

Stereotypentstehung im Intergruppenkontext

Dissertation

zur Erlangung des sozialwissenschaftlichen Doktorgrades
der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Georg-August-Universität Göttingen

vorgelegt
von

Kai J. Jonas
aus Gütersloh

Göttingen 2002

1. Gutachterin: Prof. Dr. Margarete Boos

2. Gutachterin: PD Dr. Sabine Otten

Tag der mündlichen Prüfung: 5. Juli 2002

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	VI
Abbildungsverzeichnis.....	VII
Tabellenverzeichnis.....	VIII
Abkürzungsverzeichnis.....	IX
1 Einleitung.....	1
2 Stereotype – Wahrnehmungen von Gruppen.....	5
2.1 Die Definition des Begriffs „Stereotyp“.....	6
2.2 Kritikpunkt „Objekte“.....	13
2.2.1 Stereotypinhalte, -valenz und die Sicht der Gesellschaft.....	13
2.2.2 Stereotype im Rahmen der SIT/SCT.....	17
2.2.3 Stereotype im Rahmen der Social Cognition Perspektive.....	20
2.3 Kritikpunkt „Instrumente“.....	24
2.4 Kritikpunkt „Konsens“.....	28
2.4.1 Soziale Projektion.....	32
2.4.2 Soziale Geteiltheit von Informationsverarbeitung.....	34
2.5 Kritikpunkt „Stereotypentstehung“.....	38
2.5.1 Stereotypentstehung als Folge sozialer Kategorisierung.....	41
2.5.2 Stereotypentstehung als individuelle kognitive Leistung.....	50
2.5.3 Eine mögliche Integration?.....	54
2.6 Zusammenfassung der Kritik.....	56
2.7 Anforderungen an ein neues Untersuchungsparadigma.....	60
2.7.1 „Inhaltsleere“ Kategorien und Anonymität in der Kommunikation.....	60
2.7.2 Modellfreiheit des Stereotypinhalts.....	63
2.7.3 Prozessanalyse der Konsensentwicklung.....	66

2.7.4 Beschreibung des Versuchsablaufs.....	71
2.8 Allgemeine Hypothesen.....	74
3 Stereotypentstehung im intergruppalen Kontext	75
3.1 Experiment 1: Die Rolle der Identifikationsstruktur	75
3.1.1 Überblick	75
3.1.2 Methode	76
3.1.3 Ergebnisse.....	81
3.1.4 Diskussion.....	85
3.2 Experiment 2: Der Einfluss der Kategorisierung.....	89
3.2.1 Überblick	89
3.2.2 Methode	90
3.2.3 Ergebnisse.....	97
3.2.4 Diskussion.....	101
3.3 Experiment 3: Stimmungsmanipulation als Verstärkung?	105
3.3.1 Überblick	105
3.3.2 Methode	107
3.3.3 Ergebnisse.....	111
3.3.4 Diskussion.....	116
3.4 Experiment 4: Informationsverarbeitung als Verstärkung.....	118
3.4.1 Überblick	118
3.4.2 Methode	119
3.4.3 Ergebnisse.....	122
3.4.4 Diskussion.....	126
4 Zusammenfassende Diskussion	128
4.1 Ergebniszusammenfassung.....	130

4.2 Von der Stereotypentstehung zur Stereotypentwicklung.....	135
4.3 Der Konsens als theoretisches Integrationselement.....	140
4.4 Aspekte der Weiterentwicklung.....	142
4.5 Die ökologische Relevanz der Stereotypentstehung.....	143
5 Literaturverzeichnis	145
Anhang	

Danksagung

Diese Danksagung soll alle die Menschen umfassen, die mich bei meiner Dissertation unterstützt haben. Sicher sind hier nicht alle aufgeführt, deren Wirken direkt und indirekt wichtig für mich war und ist. Jede einzelne und jeden einzelnen zu nennen, würde über den Rahmen dieser Danksagung hinausgehen.

Ich möchte meiner „Doktormutter“, Margarete Boos, besonders herzlich für den mir gegebenen Freiraum und die Bereitschaft, sich immer wieder mit meinen Fragen auseinander zu setzen, danken. Außerdem möchte ich Sabine Otten, meiner „Zweitmutter“, für das Interesse und die inhaltliche Unterstützung herzlich danken.

Hervorzuheben ist auch Kai Sassenberg, der zunächst als Kollege, dann aus der Distanz immer wieder wertvolle Anregung geliefert, Unterstützung in mannigfaltiger Art gegeben und mich motiviert hat, an der Arbeit zügig weiter zu arbeiten. Weiterhin Lars Gargulla, der mich oft in technischer Not gerettet und bei der empirischen Umsetzung vieles erst ermöglicht hat. Euch beiden einen besonderen Dank.

Für die Diskussionen und die Auseinandersetzung mit meiner Arbeit in verschiedenen Stadien schulde ich Galen V. Bodenhausen, S. Alex Haslam, Rupert Brown und Miles Hewstone Dank. Danken möchte ich für ihren Einsatz und Unterstützung in verschiedenen Formen: Sabine Backes, Matthias Birk, Panja Bruckmann, Johannes Ehrental, Johann Jacoby, Frank Jedlitschka, Gunter Martzahn, Andrea Müller, Oliver Rack, Barbara Schauenburg und Malte Schütt.

Ellen und Hubertus, Andreas und Andrew, Euch einen lieben Dank für Eure Unterstützung und Eure Geduld, mich als Doktoranden auszuhalten.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Der Einfluss des Konsens auf die Auswahl des theoretischen Erklärungsrahmens...	59
Abb. 2: Die schematische Darstellung des Experimentablaufs.....	72
Abb. 3: Die Mittelwerte für die Zustimmung zu den Begriffen für die beiden Bedingungen „Gruppe“ und „Aggregat“ über die drei Messzeitpunkte (MZP).....	83
Abb. 4: Der Prozentanteil von Null-Assoziationen an der Gesamtmenge (N) der assoziierten Begriffe für jede Bedingung.....	84
Abb. 5: Der Verlauf der κ -Mittelwerte für beide Versuchbedingungen im Verlauf über die drei Messzeitpunkte.....	85
Abb. 6: Der Verlauf der Mittelwerte der Subskalen „Studierende“ und „Maler“ mit positiver Valenz in beiden Bedingungen (ek/dk).....	99
Abb. 7: Der Verlauf der Mittelwerte über die Messzeitpunkte für die Subskalen „Studierende“ und „Maler“ mit negativer Valenz in beiden Bedingungen (ek/dk).....	100
Abb. 8: Der Verlauf der Mittelwerte des Konsens über die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (ek/dk).....	101
Abb. 9: Der Verlauf der Mittelwerte für die AV Bewertung der out-group in beiden Bedingungen (positive/negative Stimmung).....	113
Abb. 10: Der Verlauf der Mittelwerte für die Valenzbewertung der Begriffe in beiden Bedingungen (positive/negative Stimmung).....	114
Abb. 11: Der Verlauf der Mittelwerte des Konsens über die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (positive/negative Stimmung).....	115
Abb. 12: Der Verlauf der Mittelwerte der AV Zustimmung und der Valenzen der Adjektive für beide Selbstkategorisierungen.....	123
Abb. 13: Der Verlauf der Mittelwerte der AV Zustimmung und der Valenzen der Adjektive für beide Arten der Informationsverarbeitung.....	124
Abb. 14: Der Verlauf der Mittelwerte des Konsens über die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (heuristische/systematische Verarbeitung).....	125
Abb. 15: Das Phasenmodell der Stereotypentstehung.....	137

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Faktorenladungen der Adjektive für beide Kategorien („Maler“ und „Studierende“) und deren Valenzen (+/-).....	95
Tab. 2: Mittelwertunterschiede und Standardabweichungen der Subskalen („Maler“ und „Studierende“) bezogen auf die UV Kategorisierung (ek/dk) zu allen drei Messzeitpunkten und beiden Valenzen.	98

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AV	abhängige Variable
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
ebd.	ebenda
et al.	und andere (lat. et alii)
Exp.	Experiment
m. E.	meines Erachtens
FCE	false consensus effect
HSM	Heuristic Systematic Model
MGP	Minimales Gruppen Paradigma (minimal group paradigm)
MZP	Messzeitpunkt
n.s.	nicht signifikant
pp.	pages
S.	Seite(n)
SCT	Selbstkategorisierungstheorie (self-categorization theory)
SIT	Theorie der Sozialen Identität (social identity theory)
sog.	sogenannte
T.	time (Messzeitpunkt)
Tab.	Tabelle
tend. sign.	tendenziell signifikant
Tn	TeilnehmerInnen
usw.	und so weiter
UV	unabhängige Variable
vgl.	vergleiche
Vpn	Versuchsperson(en)
vs.	versus
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil
zus.	zusammenfassend

„There must be more to life than stereotypes.“

(„Stereotypes“ aus dem Album „Blur“ von Blur)

1 Einleitung

Die Forschung zu Stereotypen hat eine lange Tradition in der Sozialpsychologie und in fast jeder Publikation zu diesem Thema werden gesellschaftliche Rahmenbedingungen, aktuelle Krisen oder Konflikte zwischen Gruppen als Grund für eine notwendige, legitime Beschäftigung mit diesem Thema angegeben. Die Akte „Stereotype“ – trotz der vielen Forschung – so scheint es, wird sich nie schließen lassen. Es wäre auch verwunderlich, ist doch in die Konzeption des Begriffs die unendliche Nutzung hineingeschrieben worden. So lange es gesellschaftliche Formen auf der Erde gibt, so lange haben Stereotype auch ihre Funktion. Forschungsergebnisse, Aufklärung oder Erziehung werden daran im großen Stil nichts ändern können.

Üblicherweise wird Walter Lippmann mit seinem 1922 publizierten Buch über die öffentliche Meinung die Einführung des Stereotypbegriffs in die Sozialwissenschaften zugeschrieben (Ashmore & DelBoca, 1981). Für Lippmann sind Stereotype eine Form der öffentlichen Meinung und sie haben eine Funktion zur Konstruktion, Erhaltung und individuellen Orientierung im sozialen Umfeld. Eine genaue Definition nimmt Lippmann nicht vor, statt dessen eine Beschreibung von Eigenschaften, wie z.B. soziale Geteiltheit (Lippmann, 1922: S. 79), egozentrischer Selbstschutz (ebd., S. 95) oder ressourcenschonende Wahrnehmung der Umwelt (ebd., S. 88). Diese Eigenschaften können zu drei Oberbegriffen zusammengefasst werden, welche die Grundlagen für die spätere Forschung darstellten:

- soziokultureller Ansatz
- psychodynamischer Ansatz
- kognitiver Ansatz

Heute wird diese Systematik beispielsweise in Einführungskapiteln oder Lehrbüchern immer noch verwendet, um die Forschung strukturiert wiederzugeben (Ashmore & DelBoca, 1981; Bierhoff, 2000; Fiske, 2000; Leyens & Fiske, 1994; Mackie & Hamilton, 1993; Oswald, Jonas, Maass & Stangor, 1999; Spears, Oakes, Ellemers & Haslam, 1997). Innerhalb dieser

Systematik und insbesondere durch die konsolidierte Stereotypdefinition (siehe Kapitel 2.1) haben die kognitiven Ansätze überhand genommen (Stangor & Lange, 1994). Daher ist es sinnvoll, neue Ordnungsprinzipien wie Stereotypinhalt, -struktur, -prozess und -kontext (Operario & Fiske, 2001) zur Gliederung der Forschung zu verwenden.

Im Bereich des Stereotypinhalts existieren verallgemeinerte Inhaltsdimensionen. Zur Struktur von Stereotypen existieren eine Reihe von differenzierenden Ansätzen. Die meisten Ansätze gehen auf die Metapher des kognitiven Netzwerks zurück, in dem Inhalte als sogenannte „Knoten“ beschrieben und miteinander über Verknüpfungen in Beziehung gesetzt (Anderson, 1983) werden. Die Differenzierung betrifft zum einem großen Teil die Art und Weise der Verknüpfung der Knoten, bzw. die Frage, ob ein Stereotyp als ganzes Netzwerk, z.B. konnektionistische Konzepte (zus. Smith, 1998), oder über einzelne Beispiele (Knoten) beschrieben werden kann, z.B. Exemplarbasierung (Smith & Zárate, 1992). Weiterhin existieren duale Repräsentationsmodelle (Hastie & Park, 1986; Park, 1989). Park und Hastie (1987) konnten auf empirischer Ebene Befunde für diese Modelle liefern. In Abhängigkeit von der wahrgenommenen Heterogenität der Mitglieder der target-Gruppe findet die Bildung der Wissensstruktur eher exemplarbasiert statt. Dabei wird den wenig generalisierbaren Informationen besonderes Gewicht gegeben. Liegt eine geringe Varianz innerhalb der zu bewertenden Gruppe vor, wird die Wissensstruktur vornehmlich auf der Basis von gespeicherten, generalisierten Abstraktionen gebildet. Sherman und Klein (1994) lieferten einen weiteren empirischen Nachweis: Sie beschrieben den Entwicklungsprozess derart, dass bei geringer Exposition mit einem target die Eindrücke darüber zunächst auf der Basis von gespeicherten Verhaltensbeispielen gebildet werden und sich später mit steigender Erfahrung Abstraktionen entwickeln und mehr und mehr auf diese, unabhängig von den Exemplaren abgespeicherten Informationen zurückgegriffen wird. Dieser Befund stimmt mit dem Postulat von Medin, Dewey und Murphy (1983) überein, die davon ausgehen, dass beide Prozesse, fall- und abstraktionsbasiert, operant sein können. Der Unterschied in dieser Erklärung ist, dass Medin, Dewey und Murphy (1983) die Exemplarbasierung und nicht die Abstraktion als Standard ansehen.

Aus der Perspektive der Social Cognition-Forschung ist das Stereotyp eine auf Menschen bezogene Kategorisierung, die eine Ökonomiefunktion der Wahrnehmung darstellt (zus. Macrae, Milne & Bodenhausen, 1994). Die Theorie der Sozialen Identität (SIT) (zus. Turner & Reynolds, 2001) und die Selbstkategorisierungstheorie (SCT) (Turner et al., 1987) als

Theorien der sozialen Kategorisierung verstehen das Stereotyp auch als ressourcensparendes Konstrukt, aber darüber hinaus auch als eine notwendige Ordnungsfunktion für eine komplexe Umwelt. Stangor und Schaller (1996) bezeichnen beide Positionen als zunächst schwer vereinbar, bieten aber die Lösung an, über die Funktionalität von Stereotypen zu einer Kombination beider Ansätze (epistemisch oder sozial definierend) zu kommen. Ein epistemisches Verständnis steht der Social Cognition-Perspektive näher, die soziale Definition, d.h. Selbstwert, Zugehörigkeit etc. eher der SIT/SCT. Der Versuch von Stangor und Schaller (1996) ist an sich lobenswert, doch m. E. überkomplex. Die Forschung zu Stereotypen hat in den vergangenen Jahren konkrete Kritikpunkte herausgearbeitet (Haslam et al., 1998b; Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997), deren Lösung z. T. umgesetzt wurde, bzw. noch aussteht. Zur Aufhebung der Kritik ist eine funktionalistische Kombination beider Perspektiven notwendig. In dieser Arbeit soll eine miteinander logisch verknüpfte Gruppe spezifischer Kritikpunkte aufgegriffen werden. Um dieses Ziel zu entwickeln, soll in dieser Einleitung zunächst cursorisch die Kritik referiert werden. Im Anschluss daran wird die Auswahl der hier empirisch zu bearbeitenden Kritikpunkte begründet, die auch die Gliederung für die restliche Arbeit darstellen. Die vorliegende Arbeit soll aus der Forschungskritik folgende Schwachstellen herausarbeiten:

1. Die theoretische Setzung von sozialem Konsens als zentrale Stereotypeigenschaft, ohne dies umfassend empirisch zu überprüfen.
2. Die Fokussierung auf die stereotypisierten Objekte (target).
3. Die Beeinflussung der Messung von Stereotypeigenschaften durch die eingesetzten Instrumente.
4. Die Vernachlässigung der Stereotypentstehung als primärer Teilprozess.

Aus der ersten genannten Schwachstelle kann und sollte sich eine Starkstelle der Stereotypforschung entwickeln. Wenn der Konsens in seiner das Stereotyp definierenden Rolle weiter empirisch bestätigt werden kann, dann ist mit ihm ein drittes theoretisches Konzept gegeben, das die Funktionalität der beiden Herangehensweisen, Social Cognition und soziale Kategorisierung, akzentuiert. Die nächsten beiden Schwachstellen sind durch die gemachten Fehler und die die Probleme aufgreifenden Operationalisierungen relativ leicht zu lösen. Die Stereotypentstehung ist bis heute weitgehend unerforscht, da immer Konzessionen

an verschiedene Aspekte (perceiver, target oder Kontext) oder Merkmale (Inhalt und Art der Messung) gemacht worden sind.

Daraus leitet sich die Aufgabe ab, eine kritiküberwindende, empirische Überprüfung der theoretischen Postulate zu leisten. Deshalb umfasst diese Arbeit zwei Gebiete, wobei eines über einen reinen empirischen Nachweis, d.h. der Ausräumung verschiedener Aspekte der Kritik hinausgeht. Einerseits ist die Entwicklung eines Forschungsparadigmas notwendig, was auch die Entwicklung einer Untersuchungsmethodik beinhaltet. Andererseits vertritt die Arbeit den Anspruch auf eine Integration des Konsens in die entsprechenden Theorien, so dass durch ihre Verknüpfung die unterschiedliche Funktionalitäten der Perspektiven zusammengeführt genutzt werden können.

In Kapitel 2.1 wird daher zunächst eine Definition des Stereotyps vorgenommen. Es werden in der Folge vier Einzelaspekte der Kritik an der Stereotypforschung berichtet, die die nächsten Kapitel gliedern. Nach diesen Kapiteln wird ein Zwischenfazit in Kapitel 2.6 gezogen. Das Kapitel 2.7 schließt den theoretischen Teil mit der Vorstellung des Untersuchungsparadigmas, ersten allgemeinen Erläuterungen zur Operationalisierung und der Ableitung der allgemeinen Hypothesen (Kapitel 2.8) ab. Im Kapitel 3 werden vier Experimente berichtet. Die ersten beiden Experimente sind im Rahmen der sozialen Kategorisierung angelegt und deklinieren unterschiedliche Arten sozialer Identifikation (Kapitel 3.1 und 3.2). Die nachfolgenden beiden Experimente nehmen den Aspekt der sozialen Kategorisierung auf, halten ihn konstant und variieren Formen der individuellen Informationsverarbeitung (Kapitel 3.3 und Kapitel 3.4). In Kapitel 4 wird eine abschließende Diskussion vorgenommen, die eingangs die Kritik und die Ergebnisse zusammenfasst, methodische Probleme aufgreift, dann die Ergebnisse insgesamt bewertet, theoretisch integriert und abschließend Weiterentwicklungspotenzial aufzeigt.

2 Stereotype – Wahrnehmungen von Gruppen

In diesem Kapitel wird die in der Einleitung angelegte Struktur der Analyse aufgefächert. Kapitel 2.1 definiert den Stereotypbegriff. Diese Definition ist den vier Kritikaspekten vorangestellt, denen die Einzeldarstellung der Aspekte folgt. Diese wird mit der Ausrichtung auf die stereotypisierten Objekte eingeleitet (Kapitel 2.2). Dazu werden eingangs die Theorien zur sozialen Kategorisierung und ihre Anwendung auf das Stereotyp, sowie die Social Cognition-Perspektive und ihre Erklärungsansätze in Bezug auf das Stereotyp vorgestellt. Die Kritik richtet sich vornehmlich auf die Ausrichtung der Theorien. Im Fall der sozialen Kategorisierung ist dies die Fokussierung auf die Objektseite und bezogen auf die Social Cognition die Reduktion auf die Subjektseite. Für beide Perspektiven gilt die Kritik, dass nur bestimmte Stereotypinhalte, z.B. Frauen, Afro-Amerikaner, etc. und Stereotypvalenzen, z.B. negativ oder diskriminierend, in empirischen Studien verwendet werden. Sie laufen Gefahr erwartete Ergebnismuster zu produzieren, bzw. den Blick von genuiner Stereotypentstehung fort zu nehmen (siehe Kapitel 2.5). Ein zweiter Aspekt der Kritik ist die geringe Verbundenheit der beiden Perspektiven.

Da im ersten Kritikkapitel ein Schwerpunkt auf die Operationalisierung gelegt wird, vertieft das zweite Kritikkapitel (2.3) den zentralen Teilaspekt der Operationalisierung, d.h. die eingesetzten Messinstrumente. Hier deckt die Kritik zwei Problembereiche ab: Im ersten Bereich werden die mittels abgeschlossener Merkmalslisten vorgefertigten Inhalte und Valenzen des Stereotyps behandelt. Der zweite Problembereich betrifft die angenommene soziale Geteiltheit des Stereotyps, die mit der Verwendung von abgeschlossenen Merkmalslisten gesetzt wird. Dieser Bereich verweist schon auf das nächste Kritikkapitel zum Thema „Konsens“.

Das dritte Kritikkapitel zum Konsens (2.4) wird zunächst mit der Beschreibung der Konsensforschung begonnen. Dies ist notwendig, um die Problematik der unterschiedlichen Begriffsdefinitionen (tatsächlicher vs. vermuteter Konsens) aufzudecken und ihre Anwendungsbereiche, bzw. Tragweiten zu analysieren. Nach dieser Analyse der Definitionen werden die mit ihnen verknüpften unterschiedlichen empirischen Fragestellungen dargestellt. Hier ergibt sich das Bild, dass dem tatsächlichen Konsens eine theoretische Bedeutung beigemessen wird, die empirisch noch wenig fundiert ist.

Im abschließenden Kritikkapitel (2.5) wird der Aspekt der Stereotypentstehung behandelt. Es wird gezeigt, dass dieser „Geburtsmoment“ des Stereotyps in der Forschung vernachlässigt wurde. Insbesondere der theoretisch stark betonte Aspekt der konsensualen Geteiltheit des Stereotyps ist mit der Stereotypentstehung wenig verknüpft. Die Fragestellung, ob tatsächlicher Konsens als Bedingung oder als Parallelprozess der Stereotypentstehung zu verstehen ist, bietet auch einen Schlüssel zur Integration von verschiedenen theoretischen Perspektiven.

Daran anschließend werden die wichtigsten Aspekte der Kritik zusammengefasst (Kapitel 2.6). Sie bieten die Grundlage für die Entwicklung des eigenen Untersuchungsparadigmas. Das Kapitel schließt mit einer Anforderungs-Lösungs-Beschreibung des Paradigmas (Kapitel 2.7) und der Ableitung der allgemeinen Untersuchungshypothesen (Kapitel 2.8).

2.1 Die Definition des Begriffs „Stereotyp“

Häufig werden die Begriffe Stigma, Vorurteil, Diskriminierung und Stereotyp in unklarer Abgrenzung voneinander, teilweise sogar synonym verwendet. Dieser eher alltagspsychologischen Verwendung ist eine Differenzierung in der Forschung zu Intergruppenbeziehungen (zus. Mackie & Smith, 1998) entgegengesetzt. In dieser Intergruppenrelation sind die Akteure die wahrnehmende Person, im Englischen kurz *perceiver* genannt, und die wahrgenommene und mittelbar bewertete soziale Entität, im Englischen kurz als *target* bezeichnet.

Unter Stigma verstehen Crocker und Major (1989) eine negative Bewertung einer Gruppe, aufgrund derer die vermuteten oder tatsächlichen Mitglieder der Gruppe in sozialen Interaktionen Benachteiligungen erfahren können. Die Stigmatisierung erfolgt hauptsächlich aufgrund der reinen Mitgliedschaft. Der Begriff ist konzeptionell stärker auf der Seite des targets angesiedelt (Crocker, 1999; Crocker, Voelkl, Testa & Major, 2000), so dass die Auswirkungen von Stigmatisierung auf das target im Fokus der Analyse stehen. Stigmata können sich auf eine große Bandbreite von Gruppen aus den unterschiedlichsten Gründen beziehen (Crocker, Major & Steele, 1998), müssen aber nicht persistieren.

Dem Begriff Stigma ähnlich ist der Begriff des Vorurteils mit dem Unterschied zu verstehen, dass die Anwendung von Vorurteilen eher einen Prozess auf der Seite des perceivers beschreibt. Das Vorurteil ist die negativ valent aktivierte Ausprägung zu einer

Wissensstruktur, die auf Gruppenmitglieder allein aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit angewendet wird (Mackie & Smith, 1998). Beiden Konzepten, Stigma und Vorurteil, liegen Stereotype als kognitive Komponenten, d.h. als Wissensstruktur zu Grunde (Ashmore & DelBoca, 1981; Devine, 1989; Mackie & Smith, 1998). Diskriminierung hingegen ist eine Verhaltensbeschreibung und entsteht durch die Umsetzung von Vorurteilen in Verhalten. Mackie und Smith (1998) verstehen das Vorurteil als proximalen, das Stereotyp als distalen Grund für Diskriminierung, wobei die Erfahrung auf Seiten des targets zu Stigmatisierung führen kann.

Der Begriff des Stereotyps ist seit seiner Einführung durch Lippmann (1922) häufig umfassend beschrieben, die Definition des Stereotypbegriffs ist jedoch nur wenig präzise vorgenommen worden. Dabei wurden Entstehungsbedingungen, Struktur, Inhalt, Valenz oder Funktion, um nur einige Aspekte zu nennen, konzeptuell vermischt. Das bisherige Ergebnis sind, wie bei Lippmann selbst, Aufzählungen von Merkmalen. Aufgrund dieser Reihung von treffenden Merkmalen oder Beschreibungen ist in der folgenden Forschung, die sich diesem Konzept gewidmet hat, ein definatorischer Wildwuchs zu beklagen (z.B. Brigham, 1971). Die frühen Definitionen sind von zwei Einflüssen bestimmt (Allport, 1954; Asch, 1952). Für Allport haben Stereotype eine Rechtfertigungsfunktion für eine Meinung über eine Kategorie. Der Ansatz von Asch (1952) ist eher in einer gestaltpsychologischen Perspektive verhaftet, oder, mit einem chemischen Begriff ausgedrückt, auf der molaren Ebene angesiedelt. Er beschreibt eine Organisation von Eigenschaften in eine relationale kognitive Struktur, die auf ein soziales Objekt bezogen ist. Stereotype organisieren die wahrgenommenen Daten in einen einzigen, relativ zusammengeführten Eindruck. Diese Strukturierung der Wissensorganisation des perceivers über eine beobachtete soziale Entität ist nicht eindeutig dem Stereotyp zugeordnet, sie kann auch auf einzelne Personen angewandt werden. In der Folge wird das target als Gruppen beschreibende soziale Entität konkretisiert: „group facts“ (ebd., S. 246). Letztendlich wird die Stereotypisierung als eine soziale und kognitive Leistung verstanden, gerade nicht als Zeichen einer kognitiven Grenze.

In den späten 70er Jahren, im Rahmen der „kognitiven Wende“ in der gesamten Psychologie, hatten kognitive Modelle wie das „spreading-activation model“ von Collins und Loftus (1975) und später Andersons propositionale Netzwerke (1983) einen starken und in gewisser Weise konsolidierenden Einfluss auf die Stereotypdefinition. Das „spreading-activation model“ beschreibt allgemein ein Netzwerk aus Knoten und Verbindungen

(Relationen). Wird ein Knoten des Netzwerks aktiviert, dann breitet sich diese Aktivierung über seine Verbindungen zu anderen Knoten aus. Ein Stereotyp besteht demnach nicht nur aus einem aktivierten Knoten, sondern aus einem „fuzzy set“ von Aktivierungen naher und auch entfernter Knoten. Die propositionalen Netzwerke definieren die Relationen zwischen den Knoten genauer, z.B. hierarchische Relationen, „und“ oder „wenn-dann“ Relationen. Beide aus der kognitiven Psychologie stammenden Modelle definieren das Stereotyp mittels seiner Struktur. Auf dieser molekularen Ebene, um in der chemischen Metapher zu bleiben, werden Stereotype in Analogie zur Kategorisierungsforschung als schlichte Kategorien (Rosch & Lloyd, 1978; Murphy & Medin, 1985) oder als soziale Schemata (Stephan, 1989) verstanden, die eine empirisch gebildete, sowie theoretisch abgeleitete Kohärenz aufweisen (Murphy & Medin, 1985). Die empirisch gebildete Kohärenz entspricht einer, auf der Basis von Erfahrung gebildeten, homogenen Gruppe von Objekten; die theoretisch abgeleitete Kohärenz steht für eher deduktiv gebildete Objektklassen. Der jeweilige Stereotypname stellt einen kategorialen Oberbegriff und Knotenpunkt dar, dem verschiedene Assoziationen, ebenfalls als Knotenpunkte, mit unterschiedlicher Stärke und Abstraktionsgrad zugeordnet werden. Frühere, z. T. eher wertende Elemente von Definitionen wie Spekulationen über die Rechtfertigung (Brigham, 1971), Starrheit und Vereinfachung (English & English, 1958) oder Zustimmung durch eine größere Gruppe (Vinacke, 1957) sind nun nicht mehr definitorischer Teil des recht neutral verankerten Stereotypbegriffs.

Mit dieser Entwicklung der Stereotypdefinitionen hin zu einer assoziativen Verknüpfung von Eigenschaften mit einem Oberbegriff (Abstraktionsperspektive) vereinheitlichten sich in der Folge die Perspektiven zunehmend. Stangor und Lange (1994) fassen die Stereotypdefinitionen bis in die frühen 90er Jahre überblicksartig zusammen. Im Vordergrund der Definitionen steht jetzt die Eigenschafts- oder Begriffsmenge, die mit einer Gruppe von Menschen in Beziehung gesetzt wird. Besonders sticht dabei der Einfluss der Arbeit von Tajfel (1981) heraus (für eine rückblickende Analyse siehe Oakes & Turner, 1990), dessen gruppenbezogener Identitätsansatz stärker den sozialen Kontext als neuen Aspekt in die Forschung einbrachte, als es zunächst in der kognitiven Ausrichtung der Fall war. Auch geht es nun nicht mehr um grundsätzlich vorurteilsbehaftete Individuen, wie sie aus der psychodynamischen Perspektive, z.B. in der Autoritarismusforschung (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson & Sanford, 1950; zus. Six, 1997) oder in der Forschung zu Fremdenfeindlichkeit (Wagner & Zick, 1998) beschrieben werden. Ebenfalls hat sich die

Analyse der target-Seite stark weiterentwickelt (Crocker, Voelkl, Testa & Major, 2000; Crocker 1999; Steele & Aronson, 1995; Swim & Stangor, 1998). Sie untersuchte Auswirkungen von Stereotypisierung auf kognitive Aspekte, z.B. Identifikation mit der eigenen Gruppe (für schwule Politiker siehe Golebiowska, 2002) oder Leistungsvermögen (Brown & Josephs, 1999; Cheryan & Bodenhausen, 2000) und affektive Zustände, z.B. Wohlbefinden (für das Beispiel von Afro-Amerikanern siehe Branscombe, Schmitt & Harvey, 1999).

Tajfel (1981) stellt fest, dass die allgemeinen kognitiven Prozesse des Stereotyps, die mit den Assoziationsmodellen und der Netzwerkmetapher etabliert wurden, eine notwendige Erklärung ergeben, jedoch keine hinreichende Definition und Beschreibung der Stereotype. Zwei Fragestellungen können nicht mit der rein kognitiven Erklärung beantwortet werden: der erste Aspekt ist die Frage nach den Funktionen des Stereotyps für seine Anwender, z.B. eine soziale Gruppe. Der zweite Aspekt umfasst die Frage nach dem Zusammenhang zwischen diesen Gruppenfunktionen und der weitreichenden Aneignung und Nutzung von Stereotypen durch eine Vielzahl von sozial kategorisierten Menschen, wie sie Lippmann (1922) beschreibt. Tajfel strukturiert die Antwort auf seine erste Frage stark (Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997), indem er vier Aspekte sozialer Stereotype unterscheidet und damit quasi eine funktionsbezogene Definition liefert:

1. Stereotype haben als allgemeine, kognitive Funktion die Ökonomisierung von Aufmerksamkeitsressourcen und den Rückgriff auf gespeichertes und verknüpftes Wissen.
2. Stereotype dienen als Werkzeug zur Sicherung der individuellen, sozialen Position (Status) und der Manifestierung des eigenen Wertesystems.
3. Stereotype dienen zur Bildung und zum Unterhalt von Ideologien auf Gruppenebene, zur Rechtfertigung von sozialem Verhalten und zur Bildung und zum Unterhalt von positiv bewerteten Differenzierungen zwischen der in-group und der out-group.
4. Auf der Basis des Stereotyps ist die funktionale Verbindung zwischen der Gruppe und dem Individuum möglich, d.h. das Individuum denkt und handelt als Gruppenmitglied.

Gerade im vierten Punkt greift Tajfel die Frage nach der Geteiltheit von Stereotypen auf. Dabei unterscheidet er zwischen dem Stereotyp als Konstrukt individueller Kognition, für das keine soziale Geteiltheit vorliegen muss, und soziale Stereotypen, als dem sozial geteilten Äquivalent zum individuellen Konstrukt. „A stereotype does not become a *social* stereotype until and unless it is widely shared within a social entity.“ (Tajfel, 1981:158, Hervorhebung im Original). Das individuelle, nicht geteilte Stereotyp besitzt keine soziale Funktionalität und ist daher eher ein theoretisches Konstrukt. Den Postulaten der SIT folgend streben Gruppenmitglieder eine Teilung der Normen und Werte innerhalb ihrer sozialen Identität an, bzw. ist dies die Basis für ihr Verhalten. Somit würden individuelle Stereotype einer in-group- Normierung unterzogen, bzw. aus dem Erleben und Verhalten in der sozialen Gruppe würden neue, dann jedoch stärker geteilte Stereotype entstehen. Das Merkmal der Geteiltheit bedeutet für Tajfel noch keinen stabilen, statischen Konsens. Gerade die Festschreibung des Konsens in früheren Definitionen wird seiner Auffassung nach der Kontextvariabilität nicht gerecht (vgl. ebd., S. 160).

Zwei weitere theoretische Ansätze, welche die Kontextabhängigkeit, –variabilität und Informationsreichhaltigkeit aufgreifen, sind das Exemplarmodell von Smith und Zárate (1992) und die „parallel-constraint-satisfaction“-Theorie von Kunda und Thagard (1996). Dennoch bleiben diese Ansätze, wohl auch aufgrund ihrer Simulationsbasis, im Hintergrund der Konzeptionen und Definitionen von Stereotypen. Vorrangig wird die intergrupale Definition von Tajfel (1981) verwendet, bzw. es findet sich in der sozialkognitiven Literatur häufig der Bezug zur knappen Definition von Ashmore und DelBoca (1981):

A set of beliefs about the personal attributes of a group of people. (S. 16).

Das Interessante an dieser Definition ist, dass Ashmore und DelBoca in der Folge ihre Definition derart einschränken, dass auch sie keine „Ein-Satz“-Definition geben wollen, sondern eine Beschreibung der essentiellen Merkmale. Zu diesen Merkmalen zählen sie: Übergeneralisierung, ungerechtfertigte Meinungen, Übertreibung und Nicht-Akkuratheit. In der Stereotypdefinition von Hamilton und Trolier (1986) finden sich diese Merkmale ebenfalls, allerdings sehen sie die Verzerrung nicht als problematisch an. Sie gehen davon aus, dass Stereotype eine Beschreibung von „*actual* similarities and differences“ (S. 129, Hervorhebung im Original) einer Gruppe sind. Die Frage nach der Akkuratheit ist ihrer Auffassung nach nur eine *Validierungsfrage*, die im sozialen Kontext gelöst werden kann. Stangor & Lange (1994) greifen diese beiden strukturellen Merkmale auf und bündeln sie

unter die zwei Oberbegriffe *Akkuratheit* und *Konsens*. Somit kann die Definition von Stereotypen auf zwei zentrale Aspekte zusammengefasst werden:

- Eine Menge von Meinungen über eine Gruppe
- Konsens über den Inhalt.

Die Fragen nach der Informationsökonomie, der Verallgemeinerung, bzw. der Akkuratheit sind nachgeordnete Funktionen. Ebenso sind die Fragen nach dem Einfluss von Motivation und Affekt weitere Beschreibungen von sekundären Einflussfaktoren auf das Stereotyp. Diese Funktionen und weitere Einflussfaktoren sind in größere Theoriekonzepte, z.B. die SIT/SCT integriert und spezifische Diskussionsbeiträge begonnen worden.

Eine dieser Diskussionsbeiträge ist die Frage nach der konsensualen Geteiltheit des Stereotyps. Ashmore und DelBoca (1981) versuchen diesen Streit wie Tajfel (1981) durch die Einführung eines neuen Begriffs zu lösen. Das sozialpsychologische Konzept „Stereotyp“ ist ihrer Ansicht nach für individuelle Mengen von Meinungen über eine Gruppe reserviert. Für geteilte oder gemeinschaftliche Meinungsmuster über eine Gruppe wollen sie den Begriff des „cultural stereotype“ (Ashmore & DelBoca, 1981: 19) verwenden. Diese begriffliche Ausweitung ist aus zwei Gründen problematisch. Erstens macht sie andere konzeptuelle Annahmen nötig, die z. T. im Widerspruch zur Gruppenperspektive von Tajfel stehen. So ist es nicht ohne weiteres möglich, aus einer Gruppenperspektive direkt auf eine kulturelle Geteiltheit zu schließen. Um dies schlussendlich zu beurteilen, wäre eine Analyse des Verständnisses des Kulturbegriffs notwendig. Zweitens löst diese Ausweitung die uneinheitliche Verwendung des Konsensbegriffs als individuelle verzerrte Wahrnehmung oder als tatsächlicher Konsens innerhalb einer sozialen Einheit nicht.

So ergeben sich aus der definitorischen Schwäche eine Reihe von Nachkonzeptualisierungen, die zu spezifischen Integrationen in größere Rahmentheorien (SIT/SCT), bzw. Perspektiven (Social Cognition) führen. Die zentrale Auswirkung davon ist, dass die Entstehungsfrage des Stereotyps vernachlässigt wird und statt dessen solide, reichhaltige Stereotype in der Forschung verwendet werden (siehe Kapitel 2.2). Ein weiterer Effekt der späten Definitionskonsolidierung ist u.a. eine große Breite bei den verwendeten abhängigen Variablen zur Messung von Stereotypen. Die frühe Studie von Katz und Braly (1933) hat Merkmalslisten als zentrale abhängige Variable etabliert und in Abwandlungen zu dem klassischen Messinstrument gemacht (Haslam et al., 1998b). In Kombination mit den

dann als Stimulus verwendeten Merkmalslisten wird im Rahmen der Social Cognition-Forschung häufig mit Reaktionszeitmessungen gearbeitet (Gawronski et al., in press). Das Definitionselement Konsens wird in den wenigsten Fällen (siehe Kapitel 2.4) als abhängige Variable operationalisiert, sondern wird als gegeben, bzw. als die treibende Kraft hinter einer verzerrten individuellen Projektion angenommen. Auf die Wirkung dieser definitorischen Schwäche wird in den folgenden Kapiteln in Bezug auf einzelne Kritikpunkte eingegangen. Dabei werden hauptsächlich die Positionen und Ergebnisse von zwei Arbeitsgruppen vorgestellt, die eine gemischt methodisch-theoretische Kritik an der gesamten Stereotypforschung vorgenommen haben, und aus der sich paradigmatische Anforderungen und Potentiale für Weiterentwicklungen ergeben, die in dieser Arbeit umgesetzt werden sollen.

Die Kritik von Yzerbyt, Rocher und Schadron (1997) und der Arbeitsgruppe um Haslam (Haslam et al., 1996c, 1998a, 1998b) greift neben theoretischen Aspekten gerade auch die Operationalisierung und methodische Umsetzung der Forschung auf. Im Vordergrund steht für Yzerbyt, Rocher und Schadron (1997) der Aspekt der Gruppe. Einerseits kritisieren sie die Beschreibung der Merkmale, die eine Gruppe zu einer Gruppe machen. Des weiteren fokussieren sie die Beschreibung von Gruppenschicksal, bzw. weniger dramatisch ausgedrückt, Gruppengeschichte mittels der in die Stereotype hineingeschriebenen Inhalte. Um diese Funktionalität umsetzen zu können, muss ihrer Auffassung nach eine Rationalisierung von Stereotypen erreicht werden. Dies wird mit ihrem essentialistischen Stereotypkonzept begründet (für eine genaue Darstellung siehe Abschnitt 2.2.2), das weit über die sonst in der SIT/SCT Stereotypen zugeschriebenen Funktion hinausgeht. Für Yzerbyt und Kollegen stellt das Stereotyp mehr als eine Merkmalsliste dar, die mit einer Kategorie, die einen oberbegrifflichen Namen bekommen hat, verknüpft ist. Aus diesem Anspruch heraus ergibt sich auch die starke Betonung des Konsenses, sowie die Notwendigkeit der modellfreien Messung, die in den einzelnen Kritikkapiteln (2.3 und 2.4) entwickelt werden.

Die Kritik der Arbeitsgruppe um Haslam (Haslam et al., 1996c, 1998a, 1998b) zentriert sich hauptsächlich auf den definitorisch zentralen Aspekt des Konsens, der eng mit messmethodischen Problemen verknüpft ist.

2.2 Kritikpunkt „Objekte“

Dieser einleitende Kritikpunkt soll die Einbindung von Stereotypforschung in übergeordnete Theorierahmen, z.B. SIT/SCT bzw. Perspektiven, z.B. Social Cognition vornehmen und dabei die jeweilige Ausrichtung verdeutlichen. Dabei wird herausgearbeitet, dass relativ einseitige Fokussierungen, z.B. auf die individuellen perceiver in der Social Cognition-Perspektive vorliegen, bzw. dass Stereotype eine reine Objektfunktionalität besitzen, d.h. als gegeben gelten und nicht selbst im Forschungsinteresse stehen. Kritik wird dabei nicht an einzelnen Forschungsaspekten, Operationalisierungen oder Maßen geübt, sondern es soll durch die Einordnung des Stereotypthemas in die jeweiligen Rahmen ein Überblick gegeben werden. Die in den folgenden Kapiteln aufgezeigten Kritikpunkte zur Methode (Kapitel 2.3), zum speziellen theoretischen Aspekt des Konsens (Kapitel 2.4) und zur geringen Auseinandersetzung mit einer genuinen Stereotypentstehung (Kapitel 2.5) greifen die Aspekte auf, die aufgrund der objekthaften Nutzung als problematisch erscheinen, bzw. die eigene Entstehungsdynamik des Stereotyps übersehen.

Um die Stereotypverwendung innerhalb der Theorien und Perspektive nachvollziehen zu können, werden zunächst fast schon standardisierte Merkmalseigenschaften von Stereotypen, z.B. ihre festen Inhalte oder ihre negative Valenz beschrieben.

