

4 Soziale Kognition

Louise Pendry

4.1 Einleitung – 112

4.2 Voreilige Schlüsse: unser innerer Autopilot – 115

4.2.1 Was kennzeichnet einen automatischen Prozess? – 115

4.2.2 Die Allgegenwärtigkeit sozialer Kategorisierung – 116

4.2.3 Schemata: der nächste Schritt im Prozess? – 119

4.2.4 Schemata und Personengedächtnis – 121

4.2.5 Schema-Aktivierung und Verhalten – 123

4.3 Wie man die kognitive Kontrolle durch zusätzlichen Aufwand wieder erlangt – 127

4.3.1 Stereotyp? Welches Stereotyp? Wie man es schafft, dass das Stereotyp gar nicht erst aktiviert wird – 128

4.3.2 Wie man die Wirkung eines Stereotyps unterdrückt, wenn die Aktivierung bereits erfolgt ist – 130

4.3.3 Eindrucksbildung: der steinige Weg von der kategorienbasierten zur individualisierten Verarbeitung – 131

4.3.4 Wie man stereotype Gedanken durch egalitäre Reaktionen ersetzt – 135

4.3.5 Unterdrückung von Stereotypen: Wie man den unerwünschten Gedanken aus dem Sinn verbannt (wenn auch nicht immer aus den Augen) – 135

4.3.6 Die Verknüpfung von sozialer Wahrnehmung und sozialem Verhalten ist nicht unvermeidlich – 139

4.3.7 Können sich Schemata verändern? – 141

Kapitelzusammenfassung und Schlussfolgerungen – 143

- Dieses Kapitel ist eine Einführung in das Thema der sozialen Kognition: in die Frage, wie wir andere und uns selbst verstehen. Es konzentriert sich auf die Unterscheidung einerseits zwischen sozialen Prozessen und Urteilen, die oft schnell und automatisch erfolgen, wie etwa die Kategorisierung und Aktivierung von Stereotypen, und andererseits den Prozessen, die mehr Aufwand, Überlegung und Kontrolle erfordern (z.B. bei der Unterdrückung von Stereotypen und der individualisierten Eindrucksbildung).

4.1 Einleitung

Was ist soziale Kognition? Zur Erklärung welcher Arten von Prozessen kann die Forschung zur sozialen Kognition einen Beitrag leisten?

Wir leben in einer hektischen sozialen Welt. An einem beliebigen Tag begegnen wir vielen anderen Menschen. Möglicherweise treffen wir sie zum ersten Mal, wir gehen vielleicht mit alten Freunden aus, haben ein Vorstellungsgespräch und versuchen, bei einem künftigen Arbeitgeber einen guten Eindruck zu machen, wir stehen an der Kasse eines Supermarkts an oder warten auf einem Bahnsteig voller Menschen auf einen Zug. Selbst bei denen von uns, die vermeintlich ein ganz gewöhnliches Leben führen, gibt es keine zwei Tage, die exakt gleich ablaufen. Wie finden wir also in diesem komplexen sozialen Leben unseren Weg? Auf welche sozialen Informationen richten wir unsere Aufmerksamkeit, wie organisieren wir die Informationen, wie erinnern wir uns an sie und wie nutzen wir sie? Dies sind einige der Fragen, für die sich Forscher im Bereich der sozialen Kognition interessieren. Antworten darauf bringen uns zum Kern unseres Verständnisses vom mentalen Leben des Menschen.

Während wir Tag für Tag unseren Terminplänen folgen, betreiben wir soziale Kognition »in Aktion«. Worum handelt es sich dabei? Im Wesentlichen fördert die Erforschung der sozialen Kognition unser Verständnis der mentalen Prozesse, die dem sozialen Verhalten des Menschen zugrunde liegen (Fiske & Taylor, 1991). Fiske (2004, S. 122) formuliert es so: »Soziale Kognition untersucht die Schritte im Strom der Gedanken, die sich Menschen über andere Menschen machen.« Wenn wir nur einen Augenblick hierüber nachdenken, ergeben sich daraus Schlussfolgerungen für eine ganze Vielfalt sozialer Phänomene und Bereiche. Besonders faszinierend an der sozialen Kognition ist, dass hier die Art von Fragen berührt werden, die wir uns oft selbst stellen, zum Beispiel die folgenden:

- Warum nahm ich an, der Mann an der Kaffeemaschine im Vorstandszimmer sei der Chef der Firma, wo er doch tatsächlich der Sekretär war?
- Warum nahm ich an, dass Dr. Alex James ein Mann ist und Weißer?
- Wie kam es, dass ich mir Albert als älteren Mann vorstellte?
- Warum war ich überrascht, als ich entdeckte, dass Hilda, meine ältere Nachbarin, leidenschaftlich gerne Autos repariert?
- Warum nahm ich mir die Zeit, mit meiner neuen schwarzen Arbeitskollegin zu sprechen und ertappte mich später dabei, wie ich meinen ursprünglich durch Stereotype geprägten Eindruck von ihr neu bewertete?

Das Ziel dieses Kapitels besteht darin, Ihnen ein wenig von dem zu vermitteln, was wir bislang über einige der wichtigsten theoretischen Themen auf diesem Gebiet wissen (zu weiteren Einzelheiten s. Bless, Fiedler & Strack, 2004; Fiske & Taylor, 1991; Kunda, 1999;

4.1

Patricia Devine



Patricia Devine studierte bis zum B.A. an der State University of New York und graduierte dort 1981 mit summa cum laude. Dann erhielt sie 1983 ihren M.A. und 1986 ihren Ph.D. von der Ohio State University. Ihre Forschung konzentriert sich auf intrapersonelle und interpersonelle Herausforderungen im Zusammenhang mit Vorurteilen in unserer Gesellschaft. Ihre frühe Arbeit über die automatischen und kontrollierten Komponenten des Stereotypisierens (1989) hatte auf diesem Gebiet einen ausgesprochen starken Einfluss.

Zu ihren neueren Forschungsfragen gehören der Zusammenhang zwischen expliziten und impliziten Vorurteilen und die Prozesse, die die Anwendung von Stereotypen regulieren.

Moskowitz, 2005). Dieses Kapitel wird Ihnen einen Eindruck von einigen der anerkannten Theorien in diesem Bereich vermitteln und sowohl die klassische als auch die aktuelle Forschung berücksichtigen, die diese Theorien bei ihrer Suche nach einem besseren Verständnis für die Mechanismen des sozialen Denkens hervorgebracht haben.

Obwohl der Gegenstandsbereich der sozialen Kognition außerordentlich umfassend und dynamisch ist, würden nur wenige Forscher in Abrede stellen, dass ein immer wiederkehrendes, übergreifendes Thema darin besteht, zu unterscheiden zwischen einem sozialen Denken, das *schnell und impulsiv* ist, und einem sozialen Denken, das eher *abgewogen und genau* ist. Seit den siebziger Jahren brachten es bedeutsame Entwicklungen in Theorie und Methodologie mit sich, dass wir uns nun in der Forschung auf jede dieser unterschiedlichen Arten des Denkens konzentrieren können, also auf den Einfluss *unabsichtlicher* (d.h. unbewusster) und *absichtlicher* (d.h. bewusster) Prozesse beim Denken und Verhalten des Menschen (Posner & Snyder, 1975). Diese Unterscheidung findet sich z.B. im Begriff der *dualen Verarbeitungstheorien*. Oder, um es anders auszudrücken (und so werden wir von nun an hauptsächlich darauf Bezug nehmen): Sie bezieht sich auf den Gegensatz zwischen automatischen und kontrollierten Prozessen.

In diesem Kapitel konzentrieren wir uns vor allem darauf, wie sich diese Unterscheidung auf *Stereotype* anwenden lässt (z.B. Bargh, 1999; Devine, 1989; ► Kasten 4.1). Verarbeiten wir Informationen über Mitglieder sozialer Gruppen sorgfältig und rational, oder fällen wir unsere Urteile spontan und vorschnell? Wenn wir verstehen, wann und warum wir der automatischen oder der kontrollierten Verarbeitung den Vorzug geben, dann erfahren wir dadurch sehr viel darüber, wie wir unsere soziale Welt sehen.

Um diese Art von Unterscheidung etwas klarer werden zu lassen, lesen Sie bitte das folgende Zitat:

»Simon versuchte, seinen Stereotypen folgend Nationalitäten mit Gesichtern zu verbinden. Die Gruppe der stämmigen, zu sehr gebräunten und mit zu viel Schmuck behängten Männer und Frauen, die eher Bordeaux bestellten als den lokalen Wein, waren vermutlich Deutsche – wohlhabend, groß und laut. Ein Tisch, über dem eine Wolke von Zigarettenrauch hing, war offenbar mit Franzosen besetzt, während ein Tisch mit Nichtraucherern, die eher Wasser als Wein tranken, vermutlich aus Amerikanern bestand. Die Engländer bestrichen ihr Brot dick mit Butter und bestellten die fettesten Desserts. Die Schweizer aßen gesittet und achteten darauf, dass ihre Ellenbogen nicht den Tisch berührten; sie nippten in schöner Regelmäßigkeit abwechselnd am Weinglas und am Wasserglas.« (Mayle, 1993, S. 234)

Schema (»schema«): Eine kognitive Struktur oder mentale Repräsentation, die vorverarbeitete Informationen über Objekte oder Menschen bestimmter Kategorien umfasst; unsere Erwartungen über Objekte oder Gruppen; das, wodurch diese Objekte oder Gruppen definiert werden.

Stereotyp (»stereotype«): Eine kognitive Struktur, die unser Wissen, unsere Überzeugungen und Erwartungen über eine soziale Gruppe von Menschen enthält.

Heuristik (»heuristic«): Eine kognitive Faustregel, die Menschen verwenden, um zu einem Urteil zu gelangen. Heuristiken liefern zwar häufig zutreffende Ergebnisse, wegen ihres vereinfachenden Charakters aber nicht immer. Soziale Stereotype können als Beispiel für Heuristiken angesehen werden.

Simons Beobachtungen kommen uns wahrscheinlich nicht besonders ungewöhnlich vor. Wir schließen uns vielleicht nicht den Stereotypen über Nationen an, die in diesem Zitat vorkommen, oder stellen zumindest ihre Richtigkeit infrage; aber irgendwie wissen wir doch genau, worüber er spricht. Trotz der Risiken, die mit stereotypisierendem Denken verbunden sind, sind wir ihm dennoch häufig erlegen (z.B. Brewer, 1988; Devine, 1989; Fiske & Neuberg, 1990).

Hielt Simon auch nur einen kurzen Augenblick inne, um darüber nachzudenken, ob seine spontanen Einschätzungen richtig waren? Hielt er inne, um darüber nachzudenken, dass in Wirklichkeit mehrere Personen in der französischen Gruppe überhaupt nicht rauchten oder dass mindestens zwei Personen aus der englischen Gruppe ebenfalls an ihrem Obstsalat (ohne Sahne) knabberten? Nein. Wissenschaftler, die sich mit sozialer Kognition beschäftigen, stellen sich die Frage, wie und warum Simon so reagierte. Was brachte ihn zu seinen Schlussfolgerungen? In Begriffen der sozialen Kognition ausgedrückt veranschaulicht das oben angeführte Zitat mehrere Schritte in einem Prozess, der das zentrale Thema im nächsten Abschnitt sein wird. Simon hat:

- jede einzelne der Personen im Restaurant bezüglich ihrer Nationalität *kategorisiert* (sie aufgrund der subjektiv wahrgenommenen gemeinsamen Eigenschaften in diskrete Mengen – hier Nationalitäten – gruppiert);
- den *Inhalt* dieser Kategorien *aktiviert* (wir nennen sie »**Schemata**«: unsere Erwartungen gegenüber Menschen, die solchen Gruppen angehören);
- diese Schemata in einer solchen Weise angewandt, dass sie die **Stereotype** über die Gruppen *bestätigen* (er suchte nur konsistente Informationen, die mit seinen Erwartungen in Einklang standen).

Dieser Vorgang lief zum großen Teil ziemlich spontan ab. Simon hielt nicht inne, um noch einmal genauer darüber nachzudenken. Wie wir sehen werden, besteht eine grundlegende Annahme der Forschung zur sozialen Kognition darin, dass wir häufig Informationen genau so verarbeiten und uns nur dann über dieses offensichtliche Stereotyp hinwegsetzen, wenn wir dazu motiviert und imstande sind, das zu tun (z.B. Fiske & Neuberg, 1990). Derartige Stereotype, wie sie oben skizziert wurden, sind funktional, sie erleichtern die Personenwahrnehmung. Sie sind, wie Bodenhausen (1990) angemerkt hat, eine Art kognitive Abkürzung, eine vereinfachende Faustregel oder **Heuristik**, die uns oft gute Dienste leistet, aber eben nicht immer (zu weiteren Einzelheiten über Heuristiken ► auch Abschn. 7.2.2).

Im vorliegenden Kapitel werden wir uns einige der Forschungsergebnisse ansehen, die die Unterscheidung zwischen automatischen und kontrollierten Prozessen bestätigen: Wann, warum und wie lassen wir uns bei der Personenwahrnehmung und bei der Stereotypisierung auf die automatische und wann auf die kontrollierte Verarbeitung ein? Am Ende dieses Kapitels werden Sie über das Wissen verfügen, um vorläufige Antworten auf diese Fragen geben zu können.

4.2 Voreilige Schlüsse: unser innerer Autopilot

Was kennzeichnet einen automatischen Prozess? Werden Stereotype automatisch aktiviert? Welche Rolle spielen Kategorien und Schemata beim Prozess der Beurteilung und des Verstehens anderer Menschen? Welchen Einfluss hat die Aktivierung von Stereotypen auf das Verhalten?

Bitte lesen Sie den folgenden Abschnitt:

Ein Vater und sein Sohn wurden in einen Autounfall verwickelt, bei dem der Vater starb und der Sohn schwer verletzt wurde. Der Vater wurde am Unfallort für tot erklärt und sein Leichnam ins örtliche Leichenschauhaus gebracht. Der Sohn wurde mit einem Unfallwagen ins nächste Krankenhaus transportiert und sofort in den Operationssaal der Notfallabteilung gerollt. Es wurde ein Mitglied des Chirurgenteams gerufen. Als es eintraf und den Patienten sah, riefes aus: »Oh Gott, das ist mein Sohn!«

Haben Sie eine Erklärung dafür?

Viele Menschen können diese Frage nicht beantworten. Aufgrund informeller Untersuchungen in Seminaren über eine Reihe von Jahren hinweg lässt sich sagen, dass oft mehr als 40% der Studierenden dies einfach nicht schaffen. Darüber hinaus bringen sie eine breite Vielfalt relativ weit hergeholter Erklärungen hervor (z.B. dass der »Vater«, der beim Unfall starb, ein katholischer Priester war und dass der Begriff »Sohn« deshalb eher locker verwendet wurde), statt der auf der Hand liegenden Erklärung, dass der Chirurg die Mutter des Jungen ist. Warum haben Menschen so große Schwierigkeiten damit, und warum konstruieren sie derartig komplexe Rationalisierungen? Dies liegt im Wesentlichen daran, dass es ihnen schwerfällt, das *automatisch aktivierte Stereotyp* (dass Chirurgen im Allgemeinen Männer sind) zu überwinden. Wie wir sehen werden, ist diese Tendenz, automatisch Stereotype zu aktivieren, ziemlich weit verbreitet. Wir werden uns jetzt näher damit beschäftigen, warum dies geschieht.



© PhotoAlto/Vincent Hazat

Sind Sie auch davon ausgegangen, dass Chirurgen immer Männer sind?

4.2.1 Was kennzeichnet einen automatischen Prozess?

Damit ein Prozess als **automatischer Prozess** angesehen werden kann, müssen mehrere Kriterien erfüllt sein (z.B. Posner & Snyder, 1975): Der Prozess muss *ohne Absicht, Aufwand oder Bewusstheit* ablaufen, und man geht davon aus, *dass er andere, gleichzeitig ablaufende kognitive Prozesse nicht stört*. Diejenigen von uns, die schon seit Jahren Auto fahren, wissen, dass das Schalten in den nächsten Gang vermutlich diese Kriterien erfüllt. Ein **kontrollierter Prozess** ist im Gegensatz dazu ein Prozess, der *absichtlich* ist, der *willentlichen Kontrolle des Individuums unterliegt, aufwändig ist und Bewusstsein erfordert*. Um noch einmal auf das Beispiel des Autofahrens zurückzugreifen: Die Entscheidung darüber, ob es sicher ist, auf einer vollen Autobahn zu überholen, sollte diese Kriterien (hoffentlich!) erfüllen. Lassen Sie uns nun darüber nachdenken, wie diese Unterscheidung zwischen automatisch und kontrolliert zu unserem Verständnis des Prozesses der Stereotypisierung beiträgt. Wir werden uns zunächst mit der sozialen Kategorisierung beschäftigen.

Automatischer Prozess

(»**automatic process**«): Ein Prozess, der ohne Absicht, Anstrengung oder Bewusstheit auftritt und andere, gleichzeitig ablaufende kognitive Prozesse nicht stört.

Kontrollierter Prozess (»**controlled process**«):

Ein Prozess, der absichtlich stattfindet, der willentlichen Kontrolle des Individuums unterliegt, aufwändig ist und bewusst abläuft.

