

Selbstwertgefühl

Selbstwertgefühl – heutige und frühere Konzeptionen

Der Begriff des Selbstwertgefühls besitzt angesichts seines heutigen Gebrauches in der Psychologie einen Bedeutungsüberschuß. Man geht heute nicht mehr von der Annahme der Existenz eines irgendwie substantialisierten „Selbst“ aus. Vielmehr bezeichnet man damit einfach die Richtung der Wahrnehmung bzw. Beurteilung, d. h. die Richtung auf die *eigene Person* des Beurteilers. Man geht auch nicht mehr von der Annahme eines Selbstwertes bzw. Wertes als einer besonderen psychologischen oder philosophischen Kategorie aus. Vielmehr versteht man unter Wert einfach das Ergebnis eines *Bewertungsprozesses*, d. h. einer mehr oder weniger positiven Bewertung, im vorliegenden Falle also der Bewertung der eigenen Person. Schließlich handelt es sich beim Selbstwertgefühl nicht im strengen Sinne um eine Emotion oder einen Affekt etc., falls damit ein außerordentlicher Bewußtseinszustand gemeint ist, der von spezifischen physiologischen Erscheinungen begleitet ist. Statt dessen spricht man von Gefühl hier mehr im Sinne der Feststellung des Ergebnisses der mehr oder weniger positiven Beurteilung der eigenen Person durch das Individuum selbst. In diesem Sinne stellt sich „Selbstwertgefühl“ eher als die *evaluative* bzw. *affektive*, d. h. bewertende Komponente einer Einstellung im Sinne von „*attitude*“ dar, wobei das Einstellungsobjekt die eigene Person ist. Beim Selbstwertgefühl handelt es sich dann um den *bewertenden Aspekt des Selbstkonzeptes*.

In der Vergangenheit ist allerdings das Selbstwertgefühl nicht immer mit einem Überschuß an Bedeutung versehen gewesen. In seinem einem Schichtenmodell der Persönlichkeit verpflichteten Werk „Aufbau der Person“ beschreibt Philipp Lersch (1962) als eines von mehreren Kennzeichen des „*endothymen Grundes*“, d. h. des Inbegriffes von Erlebnissen wie Stimmungen, Gefühlen, Affekten, Gemütsbewegungen, Trieben und Strebungen, die „*Gefühlsregungen des individuellen Selbstseins*“. Zu ihnen zählen u. a. die „*Gefühlsregungen des Eigenwertstrebens*“, z. B. die „*Selbstachtung*“, etwa im Gegensatz zu Minderwertigkeitsgefühlen und Selbstverachtung: „*In der Selbstachtung und Selbstverachtung stehen wir uns selbst gegenüber als unserem eigenen Beurteiler und Richter, in völliger Ausschaltung des Urteils der Mitwelt . . .*“ (Lersch 1962, S. 251). Der einer geisteswissenschaftlich-beschreibenden Psychologie verpflichtete Autor beschreibt jedoch zugleich das Selbstwertgefühl eines Menschen als unterschiedlich empfindlich – manche Menschen haben ein „*dickes Fell*“, manche besitzen ein leicht störbares Selbstwertgefühl – und erkennt somit zumindest grundsätzlich die Bedeutung der Rolle der sozialen Umgebung des Menschen für Entstehung und Veränderung des Selbstwertgefühls an. Denn die empirische Forschung innerhalb der Psychologie hat mehr und mehr gezeigt, daß von einer Selbstbewertung „*in völliger Ausschaltung des Urteils der Mitwelt*“ keine Rede sein kann.

