

Weder die Autoren/innen, noch die Fachschaft Psychologie übernimmt irgendwelche Verantwortung für dieses Skript.

Das Skript soll nicht die Lektüre der Prüfungsliteratur ersetzen.

Verbesserungen und Korrekturen bitte an fs-psycho@uni-koeln.de mailen.

Die Fachschaft dankt den AutorInnen im Namen aller Studierenden!

**Vordiplom Sozialpsychologie, 12.07.96,
Themenschwerpunkt: Personenwahrnehmung
Einleitung: Bewertung**

Bewertung

Unter Personenwahrnehmung versteht man all jene Prozesse, die zur Bildung von Einstellungen, also zu subjektiven Bewertungen über Personen führen. Eine Bewertung kann z. B. Sympathie oder Ablehnung einer Person A bedeuten.

Ursachen von Sympathie und Ablehnung

Lerntheoretisches Modell: A ist in Verstärkersituation anwesend, erhält sekundäre Verstärkereigenschaften

Balancetheoretisches Modell, Heider: besteht eine positive Einheitsrelation zwischen zwei Personen A und B (z. B. Nähe durch künftige Kollegenschaft, wahrgenommene Ähnlichkeit in der Einstellung bzgl. eines Objektes X), so ist die Entstehung einer positiven Wertrelation wahrscheinlich. (Ausnahme: Hypothese der komplementären Bedürfnisse). Reziprozität der interpersonellen Bewertung: Bei Wahrnehmung einer positiven Wertrelation von B zu A wird diese auch von A zu B hergestellt, um eine balancierte Struktur herzustellen. 'Wir lieben die, die uns lieben'. (Kongruenzhypothese: Voraussetzung ist positive Selbsteinschätzung, nach Verstärkungshypothese schätzt man auch bei negativem Selbstbild Personen, die einen mögen. Wahrscheinlich beides zutreffend). Bzgl. einer Person, die positiv bewertete Eigenschaft hat, wird positive Wertrelation hergestellt, da dann balancierte Struktur. Nach Modifikation von Newcomb ist eine positive Wertrelation zwischen A und B die Voraussetzung für eine balancierte bzw. unbalancierte ABX-Struktur, andernfalls ist der Zustand indifferent, nicht balanciert im Gegensatz zu un- oder balanciert.

Dissonanztheoretisches Modell: Streben nach (positiver Gestalt und) Konsistenz führt zur 'Angleichung' von Bewertungen und Verhalten. Werden einer bislang negativ oder neutral bewerteten Person positive Reize geboten (z. B. eine Spende), wird die Einstellung zu dieser Person positiv (Voraussetzung: keine starken äußeren Anreize für das einstellungsdiskrepante Verhalten und subjektive Entscheidungsfreiheit). Hypothese der Rechtfertigung des Aufwandes: Eine Person oder Gruppe wird um so mehr geschätzt, je schwieriger es war, positiven Kontakt zu bekommen (Voraussetzung: Anstrengung freiwillig und nicht ausreichend belohnt).

Kombination von Bewertungen

Stehen mehrere Merkmale zur Einstellungsbildung zur Verfügung, wird eine Gesamtbewertung vorgenommen und es entsteht (nach Heider ein nicht ganz balancierter Kompromiß) eine globale Einstellung. Dies ist zum einen durch Summation oder Durchschnittsbildung möglich.

Summenmodell von Fischbein: Addition der Einzelbewertungen. Z. B. $3+1=4$, die sehr positive plus die schwach positive Einzelbewertung erhöhen die Endbewertung.

Durchschnittmodell von führt aufgrund der Division durch die Anzahl der Einzelbewertungen zu einer Abschwächung der Anderson: Arithmetische Mittelwertbildung. Z. B. $3+1=4+2=2$, die Addition einer schwach positiven zu einer sehr positiven Einzelbewertung Endbewertung. Zahlreiche Experimente sprechen eher für das Durchschnittmodell, eine bloße Aneinanderreihung von nur schwachen oder fadenscheinigen Argumenten führt also nicht unbedingt zur Überzeugung eines Gegenübers. Der Grad einer Einstellungsähnlichkeit wird definiert durch den Prozentsatz (relativer Anteil) übereinstimmender Einstellungen (und je größer dieser ist, desto sympathischer sind sich zwei Personen). Modifikation: Eine bereits vorliegende Grundeinstellung bzgl. einer Person muß in der Gesamtbewertung über diese Person berücksichtigt werden. Weitere Modifikationen: Negativitätstendenz: Der Gesamteindruck ist kein einfacher Mittelwert aus den Bewertungen der Einzelkomponenten, sondern der Beitrag negativer Merkmale ist größer, d. h. stärker gewichtet als der Beitrag von positiven Merkmalen. Positionseffekte: Primacy-Effekt: In einer Reihenfolge zuerst genannte Merkmale wirken stärker als zuletzt genannte. Recency-Effekt: Der Beitrag der Einzelmerkmale zum Gesamteindruck wird um so geringer, je später sie in einer Merkmalsliste erscheinen.

Wirkung von Sympathie und Ablehnung

Einflußreichtum: Sympathische Personen rufen mehr Apetenzverhalten (Annäherungsverhalten) hervor, geringere räumliche Distanz wird bevorzugt, Blickkontakt und Gespräche mit ihnen sind länger, ihre sozialen Verstärker sind wirksamer, sie werden eher imitiert, Kritik ihrerseits wird eher verinnerlicht, in Überredungen und Herbeiführung von Einstellungsänderungen anderer sind sie erfolgreicher.

Attributionen (analog für Schönheit und Häßlichkeit): Erfolge, und Hilfeleistungen von Sympathieträgern werden eher intern attribuiert (versus auf Situation oder Umstand) so wie Mißerfolge extern. Erklärungen: Attributionen im Sinne des Konsistenzstrebens,

Herstellung balancierter dreielementiger Strukturen ohne oder mit zwei negativen Vorzeichen (nach dem Positivitäts-, Ökonomie- und Polaritätsprinzip. Bsp: sind schon zwei positive Wertrelationen vorhanden, wird eine positive Kausal=Einheitsrelation hinzugefügt). Halo-Effekt: Der naive Beobachter nimmt an, daß sympathische Personen positive Handlungen und Ereignisse verursachen und von unsympathischen Personen negative Wirkungen ausgehen.

Kontexteffekte: Zusammenhang zwischen Wirkung und Kontexteffekten, d. h. je nach Verfügbarkeit anderer un- oder sympatischer Personen ist Wirkung stärker oder schwächer.