4.2.2 Die Allgegenwärtigkeit sozialer Kategorisierung

»Fast jeder Arzt, in dessen Praxis ich ging und von dem ich untersucht wurde, bezeichnete mich als einen sehr interessanten, aber auch hoffnungslosen Fall. Viele sagten meiner Mutter auf nette Art und Weise, dass ich schwachsinnig sei und es auch bleiben würde ... Man könne nichts für mich tun.« (Christie Brown, 1954/1990, S. 10)

Christie Brown litt unter Kinderlähmung und wurde für geistig behindert gehalten, bis er sich eines Tages von seiner Schwester ein Stück Kreide griff und einige Worte damit schrieb. In der Folgezeit verblüffte und verspottete er den Berufsstand der Mediziner dadurch, dass er ein viel beachteter Autor wurde, dessen Autobiographie unter dem Titel »My Left Foot« erfolgreich verfilmt wurde. Von Geburt an als »zurückgeblieben und nutzlos« gebrandmarkt, kämpfte er dafür, Vorurteile und Ignoranz zu überwinden. Die Folgen einer Kategorisierung können demnach manchmal recht unangenehm sein. Wenn wir andere Menschen erst einmal bestimmten sozialen Kategorien zuordnen, können die damit verbundenen stereotypen Informationen unser Urteil in einem Besorgnis erregenden Ausmaß bestimmen. Trotzdem ist es unwahrscheinlich, dass wir imstande sind, andere Menschen völlig losgelöst von ihren offenkundigen physischen und sozialen Kategorien zu sehen. Dies ist zumindest die Auffassung vieler Theoretiker, die auf diesem Gebiet gearbeitet haben (z.B. Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990; Macrae & Bodenhausen, 2000). Wir werden unsere Aufmerksamkeit nun darauf richten, warum sie eine derartige Auffassung vertreten.

Kategorisierung (»categorization«): Die Tendenz, der wir unterliegen, Objekte (einschließlich Menschen) aufgrund gemeinsamer charakteristischer Merkmale in diskrete Gruppen einzuteilen.

Kategorisierung bezieht sich auf unsere Neigung, Objekte (und dazu gehören auch Menschen) aufgrund gemeinsamer charakteristischer Merkmale diskreten Gruppen zuzuordnen. Es gibt Objektkategorien für Möbel, Fastfood, Musikinstrumente, aber auch soziale Kategorien für Frauen, Müllmänner, Kinder, Rockstars etc. Eine Grundannahme beim Ansatz der sozialen Kognition lautet, dass derartige Kategorien eine sehr nützliche Funktion erfüllen (z.B. Allport, 1954b; Macrae, Milne & Bodenhausen, 1994). Was meinen Sie, warum dies der Fall ist?

Machen Sie einmal das folgende Gedankenexperiment: Stellen Sie sich den weit entfernten Planeten Zygon vor, auf dem sich die Wahrnehmungsmechanismen und die Schlussfolgerungsstrategien auf eine sehr unirdische Weise entwickelt haben. Eines Tages landet eine Bewohnerin von Zygon mit ihrem Raumschiff irgendwo auf dem Planeten Erde und beginnt ihre Reise ins Ungewisse. Sie wird zweifellos mit vielen neuen Objekten und Lebensformen konfrontiert werden, die wir Menschen ohne viel Aufwand als Menschen, Gebäude, Tiere, Bäume usw. einordnen könnten. Nicht jedoch die Zygonierin: In Ermangelung des kognitiven Know-hows, um diese neue und komplexe soziale Landschaft als etwas Verständliches zu analysieren, würde sie am Ende unter Informationsüberlastung leiden. Es gäbe einfach zu viele Reize zu verarbeiten, zumindest wenn dies in irgendeiner sinnvollen Weise geschehen sollte.

Unsere Fähigkeit, unsere soziale Welt in diskrete soziale Kategorien aufzuteilen, ist deshalb eine lebenswichtige Anpassung, die gewährleistet, dass wir uns nicht in einer ähnlich beängstigenden Lage wiederfinden. Ohne sie wäre jede Person (oder jedes Objekt), auf die bzw. das wir treffen, einzigartig und müsste dementsprechend behandelt werden. Stellen Sie sich einmal vor, wie viel Zeit und Mühe dies kosten würde. Einfach ausgedrückt *führt Kategorisierung zu einer Vereinfachung*, die die Welt in einen geordneteren, vorhersagbareren und kontrollierbaren Ort verwandelt.

Wir haben also begründet, warum Kategorisierungen so nützlich sind. Lassen Sie uns nun im Einzelnen die Belege dafür ansehen, dass es sich dabei um einen *automatischen* Prozess handelt. Im Jahre 1989 veröffentlichte Devine einen einflussreichen Artikel, in dem sie argumentierte, dass die Aktivierung einer Kategorie (oder spezieller die Aktivierung eines *Stereotyps*) ein automatischer Prozess ist. Rufen Sie sich bitte in Erinnerung, dass zu den Kriterien für einen automatischen Prozess gehört, dass er unbewusst ist und weder Absicht, noch Aufmerksamkeit noch Aufwand erfordert. Falls die Aktivierung eines Stereotyps wirklich automatisch erfolgt, müsste immer, *also ohne Ausnahme*, wenn die entsprechenden Hinweisreize vorhanden sind (z.B. Alter, ethnische Gruppe oder Geschlecht), die Aktivierung des Stereotyps erfolgen. Wie ließe sich das jedoch empirisch überprüfen? Devine (1989, Untersuchung 2) nutzte das, was heute als *Priming-Paradigma* bekannt ist (s. Bargh & Pietromonaco, 1982). Wir müssen uns noch einen Augenblick damit beschäftigen, was Priming ist und warum sich das Priming-Paradigma als so nützlich Werkzeug für die Forschung erweist und uns in die Lage versetzt, Devines Hypothese (und tatsächlich noch viele andere damit zusammenhängende Forschungsfragen) zu überprüfen.

Wenn ein Konstrukt im Gedächtnis aktiviert ist und *vorübergehend zugänglich gemacht* wird, bezeichnet man dies als **Priming**. Der Reiz, der zur Aktivierung dieses Konstrukts führt, wird als *Prime* bezeichnet (Moskowitz, 2005). Konkret ausgedrückt fördert das Priming oder die Aktivierung eines Reizes (z.B. eines Vogels) die anschließende Verarbeitung eines anderen damit zusammenhängenden Reizes (z.B. Flügel, Feder) über einen Prozess, der als *sich ausbreitende Aktivierung* (Neely, 1977) bekannt ist. Ist ein Konstrukt erst einmal aktiviert, werden auch andere damit assoziierte Konstrukte aktiviert und geraten in einen Zustand größerer **Zugänglichkeit**, auch wenn sie ursprünglich nicht direkt »geprimed« worden sind. Derartige Konstrukte benötigen deshalb irgendeine Art von Hinweisreiz, damit sie vorübergehend zugänglich werden. Higgins, Bargh und Lombardi (1985) haben als Analogie vorgeschlagen, dass diese Konstrukte wie eine leere Batterie sind, die aber unter bestimmten Umständen wieder aufgeladen werden kann (d.h., wenn der angemessene auslösende Umweltreiz vorhanden ist). Es sollte angemerkt werden, dass andere Konstrukte, wie etwa feste politische Überzeugungen, ständig wieder aufgeladen werden (beispielsweise unterstützt durch die wiederholte Konfrontation mit politischen Argumenten in der Presse oder durch politische Diskussionen mit gleich gesinnten Freunden). Weil diese Konstrukte ständig gut aufgeladen sind, sind sie gewöhnlich auch zugänglicher. Man bezeichnet sie als *chronisch zugängliche* Konstrukte (zu einem detaillierten Überblick s. Moskowitz, 2005). Wir wollen uns hier jedoch vorwiegend darauf konzentrieren, wie durch Priming Konstrukte *zeitweilig zugänglich gemacht* werden.

Bei einer bestimmten Art von Priming-Aufgabe, die als **lexikalische Entscheidungsaufgabe** bekannt ist, werden Priming-Reize (»primed«, z.B. Wörter oder Bilder) für gewöhnlich auf einem Bildschirm gezeigt, und zwar mit sehr kurzer Darbietungsdauer. Den Versuchsteilnehmern wird dann eine Buchstabenreihe gezeigt, die mit dem Prime in assoziativer Verknüpfung steht bzw. nicht steht (und ein echtes Wort sein kann oder nicht), und sie werden gebeten, zu entscheiden, ob es sich um ein echtes Wort oder um ein Nichtwort handelt, indem sie eine Taste auf ihrer Computertastatur drücken. Es liegt ein Priming-Effekt vor, wenn die Versuchsteilnehmer dann signifikant schneller auf echte Wörter reagieren, wenn den Wörtern ein damit verknüpfter Prime vorangeht (sie z.B. schneller auf *Flügel* reagieren, wenn der Prime *Vogel* vorausging). Der Vorteil des Priming-Paradigmas besteht darin, dass Priming gewöhnlich mit unkontrollierter

Priming (»priming«): Die Aktivierung eines Stimulus (z.B. Vogel) erleichtert die anschließende Verarbeitung eines anderen, damit zusammenhängenden Stimulus (z.B. Flügel, Feder).

Zugänglichkeit (»accessibility«): Das Ausmaß, in dem Informationen leicht gefunden und abgerufen werden können.

Lexikalische Entscheidungsaufgabe (»lexical decision task«): Eine Aufgabe, mit der man die Aktivierung eines Stereotyps erfassen kann. Die Versuchsteilnehmer werden einem Prime ausgesetzt (z.B. Wörtern oder Bildern) und reagieren auf eine Reihe von Wörtern, die mit dem Prime verknüpft sind oder nicht. Ein Priming-Effekt liegt vor, wenn sich nachweisen lässt, dass die Versuchsteilnehmer signifikant schneller auf Wörter reagieren, denen ein damit verknüpfter Prime voranging.

automatischer Verarbeitung einhergeht. Die Reaktionszeiten der Versuchsteilnehmer sind nicht auf absichtliche Strategien der Selbstdarstellung zurückzuführen (also darauf, dass sie sich selbst in einem bestimmten, sozial erwünschten Licht zeigen wollen), wie dies vielleicht bei Papier- und Bleistift-Maßen (Selbstbeurteilungsfragebogen) zur Erfassung von Stereotypen der Fall ist.

Es dürfte jetzt klarer geworden sein, wie das Priming-Paradigma funktioniert und warum es sich so gut für die Untersuchung automatischer Prozesse eignet. Lassen Sie uns nun zu den Arbeiten von Devine zurückkehren. In ihrem Experiment wurden den Versuchsteilnehmern stereotyprelevante Primes dargeboten, ohne dass sie sich dessen bewusst waren. Dazu präsentierte Devine die Primes außerhalb des parafovealen Feldes der Versuchsteilnehmer (also außerhalb ihrer unmittelbaren Blickrichtung). Bei den Primes, die Devine verwendete, handelte es sich um Wörter, die mit Stereotypen gegenüber Schwarzen zusammenhängen (also Bezeichnungen wie *Blacks* und *Niggers* sowie physische Merkmale oder Persönlichkeitsmerkmale wie etwa *poor* und *lazy*). Bei den Versuchsteilnehmern war vorher erfasst worden, wie stark ihre Vorurteile waren: Die eine Hälfte hatte starke Vorurteile gegenüber Schwarzen, während bei der anderen Hälfte die Vorurteile nicht so stark ausgeprägt waren. Wie wir später sehen werden, ist diese Unterscheidung ein wichtiger Bestandteil der Hypothesen, die Devines Experiment zugrunde lagen. Devine bot einigen Versuchsteilnehmern einen hohen Anteil (80%) stereotyprelevanter Prime-Wörter dar und anderen Versuchsteilnehmern einen sehr viel niedrigeren Anteil (20%).

Nach dem Priming lasen die Teilnehmer in einem scheinbar nicht damit zusammenhängenden zweiten Experiment ein kurzes Szenario, und sie wurden gebeten, sich einen Eindruck von einer Zielperson zu bilden, die sich absichtlich etwas mehrdeutig verhielt und zwar so, dass ihr Verhalten Spielraum für die Interpretation als mehr oder weniger feindselig bot (nach einem Paradigma, das ursprünglich von Srull & Wyer, 1979, entwickelt worden war). Warum sollte ihr Verhalten gerade als feindselig interpretiert werden? Weil ein Vortest einen Hinweis darauf ergeben hatte, dass Feindseligkeit ein deutlich hervorstechendes Merkmal des Stereotyps von Schwarzen ist (s. auch Duncan, 1976). Keines der Wörter, die während der Priming-Phase verwendet worden waren, wies jedoch einen direkten Zusammenhang zu Feindseligkeit auf. Das ist wichtig. Wenn nämlich der Prime den vorhergesagten Effekt auf die Interpretation eines mehrdeutigen Verhaltens ausübt, dann ist das ein Hinweis darauf, dass dies durch automatische Aktivierung des Stereotyps verursacht wurde und nicht durch das einfache Priming von Feindseligkeit (zu einer Erörterung dieser Frage ► Kasten 4.2).

Lassen Sie uns nun darauf eingehen, was Devine vorhersagte und was sie herausfand. Nach Devines Ergebnissen beurteilten diejenigen Versuchsteilnehmer, die dem hohen Anteil stereotyprelevanter Primes ausgesetzt worden waren, die Zielperson aus der Geschichte signifikant negativer (z.B. als feindseliger und unfreundlicher) als die Teilnehmer, denen man den geringen Anteil stereotypbezogener Primes dargeboten hatte. Rufen Sie sich noch einmal Devines Hypothese ins Gedächtnis, dass Stereotype automatisch aktiviert werden. Wenn dies der Fall ist, dann sollten wir finden, dass die Versuchsteilnehmer das Stereotyp gegenüber Schwarzen in der Priming-Phase der Untersuchung (unbewusst) aktivieren und es weiterhin (ohne sich dessen bewusst zu sein) im zweiten Teil der Untersuchung verwenden (wenn sie sich einen Eindruck von der Zielperson bilden). Dies sollte dazu führen, dass sie nach dem Prime »schwarz« die Zielperson als feindseliger einstufen. Wie verhält es sich aber mit den unterschiedlichen Vorurteilsniveaus bei den Versuchsteilnehmern? Die Vorurteilsniveaus sind in diesem

4.2 · Voreilige Schlüsse: unser innerer Autopilot

Experiment ein entscheidender Punkt: Wenn sich diese Ergebnisse sowohl bei den Personen mit starken Vorurteilen als auch bei denen mit geringen Vorurteilen finden lassen, ist das ein noch stärkerer Beleg dafür, dass die Aktivierung tatsächlich automatisch erfolgt. Wenn sich der Priming-Effekt sogar bei Personen nachweisen lässt, die das Stereotyp ablehnen, dann ist das ein recht guter Beleg dafür, dass die Aktivierung automatisch geschieht: Hätten die Personen mit geringen Vorurteilen irgendeine Möglichkeit gesehen, diese unerwünschte Reaktion zu kontrollieren, dann hätten sie es gewiss getan, denn das Stereotyp steht in einem deutlichen Gegensatz zu ihren Überzeugungen. Tatsächlich aber fand Devine, dass sich das Vorurteilsniveau der Teilnehmer nicht darauf auswirkte, wie anfällig sie für die stereotypbezogenen Primes waren (s. jedoch Lepore & Brown, 1997, und ► Kasten 4.6).

Bei dieser Untersuchung handelt es sich um eine von einer ganzen Reihe von Studien, die die so genannte Automtizität der Aktivierung von Stereotypen untersucht haben (s. auch Banaji & Hardin, 1996; Perdue & Gurtman, 1990). Die Ergebnisse liefern recht überzeugende Belege. Zudem wurden in den neunziger Jahren viele Untersuchungen in diesem Bereich durchgeführt, und die Literatur ist inzwischen voller Belege für die Automtizität der Aktivierung eines Stereotyps (zu neueren Überblicksarbeiten s. Bargh, 1999; Devine & Monteith, 1999).

Sollten wir also daraus schließen, dass die Automtizität der Aktivierung von Stereotypen eindeutig belegt ist? Vielleicht noch nicht ganz. Die Frage der Automtizität ist tatsächlich recht komplex, und die Forscher selbst sind geteilter Meinung im Hinblick darauf, wie man die Befunde am besten interpretieren sollte (s. Bargh, 1999; Devine & Monteith, 1999). Wie wir später in diesem Kapitel sehen werden, erbrachte die aktuelle Forschung zudem einige wichtige Einschränkungen zu diesem Thema. An dieser Stelle wollen wir nur anmerken, dass Stereotype häufig automatisch aktiviert werden. Wir wollen uns jetzt mit der folgenden Frage beschäftigen: Wenn ein Stereotyp erst einmal aktiviert ist, was kann dann als Nächstes geschehen?

4.2.3 Schemata: der nächste Schritt im Prozess?

Vor einigen Jahren führte eine überregionale britische Zeitung eine Werbekampagne im Fernsehen durch. Die Werbefilme zeigten einen Skinhead, der mit großer Geschwindigkeit auf einen Geschäftsmann zuläuft. Die ■ Abb. 4.1a und 4.1b zeigen zwei Bilder aus dieser Sequenz. Was glauben Sie, passiert als Nächstes im Film?



■ **Abb. 4.1a, b.** Werbekampagne des *Guardian*.

Enkodierung (»encoding«):

Die Methode, mit deren Hilfe wir das, was wir sehen, in ein verarbeitbares Format übersetzen, das mental gespeichert wird.

