

Gruppenzwang und Facebook - Wie stark lassen wir uns von anderen beeinflussen?

Gedanken sind frei. Zum Teil stimmt die Aussage. Aber wir passen unsere Meinung auch oft an die Meinung der Mehrheit an. Machen wir das auch auf Facebook? Welche Auswirkung haben die Likes auf unser Verhalten? Gefallen uns Sachen nur, weil unsere Freunde sie mögen?

Menschen passen ihr Verhalten und ihre Meinung an ihre Umgebung an. Dieses Phänomen ist bereits von **Sigmund Freud** in der Studie „*Massenpsychologie und Ich-Analyse*“ festgestellt. Er bewies, dass man die Einstellung und das Handeln ändert, wenn eine Menschengruppe Druck aufbaut.

Im Jahr 1951 veröffentlichte **Solomon Asch** das sogenannte *Konformitätsexperiment* und zeigte damit, dass eine Person von einer richtigen Antwort abweicht, um die Meinung von der Gruppe anzunehmen. Im groben lief das Experiment wie folgt ab: Mehrere Personen, die sich gleichzeitig in einem Raum befanden, sind gefragt worden, mit welcher Vergleichsline die Referenzlinie identisch ist. Alle bis auf eine Person sind von dem Versuchsleiter angewiesen worden, einstimmig eine falsche Antwort als richtig anzugeben. In der Kontrollgruppe sind sie gebeten worden, ihre richtige Einschätzung abzugeben. Insgesamt sind 12 Bilder gezeigt worden, von denen zufällig 6 wahrheitsgemäß beantwortet werden mussten. Es stellte sich heraus, dass 75% der Versuchspersonen mindestens einmal ihre Meinung an die Meinung der Mehrheit angepasst hat. Dieses Experiment ist mehrmals in unterschiedlicher Ausführung repliziert worden. Es stellte sich heraus, dass eine größere Gruppe mehr Konformität erzeugt. Außerdem wurde herausgefunden, dass die Versuchspersonen eher zu dem richtigen Ergebnis neigen, wenn eine eingeweihte Person absichtlich wahrheitsgemäß antwortet und so die Einstimmigkeit der Gruppe zerstört.

Ist Gruppenzwang dauerhaft wirksam?

Bislang war es jedoch unklar, wie lange der Einfluss der Gruppe hält. Ein Forschungsteam der South China Normal University ging dieser Frage nach. Dafür baten sie die Versuchsteilnehmer 280 Fotos von jungen Frauen auf einer Skala von 1 bis 8 zu bewerten. Danach bekamen sie eine Bewertung der Gesichter, die angeblich den Durchschnitt der Ergebnisse bildete. Die Bewertung der Fotos wurde insgesamt vier Mal wiederholt: 1, 3 und 7 Tage sowie drei Monate nach der Bewertung. Die Ergebnisse zeigen, dass die Auswirkung der Durchschnittsbewertung die Meinung der Versuchspersonen nicht länger als 3 Tage lang beeinflusste. Wir geben also nur für ein paar Tage dem Gruppenzwang nach. Konform sein bedeutet, dass eine Person die Normen der Mitmenschen annimmt. Dahinter stehen der Wunsch und das innere Bedürfnis, ein Teil von einer Gruppe zu sein. Anpassung an die Mitmenschen ist ein natürliches Phänomen. Doch was bringt einen Menschen dazu, seine Meinung zu ändern, wenn er im Recht ist? Es gibt unterschiedliche Ansätze, um dies Frage zu beantworten.

Zu einem kann es daran liegen, dass man bei einer Gruppe einen guten Eindruck hinterlassen möchte. Ist man jedoch einer anderen Meinung als die Mehrheit der Gruppe, fühlt man sich unsicher und unwohl, da man Antipathie und Abneigung fürchtet. Damit das nicht passiert und man von anderen Menschen in der Gruppe als sympathisch wahrgenommen wird, passt man seine Meinung an die der Mehrheit an.

Die zweite Möglichkeit ist, dass man für die Einschätzung der Situation nicht die nötigen Informationen zur Verfügung hat und deshalb die Meinung und das Verhalten anderer als Informationsquelle benutzt. Dadurch wird die eigene Unsicherheit beseitigt. Die Konformität steigt, je unklarer oder schwieriger eine Situation ist.

Der dritte Ansatz ist ähnlich. Er besagt, dass in schwierigen Situationen, in denen keine Informationen von der objektiven Außenwelt vorliegen, der Anpassungsdruck enorm steigt. Es muss jedoch nicht immer etwas mit der Gruppe zu tun haben. Auch die Persönlichkeit bestimmt, ob ein Mensch sich schnell von anderen beeinflussen lässt oder nicht.

