

Martin Harant: Fundamentalismus. Sozialpsychologische Deutungsangebote zum Fallbeispiel 2: „Tödliche Gefolgschaft“.

2. Soziale Identität

Warum zieht es uns Menschen in Gruppen und was passiert, wenn wir uns einer Gruppe zugehörig fühlen? Verschiedene Aspekte scheinen hierbei eine Rolle zu spielen: Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe, in der Sozialpsychologie auch *soziale Identität* genannt, verleiht einem einen höheren Selbstwert. Die Einteilung in Gruppen, die wir selbst vornehmen (Gruppe der Ausländer, Gruppe der Schüler, Gruppe der Lehrer, „die“ Muslime, „die“ Fundamentalisten usw.), erleichtert es uns, uns im Alltag zu orientieren. Man kann auch den Status, den eine Gruppe besitzt, auf sich selbst übertragen ohne selbst etwas zu diesem Erfolg beigetragen zu haben. Ein gutes Beispiel hierfür ist der Stolz, den Anhänger einer Fußballmannschaft bei einem Sieg derselben empfinden. Der Sozialpsychologe R. Cialdini spricht hierbei von *basking in reflected glory*:

„Das Spiel ist nicht einfach etwas Unterhaltendes, Zerstreuendes, das man um seiner selbst willen genießt. Es geht um mehr, um das eigene Selbst. Dies ist der Grund für die Bewunderung und – aufschlussreicher noch – die Dankbarkeit, mit der die Massen diejenigen feiern, die „ihrer“ Mannschaft zum Sieg verhelfen. Und dies ist auch der Grund dafür, dass dieselben Massen so rabiat mit Spielern, Trainern und Funktionären umgehen, die für Niederlagen verantwortlich gemacht werden.“ (R. Cialdini, 249)

Ebenso selbstwertsteigernd kann es beispielsweise sein, einer Gruppe anzugehören, die im alleinigen Besitz einer Wahrheit ist. Diese Strategie der Selbstwertsteigerung kann auch verdeutlichen, warum viele Menschen sich lieber der erfolgreichen Gruppe (etwa bei bevorstehenden Wahlen) anschließen als denjenigen, die vermutlich im Gruppenvergleich verlieren werden. Eine weitere Steigerung des Selbstwertes, kann durch die Abwertung anderer, evtl. konkurrierender Gruppen (der anderen Schulklasse, der Nachbarschule, der anderen Konfession, Religion, Nation etc.) erfolgen. Die Abgrenzung fördert die Identifikation mit der eigenen, *besseren* Gruppe.

Dass die Einteilung in Gruppen uns hilft, uns im Alltag zu orientieren, kann man sich an folgendem Beispiel klarmachen. Angenommen, ein Mensch mit einem erkennbaren fremden äußeren Erscheinungsbild läuft alleine bei Dämmerung durch die Stadt und erblickt in der Ferne zwei junge Männer mit Springerstiefeln und kurz geschorenem Haar: Möglicherweise wird er die Begegnung vermeiden, weil er instinktiv die Gestalten einer ihm feindlich gesonnenen Gruppe zuordnet. Man spricht hierbei von *sozialer Kategorisierung*. (Die ... sind so.) Wir entlasten mit ihr unser

Gedächtnis und können ggf. schneller reagieren, weil wir auf Grund dieser Zuordnung zu einer Gruppe eine entsprechende Erwartungshaltung aufbauen (z. B. erwarten Schüler, dass ein Lehrer sich eben wie ein Lehrer verhält und umgekehrt).

Mit diesen Vorteilen von sozialer Identität gehen natürlich auch Nachteile einher: So kann es geschehen, dass wir die uns begegnenden Menschen verzerrt durch unser Bild ihrer Gruppenzugehörigkeit wahrnehmen. So entstehen beispielsweise Stereotypen wie „Schüler sind frech“, „Lehrer sind faul“, „Polen klauen Autos“, „Muslime sind gewalttätig“ ... Ferner neigen wir dazu, verschiedene Gruppen unterschiedlicher wahrzunehmen, als sie sind und Unterschiede von Personen innerhalb bestehender Gruppen, zu unterschätzen.

Auch der Gewinn von Selbstwert über Gruppenzugehörigkeit ist mit Problemen behaftet: Je stärker die Identifikation mit der Gruppe ausgebildet ist, desto weniger kritisch wird man ihr begegnen.

Welche Strategien helfen, die negativen Begleiterscheinungen einer „sozialen Identität“ zu reduzieren? Die erste Strategie lautet: *Dekategorisierung*. Was gemeint ist, kann man sich an folgendem Beispiel verdeutlichen: Angenommen, eine christliche Gemeinde hat Berührungängste und Vorurteile gegenüber der erstarkenden muslimischen Bevölkerung in ihrem Gebiet. Sie könnte beispielsweise einen Muslime einladen, der den Stereotypen, die vorherrschen, nicht entspricht und den die Gruppe wahrscheinlich sympathisch finden wird. Auf dieser Strategie beruhen etwa israelisch-arabische Jugendbegegnungsprogramme. Der Nachteil dieser Strategie kann sein, dass die christliche Gemeinde zu dem Ergebnis kommen könnte, dieser sympathische Mann sei eben kein typischer Vertreter seiner Gruppe. Eine weitere Strategie besteht darin aufzuzeigen, dass es zwischen der eigenen Gruppe und der anderen Gemeinsamkeiten gibt (wir nennen sie *Rekategorisierung*). Beispielsweise könnte die christliche Gemeinde auf die Idee kommen, ein gemeinsames Projekt mit den Muslimen anzustoßen, das unter dem Motto: Vereint im Monotheismus steht. Hier entstünde sozusagen eine gemeinsame soziale Identität auf höherer Ebene.

Literatur

R. Cialdini. Die Psychologie des Überzeugens. Bern, 5. Auflage 2007/Soziale Identitätstheorie, in: M. Gollwitzer & M. Schmitt. Sozialpsychologie Kompakt. Weinheim u. a. 2009, 65–77/L. Slater. Von Menschen und Ratten. Die berühmten Experimente der Psychologie. Weinheim u. a. 2009.

Arbeitsaufgaben

- Beschreiben Sie mit eigenen Worten, was mit dem Stichwort „Soziale Identität“ gemeint ist und wie sie sich in unserem Leben auswirkt.
- Überlegen Sie, welchen Beitrag zum Verständnis unseres Fallbeispiels (Tödliche Gefolgschaft) die Theorie der Sozialen Identität leisten könnte.
- Finden Sie weitere Beispiele aus dem Bereich des religiösen Fundamentalismus, die sich mithilfe dieser Theorie deuten lassen!