Wenn man Personen diese Frage stellt, nehmen die meisten an, dass das nächste Bild zeigen wird, wie der Skinhead den Geschäftsmann überfällt. Tatsächlich aber eilte der Skinhead im Film herbei, um den Geschäftsmann vor einem großen Stapel herunterfallender Ziegelsteine zu retten (■ Abb. 4.1c auf S. 121). Die Zeitung verwendete dieses Beispiel, um zu illustrieren, dass sie sich einer unvoreingenommenen Berichterstattung verpflichtet fühlt – dem Erfordernis, ein vollständiges Bild zu liefern. Hier dient es uns als anschauliches und eindrucksvolles Beispiel dafür, was geschehen kann, wenn eine Kategorie aktiviert worden ist. Warum ziehen Menschen diese übereilte Schlussfolgerung? Die Antwort ist in der spontanen Enkodierung der Situation zu suchen. Die Menschen sehen den Skinhead, aktivieren sogleich das verbreitete *Schema* vom Skinhead (z.B. anarchistisch, gewalttätig) und gelangen zu der fehlerhaften Schlussfolgerung, dass er wahrscheinlich im Begriff ist, sich aggressiv zu verhalten. **Enkodierung** bezieht sich auf die Art und Weise, wie wir das, was wir sehen, in ein verarbeitbares Format übersetzen, das in unserem Gedächtnis abgespeichert werden kann (Fiske & Taylor, 1991).

Dieses Beispiel zeigt anschaulich, dass die Strategie, die erstbesten, nahe liegenden Schlussfolgerungen zu ziehen, wenn man andere Menschen wahrnimmt, häufig nützlich sein mag, aber nicht immer zum korrekten Schluss führt. Das Verhalten war etwas *mehrdeutig*: Es gibt viele Gründe, warum eine Person auf eine andere zulaufen kann. Der wichtige Punkt ist hier, dass das aktivierte Schema *die Interpretation des Verhaltens systematisch verzerrte* – und zwar im Einklang mit dem Stereotyp vom Skinhead.

Diese Tendenz wurde in einer ganzen Reihe von Laborexperimenten nachgewiesen. Duncan (1976) zeigte weißen Studenten ein Video, in dem ein Streit zwischen zwei Protagonisten dargestellt wurde und das seinen Höhepunkt darin erreichte, dass der eine dem anderen einen Stoß versetzte. Die ethnische Zugehörigkeit der Person, die den Stoß ausführte, und der Person, die den Stoß erhielt, wurde variiert. Die Hälfte der Versuchsteilnehmer sahen, wie eine weiße Person entweder eine schwarze oder eine weiße stieß, während die andere Hälfte eine schwarze Person sah, die entweder eine schwarze oder eine weiße Person stieß. Später wurden die Teilnehmer gebeten, zu beschreiben, was sie gesehen hatten. Unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit des »Opfers« sagten 73% der Teilnehmer, dass sich der Hauptakteur aggressiv verhalten habe, wenn er schwarz war, im Vergleich zu nur 13%, wenn der Hauptakteur weiß war. Somit wurde genau dasselbe Verhalten unterschiedlich enkodiert, abhängig von (und im Einklang mit dem Stereotyp gegenüber) der ethnischen Zugehörigkeit des Aggressors. Derartige Untersuchungen zeigen, wie Schemata die Interpretation sozialer Ereignisse verzerren können. Lassen Sie uns jetzt näher auf das Thema Schemata eingehen.

Haben wir erst einmal ein Stereotyp für eine Kategorie aktiviert, kommt das *Wissen*, das in diesen Strukturen enthalten ist, ins Spiel: unsere Schemata oder Stereotype (Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990). Schemata sind, einfach ausgedrückt, Pakete aus vorverarbeiteten Informationen, die wir über Objekte oder Menschen aus spezifischen Kategorien in unserem Kopf haben. Es geht um unsere Erwartungen über Objekte oder Gruppen. Denken Sie zur Illustration einmal an die Art von Informationen, die Ihnen durch den Kopf gehen, wenn Sie die Kategorie »Streber« aktivieren (z.B. den eifrigen Schüler in der Klasse, der nichts macht, außer zu arbeiten, und schnell als *langweilig*, *schüchtern*, *introvertiert*, *ohne soziale Fähigkeiten*, *geht nie auf Partys*, *Bücherwurm*, *unbeliebt* und als *allgemein abgelehnt* beschrieben werden kann). Es lassen sich klar mehrere unterschiedliche Arten von Informationen unterscheiden; dazu gehört beispielsweise das Wissen über »Streber« (was sie typischerweise machen und was nicht)

■ **Tabelle 4.1.** Wann verlassen wir uns auf Schemata? (Nach Fiske & Taylor, 1991)

Rollenschemata können dominanter sein als Persönlichkeitsmerkmale (Rollenschemata sind informativer).
Subtypschemata (Geschäftsfrau) werden eventuell häufiger verwendet als übergeordnete Schemata (Frau).
Informationen, die früh präsentiert werden, können Schemata aktivieren (Primacy).
Wir verwenden Schemata, die unsere Aufmerksamkeit auf sich ziehen (Salienz).
Wir verwenden Schemata, die zuvor durch Priming aktiviert wurden (Zugänglichkeit).
Wir verwenden Schemata, die im Einklang mit unseren momentanen Gefühlen stehen (Stimmung).
Wir verwenden Schemata, die relevant für die Kontrolle von Ergebnissen (outcomes) sind (Macht).

und Werturteile über sie (z.B. wie sympathisch und beliebt sie sind). Ein Schema sollte jedoch nicht als eine lange Liste voneinander isolierter, unzusammenhängender Items und Eigenschaften missverstanden werden. Es handelt sich vielmehr um eine kognitive Struktur, in der Eigenschaften organisiert sind und Beziehungen zwischen diesen wahrgenommen werden. Wir sehen deshalb möglicherweise einen Zusammenhang zwischen der Tatsache, dass »Streber« geringe soziale Fähigkeiten haben, und der, dass sie selten auf Partys gehen, oder vielleicht zwischen der Beobachtung, dass sie langweilig sind, und der, dass sie nicht sehr beliebt sind.

Somit enthält ein Schema viele unterschiedliche Arten von Wissen über eine bestimmte Kategorie. Mit diesem Wissen gewappnet geht der Prozess der Eindrucksbildung viel leichter vonstatten, weil Schemata einen Einfluss darauf haben, wie schnell wir verfügbare Informationen wahrnehmen, bemerken und interpretieren (Fiske & Taylor, 1991; Kunda, 1999). Wir neigen aus einer Vielzahl von Gründen dazu, uns auf Schemata zu verlassen; ■ Tab. 4.1 fasst einige der wichtigsten Gründe dafür zusammen (nach Fiske & Taylor, 1991).

Bisher haben wir gesehen, wie Schemata einen Einfluss darauf haben, auf was wir unsere Aufmerksamkeit richten und wie Informationen enkodiert werden. Verbunden damit spielen Schemata eine wichtige Rolle dabei, woran wir uns anschließend, bezogen auf andere Personen, erinnern können.



Images courtesy of The Advertising Archives

■ **Abb. 4.1c.** Bild 3 aus der Werbekampagne des *Guardian*.

4.2.4 Schemata und Personengedächtnis

Die Schematheorie innerhalb der sozialen Kognition greift sehr stark auf damit zusammenhängende Arbeiten aus der kognitiven Psychologie zurück, die darauf hindeuten, dass schematische Repräsentationen zur Organisation, zum **Abruf** und zur Wiedererkennung von Material im Gedächtnis beitragen (Bransford & Johnson, 1972). Wenn eine schematische Erwartung (ein Stereotyp) erst einmal aktiviert ist, sind wir, wie die Forschung nachgewiesen hat, oft besser imstande, Informationen abzurufen, die

Abruf (»retrieval«): Der Prozess, bei dem zuvor enkodierte Informationen wieder aus dem Gedächtnis abgerufen werden.



■ **Abb. 4.2.** Ist es wahrscheinlicher, dass diese Frauen klassische Musik oder Volksmusik hören?

Was ist Ihr Stereotyp einer Bibliothekarin? Hört sie klassische Musik und trinkt Wein?



mit diesem Schema im Einklang stehen, als inkonsistente Informationen (zu einem Überblick s. Stangor & McMillan, 1992). Eine Untersuchung von Cohen (1981) zeigt dies anschaulich. Den Versuchsteilnehmern wurde ein Video einer Frau gezeigt, die mit ihrem Ehemann interagiert. Bevor das Video vorgeführt wurde, sagte man der einen Hälfte der Teilnehmer, die Frau sei eine Bibliothekarin, der anderen Hälfte, die Frau sei eine Kellnerin. Einige Verhaltensweisen standen im Einklang mit dem Stereotyp von Bibliothekarinnen, aber nicht mit dem Stereotyp von Kellnerinnen. Beispielsweise trug sie eine Brille und hörte gerne klassische Musik (Stereotyp Bibliothekarin). Andere Informationen dagegen waren konsistent mit dem Stereotyp von der Kellnerin, aber nicht mit dem von der Bibliothekarin (trinkt Bier).

Bei der anschließenden Erinnerungsaufgabe erinnerten sich die Teilnehmer besser an solche Informationen, die im Einklang mit der Erwartung gemäß dem jeweiligen Stereotyp standen.

Diese Tendenz wird durch die Tatsache erklärt, dass konsistente Informationen besser zu dem passen, was unserer Erwartung nach auf eine Person zutrifft (Hamilton, Sherman & Ruvolo, 1990). Unsere Vorwissenstrukturen (Schemata) helfen uns dabei, mehrere Mosaiksteinchen neuer Informationen zusammenzusetzen und sie mit bestehenden Überzeugungen zu verbinden (vgl. ■ Abb. 4.2). Macrae et al. (1994) beispielsweise wiesen nach, dass die Erinnerung an eine Reihe von Persönlichkeitsmerkmalen, die mit dem Stereotyp vom Arzt verbunden sind (z.B. *fürsorglich, ehrlich*), besser wurde, wenn man den Versuchsteilnehmern eine stereotype Bezeichnung (d.h. Arzt) darbot, als wenn dies nicht der Fall war.

Nicht bei allen Untersuchungen kam jedoch heraus, dass vorzugsweise konsistente Informationen abgerufen werden, also solche, die im Einklang mit dem Stereotyp stehen. In unserer Erinnerung an andere Menschen können auch mit dem Stereotyp inkonsistente Informationen vorherrschen. Trotzdem spielt das Schema immer noch eine Rolle. Wenn wir beispielsweise eine ausgeprägte Erwartung haben, dass der Kollege Frank ein netter, fröhlicher Mensch ist, werden wir eher überrascht sein, wenn er sich eines Tages zurückhaltend und ernst zu verhalten scheint. Das ist nicht der Frank, den wir kennen, und wir werden infolgedessen dazu neigen, dieses untypische (mit dem Schema inkonsistente) Verhalten zu erinnern.

Diese Tendenz wird durch viele Laboruntersuchungen bestätigt. Hastie und Kumar (1979) gaben ihren Versuchsteilnehmern eine Liste von Verhaltensweisen einer Person, von der man ihnen sagte, sie sei intelligent. Einige der Verhaltensbeschreibungen passten zu diesem Etikett (d.h., sie waren konsistent mit dem Stereotyp), bei anderen war dies nicht der Fall (sie waren nicht konsistent mit dem Stereotyp), und manche waren einfach neutral in Bezug auf das Stereotyp. Als man später ihre Erinnerung überprüfte, erinnerten die Teilnehmer mehr inkonsistente als konsistente Informationen. Wie kommt es zu diesem Effekt? Zum Teil wird er dadurch verursacht, dass Informationen, die im Widerspruch zu unseren Erwartungen stehen, unsere Aufmerksamkeit auf sich ziehen; aber es gibt hier vermutlich noch einen anderen Einfluss. Eben weil diese Informationen so von dem abweichen, was wir erwarten, erleben wir gleichsam einen kognitiven Kampf, um sie mit dem in Einklang zu bringen, woran wir bereits glauben (also mit unserem schon bestehenden Schema).

Hastie und Kumar (1979) argumentierten, dass Informationen, die nicht unserer zuvor bestehenden Erwartung entsprechen, schwerer zu verstehen sind. Infolgedessen werden sie intensiver verarbeitet und sind am Ende besser erinnerbar. Die neuere Forschung deutet darauf hin, dass dieser so genannte Prozess der **Auflösung von Inkonsistenz** Aufmerksamkeit verlangt. Pendry und Macrae (1999) baten Versuchsteilnehmer, sich einen Eindruck von einer Zielperson zu bilden. Die Hälfte von ihnen tat dies, ohne dass sie abgelenkt wurde, die andere Hälfte dagegen wurde gebeten, sich dabei gleichzeitig eine lange Zahlenfolge einzuprägen (diese Aufgabe ist bekannt als »Memorieren von Zahlen«). Diese Extraaufgabe bedeutete, dass sie nicht in der Lage waren, der Eindrucksbildung ihre ganze Aufmerksamkeit zu widmen. Wenn sie sich unter dieser kognitiven Belastung einen Eindruck von der Zielperson bilden sollten, war die Fähigkeit der Teilnehmer, inkonsistente Informationen abzurufen, signifikant geringer.

Wie bringen wir diese Befunde miteinander in Einklang? Stangor und McMillan (1992) kommen in ihrem Überblicksartikel zu der Schlussfolgerung, inkonsistente Informationen würden bevorzugt erinnert, wenn die Versuchsteilnehmer motiviert sind, sorgfältig zu verarbeiten und ihre Aufmerksamkeit auf alle dargebotenen Informationen zu richten. Unter diesen Umständen werden die Teilnehmer eine beträchtliche Anstrengung unternehmen, die inkonsistenten Informationen miteinander in Einklang zu bringen, und diese wahrscheinlich eher erinnern. Wenn die Teilnehmer jedoch nicht motiviert sind, sorgfältig zu verarbeiten oder in irgendeine andere ablenkende, gleichzeitig ablaufende mentale Tätigkeit vertieft sind, werden sie wahrscheinlich eher konsistente Informationen erinnern.

Obwohl das sich daraus ergebende Bild anscheinend vielschichtig ist, müssen wir an dieser Stelle eigentlich nur einen einzigen wichtigen Punkt beachten: Wenn es um das Gedächtnis für Personen geht, sei es für Informationen, die mit einer zuvor bestehenden Erwartung konsistent, oder für solche, die damit inkonsistent sind, und sei es, dass die Erwartung bei der Phase der Enkodierung (Informationspräsentation) oder des Abrufs (Gedächtnis) eingespeist wird, *spielen Schemata eindeutig eine wichtige Rolle*.

Auflösung von Inkonsistenz (»inconsistency resolution«):

Die Art und Weise, wie wir inkonsistente Informationen mit einem bereits bestehenden Schema in Übereinstimmung bringen.

4.2.5 Schema-Aktivierung und Verhalten

In den späten neunziger Jahren erschienen eine Reihe von Artikeln, die ein ausgesprochen faszinierendes Phänomen demonstrierten, nämlich dass Verhaltensreaktionen (z.B. langsam gehen) automatisch in Reaktion auf ein Wort aktiviert werden können, das für ein Stereotyp relevant ist (z.B. »Falten«).

Der gleiche grundlegende Effekt wurde später auch anhand einer Vielfalt von Stereotypen für Kategorien und von Begriffen für Persönlichkeitsmerkmale sowie für mehrere Verhaltenskonsequenzen demonstriert (z.B. Leistung bei Intelligenzaufgaben, interpersonelles Verhalten, Gedächtnisleistung; zu einem Überblick s. Dijksterhuis & Bargh, 2001). Wie kommt es dazu? Man nimmt auch hier an, dass die automatische Aktivierung eines Stereotyps dabei eine Rolle spielt. Denken Sie noch einmal an die Forschungsarbeiten, mit denen wir uns zuvor beschäftigt haben. Rufen Sie sich in Erinnerung, dass, wenn eine soziale Kategorie aktiviert wird (z.B. schwarz), die damit assoziierten stereotypen Persönlichkeitsmerkmale (z.B. musikalisch, feindselig) ebenfalls aktiviert werden (z.B. Devine, 1989). Entsprechend können Wörter für Persönlichkeitsmerkmale, die stark mit einer bestimmten Kategorie verknüpft sind, als Hinweisreiz für die Aktivierung

4.2 Aus der Forschung

Automatische Aktivierung von Stereotypen

Bargh, J.A., Chen, M. & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 230–244.

Diese Gruppe von Untersuchungen baut auf vorangegangenen Forschungen zum Priming auf, die demonstrieren, wie ein kürzlich aktiviertes Persönlichkeitsmerkmal oder Stereotyp in einem scheinbar nicht damit zusammenhängenden Kontext überdauern und einen unbeabsichtigten Effekt auf das Verhalten ausüben kann. Die Autoren argumentieren hier, dass *Verhaltensreaktionen* auf Situationen auch als Antwort auf ein aktiviertes Persönlichkeitsmerkmal oder einen stereotypen Prime erfolgen können. Diese etwas beunruhigende Hypothese steht im Gegensatz zur vorherrschenden Annahme, dass Verhaltensreaktionen auf die soziale Welt unserer bewussten Kontrolle unterliegen. Die Autoren argumentieren jedoch, dass Verhaltensreaktionen intern repräsentiert sein können, wie dies auch für Persönlichkeitsbegriffe und Einstellungen der Fall ist, und dass sie als solche automatisch aktiviert werden könnten, wenn die auslösenden Reaktionen in der Umwelt vorhanden sind.

In drei Studien machten sich die Autoren daran, diese Hypothese zu überprüfen. Wir konzentrieren uns hier auf die zweite Studie, bei der die Versuchsteilnehmer als Prime dem Stereotyp von älteren Menschen (oder einem neutralem Prime) ausgesetzt waren und bei der anschließend ihre Gehgeschwindigkeit erfasst wurde. Die Autoren stellten die Hypothese auf, dass die Teilnehmer, die dem Stereotyp von älteren Menschen ausgesetzt gewesen waren, signifikant geringere Gehgeschwindigkeiten aufweisen würden als Teilnehmer, die mit einem neutralen Prime konfrontiert gewesen waren.

