

Alle sportlichen Handlungen sind sozialer Natur (auch Solo-Berggeher hat Auswirkungen auf die unten gebliebenen).

Sportbereiche beispielhaft: Trainingsweltmeister, Fanhysterie, Selbstkonzept,...

## 1. Soziale Kognitionen

### 1.1 Wahrnehmung:

- Konstruktion der Welt motivational: Mensch ist irrational
- Konstruktion der Welt kognitiv: Mensch ist rational, Erklärung durch Schemata, Heuristiken (vereinfachende Problemlösungen, Faustregeln), Attribution

### 1.2 Attribution: Ursachenzuschreibung, Rechtfertigung (WEINER)

Attribution	stabil	variabel
Internal = personal	Fähigkeit (Prüfung geschafft, weil ich gut reden kann)	Anstrengung (..., weil ich gut reden kann)
External = situativ	Schwierigkeit (..., weil sie so leicht war)	Zufall (..., weil ich Glück hatte)

*Grundannahme bei der Attribution:* Erhöhung/Schutz des Selbstwerts => gewisse Effekte:

a) Fundamentaler Attributionsfehler: Erklärung des Verhaltens anderer durch interne Attribution (B: er hätte sich mehr anstrengen müssen)

Gründe:

- wenig Infos über deren Verhalten
- Anker-/Anpassungsheuristik: Anpassung des eigenen Urteils an willkürlichen Anker (mentale Abkürzung)
- perzeptuelle Salienz: dem Herausstechenden wird attribuiert, nur der Mensch wird wahrgenommen, also wird ihm attribuiert.
- kulturelle Unterschiede

b) Akteur-Beobachter-Differenz: fundamentaler Attributionsfehler bei anderen, bei sich selbst: Attribution external (B: er hat schlecht gelernt, ich hatte schwierige Fragen)

Gründe: perzeptuelle Salienz, unterschiedliche Sichtweise und Informationen

c) Spotlighteffekt: Tendenz, die Salienz unserer Handlungen zu überschätzen (B: ich komme in einen Raum und alle Augen sind auf mich gerichtet – oh Gott, was wenn ich mich blamiere? :)

d) selbstwertschützende Attribution (self-serving-bias): eigener Erfolg: internal, eigener Misserfolg: external, umgekehrt bei anderen => Attributionsasymmetrie

e) above-average-Effekt: eigene Person, gute Freunde, eigene Gruppe besser als der Durchschnitt => Optimismus

f) Verarbeitung selbstbezogener Informationen: positive Infos sind wichtiger und werden effizienter verarbeitet

g) self-handicapping: Vorbereitung von Handicaps (geschlechts-, und selbstwertspezifische Unterschiede; B: Saufen am Vortag der Prüfung)

h) sandbagging: Herunterspielen der eigenen Leistungsmöglichkeiten

i) kontrafaktisches Denken: was wäre, wenn... (B: Bronze-: abwärts gerichtet, Silbermedaillengewinner: aufwärts gerichtet; siehe Bilder im Skript)

### 1.3 Erklärungen für diese Effekte (self-serving-bias)

a) Motiv der Selbstwerterhöhung

b) Informationstheoretisches Erklärungsmodell (auf Erwartung bezogen)

erwartete Handlungsergebnisse werden eher intern, nicht erwartete extern attribuiert  
(Personen erwarten eher Erfolg als Misserfolg)

c) Selbstdarstellungsansatz: Attribution so, dass die eigene Person gut dasteht

=> gegendefensive Attributionen wenn:

- sonst Ablehnung durch andere
- Selbstdarstellung würde durchschaut
- Zukünftige Widerlegung möglich

Funktionen:

- Verbesserung des Zugangs zu sozialen Ressourcen
- Konstruktion des Selbstkonzepts
- Emotionsregulation
- Mittel der Ausübung sozialer Macht

Techniken:

- Langfristig: eher defensiv (Schutz der eigenen Identität)
- Kurzfristig: auch assertiv (um von anderen Vorteile zu erhalten)
- Positiv (direkte positive Darstellung der eigenen Person) vs. negativ (Herunterspielen)