2.2.1 Stereotypinhalte, -valenz und die Sicht der Gesellschaft

2.2.1.1 Starke und vorgefertigte Inhalte

Die in der Forschung verwendeten Stereotypinhalte bewegen sich in den meisten Fällen im Bereich von ethnischen, Geschlechts- oder Nationalitätenstereotypen. Eine umfassende Aufzählung der Studien ist aufgrund der Fülle der empirischen Arbeiten unmöglich. Daher sollen nur einige Beispiele für die Nutzung von etablierten Kategorien in der Stereotypforschung gegeben werden. Das am häufigsten verwendete ethnische Stereotyp ist das der Afro-Amerikaner (beispielsweise Branscombe, Schmitt & Harvey, 1999; Katz & Braly, 1935; McCauley & Stitt, 1978; Park & Banaji, 2000). Im Falle von Geschlechterstereotypen wird zumeist nur die Kategorie „Frau“ (z.B. Brown & Josephs, 1999), mit geringerer Häufigkeit „Schwule“ (Golebiowska, 2002) und fast kaum „Männer“ verwendet. Die Nationalitätenstereotype decken zumeist geographisch antagonistische Nationen, d.h. Europa, USA und Japan ab (Alexander, Brewer & Herrmann, 1999; Cheryan &

Bodenhausen, 2000; Katz & Braly, 1933, Maio, Esses & Bell, 1994). Berufe und organisationale Zugehörigkeiten werden ebenso häufig als kategoriale Einheiten verwendet (Brown et al., 1986; Park & Banaji, 2000; van Rijswijk & Ellemers, 2002).

Die mangelhafte Untersuchung der Entwicklung von Stereotypkonsens sehen Haslam et al. (1998a; 1998b) als eng verbunden mit der Verwendung von starken Inhalten und vorgefertigten Stereotypen. Dies ist einerseits der Praxisrelevanz geschuldet, andererseits könnte man den Wissenschaftlern unterstellen, die Forschung nur mit Inhalten zu betreiben, die eine gewisse Effektgarantie besitzen. Afro-Amerikaner oder Frauen sind daher beliebte targets, weil ihre chronische Kategorisierung aufgrund körperlicher Merkmale vorgenommen werden kann. Die objektive Messung von einem sich entlang der in-group Identifikation entwickelnden Stereotypkonsens und damit die empirische Überprüfung der theoretischen Annahme, die sich in den Definitionen findet, ist allerdings nur möglich, wenn die Versuchspersonen nicht schon mit einem zuvor konsensualen Stereotyp operieren. Bei bekannten Stereotypen ist aufgrund der sozialen Erfahrung und des lebenslangen Lernprozesses mit einem Wissen über den Grad der tatsächlichen Geteiltheit des Stereotyps zu rechnen.

In Konjunktion zur Kritik an den starken Inhalten wird ihre Messung an universitären, bzw. college Populationen genannt. Dabei kritisieren Judd, Park, Ryan, Brauer und Kraus (1995), dass in diesem Kontext einerseits liberales und tolerantes Denken geschult wird, andererseits Intergruppalität besonders hervortreten kann, bzw. die Diskrepanz zwischen rationaler Einordnung und Bewertung von Stereotypen und ihrer Aktivierung und Nutzung besonders hoch ist. Jedoch konnten Voils, Ashburn-Nardo und Monteith (2002) in Bezug auf erlebte Vorurteilsdiskrepanzen (Wissen vs. Anwendung) zeigen, dass sich der Effekt, d.h. Infragestellung des Stereotyps und reduzierte Nutzung des Vorurteils auch außerhalb von universitären Stichproben findet. Dieser singuläre Befund kann die Kritik zwar nicht vollkommen ausräumen, jedoch ist davon auszugehen, dass sich die studentische Stichprobe in ihrer Bereitschaft zur Stereotypbildung, der Stereotyprepräsentation, -aktivierung und -nutzung nicht grundsätzlich vom Rest der Bevölkerung unterscheidet.

2.2.1.2 Stereotypvalenz

Die Stereotypinhalte sind häufig mit der Valenz des Stereotyps eng verknüpft. Allerdings kommt die Valenz nicht immer deutlich zum Ausdruck. Soziale Erwünschtheit

oder egalitäre, bzw. libertäre Ziele verhindern die Kommunikation von negativen, mit dem Stereotyp verknüpften Valenzen. Diese Inhibierung fand sich auch für affektive Bewertungen von stereotypisierten out-groups (Moreno & Bodenhausen, 2001). Der mit der Gruppe verbundene negative Affekt und die damit einhergehende negative Evaluierung äußert sich nur dann, wenn der Affekt einem Merkmal, das nicht direkt, aber indirekt mit der out-group verknüpft ist, zugeschrieben werden kann. Jedoch ist die Frage zulässig und geboten, ob Stereotype immer negativ sein müssen, insbesondere da der Negativitäts-Bias nicht eindeutig und hinreichend aus der illusionären Korrelation von Merkmalen oder der kognitiven Ökonomiefunktion abgeleitet werden kann.

Schon früh konnte empirisch nachgewiesen werden, dass die Erwartung an interpersonelle Interaktion mit einem Positivitätsbias einhergeht (DeSoto & Keuthe, 1959). Peeters (1976) vermutete, dass interpersonalen Relationen positive Schemata zu Grunde liegen. Er konnte zeigen, dass in interpersonalen Relationen folgende drei Mechanismen bevorzugt werden: Homogenität, Balance und Positivität, wobei die ersten beiden besondere Ausformungen einer Ähnlichkeitswahrnehmung darstellen. Man kann daraus schlussfolgern, dass der interpersonelle Positivitätsbias einmal per se vorliegt und zusätzlich durch die Annahme von Selbstähnlichkeit getragen wird. In einem intergruppalen Kontext ist die Ähnlichkeitswahrnehmung zwischen den Gruppen gering, wenn keine gemeinsame Kategorie vorliegt (Brown, 2000). Da Stereotype auf kategoriale Zuordnungen beruhen, unabhängig ob sie durch den sozialen Kontext oder durch eine Ökonomisierungsfunktion determiniert werden, liegt der Schluss nahe, dass sie zumeist negative Inhaltsdimensionen aufweisen. Befunde für die reine Abwertung, d.h. den Negativitäts-Bias im Intergruppenkontext wurden von Ashmore und DelBoca (1981) zusammengefasst. Der Effekt hielt ebenfalls dem direkten Vergleich mit einem interpersonalen Setting stand (Hoyle, Pinkley & Insko, 1989). Die Versuchspersonen erwarteten in der intergruppalen Bedingung eher einen reibungsvollen Charakter der Interaktion, im Gegensatz zu einem angenehmen wie in der interpersonalen Bedingung. Weiterhin finden sich Befunde für den Negativitäts-Bias von Stereotypen dann, wenn durch sie Machthierarchien (Rodríguez-Bailón, Moya & Yzerbyt, 2000) ausgedrückt werden oder wenn sie eine Selbstschutzfunktion besitzen (Crandall, Tsang, Harvey & Britt, 2000). Eine weitere Begründung stellt die Theorie der kategorialen Diagnostizität von Skowronski und Carlston (1989) dar. Nach dieser Theorie besitzt ein zentrales, beschreibendes Element der Kategorie den größten diagnostischen Wert. Extreme und

negative Eigenschaften weisen eine höhere Diagnostizität auf. Dabei können Frequenz und Diagnostizität kovariieren, sie sind jedoch experimentell getrennt manipulierbar. Lupfer, Weeks und Dupuis (2000) weisen darauf hin, dass der Negativitäts-Bias nur in Kontexten mit gemischt positiv-negativen Merkmalen auftritt. Eindeutig positive oder negative Stimuli produzieren diesen Effekt nicht. Die Häufigkeit des Auftretens, Extremität und der Grad der Diagnostizität ergeben somit zentrale Faktoren für die Negativitätsbewertung. Die Befunde von Lupfer, Weeks und Dupuis (2000) werden als Hinweis für die Dominanz der Negativität und nicht ihrer Potenz in gemischt positiv-negativen Merkmalsmengen gewertet. Rozin und Royzman (2001) präsentieren in ihrem Überblicksartikel drei Kategorien, in die der Negativitäts-Bias eingeordnet werden kann. Neben den beiden Kategorien adaptive, bzw. evolutionäre und entwicklungsbezogene Begründungen stellen kognitiv-mechanistische Theorien die zentrale multikausale Grundlage für den Negativitäts-Bias dar. Dabei fassen sie die interpersonale und intergrupale Eindrucksbildung als mechanistische Theorie bzw. als Prozess auf.

2.2.1.3 Das „Schicksal“ der Stereotype

Das Schicksal des Stereotyps folgt in gewisser Weise seiner frühen Beschreibung von Lippmann (1922). Er hat dem Stereotyp eine Verkürzung der Realität und eine negative Valenz zugeschrieben. Blickt man auf die alltagspsychologische Einschätzung wie die Nutzung in der Forschung, so kommt die den Definitionen prinzipiell inhärente Bandbreite eines Stereotyps nicht zum Tragen. Es scheint zu einer Wahrnehmung als eine per se verkürzte Beschreibung mit negativer Valenz verdammt zu sein. Zwar wird in der Forschung noch häufig die wahrnehmungsökonomische Funktion betont, aber die Inhalte sind, wie gezeigt, auf klassische Kategorien beschränkt und die Funktion in experimentellen Settings ist in den meisten Fällen auf eine Verzerrung oder eine out-group-Abwertung, in späterer Folge dann Benachteiligung, reduziert.

Auch die alltagspsychologische Einschätzung von Stereotypen verdeutlicht den negativen Charakter. Stereotypen gelten als verkürzend, oberflächlich und nicht wohl durchdacht. Dieser Eindruck verbleibt nicht nur ein alltagspsychologischer, sondern stellt in der Stereotypinhibierungsforschung, z. B. von Devine (1998) einen zentralen Aspekt dar. Sozial erscheinen die negativen Stereotype als nicht erwünscht, weshalb die TeilnehmerInnen in Feld- oder Laboruntersuchungen häufig angeben, dass sie keine Stereotype besitzen oder

anwenden, jedoch wissen, dass es Menschen gibt, die diese Stereotype besitzen und verwenden.

Um die Funktionalität von Stereotypen analysieren zu können, muss sich die Sicht auf Stereotype als grundsätzlich verzerrt und negativ dahingehend verändern, dass Stereotype auch positive Inhalte haben können. Es ist daher geboten, nicht nur mit existierenden (inhaltlich und valenzbezogen gesetzten) Stereotypen zu operieren, sondern den Untersuchungsfokus auch auf die Stereotypentstehung selbst zu verschieben. Möglicherweise ist die Generierung positiver Stereotype experimentell schwieriger, da sie beispielsweise der Eigengruppenbevorzugung innerhalb der SIT/SCT zuwider läuft (Brown, 2000). Jedoch wäre es ein erster Schritt, Stereotypentstehung an sich empirisch umzusetzen und zu analysieren. Für diese Fragestellung der genuinen Stereotypentstehung kann der scheinbar vorherrschende Negativitäts-Bias zunächst einen diagnostischen Vorteil besitzen. Wenn es gelingt, experimentelle Bedingungen zu schaffen, die eine Verhinderung von Stereotypbildung aufgrund von sozialer Erwünschtheit größtenteils ausschließen, dann liegt mit der zu erwartenden Negativität ein leicht messbarer Indikator für die Entstehung eines Stereotyps vor.

Die Valenz stellt aber nur eine, und keinesfalls hinreichende Indikation für die Beschreibung einer Wissensstruktur als Stereotyp dar. Weitere Merkmale für Stereotypentstehung werden im Laufe der Kritik aufgezeigt und in Kapitel 2.5 zusammengefügt. Zuvor wird die inhaltlich und valenzbezogen recht starre Verwendung von Stereotypen in den Rahmentheorien der SIT/SCT und der Perspektive der Social Cognition eingeordnet.

Nach dieser groben Zielvorgabe dieser Arbeit wird nun die Einordnung und Verwendung des Stereotypkonzepts in Rahmentheorien und –perspektiven vorgenommen. Vor diesem Hintergrund können dann weitere Kritikpunkte entwickelt werden.

2.2.2 Stereotype im Rahmen der SIT/SCT

In diesem Abschnitt wird die Verwendung von Stereotypen im Rahmen der SIT/SCT berichtet. Die Theorie der sozialen Identität (zus. Turner, 1999) und eng damit verbunden die Selbstkategorisierungstheorie (Turner et al., 1987) haben große und durch den starken Einfluss in der Stereotypdefinition (siehe Kapitel 2.1) begründete Hegemonialwirkung auf die Forschung ausgeübt. Innerhalb dieser beiden Rahmentheorien wird davon ausgegangen, dass

eine eingeschränkte Informationsverarbeitungsqualität auch, aber nicht per se der Grund für die Verwendung von Stereotypen ist, sondern dass mit Stereotypen ein Ordnungsprinzip der sozialen Realität existiert (Oakes & Turner, 1990). Die SCT geht davon aus, dass soziale Kategorisierung aus kontextabhängigen Bewertungen der Relation des Selbst und Anderen, beispielsweise auf den Dimensionen Ähnlichkeit/Differenz, entsteht. Dem ressourcensparenden Kategorisierungsprozess wird dabei grundsätzlich nicht widersprochen, die soziale Kategorisierung findet vielmehr auf einem anderen Abstraktionsniveau, d.h. der Identifikation mit Gruppen, statt. Diese theoretisch und empirisch fundierte Einschätzung ist der Boden für eine multiple, funktionale Verwendung von Stereotypen (zus. Spears, Oakes, Ellemers & Haslam, 1997), von denen hier drei Beispiele dargestellt werden.

Die Arbeitsgruppe um Yzerbyt (Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997; Yzerbyt, Corneille & Estrada, 2001) selbst verwendet ein sehr grundlegendes Funktionalitätskonzept für Stereotype. Ihr subjektiver Essentialismus bezogen auf Stereotype bezeichnet die Annahme von Stereotypen als theoretisch (vs. empirisch) gebildete Kategorien. Diese Annahme beruht auf der lange debattierten Frage, ob Kategorien oder Konzepte theoretisch, d.h. auf der Basis von notwendigen Eigenschaften, gebildet werden können (aristotelische Sichtweise), oder ob sie auf der Basis empirisch gefundener Daten entstehen. Die letztere, eher Wittgenstein'sche Perspektive, greift die Auffassung von loser, jeweils empirisch zu bildender Mitgliedschaft auf und entwickelt Kategorien um Prototypen (und deren graduelle Abweichungen) herum (Rosch & Mervis, 1975). Die Annahme, dass Kategorien theoretisch konstruiert sind (Medin & Ortony, 1989), geht auf die Arbeiten über die Wahrnehmung von Kategorien durch Laien zurück (Murphy & Medin, 1985). Das Ergebnis dieser Studien war, dass Menschen häufig essentielle, d.h. theoretisch ungeprüfte Merkmalsannahmen über Objekte der physischen Realität haben. Dieser beschränkte Befund konnte von Rothbart & Taylor (1992) auf soziale Kategorien, d.h. Stereotype erweitert werden. Yzerbyt und Kollegen gehen einen Schritt weiter und wenden dieses Argument auf die Funktionalität von Stereotypen an. Starke Inhalte und negative Valenzen können nunmehr subjektive Essentialia und nicht mehr empirisch zu verändernde Eigenschaften von Stereotypen sein. Entsprechend machtvoll werden Stereotype nun in ihrer Funktion, Verhaltensweisen wie z.B. Diskriminierung (Haslam, Rothschild & Ernst, 2000; 2002) objektiv zu begründen und zu rationalisieren. Diese Rationalisierung ist für starke, d.h. inhaltlich und valenzbezogen besonders gut akzentuierte Stereotypen besonders einfach.

Eine weitere, machtvolle Funktionalität von Stereotypen findet sich in ihrer Verwendung als strategischer Einfluss auf Mitglieder der stereotypnutzenden in-group (zus. Reicher, Hopkins & Condor, 1997). Weitgehend geteilte Wissensstrukturen über eine out-group, möglicherweise als essentiell bewertet, können als weitgehende Legitimation von (diskriminierenden) intergruppalen Verhaltensweisen angesehen werden. Vom Gruppenwissen, bzw. der Gruppennorm abweichende in-group-Mitglieder können über die Betonung von gemeinsamen Stereotypen wieder näher an den in-group-Prototyp herangeführt werden (Alexander, Brewer & Herrmann, 1999).

Neben dem sozialen Einfluss können Stereotype auch einen „simplen“ Lerninhalt darstellen. Im Paradigma der Gerüchtübertragung können Lerneffekte von Stereotypinhalten aufgedeckt werden (Park & Hastie, 1987). Dabei werden die Stereotypinhalte verändert, was mit ein Grund ist, weshalb sich ein bias im Stereotyp persistent halten und verstärken kann (Thompson, Judd & Park, 2000; Wigboldus, Spears & Semin, 1999).

Alle drei vorgestellten Beispiele der Funktionalität von Stereotypen sind nur mittels inhaltlich zumindest ansatzweise ausgestalteten und valenzbezogen akzentuierten Stereotypen sinnvoll denkbar. Zudem bauen sie alle auf einer starken Konsensannahme von Stereotypen auf. Der subjektive Essentialismus kommt theoretisch auch mit schwachen Inhalten und ohne eine soziale Geteiltheit aus, da essentielle Annahmen keiner umfassenden inhaltlichen Ausgestaltung und Validierung bedürfen. Jedoch können diese essentiellen Annahmen in der Praxis durch inhaltliche Akzentuierung und eine soziale Geteiltheit noch verstärkt werden. Ein sozialer Einflussprozess mittels Stereotyp muss zentral auf eine vorhandene inhaltliche Ausdifferenzierung, bestehende Valenzen und die soziale Geteiltheit zurückgreifen, da sonst seine argumentative Stärke, bzw. der Normanpassungsdruck innerhalb der in-group nicht machtvoll genug ist. Bevor ein Stereotyp Lerninhalt werden kann, muss eine soziale Validierung vorgenommen worden sein. Grundlage für einen Validierungsprozess im Sinne der Überprüfung des Grades der sozialen Geteiltheit, ist eine inhaltliche Ausdifferenzierung und eine eindeutige Valenz.

Die exemplarischen Begründungen für die Verwendungen von vorgefertigten Inhalten und bestehenden Valenzen in der Stereotypforschung innerhalb der SIT/SCT weisen darauf hin, diese ausgestalteten Stereotype zu verwenden. Allerdings schließen sie die Forschungsfrage nicht aus, nach Stereotypen mit schwachen Inhalten, keiner

ausdifferenzierten Valenz und noch zu bestätigender sozialer Geteiltheit zu suchen, welche sich automatisch in der Entstehungsphase von Stereotypen finden lassen sollten.

2.2.3 Stereotype im Rahmen der Social Cognition-Perspektive

Die Social Cognition-Perspektive, die kein integriertes Theoriemodell wie die SIT/SCT darstellt, nützt Stereotype in fast allen ihr zugeordneten Ansätzen als Konstrukt, um Unterschiede in der individuellen Kognition aufzuzeigen.

Obwohl zeitlich weit vor den in der Definition genannten Wegbereitern der kognitiven Wende in der Stereotypforschung (Anderson, 1983; Collins und Loftus, 1975; Rosch & Mervis, 1975) liegend, reklamiert auch die Social Cognition-Perspektive die Theorie der impliziten Persönlichkeit von Bruner und Tagiuri (1954) als Grundlage. In dieser Theorie wirkt im Gegensatz zu Asch (1952) kein Gestaltansatz oder eine molare Ebene in der Analyse, sondern es wird bereits ein elementarer Ansatz verwendet. Das Ziel ist, in einer allgemeinen Theorie evaluative Dimensionen zur Beschreibung von Begriffen zu entwickeln, die einen Wahrheitskern („kernel of truth“) enthalten (Bruner & Tagiuri, 1954; Bruner, 1957). Wenn es einen wahrnehmbaren Wahrheitskern von sozialen Entitäten gibt, dann zieht die Suche danach eine Feststellung von tatsächlichen Ähnlichkeiten und Unterschieden mit sich. Die theoretische Setzung eines Wahrheitskerns über eine soziale Entität hingegen führt zu einer graduellen Abweichung, d.h. einer Verzerrung der Wahrnehmung oder einer illusionären Korrelation von Merkmalen durch die perceiver. In der Stereotypdefinition von Hamilton und Trolier (1986) spiegelt sich dies wider. Sie gehen davon aus, dass Stereotype eine Beschreibung von „*actual similarities and differences*“ sind (ebd., S. 129, Hervorhebung im Original). Wenn tatsächliche Ähnlichkeiten und Unterschiede feststellbar sind, dann sind Abweichungen von dieser Tatsache ein Indikator für die Unzulänglichkeit der Bewertung durch den perceiver (und zu einem geringeren Anteil seiner Messinstrumente). An dieser Stelle verdeutlicht sich die kognitive Sichtweise, dass Stereotype verkürzte, die Tatsachen nicht exakt wiedergebende Instrumente sind. Dieses Grundmerkmal der Social Cognition-Perspektive, die stark auf der Schematheorie und den Informationsverarbeitungsprozessen fußt (zus. Macrae & Bodenhausen, 2000), drückt sich in einer Reihe von Foki des Ansatzes aus. Hierbei ist ein Schwerpunkt die Frage nach der Stereotypaktivierung, z.B. mittels Priming; ein weiterer Schwerpunkt ist die Betrachtung der Informationsverarbeitung, die zur Anwendung der Kategorie auf ein target und die inhaltliche Ausformung des Stereotyps führt.

Der dritte Schwerpunkt ist die Frage nach der Korrektur und der Unterdrückung des Stereotyps. Bis auf den dritten Schwerpunkt ist die Social Cognition-Perspektive an sich in der Lage, einen grundsätzlichen Erklärungsansatz für die genuine Entstehung von Stereotypen zu liefern. Dies wird allerdings nicht umgesetzt, da für die Stereotypaktivierung ein Prozess angenommen wird, der auf der Basis von gespeichertem Wissen basiert. Diese Annahme von gespeichertem Wissen legt eine Nutzung von inhaltlich ausgeformten und valenzbehafteten Stereotypen zur Messung von Stereotypaktivierung nahe. Aus dieser Argumentationslinie stammt die in der Perspektive vorherrschende Sichtweise, dass Stereotype ausschließlich das Ergebnis einer illusionären Korrelation sind (zus. McGarty & de la Haye, 1997; Hamilton & Gifford, 1976; Hamilton, Dugan & Trolier, 1985).

Die illusionäre Korrelation wird als individuelle Kognition und nicht als sozial überformt und kulturell breit geteilt beschrieben. Stereotype entstehen aus Erinnerung von bestehendem Wissen, das (oft falsch korrelierend) auf ein target angewendet wird (vgl. Hastie, 1981; Srull & Wyer, 1989). Dieses Wissen kann durch Priming automatisch aktiviert werden, wobei dieser Prozess schrittweise abläuft (Gilbert & Hixon, 1991; Macrae & Bodenhausen, 2000). Unter Priming wird die Aktivierung von Wissensstrukturen, im Falle der Stereotype z.B. traits oder Abstraktionen, durch einen situationsspezifischen Reiz verstanden. Diese Wissensaktivierung funktioniert nach dem Kontiguitätsprinzip, also der gleichzeitigen Aktivierung von Knoten in einem Netzwerk (Smith, 1998). Der Aktivierungsreiz kann in zweierlei Form dargeboten werden: Smith (1998) unterscheidet die Form des semantischen Priming, d.h. nach der Verarbeitung des Primes wird auf das entsprechende Ziel beschleunigt reagiert, vom Wiederholungspriming, d.h. die beschleunigte Reaktion auf das Ziel, welches bereits zuvor verarbeitet worden ist. Zudem wird in explizites und implizites Priming unterschieden. Explizites Priming liegt vor, wenn der dargebotene Reiz sich direkt auf das Ziel bezieht, z.B. ein Exemplar der Zielkategorie (Wegner & Bargh, 1998). Dagegen funktioniert implizites Priming über die unterschwellige Darbietung von Kategoriebegriffen (Devine, 1989; Macrae, Bodenhausen & Milne, 1995). Devine (1989) postuliert, dass die Verbindung von Stereotyp und der beschriebenen Gruppe so stark ist, dass die Aktivierung der Gruppe in der Wahrnehmung, z.B. mittels priming ausreicht, um das Stereotyp auszulösen. Fiske und Pavelchak (1986) gehen über diese Annahme hinaus und wollen sogar eine Evaluation der Gruppe vorgenommen sehen, ohne dass die Intention dazu seitens des perceivers bestünde.

Die Aktivierung der Wissensstrukturen hat sich als kognitiv mächtiger Mechanismus herausgestellt, jedoch ist das kognitive System diesem nicht um jeden Preis ausgeliefert. Die von Macrae & Bodenhausen (2000) zusammengefassten zweiten und dritten Schwerpunkte Kategorieanwendung und ihre Inhibierung greifen Forschungsansätze auf, die Mechanismen aufdeckt, die die automatische Aktivierung wenn nicht verhindern, dann doch verzögern oder schmälern können. Wegner & Bargh (1998) unterscheiden in automatische und kontrollierte Prozesse der Informationsverarbeitung. Automatische Prozesse, die z.B. unter kognitiver Belastung eher stattfinden, steigern die Wahrscheinlichkeit der Anwendung von vorgefertigten Stereotypen und sind in ihrem Ausmaß unterschätzt (Macrae, Bodenhausen & Milne 1998). In der Studie von Yzerbyt, Coull und Rocher (1999) konnte dies gezeigt werden, d.h. dass in dem Moment, in dem stereotypinkonsistente Information wahrgenommen wird, die perceiver kognitive Ressourcen benötigen, um die Relevanz der Information für den Stereotypenhalt zu bewerten. Ebenso deutlich wurde die Kraft von Pseudoinformation für den Erhalt des Stereotyps. Der Aspekt der Informationsverarbeitung (Bodenhausen, Macrae & Sherman, 1999; Brewer & Feinstein, 1999) wird an dieser Stelle nur in Bezug auf Fragestellungen beschrieben, die ein bestehendes Stereotyp nützen. Die weiteren Aspekte sollen zunächst ausgeklammert bleiben, da sie gerade für die Erklärung von Stereotypentstehung angewendet werden können und daher in Kapitel 2.5 dargestellt werden.

Hierbei wird nun die individuelle, kognitiv-motivationale Perspektive auf den perceiver eingenommen. Es wäre in der Argumentation zu kurz gegriffen, die Entstehung von Stereotypen rein auf soziale Bedingtheiten zurückzuführen. Ohne ihre Bedeutung in Abrede stellen zu wollen, muss auch auf den Einfluss individueller kognitiver Zustände zurückgegriffen werden (Ryan & Bogart, 1997). Dies ist insbesondere für diese Arbeit notwendig, in der die metatheoretische Trennung in sozial gesteuerte Wahrnehmung und individuelle Informationsverarbeitung, die Haslam et al. (1998b) vornehmen (vgl. Abschnitt 2.4.2), beibehalten wird. Jedoch sollen gerade die Auswirkungen von individueller Informationsverarbeitung auf die sozial gesteuerte Wahrnehmung beschrieben werden.

Folgt man der individuellen kognitiven Perspektive, die bereits bei Lippmann (1922) angelegt ist, so ist die Funktion des Stereotyps zunächst die der ökonomischen Informationsverarbeitung. Der motivationsabhängig Kognizierende, im Englischen treffender als „motivated tactician“ beschrieben (Fiske & Taylor, 1991; Macrae, Milne & Bodenhausen, 1994), steht als Metapher für das Menschenbild, in dem motivationsbedingt nur so viel

kognitiver Aufwand betrieben wird, wie aus taktischen Gründen, z.B. notwendiger Genauigkeitsgrad der Information, gerade maximal notwendig ist. In dieses Menschenbild passt sich das Stereotyp mit seiner postulierten energiesparenden Funktion gut ein. Sherman, Macrae und Bodenhausen (2000) fassen ihre Ergebnisse derart zusammen, dass stereotypbasierte Eindrucksbildung (Enkodierung) weniger aufwendig ist, als individuenbezogene (exemplarbasierte) Prozesse. Dasselbe Muster setzt sich im Falle des Informationsabrufs und der metakognitiven Verarbeitung von stereotypkonsistenter und inkonsistenter Information fort. Die Analyse des kognitiven Aufwands lässt sich demnach in vier Schritte einteilen:

1. *Kategorisierung*, d.h. Einordnung des targets.
2. *Stereotypaktivierung*, d.h. Aktivierung des spezifischen, mit der Kategorie verbundenen Inhalts.
3. *Stereotypanwendung*, d.h. Nutzung des aktivierten Inhalts zur Beschreibung des targets.
4. *Individuierung* und/oder *Stereotypinhibierung/Korrektur*, d.h. Nutzung des Stereotyps, bzw. erneuter Zugriff auf individuierende Information; Stereotypanwendung wird ggf. rückgängig gemacht.

Dabei fällt auf, dass in dieser Abfolge davon ausgegangen wird, dass der kognitive Aufwand erst ab der zweiten Stufe beeinflussend wirkt. Die Kategorisierung ist als grundsätzlicher Prozess von dieser Aufwandsabschätzung unbenommen und findet automatisch statt. Aufgrund von unterschiedlichen Vergleichsvorgängen kann ein Bewertungs-Bias entstehen. In Bezug auf die Kategorisierung unterscheidet Fabre (1990) zwei bekannte, sich widersprechende Mechanismen. Zum einen ist eine vergleichende Bewertung nur dann möglich, d.h. ein effektiver Kontext ist nur dann gegeben, wenn eine Klassengleichheit der Objekte vorherrscht (Intraklassenassimilation). Der zweite, dem entgegenstehende Mechanismus, ist die Interklassendifferenzierung. Die Existenz beider Mechanismen lässt darauf schließen, dass eine unimodale, kognitive Erklärung der Kategorisierung nicht möglich ist und eine Erweiterung des Bewertungsrahmens um weitere kognitive und motivational-affektive Einflussvariable notwendig ist.

Ein eng mit dem kognitiven Aufwand verbundenes Konzept ist der Grad der Erregung oder die kognitive Belastung, die einen Einfluss auf die Verwendung von Stereotypen hat (zus. Bodenhausen, 1993). Knappe kognitive Ressourcen, die als „need for closure“-Effekt,

also ebenfalls ein gesteigertes Sicherheitsbedürfnis, beschrieben werden können, führen zu mehr Stereotypisierung (Kruglanski, 1996; Kruglanski & Webster, 1996). Eine Korrektur ist aufgrund der Auslastung dann nicht mehr ohne weiteres möglich (Thompson et al., 1994). Wird allerdings die profunde Auseinandersetzung mit dem target gefordert, so kommt es zur schwächeren Stereotypisierung aufgrund systematischer Verarbeitung der Informationen. Nachweise für den Einfluss von individuellen, kognitiven Stilen auf die Eindrucksbildung, bzw. Verarbeitung von Merkmalen liegen auch außerhalb der „motivated tactician“-Beschreibung für den Menschen vor. Neuberg & Newsom (1993) postulieren, dass Individuen mit einem höheren kognitiven Strukturierungsbedürfnis, bzw. need for closure (Webster & Kruglanski, 1994) zu stärkerem Stereotypisieren neigen. Bei Moskowitz (1993) führt das Strukturierungsbedürfnis zu einer vermehrten Bildung von spontanen Inferenzen über die Merkmale.

2.3 Kritikpunkt „Instrumente“

Aus der in Kapitel 2.1 beschriebenen definatorischen Schwäche (starke beschreibende Anteile) lässt sich direkt das Maßproblem ableiten. Es tritt in der Kritik an zwei Stellen auf. In Ermangelung einer uneindeutigen Definition, die eine klare Aussage, wann ein Stereotyp vorliegt, zulassen würde, werden Stereotype über ihren Inhalt definiert. Blendet man die „kulturelle Wahrheit“ als Hintergrund von Stereotypen aus und betrachtet sie rein logisch, dann läuft der Teil der Operationalisierung, der ein (nicht) aktiviertes Stereotyp messen soll, Gefahr, diese Aussage aufgrund eines nicht zulässigen Schlusses zu treffen: Auf einer zuvor bestimmten, inhaltlich einer Idee folgenden Skala sollen Versuchspersonen ein Stereotyp markieren. Werden die zutreffenden Items markiert, bzw. ist ihre Ausprägung hoch, so gilt das Stereotyp als aktiviert. Dennoch kann diese Markierung auch als künstlich erzeugte Aktivierung interpretiert werden (Eysenck & Crown, 1948). Die andere Möglichkeit ist, dass keine Markierung von den TeilnehmerInnen entsprechend vorgenommen wird, so dass kein Stereotyp als aktiviert gilt. Die Möglichkeit, dass das Stereotyp dennoch aktiviert ist, sich aber nicht auf der vorgegebenen Skala abbilden lässt, kann nicht ausgeschlossen werden (Eysenck & Crown, 1948). In beiden Forschungsansätzen, der Social Cognition-Perspektive und der SCT, wird die „Definition“ von Stereotypen häufig stark inhaltlich definiert vorgenommen, wie von ihren Vertretern, beispielsweise Macrae und Bodenhausen (2000) für die Social Cognition-Perspektive und Reynolds und Oakes (1999; 2000) für die SCT, konstatiert wird. Diese inhaltliche Definition steht im Widerspruch zu der neueren Kritik, die

die inhaltliche Dimensionalität der Checklisten-Attribute als zu gering ansieht, um komplexe Kategorien umfassend damit zu beschreiben (Haslam et al., 1998b; Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997).

Die zweite fundamentale Kritik an der Checklisten-Methode ist mit den anderen beiden Punkten, Inhaltsvorgabe und Konsensannahme, eng verbunden und liegt darin, dass mit der Setzung der Merkmalsliste und der Annahme, damit das target beschreiben zu können, ein Zwang zum Konsens in das Instrument mit eingebaut wird. Die Versuchspersonen haben an sich keine Chance, eine eigenständige Differenzierung vorzunehmen und einen eigenständigen Konsens zu entwickeln. Das Messinstrument suggeriert, übertrieben ausgedrückt, die konsensuale Teilung und verhindert die Identifikation von idiosynkratischen Stereotypen (McCauley, Stitt & Segal, 1980). Sieht eine Experimentalbedingung zusätzlich noch die gesamte Merkmalsliste zur Nutzung vor, ist mit Urteilsverzerrungen zu rechnen. Im Falle einer Selektionsmöglichkeit findet sich der Befund, dass zur Beschreibung nur eine kleine Anzahl von Items verwendet wird, was in Konflikt mit der genannten Komplexitätswiedergabe steht.

Das klassische und frühe Beispiel der soziokulturellen Perspektive sind die Studien von Katz und Braly (1933, 1935) zu Nationalitätenstereotypen. Mit ihren Ergebnissen haben sie eine Messmethode in Form von Adjektivlisten bekannt gemacht, die heute noch sowohl in der ursprünglichen, wie auch in abgewandelten Formen breite Verwendung findet. Bei einer genaueren Analyse ihrer Ergebnisse wurde deutlich, dass nur wenige der 84 Attribute notwendig waren, um einzelne Ethnien zu beschreiben, d.h. diese Attribute konnten mind. 50 Prozent der möglichen Varianz auf sich vereinen. Für Afro-Amerikaner, damals noch als „Negroes“ bezeichnet, reichten 4.6 traits aus, für Deutsche waren 5.0, für Juden 5.5 notwendig; am Ende der Liste standen Türken mit 15.9 traits. Diese Verteilung sprach zunächst für die Möglichkeit, auch vielschichtige, komplexe Stereotypinhalte mit Merkmalslisten abzufragen. Weiterhin konnte auf einen vorweggenommenen Konsens und die Inklusion von sozial geteiltem Wissen bei der Bewertung der Ethnien geschlossen werden. Eine Verstärkung dieses Befundes kam in den späten 60er Jahren hinzu, als universelle Stereotype beschrieben wurden (Campbell, 1967; Rosenberg, Nelson & Vivekanathan, 1968; Rosenberg & Sedlak, 1972). Diese universellen Stereotype ergaben nach multidimensionaler Skalierung die Dimensionen Kompetenz, bzw. Intelligenz und emotionale Wärme, bzw.

soziale Kompetenz. Mit der Existenz von stereotypen Universalien hat die Konsensannahme weitere Unterstützung gefunden.

In den Nachkriegsjahren war der Forschungsfokus sehr auf die Etablierung von stereotypen Universalien und die Messung von „wahren“, impliziten Anteilen von Persönlichkeit ausgerichtet. Dies mag sowohl durch die Kriegserfahrung bedingt gewesen sein, als auch durch politisch brisante Arbeiten (Adorno et al., 1950). Bruner und Tagiuri (1954) und Bruner (1957) haben mit ihren Arbeiten zur Begriffsbildung im Allgemeinen eine vielfach verwendete Grundlage geschaffen, die zentraler Bezugspunkt in der Stereotypforschung geworden ist (zus. McGarty & de la Haye, 1997). Stereotype werden daher als analoger Prozess zur Begriffsbildung angesehen. Der breite Rückgriff sowohl der Social Cognition-Perspektive, als auch der sozialen Kategorisierungstheorien auf die „kernel of truth“-Annahme von Bruner (1957) ist bereits von McGarty & de la Haye (1997), sowie von Yzerbyt, Rocher und Schadron (1997) kritisiert worden. Die Social Cognition-Perspektive sieht in der „kernel of truth“-Annahme eine frühe Annahme von assoziativen Verknüpfungen innerhalb der Repräsentationen von Gruppen. Der reduktionistische Charakter des Wahrheitskerns - es muss nur dieser Kern der Kategorie bekannt sein, um auf die Gesamtheit der Merkmale letztendlich schließen zu können - gilt als Grundlage für das Postulat der kognitive Ressourcen schonenden Verwendung von Stereotypen. In der SIT/SCT wird die „kernel of truth“-Annahme ebenfalls aufgegriffen und dient als Mitbegründung für kategoriale Prototypen. Meines Erachtens werden in beiden Ansätzen, Social Cognition und SIT/SCT, aus dem allgemeinen Prinzip der Begriffsbildung von Bruner (1957) und Bruner & Tagiuri (1954) zu viele konzeptionelle Analogien interpretiert, die von den Autoren zunächst nicht mitgedacht worden sind. Dies schließt eine Verwendung als Ausgangspunkt nicht aus, verringert allerdings deutlich seine Tragfähigkeit.

In der aktuellen Forschung werden aber beide Aspekte für die Messung von Stereotypen, das assoziationsistische „kernel of truth“-Argument und die universalen Dimensionen, kritischer beurteilt. Die Kritik richtet sich einmal auf die nicht immer mögliche, eindeutige Zuordnung von Items aus Merkmalslisten zu einem Stereotyp in einem pluralistischen Stereotypkontext (Anderson & Sedikides, 1991; Sedikides & Anderson, 1994) und andererseits auf die Vernachlässigung von Kovariationsmustern zwischen Merkmalen und target-spezifischen Informationen, z.B. Bekanntheit oder Gruppenmitgliedschaften (Park, DeKay & Kraus, 1994; Schaller & O'Brian, 1992). Beide Kritikpunkte sprechen für eine

stärker individualisierte, auf den perceiver oder die Gruppe der perceiver bezogene Messung von Stereotypen, um deren naive Theorien und die kausale und soziale Einbettung mit in die Messung zu integrieren (Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997). Der Vorschlag, Stereotype eher durch narrative, bzw. multiple Beschreibungen zu erfassen, erscheint immer wieder als der Lösungsansatz für das Beschreibungsproblem von Stereotypen, bzw. ihrer Messung (für narrative Beschreibungen siehe Sedikides & Anderson, 1994; für multiple Organisationsthemen siehe Bodenhausen, Macrae & Sherman, 1999). Zumeist verbleibt diese Kritik auf einem Status, in dem sie affirmativ wahrgenommen wird, aber als überkomplexe Operationalisierung beschrieben und nicht umgesetzt wird, weil die mangelnde quantitative Vergleichbarkeit der abhängigen Variablen, bzw. ihre unvollständig vorgenommenen Operationalisierungen (z.B. die „organizational themes“, Bodenhausen, Macrae & Sherman, 1999) per se ihren Einsatz als nicht sinnvoll erscheinen lassen.

Eine zweite Begründung für die Verwendung von vorgefertigten Merkmalslisten in Kombination mit einem Kategoriebegriff baut auf der Annahme auf, dass Kategorien um einen Prototyp herum organisiert sind (Cantor & Mischel, 1979). Mit dieser Kategorisierungsannahme, die das Prototypenmodell von Rosch und Lloyd (1978) aufgreift, werden drei Postulate verbunden:

1. Die Unausweichlichkeit von einem bias in der Kategorisierung. Die menschliche Wahrnehmung basiert auf Kategorisierung, die vereinfachend wirkt und zu verzerrten Stereotypen führt (zus. Tajfel, 1981 für die Soziale Kategorisierung und zus. Wilder, 1986 für die Social Cognition-Perspektive).
2. Kategorien besitzen eine feste Struktur. Aus der Perspektive der Prototypforschung (Cantor & Mischel, 1979; Rosch et al., 1976; Rosch & Lloyd, 1978) wird die interne Struktur von Kategorien als um Prototypen gruppierte Merkmalsmengen beschrieben.
3. Kategorien sind performativ und dauerhaft (Potter & Wetherell, 1997). Dieses Postulat beschreibt ein Menschenbild, in dem die Menschen mit einer Menge von festen Kategorien ausgestattet sind und sie als Instrument zur Ordnung der Wahrnehmung und Verhaltenssteuerung einsetzen.

Wenn diese drei Aspekte kritiklos angenommen werden, was meiner Auffassung nach auf der Basis der SIT/SCT und der Social Cognition-Perspektive möglich ist, dann stellen

vorgefertigte Merkmalslisten zur Stereotypmessung kein Problem dar. Nimmt man allerdings, wie in der sozialpsychologischen Diskursanalyse (Potter & Wetherell, 1997), eine flexible und teilweise unscharfe Konzeption von Kategorien an, so kann das Untersuchungsinstrument die Varianz und Partikularisierung nicht erfassen. Diese Kritik deckt sich mit der von McCauley, Stitt und Segal (1980) festgestellten Einschränkung. Allerdings, so stellen Haslam et al. (1998b) fest, werden Stereotype von Gruppenmitgliedern gebildet und verwendet. Die Vergleichbarkeit, die Nachvollziehbarkeit der Entstehung und der damit verbundene Konsens sind daher höher zu bewerten als die umfassende Möglichkeit der Messung individueller Merkmalsausprägungen des Stereotyps.

Daher hat sich neben dieser berechtigten fundamentalen Kritik ein konstruktiverer Kritikstrang etabliert, der die Schwächen der Checklisten mindern will. McCauley & Stitt (1978) haben früh eine Weiterentwicklung der aus ihrer Perspektive „einfachen“ Merkmalslisten von Katz und Braly (1933) umgesetzt. Ihr Maß nützt das Prinzip der Merkmalsliste und verbindet es mit der Bayes'schen Regel der Verknüpfung von Wahrscheinlichkeiten. Der Vorteil dieses Maßes liegt in seiner Erfassung des Verknüpfungsgrads des Merkmals mit der zu bewertenden Kategorie; der nicht ausgeräumte Nachteil bleibt allerdings die Verwendung von vorgefertigten Inhaltsdimensionen. Das Maß findet vereinzelt Anwendung, wird aber als wenig intuitiv und abstrakt von den Vpn bewertet (Gordon, 1989). Eine weitere, vollkommen andere Verbesserungsmöglichkeit stellt der Vorschlag von McGuire und McGuire (1988) dar. Sie schlagen die Verwendung von freien Assoziationsverfahren zur ad-hoc-Generierung oder pretest-Herleitung möglicher Merkmalskalen vor. Stangor und Lange (1994) bewerten dieses Verfahren ausdrücklich positiv, halten es aber für kaum sinnvoll operationalisierbar. Meines Erachtens ist dieser ablehnende Schluss zu frühzeitig gemacht worden, so dass auf dieses Verfahren später in der Operationalisierung des Paradigmas zurückgegriffen werden soll.