Methode

Versuchsteilnehmer

An der Studie nahmen 30 männliche und weibliche Psychologiestudenten (im Grundstudium) teil.

Design und Vorgehensweise

Die Versuchsteilnehmer wurden zunächst gebeten, an einer Aufgabe mit Sätzen mit vertauschter Wörterreihenfolge zu arbeiten, die als Sprachkenntnisexperiment aus-

gegeben wurde. Insgesamt 30-mal mussten die Versuchsteilnehmer aus einer Liste von fünf Wörtern so rasch wie möglich einen grammatikalisch korrekten Vier-Wort-Satz bilden. Diese Aufgabe stellte die Priming-Phase dar und diente dazu, das entsprechende Stereotyp zu aktivieren (oder nicht zu aktivieren). In den vertauschten Sätzen waren entweder Wörter enthalten, die für das Stereotyp vom älteren Menschen relevant sind (z.B. *grey, bingo, wrinkle*) oder neutrale, für das Alter nicht relevante Wörter. Die Teilnehmer wurden zufällig einer der beiden Prime-Bedingungen »älterer Mensch« oder »neutral« zugewiesen. Wichtig ist, dass in der Prime-Bedingung »älterer Mensch« keine Wörter verwendet wurden, die mit Langsamkeit (ein verbreitetes, stereotypes Merkmal älterer Menschen) assoziiert sind. Nachdem sie die Aufgabe abgeschlossen hatten, erfolgte eine noch unvollständige postexperimentelle Aufklärung. Ein zweiter Versuchsleiter registrierte anschließend die Zeit, die die Teilnehmer benötigten, um den Flur herunterzugehen, nachdem sie das Labor verlassen hatten. Danach erfolgte die vollständige postexperimentelle Aufklärung der Teilnehmer.

Ergebnisse

Wie vorhergesagt hatten die Versuchsteilnehmer in der Priming-Bedingung »älterer Mensch« im Vergleich zu den Teilnehmern mit einem neutralen Prime eine geringere Gehgeschwindigkeit (■ Abb. 4.3).

Diskussion

Zusammen mit den Befunden aus den anderen Studien, die in diesem Artikel berichtet wurden, stellen diese Ergebnisse plausible erste Belege zur Stützung der Hypothese der Autoren dar. Nachdem die Versuchsteilnehmer mit dem Prime »älterer Mensch« konfrontiert worden waren, zeigten sie ein motorisches Verhalten, das im Einklang mit dem aktivierten Stereotyp stand (d.h. geringere Gehgeschwindigkeit). Es ist wichtig anzumerken, dass die Autoren sorgfältig darauf achteten, jeglichen Hinweis auf Zeit oder Geschwindigkeit aus dem Stimulusmaterial herauszulassen; deshalb ist der Effekt nicht einfach ein triviales Ergebnis des Primings der entsprechenden Wörter. Dies kann als Hinweis darauf gelten, dass die als Prime



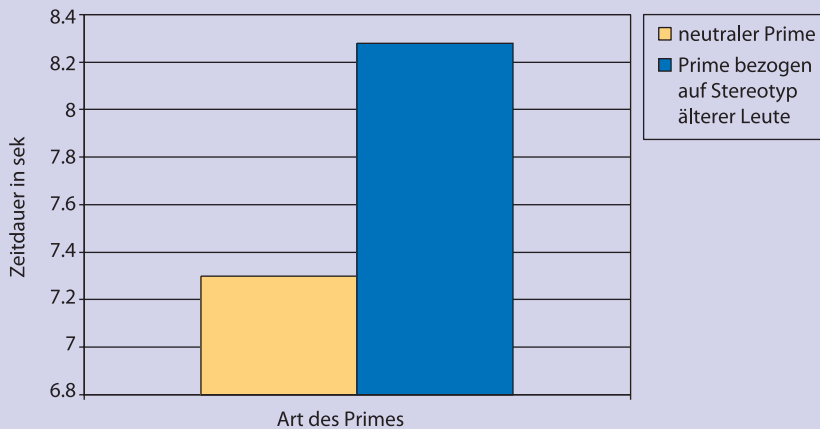


Abb. 4.3. Für Wegstrecke benötigte Zeit in Abhängigkeit von der Art des Primes. (Nach Bargh et al., 1996; Studie 2a)

dienenden Stimuluswörter für ältere Menschen stattdessen im Gedächtnis der Versuchsteilnehmer das Stereotyp von älteren Menschen aktivierten.

Insgesamt kann man sagen, dass soziales Verhalten durch relevante Merkmale der Stimulusumwelt automatisch ausgelöst wird und auftreten kann, ohne dass man sich dessen bewusst ist. Dieser Befund wird etwas relativiert durch die Einschränkung der Autoren, dass dies nur geschehen kann, wenn die Verhaltensrepräsentation, die durch den Prime aktiviert wird, bereits mit dieser Situation verbunden ist, und dass die Motivation, so zu han-

deln, Teil des Verhaltensrepertoires der Person ist. Die Autoren merken an (Bargh et al., 1996, S. 240): »Es darf beispielsweise bezweifelt werden, dass die Teilnehmer von Experiment 2 unser Gebäude verließen und sich anschließend ein Häuschen in Florida kauften« (Florida ist eine bei amerikanischen Rentnern beliebte Gegend, um sich im Ruhestand niederzulassen).

Diese Publikation zog sehr viel Interesse auf sich und inspirierte zu weiteren Forschungsarbeiten. Als erste Veranschaulichung dessen, was als automatisches soziales Verhalten bezeichnet wird, bleibt sie ein Klassiker.

der Kategorie wirken. In der Studie von Bargh, Chen und Burrows (1996) beispielsweise dienten offenbar die Primes, die mit Merkmalen älterer Menschen assoziiert waren, als Hinweisreiz für die Aktivierung des Stereotyps von älteren Menschen und brachten die Versuchsteilnehmer dazu, nach dem Experiment langsamer zu gehen als die Versuchsteilnehmer, die diesem Prime nicht ausgesetzt waren (► Kasten 4.2 und 4.3).

4.3

John Bargh



John Bargh studierte als Undergraduate an der University of Illinois. Seine Zeit als Doktorand verbrachte er an der University of Michigan, wo Robert Zajonc sein Betreuer war. 1981 erhielt er seinen Ph.D. und arbeitete dann mehrere Jahre an der New York University. Momentan ist er an der Yale University tätig. Er hat viele renommierte Preise erhalten, u.a. den SESP Dissertation Award im Jahre 1982 und 1989 den APA Early Career Award für Beiträge zur Psychologie. Seine Forschungsinteressen konzentrieren sich auf das Thema der Automtizität und auf die Analyse der unbewussten Prozesse einer breiten Vielfalt psychologischer Phänomene wie Einstellungen, Emotionen, Motivationen und soziales Verhalten.



Was ist Ihr Stereotyp von älteren Menschen?

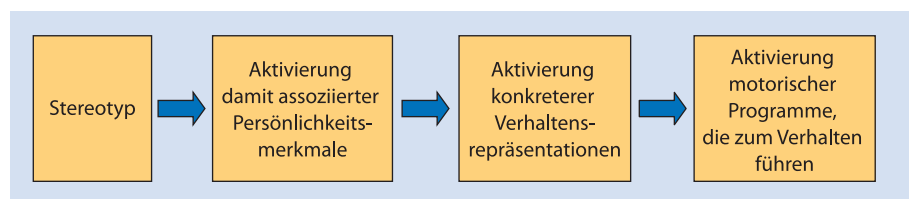


Glauben Sie, dass Sie bei einem Quiz besser abschneiden, wenn Sie zuvor das Foto eines Professors als Prime erhielten?

Andere Untersuchungen haben gezeigt, dass Primes für Kategorien (z.B. Professor) als Hinweisreiz für die Aktivierung der damit assoziierten Persönlichkeitsmerkmale und Verhaltensweisen (z.B. intelligent, hart arbeitend) dienen können und zu einer besseren Leistung bei einer Denksportaufgabe führen (Dijksterhuis & van Knippenberg, 1998). Wenn die Versuchsteilnehmer also den Prime »Professor« erhalten, aktiviert dies anscheinend Persönlichkeitsmerkmale und Verhaltensweisen, die mit der Kategorie assoziiert sind. Deshalb nimmt man an, dass die Teilnehmer unabsichtlich die anschließende Denksportaufgabe mit diesen Persönlichkeitszügen im Hinterkopf angehen und dass dasjenige Persönlichkeitsmerkmal, das hier relevant ist (Intelligenz), einen Einfluss auf die Leistung ausübt.

Diese Befunde mögen zunächst wenig einleuchtend erscheinen, aber es gibt inzwischen eine ganze Reihe von Belegen dafür. In einem kürzlich erschienenen Übersichtsartikel liefern Dijksterhuis und Bargh (2001) eine mögliche Prozessklärung für ihre Befunde (vgl. ■ Abb. 4.4). Sie argumentieren, dass sich die Effekte der Aktivierung von Stereotypen nicht direkt auf das Gedächtnis auswirken, sondern vermittelt über die Aktivierung eines Persönlichkeitsmerkmals. Mit anderen Worten: Diese Effekte werden nur nachgewiesen, wenn die Versuchsteilnehmer die Persönlichkeitsmerkmale aktivieren, die durch das Stereotyp nahe gelegt werden. Dijksterhuis, Aarts, Bargh und van Knippenberg (2000) wiesen nach, dass die Aktivierung des Stereotyps von älteren Menschen die Versuchsteilnehmer vergesslicher machte, aber nur dann, wenn sie ältere Menschen überhaupt mit Vergesslichkeit assoziierten. Dijksterhuis und Bargh (2001) merken weiterhin an, dass Persönlichkeitsmerkmale Verhaltensrepräsentationen aktivieren können. So führt beispielsweise das Persönlichkeitsmerkmal »langsam« zur Aktivierung konkreter Verhaltensweisen wie »schlendern« oder »bummeln«.

■ **Abb. 4.4.** Eine mögliche Prozessklärung für den Effekt des automatischen sozialen Verhaltens. (Nach Dijksterhuis & Bargh, 2001)



4.3 · Wie man die kognitive Kontrolle durch zusätzlichen Aufwand wieder erlangt

Diese Art von Forschung liefert weitere Belege für den Gedanken, dass Stereotype automatisch aktiviert werden können und wie in diesem Fall möglicherweise zu einigen unerwarteten Konsequenzen führen. Später in diesem Kapitel werden wir jedoch sehen, dass derartige Effekte nicht unvermeidlich sind.

Zusammenfassung

Bisher haben wir uns damit beschäftigt, wie Stereotype automatisch aktiviert werden können und haben einige der daraus folgenden Konsequenzen erkundet. Wenn man diesen Gedanken konsequent weiterdenkt, kann man aufgrund derartiger Untersuchungsbefunde zu einigen relativ pessimistischen Schlussfolgerungen darüber kommen, wie gut wir unsere Fähigkeit, Personen wahrzunehmen, kontrollieren können. Sind wir unseren Verarbeitungsschwächen für immer auf Gedeih und Verderb ausgeliefert, wenn so vieles ohne Kontrolle unseres Bewusstseins vonstatten geht? Das ist sicherlich eine mögliche Interpretation dieser Veröffentlichungen (zu einer lebhaften und überzeugenden Verteidigung dieser Auffassung s. Bargh, 1999). Viele Forscher würden jedoch argumentieren, dass, nur weil soziale Informationen automatisch aktiviert werden können, nicht notwendigerweise daraus folgt, dass wir im Einklang mit diesen Informationen handeln werden (Devine, 1989; Fiske, 2004; Monteith, Sherman & Devine, 1998).

Welche Faktoren veranlassen uns also dazu, über den Tellerrand unserer ersten schemageleiteten Eindrücke zu schauen und die Datenlage systematischer einzuschätzen? Im nächsten Abschnitt werden wir uns mit einer Reihe miteinander zusammenhängender theoretischer Ansätze beschäftigen, die uns einige Antworten auf diese Fragen liefern.

4.3 Wie man die kognitive Kontrolle durch zusätzlichen Aufwand wieder erlangt

Wann werden Stereotype nicht automatisch aktiviert? Unter welchen Bedingungen führt die Aktivierung eines Stereotyps nicht zu einer stereotypen Reaktion?

Kürzlich erzählte ein Kollege die folgende Geschichte. Auf einer Party wurde er einem Mitglied einer anderen Fakultät vorgestellt: einem Informatiker. Er erzählte: »Als ich ihn zum ersten Mal sah, dachte ich: Computerfreak! Die grelle Siebzigerjahrekleidung, die altmodische Brille, der schreckliche Haarschnitt. Das ist die Art von Leuten, die einen Skoda fahren und sich endlose Folgen von Star Trek ansehen. Doch nachdem ich nur ein paar Minuten mit ihm geredet hatte, musste ich noch einmal darüber nachdenken. Dieser Typ war cool, ein echtes Partytier, der einen Audi TT fuhr und in seiner Freizeit gerne zum Bungee Jumping ging. Mein erster Eindruck hätte nicht mehr daneben liegen können.« Diese Geschichte verweist auf die tiefe Kluft, die zwischen unseren ursprünglichen kategoriegeleiteten Eindrücken und der Realität bestehen kann, die dahinter liegt. Der Kollege nahm sich die Zeit, seinen ursprünglichen Eindruck zu korrigieren. In diesem Abschnitt werden wir uns näher damit befassen, wann und warum wir – wie dieser Kollege – diesen zusätzlichen Aufwand treiben.

4.3.1 Stereotyp? Welches Stereotyp? Wie man es schafft, dass das Stereotyp gar nicht erst aktiviert wird

Im Anschluss an die frühen Forschungsergebnisse, aus denen auf die Unvermeidlichkeit der Aktivierung eines Stereotyps geschlossen wurde, haben Wissenschaftler eine Reihe von Einschränkungen für diese Auffassung dokumentiert. Lassen Sie uns zwei aufschlussreiche Beispiele betrachten. Macrae, Bodenhausen, Milne, Thorn und Castelli (1997) zeigten, dass die Aktivierung von Stereotypen nicht unvermeidlich ist. Der Wahrnehmende muss vielmehr die Informationen über die Zielperson semantisch verarbeiten, um das Stereotyp zu aktivieren (► Kasten 4.4).

Die Aktivierung eines Stereotyps wird auch durch das Ausmaß beeinflusst, in dem die Versuchsteilnehmer eine egalitäre Weltansicht befürworten. Moskowitz, Gollwitzer, Wasel und Schaal (1999) weisen darauf hin, dass es eine mühelose vorbereitete Form der kognitiven Kontrolle geben könnte, die die Aktivierung eines Stereotyps bei bestimmten Personen verhindert. Stellen Sie sich einmal zwei Personen vor, Simon und Michael: Beide würden von sich sagen, dass sie kaum Vorurteile haben. Doch während sich Simon unzulänglich vorkäme und von sich selbst enttäuscht wäre, wenn er erführe, dass er unabsichtlich auf stereotype Weise gehandelt hat (und vielleicht etwas dagegen tun möchte), wäre diese Erkenntnis für Michael nicht so beunruhigend. Moskowitz et al. (1999) würden in Simon einen »chronisch egalitären« Menschen sehen: Er fühlt sich verpflichtet, egalitär, fair, tolerant und offen zu sein. Michael wäre dagegen in dieser Hinsicht eher »nicht chronisch«. Haben solche individuellen Unterschiede einen Einfluss auf die Aktivierung eines Stereotyps? Moskowitz et al. (1999; Studie 3) untersuchten genau diese Frage.

Die Versuchsteilnehmer wurden aufgrund ihrer Antworten in Fragebogen, die dazu eingesetzt wurden, das Commitment gegenüber egalitären Zielen zu erheben (hier hinsichtlich der fairen Behandlung von Frauen), als »chronisch egalitär« oder »nicht chronisch egalitär« klassifiziert. In einer zweiten Phase wurden ihnen Fotos von Männern oder Frauen gezeigt, gefolgt von einer Eigenschaft, und sie wurden gebeten, diese Eigenschaft so schnell wie möglich auszusprechen. Die Eigenschaften waren entweder konsistent mit dem Stereotyp gegenüber Frauen oder irrelevant für das Stereotyp und sie wurden entweder 200 ms oder 1500 ms nach dem Prime dargeboten. Von der Aktivierung eines Stereotyps ging man aus, wenn die Teilnehmer nach einem relevanten Prime (Frau) schneller auf stereotyprelevante Eigenschaften (z.B. nett) reagierten. Wichtig ist an dieser Stelle, dass nur die nicht chronisch egalitären Versuchsteilnehmer ein Stereotyp aktivierten, die chronisch egalitären Versuchspersonen dagegen nicht. Die mangelnde Aktivierung bei der letzteren Gruppe kann jedoch nicht damit erklärt werden, dass sich diese Personen bewusst das Ziel der Kontrolle ihres Stereotyps gesetzt hätten. Denn der Unterschied zwischen den chronisch und den nicht chronisch Egalitären wurde sogar dann gefunden, wenn die Eigenschaften 200 ms nach dem Prime präsentiert wurden (eine bewusste Kontrolle ist nämlich erst möglich, wenn mindestens 600 ms zwischen der Darbietung eines Primes und dem Auftreten des Stimulus verstrichen sind). Daraus zogen Moskowitz et al. (1999) den Schluss, dass die Aktivierung eines Stereotyps nicht zwangsläufig geschieht.

