

Sozialer Einfluss

Zusammenfassung von Carlo Michaelis (2259062)

Thema: Wann wirkt welche Norm? (Goldstein, Cialdini & Griskevicius, 2008)

Zusammenfassung

In der Studie von Goldstein, Cialdini und Griskevicius geht es um darum, wie soziale Normen genutzt werden können um Personen zu motivieren Umweltfreundlicher zu sein. Im konkreten Fall der Studie geht es um das Wiederverwenden von Handtüchern. Wie also ein Schild inhaltlich gestaltet sein muss, damit möglichst viele Personen ein Handtuch ein zweites Mal verwenden.

Experiment I

Es wurden zwei Schilder kreiert. Auf einem Schild wurden die Besucher einfach nur – unter Berücksichtigung der Umwelt – aufgefordert das Handtuch erneut zu verwenden.

Die andere Hälfte der Besucher bekam auf dem Schild zusätzlich die Information, dass 75% der Personen ein Handtuch erneut verwenden.

Die eine Gruppe stand damit unter sozialem Einfluss, die andere Gruppe nicht.

Im Ergebnis zeigte die Gruppe unter sozialem Einfluss eine signifikant erhöhte Wiederverwendung der Handtücher (44,1% im Gegensatz zu 35,1%). Die Autoren gingen jedoch davon aus, dass die Rate noch unterschätzt wurde, da:

1. Manche Besucher vielleicht nach dem ersten Tag das Handtuch wechselten, an späteren Tagen jedoch nicht.
2. Die Instruktion nicht genau verstanden und (obwohl sie es wiederverwenden wollten) es im Raum liegen ließen.

Experiment II

In diesem Experiment gab es 5 Schilder. Ein Schild war erneut Grundsätzlich, die 4 weiteren erneut mit sozialem Einfluss. Diese wurden jedoch verfeinert. Sie sprachen bestimmte Personengruppen an (Raum, Geschlecht, Einwohner, Gäste).

In einer Voruntersuchung wurden Probanden befragt, welche Personengruppe sie am ehesten beeinflussen würde. Dabei waren vor allem Bürger und Geschlecht weit vorne. In der Untersuchung zeigte sich jedoch, dass vor allem die Karte in Bezug auf den Raum („75% der Personen in ihrem Raum“) den stärksten Effekt zeigte, während sich die anderen nicht signifikant voneinander unterschieden.

Diskussion

Sozialer Einfluss hat also einen hohen Einfluss auf das Verhalten, vor allem wenn die Bezugsgruppe der eigenen sehr nahe ist. Gründe dafür könnten sein:

1. Menschen tendieren dazu zu generalisieren
2. Menschen folgen den Normen derjenigen Bezugsgruppe, die Ihnen am nächsten steht