

Auf einen Blick

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



Inhaltsverzeichnis

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

14 Inhaltsverzeichnis

Alles gut aufgehoben: Die Festplatte	56
Semantische Netzwerke: Verknüpftes Wissen im Langzeitgedächtnis	57
Aktivierung ist ansteckend: Priming	58
Ist Kudiz ein sinnvolles Wort? – Lexikalische Entscheidungen.	58
Schablonen im Gedächtnis: Schemata	59
Ein erster Blick in den Quellcode.	60
Was ins Auge sticht: Salienz	61
Vom Autopiloten zum naiven Wissenschaftler: Automatische und kontrollierte Informationsverarbeitung	62
Motive und andere Störfaktoren.	66
Ein tieferer Blick in den Quellcode	67
Halb voll oder halb leer: Framing.	67
Der rasche Zugriff: Verfügbarkeit	68
Auf und nieder, immer wieder: Top-down und Bottom-up.	68
Positives Hypothesentesten – die Macht des ersten Gedankens	69

TEIL II EINSCHÄTZEN, BEWERTEN, HANDELN 71

Kapitel 4 Unser tägliches Brot: Urteile, Urteile, Urteile. 73

Ein Modell rationaler Urteile, dem sowieso niemand folgt.	74
Fünf Schritte zu einem unverzerrten Urteil	75
Kurz, knapp, schnell und manchmal auch daneben: Urteilsheuristiken.	76
Alltägliche Leitplanken.	76
Nobelpreisverdächtig: Die drei Heuristikklassiker nach Daniel Kahneman.	79
Gut gelaunt und schlecht gelaunt: Der Einfluss der Stimmungslage.	87
Die Kongruenz von Stimmungen mit Urteilen nutzen	88
Detailliert oder global – Stile der Informationsverarbeitung.	90
Urteile ergaunern: Die Tricks der Überredungskünstler	91
Und das ist längst noch nicht alles	97
Spontane Einsichten auf der Überholspur: Intuitive Urteile	100

Kapitel 5 Mag ich's oder mag ich's nicht: Einstellungen 103

Definition und Komponenten	103
Einstellungen und Verhalten	105
Die Theorie des geplanten Verhaltens	106
Selbstwahrnehmung: Verhalten als Quelle der Einstellung.	107
Viel Nutzen, viel Schaden: Funktionen von Einstellungen	108
Wie komme ich denn darauf: Wie Einstellungen entstehen	109
Direkte Erfahrung.	109
Information über das Einstellungsobjekt	110
Das Gleichgewicht halten	111

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

TEIL III
DAS ICH UND DAS DU 131

Kapitel 6
Das Ich: Das Selbstkonzept als Antwort auf die Frage
»Wer bin ich?« 133

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

Kapitel 7
Soziale Wahrnehmung 155

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

Kapitel 8

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

Kapitel 9

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

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

**Kapitel 10
Gruppen 213**

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

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

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

TEIL V DER BÖSE UND DER GUTE MENSCH 267

Kapitel 12

Der »böse« Mensch schädigt andere: Aggression 269

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

Kapitel 13

Der gute Mensch hilft: Prosoziales Verhalten und Altruismus 285

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

TEIL VI DER TOP-TEN-TEIL 297

Kapitel 14

Zehn (plus zwei) bemerkenswerte sozialpsychologische Theorien 299

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

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

Kapitel 15

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

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

Kapitel 16

Zehn wichtige Persönlichkeiten der Sozialpsychologie..... 307

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

Abbildungsverzeichnis.....311

Stichwortverzeichnis.....313