Das Selbstwertgefühl als self-esteem

In den gegenwärtig akzeptierten Begriff des Selbstwertgefühls gehen durchaus einige von der älteren deutschen Charakterologie beschriebene Gesichtspunkte ein, er ist jedoch überwiegend geprägt von der angelsächsischen Tradition der Beschäftigung mit dem Selbst (*self*) bzw. Selbstkonzept (*self-concept*). Der selbstbewertende Aspekt des Selbstkonzeptes einer Person wird hier in Rückübersetzung von *self-esteem* gelegentlich als „Selbstachtung“ oder „Selbstwertschätzung“ bezeichnet. Auch das gegenwärtig überwiegend akzeptierte Konzept des *self-esteem* kann bereits auf eine längere Geschichte hinweisen. Nach William James (1890) gilt für das Selbstwertgefühl die Formel

$$\text{Selbstwertgefühl} = \frac{\text{Erfolge}}{\text{Ansprüche}}$$

Das Individuum kann demnach sein Selbstwertgefühl erhöhen oder senken, indem es die Werte im Zähler oder im Nenner verändert. So steigt nach dieser Formel das Selbstwertgefühl, wenn bei gleichbleibenden Ansprüchen bessere Erfolge erzielt werden, oder wenn bei gleichbleibender Erfolgslage die persönlichen Ansprüche gesenkt werden. Als weitere Vorläufer der heute üblichen Beschäftigung mit dem Selbstwertgefühl können Cooley (1902) und Mead (1934) sowie eine Reihe psychoanalytisch und humanistisch-psychologisch orientierter Autoren gelten.

Allgemein kann „Selbstwertgefühl“ als *ein hypothetisches Konstrukt für den Inbegriff bzw. die Summe der mehr oder weniger positiven Bewertungen, die eine Person über sich selbst abgibt*, bezeichnet werden.

Diese Definition schließt u. a. folgendes ein:

1. Das Selbstwertgefühl ist etwas nicht direkt Beobachtbares, das aus Äußerungen einer Person über sich selbst erschließbar ist.
2. Indem eine Person sich selbst bewertet, beurteilt sie sich selbst, und zwar als mehr oder weniger positiv; somit stellt das Selbstwertgefühl einen Aspekt des Selbstkonzeptes dar, nämlich den *evaluativ-affektiven* Aspekt des Selbstkonzeptes.
3. Das Selbstwertgefühl einer Person kann sich auf einzelne unterschiedliche Teilbereiche ihres Verhaltens (z. B. Leistung, soziales Verhalten, Attraktivität) beziehen, oder es kann im Sinne einer „Durchschnitts“- oder „Summenbildung“ von einem allgemeinen, alle Teilbereiche umfassenden Selbstwertgefühl gesprochen werden.
4. Es bestehen nicht nur inter-, sondern auch intra-individuelle Unterschiede im Selbstwertgefühl, d. h., das Selbstwertgefühl einer Person kann sich in Abhängigkeit von inneren und äußeren Einflußgrößen verändern.

Einige Autoren postulieren ein allgemein-menschliches Streben nach Selbstwert-Erhöhung. Dittes (1959) nimmt z. B. an, daß Personen im Zweifelsfalle stets nach selbstwerterhöhenden Informationen suchen. Gemäß dieser *self-esteem*-Theorie werden das Selbstwertgefühl bedrohende Informationen von

VI. Emotionsbezogene Phänomene

der Person gemieden. Über einige experimentelle Befunde hierzu berichten Frey und Benning (1983).

Die Messung des self-esteem

Die *Messung* des Selbstwertgefühls einer Person hat sich für eine große Anzahl von Forschungsfragestellungen der Differentiellen, Entwicklungs- und Sozialpsychologie sowie weiterer, verwandter Disziplinen als fruchtbar erwiesen. Dominierend ist dabei bis heute die orthodoxe Messung von *self-esteem* als eines allgemeinen, mehr oder weniger als stabil angenommenen Persönlichkeitsmerkmals, dessen Rolle als Vorhersagevariable oder vermittelnde bzw. *Moderatorvariable* zur Verbesserung der Beschreibung des Zusammenhanges zwischen Persönlichkeits- und Leistungsmerkmalen sowie Aspekten sozialen Verhaltens genutzt wird.