Persönlichkeit: Bin ich empfänglich für Gruppenzwang?

Eine Person mit einem geringen **Selbstwertgefühl**, die sich nach Bestätigung, Anerkennung, Sicherheit und Gewissheit sehnt, tendiert eher dazu, sich konform zu verhalten und sich anzupassen. Dadurch verschwindet das Gefühl, ein Außenstehender zu sein. **Konformitätsdruck kann aber auch durch ein starkes Solidaritätsgefühl erzeugt werden.** Gehört man einer Ranggruppe an, hat man eine bestimmte Rangordnung oder stimmt man ansonsten mit der Gruppe in anderen Angelegenheiten überein, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass es zu einer Anpassung an die Gruppe kommt. Konformitätsdruck gibt es auf der Arbeit,

im Freundschaftskreis, in der Familie, in der Uni oder Schule, im Verein, in der Mode, eigentlich überall. Auch in den sozialen Netzwerken wie **Facebook** passen wir unsere Meinung, unsere Einstellung und unsere Verhaltensweisen an unsere Freunde an. Dadurch entsteht wie im richtigen Leben ein Gefühl der Zugehörigkeit und Akzeptanz.

Konformitätsdruck in sozialen Netzwerken

Peter Michael Bak und **Thomas Kessler** haben im Rahmen der Online-Studie *„Mir gefällt's, wenn's euch gefällt! Konformitätseffekte bei Facebook“*. Als Grundlage für ihre Untersuchung diente nicht nur das **klassische Konformitätsexperiment von Asch**, sondern auch die **Theorie der Schweigespirale von Noelle**. Diese Theorie besagt, dass die Bereitschaft vieler Menschen sich öffentlich zu einem Thema zu äußern davon abhängt, was die wahrgenommene Mehrheitsmeinung ist. Steht die eigene Meinung im Widerspruch zu der angeblich vorherrschenden Mehrheitsmeinung, gibt es Hemmungen, sich dazu zu äußern, da eine soziale Isolation befürchtet wird.

Das Experiment wurde mit 657 Probanden durchgeführt, die alle in der Freizeit Facebook nutzen und mit den Likes und ihrer Bedeutung vertraut waren. Zuerst sind Gründe für die Nutzung und die Nutzungsdauer abgefragt worden. Bei der Nutzungsdauer ist zwischen *„unter der Woche“* und *„Wochenende“* unterschieden worden. Die Probanden wurden in fünf Gruppen aufgeteilt: Es gab drei Experimentalgruppen, bei denen die Facebook-Likes manipuliert worden sind. Die Kontrollgruppen mussten die Bilder einmal ohne Facebookkontext und das andere mal ohne Likes bewerten. Dabei konnten alle Probanden auf einer 7-stufigen Skala angeben, wie sehr ihnen das Bild gefällt. Als Stimulus wurde ein identisches Bild präsentiert.

Die Forscher fanden heraus, dass es auch in Facebook einen deutlichen Konformitätseffekt gibt. Bilder mit mehr Likes wurden von Probanden positiver bewertet als gleiche Bilder ohne Likes. Die Anzahl der Likes hat einen Einfluss auf die Konformitätsneigung. Je mehr Likes ein Bild hat, desto eher wurde es von Probanden geliked. Außerdem wurde ein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männer festgestellt. Demnach tendieren Männer, die Facebook intensiv nutzen, zu einer stärkeren Konformität als Frauen.

Auch in virtuellen, großen Gemeinschaften wie Facebook gibt es den Wunsch nach Akzeptanz, Sicherheit, Gruppenzugehörigkeit und Gewissheit, der zu einem Konformitätsdruck führt. Personen, die nicht stark in Facebook aktiv sind, verhalten sich weniger Facebook-konform, da sie sich nicht als Teil dieser Gemeinschaft fühlen. Möchten Sie mehr über Ihren persönlichen Umgang mit Facebook erfahren? Hier finden Sie einen Selbsttest, mit dessen Hilfe sie Ihre Facebookabhängigkeit messen können.

Autorin: Alexandra Oseledec (Impulsdialog)

Foto: FSU Jena

Weiterführende Links und Artikel:

[Selbsttest: Facebookabhängigkeit](#)

[Artikel der Woche: Sind wir Facebooksüchtig?](#)

[Typisch Ich, typisch du?](#)

[Die Illusion der freien Entscheidung](#)