## 1.4 Reaktionen auf Rückmeldungen über die eigene Person

a) Selbstwerterhöhungsansatz (im Affektiven) Freude übers positive Feedback kein Unterschied im Selbstwert

b) Selbstkonsistenzansatz (im Rationalen) Akzeptanz dessen, was zum eigenen Bild passt (geringer Selbstwert, positives Feedback -> negative Reaktion)

c) Selbstschemaansatz:

- Schematischer Bereich (hohe Kenntnis über sich selbst): Selbstkonsistenz
- Aschematischer Bereich (geringe Kenntnis über sich selbst: Selbstwerterhöhung)

## 1.5 Symbolische Selbstergänzung

Verwendung von Symbolen vor Erreichen eines Ziels (kann auch substituiert werden; B: bestes Bike beim Radfahren, alle Profis haben es...)

Erklärungen:

a) Kompensationshypothese: zur Schau stellen alternativer Symbole -> Mangelausgleich

b) soziale Realisierungshypothese: Gebunden sein an soziale Kenntnisnahme

c) soziale Insensibilitätshypothese: Fixierung auf sich selbst -> wenig Aufmerksamkeit für andere

Unterschied zwischen Selbstergänzung und Selbstbestätigung: Kompensation nicht auf bedrohten Inhaltsbereich beschränkt, Ausgleich in anderen Bereichen

## 2. Gruppen und Mannschaften

2.1 Definitionen: Gruppe: ab 3 Personen, wechselseitige Kommunikation und Beziehung

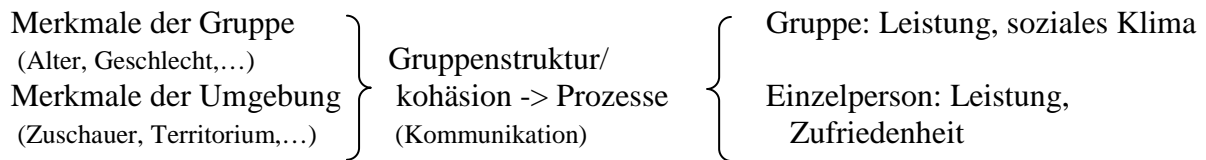
Mannschaft: Gruppe mit gemeinsamer Identität, Ziel, Abhängigkeit, Schicksal

### 2.2 heuristisches Modell von Carron

Input-Variablen

Prozessvariablen

Outputvariablen



## 2.3 Leistung

a) Quantität der Gruppenressourcen: je besser die individuelle Leistung, desto höher die Mannschaftsleistung (NICHT: je höher die Motivation, desto höher die Leistung!), aber: Einzelkämpfer hinderlich

b) Variabilität: Heterogenität -> höhere Produktivität (in gewisser Bandbreite), aber schlechterer sozialer Zusammenhalt

c) Gruppengröße: je größer, desto schlechter (weniger Interaktion, sinkende Verantwortlichkeit -> Motivationsverlusten, weniger Möglichkeit zur Beteiligung  
ideal: aufgabenorientiert: 3, soziale Kohäsion: 6 Personen

d) Gruppenkohäsion: hoch -> bessere Leistung bei interdependenten Aufgaben  
-> keine bessere Leistung bei Rivalitätsaufgaben

e) tatsächliche Gruppenleistung = potentielle GL – Prozessverluste  
(Kooperationsv./Motivationsv.) + Prozessgewinne

- Kooperationsverluste: Fähigkeit des einzelnen kann nicht gut zusammengefügt werden (Ringelmann-Effekt)
- Motivationsverluste: Teilen der Verantwortung, keine Identifikation der Leistung
  - o Soziales Faulenzen
  - o Trittbrettfahren: eigene Person überflüssig
  - o Trotteleffekt: Gefühl des ausgenutzt seins der Fähigeren

f) sozialer Kontext:

