geteiltheit .....                            | 129 |
| 2  | Die Theorie der sozial geteilten Realität .....                                    | 131 |



|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 2.1 | Ideengeschichtliche Grundlagen  | 132 |
| 2.2 | Was ist sozial geteilte Realität? Zentrale Begriffe                   | 134 |
| 2.3 | Warum streben wir nach sozialer Geteiltheit? Motivationale Grundlagen | 136 |
| 2.4 | Wann entsteht sozial geteilte Realität? Notwendige Voraussetzungen    | 137 |
| 2.5 | Wie entsteht sozial geteilte Realität? Mögliche Entstehungsverläufe   | 138 |
| 3   | Aktueller Forschungsstand   | 140 |
| 3.1 | Das Saying-is-believing-Paradigma                                     | 140 |
| 3.2 | Epistemische Motivation als Ursache sozialer Realitätsbildung         | 143 |
| 3.3 | Beziehung als Einflussfaktor sozialer Realitätsbildung                | 145 |
| 3.4 | Folgen sozialer Realitätsbildung außerhalb des Labors                 | 147 |
| 4   | Zukünftige Forschungsperspektiven                                     | 151 |
|     | Weiterführende Literatur  | 153 |
|     | Literatur   | 154 |

## 6. Kapitel: Emotionsausdruck und emotionale Ansteckung Von Roland Neumann und Julia Kozlik

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 1     | Einleitung  | 163 |
| 2     | Emotionales Ausdrucksverhalten                                    | 163 |
| 2.1   | Der neurokulturelle Ansatz  | 164 |
| 2.2   | Der verhaltensökologische Ansatz                                  | 167 |
| 2.3   | Die affektive Steuerung der Mimik                                 | 168 |
| 2.4   | Andere Modalitäten des emotionalen Ausdrucks                      | 170 |
| 2.4.1 | Körperhaltung   | 170 |
| 2.4.2 | Vokaler Ausdruck  | 172 |
| 2.5   | Die Wechselbeziehung zwischen Modalitäten des Ausdrucksverhaltens | 172 |
| 2.6   | Der Einfluss auf Aufmerksamkeitsprozesse                          | 173 |
| 3     | Motor-Mimikry und emotionale Ansteckung                           | 174 |
| 3.1   | Motor-Mimikry   | 175 |
| 3.1.1 | Evidenz für das Phänomen  | 175 |
| 3.1.2 | Modulation durch Kontextvariablen                                 | 176 |
| 3.2   | Emotionale Ansteckung   | 177 |
| 3.2.1 | Motor-Mimikry als vermittelnder Prozess                           | 177 |
| 3.2.2 | Stimmungsansteckung und vokales Mimikry                           | 177 |
| 3.2.3 | Emotionale Ansteckung in Gruppen                                  | 178 |
| 3.2.4 | Implikationen   | 179 |
| 4     | Embodiment  | 179 |

|   |           |     |
|---|-----------|-----|
| 5 | Ausblick  | 181 |
|   | Literatur | 182 |

## 7. Kapitel: Soziale Kompetenzen Von Uwe Peter Kanning

|   |                                      |     |
|---|--------------------------------------|-----|
| 1 | Definitionen und Abgrenzungen        | 190 |
| 2 | Theoretische Verankerung und Ansätze | 197 |
| 3 | Empirische Befunde                   | 201 |
| 4 | Anwendung                            | 203 |
| 5 | Forschungsperspektiven               | 206 |
|   | Literatur                            | 207 |

## 8. Kapitel: Familiäre Sozialisation und Erziehung Von Sabine Walper, Eva-Verena Wendt und Alexandra Langmeyer

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 1     | Einführung: Familiäre Erziehung und Sozialisation im Wandel   | 213 |
| 1.1   | Vielfalt und Wandel von Familien  | 214 |
| 1.2   | Erziehung und Sozialisation in der Familie: Konzeptuelle Bestimmungen   | 215 |
| 2     | Theoretische Perspektiven auf Familie   | 216 |
| 3     | Ausgewählte Forschungsthemen und -befunde   | 222 |
| 3.1   | Die Ausgestaltung von Elternschaft im Kontext von Geschlechterrollen, personalen Ressourcen und sozioökonomischen Lebensbedingungen | 222 |
| 3.1.1 | Mütter und Väter  | 222 |
| 3.1.2 | Personale Ressourcen der Eltern   | 224 |
| 3.1.3 | Ökonomische Rahmenbedingungen   | 225 |
| 3.2   | Erziehung und Co-Parenting und ihr Einfluss auf Kinder und Jugendliche  | 226 |
| 3.2.1 | Erziehungsstile   | 226 |
| 3.2.2 | Facetten elterlicher Kontrolle  | 227 |
| 3.2.3 | Kooperation und Konflikt zwischen den Eltern  | 228 |
| 4     | Anwendung der Befunde und Forschungsperspektiven für die Zukunft  | 229 |
|       | Literatur   | 232 |



## 9. Kapitel: Kommunikationsmodelle

Von Sandra Sittenthaler, Eva Traut-Mattausch  
und Dieter Frey

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 1 | Einleitung .....   | 243 |
| 1 | Das Sender-Empfänger-Modell von Shannon und Weaver (1949) .....  | 244 |
| 2 | Das Zwei-Aspekte-Modell .....                                    | 246 |
| 3 | Das Vier-Seiten-Modell .....                                     | 248 |
| 4 | Die Themenzentrierte Interaktion (TZI) .....                     | 251 |
| 5 | Die Transaktionsanalyse (TA) .....                               | 252 |
| 6 | Kommunikation in einer digitalen und multikulturellen Welt ..... | 254 |
| 7 | Zusammenfassung und Ausblick .....                               | 256 |
|   | Literatur .....  | 257 |