2.4 Kritikpunkt „Konsens“

Das Merkmal der konsensualen Teilung von Stereotypen wird in der jüngeren Vergangenheit immer mehr als definitorisches Merkmal betont (vgl. Kapitel 2.1). Dabei wird von einigen Autoren der Konsens als essentieller, definitorischer Anteil betrachtet (Stangor & Lange, 1994; Thorndike, 1977). Die Menge der Studien, die sich auf die soziale Geteiltheit und damit auf einen Konsens berufen, ist groß und gerade für Forschungsfragen zu

abhängigen Maßen wie Stereotypkonsistenz theoretisch unabdingbar (Stangor & McMillan, 1992). Jedoch ist die Anzahl der empirischen Arbeiten, die diese starke theoretische Annahme und Grundlage für weitere Forschung tatsächlich belegen, bei genauerer Betrachtung recht gering.

Dieser Widerspruch entsteht durch eine unterschiedlich konzeptionierte Verwendung des Konsensbegriffs. Beide Konzepte erwecken zusammen den Eindruck der breiten experimentellen Basis. Jedoch müssen die jeweiligen Unterschiede deutlich gemacht werden, um entscheiden zu können, wofür, wie umfassend und wie valide die Befunde sind. Das eine Konsenskonzept ist ein Verständnis und eine Nutzung des Begriffs als individuelle Fehleinschätzung, z.B. im *false consensus effect* (FCE). Kurz umrissen steht dieses Konzept für eine ungerechtfertigte Extrapolation eigener Positionen auf größere Stichproben und wird ausführlich in Abschnitt 2.4.1 dargestellt. Der FCE ist eine indirekte Bestätigung für den konsensualen Definitionsanteil des Stereotyps und zugleich auch eine direkte Schwächung, da der angenommene Konsens als ungerechtfertigt bewertet wird. Der FCE als Form der sozialen Projektion ist eine individualpsychologische Operationalisierung des Konsens, was an sich widersprüchlich ist, da tatsächlicher, gerechtfertigter Konsens eine Mehrzahl von Individuen zur gegenseitigen Validierung der Projektionen erfordert. Meines Erachtens muss diese Art des Konsens als eine wissenschaftlich, ex post konstruierte Übereinstimmung eingeschätzt werden.

Die direkte Bestätigung des definitorischen Stereotypelements Konsens ist hingegen kaum vorgenommen worden. Um diesen subjektiv wahrnehmbaren, im Gegensatz zum wissenschaftlich konstruierten, Konsens erfahrbar und messbar zu machen, ist eine soziale Entität, in der sich der Konsens entwickelt oder reflektiert, notwendig. Diese Anforderung der Existenz einer Gruppe als Wahrnehmungsrahmen widerspricht der Tendenz der sozialpsychologischen Forschung, Paradigmen zu entwickeln, die das Soziale oder die Gruppe im Individuum abbilden, z.B. das MGP. Diese Paradigmen sind bereits früh kritisiert worden:

A third step, which is more directly relevant to inter-group research, might involve allowing group processes to operate more freely while making our observations. Typically, experimental studies of inter-group attitudes and behaviour involve having individuals respond privately and in isolation. Such conditions are found almost nowhere else but in the psychologist's laboratory. (Taylor & Brown, 1979: 179)

Taylor & Brown fordern beispielsweise, dass Gruppen vor, während oder nach der Experimentalsituation innerhalb und miteinander kommunizieren können. Die Vorteile, wie auch die Nachteile und Schwierigkeiten im Bereich der Operationalisierung liegen auf der Hand:

This procedure, while fraught with methodological and practical difficulties, would allow all the normal social processes of cohesion, information-seeking, and ideological development to operate, and hence would provide some much needed external validity for our research. (Taylor & Brown, 1979: 179)

Die empirische Analyse von tatsächlichem Konsens ist im Bereich der interpersonalen Eindrucksbildung vorgenommen worden (Albright, Kenny & Malloy, 1988). Es drängt sich die Interpretation auf, dass der notwendige Schritt hin zu einer realen Gruppensituation zumindest auf der in-group-Seite, anhand derer ein tatsächlicher Konsens nachgewiesen werden kann, nur deshalb nicht getan wurde, weil dies großen experimentellen Aufwand bedeutete. Dies kann allerdings kein Argument gegen die Umsetzung sein und gibt nicht die Berechtigung, starke theoretische Postulate ungeprüft zu lassen.

Für Haslam et al. (1998b) ist die Mitgliedschaft in einer Gruppe und damit verbunden die soziale Geteiltheit von Eigenschaften, also das Gemeinsame, der Beginn von möglichen, konsensualen Stereotypisierungsprozessen. Die Wahrnehmung des Anderen oder der Anderen erfolgt von vornherein in einer sozial strukturierten Form und eben nicht als nachträgliche, konsensuale Validierung der individuellen Wahrnehmung. Letztere Annahme basiert auf einer individualistischen Vorstellung von Informationsverarbeitung, wohingegen Haslam et al. die individuelle Informationsverarbeitung der Regie der Gruppenmitgliedschaft unterstellen. Der Konsens ist also nicht das Produkt, sondern bezogen auf die geteilte Wahrnehmung eine in der sozialen Kategorisierung des perceivers angelegte, begleitende Komponente.

Zum genaueren Verständnis der Kritik und der unterschiedlichen Verwendung des Konsensbegriffs wird nun das Konsensverständnis aus den verschiedenen Perspektiven dargestellt und abschließend argumentiert, wie die Zuordnungen der Konsenskonzepte zu den Rahmentheorien der Stereotypforschung (SIT/SCT und Social Cognition-Perspektive) vorgenommen werden kann.

Konsens, kulturelle, bzw. soziale Repräsentationen oder Urteilerübereinstimmung sind allesamt Konzepte, die die Übereinstimmung, Eigenschaften, Bewertungen, Einstellungen oder Verhalten von mehr als einer Person in Bezug auf ein Referenzobjekt oder –subjekt beschreiben. Die Abgrenzungen der Begriffe hier zu leisten, wäre ein umfassendes

Unterfangen, welches viele konzeptuelle Übereinstimmungen, aber auch Unterschiede in wichtigen Details erbringen würde. Das Ergebnis wäre auch, dass sich die Begriffe teilweise gegenseitig auszuschließen scheinen. Higgins (2000) versucht in seinem Überblicksartikel, die Beziehung von Social Cognition-Ansätzen, eher europäischen sozialpsychologischen Perspektiven, z.B. SIT/SCT, und metatheoretischen Ansätzen, z.B. Lernen zu strukturieren. Auffällig in diesem theoretischen Beziehungsgeflecht bleibt, dass Stereotype für fast alle der Konzepte ein empirisches Anwendungsfeld darstellen, bzw. dass bei der Beschreibung und Erforschung von Stereotypen in vielen, aber nicht allen Fällen davon ausgegangen wird, dass soziale Geteiltheit, Konsens oder eine Urteilerübereinstimmung vorliegen muss, bzw. dass Stereotype Teil des soziokulturellen Wissens sind. Auf letzteren Aspekt verweist bereits Lippmann (1922), die Forschung zur soziokulturellen Perspektive greift dies auf und erbringt eine Reihe von bestätigenden Befunden (Bar-Tal, 2000; Guimond, 2000; Hirschfeld, 2001; Kashima, 2000; Thompson, Judd & Park, 2000). Auch das definatorische Element der konsensualen Geteiltheit findet sich schon bei Lippmann.

Allerdings stellt diese auf ein Untersuchungsobjekt, in diesem Fall Stereotype, bezogene Annahme der soziale Geteiltheit nur einen Teil einer notwendigen Analyse dar. Neben der rein definatorischen Verwendung, um Stereotype von anderen Wissensstrukturen abzugrenzen, muss der Konsens selbst differenziert werden. Stangor, Sechrist und Jost (2001b) geben einen Überblick über die unterschiedlichen Konzeptionen und teilen diese in drei Herangehensweisen ein. Die erste Herangehensweise sind die informationsbezogenen Ansätze zur sozialen Projektion, die den FCE, induktive Argumentation und den Egozentrismus beinhalten. Von den Autoren wird der identifikationsbezogene Ansatz als die zweite Herangehensweise bezeichnet. Dieser Aspekt wird vornehmlich durch die SIT/SCT ausgefüllt. In diesem Ansatz existiert eine differenzierte Beschreibung der Funktionalität des Konsens (Haslam et al. 1996c; 1998a; 1998b), auf die ausführlich in Abschnitt 2.4.2 eingegangen wird. Die dritte Herangehensweise ist der kulturelle Ansatz, der als eine Erweiterung des identifikationsbezogenen Ansatzes eingeführt wird. Daher wird die kulturelle Herangehensweise in dieser Darstellung nicht weiter ausgeführt.

2.4.1 Soziale Projektion

In seinem Überblicksartikel zum sozialen Konsens beginnt Krueger (1998) bei Katz und Braly (1933) und entwickelt aus ihrer Studie heraus seine forschungsstrukturelle Einteilung in drei Typen: FCE, Induktion und Egozentrismus/sozialer Kontext.

Der frühe, grundlegende Beitrag von Katz und Braly bezeichnet den Prozess der Bewertung von anderen Gruppen als soziale Projektion und verknüpft damit drei implizite Annahmen. Die erste Annahme betrifft eine *lineare Korrelation* der eigenen Antwort mit den Antworten von anderen. Die zweite Annahme geht von *Kausalität* aus, dass also der wahrgenommene Konsens auf der Basis der eigenen Antwort vorgenommen wird. Diese Annahme findet sich auch in der Begrifflichkeit der Projektion vs. Introjektion wieder. Die dritte Annahme betrifft die *Übertreibung*, d.h. dass die Projektion zu stark erfolgt. Zudem gehen Katz und Braly davon aus, dass diese Projektionsprozesse unvermeidlich sind. Das Ergebnis speziell der ersten beiden Annahmen von Katz und Braly ist eine tatsächliche, wahrgenommene oder konstruierte Übereinstimmung, d.h. ein Konsens von eigenem Verhalten, Eigenschaften oder Einstellungen und dem Verhalten, Eigenschaften oder Einstellungen von anderen.

Nisbett und Ross (1980) teilen die Ansicht, dass Menschen als soziale Wesen ihre Umwelt konstant wahrnehmen und vorhersagen müssen, was in dieser Umwelt vor sich gehen wird. Zur Validierung der Vorhersage, bzw. zur Bestimmung der Vorhersagegenauigkeit verwenden sie Konsensannahmen oder tatsächliche Wahrnehmungen von Konsens, gebildet auf den Grundannahmen von Katz und Braly (1933). Die ersten beiden Annahmen (Korrelation, Kausalität und Übertreibung) können durch die Befundlage aus den Forschungsschwerpunkten (FCE und Induktion) vollständig nachgewiesen werden. Ein Problem stellt die Übertreibungsannahme dar. Sie kann nicht ohne die Hinzunahme weiterer Erklärungsrahmen begründet werden. In der Folge sollen nun genauere Informationen zu den drei bereits genannten Projektionsmustern gegeben werden.

Ein Interessensschwerpunkt in der Stereotypforschung stellt die Art von Projektion dar, in der die kontinuierlich vorgenommenen Erklärungen und Vorhersagen der sozialen Umwelt nichtvalidierte Ergebnisse liefern und somit Fehleinschätzungen produzieren. Für das Stereotyp eines Einzelnen wirkt die Annahme eines Konsens als ein Verstärker. Beispielsweise gehen Menschen davon aus, dass ihr Stereotyp über eine Gruppe von vielen

anderen ebenfalls geteilt wird, was dieses Stereotyp wandlungsresistenter macht (Stangor, Sechrist & Jost, 2001a). In einer recht einfachen Manipulation mittels falschen Feedbacks über die Teilung der stereotypen Meinung der Versuchspersonen in einer relativen in-group konnten Stangor, Sechrist und Jost (2001a) zeigen, dass ein von den Versuchspersonen geäußertes, in diesem Falle ethnisches, Stereotyp sich dieser externen Informationsquelle in einem Messwiederholungsdesign anpasst. Dabei war die Stereotypveränderung zum Positiven leichter als zum Negativen, was durch den Mechanismus der sozialen Erwünschtheit erklärt werden kann. Allerdings ist zu dieser Studie kritisch anzumerken, wie die Konsenswahrnehmung gemessen wurde. Die Autoren überprüften dies mittels eines Items, wie überraschend der Inhalt des Feedbacks für die TeilnehmerInnen war. Meines Erachtens kann mit einem solchen Maß nur das empfundene Ausmaß des sozialen Einflusses dargestellt werden, unmittelbar aber keine Aussage über den empfundenen Konsens innerhalb der Referenzgruppe gemacht werden. Dennoch interpretierten die Autoren ihre Ergebnisse als starken, die konsensuale Teilung stützenden Befund. Unabhängig von dieser messmethodischen Debatte ist festzustellen, dass dieser Mechanismus positiv wirken kann, wenn sein Potential genützt wird, um eine Stereotypänderung hervorzurufen. Er kann aber auch negativ wirken, wenn der das eigene Stereotyp stärkende Konsens auf einer Verzerrung beruht. Diese Verzerrung aufgrund des FCE beschreibt einen bias in der Wahrnehmung: Menschen, die eine spezifische Eigenschaft, Bewertung oder eine Verhaltensweise haben, vornehmen oder zeigen, gehen davon aus, dass dies von einem größeren Anteil einer Referenzpopulation geteilt wird. Diese soziale Geteiltheit wird dann als legitimierender Verstärker für die eigene Eigenschaft, Bewertung oder das eigene Verhalten verwendet. Personen, die diese Eigenschaft etc. nicht haben, schätzen diesen Anteil geringer ein und nützen die legitimierende Funktion nicht (zus. Krueger, 1998; Spears & Manstead, 1990).

Für den FCE werden eine Reihe von Begründungen angeführt, beispielsweise können selbstbezogene Informationen (Alicke & Largo, 1995; Clement & Krueger, 2000) oder Intergruppenvergleiche (Spears & Manstead, 1990) den FCE verstärkt hervorrufen. Diese Verstärkung im intergruppalen Kontext steht dem Konzept des egozentristischen bias nahe. Krueger und Stanke (2001) verweisen im Falle eines durch Selbstreferentialität begründeten FCE darauf, dass es sich dabei nicht um induktives Denken handelt, sondern um einen egozentristischen bias. Dieser bias, der auch als Eigengruppenfavorisierung auf Gruppenebene vorliegen kann, wird als Argument für die dritte Annahme, der Übertreibung der sozialen

Projektion, angeführt. Krueger (1992) beschreibt für den Intergruppenkontext eine Überschätzung der Unterschiede zwischen Gruppen und schließt daraus gerade auf die „Qualität“ der gebildeten Stereotypen. Schlussendlich kann die soziale Projektion auch durch induktive Überlegungen, also der Generalisierung von singulärer Information auf einen allgemeineren Gültigkeitsbereich, vorgenommen werden. Im Rahmen der Forschung zum Priming wird deutlich, dass weit über einzelne Stimuli hinaus generalisiert oder inferiert wird. Dies gilt insbesondere für besonders extreme Reize (Stapel & Koomen, 2000). Bezogen auf Stereotype lässt sich fast die gesamte Social Cognition-Forschung, wenn sie einen Prozessablauf von Exemplarbasiertheit hin zur Generalisierung annimmt, hier subsumieren. Diehl und Jonas (1991) stellen darüber hinaus fest, dass Stereotype für beide Schlussregeln, Induktion und Deduktion, eine sinnvolle Ausgangsbasis bilden.

Zur Messung sozialer Projektionsprozesse und speziell für den FCE liegen eine Reihe verschiedener Maße vor, die sich in der Diskussion befinden (Clement & Krueger, 2000). Für die Messung des Konsens im Kontext dieser Studien eignet sich keines der vorgeschlagenen Maße. Es soll gerade nicht der in Form von subjektiven Kenngrößen wahrgenommene Konsens mit anderen Referenzpersonen oder –gruppen untersucht werden, sondern der tatsächlich erreichte Konsens innerhalb der einzelnen Versuchsgruppen. Dafür ist ein implizites, aus den Prozessdaten entwickeltes Maß ohne den (manipulativen) Eingriff von außen, bzw. die bewusste Abfrage notwendig.

2.4.2 Soziale Geteiltheit von Informationsverarbeitung

In der beschriebenen Konzeption der sozialen Projektion und ihrer Operationalisierung als FCE, Induktion oder als egozentrischer bias wird deutlich, dass es ausreicht, den Einfluss einer vorgestellten sozialen Entität, bzw. Gruppe in der Vorstellung eines Individuums zu messen. Eine tatsächliche Erfahrung der Sozialität für das Individuum ist nicht notwendig. Alternativ ist es jedoch denkbar, eine Konzeption von Konsens zu verwenden, die nicht nur auf der reinen Vorstellung und den damit möglicherweise vorliegenden Verzerrungen beruht, sondern statt dessen einen für die beteiligten Personen aktiv erfahrbaren Konsens und eine Operationalisierung zu verwenden - kurz gesagt, statt einer vorgestellten Gruppe eine tatsächliche Gruppe zu verwenden. Dieser Blick auf den Intragruppenprozess macht eine Analyse der zum Konsens führenden Prozesse, z.B. der Konsensentwicklung und der Einflussprozesse innerhalb der Gruppe möglich. Tindale und Kameda (2000), sowie Levine

und Higgins (2001) fassen in ihren Überblicksartikeln die Forschungsergebnisse aus dem Bereich des Problemlösens, bzw. der Entscheidungsfindung in Gruppen und der Intergruppenforschung, z.B. zur sozialen Identität, unter dem Oberbegriff der „sozialen Geteiltheit“ zusammen. Gruppen sollen nicht nur als informationsverarbeitende Systeme oder als Identifikationsrahmen, sondern als Ganzes verstanden werden, in dem alle Mitglieder über eine gewisse Schnittmenge von Normen, Wissen, Einstellungen und Verhalten verfügen. Als ein ähnliches, aber nur auf den Bereich des Wissens beschränktes Konzept kann das Modell des transaktiven Gedächtnisses beschrieben werden. Es beinhaltet die Annahme, dass alle Gruppenmitglieder ein Metawissen über die individuellen Wissensstrukturen der anderen Mitglieder besitzen (Wegner, 1995; Wegner, Erber & Raymond, 1991). Wie im Namen „soziale Geteiltheit“, bzw. in der logischen Entsprechung der Schnittmenge bereits impliziert wird, liegt ein Konsens über die beschriebenen Bereiche innerhalb der Gruppe vor. Diese Sichtweise unterscheidet sich von der sozialen Projektion derart, dass hier primär keine Fehlschlüsse und Verzerrungen angenommen, bzw. durch die Konsensannahme produziert werden, sondern dass der Konsens Ausdruck einer tatsächlichen Übereinstimmung der Gruppenmitglieder ist. Allerdings ist auch dieser objektive Konsens nicht gegen Fehleinschätzungen gefeit. Ein klassisches Beispiel hierfür ist das „groupthink“-Phänomen, d.h. der Neglekt von Informationen, die der Gruppenmeinung widersprechen (Janis, 1972), der „common knowledge effect“ (Tindale & Sheffrey, 2002), bzw. der „saying is believing“-Effekt, d.h. der Zugewinn an Glaubwürdigkeit bei Informationen, die geäußert und häufig wiederholt werden (Higgins, 1999).

Der Konsens kann durch eine Reihe von Gruppenprozessen entstehen oder erzeugt werden. Das Konzept der Gruppenpolarisation (Abrams, Wetherell, Cochrane, Hogg & Turner, 1990; Brauer & Judd, 1996; Turner, Wetherell & Hogg, 1989) ist dafür ein möglicher Erklärungsansatz. Unter Gruppenpolarisation wird ein Konformitätsprozess verstanden, in dem sich die Gruppenmitglieder sukzessive auf eine gemeinsame Haltung einigen, bzw. ihre individuellen Sichtweisen immer stärker in Übereinstimmung bringen und dabei zusätzlich eine extremere Position einnehmen. Es handelt sich dabei also nicht nur um einen Konformitätsdruck, sondern auch um eine multiplikative Verstärkung.

Auf Stereotypen angewendet konnten Castelli, Vanzetto, Sherman und Arcuri (in Druck) zeigen, dass ein in-group-Mitglied, welches in der Beschreibung der out-group stereotypische Strukturen verwendet, einen Konformitätsdruck auf die anderen in-group-

Mitglieder ausübt. Die Konformität der eigenen Haltung zu dem die anderen stereotypisierenden Gruppenmitglied zeigt sich allerdings nicht auf expliziten Maßen (hier wirkt das Selbstbild als stereotypfreie Person zu gelten stärker), sondern nur auf eher impliziten Maßen. Allerdings ist der Konsens oder die Übereinstimmung nicht immer leicht zu erreichen und hängt von den Beschreibungsdimensionen, dem Verhalten des targets und dem kognitiven Status des perceivers ab (Park & Judd, 1989).

Der Prozess des Informationsaustauschs und normative Entwicklung in einer Gruppe schließen sich gerade nicht gegenseitig aus, stellt Turner (1991) fest, vielmehr ist ganz allgemein die Akkumulation von Information eine Bedingung von Normbildung. Im Speziellen gelten Informationsquellen, mit denen eine Identifikation möglich ist (in-group-Mitglieder), als glaubwürdiger.

Die Arbeitsgruppe um Haslam versucht seit einigen Jahren, die Konsensfrage bei Stereotypen empirisch nachzuweisen (Haslam et al., 1996c; 1998a; 1998b; 1999) und damit enger an die definatorische Setzung zu binden. Dabei beziehen sich Haslam et al. (1998b) auf eine stark sozial eingebettete Lesart der Stereotypdefinition und nicht auf eine individual-kognitive (Fehl-)Leistung.

(The) representation of groups are determined by an interaction between the perceiver and the social reality rather than by cognitive error. (Haslam et al., 1998b: 210)

In ihrer Interpretation bleiben sie in der Operationalisierung eng mit der SCT verbunden, da in der Theorie bereits starke Elemente für die Annahme eines Konsens enthalten sind, z.B. die Normbildung in der in-group. Es entsteht Konsens auf der Basis der gemeinsamen sozialen Identität und mit der Gruppenzugehörigkeit wird eine gemeinsame Koordination von Wahrnehmung und Verhalten entwickelt (McGarty et al., 1996).

(...) stereotype consensus is a product of self-stereotyping processes which under conditions of social identity salience lead people to first to perceive and expect homogeneity within a relevant in-group and then to work actively to achieve it. (Haslam et al. 1998b: 216, Hervorhebungen im Original)

Damit unterscheidet sich das Konsensverständnis von „einfachen“ Modellen, die eine geistlose Konformität annehmen (Stangor & Lange, 1994), oder die Entstehung von Konsens nur durch die Wahrnehmung von gleicher Information („common informational input model“) erklären (Haslam, 1997).

Der Gruppenmitgliedschaft wird somit das Potential zugesprochen, kognitive Prozesse zu strukturieren, was eine Reihe von Experimenten bestätigen konnte (Haslam et al. 1996c;

1998a; 1998b; 1999). Im Unterschied zu den FCE-Operationalisierungen, in denen Konsensannahmen oder Konsenssuggestionen verwendet werden, wurde hier der tatsächliche Konsens innerhalb einer Gruppe betrachtet. Insbesondere die Interaktion innerhalb der Gruppe (in-group) hatte eine konsenssteigernde Wirkung bezogen auf die out-group. Im Unterschied dazu sank die konsensuale in-group-Bewertung nach der Interaktion (Haslam et al. 1998a). Es ist somit nach Ansicht von Haslam et al. (1998b) davon auszugehen, dass der Konsens keine linear ansteigende Funktion darstellt, sondern sich parallel zu Gruppenprozessen entwickeln wird, d.h. dem Barometer der Identifikation mit der in-group folgen wird.

Die berichtete Forschung zur sozial geteilten Projektion verdeutlicht auch hier eine Bandbreite von Konzepten und Herangehensweisen. Allerdings sind nicht alle Ansätze gleichermaßen geeignet, der empirischen Überprüfung der Konsensannahme in den Stereotypdefinitionen zu dienen. Wenn die soziale Geteiltheit eines Stereotyps ein zentrales definitorisches Merkmal ist, dann kann beispielsweise der FCE dies nicht empirisch vollkommen stützen. Der FCE spricht ganz im Gegenteil gegen eine tatsächliche soziale Geteiltheit, da der Effekt eine subjektiv wahrgenommene, die Realität verzerrende Konsensannahme dokumentiert. Daher ist es notwendig, Konsens so zu definieren, dass ein tatsächlicher Konsens über ein Stereotyp gemessen werden kann, das auch von den Konsens generierenden Personen wahrgenommen wird.

Damit verbunden ist auch ein Unterschied in der messmethodischen Umsetzung. Zu Beginn des Kapitels wurde auf einen konzeptionellen Unterschied hingewiesen. Im Falle der verzerrten Projektion, des falschen Konsens, wird diese subjektiv von den Vpn wahrgenommen und möglicherweise nachträglich noch zusätzlich als Differenzmaß (Über- und Unterschätzung) zu einem angenommenen Konsens datenanalytisch festgestellt. Im Gegensatz dazu ist der tatsächliche Konsens ein Validierungsmechanismus für die Vpn. Ihre „objektive“ Wahrnehmung von Übereinstimmung, die sich zunächst in einer einheitlichen, d.h. konsensualen Ausprägung auf einer anderen AV ausdrückt, kann in einer entsprechenden Berechnung ex post bestätigt werden. Auf diese methodische Umsetzung als Maß zweiter Ordnung, insbesondere die Auswahl der Meßmethode, wird in Abschnitt 2.7.3.2 näher eingegangen.

2.5 Kritikpunkt „Stereotypentstehung“

In den vorangegangenen Kritikpunkten wird ansatzweise deutlich, dass sich die Stereotypforschung mit dem zweiten vor dem ersten Schritt beschäftigt hat. Die soziokulturelle Verankerung des Stereotyps und sein Ressourcen schonender Charakter prädestinieren das Konstrukt zu einer kognitiven „Binsenwahrheit“: die alltägliche Wahrnehmung scheint fast absolut von Stereotypen durchdrungen zu sein. Ob dieser Prozess einen Anfang hat, steht außer Frage. Wie aber dieser Anfang, der Geburtsmoment, die Stereotypentstehung beschaffen ist, wird aus der Analyse weitgehend ausgeklammert.

Der Begriff der Stereotypentstehung findet sich in der empirischen Forschung erstaunlich häufig (Levy, Dweck & Stroessner, 1998; Rothbart et al. 1978; Schaller, 1992; Schaller et al., 1995). Allerdings wird bei genauer Analyse der Studien deutlich, dass es sich nicht um Stereotypentstehung im engen Sinn handelt, obwohl die Titel der Arbeiten dies suggerieren, sondern in der Großzahl der Fälle um die Aktivierung eines bereits bestehenden Stereotyps zumeist mit starken Inhalten. Auf diese Inhaltsproblematik ist in Kapitel 2.2 bereits hingewiesen worden und sie wird an dieser Stelle erneut kritisch bedeutsam. Die entsprechend operationalisierten Forschungsfragestellungen beziehen sich somit eher auf die Art der Eindrucksbildung (Anwendung einer bestehenden stereotyphaften Wissensstruktur auf ein target, Johnson, Schaller & Mullen, 2000; White & Collins, 1984; Woods & Williams, 1976; oder individuierte Eindrucksbildung, Levy, Dweck & Stroessner, 1998; Park & Hastie, 1987; Rothbart et al. 1978; Thompson, Judd & Park, 2000), auf Eigengruppenbevorzugung (Schaller, 1992) oder auf die individuelle Motivation als Persönlichkeitsmerkmal (Personal Need for Structure, Schaller et al., 1995), bzw. situative individuelle Bedingtheit (Unsicherheitsreduktion, allgemein dazu siehe Hogg & Abrams, 1993, bezogen auf intergruppalen bias, Grieve & Hoog, 1999). Nur wenige Studien messen tatsächlich Stereotypentstehung mit bekannten und minimal definierten Gruppen (Ford & Stangor, 1992; Ford & Tonander, 1998).

Im Kapitel 2.3 wurde bereits auf das Problem der limitierten Messmethoden eingegangen. Auch und gerade in der Forschung zur tatsächlichen und vorgeblichen Stereotypentstehung existiert dieses Operationalisierungsproblem. Mit einer bereits den Inhalt des Stereotyps definierenden oder zumindest einschränkenden Messmethode ist keine tatsächliche Stereotypentstehung nachweisbar. In den Studien von Schaller (1992) und

Schaller et al. (1995) werden die Gruppenstereotype nur auf die Inhaltsdimension „aufgabenbezogene Intelligenz“ hin entwickelt. Levy, Dweck und Stroessner (1998) verwendeten in den ersten beiden und im fünften Experiment ethnische und berufsbezogene Dimensionen (in den Experimenten drei und vier nur Valenz und Kontextbewertungen). Rothbart et al. (1978) verwendete an sich inhaltlich offene Stimuli zur Beschreibung der target Gruppe, bzw. der target Individuen, maßen aber nur eine inhaltliche Dimension (Erwünschtheit). Ford und Tonander (1998) verwendeten eine Merkmalsliste, was als eine antagonistische Messung im Kontext ihrer verwendeten „leeren“, unbekanntem Kategorien angesehen werden kann, da sie die Stereotypdimensionen eindeutig festlegt. In den Studien von Johnson, Schaller und Mullen (2000), White und Collins (1984) sowie Woods und Williams (1976) wurden ebenfalls feste Merkmalslisten verwendet. Park und Hastie (1987), sowie Ford und Stangor (1992) verwendeten die beiden universalen, antagonistischen Stereotypinhalte (Intelligenz vs. Geselligkeit) von Rosenberg, Nelson & Vivekanathan (1968). Thompson, Judd & Park (2000) verwendeten wie Rothbart et al. (1978) ebenfalls inhaltlich offene Stimuli, maßen jedoch mehrere inhaltliche Dimensionen als abhängige Variablen (Set 1: akademische Kompetenz, politische Werthaltung und Führungsqualitäten und Set 2: Sportlichkeit, Religiosität und Extraversion). Dies stellt eine Verbesserung dar, jedoch sind alle Dimensionen eindeutig Beschreibungsdimensionen von Studierenden an US-amerikanischen Universitäten und stellen somit ebenfalls eine vorgegebene Einschränkung dar.

Unter Stereotypentstehung muss also ein Prozess verstanden werden, der im Endergebnis zu einem Konstrukt führt, das als Stereotyp definiert ist. Dabei ist noch zu entscheiden, ob, bzw. wann alle ein Stereotyp definierenden Elemente vorliegen müssen oder ob von einer graduellen Anreicherung ausgegangen werden kann. Kern der *Definition* ist eine inhaltliche Komponente, d.h. die Aggregation einer Menge von beschreibenden Inhalten über das target. Mit der inhaltlichen Entwicklung ist die soziale Geteiltheit verbunden, die die inhaltliche Ausgestaltung auf eine breitere soziale Basis mehrerer perceiver stellt und somit validiert. Daher ist für die Prüfung dieser Definition eine Gruppe notwendig, wobei die Richtung der Valenz des Stereotyps in der Entstehung offen ist. Aufgrund der theoretischen Einbettung in einen Intergruppenkontext, jedoch abhängig von der Operationalisierung, kann von einer zunächst neutralen, später eher negativen Valenz ausgegangen werden (Tajfel, 1981).

Nach dieser Definition von Stereotypentstehung kann der Prozess kein allein individueller Prozess mit der Gefahr der Annahme von illusionären Korrelationen oder verzerrten, extremisierten Einschätzungen sein, sondern *nur* ein kollektiver Prozess mit der Möglichkeit der gegenseitigen Validierung, aber auch der Gefahr des Prozessabbruchs, z.B. aufgrund mangelnder Informationen. Zur Umsetzung der Analyse der Stereotypentstehung sind keine inhaltlich vordefinierten Stereotype (diese sind ja das Ziel), sondern entsprechend offene Messverfahren notwendig. Alle zuvor dargestellten Studien zur sog. Stereotypentstehung könnten auch mit weniger entwickelten, offeneren Stereotypen und in diesem Zusammenhang auch nicht limitierenden Messmethoden operieren. Eine Begründung, warum dies nicht getan wird, wird häufig nicht gegeben und öffnet Raum für Spekulationen. Eine Möglichkeit ist die aufwendige, problematischere Operationalisierung. Dies kann nicht als hinreichende Begründung für den analytischen weißen Fleck angesehen werden. Eine weitere Begründung scheint auf der bereits genannten Basis der soziokulturellen Bedingtheit der Stereotype, d.h. der Akkumulation von stereotypem Wissen von Kindheit an, möglich. Der Verweis auf die Bedingtheit, bzw. die soziale Einbettung bewegt die Forschung zur Stereotypentstehung in Richtung einer gruppentheoretischen Analyse als Rahmenmodell hin und eher von einer individualistischen ad-hoc-Interpretation der Umwelt weg.

Beispiele für dieses empirische Vorgehen wie die Arbeiten von Maass und Schaller (1991), bzw. Schaller und Maass (1989), Ford und Stangor (1992), bzw. Ford und Tonander (1998), sowie die Arbeiten von Reynolds und Oakes (1999; 2000) zum in-/out-group Stereotyp aus der Intergruppen- und Social Cognition-Perspektive werden nun präsentiert und als Grundlage für die eigene Arbeit verwendet.

Bei Maass und Schaller, sowie bei Ford steht die illusionäre Korrelation im intergruppalen Kontext im Vordergrund, bei Reynolds und Oakes eher die dem Stereotyp zugeschriebenen Funktion der Informationsverarbeitungsökonomie im intergruppalen Kontext.

Die Überschrift des Kapitels ist bewusst gewählt, um eine Abgrenzung zur Analyse der Stereotypentwicklung, also der Veränderung eines bestehenden Stereotyps zu leisten: Stereotypentstehung, im Englischen „stereotype formation“, steht zeitlich und logisch vor der Stereotypentwicklung, im Englischen „stereotype development“.

Der starken Betonung der sozialen Kategorisierung als „Standardzustand“ einer Person mit ihren Prinzipien der Kategorisierungsbereitschaft, der Zugänglichkeit, der Salienz und der komparativen, bzw. normativen Passung der Kategorien (Turner, Oakes, Haslam & McGarty, 1994) ist eine pluralistische Beschreibung der Umwelt zur Seite gestellt. In dieser pluralistischen, komplexen Umwelt erhält das Stereotyp in Konjunktion mit der eigenen sozialen Kategorisierung und der Kategorisierung der Umwelt eine Funktion, z.B. die der Ziel- oder Statussicherung, der Stützung des Selbstwerts oder der Bewertung einer sozialen Identität zum Zwecke der eigenen Abgrenzung (van Knippenberg & Dijksterhuis, 2000). Die Funktionalität liegt zweifach vor: zunächst auf der Ebene der Stereotypbildung und darauf aufbauend in der Stereotypnutzung. Welcher der beiden Aspekte (Kategorisierungsprinzip vs. Kontext) in der SIT/SCT das Primat besitzt und ob dies auch analog für Stereotype gilt, kann nur empirisch, sinnvoller Weise in Feldstudien, aufgedeckt werden. Rutland und Cinnirella (2000) verschieben auf der Basis ihrer empirischen Daten über schottische Selbstkategorisierung/-stereotypisierung das argumentative Gewicht deutlich in Richtung der Kategorisierungsprinzipien wie Zugänglichkeit, Komparabilität oder Valenz der Beschreibung. Diesen Fokus auf Teilprozesse der SIT/SCT zur Erklärung von Stereotypbildung haben bereits Haslam et al. (1995) vorgeschlagen. Daraus verringert sich nicht der Anspruch der generellen Anwendung der SIT/SCT auf Stereotype. Aus der Perspektive der SIT/SCT soll gezeigt werden, dass Stereotype nicht nur kognitive Instrumente zur Informationsverarbeitung sind, die individuelles Denken vereinfachen wie es die Social Cognition-Perspektive postuliert, sondern dass sie darüber hinaus eine soziale Funktion erfüllen, die das Verständnis von Intergruppenprozessen erweitert und zur Rechtfertigung von sozialen Strukturen und individuellem wie kollektivem Verhalten verwendet werden können. Der Kategorisierung wird somit eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für die Stereotypentstehung zugeschrieben. Der Einfluss der individuellen, kognitiven Prozesse ist hiermit nicht ausgeklammert, sondern er muss entweder als paralleler Prozess gedacht werden, oder als der sozialen Kategorisierung nachgeordneter Prozess. Um dies entweder auf theoretischer Basis entscheiden zu können oder als Hypothese zu formulieren, werden nun beide Begründungen für die Stereotypentstehung genauer betrachtet.

2.5.1 Stereotypentstehung als Folge sozialer Kategorisierung

Die Annahme der Stereotypentstehung als Folge sozialer Kategorisierung beruht auf zentralen Annahmen der SIT/SCT. Mit dieser überblicksartig gehaltenen Darstellung sollen

die zentralen Aspekte, die für die Stereotypentstehung relevant sind, eingeführt werden. Eine umfassende und alle Weiterentwicklungen aufnehmende Darstellung der Theorien findet sich beispielsweise bei Turner (1999) oder Turner und Reynolds (2001).

In der Grundannahme der *sozialen Kategorisierung* ist das Prinzip der reduktionistischen Abstraktion der menschlichen Wahrnehmung, sprich der begrenzten Informationsverarbeitungsfähigkeit enthalten. Die SIT/SCT bezieht sich dabei wie die Social Cognition-Perspektive auf Bruner und Tagiuri (1954) und Bruner (1957). Diese weisen auf die nicht nur negativ zu bewertende Fähigkeit der Strukturierung der komplexen Umwelt, d.h. eine Begriffsbildung hin. Erst durch induktive oder deduktive Akkumulation und Sublimierung von Wissen ist eine erfolgreiche, kommunikative und verhaltensbasierte Interaktion mit der Umwelt möglich. Bezogen auf soziale Kategorien bedeutet diese eine induktive Verdichtung von Wissen, d.h. die Stereotypentstehung, wenn aufgrund der Eigenschaften oder des Verhaltens eines Mitglieds einer Gruppe auf die Gesamtheit geschlossen wird, umgekehrt eine Deduktion, wenn von den Merkmalen einer Gruppe auf das Individuum geschlossen wird (Tajfel, 1981, 1982). Neben dieser Begründung aus einer Wahrnehmungsökonomie heraus, die besonders in den frühen Arbeiten betont wird, liegt noch eine motivationale Begründung vor. Mit der Grundannahme der *positiven Distinktheit* bezieht Tajfel (1982) das Ziel des intergruppalen Vergleichsprozesses mit ein. Die positive Distinktheit beschreibt einen Endzustand auf der Gruppenebene, der durch das Ergebnis des Vergleichsprozesses mit einer out-group für die in-group ein positives Abschneiden erbracht hat. Der intergruppalen Vergleich kann mit solchen Gruppen stattfinden, die relevante Vergleichsdimensionen aufweisen, d.h. genügend strukturelle und inhaltliche Ähnlichkeit zur in-group besitzen und raumzeitlich nah sind. Dieser motivationale Anteil, das Streben nach positiver Distinktheit, wird als Begründung für den sogenannten in-group-bias verwendet (Abrams & Hogg, 1988; Oakes & Turner, 1980). Der in-group-bias drückt sich in einer positiveren Bewertung oder, wenn Verhalten mit einem Effekt auf die in-group relevant wird, einer Bevorteilung der in-group aus.

Die Selbstkategorisierungstheorie (Turner et al., 1987) ist eine auf den kognitiven Aspekt fokussierte Weiterentwicklung der SIT und stellt damit eine Präzisierung für die SIT dar. Die SCT postuliert, dass die soziale Identifikation infolge der Zugehörigkeit zu einer sozialen Kategorie die Ursache allen Gruppenverhaltens darstellt. Die SCT kann, so ihr Anspruch, auch die Konsequenzen der Identifikation mit einer sozialen Kategorie, z. B. einer

Kleingruppe erklären. Eine mögliche Konsequenz ist die Bildung eines Stereotyps über die Fremdgruppe. Zunächst wird die Theorie und ihre vier zentralen Konzepte kurz zusammengefasst:

- Verschiedene Ebenen der Identifikation
- Salienz
- Zugänglichkeit und Passung
- Kontextabhängigkeit der Kategorisierung

Die *Selbstkategorisierung* kann auf drei hierarchisch angeordneten Ebenen stattfinden, wobei immer nur eine der drei Ebenen als Selbstkategorisierung dienen kann. Die Basis stellt die personale Kategorisierung als einzigartigen Menschen dar. Auf der nächsten Ebene der sozialen Kategorisierung als Gruppenmitglied kann zwischen Eigen- und Fremdgruppe differenziert werden. Auf dieser Ebene sind prinzipiell unendlich viele unterschiedliche Kategorisierungen möglich, z. B. nach dem Geschlecht, der Nationalität oder einer Arbeitsgruppe. Das Ende der Hierarchie bildet die Kategorisierung des Selbst als Mensch im Allgemeinen (Turner, 1987). Welche der Identifikationsebenen in einer Situation gewählt wird, hängt von ihrer jeweiligen *Salienz* ab. Eine hohe Salienz der Identifikationsebene ist die Grundlage für eine Reihe von intergruppalen Phänomenen, beispielsweise auch der Nutzung von Stereotypen zur Beschreibung einer out-group (Wilder & Shapiro, 1991). Die Salienz selbst wird von der *Zugänglichkeit* oder Verfügbarkeit und der *Passung* der sozialen Kategorie abhängig bestimmt (Oakes, 1987). Die Aktivierung einer Kategorie ist abhängig von der weitgehend automatisch gebildeten Relationalität des perceivers zur Kategorie, und in Bezug auf die Kategorie von ihrer Zugänglichkeit und Passung. Ein Beispiel für die *Kontextabhängigkeit* der salienten Selbstkategorisierung ist der chronische Zugang zur Kategorie (Sherman, Hamilton & Lewis, 1999). An der Universität ist die Kategorisierung als Studierende/r chronisch zugänglich; fahren die Studierenden nach Hause und sind in anderen sozialen Kontexten aktiv, so wird die Kategorisierung als Studierende/r weniger salient und kann nicht mehr als chronisch beschrieben werden. Die Passung besitzt zwei situativ beeinflusste Formen, die strukturelle oder komparative und die normative Passung. Yzerbyt, Rocher und Schadron (1997) führen die Verifizierungsfunktion in ihrer Funktionalitätsbeschreibung von Stereotypen als wichtiges Element auf und betonen damit die Essenzialität für die selbstbestätigende Verankerung des Subjekts im sozialen Umfeld. Die

strukturelle oder komparative Passung beschreibt die Übereinstimmung oder Unähnlichkeit von wahrgenommenen Personen oder Handlungen und ihre Aufteilung in unterschiedliche Kategorien (Oakes, 1987). Entsprechend der wahrgenommenen Komparabilität der Personen oder Handlungen kommt es zu einer assimilativen oder kontrastierenden Aktivierung von Kategorien (Aarts & Dijksterhuis, 2002). Dagegen bezieht sich die normative Passung der Kategorien auf ihre inhaltliche Relevanz und ihre Konformität mit sozialen Erwartungen (Oakes, 1987). Unter *normativer Passung* wird auch die bedeutungsvolle, d.h. sinnvolle Vergleichsrichtung in Bezug auf die Vergleichsdimension verstanden.