Diese und zahlreiche andere Studien relativieren die ursprünglich extremen Schlussfolgerungen, dass die Aktivierung von Stereotypen unvermeidlich sei und automatisch erfolge. In einem Überblicksartikel argumentierten Macrae und Bodenhausen (2000), dass zwei Faktoren eine wichtige Rolle dabei spielen, wie die Aktivierung einer Katego-

4.4 Aus der Forschung

Zielabhängigkeit von Stereotypaktivierung

Macrae, C.N., Bodenhausen, G.V., Milne, A.B., Thorn, T.M.J. & Castelli, L. (1997). On the activation of social stereotypes: The moderating role of processing objectives. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, 471–489.

Dieser Artikel stellt die klassische Auffassung infrage, dass die bloße Konfrontation mit einem Mitglied einer stereotypisierten Gruppe ausreicht, um das damit verbundene Stereotyp zu aktivieren. Die Autoren argumentieren, dass das Ausmaß, in dem Stereotype automatisch aktiviert werden können, mit dem Ausmaß unseres Interesses an den Stimuli, auf die wir treffen, zusammenhängen kann. Es ist möglich, dass man in manchen Situationen (beispielsweise wenn Sie in einem vollen Hörsaal versuchen, einen Freund zu finden) mehr damit beschäftigt ist, sich seinen Weg durch die Masse zu bahnen, als sich einen Eindruck von den Personen zu bilden, aus denen sie sich zusammensetzt. In derartigen Situationen, in denen Menschen einfach Objekte sind, durch die man sich seinen Weg zum gewünschten Bestimmungsort bahnen muss, aktiviert man vielleicht überhaupt keine Stereotype. Genau diese Situation wurde in einer Studie von Macrae et al. (1997; Studie 1) modelliert.

Methode

Versuchsteilnehmer

An der Studie nahmen 48 Studenten im Grundstudium einer Universität in Großbritannien teil.

Design und Vorgehensweise

Die Studie hatte ein gemischtes (sowohl between-subjects als auch within-subjects) 3 x 2-Design mit Messwiederholung auf dem zweiten Faktor. Faktor 1: Verarbeitungseinstellung: Merkmalerkennung oder Darbietung oder semantisches Urteil; Faktor 2: Art des Persönlichkeitsmerkmals: dem Stereotyp entsprechend oder dem Stereotyp widersprechend. Man zeigte den Versuchsteilnehmern Gesichter von Studentinnen bzw. Bilder von Haushaltsgegenständen. Eine Gruppe von Versuchsteilnehmern wurde gebeten, durch Tastendruck herauszufinden, ob in dem betreffenden Bild ein weißer Punkt auftauchte (Bedingung »Merkmalerkennung«). Einer zweiten Gruppe wurde gesagt, sie solle eine

Taste drücken, sobald das Bild auf dem Bildschirm erschien (Bedingung »Darbietung«). Eine dritte Gruppe (»semantische Bedingung«) wurde instruiert, die Bilder semantisch zu verarbeiten, d.h. für jedes einzelne Bild zu entscheiden, ob es ein lebendes oder ein unbelebtes Objekt darstellte (hier handelt es sich um eine semantische Aufgabe, weil die Teilnehmer, um zu dieser Entscheidung zu gelangen, zunächst das Objekt im Hinblick darauf verarbeiten mussten, was es ist und als was es bezeichnet wird).

Die Teilnehmer bearbeiteten außerdem eine lexikalische Entscheidungsaufgabe (LDT: Lexical Decision Task): Jedes Mal, wenn sie auf ein Bild reagierten, erschien eine Buchstabenkette auf dem Bildschirm, und die Versuchsteilnehmer mussten entscheiden, ob es sich um ein echtes Wort (z.B. emotional) oder um ein Nichtwort (z.B. ingrac) handelt. Die Logik dahinter ist, dass die Versuchsteilnehmer schneller auf Wörter reagieren, wenn das Konstrukt, das mit diesen Wörtern assoziiert wird, schon vorher einmal aktiviert wurde. Wenn also das Konstrukt »Frau« in der ersten Phase der Untersuchung aktiviert wurde, sollten die Versuchsteilnehmer schneller auf Wörter reagieren, die mit dieser Kategorie zusammenhängen (z.B. emotional), als wenn das Konstrukt nicht aktiviert wurde.

Ergebnisse

Die abhängigen Maße, die hier von Interesse waren, waren die Reaktionslatenzen bei der lexikalischen Entscheidungsaufgabe (■ Abb. 4.5). Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass bei den Versuchsdurchgängen, in denen das Foto einer Frau gezeigt wurde, Reaktionen auf Wortketten, die dem Stereotyp »weiblich« entsprachen, viel schneller erfolgten als Reaktionen auf Wörter, die diesem Stereotyp widersprachen. Anscheinend hatte das Bild einer Frau tatsächlich die Kategorie »weiblich« aktiviert. Diese Effekte fanden sich jedoch nur bei Versuchsteilnehmern, die instruiert worden waren, die Fotos semantisch zu verarbeiten. Das einfache Ziel der Merkmalerkennung (d.h. Bilder auf Punkte zu überprüfen) verhinderte die Aktivierung des Stereotyps. Damit die Aktivierung eintreten konnte, musste ein gewisses grundlegendes Maß von Interesse an der Zielperson vorhanden gewesen sein.



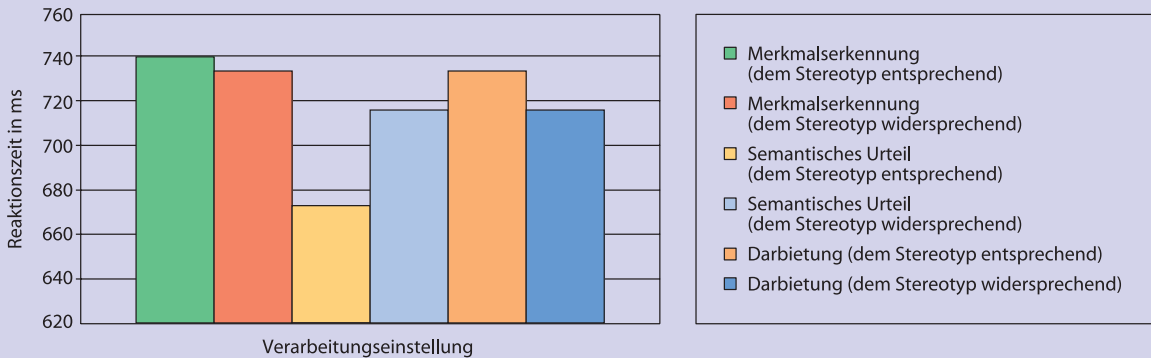


Abb. 4.5. Mittlere Latenzen bei lexikalischer Entscheidungsaufgabe in Abhängigkeit von der Verarbeitungseinstellung und der Stereotypikalität des Persönlichkeitsmerkmals. (Nach Macrae et al., 1997, Studie 1)

Diskussion

Diese Studie liefert Belege dafür, dass die Aktivierung eines Stereotyps nicht immer ein spontanes Nebenprodukt eines auslösenden Stimulus ist. Stattdessen trat die Aktivierung nur dann ein, wenn die Versuchsteilnehmer das Bild der Zielperson semantisch verarbeiteten. Die Autoren stellen

die Behauptung auf, dass die Aktivierung (und die tatsächliche Verwendung) von Stereotypen eher pragmatisch erfolgt und hier mit den speziellen aktuell wirksamen Verarbeitungszielen zusammenhing. Im Einklang mit einer wachsenden Zahl von Forschungsergebnissen hebt diese Studie also hervor, dass die Stereotypaktivierung zielabhängig ist.

Zielabhängig (»goal dependent«): Wenn ein Ergebnis (outcome) vom Vorhandensein eines spezifischen Ziels abhängt (z.B. zielabhängige automatische Aktivierung eines Stereotyps).

rie reguliert wird: die temporären Verarbeitungsziele des Wahrnehmenden und seine allgemeinen Einstellungen (also sein Vorurteilsniveau). Die oben angeführten Forschungsergebnisse stehen im Einklang mit dieser Auffassung. Somit scheint die Aktivierung einer Kategorie **zielabhängig** zu sein (Bargh, 1994) und sich aus dem Zusammenspiel kognitiver und motivationaler Faktoren zu ergeben. Zusammengefasst kann man sagen: Es gibt eine zunehmende Anzahl von Belegen dafür, dass es manchmal möglich ist, die Aktivierung eines Stereotyps zu verhindern (zu den Einzelheiten s. Bargh, 1999; Devine & Monteith, 1999; Moskowitz, 2005).

4.3.2 Wie man die Wirkung eines Stereotyps unterdrückt, wenn die Aktivierung bereits erfolgt ist

Was geschieht jedoch in jenen Situationen, in denen es nicht möglich ist, eine Aktivierung zu verhindern? Was können wir tun, wenn es zur Aktivierung eines Stereotyps kommt und es uns lieber wäre, dies wäre nicht geschehen? Die meisten Forscher stimmen darin überein, dass der Wahrnehmende in der Lage ist, innerhalb eines gewissen Rahmens zu entscheiden, wie er gegenüber anderen reagiert (Fiske, 1989). Dabei wird vorausgesetzt, dass er sich *bewusst* ist, welchen potenziellen Einfluss das Stereotyp hat, er über ausreichende *kognitive Ressourcen* verfügt, um Kontrolle auszuüben, und er *motiviert* ist, nicht stereotyp zu reagieren (Devine & Monteith, 1999). Wenn wir diese wichtigen Kriterien erfüllen, stehen uns eine Reihe von Strategien zur Verfügung.

4.3 · Wie man die kognitive Kontrolle durch zusätzlichen Aufwand wieder erlangt

Im Folgenden werden wir uns mit mehreren theoretischen Ansätzen beschäftigen, die unser Verständnis für die Prozesse vertieft haben, die nach der Aktivierung eines Stereotyps ablaufen können: Fiske und Neubergs (1990) Kontinuummodell der Eindrucksbildung, Devines (1989) Dissoziationsmodell der Stereotypisierung, der Forschung zur Unterdrückung von Stereotypen (z.B. Macrae, Bodenhausen, Milne & Jetten, 1994) und den Moderatorvariablen beim Zusammenhang zwischen Wahrnehmung und Verhalten (Dijksterhuis & Bargh, 2001).

4.3.3 Eindrucksbildung: der steinige Weg von der kategorienbasierten zur individualisierten Verarbeitung

Wenn wir uns einen Eindruck von anderen Menschen bilden, verlassen wir uns gewöhnlich auf zwei Informationsquellen: (1) auf Wissen über die Zugehörigkeit einer Person zu einer Kategorie (z.B. weiblich, älter; wie in den zuvor geschilderten Forschungsarbeiten), und (2) auf Einzelheiten über ihre persönlichen, individuellen Charakteristika (**individualisierende Informationen**; z.B. ehrlich, vergesslich). Die hartnäckige Herausforderung, mit der sich die Forscher konfrontiert sahen, bestand darin, zu bestimmen, welche dieser gegensätzlichen Informationsquellen zum daraus entstehenden Eindruck beitragen (z.B. Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990).

Fiske und Neubergs (1990) **Kontinuummodell der Eindrucksbildung** gibt eine detaillierte Antwort auf diese knifflige Frage. Im Modell wird vorgeschlagen, dass die Einschätzungen, die die Wahrnehmenden von anderen vornehmen, irgendwo auf einem Kontinuum der Eindrucksbildung liegen, wobei die kategoriebasierten Bewertungen den einen Pol des Kontinuums bilden und die individualisierten Reaktionen den anderen. Das Modell baut auf einer Reihe theoretischer Voraussetzungen auf, und es nimmt an, dass (1) kategoriebasierte Reaktionen Priorität haben und (2) die Bewegung entlang des Kontinuums, von kategoriebasierten zu individualisierten Reaktionen, durch Interpretations-, Motivations- und Aufmerksamkeitsfaktoren beeinflusst wird (► Kasten 4.5).

Nach dem Modell (und im Einklang mit vielen Arbeiten, über die wir bereits in diesem Kapitel berichtet haben) treffen Wahrnehmende zunächst auf eine Zielperson und kategorisieren sie sofort als Mitglied einer bestimmten sozialen Gruppe. Anschließend denken sie im Kontext ihrer momentanen Belange und Ziele über die persönliche

Individualisierende Informationen (»individuating information«): Informationen über die persönlichen Charakteristika einer Zielperson, die normalerweise nicht aus der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kategorie abgeleitet werden.

Kontinuummodell der Eindrucksbildung (»continuum model of impression formation«): Ein theoretisches Modell, das von Fiske und Neuberg (1990) entwickelt wurde. Darin wird die Eindrucksbildung als ein Prozess verstanden, der sich von kategoriebasierten Bewertungen auf dem einen Ende des Kontinuums bis zu individualisierten Reaktionen auf dem anderen erstreckt. Man nimmt an, dass das Fortschreiten entlang des Kontinuums vom Zusammenspiel motivationaler und Aufmerksamkeitsfaktoren abhängt.

4.5

Susan Fiske



Susan Fiske erhielt 1978 ihren Ph.D. von der Harvard University. Nach einer Reihe von Jahren an der University of Massachusetts (Amherst) ging sie nach Princeton. Im Laufe ihrer beruflichen Entwicklung erhielt sie viele prestigeträchtige Preise; dazu gehörten 2003 der Thomas Ostrom Award von der Person Memory Interest Group für ihre Forschung über soziale Kognition (zusammen mit Shelley Taylor). Sie ist ehemalige Präsidentin der American Psychological Society (2002 bis 2003) und veröffentlichte bis dato zahlreiche Artikel, Buchkapitel und Bücher. Ihre derzeitige Forschung

konzentriert sich darauf, wie der Stereotypisierung, dem Vorurteil und der Diskriminierung Vorschub geleistet bzw. wie sie gehemmt werden durch soziale Beziehungen wie Kooperation, Konkurrenz und Macht.

	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3
Ursprüngliche Kategorisierung	Eine Frau, auf die man in einem vollen Supermarkt trifft, hinter der mehrere Kinder herlaufen: wahrscheinlich eine Mutter. Die Verarbeitung hört hier auf, die Zielperson ist nicht weiter von Interesse bzw. der Wahrnehmende ist in Eile.	Die Person, die man im Büro nebenan sprechen hört, hat eine hohe Stimme: wahrscheinlich eine Frau. Der Wahrnehmende muss mehr über sie in Erfahrung bringen (es könnte eine neue Arbeitskollegin sein), er sucht nach weiteren Hinweisreizen.	Ältere Person, die weiblich ist und Hilda heißt. Der Wahrnehmende muss mehr über sie in Erfahrung bringen (es handelt sich um seine künftige Schwiegermutter).
Bestätigende Kategorisierung		Die Person trägt Makeup auf: eindeutig eine Frau. Der Wahrnehmende ist damit immer noch nicht zufrieden, die Verarbeitung geht weiter.	Hilda hat Spaß daran, Musik von der britischen Rockband Darkness zu hören und ihre Enkel zu besuchen: Es handelt sich nicht um eine durchschnittliche alte Dame; die ursprüngliche Kategorisierung lässt sich eigentlich nicht bestätigen. Der Wahrnehmende macht weiter.
Rekategorisierung		Moment mal, sie hat auch eine Aktentasche und einen kleinen elektronischen Organizer dabei, deshalb handelt es sich bei ihr wahrscheinlich um eine Geschäftsfrau. Die Verarbeitung hört hier auf, der Wahrnehmende ist damit zufrieden (er erkennt, dass er nicht mit dieser Geschäftsfrau zusammenarbeiten wird); diese Rekategorisierung reicht aus.	Hilda macht die Inspektion und Reparaturen für ihren Wagen selbst, sie mag scharfe Currygerichte und bindet gerne selbst Blumen. Sie widersetzt sich einer nahe liegenden Rekategorisierung, der Wahrnehmende sondiert weiter.
Stück-für-Stück-Integration			Diese ältere Dame namens Hilda ist ein Familienmensch und hört gerne laute moderne Musik. Sie übt gerne ruhigere kreative Aktivitäten aus, ist technisch begabt und isst gerne indische Gerichte wie Huhn Vindaloo und Bombay-Kartoffeln. Die Verarbeitung hört hier auf, die Zielperson ist nicht zugänglich für einen kategoriebasierten Eindruck; der Wahrnehmende ist mit seinem Eindruck zufrieden, obwohl er eine ausgesprochen untypische Schwiegermutter hat.

▣ **Abb. 4.6.** Fiske und Neubergs (1990) Kontinuummodell der Eindrucksbildung – eine Illustration, wie die Verarbeitung in unterschiedlichen Phasen abbrechen kann.

Relevanz nach, die die kategorisierte Zielperson für sie hat. Wenn die Zielperson von geringem Interesse ist (der Wahrnehmende kommt z.B. auf der Straße an ihr vorbei), wird der Prozess der Eindrucksbildung abgekürzt, und die sich ergebenden Bewertungen sind vorwiegend kategoriebasiert. Ist jedoch die Zielperson zumindest von minimaler Relevanz (die Zielperson ist z.B. ein Personalleiter, und der Wahrnehmende befindet sich in einem Vorstellungsgespräch, bei dem er hofft, eine neue Arbeitsstelle zu bekommen), werden die Aufmerksamkeitsressourcen darauf fokussiert, die persönlichen Eigenschaften der Zielperson einzuschätzen, und der lange Weg hin zu einem individualisierten Eindruck beginnt. Dabei gibt es mehrere Stufen, an denen man die Verarbeitung eventuell abbricht. ■ Abbildung 4.6 zeigt, wie dies praktisch in unterschiedlichen Situationen vonstatten gehen könnte.