## 10. Kapitel: Interpersonale Kommunikation

Von Katja Schlegel und Klaus R. Scherer

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | Begriffsbestimmung .....   | 263 |
| 2   | Modelle der verbalen Kommunikation .....   | 265 |
| 3   | Modelle der nonverbalen Kommunikation .....  | 266 |
| 4   | Vergleich und Funktion verbaler und nonverbaler Kommunikation .....                                  | 269 |
| 5   | Kanäle der nonverbalen Kommunikation .....   | 270 |
| 5.1 | Gesicht .....  | 270 |
| 5.2 | Stimme .....   | 273 |
| 5.3 | Körper, Körpersprache und Gestik .....   | 275 |
| 6   | Interindividuelle Unterschiede in Kommunikationsfähigkeiten .....                                    | 278 |
| 6.1 | Expressivität .....  | 279 |
| 6.2 | Interpersonale Sensitivität .....  | 280 |
| 7   | Methoden der Kommunikationsforschung .....   | 282 |
| 7.1 | Versuchsanordnungen und statistische Modelle zur Untersuchung<br>interpersonaler Kommunikation ..... | 282 |
| 7.2 | Kodierung verbalen und nonverbalen Verhaltens .....  | 285 |
| 8   | Zusammenfassung und Ausblick .....   | 288 |
|     | Literatur .....  | 289 |

## 11. Kapitel: Innovation – Definition, Prozess und förderliche Faktoren

Von Tanja Peter, Dieter Frey, Janina Mundt, Bernhard Streicher  
und Katharina Hörner

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 1     | Einleitung .....  | 299 |
| 2     | Definition und Innovationsarten .....   | 300 |
| 3     | Der Innovationsprozess .....  | 302 |
| 3.1   | Problemidentifikation .....   | 303 |
| 3.2   | Vorbereitungsphase .....  | 304 |
| 3.3   | Generierungsphase .....   | 304 |
| 3.4   | Beurteilungsphase .....   | 305 |
| 3.5   | Umsetzungsphase .....   | 305 |
| 3.6   | Stabilisierungsphase .....  | 307 |
| 4     | Voraussetzungen für innovatives Verhalten und innovationsförderliche<br>Maßnahmen ..... | 309 |
| 4.1   | Personenebene .....   | 309 |
| 4.1.1 | Voraussetzungen .....   | 310 |
| 4.1.2 | Personenbezogene Maßnahmen .....  | 313 |
| 4.2   | Gruppenebene .....  | 317 |
| 4.2.1 | Voraussetzungen .....   | 317 |
| 4.2.2 | Gruppenbezogene Maßnahmen .....   | 321 |
| 4.3   | Organisationsebene .....  | 324 |
| 4.3.1 | Voraussetzungen .....   | 324 |
| 4.3.2 | Organisationale Maßnahmen .....   | 326 |
| 4.4   | Marktakzeptanz schaffen .....   | 328 |
| 4.4.1 | Entstehung von Marktakzeptanz .....   | 329 |
| 4.4.2 | Maßnahmen zur Schaffung von Marktakzeptanz .....  | 330 |
| 5     | Fazit .....   | 331 |
|       | Literatur .....   | 332 |

## 12. Kapitel: Sozialpsychologie der Internetnutzung

Von Nicola Döring

|     |  |     |
|-----|--|-----|
|     | Einführung .....   | 341 |
| 1   | Konzeptuelle Klärungen zur sozialpsychologischen Internetforschung ..... | 342 |
| 1.1 | Internet .....   | 342 |
| 1.2 | Internetnutzung .....  | 344 |
| 1.3 | Sozialpsychologie der Internetnutzung .....                              | 348 |



|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 2   | Methoden der sozialpsychologischen Internetforschung . . . . .                        | 349 |
| 2.1 | Standardisierte Messinstrumente zur Internetnutzung . . . . .                         | 350 |
| 2.2 | Ambulantes Assessment zur Internetnutzung mittels Smartphone-Apps . . . . .           | 350 |
| 2.3 | Analyse von Protokolldaten zur Internetnutzung . . . . .                              | 351 |
| 2.4 | Semantische Analyse von nutzergeneriertem Internet-Content . . . . .                  | 353 |
| 3   | Theorien der sozialpsychologischen Internetforschung . . . . .                        | 354 |
| 3.1 | CvK-Theorien zur Medienwahl . . . . .   | 355 |
| 3.2 | CvK-Theorien zu Medienmerkmalen . . . . .   | 356 |
| 3.3 | CvK-Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten . . . . .                           | 357 |
| 4   | Befunde der sozialpsychologischen Internetforschung . . . . .                         | 359 |
| 4.1 | Sind Online-Selbstdarstellungen authentisch? . . . . .                                | 359 |
| 4.2 | Führt Internetnutzung zur Vereinsamung? . . . . .                                     | 361 |
| 4.3 | Führt Internetnutzung zur Verdummung? . . . . .                                       | 363 |
| 5   | Anwendungsbezüge der sozialpsychologischen Internetforschung . . . . .                | 366 |
| 6   | Zukünftige Forschungsperspektiven der Sozialpsychologie der Internetnutzung . . . . . | 368 |
|     | Literatur . . . . .   | 370 |

### 13. Kapitel: Werbekommunikation Von Klaus Moser und Matthias Spörrle

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | Definition und Besonderheiten der Werbekommunikation . . . . .          | 379 |
| 1.1 | Kommunikation und Werbung . . . . .                                     | 379 |
| 1.2 | Besonderheiten der Werbekommunikation . . . . .                         | 380 |
| 2   | Werbewirkungsmodelle . . . . .  | 383 |
| 2.1 | Das AIDA-Modell . . . . .   | 383 |
| 2.2 | Das Hierarchie-von-Effekten-Modell von Ray . . . . .                    | 385 |
| 2.3 | Involvement und das Alternative-Wege-Modell von Batra und Ray . . . . . | 386 |
| 2.4 | Zwischenfazit . . . . .   | 387 |
| 3   | Determinanten des Erfolgs von Werbekommunikation . . . . .              | 388 |
| 3.1 | Die Sender . . . . .  | 389 |
| 3.2 | Der Kanal . . . . .   | 393 |
| 3.3 | Die Botschaft . . . . .   | 394 |
| 3.4 | Die Empfänger . . . . .   | 397 |
|     | Ausblick . . . . .  | 399 |
|     | Literatur . . . . .   | 401 |