Die Konsequenz der sozialen Kategorisierung ist eine Anpassung an die Normen der entsprechenden sozialen Entität (Turner, 1987). Dies wird durch die Wahrnehmung der eigenen Gruppe als *homogener*, also mit geringerer interindividueller Varianz, bedingt (Haslam, Oakes, Turner & McGarty, 1995). Der Effekt gilt als gut dokumentiert und wird als wichtige Begleiterscheinung von Stereotypen angesehen (Brown, 2000). Die als Begründung angeführte Asymmetrie im Wissen über die in-group und die out-group kann einige in-group-Homogenitätsannahmen, beispielsweise bei Minoritäten (Simon, 1992), in realen oder minimalen Gruppen (Brown & Wotton-Milward, 1993; Ryan & Bogart, 1997) mit keinem oder gleichem Wissen über die out-group nicht vollständig erklären. Als Erklärung werden Unterschiede in der Salienz der Gruppen angeführt (Haslam, Oakes, Turner & McGarty, 1995). Weiterhin wird vorgeschlagen, den Status der Gruppe zum einen ähnlich zu Simon (1992) als Prädiktor für die wahrgenommene in-group-Homogenität zu betrachten (Doosje, Ellemers & Spears, 1995), und zum anderen in hoch und niedrig identifizierte Gruppenmitglieder zu unterscheiden. Hoch mit der in-group identifizierte nehmen sowohl die in-group, als auch die out-group als sehr homogen wahr (Ellemers, Spears & Doosje, 1997). Die Homogenität einer Gruppe beeinflusst die Wahrnehmung und Verarbeitung von die Intergruppenrelation bestimmenden Informationen, z.B. (in)konsistente Informationen über die out-group (Wilder, 1990).

Aus diesen ersten drei Konzepten wird die starke *Kontextabhängigkeit* der Selbstkategorisierung – als viertes theoretisches Konzept – deutlich (Turner, Oakes, Haslam & McGarty, 1994). Unter *Kontext* wird in diesem Zusammenhang die Lebensumwelt der Menschen verstanden, die von großen, allgemeinen Gesellschaftsordnungen und tradierten Rollen bis hin zu situationsbezogenen Zielen und Verhaltensalternativen geht. Soziale Hierarchien, Machtstrukturen oder Manifestationen eines „status quo“ sind im Rahmen der

SCT übliche Beschreibungen für den sozialen Kontext, der in den Köpfen der Menschen repräsentiert ist und der Art und Weise, wie sie andere Gruppen wahrnehmen, beeinflusst wird (Haslam & Turner, 1992; Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell, 1987; Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997).

Die *Prototypikalität* eines Gruppenmitglieds (zus. Oakes, Haslam & Turner, 1998) entspricht dem Metakontrast (Campbell, 1958; Turner, 1985): der Mittelwert der Differenzen zu den out-group-Mitgliedern geteilt durch den Mittelwert der Differenzen zu den in-group-Mitgliedern.

Mit der Etablierung einer sozialen Identität auf der Basis einer Selbstkategorisierung in eine Gruppe, d.h. die in-group, werden einstellungs- und normbildende, sowie verändernde Prozesse in Gang gesetzt und letztlich auch das eigene Verhalten beeinflusst. Gleichmaßen kann auch eine out-group diese Prozesse beeinflussen, allerdings nur, wenn deren wahrgenommener Einfluss oder Sanktionsmacht die der in-group übertrifft (zus. Sassenberg, 1999). Das Feld der Literatur zum sozialen Einfluss wird hier nicht weiter dargestellt und statt dessen auf die Zusammenfassungen an anderer Stelle verwiesen (zus. Hogg & Abrams, 1988; Terry & Hogg, 2001). Im Kontext von Stereotypen und Vorteilen, d.h. der Verhaltenskomponente der kognitiven Stereotypstruktur, bleibt wichtig festzuhalten, dass die angenommene Kongruenz der Einstellungen innerhalb einer etablierten in-group-Norm die Weiterentwicklung der Einstellungen und ihre Anwendung verstärkt. Weiterhin ist davon auszugehen, dass die tatsächliche Kongruenz der Einstellungen innerhalb einer etablierten in-group-Norm die Konsistenz der Einstellung und die Einstellungs-Verhaltens Relation positiv beeinflusst (Terry, Hogg & McKimmie, 2001; Terry & Hogg, 2001).

Aus der SIT/SCT-Forschung lassen sich Indikatoren ableiten, die diese postulierte Vermutung als wahrscheinlich erscheinen lassen. So konnten Hogg und Grieve (1998) zeigen, dass das Ausmaß der empfundenen Unsicherheit die Identifikation mit einer Kategorie die damit verbundene Unsicherheitsreduktion (hohe Differenz zum Ausgangszustand) verstärkt. Die folgenden Studien (Grieve & Hogg, 1999; Mullin & Hogg, 1999) maßen nicht direkt Stereotypentstehung, sondern intergruppalen bias im MGP. Ihr zentrales Ergebnis, dass Kategorisierung eine an sich notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für intergruppalen Diskriminierung darstellt, wurde als positives Ausgangssignal für die Messung von Stereotypentstehung in einem inhaltlich offenen (bzw. leeren) Paradigma gewertet. In

diesem Paradigma stellt das Individuum den perceiver dar, allerdings ist es in einen sozialen Kontext, gegeben durch die eigene und eine andere Gruppe, eingebettet.

Die meisten der oben beschriebenen Studien verwendeten eine Art mehr oder weniger definierter out-group als komparative Entität, bzw. als kontrastierendes Korrektiv, jedoch findet eine inhaltliche Auseinandersetzung in Konjunktion mit der eigenen Gruppe, also eine inhaltlich detaillierte Beschreibung der out-group auf der Basis der Konfiguration der eigenen sozialen Identität, deutlich weniger häufig statt. Auf diese einseitige Fokussierungsproblematik ist bereits in Kapitel 2.2 hingewiesen worden.

Für die Stereotypentstehung auf Seiten des perceivers bedeutet dies, dass eine saliente, soziale Identifikation vorliegen muss. Auf der Seite des targets, d.h. in der Umwelt, müssen dazu Gruppen und Individuen existieren, die die soziale Umwelt umfassend ausgestalten und beschreiben (Oakes, Haslam & Turner, 1994; Tajfel, 1978; Tajfel & Turner, 1979). Doise (1998) spezifiziert diese Relationalität von perceiver und target: die individuelle Identifikation wird seiner Auffassung nach durch das Prinzip der „verankerten Identität“ (S. 20) bestimmt. Unter einer verankerten Identität versteht er eine primär soziale Identität des perceivers, die aus der relationalen Verortung mit anderen sozialen Entitäten entsteht. Eine hohe intergrupale Differenzierung schließt seiner Auffassung nach nicht unbedingt eine intragrupale Differenzierung aus (Doise, 1988). Die verankerte Identität lässt somit mehr Spielraum für die Ausprägungen der eigenen sozialen Identität zu. Sie kann entweder als Ansammlung von Individuen angesehen werden, d.h. einem Aggregat gleichen, oder letztendlich aus einer klar abgegrenzten sozialen Gruppe bestehen. Letztere Form besitzt die stärkste gruppenbezogene Merkmalsausprägung. Die aggregierte Gruppe ist weniger stark homogen und besteht noch aus identifizierbaren Individuen (Wilder, 1978; Wilder, 1986). Eine weitere Unterscheidung der Gruppentypen wird von Prentice, Miller und Lightdale (1994) vorgenommen. Sie differenzieren in common-bond-, also Gruppen, die durch ein gemeinsames Ziel oder Aufgabe, bzw. durch die Bindung zwischen den Gruppenmitgliedern definiert werden, und common identity-Gruppen, d.h. die Einheit wird aufgaben- und zielunabhängig durch die Mitgliedschaft in der Gruppe an sich definiert. Innerhalb dieser verschiedenen Beschreibungsmöglichkeiten sozialer Identität, des Kontextes der sozialen Umwelt und der Position des perceiver darin bilden sich mittels komparativer und normativer Vergleichs- und Zuordnungsprozesse entsprechende kategoriale Repräsentationen, die als Stereotype bezeichnet werden.

In den letzten Jahren hat das „alte“ Konzept der Entitativität, erstmals postuliert von Campbell (1958), eine Renaissance erfahren. Die Entitativität einer Gruppe, also die Frage, inwiefern sie sich selbst und von außen als Entität sieht, wurde mittels gestaltpsychologischer Prinzipien (Nähe, gemeinsames Schicksal, Ähnlichkeit und Prägnanz) operationalisiert (Jonas und Sassenberg, 2000) und sieht sich heute in ergänzender Konkurrenz zu bekannten Konzepten, wie der Salienz oder Homogenität einer Gruppe (Sassenberg & Jonas, 2000). Gerade im Kontext des europäischen Ansatzes des psychologischen Essentialismus (Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997) und den US-amerikanischen Erklärungen von intergruppaem Verhalten (Lickel, Hamilton & Sherman, 2001) hat das Konzept starke Beachtung gefunden. Hamilton, Sherman & Castelli (2002) und Lickel, Hamilton & Sherman (2001) sind der Auffassung, dass das Konzept der Entitativität mehr noch als das der Homogenität oder Kohäsion die Typikalität von sozialen Gruppen beschreiben kann. Brewer, Weber und Carini (1995) sehen in der wahrgenommenen Entitativität die kritische Verbindung zwischen kognitiven, affektiven und verhaltensbezogenen Komponenten in der Analyse von Intergruppenverhalten. Insbesondere lässt sich das Konzept gut in sozialkognitive, sowie in gruppentheoretische Erklärungsansätze integrieren.

Auf der gruppentheoretischen Seite konnte gezeigt werden, dass Kategorisierungen ein hohes Maß an Entitativität aufweisen (Yzerbyt, Rogier & Fiske, 1998). Rogier und Yzerbyt (1999) konnten die Befunde replizieren. Als Erweiterung konnten sie zeigen, dass mit steigender Entitativität einer sozialen Gruppe auch ein größerer attributiver Korrespondenz-bias zwischen zugeschriebenen Eigenschaften und der sozialen Gruppe einhergeht. Mit anderen Worten, der Grad der Entitativität eines sozialen Objekts bestimmt seine Stereotypisierung mit. Yzerbyt et al. (2000) beziehen die Entitativität, die sonst eher auf das target, bzw. die out-group gerichtet ist, als diagnostisches Konstrukt auf die in-group selbst. Die Argumentation folgt dabei den Befunden zur Bedeutung der in-group-Homogenität und leitet daraus die hervorgehobene Rolle der Konstitution der eigenen Gruppe beschreibender Konzepte als zentrales Element für den Identifikationsprozess, wie auch Intergruppenrelationen, ab. Situationsbezogene Bedrohungen, wie z. B. Tod oder körperliche Versehrtheit, konnten, moderiert durch die Wahrnehmung der Entitativität, die Identifikation mit der eigenen Gruppe steigern (Castano, Yzerbyt, Paladino & Sacchi, 2002).

In ihrem Überblicksartikel integrieren Yzerbyt, Corneille und Estrada (2001) das Essentialismuskonzept (siehe Abschnitt 2.2.2; zus. Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997) und

die Entitativität als zwei zentrale Säulen der Stereotypentstehung. Diese Auffassung baut auf der sozialen Kategorisierung im Rahmen der SIT/SCT auf. Die Wahrnehmung der Entitativität einer Gruppe muss nicht notwendigerweise in einen Intergruppenkontext eingebettet sein. Die Essenzialismusperspektive postuliert, dass die Merkmale einer Gruppe basal angelegt sind. Deshalb müssten sie auch grundsätzlich und ohne Intergruppenkontext zu Tage treten und wahrnehmbar sein. Diese Annahmen müssen im Rahmen der Stereotypentstehung empirisch geprüft werden. Allerdings steht diese intergruppenkontextlose Operationalisierung erst an zweiter Stelle nach einer Überprüfung in einem Intergruppenkontext. Da in dieser Arbeit zunächst der erste Schritt umgesetzt werden soll, muss die empirische Prüfung der intergruppenkontextlosen Variante ausbleiben. Das Ergebnis könnte – spekulativ – eine Stereotypentstehung sein, die sich im Falle des Inhalts entlang der universellen Inhaltsdimensionen bezogen auf den Konsens, der sich als FCE manifestiert und für die Valenz eine mittlere Tendenz ergibt, entwickelt.

Die der Kategorisierung zugeschriebene notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für die Stereotypentstehung kann somit als theoretisch begründet angenommen und hypothesentestend umgesetzt werden. Allerdings ist eine saubere Operationalisierung notwendig, wie die Kritik an einer möglichen Stereotypentstehung mittels einer *einfachen* Anwendung der SCT oder der Beschreibung der Entitativität *einer* Gruppe, d.h. die Aufteilung in in-group und out-group, zeigt. Aus der Perspektive einer notwendigen ökologischen Validität muss festgestellt werden, dass Situationen, in denen klare und auf eine Kategorisierung bezogene Intergruppenbeziehungen vorliegen, eher selten sind und dass eine komplexere Struktur der sozialen Umwelt den sonst vorgefundenen Intergruppen-bias reduzieren könnte (Crisp & Hewstone, 1999; Vanbeselaere, 1991, 1996). Das Prinzip der multiplen Kategorisierung (zus. im Rahmen einer Metaanalyse siehe Mullen, Midgal & Hewstone, 2001) geht typischerweise von der Kreuzung zweier dichotomer, sozialer Dimensionen aus, was zu vier Gruppen möglicher Identifikation führt (doppelte in-group, zwei gemischte Gruppen und doppelte out-group). Diese Kreuzkategorisierung kann entsprechend der vorliegenden Definition des in-group-bias (Kategoriedifferenzierung, Kategoriekonjunktion und zerlegbarer, gruppenbezogener bias) zu einer Reduktion oder Steigerung des intergruppalen bias führen. In zwei Experimenten konnten Crisp, Hewstone und Tobin (2001) zeigen, dass sich der Intergruppen-bias beim Vorliegen mehrfacher Kategorisierung der perceiver und der targets reduziert. Als Erklärung im Sinne einer

kategoriedifferenzierenden Dekategorisierung geben sie an, dass in der multiplen Kategorisierung die Wahrnehmung des intergruppalen Beziehungsgeflechts zu Gunsten einer eher interpersonellen Wahrnehmung sinkt.

Eine alternative Beschreibung für die Effekte multipler Kategorisierung wird durch das „common in-group identity“-Modell (Dovidio, Gaertner & Valizic, 1998; Gaertner & Dovidio, 2000; Gaertner et al., 2000; Nier et al., 2001) angeboten. Das „common in-group identity“-Modell beschreibt in einem Intergruppenkontext mit multiplen Kategorien einen Wandel in der Intergruppenevaluation für den Fall, dass eine übergeordnete, gemeinsame in-group gefunden und dafür verwendet wird, den Intergruppen-bias zu reduzieren.

Für den Aspekt der Stereotypanwendung, jedoch nicht der Stereotypentstehung, konnten van Rijswijk und Ellemers (2002) konkret zeigen, dass die stärkere Betonung der gemeinsamen Gruppenmitgliedschaft den Intergruppen-bias und damit die Anwendung von Stereotypen senkt. In ihren beiden Experimenten arbeiteten van Rijswijk und Ellemers (2002) mit den Kategorien Studierende zweier Universitäten und der Kategorie „gemeinsamer Fachbereich“. Die Verwendung von chronisch zugänglichen Kategorien in der multiplen Kategorisierung erzeugt einen ökologisch hoch validen Intergruppenkontext mit entsprechend eindrucksvollem Absinken des bias. Der Befund spricht für die hohe Bedeutung einer salienten Kategorisierung für die Stereotypanwendung, was die berechtigte Vermutung entstehen lässt, dass auch in der Stereotypentstehung eine saliente Kategorisierung eine zentrale und vermutlich auch primäre Stellung einnimmt.

Auch für illusionäre Korrelationen fand sich der Einfluss von multiplen Kategorisierungen. Eine Kreuzkategorisierung (in- und out-group, sowie jeweils Minorität und Majorität) erbrachte den Befund, dass in der ungekreuzten Bedingung die vorhergesagte Präferenz für eine target-Kategorie, hier die Majorität, gezeigt wird, die gekreuzte Kategorisierung diese Präferenz jedoch nicht eindeutig hervorbringt, sondern beide Majoritätskategorien aufgrund des Rater-bias und aufgrund von Informationsverlust präferiert werden (Meiser & Hewstone (2001).

Die SIT/SCT, sowie die berichteten Befunde lassen die psychologische Annahme zu, dass eine komplexe soziale Umwelt, die beispielsweise aus multiplen Kategorisierungen für den perceiver und das target besteht, eine Abschwächung einer salienten, eindeutigen

Kategorisierung darstellt und damit eine wichtige Grundlage für die Stereotypentstehung schmälert.

2.5.2 Stereotypentstehung als individuelle kognitive Leistung

Der zuvor dargestellte Erklärungsansatz über die Stereotypentstehung auf der Basis von salienter Kategorisierung unterscheidet sich von der sozialkognitiven Herangehensweise, die soziale Kategorisierung primär auf der Basis von ökonomischen Wahrnehmungsmechanismen, sowie der Motivation und Fähigkeit zu systematischen Informationsverarbeitung erklärt.

Kognitive und motivationale Prozesse interagieren nach Schaller und Maass (1989) und Maass und Schaller (1991) bei der Bildung von Stereotypen derart, dass sie für den wissensbasierten Intergruppen-bias verantwortlich sind. Dies bedeutet, dass die rein kognitiven Prozesse, d.h. die Aktivierung von (illusionär korrelativen) Wissensstrukturen, aufgrund von einem eigengruppenschützenden bias motivational angereichert werden und sich letztendlich in einer tatsächlichen Eigengruppenbevorzugung manifestieren. In sechs Studien zum Paradigma der illusionären Korrelation konnten sie zeigen, dass in-group-bias auf der Basis der Kategorisierung entsteht. Aufgrund der gegensätzlichen Annahme, dass Stereotype zunächst nicht eine bias-Funktion erfüllen, sondern eine reine Informationsverarbeitung leisten (McGarty & de la Haye, 1997), konnten Haslam und Kollegen (Haslam, McGarty & Brown, 1996a) zeigen, dass Differenzierungsprozesse auf intergruppalen Ebene eine Vorbedingung von dann möglicherweise auftretenden illusionären Korrelationen sind, und dass nicht die Tendenz zur Überschätzung von stark differenzierenden Informationen zu illusionären Korrelationen führt. Ford und Stangor (1992) greifen diesen Befund auf und versuchen diese intergruppalen Differenzierungsprozesse und die zum bias führende inhaltliche Ausprägung von Stereotypen offen zu legen. In der einflussreichen Studie von Ford und Stangor (1992) konnte gezeigt werden, dass die am stärksten differenzierenden Dimensionen am ehesten stereotypbestimmend werden, d.h. dass sowohl Informationsverarbeitungsprozesse, als auch ein in-group-bias vorliegen. In Experiment 1 fand sich dieser Befund zwischen zwei Gruppen, Experiment 2 konnte nachweisen, dass der Befund beim Vorliegen nur einer zu bewertenden Gruppe nicht zum Tragen kommt. Dies spricht stark für die Notwendigkeit der Existenz einer in-group auf der perceiver-Seite und einer out-group auf der Seite des targets. Das dritte Experiment stützte

den allgemeinen Befund ebenfalls und wies darüber hinaus darauf hin, dass die Gruppen zudem eher auf Dimensionen beschrieben werden, in denen eine geringere Binnengruppenvarianz vorliegt. In dem 1998 von Ford und Tonander berichteten Experiment griffen die Autoren ihre Ergebnisse von 1992 auf und führten zudem noch einen leichten in-group-bias ein. Ihre Ergebnisse zeigten, dass beide hoch differenzierenden Dimensionen (negativ für die in-group/ positiv für die out-group und vice versa) bei der Stereotypbildung zum Ausdruck kommen. Es scheint daher möglich zu sein, eine positive soziale Eigengruppenidentität und gleichzeitig eine nicht verzerrte Abbildung der intergruppalen Realität zu unterhalten. Zusammengefasst gehen Ford und seine Kollegen davon aus, dass illusionäre Korrelationen nicht alleine zur Erklärung von Stereotypentstehung und -inhalten verwendet werden können (was auch Haslam, McGarty & Brown nicht postulierten), dass jedoch mit der SIT/SCT-Perspektive eine differenziertere Erklärung für die Stereotypentstehung und die Bestimmung von zentralen Stereotypdefinitionen vorliegt, als dies mittels der illusionären Korrelation möglich ist.

Ein weiterer Aspekt der Social Cognition-Perspektive ist die Fokussierung auf die individuelle Informationsverarbeitung. Die Teile dieses Aspekts, die die Stereotypaktivierung oder -änderung betreffen, wurden bereits in Abschnitt 2.2.3 dargestellt. Hier soll nun auf die individuelle Informationsverarbeitung als Einflussfaktor auf die Stereotypentstehung eingegangen werden. Dabei werden die verschiedenen Einflussfaktoren auf die Informationsverarbeitung herausgearbeitet.

Die frühe Forschung hat, nicht entsprechend der neueren Zwei-Prozess-Theorien der Informationsverarbeitung (Chaiken, Liberman & Eagly, 1989; Petty & Cacioppo, 1984; 1986), häufig nur die online-Verarbeitung von Merkmalen, d.h. den zentralen, bzw. systematischen Verarbeitungsweg in Falle der Stereotypaktivierung empirisch nachweisen können (Hastie & Park, 1986; zus. Uleman, Newman & Moskowitz, 1996). Der Grad des Evaluationsbedürfnisses, ausgerückt durch motivationale und kognitive Fähigkeit betreffende Komponenten in der Wahrnehmung von Personen, steuert die Art und Weise der Informationsverarbeitung. Im Rahmen der „motivated tactician“-Metapher ist der häufigere Weg die heuristische oder periphere Verarbeitung von Informationen, die zur Bildung und Aktivierung von abstrakten Kategorien führt (Tormala & Petty, 2001). Einen strukturell äquivalenten Befund fanden Stangor und Ford (1992) für Gruppen als target der Bewertung.

Sie postulieren zwei Orientierungsrichtungen in der Informationsverarbeitung, Akkuratheit vs. Erwartungsbestätigung, die die Art der Stereotypentstehung bestimmen.

Der Fokus auf die kalten Kognitionen und ihre vielleicht als „lauwarm“ zu bezeichnende soziale Einbettung hat sich in den vergangenen Jahren geweitet und es wird versucht, auch in den „heißen“ Bereich der Stimmung vorzudringen. Dabei geht es nicht darum, den kognitiven Theorierahmen prinzipiell zu verlassen, sondern vielmehr um die Frage, inwiefern eine Integration affektiver oder emotionaler Determinanten vorgenommen werden kann (zus. Bless, Schwarz & Kimmelmeier, 1996). Analog zum Einfluss von kalter Kognition, z.B. über die direkte Manipulation der Informationsverarbeitung, wirken verschiedene affektive Zustände auf die Informationsverarbeitung. Als zentrales Beispiel für diese Anwendung von affektiven Variablen auf soziale targets können Stereotype (zus. Mackie & Hamilton, 1993; Stroessner & Mackie, 1993) und insbesondere ihre Entstehung gelten.

Grundsätzlich wirkte die Stimmungslage auf die Bildung von Stereotypen derart, dass Menschen stärker generalisierende Wissensstrukturen, also Heuristiken bildeten, wenn die Situation als sicher angesehen wurde. Dieses Sicherheitsempfinden war ein Ergebnis einer gehobenen, positiven oder glücklichen Stimmung (Bodenhausen, Kramer & Süsser, 1994). Im Gegensatz dazu wurden Informationen „bottom-up“, also genau und/oder exemplarbasiert verarbeitet, wenn die Situation als problematisch angesehen wurde, was in Teilen eine Funktion einer gedrückten, negativen oder traurigen Stimmung war (Bless, Schwarz & Kimmelmeier, 1996). Analoge Befunde fanden sich für die Eindrucksbildung bei Depressiven (Edwards et al., 2000). Nicht im Sinne der Steigerung des Sicherheitsempfindens, aber mit dem selben Effekt konnte Wut ebenfalls als Triebkraft für heuristische Prozesse in der sozialen Bewertung, d.h. der Entstehung von Stereotypen, wirken, allerdings waren dabei Revanche oder Projektionseffekte zu beachten (Bodenhausen, Sheppard & Kramer, 1994). Gleiche Informationsverarbeitungsprozesse fanden sich, wenn das Sicherheitsempfinden direkt auf die Emotion bezogen wurde, d.h. eine sichere vs. unsichere Beurteilung der eigenen Emotion vorlag (Tiedens & Linton, 2001).

Lange Zeit wurde von einem einfachen Haupteffekt der positiven Stimmung auf die Informationsverarbeitung ausgegangen, der zum heuristischen Verarbeitungsweg führt. Petty et al. (1993) konnten den Haupteffekt für den Fall bestätigen, wenn eine unabhängige Manipulation vorlag. Wenn Stimmung und Informationsverarbeitungsart unabhängig

manipuliert wurden, ergab sich ein komplexerer Interaktionseffekt. Positive Stimmung beeinflusste weiterhin direkt die heuristische Verarbeitung, führte aber in der systematischen Verarbeitung zu einer Veränderung der Valenz der Informationen.

Ein Blick über den Tellerrand der Einflüsse von Stimmung und Emotion auf Stereotype zeigt, dass sich auch in verwandten Anwendungsfeldern analoge Vorhersagen und Befunde fanden. Bezogen auf Eindrucksbildungsprozesse über Individuen konnten dies Abele und Petzold (1994) zeigen. Ebenso fanden sich die Einflüsse von Stimmungen auf Verhaltensmaße im Intergruppenkontext (Forgas & Fiedler, 1996). Im Falle des Stereotyps besaß die Stimmung zunächst einen Einfluss auf die Art der Informationsverarbeitung, bezogen auf eine mittels Verhaltensmaßen operationalisierte Intergruppenevaluation wirkte die Stimmung direkt auf den Grad der Differenzierung zwischen den Gruppen. Positive Stimmung verstärkte dabei die Differenzierung, d.h. die Gruppen wurden als unterschiedlicher behandelt (Abele, Gendolla & Petzold, 1998).

Zusammengefasst kann man daher feststellen, dass die individuellen kognitiven und emotionalen Zustände einen großen Einfluss auf die Wahrnehmung, Ausgestaltung und Entwicklung von Intergruppenkontexten ausüben. Umso verwunderlicher erscheint es, dass sich die SIT/SCT und die Aspekte der Social Cognition-Perspektive so stark getrennt voneinander entwickelt haben. Gerade im Falle der Stereotypforschung ist eine Integration dringend indiziert, da somit möglicherweise Lücken in der Beschreibung von Stereotypen, beispielsweise die Stereotypentstehung geschlossen werden könnten.

Demzufolge wäre beispielsweise die Stimmung als eigenständige UV operationalisierbar und könnte zunächst als rein situationsspezifische, individuelle unabhängige Variable, z.B. per Induktion, in Untersuchungen mit einer sozialen Kategorisierungsgrundlage bei gleichbleibenden AVn, eingebracht werden (Bodenhausen, 1993). Die Tatsache, dass dies aus der Perspektive einer umfassenden Miteinbeziehung affektiv-motivationaler Prozesse (Bodenhausen & Moreno, 2000; Bodenhausen et al., 2001; Haslam et al., 1996b) insbesondere in ihrer impliziten und expliziten Ausprägung abhängiger Variablen (Nesdale & Durkin, 1998; Park & Banaji, 2000; Wittenbrink, Judd & Park, 1997) unbefriedigend bleibt, ist für den Kontext der Stereotypentstehung in dieser Arbeit unerheblich. In diesem Rahmen ist eine Manipulation von inzidentellem Affekt oder Emotionen ausreichend. Es sollen hier nicht langfristige, erfahrungs- und kontextreiche Stereotypentwicklungsprozesse oder Einzelaspekte etablierter Stereotype, z.B.

Stereotypkorrektur (Lambert et al., 1997) oder Stereotypstärke (Mackie et al., 1996) analysiert werden, sondern fast artifizielle Momente einer initialen Stereotypentstehung. Für die genannten Prozesse muss die Forderung nach einer integralen Betrachtung bestehen bleiben. Im Fall der hier operationalisierten Form der Stereotypentstehung kann integraler oder episodischer Affekt, bzw. Emotion aufgrund der Neuartigkeit der targets und der damit vorhandenen geringen Informationsmenge (siehe Kapitel 2.2) nicht vorliegen. Ebenso ist eine Beibehaltung von generell explizit zu messenden AVn sinnvoll, um weitere Kritikpunkte, die explizite Maße erfordern, z.B. der tatsächliche Konsens (siehe Kapitel 2.4), auszuräumen.

2.5.3 Eine mögliche Integration?

Reynolds und Oakes (2000) argumentieren, dass die Frage der kategorialen vs. individualisierten Eindrucksbildung nicht allein von individuellen kognitiven Fähigkeiten bestimmt wird, sondern gerade durch die Ordnungsfunktion sozialer Identität und ihrer Relation zu Gruppen und Individuen in ihrer Umwelt. Auf der Basis der zuvor in Abschnitt 2.5.1 vorgestellten Prinzipien der SIT/SCT ist es möglich, theoretisch vorherzusagen, wann stereotype Eindrücke über andere gebildet werden. Grundbedingung für die Stereotypisierung ist die Existenz einer anderen relevanten Gruppe, d. h. einer out-group, mit der ein Kontrast gebildet werden kann. Dieser Metakontrast bezogen auf gruppale Stimuli kann nur berechnet werden, wenn eine passende Kategorie im selben Kontext gefunden wird (Reynolds & Oakes, 1999). Wenn die kategoriale Lösung nicht möglich ist, also keine out-group-Mitglieder zum passenden Vergleich zur Verfügung stehen, findet entweder keine Stereotypisierung statt oder es muss eine weniger inklusive Kategorie gewählt werden. Ebenso stehen immer noch interpersonale Vergleichsprozesse oder die Verschiebung auf intragruppale Vergleichsprozesse, z. B. auf die Selbststereotypisierung der in-group zur Verfügung. Die Unterscheidung zwischen individuellen und stereotypen Wahrnehmungen liegt laut Reynolds und Oakes (1999) nicht in dem (Nicht-)Vorliegen von Kategorisierungen, sondern in der Frage des Inklusionsniveaus, auf dem der Kategorisierungsprozess abläuft. Ein formalisierter und bewertender Vergleich zwischen den verschiedenen Wahrnehmungs- und Vergleichsarten – und ihrer Setzung als Norm einerseits und als Devianz andererseits – findet nicht statt. Beide Prozesse sind das Ergebnis von beschreibbaren, sozialen Inputkonstellationen. Ihre Unterschiede, d.h. ihre Varianz, hängen ganz vom entsprechenden Kategorisierungsprozess auf interpersonaler oder intergruppaler Ebene ab. Die entscheidende unabhängige Variable in einem Forschungsprogramm ist das Kategorisierungsniveau, welches die Form der

Eindrucksbildung beeinflusst. Vor diesem skizzierten, theoretischen Hintergrund leiten Reynolds und Oakes (1999) für ihre Studien zwei zentrale Hypothesen ab. Die erste Hypothese geht von einer geringeren Stereotyphaftigkeit des Wahrnehmungsinhalts in interpersonalen vs. intergruppalen Kontexten aus. Die zweite Hypothese sagt eine stärkere Stereotypisierung in hoch salienten, intergruppalen Kontexten voraus. Dies begründen sie mit einer Verstärkung der Differenzierung zwischen den Gruppen. In vier Studien erhielten sie hypothesenbestätigende Befunde derart, dass stereotyphafte Wahrnehmungen mit intergruppalen Salienz einhergingen und dass ein konstant gehaltenes target entsprechend des komparativen Kontextes zum perceiver (unabhängig vs. abhängig) keine unterschiedlichen stereotypen Eindrücke erzeugte (Reynolds & Oakes, 1999, Exp. 1). Im zweiten Experiment (Reynolds & Oakes, 1999, Exp. 2) hing die Varianz des stereotypen Eindrucks über das target von der salienten Mitgliedschaft in einer Kategorie höherer Ordnung ab. Das dritte Experiment (Reynolds & Oakes, 2000, Exp. 1) konnte erneut zeigen, dass eine Interdependenz von perceiver und target nicht zu einer Reduktion der Stereotypisierung führte. Im vierten Experiment (Reynolds & Oakes, 2000, Exp. 2) wurde nachgewiesen, dass ein Genauigkeitsanspruch nicht immer zu einer exakten, individuierten Eindrucksbildung führte. Gerade die Ergebnisse des zweiten und vierten Experiments werteten Reynolds und Oakes als Widerspruch zur Social Cognition-Erklärung, da nicht eindeutig festgestellt werden konnte, in welchem der beiden Fälle die individualisierte, stückhafte Eindrucksbildung vorgenommen wurde. Individuierte Eindrücke scheinen das Ergebnis von der Akzentuierung des Vergleichs des Selbst mit anderen zu sein. Gleichzeitig wird diese Akzentuierung als Indikator für Kategorisierung verwendet. Somit kann nach dieser Auffassung nicht von einem Unterschied zwischen kategorialer und ungenauer vs. individuierten und exakter Eindrucksbildung gesprochen werden. Oakes und Turner führen bereits in einem früheren Artikel (1990) die Argumentation, dass die Social Cognition-Perspektive auf die Stereotypisierung falsch ist, da sie die generalisierende, vereinfachende Eigenschaft von Stereotypen in den Vordergrund stellt. Ihr Hauptargument ist, dass die Suche nach dem statischen Wahrheitskern, dessen Annahme aus der Theorie der Impliziten Persönlichkeit (Bruner & Tagiuri, 1954; Bruner, 1957) stammt und sich immer wieder in Stereotypdefinitionen findet (Hamilton & Trolie, 1986), nicht der sozialen Realität entspricht. Gemäß der SIT/SCT ist mit der Kontextabhängigkeit ein Prinzip eingeführt, das nur relativ zum jeweiligen Bezugsrahmen Bewertungen der Ähnlichkeiten und Unterschiede

zwischen sozialen Entitäten zulässt. Weiterhin sieht die frühere SIT/SCT-Forschung (Brown & Turner, 1981; Hewstone & Brown, 1986) in ihrer Betonung der Gruppe und der Gruppenmitgliedschaft als einen distinkten Zustand eine qualitative Diskontinuität zwischen dem Individuum und der Gruppe. Diese Diskontinuität wird heute, z.B. durch das Aufkommen des Konstrukts der Entitativität, wieder weniger stark betont (Brewer, Weber & Carini, 1995; Yzerbyt, Rocher & Schadron, 1997).

Eine Kombination von unabhängigen Variablen aus der SIT/SCT und aus der Social Cognition ist eher selten (z.B. Reynolds & Oakes, 1999; 2000), in der Verbindung von sozialer Kategorisierung und Aufmerksamkeitsfokus aber notwendig. Zusätzlich muss geklärt werden, auf welcher Seite (perceiver oder target) die soziale Kategorisierung zwingend notwendig ist. Man könnte argumentieren, dass auch eine gemischte Erklärung, z.B. Social Cognition-Prozesse auf perceiver-Seite und beispielsweise ein hoch entitatives target (SCT-Perspektive) eine tragfähige und sinnvolle Kombination zur Erklärung von Stereotypentstehung sein kann. Einerseits kann die Kategorisierung des targets ein Stereotyp aktivieren (Kawakami, Young & Dovidio, 2002), andererseits kann die Kategorisierung des oder der perceiver die Stereotypisierung eines nicht kategorisierten targets bedingen (Yzerbyt, Castano, Leyens & Paladino, 2000).

Es stellt sich die Frage, ob eine solche Distinktion der Perspektiven dem Erkenntnisgewinn im Bereich der Stereotypentstehung zuträglich ist. Es ist daher sinnvoll, die entscheidenden Bedingungen aus beiden Ansätzen auf empirischer Basis zu identifizieren, um daraus ein Prozessmodell für die Erforschung von Stereotypentstehung zu entwickeln.

2.6 Zusammenfassung der Kritik

Werden die vorgestellten Kritikpunkte, die hauptsächlich von Yzerbyt, Rocher und Schadron (1997) und Haslam et al. (1998b) zusammengefasst werden und die vorgetragenen Mängel der Erforschung der Stereotypentstehung aggregiert, so verdeutlichen sich vier Bereiche von Schwachstellen.

Der erste Aspekt der Kritik bezieht sich zunächst auf die Verwendung von wenigen bestimmten Stereotypinhalten, z.B. Frauen, Afro-Amerikaner, etc. und Stereotypvalenzen, z.B. negativ oder diskriminierend. Mittels solcher „starker“ Inhalte und Valenzmerkmale besteht die Gefahr der vorzeitigen Bestätigung von AVn. Insbesondere weil die meisten Forschungsfragestellungen in beiden Theoriebereichen, SIT/SCT und Social Cognition-

Perspektive auf diese Objektstärke angewiesen sind. Die SIT/SCT nutzt Stereotype vornehmlich als funktionale Objekte zur Ausdifferenzierung und Erklärung von Intergruppenkontexten. Die Social Cognition-Perspektive verwendet Stereotype als Beispielkonstrukt zur Erklärung von individuellen kognitiven Phänomenen, bzw. Mechanismen auf der Seite der perceiver. Negativ zu bewerten ist auch die geringe Integration der beiden zentralen Theoriebereiche innerhalb der Stereotypforschung.

Als zweiter Kritikpunkt wird der zentrale Teilaspekt der Operationalisierung, d.h. die eingesetzten Messinstrumente betont. Dabei kann über die zumeist verwendeten abgeschlossenen Merkmalslisten nur ein vorgefertigter Inhalt und die Valenz des Stereotyps gemessen werden. Weiterhin ist in diesen Merkmalslisten ein angenommener Konsens des Stereotyps eingebaut. Für die Messung von Stereotypentstehung sind beide Aspekte problematisch.

Der zweite Kritikpunkt verweist auf den dritten Kritikaspekt, der sich ausschließlich mit dem Definitionsmerkmal „Konsens“ von Stereotypen auseinandersetzt. Das Konstrukt Konsens liegt in unterschiedlichen Konzeptionen vor. Dem angenommenen und zumeist verzerrten Konsens, z.B. dem FCE, ist eher die individualistische Social Cognition-Perspektive zugeordnet, dem tatsächlichen Konsens die SIT/SCT. Eine Stereotypentstehung, die tatsächlichen Konsens als Definitionsmerkmal enthält, ist mittels dieses subjektiven Konsensverständnisses nicht nachweisbar. Hinzu kommt, dass die Messung von tatsächlichem Konsens empirisch kaum umgesetzt wird, was im Gegensatz zur starken theoretischen und definitorischen Bedeutung des Konzepts steht.

Der vierte Kritikpunkt fasst die aufgezeigten Lücken in der Stereotypforschung zusammen, die auf eine nicht vorgenommene, empirische Überprüfung der Stereotypentstehung hindeuten. Elementare Anteile der Stereotypdefinition, z.B. der Konsens, sind nicht empirisch mit der Stereotypentstehung verknüpft. Es besteht eine Integrationsmöglichkeit der beiden theoretischen Perspektiven, SIT/SCT und Social Cognition, mittels der Fragestellung, ob tatsächlicher Konsens als Bedingung oder als Parallelprozess der Stereotypentstehung zu verstehen ist.

Damit lassen sich drei Richtungen ausmachen, entlang derer sich die zukünftige Forschung bewegen sollte. An erster Stelle steht eine Fokussierung auf kognitiv-motivationale Prozesse der stereotypisierenden Person und ihre soziale Identitätslage, also

nicht mehr allein die Manipulation des *targets*, sondern eine Analyse gerade des *perceivers* auf Dimensionen, die entweder ihn allein oder gemeinsam mit dem *target* umfassen. Zum Zweiten folgt eine Auseinandersetzung mit der Entstehung eines Stereotyps. Um möglichst an die reinen, sozial unverfälschten Bedingungen der Stereotypentstehung heranzukommen, also ohne den kulturell überformten Wissensspeicher, der sich im Verlauf eines Lebens akkumuliert, ist eine Experimentalbedingung notwendig, die diese artifiziellen Eigenschaften aufweist. Artifiziell deshalb, weil sich das angehäuften Wissen nie ganz ausschließen lässt. Die *conditio ex nihilo*, also die Stereotypentstehung aus dem Nichts, stellt demnach nur eine analytisch sinnvolle Konstellation dar, um die Einflüsse gewisser, zu manipulierender Größen zu bestimmen. Hier liegt die „Geburtsmetapher“ nahe, die den Rahmen des Interesses eingrenzt. Es geht um die Analyse der ersten Lebensmomente kurz vor und nach dem ersten Schrei. Um in der Figur zu bleiben: es ist wahrscheinlich, dass das Kind zu diesem Zeitpunkt zwar noch keinen Namen besitzt, bereits aber mit ersten Inhalten, die sich im Verlauf der Entwicklung noch ändern können, ausgestattet ist. Zur Detektion dieser fragilen Konstruktion der Wissensstruktur, die sich möglicherweise in ein stabiles, später kulturell überformtes Stereotyp wandeln wird, ist dann drittens eine *Prozessanalyse* der intragruppalen Entwicklung der *perceiver* nötig, um beispielsweise frühe, sich entwickelnde abhängige Maße wie den Konsens zu erheben. In diese Prozessanalyse wirkt der soziale Kontext selbstverständlich mit hinein, doch ist es an dieser Stelle von Bedeutung, den individuellen kognitiven Zustand der Personen zu erfassen, bzw. zu manipulieren. Gerade durch die Kombination beider Ansätze, Kategorisierung als soziales Produkt und Kategorisierung als individuelle energiesparende Ordnungsfunktion, ist mit einem tieferen Verständnis der Stereotypentstehungsprozesse zu rechnen. Eine einseitige Betrachtung würde die Erklärungslücken und die Interpretationsgräben nur vergrößern.

Wenn man mit etwas Abstand auf die Forschung zu Stereotypen blickt, so erkennt man, bildlich gesprochen, einen bunten Warenkorb, in den einige Warengruppen besonders gerne gelegt werden, z.B. SIT/SCT oder Social Cognition-Perspektive, und andere immer wieder darin vorkommen, aber keine genauen Inhaltsstoffe über sie auf den Verpackungen angegeben werden, z.B. der Konsens. Der Einkaufswagen ist voll, was den intellektuellen Konsum stimuliert und gleichzeitig unkonsumierbar bedrohlich macht. Weder die Stereotypdefinitionen, noch die alten Ordnungsansätze von Lippmann (1922) oder neuere Vorschläge, wie eine Trennung in eine Konstellation von Überzeugungen über Mitglieder

sozialer Gruppen vs. einer kognitiven Modalität des Denken über andere Menschen und ihre Gruppenmitgliedschaften (Operario & Fiske, 2001), können eine wirkungs- und sinnvolle Ordnung herstellen. Die Pluralität bleibt. Eine Auseinandersetzung mit speziellen Aspekten der Stereotypforschung muss daher bedeuten, dass der Warenkorb grundsätzlich weiter gefüllt werden kann, für einzelne Produkte, d.h. die Stereotypentstehung in einer integrierten SIT/SCT und Social Cognition-Perspektive, jedoch ab jetzt in den Bioladen gegangen werden sollte.