Demnach ist die ursprüngliche Kategorisierung relativ spontan, aber der sozial Wahrnehmende wird an dieser Stelle den Prozess nur dann beenden, wenn die Motivation, weiter voranzuschreiten, nicht vorhanden ist oder Druck gegen eine systematischere Einschätzung der Befunde ausgeübt wird (z.B. zu wenig Zeit zur Verfügung steht). Die Forschung zur Motivation des Wahrnehmenden und ihren Auswirkungen auf die Eindrucksbildung hat mehrere Ziele identifiziert, die in zuverlässiger Weise eine individualisierte Verarbeitung auslösen. Zu den wichtigsten dieser Ziele zählen: (1) die **Abhängigkeit des Ergebnisses (outcome) von der Zielperson** (die Teilnehmer glauben, dass sie die Zielperson später wieder treffen und gemeinsam mit ihr an einer Aufgabe arbeiten werden, die beide erfolgreich absolvieren müssen, damit jeder ein positives Ergebnis erzielt; Neuberg & Fiske, 1987; Pendry & Macrae, 1994), (2) die **Verantwortlichkeit** des Wahrnehmenden (der Wahrnehmende glaubt, dass er seine Reaktionen gegenüber einem Dritten rechtfertigen muss und er für seine Eindrücke verantwortlich gemacht wird; Pendry, 1998; Tetlock, 1983) und (3) auf Genauigkeit ausgerichtete Instruktionen (der Wahrnehmende wird instruiert, so genau wie möglich zu sein; Kruglanski & Freund, 1983).

Obwohl sich diese Motivationsfaktoren in einer Reihe von Punkten unterscheiden, haben sie doch ein gemeinsames Merkmal: Sie vergrößern die Abhängigkeit (»involvement«) des Wahrnehmenden von der Zielperson und fördern individualisierte Eindrücke. Die Motivation zu kontrollierter Verarbeitung allein kann jedoch unzureichend sein, wenn die kognitiven Ressourcen erschöpft sind. Beispielsweise brachten Pendry und Macrae (1994; Studie 1) ihre Versuchsteilnehmer zu der Auffassung, sie würden Hilda, eine ältere Frau, treffen und mit ihr interagieren. Die Hälfte der Teilnehmer war im Hinblick auf das Ergebnis der Interaktion von Hilda abhängig: Für sie bestand die Aussicht, 20 englische Pfund bei einem Worträtsel zu gewinnen. Der Gewinn hing davon ab, wie gut sie mit Hilda zusammenarbeiteten. Die übrigen Teilnehmer sollten ebenfalls mit Hilda zusammenarbeiten, aber ihr Gewinn würde nicht von Hilda abhängen. Alle Teilnehmer erhielten dieselben Informationen über Hilda, wobei die Hälfte der Informationen (12 Items) dem Stereotyp einer älteren Frau entsprach, die andere Hälfte ihm widersprach.

Während die Teilnehmer sich die Informationen über Hilda durchlasen, führte die eine Hälfte der Teilnehmer gleichzeitig eine Ressourcen erschöpfende Gedächtnisaufgabe aus (Memorieren von Zahlen), die andere Hälfte der Teilnehmer las nur die Informationen über Hilda. Um ihre Eindrücke zu erfassen, wurden alle Teilnehmer gebeten, für sechs Persönlichkeitsmerkmale (drei waren laut Vortest entweder stereotyp und drei widersprachen dem Stereotyp von älteren Frauen) anzugeben, wie charakteristisch sie für Hilda seien. Pendry und Macrae (1994; Studie 1) sagten vorher und fanden auch,

Abhängigkeit des Ergebnisses von der Zielperson (»outcome dependency«):

Ein motivationales Ziel, bei dem die Versuchsteilnehmer der Auffassung sind, dass sie später wieder auf die Zielperson treffen und mit ihr an einer gemeinsam beurteilten Aufgabe zusammenarbeiten werden; es lässt sich zeigen, dass dies zu weniger stereotypen Eindrücken von der Zielperson führt.

Verantwortlichkeit (»accountability«):

Ein Verarbeitungsziel, bei dem die Wahrnehmenden glauben, dass sie ihre Reaktionen auf eine Zielperson gegenüber einem Dritten rechtfertigen müssen und für ihre Eindrücke verantwortlich gemacht werden. Im typischen Fall führt dies zu weniger stereotypbasierten Eindrücken.

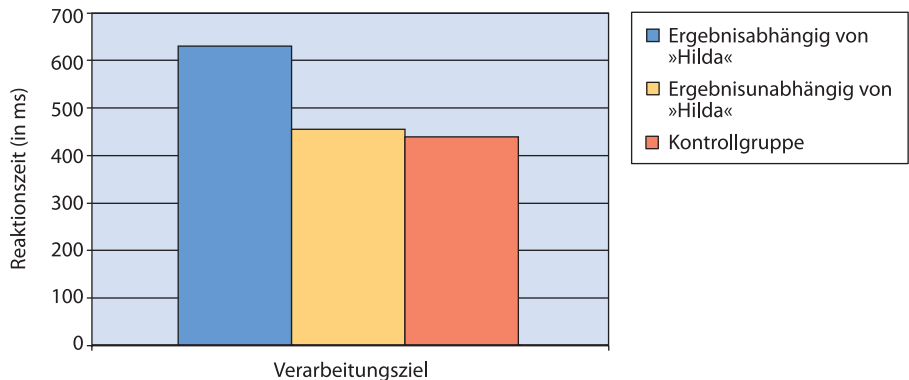
dass ein individualisierter Eindruck von Hilda dann gebildet wurde, wenn die Teilnehmer *motiviert* waren (weil ihre Aufgabenleistung von Hilda abhing) und ihnen die *volle Verarbeitungskapazität* zur Verfügung stand (sie also, während sie sich den Eindruck bildeten, keine Ziffern memorieren mussten).

In einer zweiten Studie versuchten Pendry und Macrae (1994) herauszufinden, ob die Teilnehmer, die von Hilda abhängig waren, einen größeren Anteil ihrer Aufmerksamkeitskapazität der Eindrucksbildung widmeten als die Teilnehmer, deren Aufgabenleistung von Hilda unabhängig war. Der Gedanke, dass motivierte Wahrnehmende der Verarbeitung von Informationen mehr Aufmerksamkeit zuweisen, ist eine grundlegende Annahme im Modell von Fiske und Neuberg, obwohl es zu diesem Zeitpunkt recht wenig Belege dafür gab.

Um diese Hypothese zu überprüfen, verwendeten Pendry und Macrae (1994; Studie 2) eine Aufgabe, die als *Probe Reaction Task* (PRT; Prüfreaktionsaufgabe; s. Bargh, 1982) bezeichnet wird. Die Versuchsteilnehmer wurden instruiert, ihre Leistungen bei der Eindrucksbildungsaufgabe zu optimieren und ihre verbleibende Aufmerksamkeitskapazität dazu zu nutzen, auf einen zusätzlichen Prüfreiz zu reagieren (d.h. eine zufällig aufleuchtende Glühbirne, die mehrere Male auf dem Computerbildschirm auftauchte, während die Eindrucksaufgabe ausgeführt wurde, durch Anklicken auszuschalten). Es ist wichtig zu erwähnen, dass es sich bei dieser Probe Reaction Task nicht um eine Methode zur Ausschöpfung der Ressourcen handelt (wie dies beim Memorieren von Zahlen der Fall ist). Ihr Zweck bestand also nicht darin, die Aufmerksamkeitsressourcen von der primären Aufgabe der Eindrucksbildung abzuziehen und den Prozess schwieriger zu gestalten. Vielmehr wurde hier erfasst, welcher Teil der Aufmerksamkeit nicht für die primäre Aufgabe genutzt wurde (wie viel Aufmerksamkeit also übrig blieb). Wenn motivationale Ziele mehr Aufmerksamkeitsressourcen auf die Zielperson richten, dann sollten wir erwarten, dass den Versuchsteilnehmern unter diesen Bedingungen weniger Aufmerksamkeit verbleibt, um die Glühbirne schnell auszuschalten. Das heißt, dass die Versuchspersonen, die in ihrer Aufgabenleistung von Hilda abhängig sind, langsamere Reaktionszeiten bei diesem Maß aufweisen müssten. Genau das war das Ergebnis der Studie (vgl. ■ Abb. 4.7).

Diese Forschung liefert Belege für die Auffassung, dass die motivierte Abhängigkeit (»involvement«) von einer Zielperson zu einer kontrollierteren Verarbeitung führen kann (und damit zu weniger stereotypen Eindrücken; Neuberg & Fiske, 1987). Darüber hinaus deutet sie darauf hin, dass das Ausmaß, mit dem wir in der Lage sind, die anfäng-

■ **Abb. 4.7.** Mittlere Reaktionszeit bei Prüfreaktionsaufgabe in Abhängigkeit vom Verarbeitungsziel. (Nach Pendry & Macrae, 1994, Studie 2)



lichen kategoriebasierten Eindrücke zu korrigieren, von dem Zusammenspiel zwischen Motivations- und Aufmerksamkeitsfaktoren abhängt. Zusammengefasst lässt sich Folgendes sagen: Ist die Aufmerksamkeit erschöpft, kann unsere Fähigkeit beeinträchtigt sein, systematisch Informationen über andere zu verarbeiten, auch wenn wir dazu motiviert sind.

4.3.4 Wie man stereotype Gedanken durch egalitäre Reaktionen ersetzt

Wie wir zuvor sahen, lieferte Devines (1989) Veröffentlichung einige anfängliche Belege für die Automtizität der Stereotypaktivierung. Devines Hypothese ging jedoch darüber hinaus. In ihrem theoretischen Modell (dem sog. **Dissoziationsmodell**) argumentierte sie, dass automatische und kontrollierte Prozesse voneinander entkoppelt (dissoziiert) sein können. Dies bedeutet, dass die automatische Aktivierung eines Stereotyps nicht zwangsläufig zu einer stereotypen Reaktion führt (► Kasten 4.6).

Spätere Forschungsarbeiten bestätigten diese Vermutung. Beispielsweise konnte Monteith (1993) zeigen, dass sich Menschen, wenn sie sich dem Gedanken verpflichtet fühlen, nicht vorurteilsbehaftet zu sein, und ihr Verhalten dennoch diese Standards verletzt, schuldig fühlen, auf sich selbst fokussieren (die Aufmerksamkeit auf die eigene Person richten) und ihre Anstrengungen darauf konzentrieren, diese Diskrepanz zu verringern, damit dies nicht noch einmal geschieht. So fand Monteith (1993) heraus, dass Versuchsteilnehmer mit geringen Vorurteilen Witze über Homosexuelle negativ beurteilten (d.h. nichtstereotyp), aber nur wenn sie dazu veranlasst worden waren, zu erkennen, dass sie in einer früheren Phase des Experiments vorurteilsbehaftet gehandelt hatten (ohne es zu merken).

Diese Art von Forschung zeigt, dass es möglich ist, stereotype Reaktionen zu regulieren, wenn (1) wir uns der Möglichkeit des unbewussten Einflusses von Vorurteilen bewusst sind, (2) wir ausreichend motiviert sind (hier aufgrund eines Wunsches, nicht vorurteilsbehaftet zu erscheinen) und (3) uns die erforderliche Zeit zur Verfügung steht, dies zu tun (s. Macrae & Bodenhausen, 2000). Hier knüpfen mehrere Fragen an. Beispielsweise sind wir uns vielleicht nicht immer des Einflusses eines Stereotyps bewusst (Bargh, 1999; Wilson & Brekke, 1994). Auch können, wie gezeigt, Einschränkungen in der zur Verfügung stehenden Zeit oder Verarbeitungskapazität selbst den motiviertesten Wahrnehmenden behindern (Pendry & Macrae, 1994). Es ist auch möglich, dass, selbst wenn wir motiviert sind, stereotype Reaktionen zu kontrollieren, Versuche in dieser Richtung möglicherweise aus einem ganz anderen Grund fehlschlagen. Dies werden wir im Folgenden sehen.

4.3.5 Unterdrückung von Stereotypen: Wie man den unerwünschten Gedanken aus dem Sinn verbannt (wenn auch nicht immer aus den Augen)

Stellen Sie sich vor, Sie sind im Supermarkt gerade einer älteren Frau begegnet. Als Sie in die Ecke mit Obst und Gemüse kommen, macht sie sich dort gerade breit und hindert Sie daran, sich eben schnell eine Aubergine zu nehmen, indem sie dummerweise direkt vor Ihnen stehen bleibt und etwas auf ihrer Einkaufsliste nachsieht. Sie ertappen sich

Dissoziationsmodell (»dissoziation model«): Ein Modell, bei dem vorgeschlagen wird, dass zwei unterschiedliche Prozesse unabhängig voneinander auftreten können und dass einer nicht unvermeidlich auf den anderen folgt (z.B. Devines theoretisches Modell, bei dem eine Dissoziation zwischen automatischen und kontrollierten Prozessen bei der Stereotypisierung vorgeschlagen wird).

4.6 Aus der Forschung

Automatische und kontrollierte Stereotypprozesse

Devine, P.G. (1989; Studie 3). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5–18.

In der Ersten aus dieser Reihe von Studien wies Devine nach, dass alle Versuchsteilnehmer, ob sie nun geringe oder starke Vorurteile hatten, das kulturelle Stereotyp von Schwarzen gleich gut kannten. In der zweiten Studie zeigte sich, dass alle Versuchsteilnehmer dann im Einklang mit dem aktivierten Stereotyp reagierten, wenn ihre Fähigkeit beeinträchtigt war, bewusst die Aktivierung eines Stereotyps zu kontrollieren (wie wir das bereits kennen gelernt haben). Devines These ging jedoch noch weiter: In ihrem theoretischen Modell argumentierte sie, dass automatische und kontrollierte Prozesse voneinander entkoppelt (dissoziiert) sein können. Dies bedeutet, dass die automatische Aktivierung eines Stereotyps nicht unvermeidlich zu einer stereotypen Reaktion führt. Wenn die Versuchsteilnehmer die Zeit und die Motivation haben, ihre ursprünglich stereotypen Gedanken zu korrigieren, dann werden sie das auch tun. An einer späteren Stelle in der Veröffentlichung (Studie 3) machte sie sich daran, dies nachzuweisen.

Methode

Versuchsteilnehmer

An der Studie nahmen 67 Studierende mit weißer Hautfarbe an einer nordamerikanischen Universität im Rahmen eines Einführungskurses Psychologie teil. Die Versuchsteilnehmer wurden nach dem Median ihrer Werte auf der Modern Racism Scale (MRS; McConahay, Hardee & Batts, 1981) in zwei Gruppen aufgeteilt: starke Vorurteile ($N = 34$) und wenig Vorurteile ($N = 33$).

Design und Vorgehensweise

Das Design bestand einfach aus einem Vergleich zwischen Teilnehmern mit geringen und hohen Vorurteilswerten. Die Versuchsteilnehmer erledigten ihre Arbeit in Kleingruppen. Zunächst wurden sie gebeten, so viele unterschiedliche Bezeichnungen wie möglich für die soziale Gruppe der schwarzen Amerikaner aufzulisten (einschließlich Slang-Ausdrücke). Dies diente dazu, bei den Teilnehmern kognitive Repräsentationen von Schwarzen

hervorzurufen. Im Anschluss an diese Aufgabe wurden sie unter Zusicherung der Anonymität gebeten, in einer Gedankenauflistungsaufgabe ehrlich ihre Gedanken über die ethnische Gruppe der Schwarzen mitzuteilen. Am Ende füllten sie den aus sieben Items bestehenden Rassisimusfragebogen MRS aus.

Für jeden Teilnehmer wurde der Anteil abschätziger und nicht abschätziger Bezeichnungen berechnet, die sich aus der Aufgabe, Bezeichnungen zu generieren, ergaben. Ein Vergleich zwischen den Teilnehmern mit starken und geringen Vorurteilen erbrachte keine signifikanten Unterschiede im Hinblick auf den Anteil abschätziger Bezeichnungen, die in der ersten Phase kreiert worden waren. Die Antworten, die die Teilnehmer in der Gedankenauflistungsaufgabe gaben, wurden hinsichtlich ihrer Valenz kodiert (positiv oder negativ) und in Bezug darauf, ob es bei dem Gedanken um eine Meinung über die Gruppe ging oder ob es sich eher um die Beschreibung eines Persönlichkeitsmerkmals handelte. Es wurden somit vier unterschiedliche Arten von Gedanken kodiert (positives Merkmal, negatives Merkmal, positive Meinung, negative Meinung).

Ergebnisse

Auswertungen zu den Häufigkeiten der unterschiedlichen Gedankenarten ergaben, dass die Teilnehmer mit starken Vorurteilen häufiger negative Merkmale auflisteten als irgendeine der drei anderen Arten von Gedanken (die sich in ihrer Häufigkeit nicht voneinander unterschieden). Die Teilnehmer mit wenig Vorurteilen jedoch nannten häufiger Gedanken, die auf eine positive Meinung hindeuteten, als Gedanken der drei anderen Arten (deren Häufigkeiten sich nicht voneinander unterschieden).

Diskussion

Diese Studie zeigte, dass Studenten mit geringen Vorurteilen in der Lage waren, nicht stereotype und egalitäre Beschreibungen von Schwarzen zu liefern, vorausgesetzt, man gab ihnen ausreichend Zeit, diese Beschreibungen zu kreieren. Für sich genommen scheint dies die eher pessimistischen Schlussfolgerungen abzuschwächen, die bei



den ersten beiden Studien in diesem Artikel hervorgehoben wurden.