### 14. Kapitel: Globalisierung – Kulturelle Vielfalt – Interkulturelles Lernen Von Stefan Kammhuber

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 1     | Globalisierung und Sozialpsychologie . . . . .  | 407 |
| 1.1   | Kulturspezifität sozialpsychologischer Erkenntnisse . . . . .   | 409 |
| 1.2   | Kulturreflexive psychologische Disziplinen . . . . .  | 410 |
| 1.3   | Dominanz der national-kulturellen Perspektive . . . . .   | 411 |
| 2     | Die kulturelle Überschneidungssituation als zentrale Forschungseinheit der Interkulturellen Psychologie . . . . . | 412 |
| 2.1   | Interkulturelle Psychologie als kulturreflexive Sozialpsychologie . . . . .                                       | 412 |
| 2.2   | Grundformen des Fremderlebens in der kulturellen Überschneidungssituation . . . . .                               | 413 |
| 2.3   | Interkulturelle Sozialpsychologie und multiple kulturelle Identitäten . . . . .                                   | 415 |
| 3     | Interkulturelles Lernen und interkulturelles Training für Globalisierungsprozesse . . . . .                       | 416 |
| 3.1   | Kulturelle Überschneidungssituationen als Auslöser für interkulturelle Lernprozesse . . . . .                     | 416 |
| 3.2   | Formen interkulturellen Lernens . . . . .   | 417 |
| 3.3   | Wirksamkeit interkultureller Trainings . . . . .  | 420 |
| 3.4   | Lernpsychologische Grundlagen in der interkulturellen Trainingsforschung . . . . .                                | 422 |
| 3.4.1 | Sozialbehavioristische Interpretation interkulturellen Lernens und Lehrens . . . . .                              | 422 |
| 3.4.2 | Kognitionspsychologische Interpretation interkulturellen Lernens und Lehrens . . . . .                            | 424 |
| 3.4.3 | Erfahrungsorientierte Interpretation interkulturellen Lernens und Lehrens . . . . .                               | 427 |
| 3.4.4 | Situiertes Lernen und handlungspsychologische Interpretation interkulturellen Lernens und Lehrens . . . . .       | 428 |
| 4     | Zusammenfassung und Perspektiven . . . . .  | 432 |
|       | Literatur . . . . .   | 434 |

### 15. Kapitel: Soziale Beziehungen und Gruppen im Internet Von Kai Sassenberg, Joachim Kimmerle, Sonja Utz und Ulrike Cress

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 1 | Internet, Beziehungen und Gruppen – Zentrale Schritte der Theorieentwicklung . . . . . | 442 |
| 2 | Medieneigenschaften computervermittelter Kommunikation . . . . .                       | 443 |



|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 3     | Soziale Beziehungen .....                           | 444 |
| 3.1   | Theoretische Modelle .....                          | 445 |
| 3.2   | Empirische Befunde .....                            | 446 |
| 4     | Soziale Identitäten .....                           | 448 |
| 4.1   | Das Internet als Raum für soziale Identitäten ..... | 448 |
| 4.2   | Der Einfluss sozialer Identitäten online .....      | 450 |
| 4.2.1 | Das SIDE-Modell .....                               | 450 |
| 4.2.2 | Empirische Befunde zum SIDE-Modell .....            | 451 |
| 4.2.3 | Zusammenfassung und Implikationen .....             | 452 |
| 5     | Wissen als Gruppenleistung .....                    | 453 |
| 5.1   | Wissen über das Wissen der anderen .....            | 453 |
| 5.2   | Lernen in Gruppen als Wissenskonstruktion .....     | 454 |
| 5.3   | Zentrale Modelle der Wissenskonstruktion .....      | 455 |
| 5.4   | Wissenskonstruktion mit digitalen Medien .....      | 456 |
| 5.5   | Zusammenfassung und Implikationen .....             | 457 |
| 6     | Fazit und Ausblick .....                            | 458 |
|       | Literatur .....                                     | 460 |

## 16. Kapitel: Autoritätsgehorsam: Wenn Machtmissbrauch zur sozialen Gefahr wird

Von Hans-Werner Bierhoff und Stephanie Hanke

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | Von der Konformitätsforschung zum Autoritätsgehorsam .....      | 469 |
| 2 | Nachweis des Autoritätsgehorsams: Die Milgram-Experimente ..... | 470 |
| 2 | Stellenwert des Milgram-Forschungsprogramms .....               | 479 |
| 3 | Wie lassen sich die hohen Gehorsamsraten erklären? .....        | 485 |
|   | Literatur .....   | 488 |

## 17. Kapitel: Macht: Grundlagen, Folgen und Prozesse eines komplexen Phänomens

Von Janine Netzel, Susanne Braun und Dieter Frey

|     |                                       |     |
|-----|---------------------------------------|-----|
| 1   | Einführung .....                      | 493 |
| 2   | Definition und Ebenen der Macht ..... | 494 |
| 2.1 | Begriffsbestimmung .....              | 494 |
| 2.2 | Machtebenen .....                     | 495 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 3     | Die Bedeutsamkeit von Macht für soziale Interaktion .....                              | 497 |
| 3.1   | Kontrolle und Abhängigkeit in sozialen Beziehungen .....                               | 498 |
| 3.2   | Die Funktionalität von Macht und Abhängigkeit .....                                    | 499 |
| 3.3   | Das Streben nach (immer mehr) Macht .....  | 500 |
| 3.3.1 | Die Theorie der Macht-Distanz-Reduktion .....  | 500 |
| 3.3.2 | Die Extensionstheorie .....  | 501 |
| 3.3.3 | Die Kulturdimension Machtdistanz .....   | 502 |
| 4     | Macht aus der Senderperspektive .....  | 502 |
| 4.1   | Macht und Persönlichkeit .....   | 503 |
| 4.1.1 | Das Machtmotiv .....   | 503 |
| 4.1.2 | Dominante Persönlichkeiten .....   | 504 |
| 4.1.3 | Machiavellistische Persönlichkeiten .....  | 504 |
| 4.1.4 | Macht, Kontrolle und Selbstwirksamkeit .....   | 505 |
| 4.2   | Grundlagen und Techniken von Machtanwendung .....                                      | 506 |
| 4.2.1 | Die klassische Taxonomie der Machtbasen .....  | 506 |
| 4.2.2 | Interpersonale Beeinflussungstechniken .....   | 509 |
| 4.2.3 | Autorität als legitime Form der Macht .....  | 510 |
| 4.2.4 | Prozessmodelle der Machtnutzung .....  | 511 |
| 4.3   | Konsequenzen des Machterlebens .....   | 515 |
| 4.3.1 | Die Forschungstradition: Die negative Seite der Macht .....                            | 515 |
| 4.3.2 | Aktuelle Theorien und empirische Befunde zu Machtkonsequenzen und Machtprozessen ..... | 516 |
| 4.3.3 | Moderatoren der Macht: Die gute Seite der Macht .....                                  | 522 |
| 5     | Macht aus der Empfängerperspektive .....   | 525 |
| 5.1   | Gehorsam und Autoritätshörigkeit .....   | 525 |
| 5.2   | Widerstand und Ohnmacht .....  | 526 |
| 5.3   | Machteinwirkung als Chance .....   | 527 |
| 6     | Macht und Führung: Theorie und Praxis? .....   | 528 |
| 6.1   | Macht-, Leistungs- und Affiliationsmotive bei Führungskräften .....                    | 529 |
| 6.2   | Negative Führung .....   | 530 |
| 7     | Eine integrative Betrachtung des Machtprozesses .....                                  | 531 |
| 8     | Ausblick .....   | 534 |
| 9     | Fazit .....  | 535 |
|       | Literatur .....  | 535 |