Es scheint nicht möglich zu sein, eine eindeutige Entscheidung für eine der beiden Akzentuierungen der Kategorisierung, soziale Identifikation vs. Ressourcenökonomie, allein auf der Basis der Theorie oder ihrer entsprechenden empirischen Befunde zu vertreten. Eine Entscheidung kann nicht argumentativ oder empirisch innerhalb der beiden Perspektiven vorgenommen werden, sondern es ist eine Integration beider Ansätze geboten, um einen *Ausgangspunkt* zu definieren. Dazu ist eine Erweiterung der theoretischen Rahmen um ein neues Konzept notwendig (siehe Abb. 1).

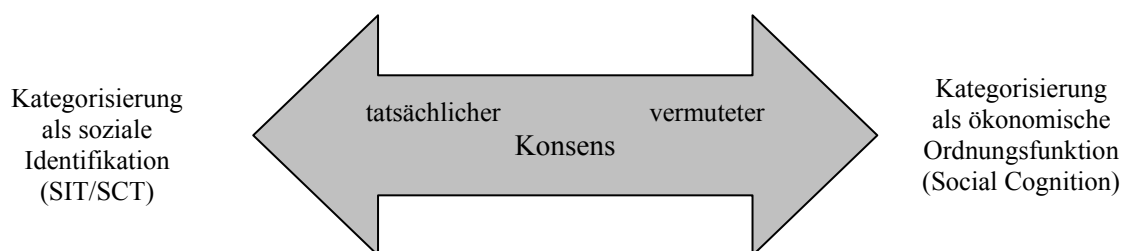


Abb. 1: Der Einfluss des Konsens auf die Auswahl des theoretischen Erklärungsrahmens.

Erst durch die Einführung und der Spezifikation der Konsensforderung (tatsächlich vs. vermutet) ist es möglich, eine Präferenz für eines der beiden Konzepte zu entwickeln. In dem Falle, in welchem ein tatsächlicher Konsens als bedeutsam angesehen wird, spricht dies für die SIT/SCT-Perspektive. Im Gegensatz dazu verschiebt ein weniger wichtiger tatsächlicher Konsens, bzw. ein scheinbarer Konsens die Erklärungsdominanz auf die Seite der Social Cognition-Perspektive. Mit der Darstellung des verwendeten Konsensbegriffs in der Stereotypforschung von Haslam et al. (1998b) ist eine Argumentation vorgestellt worden, warum die theoretisch auch von der Social Cognition-Perspektive eingeführte, aber begrifflich anders ausgestaltete Konsensforderung eine Präferenz für das

Kategorisierungskonzept im Sinne der SIT/SCT darstellt. Damit bleiben allerdings die Social Cognition-Ansätze nicht außen vor. Es ist nunmehr möglich, eine Hypothese mit der Postulierung eines klaren Ausgangspunkts der Kategorisierung zu formulieren und gleichzeitig Social Cognition-Variablen im Verlaufsprozess des Stereotyps mit zu beachten, bzw. in der Folge hypothesentestend zu operationalisieren.

Daher sollen im folgenden Kapitel die Anforderungen an ein Untersuchungsparadigma zur Messung der Stereotypentstehung, d.h. der initiale Kategorisierungsprozess und die damit verbundenen individuellen kognitiven Prozesse, detaillierter beschrieben werden.

2.7 Anforderungen an ein neues Untersuchungsparadigma

In diesem Kapitel werden die aus der Kritik und den theoretischen Ansätzen abgeleiteten Anforderungen an das Forschungsparadigma zusammengeführt und jeweils die methodische Umsetzung dokumentiert. Dabei können in Teilbereichen, z.B. bei der Anonymität eindeutige Lösungen erreicht werden, die dann auch beschrieben sind. Bei anderen Anforderungen, wie der Auswahl des Konsensmaßes, ist die Auswahl nur mit einer Entscheidung auf der Basis einer diskursiven Abwägung möglich. In diesem Fall wird die Debatte hier vorgestellt.

2.7.1 „Inhaltsleere“ Kategorien und Anonymität in der Kommunikation

Wird der erste Kritikpunkt, die Verwendung vorgefertigter Stereotypinhalte, umgesetzt, so ergibt sich die Anforderung, dass zumindest schwache, bzw. besser keine Inhalte mit dem Stereotyp verbunden sind. Diese Anforderung erscheint im Kontext der Stereotypentstehung auf den ersten Blick widersprüchlich und problematisch. Einerseits soll das target inhaltsleer sein, andererseits soll zur Stereotypentstehung ein Intergruppenkontext, der notwendigerweise mit Inhalten gefüllt sein muss, verwendet werden. Mit dieser Anforderung ist daher ein weiterer methodischer Aspekt verbunden: die Verwendung inhaltsleerer Kategorien.

2.7.1.1 Anforderung 1

Um die Stereotypentstehung in den Geburtsmomenten beobachten und analysieren zu können, ist ein „Reinraum“ vor dem kognitiven Operationsaal notwendig. Es ist unmöglich, das seit der Geburt akkumulierte Erfahrungswissen der Menschen ganz auszuschalten, doch muss nach Möglichkeiten gesucht werden, die ein fast inhaltsleeres target herstellen, das dann von Grund auf neu bewertet werden kann.

2.7.1.2 Umsetzung 1: Die (quasi-) minimale Kategorisierung

Die Anforderung, keine vorgefertigten Inhalte mittels der Kategorisierung zu vermitteln, stellt an sich ein paradoxes Kriterium dar. Als Teillösung für dieses Paradoxon bietet sich das Minimale Gruppen-Paradigma an. Im Zuge der Replikation der klassischen Intergruppenforschung (z.B. Sherif, 1966; Sherif et al., 1961) in den 70er Jahren mit nicht natürlichen, d.h. minimalen Gruppen (Billig & Tajfel, 1973; Tajfel, 1970; Tajfel & Billig, 1974; Tajfel, Billig, Flament & Bundy, 1971) wurden die Befunde der Eigengruppenbevorzugung bestätigt. Eine Gruppenzugehörigkeit konnte allein durch subjektive Wahrnehmung der Zugehörigkeit erzeugt werden. Mit anderen Worten wird die Gruppe im Individuum dargestellt. Dafür müssen die Gruppen nicht weiter definiert oder inhaltlich ausgestaltet werden, vielmehr reicht eine einfache Benennung einer Gruppe in eine Mitgliedschaft für die Individuen aus, um sich mit dieser Gruppe zu identifizieren und die eigene Gruppe gegenüber einer anderen minimal definierten Gruppe zu bevorzugen. Die MGP-Befunde konnten vielfach repliziert werden (Doise et al., 1972) und werden in ihrer grundsätzlichen Operationalisierungsform auch in dieser Arbeit verwendet. Die klassischen Maße zur Bestimmung der Wirkungsweise sind Matrizen, d.h. Zuordnungsmuster, in denen Ressourcen zwischen der in-group und der out-group aufgeteilt werden (zus. Bourhis & Gagnon, 2001). Diese AV wird in dieser Arbeit nicht verwendet, da sie als Verhaltensmaß keine Aussage über die Stereotypentstehung selbst machen kann, sondern die Verteilungsmuster eher eine Auswirkung eines entstandenen Stereotyps sein können.

Schon mit der kategorialen Benennung der minimalen Gruppen sind Inhalte verbunden, wenn sie über ein „wir“ vs. „ihr“ bzw. „Deine Gruppe“ gegen eine „andere Gruppe“ hinausgehen. Mit anderen Worten ist für die Stereotypentstehung an sich eine minimale Gruppe notwendig. Ein entscheidendes Merkmal des Konzepts und der Operationalisierung im MGP ist, dass die Versuchspersonen individualisiert das Experiment durchlaufen können. Der intergrupale Kontext existiert im Kopf, mit der anderen Gruppe besteht kein Kontakt. Im Bereich der interindividuellen Eindrucksbildung wird diese Bedingung als „zero acquaintance“, d.h. als Nullbekanntschaft, bezeichnet (Albright, Kenny & Malloy, 1988). Im vorliegenden Fall ist es allerdings nicht ausreichend, auf der Seite der perceiver nur mit einer Person zu operieren. Es sind mindestens zwei weitere Vpn notwendig, um eine Gruppe auf der in-group- Seite zu generieren. Die Gruppe ist notwendig, um den tatsächlichen und nicht nur den subjektiven (und damit vermutlich verzerrten) Konsens (siehe Kapitel 2.4.) messbar

zu machen. Die minimalen Gruppen sind also auf der in-group-Seite nicht mehr so minimal, da sie tatsächlich existieren und innerhalb der Gruppe auch miteinander interagieren. Dies stellt einen bedeutenden Unterschied zum klassischen MGP dar, in dem die Experimente mit Einzelpersonen durchgeführt werden. Man kann das hier verwendete Setting daher als quasi-minimales Gruppenparadigma bezeichnen.

Durch die in-group-Interaktion besteht die Gefahr, dass interindividuelle Unterschiede vermehrt wahrgenommen werden und so die Wahrnehmung der eigenen Gruppe als Gruppe im Interaktionsprozess zerfällt. Diese Gefahr ist insbesondere gegeben, da die Bindung an die Gruppen aufgrund der Inhaltsleere als sehr gering einzuschätzen ist. Um diese Gefahr einzudämmen, wird eine medienvermittelte Kommunikationsform verwendet, die dem Zerfallsprozess aufgrund von individuierender Informationsanreicherung mittels sozialer Sparsamkeit in der Reizübermittlung entgegensteht.

2.7.1.3 Umsetzung 2: Computervermittelte Kommunikation

Mittels des Einsatzes von computervermittelter, textbasierter Kommunikation lassen sich die Anforderungen der Anonymität zur Aufrechterhaltung der quasi-minimalen Kategorisierung experimentell umsetzen. Unter computervermittelter Kommunikation (cvK) wird eine medienvermittelte Interaktionsform verstanden, die im speziellen Fall der hier stattfindenden experimentellen Anwendung synchron gestaltet ist (d.h. alle Tn können gleichzeitig Botschaften schreiben und absenden), nur Textbotschaften ohne Formatierungen zulässt und bei der die Interaktionspartner nicht kopräsent, d.h. nicht in einem Raum anwesend sind. Für die cvK wurde soziale Sparsamkeit im Sinne einer reduzierten nonverbalen und paraverbalen Reizübertragung (Kiesler, Siegel & McGuire 1984) oder fehlender Koordinationstechniken wie Sprecherwechsel festgestellt. Dubrovsky, Kiesler und Sethna (1991) konnten zeigen, dass die cvK-Situation statusnivellierende Eigenschaften besitzt, was zu einer Gleichstellung der Interaktionspartner führt. Die relative Anonymität, die Sparsamkeit der Reizübertragung und die Nivellierung sozialer Stati werden als Begründung dafür herangezogen, dass es in der cvK zu desinhibiertem Verhalten, dem sog. „flaming“ kommen kann (Hiltz, Turoff, & Johnson, 1989; Lea & Spears, 1992; Siegel, Dubrovsky, Kiesler, & McGuire, 1986). Für den experimentellen Einsatz ist diese Eigenschaft von Vorteil, da dann mit einer stärkeren Äußerung von potenziell stereotypen Inhalten zu rechnen ist. Auch folgt die Eindrucksbildung per cvK anderen Prinzipien als der face-to-face-Prozess. Walther (1996, 2000) postuliert in seinem Modell der „hyperpersonal perspective“ auf der

Empfängerseite idealisierte Wahrnehmungsprozesse und für die Senderseite selektive Selbstpräsentation. Dem Medium selbst schreibt Walther über Feedbackschleifen eine unterstützende, steigernde Funktion der sender- und empfängerseitig stattfindenden Prozesse zu. So können genannten Eigenschaften der cvK, die teilweise als Nachteile, bzw. zumindest als Grund für Prozessverluste angesehen werden, in diesem Paradigma als Vorteile umgewidmet werden.

2.7.2 Modellfreiheit des Stereotypinhalts

Unter der Modellfreiheit sind zwei Aspekte zusammenzufassen: der eine Aspekt betrifft das Messinstrument, der andere Aspekt den zu messenden Inhalt.

2.7.2.1 Anforderung an das Messinstrument

Aus der Zusammenfassung der Kritik in Kapitel 2.6 wird deutlich, dass Listen mit Attributen über das zu bewertende target dem perceiver nicht mehr die Möglichkeit lassen, eine eigene Dimensionalität des Stereotypinhalts zu entwickeln. Das Stereotyp bewegt sich damit auf den vorgegebenen Bahnen des Experimentators und eine schwache Ausprägung der Attribute kann einerseits die Negation des Stereotyps bedeuten, andererseits nur ein Ausdruck dafür sein, dass die Versuchsperson ein eigenes Stereotyp nicht auf den vorgegebenen Dimensionen verankern kann. Im Falle des Stereotypforschungsaspekts der Entstehung ist diese Limitierung eine essentielle Einschränkung und muss daher weitestgehend umgangen werden. Die narrativen Beschreibungen (Sedikides & Anderson, 1994), bzw. organizational themes (Bodenhausen, Macrae & Sherman, 1999) lassen sich nicht verwenden, da so keine vergleichende Messung innerhalb der Gruppen möglich ist (Haslam et al., 1998b). Aufgrund der geforderten Inhaltslosigkeit der Kategorien ist es auch nicht möglich, die wahrscheinlichkeitstheoretische Erweiterung der Merkmalslisten (McCauley & Stitt, 1978) einzusetzen, da dieses Verfahren gerade benannte Referenzkategorien für die Verknüpfung (Merkmal zu Kategorie) und die Wahrscheinlichkeitsberechnung in der Analyse benötigt. Bereits 1994 haben Stangor und Lange auf die Vorteile der freien Assoziationstechniken im Zusammenhang mit der Messung von Stereotypinhalten hingewiesen. An erster Stelle steht für sie der Ausdruck der assoziativen Stärke des Begriffs mit der Kategorie und weiterhin die inhaltliche Offenheit bei der Bildung der Attribute. Als Ausdruck eines Stereotyps verstehen sie die Beschreibung des targets mittels der gewonnenen Attribute durch die bewertende Person, bzw. Personen.

2.7.2.2 Umsetzung mittels Freelisting

Zur Umsetzung der geforderten Modellfreiheit eignet sich besonders die Technik der freien Assoziation. Das Verfahren ist an sich alt und hat in den vergangenen Jahren in der Psychologie eine Renaissance erlebt, nachdem es aufgrund seines explorativen Charakters und damit eng verbunden problematischer Standardisierbarkeit eher in der kognitiven Anthropologie (Weller & Romney, 1988) und ihrer Feldforschung, bzw. im angewandten Bereich der kreativen Ideenproduktion, z.B. des Brainstormings (Diehl & Stroebe, 1991), verwendet wurde. Das Verfahren ist denkbar einfach. Nachdem ein Stimulus oder ein sozialer Kontext, zu dem assoziiert werden soll, gegeben wurde, hat die befragte Person die Möglichkeit, schriftlich oder mündlich ihre Assoziationen zu produzieren. Mittels einer vorgetesteten Frage kann dabei auch noch der semantische Charakter der Assoziationen von Adjektiven über Substantive zu Halbsätzen variiert werden. An die freie Assoziation kann eine evaluative Bewertung der eigenen Assoziationen angeschlossen werden. Zusammengefasst ist es mittels der freien Assoziation möglich, den Versuchspersonen die individuelle Freiheit der inhaltlichen Ausrichtung ihres semantischen Raums zu geben, in dem sie die Beschreibung, in diesem Falle einer sozialen Entität, vornehmen.

Da es sich in der hier vorliegenden Operationalisierung um den Versuch handelt, zwei bestehende Kritikpunkte, Modellfreiheit und Konsensmessung, an der Stereotypforschung auszuräumen, bzw. sinnvoll miteinander zu verknüpfen, ist es notwendig, ein Verfahren zu entwickeln, das einerseits geringen inhaltlichen Einfluss seitens der Experimentatoren aufweist, jedoch andererseits die Möglichkeit zum Vergleich der individuellen Bewertungen und der Berechnung eines Konsenswertes bietet. Die zwei daraus ableitbaren Anforderungen sind *Modellfreiheit* und *Standardisierung*. Die sich ergebende Analyseeinheit ist die Gruppe, da die freien Assoziationen auf Gruppenebene aggregiert werden und so für jede Gruppe ein spezifischer Inhalt generiert wird. Es müssen dafür die individuellen Assoziationen der Gruppenmitglieder zu einem Merkmalsfragebogen zusammengefügt werden, der dann eine Bewertung im Sinne der klassischen Attributliste (Likert-Skala mit Endpunkten wie „trifft nicht zu“ und „trifft zu“) und eine Berechnung des Konsens bei der Bewertung möglich macht.

Für die Umsetzung der Anforderungen des Messinstruments eignet sich die computervermittelte Durchführung. Mit diesem Medium können die Ergebnisse einer Abfrage von freien Assoziationen verbunden mit einer Eingabe in eine Datenbank in kurzer zeitlicher

Abfolge zu einem Fragebogen, bestehend aus den individuellen Assoziationen der Gruppenmitglieder, zusammengesetzt werden. Die dafür notwendigen Programmskripte können in php erstellt und mittels einer MySQL-Datenbank umgesetzt werden. Im Detail sieht der Ablauf wie folgt aus: Jede der drei Versuchspersonen assoziiert frei drei Begriffe; diese Begriffe werden in die Datenbank geschrieben, auf die eine php-Skriptseite mit einer Zählfunktion kontinuierlich (refresh der Seite im Sekundenabstand) zugreift. Sobald neue Einträge vorgefunden werden, wird ein Fragebogen aus diesen Begriffen zusammengesetzt und den Versuchspersonen beim nächsten refresh ausgegeben.

2.7.2.3 Inhaltslosigkeit und Interaktionskontext

Die relative Inhaltslosigkeit der Stereotype dient dazu, dass die Versuchspersonen bei der Stereotypbildung möglichst nicht auf erinnerte Erfahrungen zurückgreifen können oder mit anderen Worten, dass auch die Vpn weitgehend modellfrei an das target herangehen. Dies wirft die grundsätzliche Frage auf, ob in einem über die quasi-minimale Kategorisierung erzeugten informationsarmen Kontext, der gleichbedeutend mit einer Nullkontaktsituation mit der zu bewertenden Gruppe ist, überhaupt Stereotype ausgedrückt werden können. Park & Hastie (1987) konnten zeigen, dass Stereotype auch schon bei minimalem Kontakt mit dem target geäußert wurden. Die Studie von Kanugo und Das (1960) belegte diese Fähigkeit der Versuchspersonen unter der drastischeren Versuchsbedingung des Nullkontakts.

Weiterhin muss das Format der Interaktion beachtet werden. Um die die Stereotypentstehung hemmenden Prozesse wie soziale Erwünschtheit, d.h. die Nicht-Äußerung von Stereotypen aufgrund von angenommener negativer Konnotation durch die Gesellschaft (zus. Paulhus, 2002) oder aufgrund eines Sättigungseffekts (Ruscher & Duval, 1998) zu verhindern, sollte das Thema der in-group-Interaktion nicht das Stereotyp selbst sein. Wie in Abschnitt 2.7.1 beschrieben, unterstützt das computervermittelte Interaktionsmedium die Verringerung des Einflusses der sozialen Erwünschtheit, doch sollte das Problem nicht nur rein medial, sondern auch operational angegangen werden. Zur operationalen Lösung dieser Anforderung bietet sich einerseits ein common-bond-Setting an, also ein Aufgabenfokus, d.h. die gemeinsame Lösung einer Aufgabe, die in den Kontext der zwei sozialen Entitäten eingebettet ist. Eine zweite Möglichkeit ist das common-identity-Setting, das als Interaktionsthema die eigene Identität verwendet und nur auf dieser Ebene, nicht auf der Stereotypinhaltsebene, eine Differenzierung zur anderen sozialen Entität vornimmt.

2.7.3 Prozessanalyse der Konsensentwicklung

Wie in Kapitel 2.4 dargestellt, kann zwischen subjektiver Übereinstimmung (die erst nachträglich in der Analyse als Konsens bezeichnet wird und die zumeist mit Verzerrungen einhergeht) und tatsächlich existierendem, also subjektiv wahrgenommenem (und nachträglich objektivierbarem) Konsens unterschieden werden. Zur Messung des letzteren Konsenskonzepts ist eine Gruppe notwendig, die Konsens bilden kann, ein Messinstrument, welches die Berechnung zulässt, und eine Experimentalbedingung, die nicht nur ein Black-Box-Modell vorsieht, sondern auch und gerade eine Analyse der Gruppenprozesse.

2.7.3.1 Anforderung 2

Der Konsens muss messbar gemacht werden. Dafür ist grundlegend eine tatsächlich existierende und interagierende Gruppe notwendig, die ihren jeweiligen Konsensprozess zwischen den Mitgliedern validieren kann. Um nicht nur zwei Maße zur Verfügung zu haben und damit der Gefahr ausgesetzt zu sein, den Konsens moderierende oder mediierende Faktoren zu übersehen, sind drei Messzeitpunkte notwendig und sinnvoll. Die messinstrumentale Grundlage, auf der ein Konsens berechnet werden kann, ist mit der gruppenspezifisch erzeugten Merkmalsliste (siehe Abschnitt 2.7.2) gegeben. Zur Messung des Konsens selbst muss ein geeignetes Maß ausgewählt werden, das die gewünschten Erkenntnisse über den tatsächlich in der Gruppe existierenden Konsens liefern kann.

2.7.3.2 Umsetzung 1: Die Auswahl des Konsensmaßes

Ein Maß für tatsächlich subjektiv wahrgenommenen Konsens ist, wie in Kapitel 2.4. berichtet, ein Maß zweiter Ordnung, da dieses auf der Basis der Ergebnisausprägungen einer anderen AV berechnet wird. Eine Messung als primäres Maß z.B. mittels eines eigenen Fragebogens, würde die Ergebnisse verzerren, etwa durch soziale Erwünschtheits- oder Probandenerwartungseffekte. Im Ergebnis würde dies vermutlich zu einem FCE führen. Im vorliegenden Fall der Stereotypentstehung ist das Primärmaß die Bewertung der Assoziationen über die out-group durch die in-group-Mitglieder. Mit einem Konsensmaß kann die Gleichartigkeit der Bewertung auf dem Primärmaß bestimmt werden. Dabei ist das Konsensmaß vom Primärmaß unabhängig. Dies bedeutet, dass ein hoher Konsens über insgesamt (=gruppenbezogen) hohe Zustimmung zur Bewertung ebenso wie auch über geringe Zustimmung möglich ist. Mit anderen Worten ausgedrückt ist es theoretisch möglich, dass ein Konsens darüber existiert, dass einer Beschreibung stark zugestimmt, dass keiner

Beschreibung zugestimmt und dass einem differenziertem Beschreibungsmuster zugestimmt werden kann.

Bei der Auswahl des Konsensmaßes stehen eine Reihe von verschiedenen Maßen zur Verfügung. Da die Messung von Konsens nicht zu den Standardverfahren in der Sozialpsychologie oder den Sozialwissenschaften überhaupt gehört, hat sich bis heute kein Verfahren durchsetzen können. Diese Methodenpluralität ist zudem der Tatsache geschuldet, dass die theoretischen Konzeptionen von Konsens weit differieren (siehe Kap. 2.6) und die von den jeweiligen AutorInnen verwendeten Verfahren zumeist den Ansprüchen ihres konzeptionellen Ansatzes genügen. Für die hier vorgenommene Definition von Konsens kommen daher vier verschiedene Maße in Frage. Diese werden nun im Einzelnen vorgestellt und abschließend ihre Vor- und Nachteile abgewogen, so dass eine Entscheidung für ein Maß getroffen werden kann.

Die kognitiven Anthropologen Romney, Weller & Batchelder (1986) schlagen ein Maß vor, das Konsens als übereinstimmende Genauigkeit von unabhängig abgegebenen Informationen versteht. Sie verstehen Konsens als Ausdruck einer übereinstimmenden Informantengenauigkeit. Diesem Konstrukt liegen drei Axiome zu Grunde:

1. Eine allgemeine Wahrheit, d.h. ein Grundkonsens wird als existent angenommen. Dies gilt für alle Mitglieder einer Kultur, die damit ihre kulturelle Realität, die nicht näher definiert werden muss, teilen.
2. Die lokale Unabhängigkeit, d.h. die Abweichungen zwischen den Subjekten werden als zufällig angesehen.
3. Die Homogenität der Objekte, d.h. die zu bewertenden Items, bzw. die zu beantwortenden Fragen befinden sich auf einer Stufe des Schwierigkeitsniveaus oder Komplexitätsgrades.

Hohe Informantengenauigkeit wird durch ein hohes Maß an „richtigen“ Antworten bedingt. Bei einer eindeutig richtigen Antwort wäre der Messvorgang einfach, d.h. man würde einen Quotienten aus der Anzahl der richtigen Antworten und der Gesamtfragemenge bilden. Da jedoch die richtige Antwort zumeist nicht bekannt ist, muss diese aus der Gesamtheit der Subjekte geschätzt werden. Aus dem so gebildeten Antwortschlüssel kann wiederum ein Maß für die subjektbezogene Kompetenz abgeleitet werden. Dieses Maß steht vor dem Hintergrund der Taxonomie von Objekten in kulturanthropologischen Studien (z.B. Romney

et al., 1996). Diese Zugehörigkeitsmessungen haben eine solchermaßen geartete Gemeinsamkeit mit den Bewertungs- und Passungsmessungen, dass in beiden Messungen eine potentiell unendliche Menge von Objekten in der Messung vorkommen kann. Dort ist es die nicht näher definierte Menge der Objekte und hier der durch die freie Assoziationsmethode gesamt zur Verfügung stehende semantische Raum zur Beschreibung einer sozialen Entität. Unterschiede sind ebenfalls vorhanden. Diese beziehen sich auf das Frageformat (reine Nennung oder Ähnlichkeitsbewertung vs. Bewertung auf einer endlichen Likert-Skala) und auf die Stichprobengröße (größere Personengruppen ab ca. 20 Personen vs. Dreiergruppen). Fraglich ist weiterhin, ob das erste Axiom auch für den hier existierenden Fall ohne weiteres angenommen werden kann. Sicher gibt es einen kulturellen Grundkonsens der Subjekte, nur ist es problematisch, ob dieser hier zur Debatte steht oder eher ein Grundkonsens auf die Einschätzung einer unbekanntes Entität. Aus meiner Perspektive ist die Forderung dieses Axioms zu weitgehend und kann nicht ohne weiteres erfüllt werden. Aufgrund der mathematischen Fundierung des Konstrukts entsteht ein weiteres Problem. Zur Schätzung des Antwortschlüssels bei n Objekten sind $n + 1$ Subjekte notwendig. Eine genügend große Objektmenge wäre zu gewährleisten, wenn die Analyse über alle Individuen eines experimentellen Designs durchgeführt würde. Wenn allerdings eine Dreiergruppe die Analyseeinheit darstellt und darstellen muss, da die anderen Gruppen ja mit potenziell anderen Objekten zur Beschreibung einer potenziell anders vorgestellten Entität operieren, kann diese Bedingung bei mehr als $n = 2$ Objekten nicht erfüllt werden, d.h. das Maß würde konstant keinen Konsens feststellen. Daher ist die Evaluation anderer Maße notwendig.

Die Arbeiten von Haslam et al. (1992; 1996c; 1998a; 1998b) machen sowohl ein theoretisches Argument für die Bedeutung des Konsens, wie auch einen Vorschlag zur methodischen Umsetzung. In der ersten Umsetzung (Haslam et al., 1992) wurde das Maß für jede Bedingung berechnet, was eine erste Schwäche darstellt. Eine weitere bedeutendere Problematik war die Unschärfe dahingehend, ob der Konsens durch eine Übereinkunft aller Versuchspersonen bezogen auf einige Bewertungsmerkmale oder durch die Übereinkunft einiger Versuchspersonen bezogen auf alle Bewertungsmerkmale zustande gekommen ist. Daher schlagen Haslam et al. (1996c) ein neues Maß vor, das auf der Ebene der einzelnen Versuchspersonen bestimmt, inwiefern die individuelle Auswahl von Bewertungsmerkmalen zum interpersonalen Konsens beiträgt. Dafür wird die Anzahl der individuell ausgewählten Items gezählt, die auch von den anderen Versuchspersonen in der gleichen

Versuchsbedingung ausgewählt wurden, und durch die maximale Häufigkeit geteilt, mit der das Item durch die anderen Versuchspersonen hätte ausgewählt werden können. Dieses Wahrscheinlichkeitsmaß zur Übereinstimmung ist strukturell analog zum Wahrscheinlichkeitsmaß der Differenzierung von Linville, Fischer und Salovey (1989). Das Konsensmaß von Haslam et al. war stark auf ihre Experimentalbedingungen zugeschnitten. In der Tradition von Katz und Braly (1933) war es in den Experimenten von Haslam et al. den VersuchsteilnehmerInnen überlassen, eine Teilmenge aus der Gesamtzahl der Eigenschaftsitems auszuwählen. Haslam et al. (1998b) kritisieren, wie in Abschnitt 2.4.2 bereits aufgeführt, die theoretische Konsensannahme und wollen gerade diese Art von Fragebögen und ihre in die Verwendung „hineingebaute“ Konsensannahme testen. Weiterhin war für Haslam et al. die Analyseeinheit das Individuum. Aufgrund dieser Limitierungen muss kritisch hinterfragt werden, ob diese Experimentalbedingungen den Ansprüchen Haslams et al. standhalten und ob das damit verbundene Maß weiterhin tauglich ist. Wie im Kritiküberblick in Kapitel 2.6 dargestellt, soll in dieser Arbeit eine modellfreie Messung in Kombination mit einer Konsensmessung in Bezug auf die bewertende Gruppe vorgenommen werden. Dies betont zwei Ansprüche:

1. Die Analyseeinheit für den Konsens ist die bewertende Gruppe.
2. Die Bewertung der sozialen Entität findet mittels der frei assoziierten Items statt. Eine erneute Auswahl der assoziierten Items widerspräche der assoziativen Annahme.

Das Konsensmaß von Haslam et al. (1996c) erfüllt diese Bedingungen nicht, weshalb zur Umsetzung der Anforderungen eine andere messmethodische Variante notwendig ist.

Auch Thompson, Judd und Park (2000) berufen sich auf das theoretische Argument von Haslam, verwendeten allerdings zur Messung des Konsens ein anderes Maß. Der Grund dafür lag in einem anderen experimentellen Setting, das ein Maß erforderte, in dem die Klasse, innerhalb der Vergleiche angestellt werden, eine Menge von n Mitgliedern sein kann, die mittels gegebenen n Items eine Bewertung einer sozialen Entität vornehmen. Die gewählten Intraklassenkorrelationen bezogen sich in ihrem experimentellen Setting auf eine Dreiergruppe von Versuchspersonen (=Klasse), die mittels sechs Items eine andere soziale Gruppe bewerten soll. Der Koeffizient, der in seiner Berechnung gepolten paarweisen Korrelationen gleicht (Judd & McClelland, 1998), berechnet, inwiefern die n Mitglieder der

Gruppe das gleiche Antwortmuster in Bezug auf die n Items haben. Bevor die Daten einer weitergehenden Analyse unterzogen werden, müssen sie z-transformiert werden, um Abweichungen von der Normalverteilung zu verringern. Thompson, Judd und Park (2000) schlagen aufgrund von geringen und nicht signifikanten Unterschieden in ihren empirischen Daten vor, die wahrgenommene zentrale Tendenz der Klassen bezogen auf den Konsens und nicht die wahrgenommene Streuung zu analysieren. Dafür müssen Intraklassenkorrelationen über die Ränge und die Standardabweichung der Klassen berechnet werden.

Dasselbe Maß, auch als Cohens κ (kappa) bekannt, findet sich bei Bortz und Döring (1995) für die Berechnung von Urteilerübereinstimmung. Theoretisch steht hinter der Annahme eines sozialen Konsens ein mächtigeres Konzept als hinter einer Urteilerübereinstimmung, jedoch sind die mathematischen Ansprüche in beiden Fällen gleich. In Bezug auf die Wahl der entsprechenden Intraklassenkorrelation (zentrale Tendenz vs. Streuung) soll hypothesentestend verfahren werden, d.h. bei einer Annahme einer Urteilerübereinstimmung bietet sich die Messung der zentralen Tendenz, bei der Annahme keiner Urteilerübereinstimmung die Messung der Streuung an.

Für die Berechnung des Konsens in den hier durchgeführten Experimenten wird ebenfalls der Intraklassenkorrelationskoeffizient bezogen auf die zentrale Tendenz innerhalb der Gruppen verwendet. Die Werte des Intraklassenkorrelationskoeffizienten κ bewegen sich modelltheoretisch zwischen -1 und 1 , wobei eine negative Übereinstimmung nur bei nicht normalverteilten Varianzen auftreten kann. Die Annahme der Normalverteilung bei der Bewertung ist jedoch Grundlage des hier eingesetzten Messinstruments der Merkmalsliste.

2.7.3.3 Umsetzung 2: Konsensmaß über drei Messzeitpunkte

Thompson, Judd und Park (2000) haben ihre Konsensmaße über verschiedene Klassen, d.h. Gruppen hinweg verglichen. Die Gruppen waren linear verknüpft, d.h. die spätere bekam die Information, aufgrund derer ggf. ein Stereotyp gebildet werden konnte, von einer vorigen Gruppe. Somit ist auch in ihrer Studie eine Konsensentwicklung betrachtet worden, allerdings wurde der Prozesscharakter über verschiedene Messzeitpunkte zwischen Gruppen erfüllt (Zwischensubjektfaktor). Auch dies kann bereits als Konsensentwicklung gelten, die Zielsetzung dieser Arbeit ist es jedoch, die Konsensentwicklung als Innersubjektfaktor zu beschreiben. Für dieses konservativere Verständnis von Konsensentwicklung sind drei Messzeitpunkte des Konsens in der gleichen Gruppe notwendig. Die konservativere Sicht ist

geboten, da mit einer Ausweitung der Menge derer, auf die sich ein Individuum oder eine Gruppe bei der Stereotypentstehung zahlenmäßig stützen kann, eine Majoritätsannahme der eigenen Bewertung bewirkt wird, die mit einer Konsensannahme einher gehen sollte.

2.7.4 Beschreibung des Versuchsablaufs

Aus den zuvor dargestellten Anforderungen an das Forschungsparadigma wurde ein im Folgenden grundsätzlicher Versuchsablauf entwickelt, der in seinem Grundprinzip für alle vier Experimente Geltung hat. Der Ablauf zeigt Parallelen zum Minimale-Gruppen-Versuchsaufbau, der, in verschiedenen Abwandlungen in der Intergruppenforschung schon früh verwendet wurde (Doise et al. 1972; Tajfel, Flament, Billig & Bundy, 1971). In dieser Arbeit wird der Versuchsaufbau jedoch entsprechend der notwendigen Komplexität der Abbildung der erwarteten Prozessentwicklung des Konsens angepasst. Zudem wurde versucht, bekannte Schwächen zu vermeiden. Doise et al. verwendeten eine minimale Kategorisierung mittels ästhetischer Präferenzen für Bilder und ordneten die Versuchspersonen diesen Kategorien zufällig zu. Die unabhängige Variable war eine kompetitive, bzw. kooperative erwartete Interaktion mit der out-group und in der Kontrollbedingung keine Interaktion. Die abhängige Variable bestand aus 19 evaluativen Merkmalspaaren und vier körperlichen Beschreibungsmerkmalen (ebenfalls gepaart) bezogen auf die out-group. Das Ergebnis zeigte die klassische out-group-Abwertung in der kategorisierten, kompetitiven Bedingung. Doise (1990) bewertet das eigene Experiment kritisch und führt an, dass eine abwertende, wenig wünschenswerte out-group-Beschreibung auch in der kooperativen Bedingung in abgeschwächter Form hätte auftreten können, wenn die Kategorisierung glaubwürdiger vorgenommen worden wäre. Deshalb wird in dieser Experimentalreihe in einer minimalen Kategorisierung auf eine inhaltliche Rahmensetzung verzichtet und eine reine in-group-out-group-Situation hergestellt (Experiment 1), bzw. in den folgenden Experimenten (2 - 4) eine tatsächliche Selbstkategorisierung der TeilnehmerInnen vorgenommen, um die Gruppenzugehörigkeit zu bestimmen. Weiterhin konnten Doise et al. (1972) zeigen, dass eine antizipierte Interaktion mit der out-group die Ergebnisse verstärkt, allerdings die Befunde auch ohne diese Antizipation bestehen bleiben. Daher wird die Interaktionsantizipation im ersten Experiment aufrechterhalten, da dort die Kategorisierung schwächer ist. In den folgenden Experimenten soll diese Antizipation gegebenenfalls zur Disposition gestellt werden, da die Selbstkategorisierung dort stärker wirken sollte und so die Komplexität des Experiments verringert und die Glaubwürdigkeit erhöht werden kann. Auf

die gesamten experimentenspezifischen Abwandlungen wird in der Beschreibung der Methode zu jedem Experiment hingewiesen. Der grundsätzliche schematische Ablauf wird in Abb. 2 verdeutlicht.

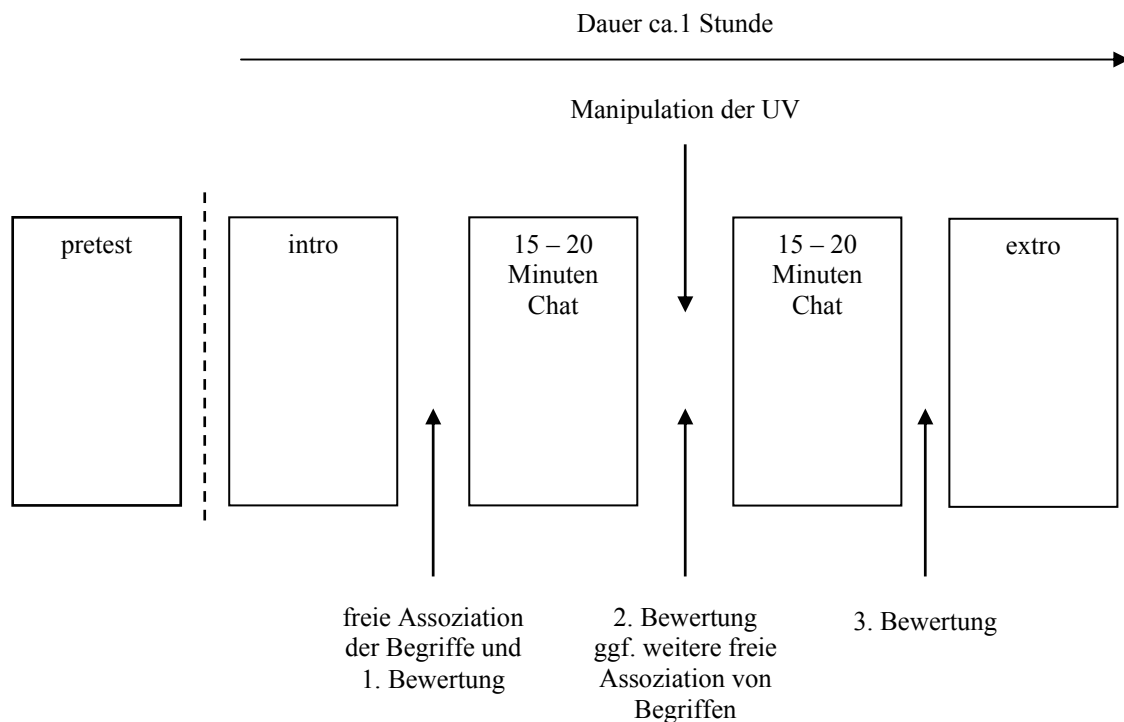


Abb. 2: Die schematische Darstellung des Experimentablaufs.

Im Rahmen des in Experiment 2 bis 4 durchgeführten Vortests zur Selbstkategorisierung können bereits in einem freien Assoziationsverfahren Begriffe generiert werden, die dann mit den Selbstkategorisierungsdaten in die Versuchspersonenauswahl für das jeweilige Hauptexperiment mit einfließen können. Die Vortests finden jeweils WWW-basiert statt.

Im Hauptexperiment wurden die Tn einzeln im Labor begrüßt und in die Versuchsräume geführt. Es ist zwar nicht Teil der unabhängigen Variable, dass sich die Tn untereinander nicht sehen dürfen, doch ist bei Aufrechterhaltung der Anonymität mit einer stärkeren Homogenitätsannahme in Bezug auf die eigene Kategorisierung in eine in-group zu rechnen. Dies ist notwendig, da die vorgenommenen Kategorisierungen relativ künstlich sind und daher vermutlich eher schwach und zeitlich wenig persistent ausfallen werden.

Interindividuelle Unterschiede, die die Kategorisierung gefährden können, werden so bereits im Vorfeld nicht verstärkt wahrgenommen. Während des Versuchsablaufs ist durch die soziale Sparsamkeit des Mediums ebenfalls nicht mit einer Wahrnehmung interindividueller Unterschiede und damit einer Gefährdung der Identifikation mit der recht künstlichen, eigenen Gruppe zu rechnen. Auf einer Startseite wurden den Tn weitere Informationen zum Versuchsablauf mitgeteilt. Danach folgte ein erster Messzeitpunkt bezüglich der Einschätzung der out-group. Hierfür wurden entweder bereits im Vortest generierte Begriffe verwendet oder die Begriffe wurden in einem freien Assoziationsverfahren im Moment generiert und dann skriptbasiert zu einem Fragebogen zusammengefügt. Nach dem ersten Messzeitpunkt folgte die erste Interaktionsphase per Chat (Windows Netmeeting 2.01 und 3.01), die vom Versuchsleiter initiiert und beendet wurde. Die Dauer lag bei ca. 20 Minuten. Bedingt durch eine Information auf der Homepage mit dem Chat wurde der Fokus des ersten Chats immer auf die eigene Gruppe gerichtet. Nach dem ersten Chat wurde entweder eine unabhängige Variable manipuliert, die Bedingungsmanipulation verstärkt oder in einer Manipulationskontrolle gemessen. Vor der zweiten Interaktionsphase befand sich ein weiterer Messzeitpunkt für die Einschätzung der out-group, für den ggf. weitere Begriffe durch die Tn generiert wurden, die dann zusätzlich zur ersten Begriffsmenge verwendet wurde. Die zweite Chatphase wurde analog zur ersten mit dem Unterschied durchgeführt, dass der thematische Fokus nun auf der out-group lag. Dieser Chat dauerte ebenfalls ca. 20 Minuten. Dem Chat folgte ein dritter Messzeitpunkt, zu dem keine weiteren Begriffe generiert wurden. Nach dieser Messung wurden weitere Daten zur Manipulationskontrolle und zur soziodemographischen Einordnung erhoben. Danach wurden die Tn aufgefordert, sich beim Versuchsleiter zu melden, der sie für Ihre Teilnahme bezahlte und über den wirklichen Versuchsinhalt aufklärte (debriefing).