Es sollte jedoch angemerkt werden, dass in dieser Studie einige methodologische Probleme ungelöst bleiben. Obwohl es beispielsweise in der ersten Studie keine Unterschiede in der Aktivierung in Abhängigkeit vom Vorurteilsniveau zu geben schien, können wir nicht sicher sein, dass es nicht doch Unterschiede in der Aktivierung gibt (vielleicht erbringt die zukünftige Forschung mittels einer anderen Methode Hinweise auf Aktivierungsunterschiede). Im Zusammenhang damit ist der Rassismusfragebogen MRS, der in diesen Studien zur Anwendung kam, vielleicht nicht das beste (und auch nicht das einzige) Erhebungsmaß, um individuelle Unterschiede zu analysieren (wie wir bei der Studie von Moskowitz et al., 1999, gesehen haben). Zweitens handelte es sich bei den eingesetzten Primes von ihrer Art her sowohl um kategoriebasierte (z.B. *Nigger*) als auch um Persönlichkeitsmerkmale mit einer negativen Valenz (z.B. *faul*). Deswegen ist

es nicht sicher, dass es sich hier tatsächlich um ein Kategorien-Priming und nicht einfach nur um ein semantisches Priming handelt, das zu den Effekten führt. In späteren Forschungsarbeiten, die sich nur auf Kategorienbezeichnungen (z.B. *Schwarze*) und neutrale semantische Entsprechungen (z.B. *ethnisch*) konzentrierten, wurde nachgewiesen, dass Versuchsteilnehmer mit geringen Vorurteilen weniger starke negative Reaktionen auf fremdgruppenbezogene Primes zeigten als Personen mit starken Vorurteilen (z.B. Lepore & Brown, 1997). Und schließlich, als letzter Kritikpunkt, enthielt das Stimulusmaterial Wörter, nicht Bilder oder Interaktionen aus dem realen Leben. Es könnte unklug sein, anzunehmen, dass die Effekte unabhängig von der Eigenart des Primes notwendigerweise ähnlich sein werden (z.B. Gilbert & Hixon, 1991). Obwohl spätere Forschungsarbeiten einige Schlussfolgerungen aus diesen Befunden relativiert haben, bleibt der Beitrag außerordentlich einflussreich und ein oft zitierter Artikel zu diesem Thema.

dabei, dass Sie denken: »Tatteriges altes Weib, heute hat es wohl Rente gegeben!« Gleich darauf gehen Sie jedoch in sich und denken: »Das geht wirklich zu weit, sie ist mir auch nicht mehr im Weg als andere Leute; sie ist einfach älter als die meisten Menschen.« Sie versuchen derartige stereotype Gedanken zu stoppen und gehen weiter in die Abteilung mit den Milchprodukten. Dort stoßen Sie auf eine weitere ältere Dame. Auch sie ist Ihnen im Weg. Sie vergleicht ausführlich die Preise der unterschiedlichen Käsesorten, während Sie darauf warten, das letzte Päckchen Parmesankäse aus dem fast leeren Regal über ihr zu nehmen. Wie reagieren Sie auf diese zweite ältere Dame? Gelingt es Ihnen, das Stereotyp von älteren Menschen zu unterdrücken?

In der letzten Zeit ist das Interesse an ebendiesem Thema stark angewachsen: Funktioniert die **Unterdrückung eines Stereotyps**? Diese Forschungsrichtung erhielt Auftrieb durch Wegners (1994) Modell der ironischen Prozesse mentaler Kontrolle. Nach Wegner kommt es zu zwei mentalen Prozessen, wenn wir versuchen, ungewollte Gedanken zu unterdrücken. Als Erstes setzt der absichtliche operative Prozess (IOP: intentional operating process) ein; dabei wird nach Gedanken gesucht, die als Distraktoren dienen können – um uns von unseren Gedanken über die Sache abzulenken, über die wir nicht nachdenken wollen. Zweitens kommt ein zweiter, ironischer Überwachungsprozess (IMP: ironic monitoring process) hinzu, mit dessen Hilfe wir nach Belegen für den ungewollten Gedanken suchen. Wichtig dabei ist: Der IOP ist ein kognitiv anspruchsvoller Prozess, d.h., es handelt sich um *kontrolliertes Denken*. Vom IMP hingegen nimmt man an, dass er *automatisch* abläuft.

Was geschieht dann als Nächstes? Weil der IMP (der Prozess, bei dem nach Anzeichen für eine misslungene Unterdrückung gesucht wird) weitgehend ohne kognitive Ressourcen auskommen kann, kann er sogar bei erschöpften mentalen Ressourcen mental Amok laufen und ständig nach Anzeichen für eine misslungene Unterdrückung

Unterdrückung eines Stereotyps (»stereotype suppression«): Der Versuch, ein aktiviertes Stereotyp daran zu hindern, die eigenen Urteile über eine Person aus einer stereotypisierten Gruppe zu beeinflussen.

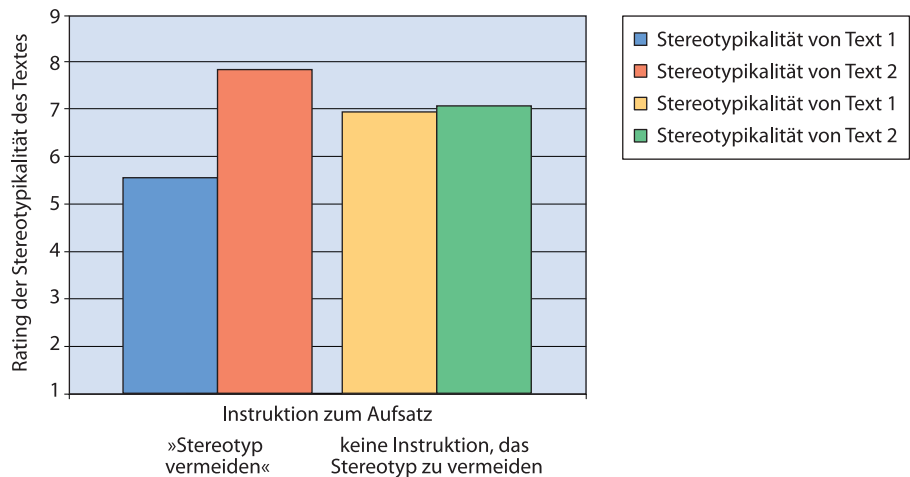
Bumerang-Effekt (»rebound effect«): Der Fall, dass Unterdrückungsversuche scheitern; er wird hier dazu verwendet, nachzuweisen, dass ein unterdrücktes Stereotyp sich wieder bemerkbar macht und einen noch größeren Einfluss auf die Urteile eines Menschen über eine Person aus einer stereotypisierten Gruppe hat.

suchen, also nach Anzeichen für den ungewollten Gedanken selbst. Rufen Sie sich noch einmal ins Gedächtnis, dass Konstrukte, die *häufig aktiviert* wurden (d.h. als Prime dienen), leichter *zugänglich* sind. Nun, nach der Hypothese geschieht hier genau das. Der ungewollte Gedanke erhält eine gesunde Dosis Priming und ist danach sogar noch besser zugänglich als zuvor: Mit anderen Worten tritt hier ein **Bumerang-Effekt** (rebound effect) auf. Die Schlussfolgerung für die Unterdrückung eines Stereotyps lautet: Je *mehr* man unter bestimmten Bedingungen versucht, Stereotype zu unterdrücken, desto *weniger* wird dies gelingen.

Macrae et al. (1994) führten eine Reihe von Experimenten durch, in denen dieser Bumerang-Effekt nachgewiesen wird. In der ersten Studie wurden die Versuchsteilnehmer gebeten, einen Aufsatz über einen Tag im Leben eines Skinheads zu schreiben; dabei diente das Foto eines Skinheads als Hilfestellung (angeblich diente diese Studie dazu, zu untersuchen, wie gut Menschen aus visuellen Informationen Einzelheiten aus dem Alltag eines Menschen, im Beispiel also dem Leben eines Skinheads, konstruieren können). Der einen Hälfte der Versuchsteilnehmer wurde gesagt, sie sollten beim Schreiben ihres Aufsatzes stereotype Gedanken über Skinheads vermeiden (also das Stereotyp unterdrücken), der anderen Hälfte sagte man nichts. Später zeigte man allen Versuchsteilnehmern das Foto eines anderen Skinheads und bat sie, einen zweiten Aufsatz zu schreiben. Dieses Mal erhielt keine der Gruppen von Versuchsteilnehmern eine Instruktion zur Unterdrückung des Stereotyps. Die Forscher stellten die folgende Hypothese auf: Wenn diejenigen Versuchsteilnehmer, die instruiert worden waren, das Stereotyp zu unterdrücken, in der ersten Phase wiederholt ein Stereotyp-Priming erlebten, dann müsste dies in der zweiten Phase zu einem Bumerang-Effekt führen. Infolgedessen sollten ihre Aufsätze in der zweiten Phase stärker von Stereotypen geprägt sein als die Aufsätze der anderen Gruppe. Und genau das fanden Macrae et al. (Abb. 4.8).

Zwei weitere Studien bestätigten diesen Befund. In einer zweiten Studie wurde der Bumerang-Effekt auf andere Weise (über Verhaltensreaktionen) nachgewiesen. Die Versuchsteilnehmer, die in der ersten Phase ursprünglich ein Stereotyp unterdrückten, entschieden sich bei freier Platzwahl dafür, sich in der zweiten Phase weiter entfernt von den Habseligkeiten eines Skinheads hinzusetzen (d.h. weiter entfernt von dem Platz, an den er sich vermutlich nach seiner Rückkehr setzen würde) als Teilnehmer, die nicht instruiert worden waren, das Stereotyp zu unterdrücken. In einer letzten Studie wurde

Abb. 4.8. Stereotypikalität eines Texts in Abhängigkeit von der Aufgabeninstruktion. (Nach Macrae et al., 1994, Studie 1)



eine *lexikalische Entscheidungsaufgabe* verwendet, um zu zeigen, dass die Teilnehmer, die ein Skinhead-Stereotyp unterdrückt hatten, anschließend schnellere Reaktionen auf Persönlichkeitsmerkmale zeigen, die zum Stereotyp gegenüber Skinheads gehören. Dieser Befund deutet darauf hin, dass die anfängliche Unterdrückungsphase dazu führte, dass das Stereotyp viel leichter zugänglich war. Spätere Untersuchungen entwickelten diese vorläufigen Befunde weiter, indem sie insbesondere nachwiesen, dass ein stärkerer Fokus auf die eigene Person zu einer spontanen Unterdrückung des Stereotyps führen kann (z.B. Macrae, Bodenhausen & Milne, 1998).

Obwohl diese Ergebnisse ein durchaus überzeugendes Bild ergeben, sind einige Jahre später und nach einer Reihe von Untersuchungen einige Vorbehalte angebracht, die sich auf Fragen zur Methodologie und zur externen Validität beziehen (zu einem Überblick s. Monteith, Sherman & Devine, 1998). Denken Sie noch einmal an die Stereotype, die in diesen frühen Untersuchungen verwendet wurden. Skinheads (und in anderen Untersuchungen Friseure, Supermodels und Straßenarbeiter) mögen nicht zu den Gruppen zählen, bei denen wir ein starkes Bedürfnis empfinden, Stereotype zu unterdrücken (im Gegensatz etwa zu Schwarzen, Schwulen oder Frauen). Gruppen wie Skinheads mit Stereotypen zu belegen, ist vermutlich nicht mit einer sehr großen Gefahr verbunden, dass man bestraft oder kritisiert wird. Auch unterscheiden sich Menschen darin, wie sehr sie stereotypisieren bzw. dies vermeiden. Wenn man in Untersuchungen »kritischere« Stereotype (wie z.B. Stereotype gegenüber Schwulen) einsetzt, sind die Bumerang-Effekte unter den Versuchsteilnehmern geringer, falls diese Versuchsteilnehmer wenig Vorurteile gegenüber dieser Gruppe haben (z.B. Monteith, Spicer & Tooman, 1998). Teilnehmer, die starke Vorurteile haben, weisen jedoch einen unverminderten Bumerang-Effekt auf, wie wir das bereits kennen gelernt haben.

Für diese Unterschiede werden zahlreiche Gründe angeführt (Monteith, Sherman et al., 1998). Es kann sein, dass Menschen mit geringen Vorurteilen stärker motiviert sind, vorurteilsbehaftete Reaktionen zu vermeiden (Fazio & Dunton, 1997), oder dass sie mehr Übung bei Versuchen haben, sich selbst von stereotypen Gedanken zu befreien (Monteith, Sherman et al., 1998). Vielleicht haben sie auch einen schnelleren Zugang zu (nicht stereotypen) Ersatzgedanken (z.B. Blair & Banaji, 1996), oder sie sind vielleicht stärker motiviert, individualisierte Eindrücke von anderen Personen zu bilden (s. das zuvor erwähnte Kontinuummodell von Fiske & Neuberg, 1990). Schließlich ist ihr Denken möglicherweise eher vom Ziel bestimmt, einen besonders wünschenswerten mentalen Zustand zu erreichen (z.B. durch chronisch egalitäre Ziele wie in der zuvor erwähnten Untersuchung von Moskowitz et al., 1999), und weniger vom Versuch, einen unvorteilhaften mentalen Zustand zu unterdrücken (Stereotype). Monteith, Sherman et al. (1998) weisen darauf hin, dass ein wichtiges Ziel für die künftige Forschung darin bestehen wird, herauszufinden, welche Rolle solche Faktoren bei der Regulierung eines Stereotyps spielen. Bis jetzt jedoch scheint das düstere Bild, das wir von den Konsequenzen der Unterdrückung eines Stereotyps haben, nicht gerechtfertigt zu sein.

4.3.6 Die Verknüpfung von sozialer Wahrnehmung und sozialem Verhalten ist nicht unvermeidlich

Vorher haben wir einige überzeugende Beispiele dafür gesehen, wie die Aktivierung eines Stereotyps (z.B. durch Priming von Versuchsteilnehmern mittels Merkmalen älterer Menschen) und Verhalten (z.B. Versuchsteilnehmer, die nach dieser Aktivierung

langsamer gehen) miteinander verknüpft sein können. Dabei scheint es sich um einen recht zwingenden Beleg dafür zu handeln, dass die Aktivierung eines Stereotyps unvermeidlich ist. Die neuere Forschung hat uns jedoch ein differenzierteres Bild vermittelt. Obwohl es oft zu diesem Effekt kommt, gibt es zahlreiche Faktoren, die, wenn sie denn vorhanden sind, das typische Ergebnismuster verändern.

Viele der Studien, die den automatischen Effekt von Schemaaktivierung auf das Verhalten demonstrieren, vernachlässigten es, potenzielle Moderatoreffekte, sowohl durch Faktoren innerhalb der Person (Motive und Ziele der Wahrnehmenden) als auch durch Faktoren außerhalb der Person (Eigenschaften der Umwelt), in die Erklärung mit einzubeziehen. Macrae und Johnstons (1998) Beitrag schließt diese Lücke. In der ersten Studie wurden die Versuchsteilnehmer einem Prime ausgesetzt (spezieller: einem Persönlichkeitsmerkmal, nämlich »hilfsbereit«). Als sie dabei waren, den Experimentalraum zu verlassen, um in ein benachbartes Labor zu gehen, ließ die Versuchsleiterin ihre Habseligkeiten auf den Boden fallen, unter anderem eine Anzahl von Kugelschreibern. Wichtig ist, dass in der einen experimentellen Bedingung die Kugelschreiber stark leckten und verschmiert waren, in der anderen Bedingung jedoch nicht. Macrae und Johnston sagten vorher und fanden auch, dass sich die Versuchsteilnehmer nach einem Priming mit dem Prime »hilfsbereit« insgesamt hilfsbereiter verhielten, aber nur dann, wenn die Kugelschreiber in Ordnung waren (die Hilfsbereitschaft war sowohl in der Bedingung mit dem »Hilfsbereitschafts-Prime« als auch in der Bedingung mit dem Kontroll-Prime hoch: 93.7% bzw. 68.7%). Die Hilfsbereitschaft war jedoch signifikant geringer, wenn die Kugelschreiber verschmiert waren. Offenbar war der Gedanke, die Kugelschreiber aufzuheben und sich selbst damit zu beschmutzen, hier in beiden Priming-Bedingungen abschreckend (Hilfsbereitschafts-Prime: 6.2% Helfende; Kontroll-Prime: 12.5% Helfende).

Auch in der zweiten Studie wurde das Persönlichkeitsmerkmal Hilfsbereitschaft den Versuchsteilnehmern als Prime dargeboten. Zusätzlich sagte man ihnen, sie seien pünktlich oder hätten sich verspätet. Als sie aufstanden, um zu gehen, ließ die Versuchsleiterin wieder ihre Habseligkeiten fallen; zu den heruntergefallenen Sachen gehörten einige Kugelschreiber (von denen keiner schmierte). Während Teilnehmer, die vorher den Prime »Hilfsbereitschaft« erhalten hatten, eher als die Teilnehmer der Kontrollgruppe dazu neigten zu helfen, war diese Tendenz merklich geringer bei derjenigen Teilgruppe der Priming-Experimentalgruppe, der man gesagt hatte, dass sie spät dran waren.

Diese Befunde legen nahe, dass die typischen Effekte der Wahrnehmung auf das Verhalten von momentanen, temporären Verarbeitungszielen überdeckt werden, wenn die Verhaltensweisen, die zur Zielerreichung erforderlich sind, im Widerspruch zu denen stehen, die von der Wahrnehmung her nahe gelegt werden. Obwohl man also den Prime »hilfsbereit« bekommen hat, heben die Kosten für das Helfen, nämlich sich mit Tinte zu beschmieren oder zu spät zu kommen, die Wirkung des Primes auf. Somit ist die Verhaltenskontrolle als ein Kampf zwischen aktivierten Schemata anzusehen, bei dem diverse Hinweisreize aus der Umgebung und personinterne Zielzustände das Auftreten bestimmter Handlungsmuster entweder fördern oder hemmen (Shallice, 1988).