## 18. Kapitel: Führung

Von Susanne Braun, Dieter Frey, Annika Nübold und Günter W. Maier

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | Einführung .....                        | 543 |
| 2 | Grundfragen der Führungsforschung ..... | 546 |



|      |  |     |
|------|--|-----|
| 3    | Zentrale theoretische Ansätze der Führungsforschung .....    | 547 |
| 4    | Personalistische Ansätze .....                               | 548 |
| 4.1  | Persönlichkeitsmerkmale von Führungskräften .....            | 548 |
| 4.2  | McClellands Motivtheorie .....                               | 550 |
| 4.3  | Bindungsstile und Führung .....                              | 552 |
| 5    | Verhaltensorientierte Ansätze .....                          | 553 |
| 6    | Kontingenztheoretische Ansätze .....                         | 555 |
| 6.1  | Kontingenzmodell der Führung von Fiedler .....               | 555 |
| 6.2  | Das normative Entscheidungsmodell von Vroom und Yetton ..... | 558 |
| 6.3  | Die Weg-Ziel-Theorie .....                                   | 559 |
| 6.4  | Die Theorie der Führungsubstitution .....                    | 560 |
| 6.5  | Implizite Führungstheorien .....                             | 561 |
| 7    | Macht-/Einflussansätze .....                                 | 562 |
| 7.1  | Grundlagen der Macht nach French und Raven .....             | 563 |
| 7.2  | Einflussstrategien .....                                     | 564 |
| 7.3  | Charismatische und transformationale Führung .....           | 566 |
| 7.4  | Leader-Member-Exchange(LMX)-Theorie .....                    | 569 |
| 7.5  | Geteilte Führung .....                                       | 571 |
| 8    | Werteorientierte Ansätze .....                               | 572 |
| 8.1  | Ethische Führung .....                                       | 573 |
| 8.2  | Authentische Führung .....                                   | 575 |
| 8.3  | Dienende Führung .....                                       | 576 |
| 8.4  | Prinzipienmodell der Führung .....                           | 577 |
| 9    | Die dunkle Seite der Führung .....                           | 579 |
| 9.1  | Negatives Führungsverhalten .....                            | 579 |
| 9.2  | Negative Persönlichkeitsmerkmale von Führungskräften .....   | 580 |
| 10   | Anwendung der Befunde .....                                  | 581 |
| 10.1 | Führungskräfte auswählen .....                               | 582 |
| 10.2 | Führungskräfte entwickeln .....                              | 583 |
| 11   | Perspektiven für zukünftige Forschung .....                  | 584 |
| 12   | Fazit .....  | 586 |
|      | Literatur .....  | 586 |

## 19. Kapitel: Gruppenleistung

Von Alexander Stern, Sylvana Drewes und Stefan Schulz-Hardt

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | Einleitung .....  | 599 |
| 2   | Gruppenleistung, Gruppenpotenzial und Aufgabentypen .....     | 600 |
| 2.1 | Erfassung der Gruppenleistung und des Gruppenpotenzials ..... | 600 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 2.2   | Bestimmung des Gruppenpotenzials in Abhängigkeit des Aufgabentyps .....                                    | 601 |
| 2.2.1 | Additive Aufgaben .....  | 602 |
| 2.2.2 | Disjunktive Aufgaben .....   | 602 |
| 2.2.3 | Konjunktive Aufgaben .....   | 603 |
| 2.2.4 | Diskretionäre Aufgaben .....   | 604 |
| 3     | Prozessverluste und Prozessgewinne .....   | 604 |
| 3.1   | Motivationsverluste und Motivationsgewinne .....   | 605 |
| 3.2   | Individuelle Fertigkeitsverluste und Fertigkeitengewinne .....   | 608 |
| 3.3   | Koordinationsverluste und Koordinationsgewinne .....   | 609 |
| 4     | Gruppen im Zeitverlauf und Gruppenstrukturmerkmale .....   | 611 |
| 4.1   | Gruppenlernen .....  | 611 |
| 4.2   | Modelle der Gruppenentwicklung .....   | 613 |
| 4.3   | Gruppennormen, Rollen und Kohäsion .....   | 615 |
| 5     | Maßnahmen zur Steigerung der Gruppenleistung .....   | 618 |
| 5.1   | Gruppenzusammensetzung .....   | 619 |
| 5.1.1 | Gruppengröße .....   | 619 |
| 5.1.2 | Heterogenität .....  | 620 |
| 5.2   | Förderung der Gruppenentwicklung .....   | 622 |
| 5.3   | Führung durch Strukturierung der Gruppeninteraktion und Einsatz von Feedback- und Belohnungssystemen ..... | 622 |
| 6     | Zusammenfassung .....  | 624 |
|       | Literatur .....  | 625 |

## 20. Kapitel: Entscheidungsprozesse in Gruppen

Von Annika Giersiepen, Stella Wanzel und Stefan Schulz-Hardt

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | Einleitung und Begriffsdefinitionen .....  | 635 |
| 2   | Theoretische Strömungen zur Untersuchung von Gruppenentscheidungsprozessen ..... | 636 |
| 2.1 | Informationale Ansätze .....   | 636 |
| 2.2 | Normative Ansätze .....  | 637 |
| 2.3 | Integrierte Modelle .....  | 638 |
| 2.4 | Soziale Kombinationsansätze .....  | 638 |
| 2.5 | Individualpsychologische Ansätze .....   | 640 |
| 3   | Exemplarische Untersuchungskontexte zu Gruppenentscheidungen .....               | 641 |
| 3.1 | Entscheidungen von Geschworenen (Jurys) .....                                    | 641 |
| 3.2 | Entscheidungen in medizinischen Teams .....                                      | 643 |
| 3.3 | Entscheidungen in virtuellen Teams .....   | 644 |
| 4   | Exemplarische Phänomene zum Urteilen und Entscheiden in Gruppen .....            | 647 |



|  |     |
|--|-----|
| 4.1 Gruppenpolarisierung .....                                       | 647 |
| 4.2 Suboptimale Nutzung des Informationsvorsprungs von Gruppen ..... | 649 |
| 4.3 Gruppendenken .....  | 653 |
| 4.4 Entscheidungsverweigerung (indecisiveness) .....                 | 656 |
| 5 Zusammenfassung und Ausblick .....                                 | 658 |
| Literatur .....  | 660 |