Anwesenheit anderer, Aufmerksamkeitskonflikt Bewertungserwartung	} Erregung	-> Erleichterung dominanter Reaktionen -> Hemmung nicht-dominanter Reaktionen
--	------------	--

-> Verbesserung bei einfachen, Verschlechterung bei schwierigen Aufgaben

## g) Aufgabentypologie nach STEINER

Aufgabe	Beschreibung
Kompensatorisch	Gruppe leistet mehr als die meisten
Disjunktiv (heureka)	Gruppe leistet gleich dem Besten -> wer ist der Beste?
Disjunktiv (nicht heureka)	Gruppe leistet weniger als Besten -> viele Prozessverluste (Kompetente halten sich zurück, Inkompetente verlieren Motivation)
Konjunktiv (teilbar)	Gruppe leistet besser als der Schlechteste -> keine optimale Aufteilung der Gruppe
Konjunktiv (nicht teilbar)	Gruppe leistet gleich dem Schlechtesten -> Kompetente verlieren Motivation

h) Brainstorming in Gruppen -> *weniger* Kreativität durch

- Motivationsverluste
- Bewertungsangst

- Produktionsblockierung

i) Gruppenstruktur soll Prozessverluste verhindern

Analyse: Unterscheidung zwischen aufgaben-/beziehungsorientiertem Verhalten

-> Muster: Rad, Kette, Kreis, Untergruppen/Spezialisten bilden

2.4 Führungsstil abhängig von Aufgabe und Sportler

a) Aufgabe komplex und unstrukturiert: autokratische Führung

b) Aufgabe übersichtlich und gut strukturiert: demokratische Führung

c) gute Fähigkeiten: emotionale Führung

d) schlechte Fähigkeiten: aufgabenorientierte Führung

*Führungsforschung*: motivierender aufmunternder Trainer -> zufriedene Sportler, **keine** bessere Leistung!

2.5 Konformität: Anpassung des Urteils an die eigene Gruppe

a) Versuche:

- Sherif: Schätzen der Entfernung der Bewegung eines Lichtpunktes in dunklem Raum -  
> Anpassung der Urteile
- Asch: Schätzen von Strichlängen 1Vp
  - o 37% der Antworten falsch
  - o 25% fehlerlos

b) Einflussquellen

**Normativ**: guten Eindruck machen vs. **Informativ**: Urteil soll richtig sein

- Mehrheit falsch/richtig
- Größe der Mehrheit
- Schwierigkeit der Aufgabe
- Selbstvertrauen
- Wahrgenommene Kompetenz der Falschantworter

c) Arten der Konformität

- Compliance: öffentlich, eigene Meinung bleibt gleich, Verhalten ändert sich
- Conversion: privat, eigene Meinung ändert sich

d) Minderheiteneinfluss: Minderheiten können nur über Verhaltensstil wirken, dieser muss beinhalten:

- Diachrone (=Meinung nicht heute so, morgen so) synchrone (alle in der Minderheit dieser Meinung) Konsistenz
- Klare Argumentation
- Nicht wirklichkeitsfern

*Zwei-Prozess-Erklärung*: Mehrheiten -> compliance; Minderheiten -> conversion

*Ein-Prozess-Erklärung*: Einfluss nur durch Stärke S, Unmittelbarkeit U und Anzahl N (logarithmisch):

$$S \cdot U \cdot N^t$$

*Differentielles Prozessmodell*:

Minderheiten -> Aufmerksamkeitsarregung (durch Konsistenz, Originalität) -> divergentem (=kreativem) Denken

Mehrheiten -> konvergentes Denken -> systematische Informationsverarbeitung

e) Gruppenpolarisation: Gruppendiskussion -> extremer werdende Meinungen

Gründe:

- Sozialer Vergleich: Unterscheidung von anderen nur durch Polarisierung möglich
- Gegenseitige Persuasion: neue Argumente
- Selbstkategorisierung: Gruppenabgrenzung zu anderen Gruppen (Prototyp)

#### f) Gruppendenken

*Merkmale:*

- Unverwundbarkeit
- Überzeugung vom eigenen Handeln
- Konformitätsdruck
- Beschönigung von schlechten Entscheidungen
- Kontrolle des Informationsflusses