Die Effekte des Priming auf automatisches soziales Verhalten bleiben offenbar auch aus, wenn der Fokus der Teilnehmer auf die eigene Person zunimmt (für weitere Einzelheiten zu den Effekten von Selbstfokus ► Abschn. 5.5). Dijksterhuis, Bargh und Miedema (2000) setzten einen Teil ihrer Versuchsteilnehmer einem Priming aus, den anderen Teil nicht. Als Prime wurde das Stereotyp von Politikern verwendet. Die eine Hälfte wurde vor einen Spiegel gesetzt (starker Selbstfokus), die andere Hälfte

nicht. Später wurden alle gebeten, einen Aufsatz über Atomtests zu schreiben. Vortests hatten ergeben, dass ein Aspekt des Politikerstereotyps darin besteht, dass Politiker als notorisch langatmig und weitschweifig gelten. Deshalb sagten die Forscher vorher, dass das Politiker-Priming zu längeren Aufsätzen führen würde. Das stimmte zwar, aber nur für Versuchsteilnehmer in der Bedingung mit geringem Selbstfokus. Bei den Teilnehmern, die man vor einen Spiegel gesetzt hatte, zeigte sich dieser Effekt nicht.

Warum schwächte der Fokus auf die eigene Person die Effekte des Primes ab? Die Forscher argumentierten, dass ein Selbstfokus erwiesenermaßen sog. *Handlungstendenzen* aktiviert (Carver & Scheier, 1981). Zu den Handlungstendenzen, die der Fokus auf die eigene Person salienter und zugänglicher werden lässt, zählen bestimmte Normen, Verhaltensstandards und Ziele. Somit dient der Fokus auf die eigene Person tatsächlich dazu, die Ausführung eines unerwünschten Verhaltens (weitschweifig zu sein) zu verhindern. Bei starkem Selbstfokus können die üblichen Effekte von Wahrnehmung auf Verhalten ausbleiben.

Insofern ist die Situation scheinbar automatischer Effekte der Schemaaktivierung auf das Verhalten etwas komplizierter, als man zunächst dachte. In vielen Fällen sind die Effekte von Stereotypen oder anderen Schemata keineswegs unvermeidlich.

4.3.7 Können sich Schemata verändern?

Bisher haben wir uns in diesem Abschnitt damit beschäftigt, wie es möglich ist, dass die schemabasierte Verarbeitung durch eine besser durchdachte Bewertung der verfügbaren Daten aufgehoben wird. So ist es uns beispielsweise möglich, die Effekte eines Stereotyps (z.B., dass Schwarze sportlich sind und Gangsta Rap gut finden; s. Johnson, Trawalter & Dovidio, 2000), wenn es erst einmal aktiviert worden ist, zugunsten eines individualisierten Urteils über eine Zielperson aufzuheben (also beispielsweise festzustellen, dass es sich bei der betreffenden schwarzen Person um einen netten, höflichen Familienmenschen handelt, der gerne klassische Musik hört). Womit wir uns noch nicht beschäftigt haben, ist die Frage, in welchem Maße sich Schemata (in Form von Stereotypen) verändern können. Kann man also, statt das aktivierte Stereotyp überwinden zu müssen, das Schema selbst verändern? Das ist möglich, aber damit soll nicht gesagt werden, dass es einfach ist.

Erinnern Sie sich noch einmal daran, dass Schemata die Funktion einer kognitiven Abkürzung erfüllen. Sie stellen eine funktionstüchtige Methode dar, unsere soziale Umwelt zu analysieren. Sie gewährleisten Ordnung und Vorhersagbarkeit. Die Vorteile eines Schemas bedeuten aber andererseits, dass ein Druck vorhanden ist, sie aufrechtzuerhalten (Fiske & Taylor, 1991). Zu diesem Druck gehört unser Wunsch, Schemata auch angesichts von Befunden, die ihnen widersprechen, nicht zu ändern. Dazu gehört auch die Tatsache, dass das bloße Nachdenken über ein Schema uns in dem Schema bestärkt und dazu bringt, noch stärker daran festzuhalten. Dazu gehört weiterhin eine offensichtliche Unfähigkeit, einmal darüber nachzudenken, ob unsere alten schematischen Überzeugungen angesichts neuer Informationen überhaupt noch anwendbar sind (s. Fiske & Taylor, 1991). Lässt sich daran etwas ändern? Fiske (2004, S. 156) hat eine kurze und treffende Antwort auf diese Frage gefunden: »... die psychologischen Kosten, ein neues Schema zu konstruieren, sind offenbar immens.«

Und dennoch *können* sich Schemata unter bestimmten Umständen ändern, und dies *geschieht* auch tatsächlich. Es ergibt schließlich nur dann einen Sinn, sich auf Sche-

mata zu verlassen, wenn wir Grund für die Annahme haben, dass sie ihren Zweck erfüllen. Wenn man ein Schema hat, das falsch oder ungenau ist, kann dies zu Urteils- oder Gedächtnisfehlern führen. Die Forschung deutet darauf hin, dass sich Schemata verändern, wenn sie klar und eindeutig widerlegt werden, wenn Menschen auf alternative Schemata stoßen und wenn sie Zeit und Mühe in Kauf nehmen, einzigartige, individuelle Fälle genauer zu untersuchen (Fiske, 2004).

Innerhalb des Gebiets der sozialen Kognition wurden mehrere Modelle für Schemaveränderung (Stereotypveränderung) vorgeschlagen (Hewstone, 1994; Weber & Crocker, 1983). Beim *Buchhaltungsmodell* wird die Schemarevision als ein ausgesprochen kontinuierlicher Prozess angesehen, bei dem jede neue, nicht mit dem Schema konsistente Information festgehalten wird; dies führt zu einer ganz allmählichen Veränderung des ursprünglichen Schemas. Das *Konversionsmodell* dagegen sagt als Reaktion auf große Mengen mit dem Schema nicht konsistenter Informationen eine schnelle und grundlegende Schemaveränderung voraus. Das *Subtypisierungsmodell* schließlich geht davon aus, dass sich Unterkategorien entwickeln, wenn man mit Individuen aus einer Kategorie konfrontiert wird, die dem Schema widersprechen. Dieses zuletzt erwähnte Modell sollte man eher als ein Modell zur Aufrechterhaltung eines Schemas statt als Modell zur Schemaveränderung bezeichnen, da die Bildung solcher Subtypen im Endeffekt das vorher bestehende Stereotyp gegen Veränderung immunisiert.

In einem Forschungsprogramm von Hewstone und seinen Kollegen hat man sich darauf konzentriert, die genauen Bedingungen herauszuarbeiten, die auf den oben erwähnten Wegen zu einer Schemaveränderung führen (zu einem Überblick s. Hewstone, 1994; zu anderen Interventionen zum Abbau von Vorurteilen ► Abschn. 14.4.2). So erhielten etwa in einer Untersuchung von Johnston und Hewstone (1992, Studie 1) die Teilnehmer (Psychologiestudenten) Informationen über eine Gruppe von Physikstudenten. Einige der Informationen standen im Einklang mit dem Stereotyp (ist schlecht angezogen), einige davon waren nicht konsistent damit (geht gerne aus) und einige waren neutral. Es ist wichtig, zu erwähnen, dass die inkonsistenten Informationen systematisch variiert wurden. Bei einigen Versuchsteilnehmern bezogen sich die inkonsistenten Informationen nur auf zwei von acht Physikstudenten, die Informationen konzentrierten sich also auf diese zwei (sodass diese beiden Physikstudenten tatsächlich eher untypisch für ihre Gruppe waren); bei anderen Versuchsteilnehmern wurden die gleichen Informationen auf sechs Mitglieder der Gruppe verteilt (sodass jeder Einzelne davon dem Stereotyp nur leicht widersprach). In einer letzten Bedingung wurden die inkonsistenten Informationen auf vier Zielpersonen verteilt.

Diese Forschergruppe fand, dass die Versuchsteilnehmer in der konzentrierten Bedingung (zwei atypische Physikstudenten) die inkonsistenten Persönlichkeitszüge als signifikant weniger charakteristisch für die Gruppe einstufen, als dies die Teilnehmer in der dazwischen liegenden (vier Zielpersonen) oder in der verteilten Bedingung (sechs Zielpersonen) taten. Es ist deshalb wahrscheinlich, dass die Versuchsteilnehmer in der konzentrierten Bedingung die beiden stark inkonsistenten Personen in einen einzigen untypischen Subtyp zusammenfassten und sie in ihrer anschließenden Bewertung der Gruppe nicht mit einbezogen. Wo es mehrere Beispiele von Individuen gab, die jeweils das Stereotyp widerlegten, wenn auch nur in geringfügigem Maße (wie in der verteilten und in gewissem Maße in der dazwischen liegenden Bedingung), wurden diese inkonsistenten Informationen als charakteristischer für die Gruppe eingestuft.

Unter dem Strich kann man sagen: Einfach auf widersprechende Informationen zu stoßen, reicht nicht für eine Schemaveränderung. Eine Schemaveränderung kann

4.3 · Wie man die kognitive Kontrolle durch zusätzlichen Aufwand wieder erlangt

wahrscheinlicher werden, wenn wir auf mehrere Menschen treffen, die *leicht* vom Stereotyp abweichen, im Gegensatz dazu, dass man nur auf ein oder zwei Personen trifft, die dem Stereotyp wirklich *in starkem Maße* widersprechen. Die Übereinstimmung zwischen solchen stark atypischen Zielpersonen und der Gruppe ist so schwach, dass nur wenig oder gar keine Anstrengung unternommen wird, die inkonsistenten Informationen zu integrieren. Es ist dann einfacher, diese extremen Personen als zu atypisch abzutun, als dass man sie ernsthaft berücksichtigen müsste. Zusammengefasst lässt sich Folgendes sagen: Stereotype können sich in Reaktion auf widersprechende Informationen verändern, aber ein wichtiger Moderator ist die Art und Weise, wie uns die widersprechenden Informationen, die eine Veränderung bewirken sollten, dargeboten werden.

Zusammenfassung

In diesem Abschnitt haben wir erfahren, dass es manchmal möglich ist, Kontrolle über die Aktivierung eines Stereotyps auszuüben. Darüber hinaus sind wir möglicherweise noch in der Lage, die Situation zu retten, auch wenn Stereotype aktiviert worden sind. Dies setzt allerdings voraus, dass wir uns des potenziellen Einflusses des aktivierten Stereotyps bewusst sind, dass wir motiviert sind, nicht stereotyp zu denken, und auch kognitiv dazu imstande sind. Schließlich haben wir erfahren, dass sich Stereotype unter bestimmten Bedingungen ändern können. Somit ist das sich ergebende Bild weniger trübe, als wir befürchtet haben könnten.

Kapitelzusammenfassung und Schlussfolgerungen

Sie haben jetzt das Ende dieses Kapitels erreicht und sind nun besser in der Lage, Antworten auf einige der Fragen zu geben, die zu Beginn gestellt wurden. Wir wollen sie noch einmal Revue passieren lassen und kurz zusammenfassen, was wir behandelt haben.

- Warum nahm ich an, der Mann an der Kaffeemaschine im Vorstandszimmer sei der Chef der Firma, wo er doch tatsächlich der Sekretär war?
Warum nahm ich an, dass Dr. Alex James ein Mann ist und Weißer?
Wie kam es, dass ich mir Albert als älteren Mann vorstellte?
Antwort: Automatische Aktivierung eines Stereotyps – Kategorien wie Alter, ethnische Zugehörigkeit und Geschlecht werden durch die Anwesenheit einer Person aus diesen Gruppen bzw. bei einem Namen, der typischerweise mit diesen Gruppen verbunden wird, leicht aktiviert.
- Warum war ich überrascht, als ich entdeckte, dass Hilda, meine ältere Nachbarin, leidenschaftlich gerne Autos repariert?
Antwort: Wir erwarten und suchen oft nach Informationen, die mit unseren Stereotypen in Einklang stehen; die Vorliebe einer älteren Dame dafür, mit einem Schraubenschlüssel zu arbeiten, widerspricht unseren tief verwurzelten Erwartungen darüber, was ältere Damen typischerweise tun.
- Warum nahm ich mir die Zeit, mit meiner neuen schwarzen Arbeitskollegin zu sprechen und erappte mich anschließend dabei, wie ich meinen ursprünglich von Stereotypen geprägten Eindruck von ihr neu bewertete?
Antwort: Wenn wir motiviert sind – beispielsweise dadurch, dass wir mit jemandem auskommen müssen oder wir nur wenig Vorurteile gegenüber Mitgliedern



dieser Gruppe haben – und uns die kognitiven Ressourcen zur Verfügung stehen, sind wir in der Lage, die ursprünglichen kategoriebasierten Eindrücke zu korrigieren, um individualisierte Eindrücke zu bilden.

- Die Forschung zur sozialen Kognition hat uns einige wichtige theoretische Hinweise darüber geliefert, wann und warum wir soziale Informationen automatisch oder kontrolliert verarbeiten.
- Automatische Prozesse sind jene, die ohne Absicht, Anstrengung oder Bewusstheit ablaufen und von denen man nicht erwartet, dass sie andere, gleichzeitig ablaufende kognitive Prozesse stören. Kontrollierte Prozesse sind absichtlich, stehen unter der willentlichen Kontrolle des Individuums, sind aufwändig und setzen vollständige Bewusstheit voraus.
- Häufig kann die Aktivierung eines Stereotyps automatisch erfolgen. Ist eine Kategorie erst einmal aktiviert, kann das Wissen, das in diesen Strukturen (Schemata) enthalten ist, herangezogen werden. Schemata beeinflussen, wie schnell wir verfügbare Informationen wahrnehmen und interpretieren und haben einen Einfluss auf spätere Urteils- und Gedächtnisprozesse. Sie können auch einen Einfluss auf unser Verhalten ausüben, wie dies in den Forschungsarbeiten zum Zusammenhang zwischen Wahrnehmung und Verhalten gezeigt wurde.
- Manchmal verarbeiten wir soziale Informationen systematischer. Unter bestimmten Bedingungen aktivieren wir möglicherweise überhaupt keine Stereotype. Wenn wir sie aktivieren, können wir mehrere Strategien verwenden, um zu vermeiden, dass wir in stereotyper Weise reagieren. Zum Beispiel können wir die verfügbaren Informationen einer komplexeren Bewertung unterziehen (individualisierte Eindrucksbildung), stereotype Gedanken durch egalitäre ersetzen oder versuchen, das Stereotyp zu unterdrücken. Unter bestimmten Bedingungen können sich Stereotype auch verändern.
- Einige Forscher, wie etwa Bargh (1999), sind der Auffassung, dass die Aktivierung eines Stereotyps unvermeidlicher ist, als es uns lieb ist. Andere wie Devine und Monteith (1999) sind vorsichtiger und argumentieren, dass Kontrolle anscheinend möglich ist, zumindest manchmal.
- Dieses Kapitel hat sich auf die Unterscheidung zwischen automatischen und kontrollierten Prozessen konzentriert, um Sie in einige der faszinierenden theoretischen Fragen und Forschungsmethodologien einzuführen, die typisch für die Forschung zur sozialen Kognition sind. Die Forschungsarbeit, die in diesem Bereich geleistet wurde, spricht Fragen von beträchtlicher sozialer Relevanz an. Forscher werden weiterhin spannende Fragen stellen und noch raffiniertere Methoden entwickeln, mit deren Hilfe sie die komplexen Prozesse erfassen, die unseren Kognitionen im Alltag zugrunde liegen.



Empfohlene Literatur

Allgemeine Texte zur sozialen Kognition:

Fiske, S.T. & Taylor, S.T. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Der klassische Text zur sozialen Kognition mit einer ausführlichen Behandlung einer breiten Vielfalt von Themen.

Moskowitz, G.B. (2005). *Social cognition: Understanding self and others*. New York: Guilford Press. Ein begrüßenswerter neuer Text, wirklich aktuell, engagiert geschrieben und umfassend.

Ein Überblick über die Literatur zur kategorienbasierten sozialen Kognition:

Macrae, C.N. & Bodenhausen, G.V. (2000). Social cognition: Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, 51, 93–120. Ein gründlicher, lesbarer Überblick über die vorhandene Literatur.

Zwei gegensätzliche Auffassungen zur Unvermeidlichkeit der Aktivierung eines Stereotyps:

Bargh, J.A. (1999). The cognitive monster: Evidence against the controllability of automatic stereotype effects. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 361–382). New York: Guilford Press. Eine lebendige und äußerst engagierte Verteidigung der Position, dass die Aktivierung eines Stereotyps unvermeidlich erfolgt.

Devine, P.G. & Monteith, M.J. (1999). Automaticity and control in stereotyping. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 339–360). New York: Guilford Press. Eine etwas unparteiischere Abhandlung zum gleichen Thema.

Unterdrückung eines Stereotyps:

Monteith, M.J., Sherman, J.W. & Devine, P.G. (1998). Suppression as a stereotype control strategy. *Personality and Social Psychology Review*, 2, 63–82. Ein klarer, abgewogener und interessanter Überblick über die Literatur.

Der Zusammenhang zwischen Wahrnehmung und Verhalten:

Dijksterhuis, A. & Bargh, J.A. (2001). The perception-behavior expressway: Automatic effects of social perception on social behavior. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 33, pp. 1–40). San Diego, CA: Academic Press. Dieses Kapitel berichtet über einen Großteil der neueren Literatur zu diesem Thema und versucht gleichzeitig, zu einem besseren Verständnis für die Mechanismen zu kommen, die den Effekten zugrunde liegen.