## 21. Kapitel: Angewandte Sozialpsychologie: Körperliche Aktivität, Sport und Gesundheit

Von Jürgen Beckmann, Raphael Frank, Insa Nixdorf und Lena Lämmle

|   |     |
|---|-----|
| 1 Einführung und konzeptuelle Klärung .....   | 667 |
| 1.1 Prävention und Gesundheit .....   | 668 |
| 1.2 Körperliche Aktivität und Sport .....   | 670 |
| 2 Theoretische Modellvorstellungen zum Zusammenhang von körperlicher Aktivität und Gesundheit ..... | 671 |
| 2.1 Psychosoziale Faktoren von Aufnahme und Aufrechterhaltung körperlicher Aktivität .....          | 672 |
| 2.2 Präventive Maßnahmen zur Förderung körperlicher Aktivität .....                                 | 674 |
| 3 Empirische Befunde .....  | 675 |
| 3.1 Zusammenhang von körperlicher Aktivität und physischer Gesundheit .....                         | 675 |
| 3.2 Körperliche Aktivität und psychische Gesundheit .....   | 677 |
| 3.2.1 Stress .....  | 678 |
| 3.2.2 Burnout .....   | 679 |
| 3.2.3 Depression .....  | 680 |
| 4 Anwendung der Befunde .....   | 681 |
| 4.1 Sport als Prävention .....  | 681 |
| 4.2 Sport als Therapiemaßnahme .....  | 682 |
| 5 Negative Effekte von Sport .....  | 682 |
| 6 Forschungsperspektiven .....  | 683 |
| Literatur .....   | 684 |

## 22. Kapitel: Interguppenbeziehungen

Von Rolf van Dick und Diana Boer

|  |     |
|--|-----|
| 1 Einführung .....                       | 693 |
| 2 Individualpsychologische Ansätze ..... | 694 |

|   |     |
|---|-----|
| 2.1 Autoritarismusneigung und soziale Dominanzorientierung .....                | 694 |
| 2.2 Relative Deprivation .....  | 695 |
| 3 Gruppenbezogene Ansätze: Die Theorie des realistischen Gruppenkonflikts ..... | 696 |
| 4 Der social identity approach .....  | 697 |
| 4.1 Soziale Identität .....   | 697 |
| 4.2 Selbstkategorisierung .....   | 698 |
| 4.3 De- und Rekategorisierungsmodelle .....                                     | 699 |
| 4.4 Duale Identitäten .....   | 699 |
| 4.5 Soziostrukturelle Bedingungen .....   | 701 |
| 5 Ingroup projection .....  | 701 |
| 6 Intergruppenkontakt .....   | 702 |
| 6.1 Prozesse des Intergruppenkontakts .....                                     | 703 |
| 6.2 Interkultureller Kontakt .....  | 704 |
| 6.3 Indirekter Kontakt .....  | 705 |
| 6.4 Vorgestellter Kontakt .....   | 706 |
| 6.5 Negativer Kontakt .....   | 707 |
| 7 Vergebung im Intergruppenkontext (intergroup forgiveness) .....               | 707 |
| 7.1 Gruppenidentität und kollektive Emotionen .....                             | 707 |
| 7.2 Intergruppenkontakt .....   | 708 |
| 7.2 Historischer Kontext .....  | 709 |
| 8 Zusammenfassung und Ausblick .....  | 709 |
| Literatur .....   | 711 |

## 23. Kapitel: Führung in Gruppen: Der soziale Identitätsansatz der Führung

Von Rudolf Kerschreiter und Rolf van Dick

|  |     |
|--|-----|
| 1 Einführung .....   | 719 |
| 2 Das Identitätstransfermodell .....   | 722 |
| 3 Identitätsmanagement in Gruppen .....  | 723 |
| 3.1 Soziale Identität verkörpern (Prototypikalität) .....  | 723 |
| 3.2 Gemäß der sozialen Identität handeln (Identity Advancement), sie gestalten (Identity Entrepreneurship) und erlebbar machen (Identity Impresarioship) ..... | 728 |
| 4 Identifikation und Identitätsmanagement in Interaktion .....   | 733 |
| 5 Anwendung der Befunde .....  | 734 |
| 5.1 Gruppenorientiert führen .....   | 734 |
| 5.2 Über Gruppen hinweg führen .....   | 736 |



|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 6 Zusammenfassung und Ausblick ..... | 738 |
| Literatur .....                      | 739 |

## 24. Kapitel: Konflikt und Konfliktlösung

Von Michaela Pfundmair, Maria Agthe, Nilüfer Aydin  
und Dieter Frey

|  |     |
|--|-----|
| 1 Einleitung .....   | 745 |
| 2 Grundlagen des Konflikts .....   | 746 |
| 2.1 Definition: Unvereinbarkeiten .....  | 746 |
| 2.2 Spieltheoretische Paradigmen .....   | 748 |
| 2.2.1 Soziale Dilemmata .....  | 748 |
| 2.2.2 Verhandlungsspiele .....   | 750 |
| 3 Konflikt .....   | 751 |
| 3.1 Entstehung von Konflikten .....  | 751 |
| 3.2 Verhalten im Konflikt .....  | 753 |
| 3.2.1 Kooperations/Kompetitionstheorie .....   | 753 |
| 3.2.2 Dual-concern-Modell .....  | 754 |
| 3.3 Konflikteskalation oder psychologische Prozesse zur Aufrecht-<br>erhaltung und Steigerung von Konflikten ..... | 755 |
| 3.3.1 Konflikteskalation auf Individualebene .....   | 756 |
| 3.3.2 Konflikteskalation auf Gruppenebene .....  | 757 |
| 4 Konfliktlösung .....   | 758 |
| 4.1 Verhandeln .....   | 759 |
| 4.2 Mediation und Moderation .....   | 761 |
| 4.2.1 Mediation .....  | 761 |
| 4.2.2 Moderation .....   | 763 |
| 4.3 Lösung hartnäckiger Konflikte .....  | 763 |
| 5 Konsequenzen und Perspektiven von Konflikten .....   | 764 |
| Literatur .....  | 765 |