*Ursachen:*

- Abschottung nach außen
- Hohe Gruppenkohäsion
- Bedrohliche Situation -> hohe Emotionalität

*Folgen:*

- Selektive Wahrnehmung
- Selektive Informationsbeschaffung
- Gegenseitige Bestätigung
- Keine Alternativpläne -> verzögertes, unkritisches Lernen

*Gegenmaßnahme: advocatus diaboli*

### 3. Beziehungen

#### 3.1 Beeinflussung der sportlichen Leistung

- Gute Beziehung zum Trainer
- Sozialer Rückhalt in der Familie
- Gute Atmosphäre in der Sportgruppe

#### 3.2 beziehungsfördernde Faktoren generell

- Räumliche, soziale, demographische Nähe
- Ähnliche Einstellung
- Komplementäre Bedürfnisse
- Körperliche Attraktivität -> Mensch wirkt sensibler, freundlicher, kompetenter -> bessere Jobs

#### 3.2 beziehungsfördernde Faktoren im Sport

- Duz-Kultur
- Überwindung körperlicher Distanz
- Sozialer ritualisierter Umgang

#### 3.3 Effekte der Personenwahrnehmung (Kontexteffekte)

- Hof-/Haloeffekt: attraktiver Mensch ist auch kompetent
- Assimilation: eigene Person ist auch attraktiver in der Nähe attraktiver Menschen (boosting)
- Kontrasteffekt: Einschätzung der eigenen Person abhängig vom Umfeld (viele Übermenschen um mich -> eigene Person geringerer Wert)
- Selbsterfüllende Prophezeiung (=Pygmalioneffekt): eigene Zuschreibungen lenken Verhalten des anderen in eine bestimmte Richtung
- Basking in reflected glory: Fans sonnen sich im Erfolg ihrer Mannschaft

### 3.4 Austauschtheorie

In einer Beziehung: Austausch von Liebe, Geld, Infos etc mit dem Ziel Nutzenerhöhung.  
Abbruch bei Verlustgeschäft, besseren Alternativen.

### 3.5 Equity theory

Größte Zufriedenheit, wenn es ausgeglichener ist.

Voraussage unmöglich, wichtig ist die persönliche Kosten-Nutzen-Rechnung.

## 4. Soziale Unterstützung

### 4.1 soziales Netzwerk – Einflussfaktoren

- Kontaktfrequenz
- Beziehungsdauer
- Entfernung
- Zufriedenheit

### 4.2 soziale Unterstützung -> Gesundheit, Wohlbefinden

- Psychisch: Kontakte, emotionale, kognitive Zuwendung
- Instrumentell: Infos, Geld, Dienstleistungen

Im Sport: Möglichkeit, soziale Beziehungen zu knüpfen und Bindung an Sport -> positive Gefühle gegenüber Sport

### 4.3 Wertewandel

Verminderte Bindung an Organisationen (Parteien, Vereine, Ehe)

-> sinkendes Commitment (=Bindung und Selbstverpflichtung gegenüber Organisationen)

Aktives Commitment: Gefühlsbindung

Fortsetzungsbezogenes Commitment: Nachteile beim Auflösen der Bindung

Wertebezogenes Commitment: normative Gründe für Verbleib in Bindung

-> steigende Spontaneität, Selbstbestimmung

### 4.4 Investitionstheorie (RUSBULT) über Bindung an Organisationen

- Zufriedenheit mit Organisation = Nutzen – Kosten + interner Vergleich
- Commitment = Zufriedenheit + erfolgte Investitionen – Attraktivität der Alternativen

Reaktionen auf Unzufriedenheit:

	aktiv	passiv
konstruktiv	beschweren	treu bleiben
destruktiv	abwandern	vernachlässigen

players loyalty: bedingungslose Unterordnung bis zu Deindividuation

-> Verpflichtungsrituale, Herrschaftsrituale, Degradierung neuer Spieler