Zur Messung von *self-esteem* kommt eine große Zahl psychologischer Instrumente in Frage. Da die Bewertung von Merkmalen der eigenen Person funktional als nicht verschieden von der bewertenden Beurteilung einer anderen Person anzusehen ist und insofern einen Spezialfall von Personwahrnehmung bzw. -bewertung darstellt, kommen als *Meßmittel* des Selbstwertgefühls prinzipiell alle Verfahren in Betracht, die sich auch zur wissenschaftlichen Personbeurteilung eignen: Adjektivische Selbstbeschreibungssysteme, Sortierverfahren, Selbstratingmethoden, Eindrucksdifferenziale, Persönlichkeitsinventare, usw. (vgl. Mummendey 1979). Die – im Unterschied zur üblichen Selbstkonzepterfassung – spezifische Erfassung des Selbst-Wertes, d. h. die Bewertung im engeren Sinne wird oft dadurch erreicht, daß ein und dasselbe Selbstbeurteilungsverfahren zweimal, und zwar mit unterschiedlicher Instruktion, angewendet wird: mit einer *Real*-Instruktion (die Person gibt an, wie sie selbst zu sein glaubt) und einer *Ideal*-Instruktion (sie gibt an, wie sie gerne sein möchte). Aus der Höhe der auftretenden Real-Ideal-Diskrepanzen wird sodann der Grad des Selbstwertgefühls erschlossen. Auf die methodologische Problematik der Anwendung von Diskrepanz- bzw. Differenzmaßnahmen ist verschiedentlich hingewiesen worden (vgl. Wylie 1968). Als grundsätzlich sehr differenziert stellt sich auch das Problem der Validität von Selbstwertgefühl-Messungen dar (vgl. Wells & Marwell 1976; → *Sprachliche Methoden*).

Empirische Untersuchungen zum self-esteem

Eine Vielzahl empirischer Befunde zur psychologischen Bedeutung des Selbstwertgefühls bzw. der *self-esteem*-Variable findet sich bei Coopersmith (1967), Wylie (1979) sowie Frey und Benning (1983). Als ein Beispiel mag die Erforschung des Zusammenhanges zwischen *self-esteem* und sozialer Beeinflußbarkeit

genannt werden. Lange Zeit ging man von einer negativen Korrelation zwischen diesen beiden Variablen aus, d. h., Personen mit geringem Selbstwertgefühl galten als leichter beeinflussbar (vgl. McGuire 1964). Angesichts einiger abweichender Ergebnisse nahm man jedoch eine nonmonotone, z. B. kurvenförmige Beziehung an (vgl. Nisbett & Gordon 1967). So zeigten sich Personen mit sehr niedrigem und sehr hohem Selbstwertgefühl als weniger stark beeinflussbar als solche mit mittlerem *self-esteem*. Bei schwer verständlichen Meinungsgegenständen (z. B. aus dem medizinischen Bereich) zeigte sich wiederum eine leicht positive Korrelation zwischen Selbstwertgefühl und Beeinflussbarkeit. Das Selbstwertgefühl erwies sich somit als wichtiger *Prädiktor* für Beeinflussbarkeit, Konformität, Suggestibilität etc., doch scheint die Form des Zusammenhangs zwischen den betrachteten Variablen von einer Mehrzahl von Merkmalen des Kommunikationsprozesses abhängig zu sein. Dieses Ergebnis ist typisch für die empirische und experimentelle Erforschung des Selbstwertgefühls, da deutlich wird, daß menschliches Verhalten in komplexer Weise bedingt ist und das Selbstwertgefühl nur in Kombination mit weiteren Bedingungen einen Vorhersagewert für menschliches Verhalten besitzt. Eine besondere Bedeutung für die Erforschung sowohl menschlichen Leistungs- als auch sozialen Verhaltens hat das Selbstwertgefühl dadurch gewonnen, daß es sich als in Experimenten kurzzeitig manipulierbar erwiesen hat. Durch falsches Feedback (z. B. durch gezielte Information über das Ergebnis eines absolvierten Intelligenztests oder über den Grad der dem Individuum von anderen Personen zugeschriebenen Attraktivität) läßt sich kurzfristig ein erhöhtes oder verringertes Selbstwertgefühl erzeugen. Damit läßt sich aber zugleich zeigen, daß das Selbstwertgefühl in hohem Maße auf sozialer Rückmeldung beruht. Erfolg und Mißerfolg eines Individuums sowohl im sozialen als auch im Leistungsbereich sind entscheidende Bedingungsvariablen für die Höhe des sich selbst zugeschriebenen Wertes. Entsprechende experimentelle Ergebnisse werden beispielsweise von Wells und Marwell (1976) oder Gergen (1982) berichtet. Vereinzelt werden jedoch erfolgreiche *self-esteem*-Manipulationen auch im Sinne der *impression-management*-Theorie (Tedeschi 1981) interpretiert, wonach Personen dazu neigen, ihr *Image* selbst zu kontrollieren. So könnte es sein, daß Selbstwertgefühl-Manipulationen nur zu taktischen Selbstwertgefühl-Änderungen führen, nicht jedoch zu „wirklicher“ Veränderung des *self-esteem* (vgl. Pavlos 1973). Allerdings könnte nach der Selbstwahrnehmungstheorie von Bem (1972), dergemäß Personen Einstellungen und Bewertungen aus Verhaltensweisen ableiten, eine „vorgetäuschte“ Selbstwertänderung wiederum internalisiert werden, d. h., sie könnte langfristig Bestandteil des Selbstwertgefühls werden. Der Charakter des Selbstwertgefühls als eines *hypothetischen Konstruktes* bringt es mit sich, daß zwischen tatsächlichem und vorgetäushtem Selbstwert nicht sehr leicht unterschieden werden kann.