## 25. Kapitel: Kooperation und Wettbewerb in sozialen Dilemmata

Von Thomas Kessler und Katrin Obst

|  |     |
|--|-----|
| 1 Die wesentlichen Begriffe .....                | 774 |
| 2 Die bekanntesten Zwei-Personen-Dilemmata ..... | 777 |
| 2.1 Das Gefangenendilemma .....                  | 777 |
| 2.2 Assurance-Spiel .....                        | 783 |
| 2.3 Chicken-Spiel .....                          | 784 |

|  |     |
|--|-----|
| 3 Mehr-Personen-Dilemmata .....          | 785 |
| 3.1 Das Dilemma öffentlicher Güter ..... | 785 |
| 3.2 Team-Games .....                     | 786 |
| 4 Fairness und Kooperation .....         | 790 |
| 5 Kritische Würdigung und Ausblick ..... | 794 |
| Literatur .....                          | 797 |

## 26. Kapitel: Verhandeln

Von Roman Trötschel, Benjamin Höhne, Johann Majer,  
David D. Loschelder, Jürgen Deller und Dieter Frey

|   |     |
|---|-----|
| 1 Einführung und konzeptuelle Klärung .....                                       | 803 |
| 2 Strukturelle Verhandlungsmerkmale und Verhandlungsergebnisse .....              | 806 |
| 2.1 Limits und Einigungsspielraum .....   | 806 |
| 2.2 Anzahl von Ressourcen und Ertragsstruktur .....                               | 807 |
| 2.3 Merkmale von Ressourcen .....   | 808 |
| 2.3.1 Teilbarkeit der Ressourcen .....  | 809 |
| 2.3.1.1 Aufteilbarkeit von Ressourcen .....                                       | 809 |
| 2.3.1.2 Unterteilbarkeit von Ressourcen .....                                     | 810 |
| 2.3.1.3 Verbundenheit von Ressourcen .....  | 810 |
| 2.3.2 Besitzverhältnisse von Ressourcen .....                                     | 811 |
| 2.3.3 Erwartungswert von interessensrelevanten Ressourcen .....                   | 812 |
| 2.3.3.1 Wert der Ressourcen .....   | 812 |
| 2.3.3.2 Valenz der Ressourcen .....   | 812 |
| 2.3.3.3 Wahrscheinlichkeit der Kosten und Nutzen .....                            | 813 |
| 2.4 Verhandlungsergebnisse .....  | 814 |
| 3 Psychologische Prozesse in Verhandlungen .....                                  | 815 |
| 3.1 Kognitive Prozesse .....  | 815 |
| 3.1.1 Kognitive Frames: Gewinn- und Verlustorientierung in<br>Verhandlungen ..... | 816 |
| 3.1.2 Ankereffekte .....  | 816 |
| 3.1.3 Nullsummenannahme .....   | 817 |
| 3.1.4 Weitere verhandlungsspezifische Heuristiken und Schemata .....              | 817 |
| 3.2 Motivationale Prozesse .....  | 818 |
| 3.2.1 Modell der Interessensberücksichtigung .....                                | 818 |
| 3.2.2 Modell der motivierten Informationsverarbeitung .....                       | 819 |
| 3.3 Emotionale Prozesse .....   | 820 |
| 3.3.1 Intrapersonelle Effekte von Emotionen .....                                 | 820 |
| 3.3.2 Interpersonelle Effekte von Emotionen .....                                 | 821 |
| 4 Soziale Interaktion: Geben und Nehmen in Verhandlungen .....                    | 822 |
| 4.1 Logrolling: Der systematische Austausch von Zugeständnissen .....             | 824 |
| 4.2 Erweiterung der Verhandlungsmasse: Expanding the pie .....                    | 824 |
| 4.3 Berücksichtigung zugrunde liegender Interessen .....                          | 825 |



|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 5     | Verhandlungen vor dem Hintergrund sozialpsychologischer Theorien . . . . | 826 |
| 5.1   | Soziale Austauschtheorien . . . . .                                      | 827 |
| 5.2   | Gruppentheorien . . . . .  | 828 |
| 5.2.1 | Verhandlungen zwischen Teams . . . . .                                   | 830 |
| 5.2.2 | Verhandlungen zwischen Gruppenrepräsentanten . . . . .                   | 831 |
| 5.3   | Gerechtigkeitsatheorien . . . . .  | 831 |
| 5.4   | Weitere sozialpsychologische Theorien . . . . .                          | 833 |
| 6     | Zusammenfassung und Ausblick . . . . .                                   | 834 |
|       | Literatur . . . . .  | 836 |

## 27. Kapitel: Vertrauen in Personen und Organisationen Von Hans-Werner Bierhoff und Franz Petermann

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | Überwindung von Unsicherheit in sozialen Beziehungen . . . . .        | 847 |
| 2   | Vertrauen: Kernbereich und Variationen . . . . .                      | 849 |
| 2.1 | Vertrauen in eine konkrete Person . . . . .                           | 850 |
| 2.2 | Vertrauen in Kultur und Umwelt . . . . .                              | 851 |
| 3   | Stufenmodelle der Vertrauensentwicklung . . . . .                     | 853 |
| 3.1 | Entwicklungspsychologisches Modell . . . . .                          | 854 |
| 3.2 | Vertrauensentwicklung in Organisationen . . . . .                     | 855 |
| 3.3 | Vertrauen in intimen Beziehungen . . . . .                            | 857 |
| 3.4 | Alternative Ansätze zur Erklärung der Vertrauensentwicklung . . . . . | 859 |
| 4   | Persönlichkeitsmerkmale und situative Merkmale . . . . .              | 861 |
| 5   | Erfassung von Vertrauen . . . . .                                     | 864 |
| 6   | Systemvertrauen . . . . .   | 866 |
|     | Literatur . . . . .   | 869 |

## 28. Kapitel: Mentoring Von Simone Kaminski, Silja Simona Kennecke, Denise Stefanie Dlugosch, Silke Weisweiler und Dieter Frey