2.8 Allgemeine Hypothesen

Nach der Darstellung des Forschungsparadigmas sollen nun die allgemeinen Hypothesen für die Untersuchung dargestellt werden. In der Beschreibung der jeweiligen einzelnen Experimente werden diese Hypothesen spezifiziert und operationalisiert.

Aus der in der SIT/SCT beschriebenen Ordnungsfunktion der komplexen sozialen Umwelt lässt sich für diese Untersuchung folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 1-1: Eine saliente Kategorisierung ist eine notwendige Bedingung für die Herausbildung eines Stereotyps.

Aus der in der SIT/SCT beschriebenen Eigengruppenfavorisierung lassen sich für diese Untersuchung folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 1-2: Im Verlauf der Auseinandersetzung findet eine inhaltliche Verdichtung und Anreicherung des Stereotypinhalts statt.

Hypothese 1-3: Im Verlauf der Auseinandersetzung findet eine zunehmend negative Bewertung der out-group statt.

Aus den Annahmen zur sozialen Geteiltheit von Stereotypen lässt sich für die Untersuchung folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 2-1: Im Verlauf der Auseinandersetzung mit der out-group nimmt der Konsens zu.

Aus der Social Cognition-Perspektive, insbesondere den Theorien zur Informationsverarbeitung und den Befunden zum Einfluss von Stimmung auf Stereotype, lässt sich für diese Untersuchung folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 3-1: Die Art der Informationsverarbeitung und der Stimmungszustand eines Menschen beeinflusst die Stereotypentstehung dahingehend, dass heuristische Informationsverarbeitung oder positiv-gehobene Stimmung Stereotypentstehung fördern, systematische Informationsverarbeitung oder negativ-gedrückte Stimmung hingegen die Stereotypentstehung senkt.

3 Stereotypentstehung im intergruppalen Kontext

Zunächst soll ein kurzer Überblick über die im Folgenden berichteten vier Experimente gegeben werden: Im ersten Experiment wird das entworfene Untersuchungsparadigma auf seine Tauglichkeit zur Lösung der im Kapitel 2 dargestellten Kritikpunkte hin untersucht, sowie grundlegende Hypothesen zur Stereotypentstehung aus der Perspektive der *SIT/SCT* getestet. Das zweite Experiment nimmt einerseits Kritik an der Operationalisierung des ersten Experiments auf, darüber hinaus wird das Paradigma jedoch auch optimiert. Zudem werden weitere, aus der SIT/SCT-Perspektive abgeleitete Hypothesen getestet. Nach dem zweiten Experiment folgt eine zusammenfassende Diskussion der bisherigen Vorgehensweise. Die folgenden zwei Experimente (3 und 4 integrieren die *Social Cognition-Perspektive* in das Untersuchungsparadigma. In Experiment 3 wird eine verbesserte Operationalisierung des ersten Experiments und seiner unabhängigen Variable „Kategorisierungsart“ orthogonal mit der kognitiven Variable „Informationsverarbeitung“, variiert via Stimmung, manipuliert. Das vierte und abschließende Experiment repliziert die Ergebnisse aus dem dritten Experiment, nimmt weitere methodische Verbesserungen und Vereinfachungen vor und stellt die Ergebnisse auf einen breiteren, generalisierbarerem Boden, indem die individuelle Variable „Informationsverarbeitung“ nun direkt manipuliert wird.

In der Darstellung der Experimente wird die zeitliche Abfolge der Erhebungen für die bessere Verständlichkeit und logische Argumentation umgestellt. Experimente 1 und 3 werden in direkter zeitlicher Folge durchgeführt, Experiment 2 wird zeitgleich mit Experiment 4 nach Experiment 3 erhoben.

3.1 Experiment 1: Die Rolle der Identifikationsstruktur

3.1.1 Überblick

Das erste Experiment stellt eine vorsichtige Annäherung an den Prozess der Stereotypentstehung dar, weshalb nur mit einem unabhängigen Faktor operiert wird. So können grundlegende Einflüsse und die grundsätzliche Tauglichkeit der Operationalisierung getestet werden. An erster Stelle stehen dabei die Fragen, ob in einem sehr inhaltsleeren, experimentellen Kontext ein inhaltliches Stereotyp entsteht und ob dieser Prozess von einem Konsens begleitet wird.

Zur Beantwortung der ersten Frage wird eine quasi-minimale Kategorisierung in eine in- und out-group verwendet. Diese Kategorisierung wird auf zwei Arten vorgenommen und stellt auch den unabhängigen Faktor dar. Die eine Ausprägung ist eine Identifikation mit einer salienten Kategorie, d.h. einer in-group, die andere Ausprägung erzeugt ein Aggregat im Sinne von Doise (vgl. Abschnitt 2.5.1). Die Befunde zur Eigengruppenfavorisierung (zus. Brewer, 1999; für Stereotype siehe z.B. Koomen & Baehler, 1996) stellen ein starkes theoretisches Argument dafür dar, auch die zu bewertenden targets als soziale Kategorien zu präsentieren und die Art der Kategorisierung zwischen den bewertenden perceivern und den Bewertungsobjekten (targets) nicht zu manipulieren, d.h. keine nicht parallelen Zellen zu erzeugen. In diesen Zellen wären dann vermutlich schwächere Effekte zu erwarten. Neben dieser theoretischen Argumentation aus der SIT/SCT zeigt ein Blick auf die Befundlage in der Entitativitätsforschung (Hoyle, Pinkley & Insko, 1989), dass im Falle einer Interaktionserwartung zwischen Gruppen und zwischen Personen zwei Beschreibungsdimensionen („Gemütlichkeit“ und „Friktion“) auftraten. Allerdings wurde höhere Friktion nur in intergruppalen Interaktion erwartet, was als problematischere Inhaltsdimension für eine tiefere Auseinandersetzung mit dem target sorgte. Dieser Befund spricht für eine Verwendung von parallelisierten Kategorisierungen, zumindest auf Aggregat-Niveau, um eine Auseinandersetzung mit dem target zu erreichen.

Die minimale Kategorisierung zur Erzeugung der entsprechenden Kategorisierung wird in dem Sinne abgewandelt, als dass hier zumindest für die in-group eine tatsächlich Gruppe vorliegt und eine Interaktion zwischen den Gruppenmitgliedern stattfindet, motiviert über eine gemeinsame Entscheidungsaufgabe. Diese Operationalisierung ist notwendig, um die zweite Frage, die Entstehung des Konsens innerhalb der Gruppe, untersuchen zu können.

3.1.2 Methode

3.1.2.1 Vorgehen

Das Laborexperiment folgt in seinem grundsätzlichen Aufbau der Darstellung in Abschnitt 2.7.4. Die WWW-basierten Versuchsseiten finden sich, beispielhaft für die Bedingung „Gruppe“, im Anhang (s. A 10-18). Aufgrund eines Datenverlustes des Versuchsservers können die skriptbasierten Fragebogenseiten der out-group-Bewertung nicht mehr dokumentiert werden. Sie ähneln jedoch denen in Experimenten 2 und 4 verwendeten Seiten (vgl. Anhang A 2-9). Die Versuchspersonen wurden auf dem Universitätsgelände

mittels Handzettel oder direkter Ansprache für eine Studie zum Thema „Entscheidungsfindung mittels computervermittelter Kommunikation“ geworben. Dazu wurden sie bei der Werbung so terminlich zusammengelegt, dass ihnen die Beteiligung von mehreren Personen am Experiment deutlich wurde. Die Verteilung der Versuchspersonengruppen über die Bedingungen erfolgte zufällig (gemeinsam geworbene Vpn wurden nicht in eine Gruppe eingeteilt). Bei der Einteilung wurde auf eine gemischtgeschlechtliche Zusammensetzung der Gruppen geachtet. In der Experimentalsituation wurde ihnen folgendes mitgeteilt: Vorstudien hätten ergeben, dass die Kommunikationspartner schneller zu einer Entscheidung oder Problemlösung kommen, wenn sie eine Vorbereitungsphase durchlaufen (um die Interaktionsphase zur gruppen-, bzw. aggregatsinternen Kompromissfindung zu legitimieren). Nach der Vorbereitungsphase, so wurde den Versuchspersonen suggeriert, sollte der von ihrer Gruppe gefundene Kompromiss mit einer anderen 3-Personengruppe diskutiert werden. Die zu diskutierende Aufgabe war ein an Göttinger Studierenden vorgetestetes Entscheidungsdilemma zum Thema „Steuerhinterziehung“ (Kogan & Wallach, 1964). Nachdem sich die Versuchspersonen in das Thema eingeleitet und eine individuelle Entscheidung gefällt hatten, folgte eine Einführung in die Funktionsweise des Chats. Anschließend wurde die erste freie Assoziation bzgl. des out-group-Stereotyps (pro Person maximal drei Begriffe) durchgeführt. Die generierten Begriffe dienten in der Folge als Skalen für die Bewertung der anderen Gruppe. Die Bewertung war auf der Basis von neun Begriffen vorzunehmen (drei mal drei Assoziationen der jeweiligen Gruppe)¹. Auf Grund der Tatsache, dass dieser Fragebogen online gebildet wurde, konnte es zu Wartezeiten kommen, wenn einzelne Versuchspersonen mehr Zeit zur Assoziation benötigten. Diese möglichen Unregelmäßigkeiten wurden durch eine Wartephase vor dem Chat ausgeglichen. Im Anschluss daran begann die erste Interaktionsphase mit der Aufgabe, gruppen-/aggregatsintern zu einem Kompromiss zu kommen. Die erste Interaktionsphase wurde vom Versuchsleiter eingeleitet und nach ca. 20 Minuten beendet. Die Kommunikation seitens der Versuchsleitung im Chat wurde standardisiert durchgeführt. Anschließend erfolgte

¹ Seitens der Versuchsleitung wurde in diesen Prozess nicht eingegriffen, d.h. Tippfehler und Dubletten wurden zugelassen. Ebenso war die Reihenfolge der Begriffe in Dreiergruppen durch den Versand der Versuchsperson bestimmt, wodurch ein Wiedererkennungseffekt für die einzelnen Personen gegeben war. Dieser wurde auch mündlich nach dem Experiment bestätigt.

die zweite Bewertung der out-group mittels der Begriffe vom ersten Messzeitpunkt. Im Anschluss daran begann die zweite Interaktionsphase mit der Aufgabe, eine Argumentationsstrategie für den eigenen Kompromiss gegenüber der out-group zu entwickeln. Diese Interaktionsstrategie wurde mittels folgender Instruktion umgesetzt:

Bitte entwickeln Sie eine Strategie, wie Ihre Gruppe „Labor²“ die Gruppe „Institut“ von Ihrem Kompromiss überzeugen kann. Denken Sie dabei auch darüber nach, dass die Gruppe „Institut“ Sie von ihrem Vorschlag überzeugen will.

Dabei wurde impliziert, dass die out-group mit großer Wahrscheinlichkeit eine andere Meinung haben würde. Nach Ende der Interaktionsphase fand eine erneute Bewertung der out-group statt, weiterhin wurden Maße zur Manipulationskontrolle (Identifikation mit der eigenen Gruppe/Aggregat), Entitativität der out-group und soziodemographische Daten erhoben. Danach wurde die Erwartung der Vpn aufgelöst, dass es zu einer Interaktion mit der anderen Gruppe kommen würde. Die Versuchspersonen wurden entlassen, nachdem sie über den eigentlichen Sinn der Studie aufgeklärt worden waren und für das Gewinnspiel als Vpn-Entlohnung (Hauptgewinn: eine Reise nach Amsterdam) Lose abgegeben hatten.

3.1.2.2 Design und Manipulation der UV

Als Design wurde ein zweifaktorielles Design gewählt, in dem eine unabhängige Variable (UV 1) in die Bedingungen „aggregierte“ Identität („Aggregat“) vs. „soziale“ Identität („Gruppe“) gestuft war. Die Manipulation der UV 1 erfolgte derart, dass in der sozialen Identitätsbedingung („Gruppe“) den Versuchspersonen bei der individuellen Begrüßung, wie auch auf den Versuchsinstruktionsseiten ihre Gruppenmitgliedschaft mittels semantischer Differenzierung, z.B. „Deine Gruppe“, „Ihr“ oder „die andere Gruppe“, verdeutlicht wurde. In der Bedingung „Aggregat“ wurde in der semantischen Differenzierung ihre Person im Zusammenhang mit anderen Personen betont, z.B. „du und die anderen“ oder „die anderen“. In beiden Bedingungen war die soziale Identität des targets zu der der perceiver parallelisiert. Die zweite UV (UV 2) ist der Zeitverlauf als within-subject-Faktor. Der within-subject-Faktor „Messwiederholung“ entstand durch die Messung des out-group-

² Den Versuchspersonen wurde dabei das Bild vermittelt, dass die beiden Gruppen in unterschiedlichen Gebäuden untergebracht sind. Diese räumlich Trennung wurde als Begründung für die cvK mitverwendet. Die Gruppe „Institut“ existierte nicht und diente nur zur Suggestion des Intergruppenkontexts. Alle Experimente fanden in den Laborräumen statt.

Stereotyps zu drei Messzeitpunkten (vor der ersten Interaktion, vor der zweiten Interaktion und nach der zweiten Interaktionsphase). Im Experiment wurde folgende Auswahl der allgemeinen Hypothesen (vgl. Kapitel 2.8.) getestet:

Hypothese 1-1: Ein neuartiger, intergruppalen Kontext ist eine notwendige und hinreichende Bedingung für die Herausbildung eines Stereotyps.

Hypothese 1-2: Für die Bedingung „Gruppe“ im Gegensatz zur Bedingung „Aggregat“ steigt im Verlauf der Auseinandersetzung mit der out-group die inhaltliche Zustimmung zu dem sich entwickelnden Stereotyp.

Hypothese 2-1: Für die Bedingung „Gruppe“ im Gegensatz zur Bedingung „Aggregat“ nimmt im Verlauf der Auseinandersetzung mit der out-group der Konsens zu.

3.1.2.3 Abhängige Maße

Als abhängige Maße (AV) wurden zwei Rating-Skalen und eine Auszählung eingesetzt. Gemessen wurde einerseits die Zustimmung (AV 1) zu den über das target, d.h. die andere Gruppe, assoziierten Begriffen (auf einer neunstufigen Likert-Skala; 1 für „trifft nicht zu“ bis 9 für „trifft vollkommen zu“). Die Skala wurde neunstufig gewählt, weil kürzere Skalenumfänge eher zu Mittelwertstendenzen führen (Haslam et al., 1996b). Der Konsens (AV 2) wurde mittels des Intraklassenkorrelationskoeffizienten κ als Maß zweiter Ordnung gemessen, aufbauend auf AV 1 und bezogen auf die Gruppe. Die Ergebnisberichterstattung zu diesen AVn erfolgte auf Gruppenniveau, da die Gruppen sowohl für den Konsens, als auch bezogen auf die frei assoziierten Begriffe, abgeschlossene Untersuchungseinheiten darstellen. Weiterhin wurde bezogen auf die UV-Bedingungen die Anzahl der Assoziationen (AV 3) ausgewertet, wobei keine Einträge und Aussagen der Art „weiß nicht“ oder „keine Ahnung“ als „keine Assoziation“ interpretiert wurden.

Die Messungen von AV 1 und AV 2 wurden zu drei Messzeitpunkten durchgeführt. Der erste Messzeitpunkt lag vor der ersten Interaktionsphase, der zweite Messzeitpunkt zwischen den beiden Interaktionsphasen und die letzte Messung fand nach der zweiten Interaktion statt.

Als Manipulationskontrolle bezogen auf die in-group wurden folgende Maße verwendet:

Fünf Items zur Messung der Identifikation mit der eigenen Gruppe mittels des Identifikationsfragebogens von Hinkle, Taylor und Fox-Cardamone (1989) in einer Überarbeitung von Brown et al. (1986) für Laborgruppen (auf einer neunstufigen Likert-Skala; 1 für „trifft nicht zu“ bis 9 für „trifft vollkommen zu“, z. B. „Ich identifiziere mich mit meiner Gruppe.“).

Zwei Items zur Messung der Homogenität (Simon, Hastedt & Aufderheide, 1997) auf einer neunstufigen Likert-Skala (1 für „trifft nicht zu“ bis 9 für „trifft vollkommen zu“, z. B. „Insgesamt bin ich wie die meisten meiner Gruppenmitglieder.“).

Vier bildliche Items (Fragebogen siehe Anhang A 17 unten) zur Messung der Entitativität einer Dreiergruppe, bezogen auf die in-group (Jonas & Sassenberg, 2000).

Abschließend soziodemographische Daten, Chat-, E-Mail- und WWW-Nutzungserfahrung, Tipperfahrung auf der Tastatur (auf einer sechsstufigen Likert-Skala; 1 für „keine“ bis 6 für „viel“) und die Zufriedenheit mit dem Ergebnis der Gruppendiskussion (auf einer neunstufigen Likert-Skala; 1 für „nicht zufrieden“ bis 9 für „sehr zufrieden“).

3.1.2.4 Beschreibung der Stichprobe

Am Laborexperiment haben 72 Versuchspersonen in 24 Dreiergruppen teilgenommen. Vier Gruppen mussten aus der Analyse ausgeschlossen werden, da die Bewertung der Chatprotokolle einen zu unregelmäßigen Experimentalverlauf verdeutlichte, z.B. eigenständiges Surfen, E-Mail-Abfrage oder Parallelnutzung anderer Chats. Diese notwendige Exklusion betraf nur die Aggregat-Bedingung. Es standen in der Aggregat-Bedingung sechs Gruppen zur Analyse zur Verfügung, in der Gruppen-Bedingung vierzehn (die höhere Anzahl entsteht durch zwei Gruppen, die fälschlich als Aggregat-Bedingung klassifiziert waren). In den verbleibenden Gruppen waren die Tn zu 54.2 Prozent männlich und 45.8 Prozent weiblich. Der Altersdurchschnitt lag bei $M=22.8$ Jahren (Range 18-34 Jahre). Die Aufteilung auf die einzelnen Studienfächer ergab folgendes Muster: Sozialwissenschaften (12.5%), Psychologie, (40.3%), BWL/VWL (18.1%), Jura (9.7%), naturwissenschaftliche Fächer (incl. Medizin) (13.9%) und Rest (5.6%). Im Mittel waren die Tn im vierten Semester (Minimum zweites, Maximum neuntes Semester). Die vier Items zur Erfassung der Medienkompetenz ergaben eine Skala mit guter interner Reliabilität ($\alpha=.82$). Die geschlechtsbezogene Analyse ergab einen Unterschied zwischen der Medienkompetenz von männlichen und weiblichen Tn [$M_{männlich}=3.61$ und $M_{weiblich}=2.84$, $t(58)=2.81$, $p<.01$]. Da dieses Ergebnis Auswirkungen auf

die anderen AVs haben könnte, war eine detaillierte Analyse sinnvoll. Die Erfahrung mit dem Computer ergab geschlechtsbezogen deutliche Unterschiede für die Bereiche E-Mail- [M_{männlich}=4.28 und M_{weiblich}=3.45, $t(58)=2.07$, $p<.05$] und WWW-Erfahrung [M_{männlich}=3.92 und M_{weiblich}=2.67, $t(58)=3.43$, $p<.001$]. Für die hier im Experiment relevanten Bereiche Chat [M_{männlich}=2.33 und M_{weiblich}=1.84, $t(58)=1.45$, n.s.] und Tipperfahrung [M_{männlich}=3.92 und M_{weiblich}=3.39, $t(58)=1.93$, $p<.10$] lagen keine bis leichte Unterschiede vor. Insgesamt waren die Erfahrungswerte, verglichen mit der Verbreitung der cvK, dem erwarteten Niveau des Zeitpunkts der Erhebung entsprechend (Herbst 1999). Auswirkungen auf die anderen AVs waren nicht zu erwarten. Die entsprechenden Korrelationen erreichten maximal Werte von $r(60)=.09$ und waren allesamt nicht signifikant.

3.1.3 Ergebnisse

3.1.3.1 Manipulationskontrolle

Die Manipulationskontrolle für die Identifikation mit der in-group und die wahrgenommene Entitativität der eigenen Gruppe, bzw. des eigenen Aggregats wurde auf Gruppenniveau berechnet. Die Identifikationsskala, wie auch die Entitativitätsskala waren reliabel ($\alpha_{\text{Identifikation}}=.68$, bzw. $\alpha_{\text{Entitativität}}=.72$). Die Mittelwerte waren unterschiedlich für die beiden Ausprägungen der UV „Gruppe“ vs. „Aggregat“ [Identifikation: $M_{\text{Gruppe}}=5.40$ und $M_{\text{Aggregat}}=4.13$, $t(18)=-2.50$, $p<.05$; Entitativität: $M_{\text{Gruppe}}=4.59$ und $M_{\text{Aggregat}}=3.81$, $t(18)=-3.22$, $p<.01$].

Die Zufriedenheit mit dem Ergebnis der Gruppendiskussion war für die Bedingung „Gruppen“ signifikant höher als für die Bedingung „Aggregat“ [$M_{\text{Gruppe}}=6.61$ und $M_{\text{Aggregat}}=4.93$, Analyse auf individueller Ebene $t(58)=-3.22$, $p<.01$; Analyse auf gruppaler Ebene $t(18)=-2.94$, $p<.01$].

Die Ergebnisse der Manipulationskontrolle sprachen dafür, dass die Variation des unabhängigen Faktors Identifikation mit einer Gruppe, bzw. einem Aggregat gelungen war und unterschiedliche Identifikationslagen bei den Vpn erzeugt hat.

3.1.3.2 Hypothesentests

Bevor die Ergebnisse für Hypothesen 1-1 und 1-2 mittels der AV 1 (Zustimmung zu den Assoziationen) berechnet wurden, wurden Doppelnennungen von Assoziationen (mit

unterschiedlicher oder gleicher Bewertung) und unverständliche Assoziationen aufgrund von Tippfehlern von der Analyse ausgeschlossen.

Hypothesen 1-1 und 1-2 konnten gemeinsam überprüft werden. Gemäß Hypothese 1-1 sollte sich zwischen den beiden Identifikationsstrukturen „Gruppe“ und „Aggregat“ ein Unterschied in Bezug auf die Zustimmung bezüglich der assoziierten Begriffe zur out-group ergeben. Für die Bedingung „Gruppe“ waren höhere Zustimmungswerte aufgrund der wahrgenommenen Intergruppensituation und der damit verbundenen Bewertung der anderen Gruppe zu erwarten. Nach Hypothese 1-2 sollte sich ein Anstieg über die drei Messzeitpunkte als Ausdruck der inhaltlichen Anreicherung des Stereotyps ergeben. Dieses erwartete Muster fand sich in keiner Bedingung. Um dies zu testen, wurde eine MANOVA mit den Faktoren Bedingung (Identifikationsstruktur) und Messzeitpunkt berechnet. Haupteffekte ergaben sich für den Zwischensubjektfaktor Bedingung [$F(1,18)=1.72$, $p<.05$]. Die Mittelwerte in der „Aggregat“-Bedingung veränderten sich kaum (alle t -Werte n.s.) über die drei Messzeitpunkte ($M_{T1 \text{ Aggregat}}=5.1$, $SD=.98$; $M_{T2 \text{ Aggregat}}=4.9$, $SD=.88$; $M_{T3 \text{ Aggregat}}=5.07$, $SD=1.02$) und lagen auf einem niedrigeren Niveau als in der Bedingung „Gruppe“ ($M_{T1 \text{ Gruppe}}=6.75$, $SD=.91$; $M_{T2 \text{ Gruppe}}=6.06$, $SD=.67$; $M_{T3 \text{ Gruppe}}=6.67$, $SD=1.11$). Es ergab sich ein signifikanter Unterschied für alle drei Messzeitpunkte [MZP1: $t(18)=-1.83$, $p<.05$; MZP2: $t(18)=-1.56$, $p=.06$; MZP3: $t(18)=-2.63$, $p<.05$]. In der Bedingung „Gruppe“ fanden sich allerdings Unterschiede zwischen den Messzeitpunkten. Ein weiterer Haupteffekt fand sich für den Faktor Messzeitpunkt [$F(1,18)=2.36$, $p<.05$]. Weiterhin fand sich eine Interaktion von Bedingung x Messzeitpunkt [$F(2,36)=7.41$, $p<.01$]. Hypothese 1-1 konnte somit als bestätigt gelten.

Die Mittelwerte in der Bedingung „Aggregat“ deuteten auf keine Veränderung hin, in der Bedingung „Gruppe“ fand sich ein v-förmiger Zusammenhang. Hypothese 1-2 musste aufgrund des Datenmusters verworfen werden. Abbildung 3 zeigt den Verlauf der Mittelwerte für die Zustimmung zu den Begriffen für beide Bedingungen und alle Messzeitpunkte.

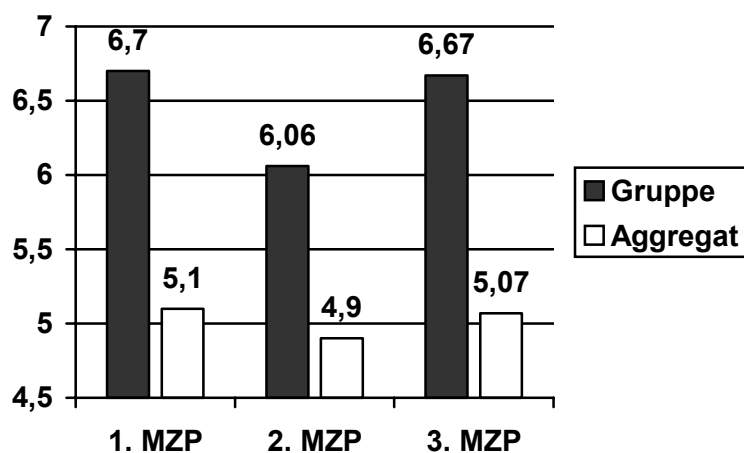


Abb. 3: Die Mittelwerte für die Zustimmung zu den Begriffen für die beiden Bedingungen „Gruppe“ und „Aggregat“ über die drei Messzeitpunkte (MZP).

Hypothese 1-2 postulierte eine inhaltliche Anreicherung des Stereotyps und damit verbunden eine zunehmende Zustimmung. Um Hypothese 1-2 noch genauer zu überprüfen, wurde der assoziierte Begriffsinhalt in beiden Bedingungen miteinander verglichen. Hier sollte keine umfassende inhaltliche Analyse vorgenommen werden, sondern ein einfacher Vergleich inhaltlich überhaupt „verwendbarer“ Assoziationen vs. Null-Assoziationen (Aussagen, dass keine Assoziation möglich ist, wie z.B. „weiß nicht“, „kann nicht sagen“, „nichts“, etc.). Für diesen Vergleich wurde die Gesamtzahl der Assoziationen in beiden Bedingungen ($N_{\text{Gruppe}}=126$ und $N_{\text{Aggregat}}=72$) und davon jeweils der Anteil der Null-Assoziationen ausgezählt. In der „Aggregat“-Bedingung kamen 19 Null-Assoziationen vor, in der „Gruppen“-Bedingung nur 13. Dies entsprach einem Anteil von 26.4 Prozent in der „Aggregat“-Bedingung und 10.31 Prozent in der „Gruppen“-Bedingung [$\chi^2(1)=44.25$, $p<.001$]. In Bezug auf Hypothese 1-2 bedeutet dieser Unterschied in der Nennung von Null-Assoziationen, dass in der „Aggregat“-Bedingung nur schwer inhaltliche Anreicherung im Verlauf möglich ist, da grundsätzlich mehr als ein Viertel der zu bewertenden Assoziationen inhaltsleer sind.

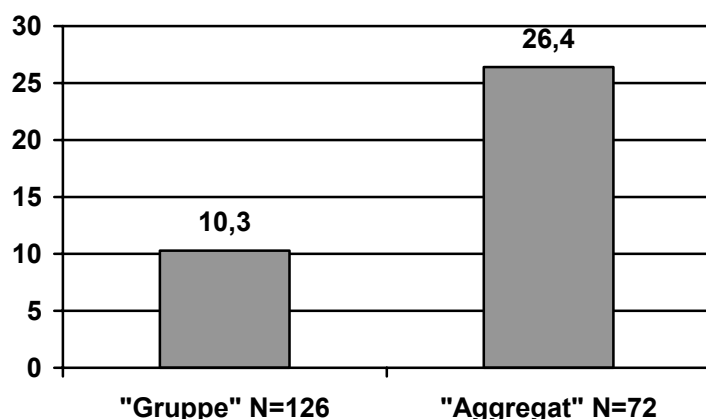


Abb. 4: Der Prozentanteil von Null-Assoziationen an der Gesamtmenge (N) der assoziierten Begriffe für jede Bedingung.

Hypothese 2-1 postuliert einen Anstieg des in-group-Konsens über das Bild der out-group im Verlauf der Gruppendiskussion. Um dies zu überprüfen, wurde, bezogen auf jede Gruppe, für alle zulässigen Items (Auswahl siehe oben) pro Messzeitpunkt ein Intraklassenkorrelationskoeffizient κ berechnet. Für die Bedingung „Gruppe“ ergaben sich folgende κ -Werte: $M_{MZP1}=.08$, $SD=.26$; $M_{MZP2}=.14$, $SD=.29$; $M_{MZP3}=.27$, $SD=.22$. Bei einem Test gegen Null (Skalenmittel) ergaben sich für den zweiten und dritten Messzeitpunkt signifikante Abweichungen [$t_{MZP1}(12)=2.45$, $p<.05$; $t_{MZP2}(12)=3.12$, $p<.01$]. Im Gegensatz dazu fanden sich für die Bedingung „Aggregat“ die folgenden κ -Werte: $M_{MZP1}=.04$, $SD=.3$; $M_{MZP2}=.04$, $SD=.28$; $M_{MZP3}=.04$, $SD=.31$. Keiner der κ -Werte aus der Bedingung „Aggregat“ wich signifikant von Null ab. Die Abbildung 4 verdeutlicht den Verlauf der Mittelwerte.

Der Verlauf der Konsenswerte (siehe Abb. 5) in den Bedingungen „Gruppe“ und „Aggregat“ wurde wieder mit einer 2 x 3 MANOVA (Bedingung x Messzeitpunkt) überprüft. Die κ -Werte wurden für die Analyse z-standardisiert. Es ergab sich ein tendenziell signifikanter Effekt für die Messwiederholung [$F(2,19)=2.91$, $p=.063$]. Der Effekt für die Bedingung war signifikant [$F(2,19)=3.61$, $p=.05$], ebenso wie der Interaktionseffekt Bedingung x Messwiederholung [$F(2,19)=2.56$, $p=.05$]. Dabei wurde für die Bedingung „Gruppe“ der Konsensunterschied zwischen den Messzeitpunkten 1 und 3 statistisch signifikant [$t(13)=1.66$, $p<.05$]. Hypothese 2-1 konnte für die Bedingung „Gruppe“ als bestätigt gelten, in der Bedingung „Aggregat“ musste sie verworfen werden.

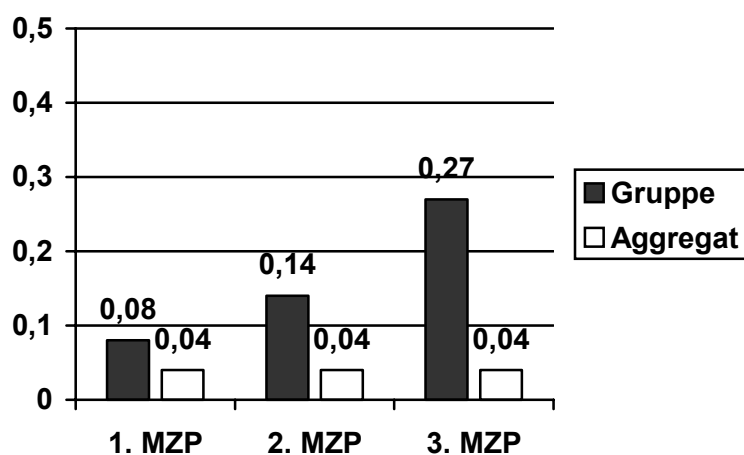


Abb. 5: Der Verlauf der κ -Mittelwerte für beide Versuchsbedingungen im Verlauf über die drei Messzeitpunkte.

3.1.4 Diskussion

Zusammengefasst bestätigen die Befunde für die Versuchsbedingung „Gruppe“ aus dem ersten Experiment die Konsensentwicklung, die inhaltliche Ausgestaltung und Entwicklung des Stereotyps folgte jedoch nicht dem erwarteten Muster. Hier war eine differenzierende Interpretation notwendig. Für die Bedingung „Aggregat“ fanden sich keine hypothesenkonformen Ergebnisse. Es kann daraus geschlossen werden, dass eine soziale Identitätslage, die einem Aggregat entspricht, in einem minimalen Informationskontext nicht dazu ausreicht, ein Stereotyp herauszubilden. Weiterhin kann so keine inhaltliche Homogenisierung und darüber ein in-group-Konsens erreicht werden.

Ziel der Analyse der Stereotypentstehung sollte jedoch eine Bestätigung auf allen drei Indikatoren, d.h. Konsens, Inhalt und Valenz sein. Mit diesem Ziel sollten die Ergebnisse des Experiments analysiert und bewertet werden, um so in der Fortführung der Experimente eine Messung aller drei Indikatoren umzusetzen.

Die Ergebnisse des Experiments waren insofern hypothesenkonform, als für die intergrupale Bedingung „Gruppe“ ein Stereotypentwicklungsprozess, der mit einem steigenden Konsens einherging, nachgewiesen werden konnte. Für die „Aggregat“-Bedingung ließ sich weder ein Entwicklungsprozess des Stereotyps, noch des Konsens nachweisen. Dafür ließen sich zwei Indikatoren aus dem Experiment heranziehen. Zum Einen entstammten aufgrund von Fehlverhalten der Vpn ausgeschlossenen Gruppen alle dieser Bedingung.

Dieses Verhalten der Vpn sollte nicht als Ergebnis des Experimentalverlaufs gewertet werden, sondern als Reaktion auf die Aufgabe und ihrer Lösungsmöglichkeit in der „Aggregat“-Bedingung. Zum anderen war die hohe Zahl von Null-Assoziationen in dieser Bedingung bemerkenswert. Es ist wenig verwunderlich, wenn eine Vpn für sich feststellt, dass zur Umsetzung der out-group-Bewertung zu wenige Informationen vorliegen, dass ihr diese Aufgabe damit wenig sinnvoll erscheint. Konsequenterweise wird sie auch der Entscheidungsdilemma-Aufgabe wenig Aufmerksamkeit schenken und statt dessen alternatives Verhalten, z. B. Surfen im Internet beginnen. Somit ist es nicht überraschend, dass die AVn keine Stereotypentstehung aufwiesen. Folglich scheint es, dass die aggregierte Form „Gruppe“ keine ausreichende Basis zur Bildung eines Stereotyps über eine andere Gruppe darstellt. Es ist somit eine untere Grenze beschrieben, die für die Stereotypentstehung überschritten werden muss. Diese Überschreitung wird mit einer sozialen Kategorisierung der eigenen und fremden Gruppe, hier umgesetzt in der Bedingung „Gruppe“, erreicht.

Die Bedingung „Gruppe“ ließ einen Stereotypentwicklungsprozess erkennen, der jedoch nicht in allen Punkten hypothesenkonform war. In der Detailbetrachtung der Intergruppen-Bedingung wurden Abweichungen dahingehend gefunden, dass die Stereotypentstehung bezogen auf die inhaltliche Ausprägung, sich nicht als linear ansteigender Prozess darstellte, sondern einem v-förmigen Muster folgte. Der Konsens hingegen folgte einem linearen Anstieg. Dieser Befund wirft zwei Fragen auf. Die erste Frage ist, wie die unterschiedlichen Verlaufsmuster von Inhalt und Konsens zu bewerten sind. Haslam et al., (1998b) postuliert, dass Inhalt und Konsens zwei voneinander unabhängige Maße sind und trotzdem der Konsens als Maß zweiter Ordnung aus der inhaltlichen Bewertung berechnet wird. Vielmehr entsteht der Konsens durch die Kategorisierung (siehe Abschnitt 2.4.2) und trägt dazu die Stereotype der Gruppe über die out-groups. Somit ist der Konsens nicht nur von der Stereotypentstehung abhängig, sondern wird durch die Kategorisierung erzeugte in-group-Homogenität per se hervorgerufen. Da die Stereotypentstehung v-förmig verläuft, kann der Konsens den inhaltlichen Knick zum zweiten Messzeitpunkt durch den Rückgriff auf die in-group-Kategorie, die dort im Fokus steht, ausgleichen.

Die zweite Frage bezieht sich auf den Verlauf der inhaltlichen Bewertung. Handelt es sich dabei um eine Stereotypentstehung oder nur mehr je nach Fokus um eine Evaluation der out-group? Man könnte aus dem Datenmuster die Interpretation entwickeln, dass im Falle eines Fokus auf die out-group diese bewertet wird, wenn dieser Fokus dagegen nicht vorliegt,

kommt es zu keiner Bewertung. Führt man sich den Prozess des Experiments seitens der Vpn vor Augen, so laufen folgende Schritte ab: Es werden zunächst die out-group beschreibenden Begriffe frei assoziiert. Die Bewertung der out-group nach dem Interaktionszeitraum zur Aufgabenlösung (und gleichzeitigem in-group-Fokus) fällt schwächer aus, als vor der gesamten Interaktion und nach dem Interaktionszeitraum zur vorbereitenden Lösungsargumentation gegenüber der out-group, d.h. dem out-group-Fokus. Nach dem Interaktionszeitraum zur vorbereitenden Lösungsargumentation (out-group-Fokus) steigt die inhaltliche Bewertung wieder an.

Interpretiert man beide AVn in Kombination, so sprechen die Datenmuster für eine schwache Stereotypentstehung, da die Verläufe fragil sind (Inhalt) und auf die Kategorisierung zurückgreifen müssen (Konsens). So wird deutlich, dass sowohl eine saliente in-group-Kategorisierung als auch ein Intergruppenkontext, d.h. ein out-group-Fokus, für eine Stereotypentstehung konstant vorhanden sein muss.

Allerdings kann durch diese Analyse keine Aussage über die Stereotypvalenz getroffen werden. Stereotypinhalt und -bias, d.h. die Valenz des Inhaltes, sollten getrennt voneinander gemessen werden. Weiterhin ist für die folgenden Experimente abzuleiten, dass für einen Test der Stereotypentstehung zum Einen eine störende Aufgabenlösung als Interaktionsthema vermieden werden sollte und darüber hinaus eine Art der in-group-Kategorisierung notwendig ist, die aus sich heraus genügend Differenzierung zur out-group entwickeln kann. Im vorliegenden Experiment wird die Kategorisierung als Gruppe nur auf der Basis semantischer Unterschiede, „Deine Gruppe“ gegen „die andere Gruppe“, vorgenommen. Im Gegensatz dazu werden in der „Aggregat“-Bedingung Formulierungen wie „Du und andere“ gegen „andere Personen“ verwendet. Beides ist semantisch und kategorial sehr inhaltsleer. Zur inhaltlichen Ausgestaltung des Stereotyps legt das verwendete Experimentalsetting die Nutzung der Konkurrenz zwischen den sozialen Entitäten nahe: Die Lösungsergebnisse der eigenen Gruppe für die Entscheidungs-dilemma-Aufgabe sollten mit denen der anderen Gruppe verglichen werden. Ein weiterer Einflussfaktor auf die soziale Identifikation liegt in der Konstitution der sozialen Entitäten rein zur Lösung der Aufgabe, also eher in einer common-bond-Situation als in einer common-identity-Begründung für die Identifikation. Kritisch gesehen kann diese Manipulation der Kategorisierung als tendenziell zu inhaltsleer für die Stereotypentwicklung bewertet werden. Die quasi-minimale Kategorisierung bietet in

diesem Fall zu wenig „Stoff“ für eine Stereotypentstehung allein auf dieser Basis, was durch die relativ hohe Anzahl an „unbekannt“-Assoziationen ausgedrückt wird.

Zusammengefasst kann konstatiert werden, dass eine auch kategorial definierte Gruppe (in-group) nötig ist, um die Stereotypentstehung einzuleiten. Dieses Ergebnis stimmt mit dem Befund von Grieve und Hogg (1999) zur Intergruppendiskriminierung im MGP überein. Gleichzeitig entsteht nur dann ein Stereotyp, wenn die out-group im Fokus der Aufmerksamkeit steht. Unklar bleibt aufgrund der Befunde, ob wirklich ein Stereotyp entstanden ist, wie es das Datenmuster zum Konsens andeutet oder ob mehr eine Einigkeit über die (negative) Bewertung der out-group besteht, wie das Datenmuster zur fokusbeeinflussten Zustimmung zu den bewertenden Items vermuten lässt. Daher ist in der Folge eine Messung der Valenz der assoziierten Begriffe sinnvoll, um die Frage nach der Stereotypentstehung mittels eines weiteren, definitorisch mit dem Stereotyp verknüpften, Maßes zu beantworten zu versuchen.

Die Versuchspersonen haben die Interaktionserwartung mit der out-group in vielen Fällen als unrealistisch aufgrund der Zeitdauer des Experiments beschrieben. Grundsätzlich ist daher eine Veränderung des Untersuchungsparadigmas notwendig, in der dieser Glaubwürdigkeitsverlust nicht auftritt. Für die folgenden Experimente ist daher eine Variante zu bevorzugen, welche die out-group-Bewertung ohne eine Interaktionserwartung seitens der in-group möglich macht. Im Rahmen dieser Veränderung sollte auch ein Maß eingefügt werden, das die Valenzbestimmung des entstehenden Stereotyps möglich macht. Eine explorative Analyse der assoziierten Begriffe in beiden Bedingungen hat ergeben, dass der größte Teil der Items eher neutrale Adjektive darstellt, über die leicht ein Konsens zwischen den Gruppenmitgliedern entstehen kann, die aber in der explorativen ex-post-Analyse keine eindeutige Bestimmung der Valenz zulassen. Daher ist es von Interesse herauszufinden, wie sich die initiale Valenz einer Gruppe darstellt und/oder sie sich im Verlauf dieses Experiments ändert.

Konzipiert man den kognitiven Apparat als brodelndes, heißes Wasser im Topf mit dem Ziel, eine schöne Stereotypsuppe zu kochen, so fehlen noch mehr Zutaten. Die Kategorisierung sollte als erstes zugefügt werden, denn sie trägt die Suppe. Der grundsätzliche Geschmack ist vorhanden, kann jedoch noch durch andere Einflüsse angereichert werden. Bezogen auf die Kritik an der Stereotypforschung müssen sie jedoch geschmacklich schwach bleiben, um nicht ein vorgefertigtes Stereotyp, z.B. Suppengemüse

aus dem Supermarkt, zu benutzen. Die in den folgenden Experimenten zu kochende Suppe bleibt ein mildes Diätsüppchen, dem zunächst nur das Salz und etwas Brühe hinzugefügt wird. Notwendig ist eine Kategorisierung, die genügend salient ist und eine common-identity-Identifikationsmöglichkeit bereitstellt, dabei aber nicht zu viele Inhalte produziert.