Literatur

- Bem, D. J.: Self-perception theory. In: Berkowitz, L. (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 6. New York: Academic Press 1972, 1–62.
- Cooley, C. H.: *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribner's Sons 1902.
- Coopersmith, S.: *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman 1967.
- Dittes, J. E.: Attractiveness of group as a function of self-esteem and acceptance by the group. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 59 (1959), 77–82.
- Frey, D. & Benning, E.: Das Selbstwertgefühl. In: Mandl, H. & Huber, G. L. (Hg.): *Emotion und Kognition*. München: Urban & Schwarzenberg 1983, 148–182.
- Gergen, K. J.: From self to science: What is there to know? In: Suls, J. (ed.): *Psychological perspectives on the self*. Hillsdale, N. J.: Erlbaum 1982, 129–149.
- James, W.: *Principles of psychology*, Vol. I. New York: Holt 1890.
- Lersch, P.: *Aufbau der Person*. München: Barth 1962.
- McGuire, W.: Inducing resistance to persuasion. In: Berkowitz, L. (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 1. New York: Academic Press 1964, 192–229.
- Mead, G. H.: *Mind, self, and society*. Chicago: Chicago University Press 1934.
- Mummendey, H. D.: Methoden und Probleme der Messung von Selbstkonzepten. In: Filipp, S.-H. (Hg.): *Selbstkonzept-Forschung. Probleme, Befunde, Perspektiven*. Stuttgart: Klett-Cotta 1979, 171–189.
- Nisbett, R. E. & Gordon, A.: Self-esteem and susceptibility to social influence. *Journal of Personality and Social Psychology* 5 (1967), 268–276.
- Pavlos, A. J.: Acute self-esteem effects on racial attitudes measured by rating scale and bogus pipeline. *Proceedings of the 81th Annual Convention of the American Psychological Association* 8 (1973), 165–166.
- Tedeschi, J. T. (ed.): *Impression management theory and social psychological research*. New York: Academic Press 1981.
- Wells, L. E. & Marwell, G.: *Self-esteem. Its conceptualization and measurement*. Beverly Hills, Calif.: Sage 1976.
- Wylie, R. C.: The present status of self theory. In: Borgatta, E. F. & Lambert, W. W. (eds.): *Handbook of personality theory and research*. Chicago: Rand McNally 1968, 728–787.
- Wylie, R. C.: *The self-concept. Revised edition, Vol. II: Theory and research on selected topics*. Lincoln: University of Nebraska Press 1979.

Hans Dieter Mummendey