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | Einführung . . . . .                        | 873 |
| 1.1 | Begriffsdefinition und Abgrenzung . . . . . | 873 |
| 1.2 | Relevanz . . . . .                          | 874 |
| 1.3 | Mentoring-Funktionen . . . . .              | 874 |
| 1.4 | Formen von Mentoring . . . . .              | 875 |
| 1.5 | Mentoring-Phasen . . . . .                  | 876 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 2     | Mentoring in verschiedenen Lebensbereichen . . . . .                  | 878 |
| 2.1   | Mentoring im Jugendbereich . . . . .                                  | 879 |
| 2.2   | Mentoring an Universitäten . . . . .                                  | 882 |
| 2.3   | Mentoring am Arbeitsplatz . . . . .                                   | 886 |
| 2.3.1 | Positive Effekte von Mentoring am Arbeitsplatz . . . . .              | 886 |
| 2.3.2 | Negative Effekte von Mentoring am Arbeitsplatz . . . . .              | 887 |
| 3     | Gestaltung erfolgreicher Mentoring-Programme . . . . .                | 889 |
| 3.1   | Planung und Anpassung des Programms an die Problemlage . . . . .      | 889 |
| 3.2   | Auswahl geeigneter Mentoren und Mentees . . . . .                     | 890 |
| 3.3   | Gezielte Bildung der Mentoring-Paare oder -Teams (Matching) . . . . . | 891 |
| 3.4   | Qualifizierung der Mentoren . . . . .                                 | 892 |
| 3.5   | Programmevaluation bzw. Kontrolle der Umsetzungsqualität . . . . .    | 893 |
| 3.6   | Ausreichende Dauer der Mentoring-Beziehung . . . . .                  | 893 |
| 4     | Zukunftsperspektiven der Mentoring-Forschung . . . . .                | 894 |
|       | Literatur . . . . .   | 895 |

## 29. Kapitel: Gerechtigkeit Von Bernhard Streicher, Dieter Frey und Magdalena Öttl

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | Einführung und konzeptuelle Klärung . . . . .  | 901 |
| 2   | Dimensionen von Gerechtigkeit . . . . .  | 902 |
| 2.1 | Distributive Gerechtigkeit . . . . .   | 902 |
| 2.2 | Prozedurale Gerechtigkeit . . . . .  | 906 |
| 2.3 | Informationale Gerechtigkeit . . . . .   | 909 |
| 2.4 | Interpersonale Gerechtigkeit . . . . .   | 909 |
| 2.5 | Messung der vier Gerechtigkeitsdimensionen . . . . .   | 909 |
| 3   | Warum ist Gerechtigkeit für Menschen bedeutsam? . . . . .  | 910 |
| 3.1 | Instrumentelles Modell: Gerechtigkeit als Möglichkeit den eigenen Vorteil zu maximieren . . . . .      | 911 |
| 3.2 | Relationales Modell: Gerechtigkeit als Informationsquelle zum eigenen sozialen Status . . . . .        | 912 |
| 3.3 | Forschungsergebnisse zum instrumentellen und relationalen Modell . . . . .                             | 913 |
| 3.4 | Moralisches Modell: Gerechtigkeit als Wert an sich . . . . .   | 914 |
| 3.5 | Ungerechtigkeitssensibilität: Gerechtigkeitswahrnehmung als Persönlichkeitseigenschaft . . . . .       | 915 |
| 3.6 | Fairness-Heuristik-Theorie: Gerechtigkeit als schnelle Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit . . . . . | 916 |
| 3.7 | Unsicherheitsmanagementmodell: Gerechtigkeit als Möglichkeit Unsicherheit zu reduzieren . . . . .      | 917 |
| 3.8 | Integratives Modell von Colquitt und Greenberg . . . . .   | 918 |
| 4   | Empirische Befunde . . . . .   | 919 |
| 4.1 | Affekte . . . . .  | 919 |



|  |     |
|--|-----|
| 4.2 Einstellungen .....                  | 921 |
| 4.2.1 Akzeptanz von Entscheidungen ..... | 922 |
| 4.2.2 Vertrauen und Identifikation ..... | 922 |
| 4.2.3 Commitment .....                   | 923 |
| 4.3 Verhalten .....                      | 924 |
| 4.3.1 Konstruktives Verhalten .....      | 924 |
| 4.3.2 Destruktives Verhalten .....       | 925 |
| 5 Anwendung der Befunde .....            | 926 |
| Literatur .....                          | 929 |

### 30. Kapitel: Mediation

Von Elisabeth Kals und Leo Montada

|   |     |
|---|-----|
| 1 Einführung in die Mediation und konzeptuelle Abgrenzungen .....       | 939 |
| 1.1 Prinzipien und Ziele der Mediation .....                            | 939 |
| 1.2 Abgrenzung zum Gerichtsverfahren .....                              | 940 |
| 1.3 Rasche Verbreitung der Mediation .....                              | 941 |
| 1.4 Abgrenzung zum Verhandeln .....                                     | 942 |
| 2 Theoretische Verankerung und Ansätze .....                            | 943 |
| 2.1 Soziale Konflikte .....   | 944 |
| 2.2 Psychologie der Gerechtigkeit .....                                 | 946 |
| 2.3 Psychologie der Verantwortung .....                                 | 948 |
| 2.4 Emotionspsychologie .....   | 949 |
| 2.5 Weitere theoretische Grundlagen der Mediation .....                 | 951 |
| 3 Evaluationsbefunde zur Mediation .....                                | 951 |
| 3.1 Evaluationsstudien .....  | 952 |
| 3.2 Finanzielle Evaluationskriterien .....                              | 953 |
| 4 Anwendung der Befunde in der Mediationspraxis der Verständigung ..... | 953 |
| 5 Forschungsperspektive für die Zukunft .....                           | 957 |
| 5.1 Barrieren der Evaluationsforschung .....                            | 958 |
| 5.2 Potenziale der Mediation .....                                      | 958 |
| 5.3 Interdisziplinärer Austausch .....                                  | 959 |
| Literatur .....   | 960 |