3.2 Experiment 2: Der Einfluss der Kategorisierung

3.2.1 Überblick

In diesem Kapitel wird ein Experiment dargestellt, in dem die Kategorisierung als zentrale Einflussgröße auf die Stereotypentwicklung geprüft wird. Experiment 1 hat gezeigt, dass die Kategorisierung für die Stereotypentstehung notwendig ist und ein Aggregat nicht ausreicht. Die Stereotypentstehung konnte nur für die Bedingung der salienten sozialen Identität (Bedingung „Gruppe“) gezeigt werden und beschreibt eine „untere Grenze“. So wird nun ein komplexeres Intergruppensetting gewählt und manipuliert, um eine weitere „Grenze“ für die Stereotypentstehung aufzuzeigen. Die Ergebnisse der Forschung zur sozialen Diskriminierung legten dieses Vorgehen nahe. Es konnte gezeigt werden, dass Kreuzkategorisierung zwischen in-group und out-group oder eine geteilte, soziale Kategorisierung als Form eines komplexeren Intergruppensettings zu einer Reduktion sozialer Diskriminierung führt (zus. Gaertner & Dovidio, 2000). Die gemeinsame Kategorie verringerte die Diskriminierung. Analog konnte im Bereich der Stereotypforschung gezeigt werden, dass Stereotype nicht zur Anwendung kamen, wenn eine geteilte Kategorisierung vorlag (van Rijswijk & Ellemers, 2002). Somit ergibt sich die Frage, ob auch für die Stereotypentstehung diese Einschränkung gilt. Im vorliegenden Experiment soll allerdings nicht mit einer Kreuzkategorisierung, sondern mit einer gemeinsamen in-group, d.h. einer doppelten Kategorisierung gearbeitet werden. In einer einfachen Kategorisierung (ek) befindliche Personen sollten strukturell ähnliche Prozesse durchlaufen wie in der Bedingung „soziale Identität“ (Gruppe) in Experiment 1. In einer doppelten Kategorisierung („dk“) könnte aufgrund der gestiegenen sozialen Komplexität eine strukturelle Analogie der Befunde zur Bedingung „Aggregat“ mit ihrer größeren sozialen Komplexität vorliegen. Es sollen allerdings nicht, was die doppelte Kategorisierung nahe legen würde, zwei Stereotype über zwei out-groups abgefragt werden, sondern, konsistent zu Experiment 1, nur eines über eine out-group. Die zweite Kategorie wird daher mittels einer gemeinsamen in-group erzeugt, die mit der zu bewertenden out-group geteilt wird. Dazu bietet sich die Verwendung einer

chronisch zugänglichen Kategorie an, weil so die Glaubwürdigkeit erhöht und der manipulative Aufwand verringert werden kann. Im Falle der Tn ist dies u. a. die Zugehörigkeit zur Gruppe der Studierenden. Um die Zugehörigkeit zu akzentuieren wird die Universität Göttingen als institutioneller Rahmen für die Kategorie „Studierende“ verwendet.

Die zeitliche Abfolge der Experimente wird für die bessere Verständlichkeit und logische Argumentation umgestellt. Experimente 1 und 3 werden in direkter zeitlicher Folge durchgeführt, Experiment 2 wird zeitgleich mit Experiment 4 nach Experiment 3 erhoben. Daher kann bei Experiment 2 auf Ergebnisse des dritten und vierten Experiments zurückgegriffen werden.

3.2.2 Methode

3.2.2.1 Vorgehen

Dieser Fragestellung wird in einer auf die Bedingungen abgestimmten Variation des grundsätzlichen Untersuchungsdesigns nachgegangen. Das Design wurde bereits in Abschnitt 2.7.4 beschrieben. Die Versuchsseiten am Beispiel der Bedingung „ek“ sind im Anhang (siehe S. A 19-25) vollständig dokumentiert. Bevor die Vpn in das Hauptexperiment kamen, durchliefen sie den Pretest zur Selbstkategorisierung, der im nächsten Abschnitt genauer beschrieben wird. Im Hauptexperiment wurde den Tn die Coverstory vermittelt, dass die im Pretest abgeklärte Frage der ästhetischen Präferenz hier im Kontext von Corporate Design und Corporate Identity relevant sei. Dieses Thema und die entsprechenden Diskussionsaufgaben (Begründung der Präferenz und Begründung der Überlegenheit gegenüber der anderen Präferenz) wurden gewählt, um den Problemen mit dem Entscheidungsdilemma im ersten Experiment zu begegnen. In der einen Ausprägung der unabhängigen Variable „ek“ war der Bezug zur Coverstory unspezifisch gehalten, in der anderen Ausprägung „dk“ wurde betont, dass alle Tn von der Universität Göttingen stammen, um eine gemeinsame Kategorisierung salient zu machen. Zudem wurde den Vpn keine zu erwartende Interaktion mit der out-group suggeriert.

Nachdem die Vpn auf einigen Vorbereitungsseiten mit dem Thema vertraut gemacht wurden, gaben sie eine erste Bewertung in Form der Zustimmung zu den gruppenspezifischen Assoziationen über die out-group ab (MZP 1). Die neun gruppenspezifischen Assoziationen, aus denen die Begriffsliste gebildet wurde, stammten aus den drei Assoziationen der Vpn im Pretest (drei Assoziationen x drei Gruppenmitglieder). Danach folgte die erste Chat-Phase mit

der Aufgabe, zu diskutieren, warum sie ihre ästhetische Präferenz schön finden. Die Postings des Versuchsleiters im Chat wurden mittels standardisierter Texte vorgenommen. Dieses Thema sollte ermöglichen, dass die out-group, d.h. die andere ästhetische Präferenz, im Gegensatz zum ersten Experiment nicht ganz aus dem Fokus der in-group verschwindet. In der Unterbrechung zwischen den beiden Chat-Interaktionsphasen wurden in der Bedingung „dk“ weitere, die Manipulation verstärkende Informationen gegeben (Hinweis auf die Neugestaltung des Corporate Designs der Universität und themenbezogene offene Füllfragen). Vor der zweiten Interaktionsphase mit der Aufgabe, die Überlegenheit der eigenen ästhetischen Präferenz zu diskutieren, wurde eine erneute Bewertung der out-group vorgenommen (MZP 2). Nach dem Ende der zweiten Interaktionsphase folgte die abschließende Bewertung der out-group (MZP 3) und Messungen zur Manipulationskontrolle, sowie die Erhebung der soziodemographischen Daten. Danach wurden die Vpn debrieft und für ihre Teilnahme mit € 6,-/DM 10,- sowie einem Schokoriegel, bzw. Eisgutschein entlohnt.

Eine Einführung in den Chat war nicht mehr nötig, da diese Kenntnisse zum Erhebungszeitpunkt in ausreichender Form bei fast allen Versuchspersonen vorlagen.

3.2.2.2 Pretest zur Selbstkategorisierung

Der Pretest wurde im WWW durchgeführt und lief kontinuierlich neben den Hauptexperimenten ab. Das Format des Pretests findet sich im Anhang (siehe S. A 2-9). Die möglichen Vpn wurden mittels Handzettel und direkter Ansprache geworben und gebeten, auf einer Homepage den Pretest auszufüllen. Auf dieser Homepage fanden die Vpn sieben Bildpaare vor, die zwei Teilmengen entsprachen. Die erste Teilmenge bestand aus impressionistischen und naturalistischen Bildern mehrerer Künstler, z. B. Edouard Manet oder Claude Monet. Die zweite Bildergruppe bestand aus modernen, post-Pop-Art-Werken, z. B. von David Hockney oder Niki de Saint Phalle. Die Vpn wurden aufgefordert, jeweils das Bild zu markieren, welches ihnen besser gefiel. Nach einer Aufsummierung der Präferenzbewertungen wurden die möglichen Teilnehmer ihrer tatsächlichen Präferenzkategorie zugeordnet und das Ergebnis wurden ihnen mitgeteilt. Im Anschluss wurden die Vpn aufgefordert, Namen, Telefon und E-Mail zu hinterlassen, damit sie für das Hauptexperiment kontaktiert werden konnten. Für die Experimente 2, 3 und 4 wurden so insgesamt 402 potentielle Tn pregetestet. Die Coverstory für den Pretest und, mit Abwandlungen, für das Experiment, war die Bestimmung eines ästhetischen Präferenztypus, der sich in den beiden imaginierten Künstlern „Winblot“ (=modern) und „Mukola“

(=naturalistisch) ausdrückte. Diese dokumentierte Präferenz wurde dann als Thema für das Hauptexperiment verwendet. Im Falle von Experiment 2 wurde dieses Thema zusätzlich mit der Anwendung der Diskussion auf Corporate Design und Corporate Identity verbunden.

Auf die in Experiment 4 verwendete, weitere unabhängige Variable „Typ der Selbstkategorisierung“ („Winblot“ vs. „Mukola“) wurde verzichtet. Daher wurden hier nur auf die potentiellen Tn aus der „Mukola“-Präferenz zurückgegriffen, welche ca. 80 Prozent der getesteten Präferenzen unter Göttinger Studierenden ausmachten. Nach dem Pretest wurden wieder Dreiergruppen der TeilnehmerInnen mit einer homogenen Zusammensetzung der Selbstkategorie, in diesem Falle nur „Mukola“-Gruppen, gebildet und zu einem cvK-Diskussionstermin ins Labor eingeladen.

3.2.2.3 Design und Manipulation der UV

Das im Experiment verwendete, zweifaktorielle Design besteht aus dem zweifach gestuften Faktor Kategorisierung (UV 1: einfache und doppelte Kategorisierung) und dem dreifach gestuften Faktor Messzeitpunkt (UV 2: MZP1 bis MZP3). In der einen Ausprägung der UV 1 (einfache Kategorisierung, ek) sind die Vpn nur entsprechend ihrer Präferenz selbstkategorisiert. Die andere Ausprägung der UV 1 (doppelte Kategorisierung, dk) macht bei den Vpn zusätzlich zu ihrer Selbstkategorisierung die Zugehörigkeit zur Gruppe der Studierenden an der Universität Göttingen salient. Die Messzeitpunkte der UV 2 sind vor der ersten Chat-Interaktion, zwischen den beiden Interaktionsphasen und nach der zweiten Chat-Interaktion.

Aus der SCT und den Befunden zur Bedeutung der Gruppenzugehörigkeit bei der Entstehung von out-group-Stereotypen ließen sich für die Untersuchung folgende Hypothesen ableiten:

Hypothese 1-1: Bei einfacher Kategorisierung drückt sich die Stereotypisierung in höheren Zustimmungsniveaus zu den Adjektiven aus, als dies bei doppelter Kategorisierung der Fall ist.

Hypothese 1-2: Im Verlauf der Auseinandersetzung steigt die inhaltliche Anreicherung in Form höherer Zustimmung an.

Hypothese 1-3: Die Stereotypvalenz wird im Verlauf negativer.

Aus den Befunden zur Konsensentwicklung bei Stereotypen ließ sich folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 2-1: Bei einfacher Kategorisierung steigt der Konsens an, bei doppelter jedoch nicht.

3.2.2.4 Abhängige Maße

Das abhängige Maß war zum Einen wie im Experiment 1 die Zustimmung zu generierten Begriffen über die out-group (AV1). Die Besonderheiten der Messung werden unten unter dem Punkt „Pretest zur Fragebogengenerierung“ beschrieben. Die andere abhängige Variable (AV2) war der Konsens, der mittels des Intraklassenkorrelationskoeffizienten κ analog zu Experiment 1 gemessen wurde. Die dritte AV maß die Valenz der generierten Begriffe.

Zur Manipulationskontrolle der Identifikation mit der Selbstkategorisierung, bzw. der Differenzierung zwischen den beiden ästhetischen Präferenzkategorien („Winblot“ und „Mukola“) wurden die graphischen Skalen von Schubert und Otten (in Druck) eingesetzt. Diese Skalen bestehen aus zwei Kreisen, die auf einer horizontalen Linie angeordnet sind. In sieben Stufen bewegen sich die Kreise aufeinander zu, was eine stärkere Identifikation mit der Kategorie oder einer Übereinstimmung von in- und out-group ausdrücken soll. In der Variante zur Messung der Identifikation mit der in-group ist einer der beiden Kreise als Ausdruck des Selbst kleiner, der andere als Ausdruck der Kategorie größer. Zur Überprüfung der Identifikation mit der Gruppe der Studierenden wurden in der Bedingung „dk“ die sieben Items des Identifikationsfragebogens von Hinkle, Taylor und Fox-Cardamone (1989) in der Überarbeitung von Brown et al. (1986) für Laborgruppen eingesetzt. Zudem wurden in dieser Bedingung sieben offene und geschlossene Fragen gestellt, welche die Einstellung zur Universität Göttingen erheben sollten. Der Grund dafür war einerseits die Stärkung der Glaubwürdigkeit der Versuchsbedingung und zum anderen die Kontrolle, ob bei den Vpn deutliche Abneigungen gegen die Universität bestehen, die eine geringe Identifikation mit der Gruppe der Studierenden erklären würden.

3.2.2.5 Pretest zur Fragebogengenerierung

In diesem Experiment wurden keine frei assoziierten, gruppenspezifischen Items zur Generierung der Fragebögen (AV 1) verwendet, da bei einer doppelten Kategorisierung

(„Studierende“ und „Maler“) nur schwerlich mit frei assoziierten Adjektiven seitens der Versuchspersonen gearbeitet werden kann. Eine freie Assoziation bei doppelter Kategorisierung macht eine eindeutige Zuordnung der Adjektive auf eine Kategorie fast unmöglich. Zudem wäre bei einer freien Generierung mit Übertragungseffekten von der Beschreibung der einen Kategorie auf die Beschreibung der anderen Kategorie zu rechnen. Unter Übertragungseffekten ist in diesem Fall die erneute Generierung derselben Begriffe zu verstehen, die bereits zu einem zeitlich davor liegenden Stimulus assoziiert worden sind. Daher wurde im Vergleich zum Experiment 1, die Messung vereinfacht. Zur Beschreibung der Kategorien „Maler Winblot“ und „Studierende“ an der Universität Göttingen wurden nunmehr vorgetestete Adjektive herangezogen.

Die beschreibenden Adjektive für die Kategorie „Maler Winblot“ wurden aus der Menge der genannten Assoziationen aus Experiment 4 generiert. Die 108 Adjektive wurden nach Häufigkeit sortiert und die Top 20 in einer Fragebogenstudie an 23 Studierenden (Alter $M=22.7$ Jahre; 8 männlich, 15 weiblich; verschiedene Fachbereiche) an der Universität Göttingen in ihrer Valenz auf einer siebenstufigen Likert-Skala (1 für „sehr negativ“ bis 7 für „sehr positiv“) bewertet. Die jeweils 5 extrem positiv, bzw. negativ bewerteten Items wurden für die weitere Skalenkonstruktion verwendet.

Für die Kategorie „Studierende in Göttingen“ konnte auf eine frei assoziierte Begriffsmenge ($N=105$) aus einem Pretest mit Studierenden ($N=16$; Alter $M=28.1$ Jahre; 50 Prozent Frauen, bzw. Männer; verschiedene Fachrichtungen) zurückgegriffen werden. Da diese Erhebung etwas über ein Jahr zurücklag, die Selbstbeschreibungen aber kontextabhängig sind, wurden in einer weiteren Studie pro Teilnehmer jeweils max. fünf neue Assoziationen abgefragt, die dann als Übereinstimmungskontrolle zu den zuvor erhobenen Adjektiven dienen sollten. Aus dieser Menge wurde die Auswahl der häufigsten Nennungen einer Valenzbewertung auf einer siebenstufigen Likert-Skala (1=„sehr negativ“ bis 7=„sehr positiv“) unterzogen. An dieser Studie nahmen 40 Studierende (Alter $M=25.7$ Jahre; 50 Prozent Frauen, bzw. Männer) aus verschiedenen Fachbereichen teil. Die bewerteten Adjektive und die neu assoziierten Begriffe stimmten weitgehend überein, so dass mit den 6 extrem positiv, bzw. negativ bewerteten Adjektiven weitergearbeitet wurde.

Beide kategorienbeschreibenden Adjektivlisten wurden einer explorativen Faktorenanalyse zur Skalenbildung unterzogen. Die Faktorenanalyse ergab eine zweifaktorielle Lösung für alle negativen und die positiven auf die Kategorie „Winblot“

bezogenen Adjektive. Die positiven, auf die Kategorie „Studierende“ bezogenen Adjektive ließen sich bis auf ein Adjektiv dem vierten Faktor zuordnen (vgl. Tabelle 1).

Tab. 1: Faktorenladungen¹ der Adjektive für beide Kategorien („Maler“ und „Studierende“) und deren Valenzen (+/-).

		Faktor			
		1	2	3	4
Maler					
+	aufgeschlossen		.396		
+	interessant		.764		
+	kreativ		.875		
+	phantasievoll		.658		
+	spontan		.413		
-	fahrig	.433		(.749)	
-	hektisch	.765			
-	oberflächlich	.567			
-	pseudointellektuell	.445			
-	unruhig	.568		(.607)	
Studierende					
+	neugierig				.423
+	kommunikativ			.623	
+	interessiert				.531
+	wissensdurstig				.756
+	offen				.590
-	selbstsüchtig	.837			
-	arrogant	.534			
-	weltfremd	.850			
-	ziellos	.686			
-	unselbständig	.509	(.624)		

¹ Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Ladungen kleiner als .3 werden nicht berichtet

Dabei wurde auch jeweils ein positives und ein negatives Item aus der Menge der „Studierenden“-Items aussortiert, welches jeweils die schlechteste Passung in der Faktorenanalyse und die randständigste Valenzbewertung aufgewiesen hatte.

Die Ergebnisse der internen Konsistenz (Maler positiv $\alpha=.71$; Studierende positiv $\alpha=.69$; Maler negativ $\alpha=.88$; Studierende negativ $\alpha=.78$), sowie die inhaltlich logische Konstruktion („Künstler“ vs. „Studierende“) sprachen jedoch für die vorliegende Adjektivzuordnung trotz der fehlenden, eindeutigen Faktorlösung der Subskala für Studierende „positiv“. Diese uneindeutige Lösung ist an sich eine ökologisch valide Beschreibung und damit zu erklären, dass die Stichprobe in diesem Falle sich selbst beschreibt und das Selbststereotyp entsprechend der Heterogenität der in-group-Mitglieder ausfällt.

Somit lag nun ein 20 Items langes Fragebogeninstrument vor, das sowohl zehn beschreibende Items über die gemeinsam geteilte Kategorie „Studierende“, als auch zehn Items über die out-group-Kategorie („Maler Winblot“) mit einer jeweiligen Valenzbewertung, zur Hälfte positiv und negativ, enthielt.

3.2.2.6 Beschreibung der Stichprobe

Am Laborexperiment nahmen 66 Versuchspersonen in 22 Dreiergruppen teil. Keine der Gruppen musste nach der Bewertung der Chat-Protokolle ausgeschlossen werden. Allerdings war die Wahrnehmung der Terminverbindlichkeit bei den Vpn schlecht. Viele fest terminierte Gruppen konnten aufgrund fehlender Vpn nicht stattfinden. Eine Reihe von vorgetesteten Vpn haben daraufhin eine weitere Teilnahme abgelehnt, bzw. konnten nicht mehr teilnehmen, da ihr Pretest zu lange (mehr als zehn Tage) zurück lag und mit einer zu geringen Identifikation mit der Selbstkategorisierung zu rechnen war. So ist der Rückgang von 108 auf 66 Personen zu erklären. In beiden Bedingungen standen je elf Gruppen zur Analyse zur Verfügung. In den Bedingungen waren beide Geschlechter mit jeweils 50 Prozent vertreten. Durchschnittlich waren die Tn $M=24.3$ Jahre alt (Range 21-31 Jahre). Die Aufteilung auf die einzelnen Studienfächer ergab folgendes Muster: Sozialwissenschaften (13.6%), Psychologie (10.6%), BWL/VWL (16.7%), Jura (9.1%), naturwissenschaftliche Fächer (incl. Medizin) (12.1%), Magister und Lehramt jeweils 13.6 Prozent und auf den Rest entfielen 10.6 Prozent. Im Mittel waren die Tn im sechsten Semester (Range 2.-12. Semester). Die vier Items zur Erfassung der Medienkompetenz wurden nicht mehr verwendet, da die Vpn zum Zeitpunkt

der Erhebung im Herbst 2001 mit allgemein ausreichend bis guter Medienkompetenz ausgestattet waren. Sie bezeichneten die Einführung in das Medium und die verwendeten Programme als nicht notwendig. Zudem wurden die Vpn über das WWW rekrutiert, was als Indikator für ausreichende Medienkompetenz gelten konnte.

3.2.3 Ergebnisse

3.2.3.1 Manipulationskontrolle

Die Identifikation mit der Kategorie der ästhetischen Präferenz war in beiden Bedingungen gegeben [$M_{ek}=4.39$ $SD=1.37$; $M_{dk}=4.78$ $SD=1.27$], was in beiden Fällen eine signifikante Abweichung vom Skalenmittel darstellte [$t_{ek}(32)=6.69$, $p<.001$; $t_{dk}(32)=4.78$, $p<.001$]. Die Identifikationsniveaus in den beiden Bedingungen wichen signifikant voneinander ab [$t(65)=5.26$, $p<.01$]. Beide Skalen zur Identifikation mit der in-group und zur Unterschiedlichkeit der in- und out-group interkorrelierten [$r(66)=.51$, $p<.08$]. Die 7-Item-Skala zur Messung der Identifikation mit der Gruppe der Studierenden, die nur in der dk-Bedingung angewendet wurde, ergab nach dem Ausschluss eines Items eine gute interne Konsistenz ($\alpha=.70$). Die Tn identifizierten sich mit der Gruppe der Studierenden im Mittel ($M=4.68$, $SD=.79$), was eine signifikante Abweichung vom Skalenmittel darstellte [$t(32)=8.55$, $p<.001$]. Beide Kategorien („Maler“ und „Studierende“) waren daher für die Tn gleich salient. Die offenen und geschlossenen Fragen bzgl. der Einstellung zur Universität Göttingen in der Bedingung „dk“ ergaben keine Auffälligkeiten.

Insgesamt kann aus den Ergebnissen der Manipulationskontrolle geschlossen werden, dass die Variation der UV gelungen ist.

3.2.3.2 Hypothesentests

Zur Überprüfung der Hypothesen wurden alle Daten zu den AVs vom individuellen Messniveau auf Gruppenniveau aggregiert. In Hypothese 1-1 wurde postuliert, dass in der Bedingung mit der doppelten Kategorisierung ein grundsätzlich niedriges Niveau der Anwendung der beschreibenden Merkmale auf die out-group zu erwarten ist. Um dies zu testen, wurde eine MANOVA mit 2 (Skala Studierende/Maler) x 2 (Valenz positiv/negativ) x 2 (Bedingung ek/dk) x 3 (Messzeitpunkt T1/T2/T3) Faktoren berechnet.

Zuvor wurde die interne Konsistenz der Subskalen „Maler“ und „Studierende“ überprüft, wobei sich für die negativen Subskalen akzeptable α -Werte ergaben [α

Studierende_positiv=.46; α Studierende_negativ=.67; α Maler_positiv=.48; α Maler_negativ=.66]. Die positiven Subskalen waren bereits in der Konzeption (vgl. Abschnitt 3.2.2.5) problematisch, so dass die gefundenen α -Werte nicht überraschend waren. Dennoch wurde, entsprechend der Begründung bei der Konzeption, mit diesen Skalen weitergearbeitet.

In beiden Subskalen, zu fast allen Messzeitpunkten und in beiden Valenzen waren die Mittelwerte in der Bedingung „dk“ niedriger als in der Bedingung „ek“. Für die Subskalen „Maler“ und „Studierende“ ergaben sich folgende Werte, die in Tabelle 2 dargestellt werden.

Tab. 2: Mittelwertunterschiede und Standardabweichungen der Subskalen („Maler“ und „Studierende“) bezogen auf die UV Kategorisierung (ek/dk) zu allen drei Messzeitpunkten und beiden Valenzen.

		ek		dk		t ¹	sign.
		M	SD	M	SD		
Maler							
+	T1 positiv	5.53	.85	5.30	.47	.76	n.s.
+	T2 positiv	6.16	.69	5.47	.66	2.4	*
+	T3 positiv	5.78	.84	5.35	.62	1.37	+
-	T1 negativ	5.27	.73	4.59	.77	2.1	*
-	T2 negativ	5.62	.98	4.77	.72	2.31	*
-	T3 negativ	5.44	1.21	4.52	1.18	1.8	+
Studierende							
+	T1 positiv	5.96	.65	5.11	.73	2.84	*
+	T2 positiv	6.15	.85	5.35	.48	2.72	*
+	T3 positiv	5.87	.92	5.16	.4	2.35	*
-	T1 negativ	4.96	.68	4.62	.95	.95	n.s.
-	T2 negativ	5.09	.69	4.58	1.03	1.38	+
-	T3 negativ	5.11	.80	4.66	1.37	.94	n.s.

*: $p < .05$ +: $p < .10$ zweiseitig getestet

¹ alle $df = 20$

Das Ergebnis zeigte einen klaren Haupteffekt [$F(1,21)=4.35, p<.01$] für die Bedingung „ek“, der die Hypothese bestätigte. Auffällig war, dass im zeitlichen Verlauf die Standardabweichungen zunahmen, was im Zusammenhang mit den Konsenswerten interpretiert werden sollte. Für die Valenz fand sich ein Haupteffekt [$F(1,59)=23.26, p<.001$].

Hypothese 1-2 zum Anstieg der Zustimmung zu den Begriffen, d.h. zur inhaltlichen Ausgestaltung des Stereotyps, wurde mittels der genannten MANOVA mit Messwiederholung für die drei Messzeitpunkte und für beide Bedingungen getestet. Um den Verlauf besser einschätzen zu können, werden zuvor die Mittelwerte für alle Subskalen, bezogen auf die drei Messzeitpunkte und die beiden Bedingungen, in zwei Abbildungen (positive Valenz siehe Abb. 7 und negative Valenz siehe Abb. 7) dargestellt.

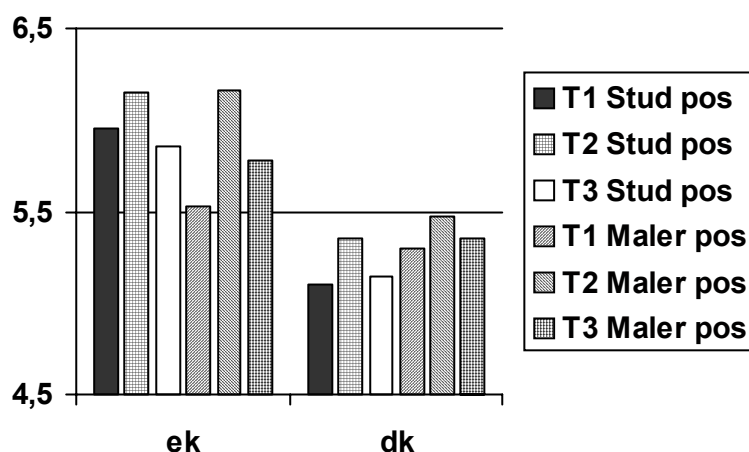


Abb. 6: Der Verlauf der Mittelwerte der Subskalen „Studierende“ und „Maler“ mit positiver Valenz in beiden Bedingungen (ek/dk).

Für den Messzeitpunkt fand sich ein signifikanter Haupteffekt [$F(1,59)=20.18, p<.05$]. Die Interaktion mit der Bedingung war tendenziell signifikant [$F(1,59)=4.21, p<.09$]. Im Falle der positiv valenten Subskalen ergab sich ein umgekehrt v-förmiger Verlauf, der durch die Haupteffekte bestätigt wurde [$F_{\text{Studierende}}(2,38)=2.59, p<.08$; $F_{\text{Maler}}(2,38)=4.12, p<.05$] und ein signifikanter Interaktionseffekt von Bedingung x Messzeitpunkt [$F(2,59)=8.93, p<.01$]³.

³ Darüberhinaus fanden sich folgende Dreifachinteraktionen: Skala x Bedingung x Messzeitpunkt [$F(1,59)=21.65, p<.01$], Skala x Valenz x Bedingung [$F(1,59)=10.30, p<.01$] und Skala x Valenz x Messzeitpunkt [$F(2,59)=9.60, p<.05$]. Diese Interaktionen weisen auf einen valenz- und skalenabhängigen Verlauf über die drei Messzeitpunkte, sowie das

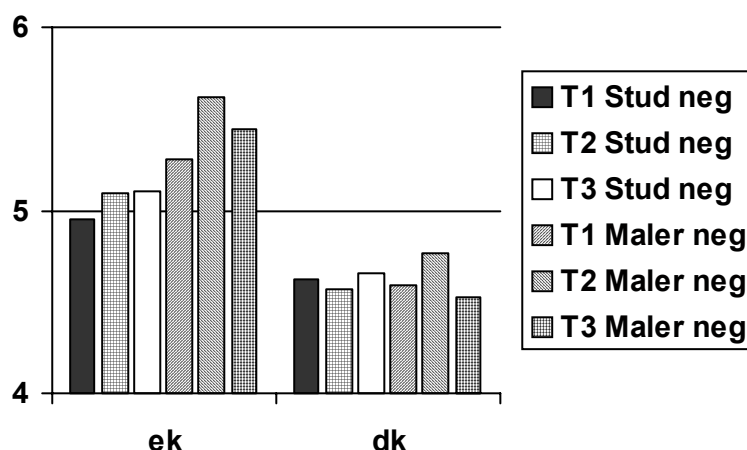


Abb. 7: Der Verlauf der Mittelwerte über die Messzeitpunkte für die Subskalen „Studierende“ und „Maler“ mit negativer Valenz in beiden Bedingungen (ek/dk).

Für die den Studierenden zugeordneten Items ergab sich kein signifikanter Anstieg [$t_{\text{StudierendeT1-3}}(20)=1.03$, n.s.]. Für die negativ valenten Subskalen der Maler-Items fand sich, wie im Falle der positiven Subskalen ein umgekehrt v-förmiger Verlauf, der durch einen signifikanten Innersubjekteffekt [$F_{\text{Maler}}(2,38)=2.12$, $p<.05$] und einen signifikanten Effekt der Bedingung [$(F_{\text{Maler}}(1,19)=4.0$, $p<.05$] ausgedrückt wurde.

Hypothese 1-2, die den Anstieg der Zustimmung postuliert hat, musste aufgrund dieser Ergebnisse verworfen werden. Die Hypothese 1-3, welche die zunehmende, negative Valenz postuliert hat, konnte eine teilweise Bestätigung werden. Die auf die stereotypisierte out-group bezogene Subskala stieg an, wohingegen die auf die gemeinsame in-group bezogene Subskala keine Veränderung zeigte.

Für die Überprüfung der Hypothesen 2-1 und 2-2, mit denen eine Zunahme des Konsens vorhergesagt wurde, wurden wie auch in Experiment 1 die Konsenswerte mittels des Intraklassenkorrelationskoeffizienten κ zunächst auf Gruppenniveau für jeden Messzeitpunkt und speziell in diesem Experiment für jede Subskala (Studierende/Maler, jeweils beide Valenzen) getrennt berechnet. Ein Vergleich der Werte der vier Subskalen mittels einer MANOVA ergab keine signifikanten Unterschiede (alle F-Werte $<.1$), weshalb in der Folge die berechneten Werte für alle 20 Begriffe gemittelt über alle Gruppen berichtet werden.

grundsätzlich geringere Niveau der Bewertungen zwischen den beiden Bedingungen hin, sollen hier aber nicht weiter interpretiert werden.

Für die Bedingung „ek“ ergaben sich folgende κ -Werte: $M_{MZP1}=.12$, $SD=.10$; $M_{MZP2}=.17$, $SD=.09$; $M_{MZP3}=.09$, $SD=.16$, im Gegensatz dazu für die Bedingung „dk“ die folgenden κ -Werte: $M_{MZP1}=.04$, $SD=.04$; $M_{MZP2}=.06$, $SD=.04$; $M_{MZP3}=.002$, $SD=.35$. Abbildung 8 verdeutlicht den Verlauf der Mittelwerte.

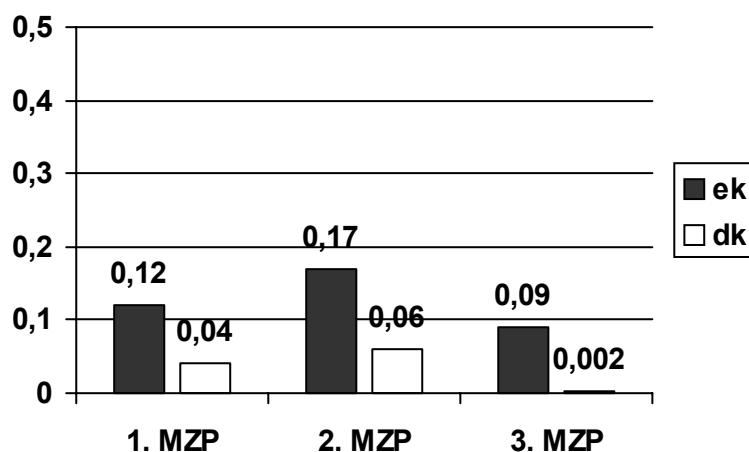


Abb. 8: Der Verlauf der Mittelwerte des Konsens über die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (ek/dk).

Für die Bedingung „ek“ ergab sich ein tendenziell signifikanter within-Effekt [$F(1,20)=1.78$, $p=.09$], wobei der Unterschied zwischen MZP 1 und 2 nur tendenziell signifikant [$t(10)=1.57$, $p=.081$] und zwischen MZP 2 und 3 signifikant wurde [$t(10)=1.69$, $p<.05$]. In Bezug auf den postulierten Anstieg (Hypothese 2-1) war dieser für die Phase zwischen Messzeitpunkt 1 und 2 zu finden, zum dritten MZP fiel der Konsens wieder ab. Dahingehend musste die Hypothese verworfen werden. Der Konsens blieb in der Bedingung „dk“ unter den Werten der einfach kategorisierten Bedingung [$F(1,20)=3.48$, $p<.05$]. Hypothese 2-2 kann dahingehend als bestätigt gelten.

3.2.4 Diskussion

Das Experiment stellt eine sinnvolle Umsetzung der methodischen Kritik aus dem ersten Experiment dar. Die Selbstkategorisierung mittels des Pretests erhöht zwar den experimentellen Aufwand, doch kann so ein inhaltlich sinnvoll angereicherter, aber nicht klar definierter Kontext für die Stereotypentstehung generiert werden. Der Rückgriff auf eine selbst gewählte, soziale Kategorie stellt eine weitere Veränderung zum klassischen MGP dar. Es steht im Gegensatz zum Vorgehen in Experiment 1 eine soziale Kategorie für die in-group zur Verfügung. Die Valenzbewertung des Stereotyps ist mittels der vorgetesteten Skala

ebenfalls möglich, wobei hier ein Schritt zurück zu einer frei assoziierten Skala und einer Valenzbewertung notwendig erscheint, um die Kritik an der Stereotypforschung, die mit dieser Arbeit teilweise ausgeräumt werden soll, stringent umzusetzen. Die mit der Selbstkategorisierung verbundenen, gewählten Inhalte für die Interaktionsphasen (Begründung und Überlegenheit der eigenen ästhetischen Präferenz) setzen ebenfalls die geforderte stärkere out-group-Fokussierung der in-group um.

Die Ergebnisse aus dem Experiment zeigen, dass eine komplexere soziale Umwelt, in der mehr als eine saliente Kategorie existiert, die Stereotypentstehung beeinflusst. In der doppelt kategorisierten Bedingung „dk“ lag die Zustimmung zu den bewertenden Items über die out-group niedriger als in der „ek“-Bedingung. Die Zurückhaltung bei der Anwendung der Begriffe auf die out-group entstand aufgrund der gemeinsamen sozialen Kategorisierung mit der out-group.

Gerade die negativen Items aus der Subskala der Studierenden, d.h. der geteilten in-group-Kategorie, verzeichneten keinen Anstieg im Verlauf. Damit ist die bereits im ersten Experiment aufgeworfene Fragestellung nach dem Prozess der Valenzentstehung von Stereotypen noch offen. Hier wäre eine konsequente Fortführungsmöglichkeit zwei out-groups zur Bewertung zu stellen, ohne dass eine davon eine gemeinsame in-group mit der bewertenden Gruppe besitzt. Eine andere Fortführung der Manipulation „komplexere soziale Umwelt“ wäre durch die Einführung eines zusätzlichen Fokus auf die eigene Gruppe denkbar (Selbststereotypisierung). Die Hinzunahme der Ebene der Selbststereotypisierung erscheint konzeptionell möglich, aber noch zu unverbunden, da die Stereotypentstehung an sich und damit primär in Bezug auf die out-group noch nicht umfassend genug beschrieben und erklärt werden kann. Zudem ist zu erwarten, dass die zusätzliche Selbststereotypisierung den kognitiven Aufwand erhöht, was eine indirekte Manipulation einer individuellen Variable darstellt. Eine direkte Manipulation ist jedoch wünschenswerter, da so eindeutige Aussagen über den Einfluss auf die Stereotypentstehung gemacht werden können. Die Auswahl der möglichen individuellen, kognitiven Variablen soll erst nach der weiteren Diskussion und Integration der Ergebnisse vorgenommen werden.

Die Ergebnisse lassen als strukturelle Analogie zur Aggregat-Bedingung in Experiment 1 den Schluss zu, dass eine mehrfache Kategorisierung, die die eigene Gruppe mit einschließt, eine untere Grenze markiert, die für eine markante Stereotypentstehung überschritten werden, mit anderen Worten eine eindeutige in-group – out-group-Relation hergestellt werden muss.

Der Verlauf der sich als diagnostisch erweisenden Subskalen „Maler positiv“ und „Studierende positiv“, sowie die Skala „Maler negativ“ zeigte einen nicht hypothesenkonformen, umgekehrt v-förmigen Verlauf. Im ersten Experiment war ein v-förmiger Verlauf zu erkennen, der mit dem Fokuswechsel zwischen der ersten und zweiten Interaktionsphase begründet wurde. Vergleicht man die beiden Experimente, so weisen Interaktionsphase 2 in Experiment 1 und Interaktionsphase 1 in Experiment 2 denselben, auf die out-group bezogenen Fokus auf. Auch der Verlauf der Stereotypentstehung, d.h. ein Anstieg der Zustimmung zu den beschreibenden Adjektiven, lag in beiden Experimenten vor. Im zweiten Experiment lag in der zweiten Interaktionsphase kein Fokuswechsel mehr vor, allerdings war ein linearer Anstieg auch nicht die Folge. Der Verlauf zeigte eine Abnahme der Zustimmung nach der zweiten Interaktionsphase für die positiven Skalen; gleiches drückte sich auch in den Konsenswerten aus. Ebenso stieg die Standardabweichung der Mittelwerte der AV 1 im dritten Messzeitpunkt auffällig, aber nicht signifikant an.

Diese Befunde sprechen gegen eine grundsätzliche Interpretation der Ergebnisse als einfachen „mere exposure“-Effekt (Zajonc, 1968). Unter dem „mere exposure“-Effekt wird ein Anstieg der positiven Bewertung eines neuen Objekts mit zunehmender Häufigkeit des Kontakts, bzw. der Auseinandersetzung angenommen. In einer Metaanalyse von Bornstein (1989) wurde eine Verstärkung des Effekts besonders für komplexe Bewertungsobjekte oder subliminal wahrgenommene Objekte beschrieben. Im vorliegenden Fall fand sich der Effekt in den Daten nicht und zudem waren die Bewertungsobjekte aufgrund der geringen, mit ihnen verbundenen Informationen wenig komplex. Dies würde nach der Metaanalyse für einen kleineren Effekt sprechen. Zudem waren die Zeiträume, die in der „mere exposure“-Forschung beschrieben wurden, deutlich länger als die hier umgesetzte Dauer der Auseinandersetzung von einer Stunde. Der „mere exposure“-Effekt kann also nicht als Alternativinterpretation der Ergebnisse herangezogen werden. Weiterhin mehrt sich in der jüngeren Vergangenheit die Diskussion über den Effekt an sich. Im Gegensatz zur Position, dass sich der „mere exposure“-Effekt zur Stereotypreduktion verwenden lässt (Bornstein, 1993), stehen Befunde, die den Effekt grundsätzlich negierten (Klinger & Greenwald, 1994).

Mit der Abgrenzung der in Experiment 2 gefundenen Ergebnisse zum „mere exposure“-Effekt ist aber keine vollständige Interpretation und Erklärung vorgenommen. Eine explorative Analyse der Chatprotokolle gab weitere Indizien für die Interpretation. In der zweiten Chatphase wurden die Versuchspersonen aufgefordert, über die geschmackliche

Überlegenheit ihrer ästhetischen Präferenz gegenüber der out-group zu diskutieren. Dies wurde in der überwiegenden Anzahl der Fälle auch getan, allerdings mit dem vorherrschenden Ergebnis, dass eine endgültige Einschätzung nicht ohne weitere Informationen möglich war. Gerade in der Bedingung „dk“ wurden diese egalitären oder informationsbedürftigen Positionen häufig vertreten, was folgendes Interaktionsprotokoll beispielhaft verdeutlichen soll:

Person 3 : 17:31:54 aber von überlegenheit ästhetischer präferenzen zu sprechen verbinde ich irgendwie mit intolleranz

Person 2: 17:32:19 oder arroganz

Person 3 : 7:32:31 ja

Person 1: 17:32:33 das geht uns wohl allen so...

Person 2: 17:32:50 also ist die fragestellung falsch

Person 3 : 17:33:11 genau damit fällt es einem sehr schwer zu diskutieren

(Ausschnitt aus Gruppe Nr. 9, Bedingung“ dk“, Tippfehler im Original)

In der Bedingung „ek“ kam diese Suche nach Informationen ebenfalls vor, allerdings in weniger markanter verbaler Ausprägung. Dort waren eher Interaktionssequenzen zu finden, wie folgendes Beispiel zeigt:

Person 2: 17:32:58 ich denke, dass das auffällige von uns eher erkannt wird, oder?

Person 1: 17:33:31 ich denke,dass wir einfach bodenständiger sind!

Person 1: 17:34:07 vielleicht ein bißchen konservativ, aber auf keinen Fall naiv!

Person 3 : 17:34:10 oder angepisst sind von leuten, die mit verspieltem zeug und grellen farben, wo so gar nichts interessantes bei ist, locken wollen.