### 31. Kapitel: Solidarität

Von Hans-Werner Bierhoff und Stephanie Hanke

|  |     |
|--|-----|
| 1 Einführung und konzeptuelle Klärung .....      | 965 |
| 1.1 Nutzenmaximierung .....                      | 966 |
| 1.2 Moralischer Appell .....                     | 966 |
| 1.3 Zusammenhang zwischen Nutzen und Moral ..... | 967 |

|  |     |
|--|-----|
| 2 Dimensionen der Solidarität .....  | 968 |
| 2.1 Gemeinsame Interessen .....  | 971 |
| 2.1.1 Solidarität als soziales Dilemma: Gefangenendilemma und<br>Trittbrettfahren .....            | 973 |
| 2.1.2 Reziprozität .....   | 975 |
| 2.1.3 Gruppendeprivation und soziale Identität .....   | 975 |
| 2.2 Solidarität auf Grundlage der Interessen anderer .....   | 977 |
| 2.2.1 Soziale Verantwortung und Menschenrechte .....   | 978 |
| 2.2.2 Schuldgefühle wegen Wohlstand .....  | 979 |
| 2.2.3 Empathie .....   | 980 |
| 3 Solidarität als Funktion von Individualisierung und Globalisierung .....                         | 981 |
| 3.1 Individualisierung und Globalisierung als gesellschaftliche Trends .....                       | 981 |
| 3.2 Schränken Individualisierung und Globalisierung die Bereitschaft<br>zur Solidarität ein? ..... | 981 |
| 3.3 Chancen und Risiken der Globalisierung .....   | 984 |
| 4 Schlussfolgerungen .....   | 985 |
| Literatur .....  | 986 |

### 32. Kapitel: Rassismus

Von Bernd Six

|   |      |
|---|------|
| 1 Rassismus: Ein Konzept und seine Geschichte ..... | 991  |
| 2 Formen und Varianten des Rassismus .....          | 996  |
| 2.1 Der symbolische Rassismus .....                 | 997  |
| 2.2 Der moderne Rassismus .....                     | 999  |
| 2.3 Der aversive Rassismus .....                    | 1000 |
| 2.4 Der ambivalente Rassismus .....                 | 1001 |
| 3 Skalen und Messinstrumente .....                  | 1002 |
| 4 Die Entstehung und Reduktion von Rassismus .....  | 1009 |
| 5 Empirische Ergebnisse .....                       | 1012 |
| 6 Perspektiven der Forschung .....                  | 1014 |
| Literatur .....                                     | 1016 |

### 33. Kapitel: Deindividuation und Crowding

Von Urs Fuhrer

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| 1 Einführung .....             | 1023 |
| 2 Deindividuation .....        | 1024 |
| 2.1 Begriffliche Klärung ..... | 1024 |



|     |  |      |
|-----|--|------|
| 2.2 | Klassische Erklärungen und empirische Befunde für Deindividuationseffekte .....  | 1025 |
| 2.3 | Alternative Erklärungsansätze für Deindividuationseffekte .....                  | 1027 |
| 2.4 | Deindividuation bei computervermittelter Kommunikation:<br>Das SIDE-Modell ..... | 1029 |
| 2.5 | Forschungsperspektiven .....   | 1031 |
| 3   | Crowding .....   | 1032 |
| 3.1 | Begriffliche Klärung .....   | 1032 |
| 3.2 | Entwicklung der Crowding-Forschung .....   | 1033 |
| 3.3 | Theoretische Konzepte .....  | 1034 |
| 3.4 | Empirische Ergebnisse .....  | 1035 |
| 3.5 | Anwendung empirischer Befunde .....  | 1037 |
| 4   | Forschungsperspektiven .....   | 1038 |
|     | Literatur .....  | 1039 |
|     | Autorenregister .....  | 1045 |
|     | Sachregister .....   | 1089 |

## Vorwort

Die Leserinnen und Leser werden sich fragen: Warum bedarf es einer Enzyklopädie der Sozialpsychologie in drei Bänden? Es gibt doch bereits eine Vielzahl von deutschen und internationalen Lehrbüchern.

Die Antwort ist einfach: Eine Enzyklopädie ist teilweise etwas anderes als ein Lehrbuch oder ein Handbuch der Sozialpsychologie. Ziel der Enzyklopädie ist es, einen umfassenden Überblick über wichtige Themen der Sozialpsychologie von Experten schreiben zu lassen. Ein Handbuch oder Lehrbuch der Sozialpsychologie, das von einzelnen oder wenigen geschrieben wird, gibt eher einen Gesamtüberblick, doch dies geht zumeist zu Lasten von Tiefe. Die Enzyklopädie soll in die Tiefe gehen und einen tiefergehenden Einblick in einen dennoch breiten Themenkomplex geben.

Ein weiterer Grund ist, dass fast alle anderen Subdisziplinen der Psychologie in den letzten Jahren Enzyklopädien herausgegeben und erneuert haben, und dies auch für das Fach Sozialpsychologie geschehen sollte, das wir für eines der produktivsten und innovativsten halten. Die Bände des *Handbuchs Sozialpsychologie*, die von Carl-Friedrich Graumann im Hogrefe-Verlag herausgegeben wurden, reichen über 40 Jahre zurück (Graumann, 1969, 1972). Obwohl sie für die damalige Zeit eine viel gelesene Übersicht über die Sozialpsychologie darstellten, sind die Beiträge in der Zwischenzeit veraltet, wenn auch nach wie vor lesenswert. Unter den damaligen Autoren fanden sich so bekannte und einflussreiche deutschsprachige Sozialpsychologen wie Mario von Cranach, Klaus Holzkamp, Hubert Feger und Martin Irle. Von den Autoren hat einer das Privileg, sowohl im *Handbuch Sozialpsychologie* als auch in dieser Enzyklopädie zur Sozialpsychologie vertreten zu sein: Bernd Six verfasste 1972 zusammen mit Reinhold Bergler das Kapitel über Stereotype und Vorurteile und ist hier als Alleinautor mit seinen Kapiteln über *Autoritarismus und soziale Dominanz* (Band 1) sowie *Rassismus* (Band 3) gleich zweifach vertreten. Ein weiterer Vorläufer der Enzyklopädie der Sozialpsychologie ist der Band *Lewin und die Folgen*, der in der Reihe *Die Psychologie des 20. Jahrhunderts* des Kindler Verlags erschien (Heigl-Evers, 1987), der aber natürlich ebenfalls als aktuelles Nachschlagewerk veraltet ist.

Mit den vorliegenden drei Bänden dieser Enzyklopädie wird der Versuch unternommen, einen Überblick über das Gesamtgebiet der Sozialpsychologie zu vermitteln, indem sowohl die theoretischen als auch die methodischen Grundlagen,