Person 2: 17:34:33 das stimmt, so ähnlich denke ich auch. aber das erkennen von bestimmten symbole usw. ist für uns einfacher, weil es für uns etwas "besonderes" ist und nichts "normales"

(Ausschnitt aus Gruppe Nr. 4, Bedingung „ek“, Tippfehler im Original)

Diese beiden Ausschnitte verdeutlichen, dass einerseits eine Bewertung der out-group zunehmend verweigert wird, bzw. sich wieder ein in-group-Fokus einstellt. Diese Befunde weisen darauf hin, dass die Kategorisierung allein nicht die Stereotypausgestaltung trägt, da die als Manipulationskontrolle gemessenen Identifikationsmaße und die Abgrenzung der in-group (eigene ästhetische Präferenz) von der out-group (ästhetische Präferenz der anderen Gruppe) erst am Ende des Experiments erhoben wurden. Zudem verdeutlichen die Protokolle erneut die Problematik der Begründung der Interaktion. Die gestellte Aufgabe, bzw. das Interaktionsthema fordert die Vpn in der zweiten Interaktionsphase auf, einen Grund für ein Werturteil über die out-group zu liefern. Sie stellen im Verlauf der Interaktion fest, beispielsweise durch elaborierte Verarbeitung, dass sie keinen echten Unterschied finden und

bauen ihre gerade erst entstandenen Stereotype ab. Es ist daher geboten, nach weiteren Einflussfaktoren der Stereotypentstehung, sozusagen der Kategorisierung nachgeordneter Art, zu suchen. Eine Möglichkeit der Fortführung ist die Ausdifferenzierung des sozialen Kontextes (multiple Stereotype) oder eine Inklusion der in-group in den Stereotypentstehungsprozess (Selbststereotypisierung). Die andere Möglichkeit ist die Beibehaltung des bestehenden Untersuchungskontextes und die Hinzuziehung einer zweiten theoretischen Einfluss- oder Erklärungsperspektive.

Diese Einflussfaktoren liegen im Bereich der individuellen kognitiven, motivationalen oder emotionalen Prozesse. In der Entscheidung für eine der beiden dokumentierten Fortführungsrichtungen, multiple out-group-Kategorien oder Analyse der individuellen Prozesse auf Seiten des Bewertenden fällt die Entscheidung zu Gunsten der individuellen Prozesse. Multiple out-group-Kategorien stellen in gewisser Weise eine Operationalisierung von erschwerten, bzw. komplexen kognitiven Verarbeitungsprozessen dar. Auf der Basis der Ergebnisse aus Experiment 2 kann der Informationsgewinn, dass eine Stereotypentwicklung in Bezug auf multiple Kategorien eher ausbleibt, als bezogen auf eine Kategorie, extrapoliert wird. Die Entwicklungsrichtung der Analyse individueller, nicht nur kognitiver Prozesse verspricht mehr Potential in Bezug auf zwei Fragestellungen:

- Die Analyse des Stellenwerts der Konsensbildung
- Die Integration von Social Cognition- und SIT/SCT-Perspektiven

Daher wird in Experiment 3 eine Erweiterung des Untersuchungsparadigmas um eine zweite unabhängige Variable vorgenommen, die die Analyse der individuellen kognitiven oder emotionalen Prozesse ermöglicht.

3.3 Experiment 3: Stimmungsmanipulation als Verstärkung?

3.3.1 Überblick

Die Ergebnisse aus den beiden ersten Experimenten deuteten auf einen nicht zu vernachlässigenden Einfluss des Aufmerksamkeitsfokus und der Informationsverarbeitung für die Stereotypentwicklung hin. Insbesondere sind dies:

- Die Einflüsse des Fokus (out-group vs. in-group) in der Interaktion.
- Der Bedarf an zusätzlicher Information, bzw. die grundsätzliche Ablehnung der out-group-Bewertung.

Beide Faktoren können unter den in Abschnitt 2.5.2 beschriebenen „Social Cognition“-Einflussfaktoren als individuelle Formen der Informationsverarbeitung subsumiert werden. Der erste Faktor ist durch eine, die Fokuswechsel verhindernde Ausrichtung der Interaktion zu beheben. Dies wurde in Experiment 2 umgesetzt, allerdings noch nicht mit dem gewünschten Erfolg, weil die Begründung der Interaktion innerhalb der in-group durch ein Werturteil über die out-group begründet wurde. Der zweite Faktor betrifft die Menge der zur Verfügung stehenden Informationen. In der Realität stehen diese Informationen über die out-group auf der Basis von Erfahrungen und Wissen, sowie auf der Basis der üblichen Informationsreichhaltigkeit der sozialen Umwelt zur Verfügung. In diesem Experimentalparadigma wurde die Informationsarmut künstlich hergestellt und konnte gerade nicht angereichert werden. Es sollen exakt diese Einflüsse reduziert werden, um somit genuine Stereotypentstehung beobachten zu können. Wie bereits in Abschnitt 2.5.2 dargestellt, wird die heuristische Funktion von Stereotypen durch individuelle Zustände oberflächlicher (peripherer) Informationsverarbeitung oder durch gehoben-positive Stimmung verstärkt. Im Gegensatz dazu führt eine gedrückt-negative Stimmungslage zu differenzierter und systematischer Auseinandersetzung mit dem target-Reiz. Diese individuelle Informationsverarbeitungsperspektive bietet die Lösung für den Umgang mit den zwei Problemfaktoren an. Im Zustand heuristischer Informationsverarbeitung/positiver Stimmung sollte das Fokusproblem weniger stark auftreten, da es von den Vpn kaum reflektiert werden kann. Ebenso könnte der Mangel an Informationen, der bei bewusster Verarbeitung vermerkt wird, in dieser Bedingung nicht als solcher erkannt werden. Zusammengefasst soll in diesem Experiment getestet werden, ob die prozeduralen und informativen Lücken, die in der rein durch soziale Kategorisierung bedingten Entstehung von Stereotypen auftreten, durch individuelle kognitive Prozesse geschlossen oder verstärkt werden können.

Auch für dieses Experiment gilt die Anforderung, Fehler und Kritik aus Experiment 1 zu verbessern, da das zweite Experiment aufgrund seiner spezifischen Anforderung an die Merkmalsfragebögen keine konsequente, kleinschrittige Umsetzung vorgenommen hat. So soll die Anforderung an reichhaltigere Maße mit einer Valenzbewertung umgesetzt werden,

die den größeren Inhalt der Kategorien abbilden können. Dafür wird die Selbstkategorisierung anhand der ästhetischen Präferenz beibehalten. Die freie Assoziation zur out-group wird mit im Vergleich zu Experiment 1 erweiterter Begriffsanzahl fortgeführt. Zusätzlich zur AV „Bewertung der out-group mittels traits“ kommt die AV „Valenz der freien Assoziationen“. Die Fokussierung der Interaktionsphasen wird analog zu Experiment 2 weitergeführt.

3.3.2 Methode

3.3.2.1 Vorgehen

Der Ablauf des Experiments orientierte sich an der allgemeinen Beschreibung in Abschnitt 2.7.4. Leider können im Anhang keine Versuchsseiten dokumentiert werden, da diese aufgrund eines Datenverlusts auf dem Versuchsserver nach Abschluss des Experiments verloren gegangen sind.

Die Versuchspersonen wurden hauptsächlich per Aushang im Institut für Psychologie und per Ansprache auf dem Universitätsgelände rekrutiert. Die Einteilung in die Experimentalgruppen erfolgte entsprechend ihrer Selbstkategorisierung homogen, ansonsten aber zufällig. Auf eine gemischtgeschlechtliche Zusammensetzung und geringe, bzw. keine Bekanntheit der Vpn untereinander wurde geachtet. Es wurde den Versuchspersonen keine Coverstory kommuniziert. Der grobe Versuchsablauf, insbesondere die als Entspannungsphase beschriebene Unterbrechung zwischen den Interaktionsphasen wurde im Vorfeld angekündigt. Die Kommunikation seitens des Versuchsleiters im Chat wurde mittels standardisierter Aussagen vorgenommen. Alle weiteren Informationen wurden den Vpn auf den Versuchsseiten mitgeteilt. Außerdem wurde eine erste Messung der Stimmung (Ausgangslage) vorgenommen. Der Zeitrahmen des gesamten Experiments betrug etwa eine Stunde und 20 Minuten, wobei die Interaktionszeiträume jeweils 15-20 Minuten in Anspruch nahmen. Die Versuchspersonen wurden vor der ersten Interaktionsphase aufgefordert, jeweils drei Begriffe zur out-group zu assoziieren, die dann zu einem 9-Item-Fragebogen zusammengesetzt wurden, auf dem die out-group beschrieben werden sollte. Dieselben neun Begriffe sollten weiterhin auf ihre Valenz bezogen bewertet werden. Danach folgte die erste Interaktionsphase mit dem Diskussionsschwerpunkt „Begründung der eigenen ästhetischen Präferenz“. In der Pause wurde die Stimmungsmanipulation vorgenommen. Nach der Stimmungsmanipulation folgte der zweite Messzeitpunkt zur Kontrolle der Induktion, sowie eine erneute freie Assoziation von weiteren drei beschreibenden Adjektiven über die out-

group. Aus dieser freien Assoziation und den ersten neun Assoziationsitems wurde dann ein 18-Item großer Fragebogen zur Bewertung der out-group generiert. Danach folgte eine Valenzbewertung der 18 Items. Die zweite Interaktionsphase fokussierte auf einer Überlegenheitsbegründung der eigenen ästhetischen Präferenz gegenüber der out-group. Im Anschluss daran folgte ein dritter Messzeitpunkt mit den 18 Items zur Bewertung der out-group und eine Valenzbewertung der Items. Der dritte Messzeitpunkt zur Valenzbewertung diente der Verlaufsmessung für die zum ersten Messzeitpunkt assoziierten Begriffe und ihrer Valenzentwicklung über die drei Messzeitpunkte hinweg. Das Experiment endete nach der Erhebung der Manipulationskontrolle zur Identifikation und der soziodemographischen Daten. Die Versuchspersonen wurden debriefed und für ihre Teilnahme mit DM 10,- bezahlt.

3.3.2.2 Umsetzung der Stimmungsinduktion

Bei der Stimmungsinduktion ist es bedeutsam, darauf zu achten, dass mit der Induktion keine weitergehende Beeinflussung einer AV geschaffen wird (Westermann et al., 1996). Auf das eigene Experiment bezogen bedeutet dies, dass keine Wut induziert werden darf, die auf die out-group bezogen werden kann, da es sonst zu Revanche-Verhalten kommen könnte. Auf die Gefahren von Revanchismus als Reaktion auf die Stimmungsinduktion weisen Bodenhausen, Sheppard und Kramer (1994) hin. Daher sind die angestrebten Zielzustände der Induktion jeweils eine gehoben-positiv Stimmung oder eine gedrückt- traurige Stimmung.

Zur Induktion von Stimmungszuständen wurden verschiedene Methoden verwendet, z.B. Lektüre von stimmungshaltigen Statements, Imagination, Musik, Film oder Situationsbeschreibungen. In der Metaanalyse von Westermann et al. (1996) schnitt die Kombination von Film und Situationsbeschreibungen als erfolgreichste Form der Stimmungsinduktion ab. Mit großem Abstand zu dieser Kombination folgten an zweiter und dritter Stelle, jedoch mit nur geringem Abstand zueinander die „nur Film“-Variante und die Darbietung von Musik. Die Induktion mittels Film/Situationsbeschreibung ist für das Experiment zeitlich zu aufwendig und lässt sich nicht sinnvoll in den Versuchsablauf integrieren. Ein Pretest von Musikstücken entlang der von Gerrards-Hesse, Spies & Hesse (1994) vorgeschlagenen Auswahl erbrachte keine befriedigenden Induktionserfolge. Daher wurden für die Stimmungsinduktion Filmsequenzen verwendet, die eine teilmodernisierte Variante der von Forgas und Moylan (1987) verwendeten Filme waren. Zur Herstellung der gehoben-positiven Stimmung wurde statt des Comic-Filmausschnitts aus der Serie „Die Peanuts“ ein Ausschnitt aus der Serie „Die Simpsons“ verwendet. Dazu wurden eine Reihe

von drei digitalisierten „Simpsons“-Sequenzen in einem Pretest bewertet: 19 Versuchspersonen haben dafür jeweils eine zweiminütige Filmsequenz unter den selben Bedingungen wie später im Experiment gesehen und in einem Messwiederholungsdesign auf der PANAS-Skala (Watson, Clark & Tellegen, 1988) bewertet. Dabei schnitt die Sequenz „Bart verkauft seine Seele“ am besten ab. Die gedrückt-negative Stimmung wurde wie bei Forgas und Moylan (1987) mit einem zweiminütigen Ausschnitt aus dem Film „Der Tag danach“, einem Atomkriegsszenario, erzeugt.

3.3.2.3 Design und Manipulation der UV

Bei dem im Experiment verwendeten Design handelte es sich um ein dreifaktorielles Design mit den jeweils zweifach gestuften Faktoren Art der Identifikation („Gruppe“ vs. „Aggregat“) und Stimmung („gehoben-positiv“ vs. „gedrückt-negativ“). Die Manipulation der ersten UV (Identifikation) erfolgte auf der Basis der Selbstkategorisierung. Im Falle der Stufung „Gruppe“ wurde der Gruppencharakter stark betont und die Homogenität über die ästhetische Präferenz hervorgehoben. Die Bedingung „Aggregat“ wurde über die semantische Manipulation, z.B. Personen mit der ästhetischen Präferenz XY, erzeugt. UV 2 (Stimmung) wurde zwischen den beiden Interaktionsphasen mittels einer filmbasierten Stimmungsinduktion variiert. Die dritte UV war wie in den vorangegangenen Experimenten die Messwiederholung zu drei Messzeitpunkten.

In diesem Experiment wurden folgende Hypothesen (vgl. Kapitel 2.8) getestet:

Hypothese 1-1: Die soziale Kategorisierung als „Gruppe“ führt zu höherer Zustimmung zu den Adjektiven als die Kategorisierung „Aggregat“.

Hypothese 1-2: Im Falle von gehoben-positiver Stimmung drückt sich die Stereotypisierung in höherer Zustimmung zu den Adjektiven aus, als dies bei gedrückt-negativer Stimmung der Fall ist.

Hypothese 1-3: In der Bedingung Kategorisierung „Gruppe“ und gehoben-positiver Stimmung steigt im Verlauf der Auseinandersetzung die inhaltliche Anreicherung in Form höherer Zustimmung an.

Hypothese 1-4: Die Stereotypvalenz wird im Verlauf negativer.

Aus den Befunden, sowie aus den beiden ersten Experimenten zur Konsensentwicklung bei Stereotypen lässt sich folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 2-1: In der Bedingung Kategorisierung „Gruppe“ und gehoben-positive Stimmung steigt im Verlauf der Auseinandersetzung der Konsens an.

3.3.2.4 Abhängige Maße

Die abhängigen Maße (AV) bestanden aus der Zustimmung zu den Begriffen als out-group-Bewertung (AV 1) analog zu Experiment 1 und 2, und der den einzelnen Begriffen zugeordneten Valenz (AV 2), gemessen auf einer neunstufigen Likert-Skala (1 für „sehr negativ“ bis 9 für „sehr positiv“). Die dritte AV stellte analog zu Experiment 1 und 2 den Konsens dar.

Die Manipulationskontrolle bezogen auf die in-group erfolgte wie in Experiment 1: die Identifikation mit der eigenen Gruppe wurde mittels des Identifikationsfragebogens (5 Items) von Hinkle, Taylor und Fox-Cardamone (1989) in der Überarbeitung von Brown et al. (1986) für Laborgruppen und zwei Items zur Messung der Homogenität (Simon, Hastedt & Aufderheide, 1997) durchgeführt. Dazu wurden vier bildliche Items zur Messung der Entitativität einer Dreiergruppe bezogen auf die in-group (Jonas & Sassenberg, 2000) verwendet (vgl. Exp. 1).

Zur Kontrolle der Stimmungsinduktion wurde zweimal, einmal zu Beginn des Experiments und einmal nach dem Induktionszeitpunkt, eine eigene deutsche Übersetzung der PANAS-Skala (Watson, Clark & Tellegen, 1988) mit je zehn positiven und negativen Adjektiven auf einer siebenstufigen Likert-Skala (Ich fühle mich.....; 1 für „trifft nicht zu“ bis 7 für „trifft voll zu“) verwendet.

3.3.2.5 Beschreibung der Stichprobe

An der Studie haben 87 Studierende teilgenommen. Die Werbung erfolgte über Handzettel, Aushänge und direkte Ansprache auf dem Campus. In der Stichprobe waren 24.4 Prozent männlich und 75.6 Prozent weiblich. Der hohe Anteil weiblicher Tn entstand durch die hohe Beteiligung von Studierenden der Psychologie (30%). Auf andere Fächer entfielen 15 Prozent (Sozialwissenschaften), 8.3 Prozent (BWL, VWL), 5 Prozent (Jura), 15 Prozent (math-nat. Fächer/Medizin), 16.7 Prozent (Magister) und 7 Prozent (Rest). Der

Altersdurchschnitt lag bei 23.3 Jahren (Range 20-28 Jahre) und die Tn waren zumeist im vierten Semester (Minimum erstes, Maximum 8 Semester).

3.3.3 Ergebnisse

3.3.3.1 Manipulationskontrolle

Der Erfolg der Stimmungsinduktion wurde gemessen, zudem bei den Versuchspersonen im Debriefing subjektiv erfragt und ergab für fast die Hälfte der Gruppen das Ergebnis, dass die Induktion nicht gelungen war. Die Literatur zu Stimmungsinduktionen (Howarth & Hoffman, 1984) weist auf den Effekt der Wetterlage hin, der sich bei Stimmungsinduktionen kontraproduktiv erweisen kann. Zum Zeitpunkt der Durchführung des Experiments (Frühjahr/Sommer 2000) war das Wetter überwiegend schlecht, mit anderen Worten es war ein sehr verregneter Sommer. Eine Analyse der Versuchsbedingungen ergab, dass entsprechend des Wetters nur bestimmte Induktionen erfolgreich waren, bzw. sein würden (positive Induktion eher bei schönem Wetter und negative Induktion eher bei schlechtem Wetter). Zudem fand sich Regenwetter bei Versuchspersonen in der Bedingung „negative Stimmungsinduktion“ zum ersten Messzeitpunkt ein Bodeneffekt, der eine messbare, erfolgreiche Stimmungsinduktion unmöglich machte. Diese verkomplizierende Wetterabhängigkeit machte ein vollständiges Auffüllen der Zellen fast unmöglich. Das Experiment wurde daher abgebrochen mit der Auswirkung, dass das zweifaktorielle auf ein einfaktorielles Design reduziert wurde. Die Bedingung „Kategorisierung“ mit der Ausprägungen „soziale“ vs. „personale, bzw. aggregierte Identität“ wurde aufgelöst und nur noch die unvariierte Bedingung „soziale Identität“ durchgeführt. Neun Gruppen mussten wegen Problemen in der Stimmungsmanipulation (es lagen nur Daten eines MZP vor) ausgeschlossen werden. Somit standen insgesamt 20 Gruppen mit salienter sozialer Identität zur Verfügung, deren Mittelwert signifikant vom Skalenmittel abwich [$M=4.85$, $SD=.98$, $t(18)=2.56$, $p<.05$]. Die wahrgenommene Entitativität war hoch und wich signifikant vom Skalenmittel ab [$M=4.7$, $SD=1.2$, $t(18)=2.1$, $p<.05$]. Die interne Konsistenz der Skalen war gut [$\alpha_{\text{Identifikation}}=.75$ bzw. $\alpha_{\text{Entitativität}}=.78$]. Fünfzehn dieser Gruppen fallen in die Bedingung mit positiver Stimmungsinduktion [$M=5.66$, $SD=.88$] und fünf Gruppen in die Bedingung mit negativer Stimmungsinduktion [$M=4.89$, $SD=1.5$, $t_{\text{pos-neg}}(18)=2.51$, $p<.01$]. Die geringe Anzahl der Gruppen in der Bedingung mit negativer Stimmungsinduktion resultierte auch aus der Tatsache, dass bei Regenwetter ein höherer Anteil der Termine nicht zu Stande kam. Die

Reliabilität der PANAS-Skalen war ebenfalls als gut zu bewerten ($\alpha_{\text{positiv}}=.71$ bzw. $\alpha_{\text{negativ}}=.79$, $\alpha_{\text{gesamt}}=.76$).

3.3.3.2 Hypothesentests

Für die Berechnung der Ergebnisse mittels AV 1 (freie Assoziation von Begriffen) wurden Doppelnennungen (mit gleicher und unterschiedlicher Bewertung) und aufgrund von Tippfehlern unklare Assoziationen von der Analyse ausgeschlossen. Die erneute Generierung von freien Assoziationen zum zweiten Messzeitpunkt erbrachte eine hohe Anzahl von erneuten Nennungen aus dem ersten MZP, die entsprechend von der Analyse ausgeschlossen wurden. Die zumeist drei bis vier neuen Begriffe waren inhaltlich, bzw. valenzbezogen nicht auffällig und wurden in der Analyse nicht gesondert behandelt, sondern der ersten Assoziationsmenge zugeschlagen. Analog wurde mit der Berechnung des Konsens verfahren. Das Analyseniveau der Daten (AV 1, 2 und 3) war jeweils die einzelne Gruppe.

Hypothesen 1-1 und 1-3 konnten nach der Einschränkung des Experiments auf eine UV nicht mehr getestet werden.

Hypothese 1-2 postulierte zum Anstieg der Zustimmung zu den Begriffen, d.h. zur inhaltlichen Ausgestaltung des Stereotyps, einen Effekt für die Induktion einer positiv-gehobenen Stimmung. Dieses Postulat wurde mittels einer MANOVA mit Messwiederholung für die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (positive vs. negative Stimmung) getestet. Zur besseren Visualisierung des Verlaufs werden zuvor die Mittelwerte bezogen auf die drei Messzeitpunkte und die beiden Bedingungen (positive und negative Stimmung), in Abb. 9 dargestellt [$M_{\text{pos/negST1}}=5.8$, $SD=1.03$; $M_{\text{posST2}}=6.14$, $SD=1.33$; $M_{\text{negST2}}=5.65$, $SD=1.45$; $M_{\text{posST3}}=6.91$, $SD=1.34$; $M_{\text{negST3}}=4.7$, $SD=1.27$].

Für die positive Stimmungsinduktion ergab sich ein linear ansteigender Verlauf, für die negative Stimmungsinduktion ein linear absteigender Verlauf, der in der MANOVA als Innersubjekteffekt [$F_{\text{positiv}}(1,14)=1.89$, $p<.05$; $F_{\text{negativ}}(1,4)=1.09$, $p<.09$] tendenziell signifikant war. Der Effekt der Bedingung [$F(1,19)=3.54$, $p<.01$] deutete auf mehr Stereotypisierung bei positiver als bei negativer Stimmung hin. Damit galt die Hypothese als bestätigt.

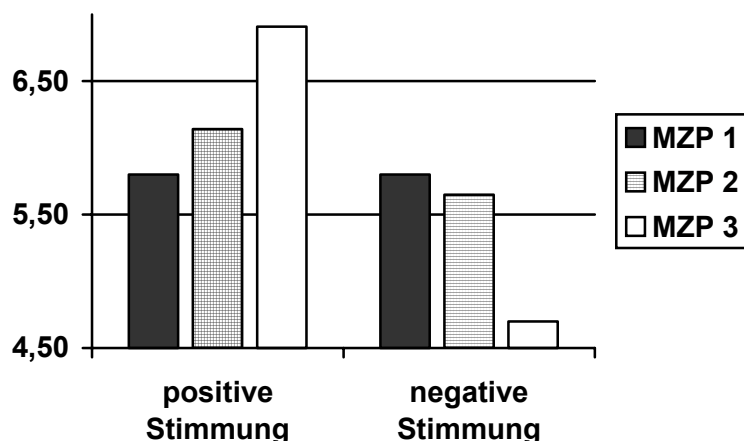


Abb. 9: Der Verlauf der Mittelwerte für die AV Bewertung der out-group in beiden Bedingungen (positive/negative Stimmung)

In Hypothese 1-4 wurde eine zunehmende, negative Valenz des Stereotyps vorausgesagt. Die zum besseren Verständnis (hohe Werte bedeuteten analog zur Zustimmung (AV 1) eine hohe negative Valenz) umgepolten Daten ergaben folgende Mittelwerte: $M_{\text{pos/negST1}}=5.11$, $SD=.99$; $M_{\text{posST2}}=5.72$, $SD=1.56$; $M_{\text{posST3}}=6.33$, $SD=1.18$; $M_{\text{negST2}}=5.13$, $SD=1.44$; $M_{\text{negST3}}=4.52$, $SD=.87$. Sie folgten in der Art des Verlaufs der Applikation der Begriffe auf die out-group. Dies bedeutet, dass eine steigende Zustimmung zum Stereotyp in der Bedingung „positive Stimmungsinduktion“ auch mit einer steigenden negativen Valenz einherging. Auch dieser Befund wurde in der MANOVA mit Messwiederholung als Inner- und Zwischensubjekteffekt signifikant [within: $F_{\text{positiv}}(1,14)=2.8$, $p<.05$; $F_{\text{negativ}}(2,4)=1.15$, $p<.08$; between: $F(1,19)=5.78$, $p<.05$]. Damit galt auch diese Hypothese als bestätigt. Den Verlauf der Mittelwerte verdeutlicht Abbildung 10:

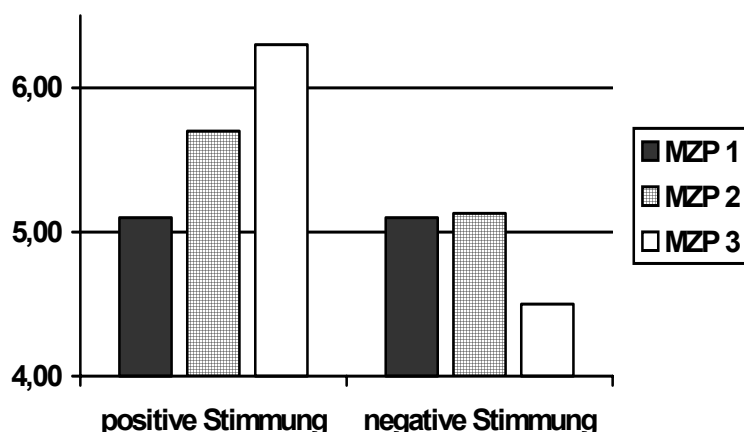


Abb. 10: Der Verlauf der Mittelwerte für die Valenzbewertung der Begriffe in beiden Bedingungen (positive/negative Stimmung)

Für die Überprüfung von Hypothese 2-1, mit der die Zunahme des Konsens in der Bedingung Gruppe (hier nicht mehr variiert) und der Bedingung „positive Stimmung“ vorhergesagt wurde, wurden, wie auch in den vorigen Experimenten, die Konsenswerte mittels des Intraklassenkorrelationskoeffizienten κ auf Gruppenniveau für jeden Messzeitpunkt berechnet. Es ergaben sich keine Unterschiede der κ -Werte für die Bedingung „positive Stimmung“ vs. „negative Stimmung“ zum ersten Messzeitpunkt [$M_{MZP1}=.13$, $SD=.09$, $t(18)=.81$, n.s.], jedoch für die folgenden Messzeitpunkte [$M_{MZP2_pos}=.15$, $SD=.11$; $M_{MZP2_neg}=.09$, $SD=.12$; $M_{MZP3_pos}=.21$, $SD=.12$; $M_{MZP3_neg}=.05$, $SD=.03$]. Für die Bedingung „positive Stimmung“ stiegen die Mittelwerte im Verlauf des Experiments an. Abbildung 11 verdeutlicht bildlich den Verlauf der Mittelwerte.

Für die Bedingung „positive Stimmung“ ergab sich ein signifikanter within-Effekt [$F(1,14)=2.82$ $p=.05$], wobei nur der Unterschied zwischen MZP 2 und 3 signifikant wurde [$t(9)=2.67$, $p<.05$]. Im Fall der Bedingung „negative Stimmung“ fand sich ebenfalls ein signifikanter within-Effekt [$F(1,4)=1.88$ $p=.05$], wobei hier nur der Unterschied zwischen MZP 1 und 3 tendenziell signifikant wurde [$t(4)=1.47$, $p<.08$]. Für die Bedingung fand sich in einer ANOVA mit Messwiederholung zwischen MZP 2 und MZP 3 ein signifikanter between-Effekt [$F(1,19)=4.56$, $p=.05$]. Für die Bedingung „positive Stimmung“ ergab sich mehr und ansteigender Konsens als für die Bedingung „negative Stimmung“. Hypothese 2-2 konnte dahingehend als bestätigt gelten.

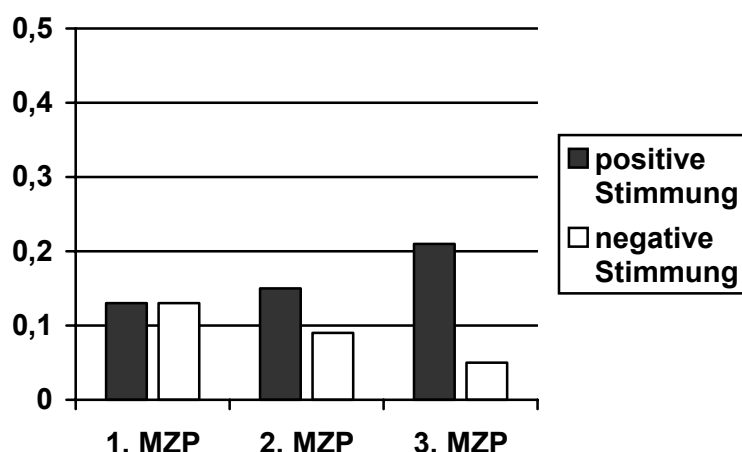


Abb. 11: Der Verlauf der Mittelwerte des Konsens über die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (positive/negative Stimmung)

In den vorhergehenden Experimenten wurden die abhängigen Variablen „Zustimmung“ (ggf. auf den Subskalen) und „Konsens“ getrennt voneinander behandelt. Es erschien jedoch gerade unter dem Aspekt der Integration von sozialer Kategorisierung und individueller Stimmungslage indiziert, beide abhängigen Variablen gemeinsam zu testen, um die Verknüpfung des Konsens mit den beiden hier untersuchten Aspekten der Stereotypentstehung (inhaltliche Ausgestaltung und Valenz) bewerten zu können. Bevor der Konsens als Kovariate in die entsprechenden MANOVAs eingebracht werden konnte, wurden die Konsenswerte z-standardisiert. Für die inhaltliche Zustimmung zu den Begriffen ergab sich ein signifikanter Interaktionseffekt für Konsens x Bedingung [$F(1,19)=5.78$, $p=.01$]. Die Korrelationen innerhalb der Bedingungen zwischen Konsens und Zustimmung ergaben folgende Werte: $r_{\text{positiv}(20)}=.67$, $p<.05$; $r_{\text{negativ}(20)}=.19$, n.s. . Der Innersubjekt-Haupteffekt in der Bedingung „positive Stimmung“ stieg mit Hinzunahme der Kovariaten [$F_{\text{positiv}(1,13)}=2.12$, $p<.05$], während er in der Bedingung „negative Stimmung“ auf ein nicht signifikantes Niveau sank [$F_{\text{negativ}(1,4)}=.89$]. Im Falle der Valenz ergaben sich für die MANOVA mit Messwiederholung und der Kovariaten „Konsens“ strukturell analoge Ergebnisse. Der Konsens interagierte mit der Bedingung [$F(1,19)=4.69$, $p=.05$], hob den within-Haupteffekt für die positive Stimmung leicht [$F_{\text{positiv}(1,14)}=2.94$, $p<.05$] und ließ den within-Haupteffekt verschwinden [$F_{\text{positiv}(1,4)}=.67$]. Diese Interaktion spricht für eine enge Verknüpfung von Konsenswahrnehmung mit der Kategorisierung als Grundbedingung und der Fragilität des Konsens im Kontext von individuellen Stati, die eine Reflexivität im Sinne einer tieferen Informationsverarbeitung erhöhen.

3.3.4 Diskussion

Die Ergebnisse des Experiments sprechen eine klare Sprache in Bezug auf die Bedeutung der individuellen Einflüsse auf die Stereotypentstehung. Die induzierte positive Stimmung trug die Stereotypentstehung in der zweiten Interaktionsphase weiter und konnte dabei den Einbruch, der in den Experimenten 1 und 2 bedingt durch die Fokusverschiebung weg von der zu bewertenden out-group und die Informationsarmut aufgetreten war, ausgleichen. Die induzierte negative Stimmung hingegen verstärkte den Einbruch des Stereotypentstehungsprozesses und repliziert die Befunde aus den vorhergehenden Experimenten direkt. Der absteigende Verlauf in der negativen Bedingung kann als Ende eines Stereotypentstehungsprozesses gewertet werden. Hypothesenkonform war auch der Anstieg der negativen Valenz der beschreibenden Begriffe. Dieser Anstieg ging verlaufsbezogen mit dem inhaltlichen Bewertungsmuster einher.

Der Konsens folgte dem schon aus dem ersten Experiment bekannten Verlauf, war jedoch noch akzentuierter in seinem Anstieg. Die Kovariationsanalyse ergab ein aufschlussreiches Ergebnis dahingehend, dass die individuelle Stimmung einen Einfluss auf die Konsensbildung, bzw. wahrnehmung, sowie auf die Stereotypentstehung besaß.

Auch wenn das Experiment aufgrund der problematischen Stimmungsmanipulation auf ein zweifaktorielles Design reduziert werden musste, ist davon auszugehen, dass die Bedeutung der sozialen Kategorisierung zusammen mit den Befunden aus dem zweiten Experiment genügend offen gelegt wurde. Zudem konnten die Unterschiede der UV aus dem ersten Experiment („Gruppe“ vs. „Aggregat“) nicht mehr repliziert werden. Ein anderer Aspekt der Kategorisierung ist jedoch in der Zukunft zu beachten: In diesem Experiment wurde die Kategorisierung in die beiden ästhetischen Präferenzgruppen „Winblot“ und „Mukola“ nicht als unabhängige Variable verwendet. Eine explorative Analyse der assoziierten Items zeigte allerdings, dass zwischen den beiden Gruppen tatsächliche Unterschiede auf der inhaltlichen Ebene bestanden. Damit verbunden könnten auch auf der perceiver-seitigen Selbstkonzeption Unterschiede bestehen. Die Gruppe der „Winblot-Anhänger“ (moderne Bilder) wurden aus der Sicht der „Mukola“-Präferenz (naturalistische Bilder) beispielsweise als modern, urban, hektisch, tolerant, extrovertiert oder technisch beschrieben, aus der „Winblot“-Perspektive erschienen die „Mukola“-Anhänger z.B. als ländlich, ehrlich, langsam, traditionell oder introvertiert. Es ist zu erwarten, dass diese

inhaltliche Unterschiedlichkeit tatsächlichen Einfluss auf die Stereotypentstehung aus der Sicht der jeweiligen Gruppen hat. Diese Unterschiede sind nur aus in-group spezifischen Normen, wie sie die SCT postuliert, ableitbar. Deshalb sollte den beiden Selbstkategorisierungsmöglichkeiten im folgenden Experiment der Status einer unabhängigen Variable eingeräumt werden. Im vorliegenden Experiment war eine Analyse der Unterschiede aufgrund der geringen Fallzahl der „Winblot“-Gruppen (N=3) nicht möglich.

Methodisch hat die Umsetzung der Kritik an den Experimenten 1 und 2 ein überladenes Experiment ergeben. Das Verhältnis der Dauer der Messungen im Vergleich zur Interaktionszeit war fast eins zu eins, was einen zu übermächtigen Anteil der Messungen darstellte und damit die Glaubwürdigkeit des gesamten Experiments schwächte. Die weitere inhaltliche Ausdifferenzierung mittels erneuter freier Assoziation zum zweiten Messzeitpunkt hat nicht das gewünschte Ergebnis, sondern nur eine große Anzahl von der Analyse auszuschließende Doppelnennungen erbracht. Die Doppelnennungen zum zweiten MZP waren vermutlich ein Ergebnis eines recall-Effekts der Assoziationen aus dem ersten Messzeitpunkt. Die Einführung der Valenzbewertung war an sich erfolgreich, allerdings stieg hier, wie auch in der Bewertungsabfrage durch die Anzahl der zu bewertenden Items die Bearbeitungsdauer so stark an, dass eine zwischen den drei Vpn parallelisierte Versuchsdurchführung einen flüssigen Prozess, d.h. geringe Wartezeiten zur Gruppensynchronisierung vor den Interaktionsphasen, sehr erschwerte.

Die Stimmungsinduktion hat sich als eine hoch problematische unabhängige Variable herausgestellt, die das Experiment insgesamt schwächte. Sie erforderte eine zweifache Messung der Stimmung zur Kontrolle der Manipulation. Zusätzlich war die Induktion per Video in der Pause zwischen den Interaktionsphasen gerade in der Bedingung „negative Stimmung“ schwer begründbar. Die Stimmungsinduktion diente hier als eine Sonderform der Manipulation der Informationsverarbeitung, weshalb eine Weiterführung diesen individuellen Einflussfaktor direkt manipulieren sollte.

Das Verhältnis von Interaktionszeit zum Zeitbedarf für die Messungen hat sich zu Ungunsten der Interaktion verlagert, was die Glaubwürdigkeit des Experiments sinken ließ. Auch hier ist bei der Weiterführung in Experiment 4 eine Vereinfachung notwendig. Insbesondere die Generierung der frei assoziierten Items, die eine Zeitverschiebung im individuellen Versuchsaufbau erzeugte und immer wieder zu Wartezeiten für die anderen Tn führte, sollte weniger umfassend gestaltet werden und somit einen gleichmäßigeren

Versuchsdurchlauf ermöglichen. Daher sollten die freien Assoziationen wie in Experiment 2 aus dem Experiment ausgegliedert und in den vorausgehenden Pretest eingefügt werden. Allerdings muss kein fester Fragebogen konstruiert werden (keine doppelte Kategorisierung) und die individuellen Assoziationsergebnisse können gruppenspezifisch in das Hauptexperiment eingehen.

3.4 Experiment 4: Informationsverarbeitung als Verstärkung

3.4.1 Überblick

Im vierten Experiment soll aufgrund der methodischen Schwächen des dritten Experiments und aufgrund der viel versprechenden Befundmuster eine Replikation des dritten Experiments umgesetzt werden, wobei in das Experiment nur die abhängigen Maße eingehen, die im vorigen Experiment sinnvoll zur Hypothesentestung beigetragen haben. Daher wird die Zahl der assoziierten Begriffe wieder auf neun statt 18 reduziert. Diese Verschlankung dient auch einem flüssigeren Versuchsablauf. Die individuelle Einflussgröße der Informationsverarbeitung wird nun direkt manipuliert. Dabei wird von denselben Verstärkungs- und Abschwächungseinflüssen wie in Experiment 3 auf die Stereotypentstehung ausgegangen.

In vielen Experimenten, in denen die Informationsverarbeitung der perceiver manipuliert wurde, geschah dies mittels einer distrahierenden Zweitaufgabe, die den Fokus von der eigentlichen Aufgabe, nämlich der systematischen Verarbeitung der zu bewertenden Information, ablenkte (sog. dual-task paradigm). Tormala und Petty (2001) schlugen z.B. diesen Weg ein und vermittelten in der heuristischen Verarbeitungsbedingung (mit „geringem Evaluationsbedürfnis“) ihren Versuchspersonen den Eindruck, dass die eigentlich relevanten Informationen nicht systematisch verarbeitet werden müssen und statt dessen auf die Satzkomplexität oder die Anzahl der verwendeten Verben geachtet werden sollte. Diese Manipulation wurde dann mit einem Fragebogen zum Evaluationsbedürfnis (Jarvis & Petty, 1996) und zum Kognitionsbedürfnis („need for cognition“) (Cacioppo & Petty, 1982) überprüft. Im vorliegenden Experiment wurde den Versuchspersonen bei der Informationsverarbeitungsmanipulation zwischen der ersten und zweiten Interaktionsphase in der heuristischen Verarbeitungsbedingung mitgeteilt, dass sie nicht lange über das Bild der anderen Gruppe nachdenken und eher ihren Intuitionen folgen sollten. In der systematischen

Informationsverarbeitungsbedingung wurden sie statt dessen aufgefordert, sich bei der Eindrucksbildung genaue Gedanken zu machen. Auf eine distrahierend wirkende Aufgabe in der Heuristik-Bedingung wurde verzichtet, da die Interaktion mit den anderen in-group-Mitgliedern genügend kognitive Ressourcen in Anspruch nimmt.

Entsprechend der Kritik am zu komplexen Ablauf in Experiment 3 wurde nun eine Vereinfachung der Messung vorgenommen, indem ein vorgezogenes Freelisting der Assoziationen zum Zeitpunkt des Pretests durchgeführt wurde. Dabei war es allerdings wichtig, dass die Messzeitpunkte von Pretest und Hauptuntersuchung nicht mehr als zehn Tage auseinander liegen, da sonst die Identifikation mit der Selbstkategorisierung möglicherweise wieder zusammenbrechen würde. Ebenfalls wurde den beiden Möglichkeiten der Selbstkategorisierung der Status einer unabhängigen Variable eingeräumt, um Unterschiede der inhaltlichen Beschreibung der Gruppe, welche möglicherweise identisch zu einem Selbststereotyp ist, erfassen zu können.

3.4.2 Methode

3.4.2.1 Vorgehen

Wie auch alle vorausgegangenen Experimente, orientiert sich dieses Experiment am allgemeinen Versuchsaufbau, der in Abschnitt 2.7.4 beschrieben wurde. Die Versuchsseiten sind im Anhang (siehe Seite A 26-34) am Beispiel der Bedingung „Winblot/heuristische Verarbeitung“ dokumentiert. Die Versuchspersonen wurden hauptsächlich per Handzettel auf dem Campus rekrutiert. Mittels des Pretests wurden in Bezug auf die ästhetische Präferenz homogene, gemischtgeschlechtliche Dreiergruppen zusammengestellt. Die freie Assoziation von Items zur out-group wurde zum Zeitpunkt des Pretests vorgenommen. Dort wurden vier Assoziationen abgefragt. Im Experiment wurden aus den jeweils zwölf pro Gruppe zur Verfügung stehenden Begriffen drei pro Person (insgesamt neun Begriffe) ausgewählt. So konnten Dubletten und problematische Assoziationen, z. B. Satzfragmente, ausgeschlossen werden. Die Kommunikation des Versuchsleiters im Chat fand standardisiert statt. Die Versuchspersonen bekamen alle weiteren Instruktionen auf den Versuchsseiten mitgeteilt. Eine Coverstory, die über die im Pretest gegebenen Informationen hinausging, wurde nicht gegeben. Vor der ersten Interaktionsphase, wieder mit dem Fokus auf der Begründung der eigenen ästhetischen Präferenz, wurde die out-group auf den neun Begriffen bewertet und die Valenz der Begriffe abgefragt (MZP 1). In der Unterbrechung zwischen den beiden

Interaktionszeiträumen wurde die Informationsverarbeitungsmanipulation vorgenommen, die im Falle der heuristischen Bedingung in einer Aufforderung zur spontanen Bewertung der out-group und einer erneuten Präsentation einiger Bilder der out-group-Präferenz bestand. Für die systematische Verarbeitung wurden die Tn aufgefordert, sich die Bewertung der out-group genau zu überlegen und mit ihren in-group-Mitgliedern zu diskutieren. Im Anschluss daran wurden sie aufgefordert, so viele Gestaltungselemente der Bilder der out-group wie möglich zu erinnern und aufzuschreiben. Danach folgte der zweite Messzeitpunkt mit denselben Maßen wie zum ersten MZP. Die folgende Interaktion hatte die bekannte, thematische Bindung auf die Diskussion der Überlegenheit der eigenen ästhetischen Präferenz gegenüber der out-group. Nach dieser Diskussion folgte der dritte Messzeitpunkt mit beiden AVn und in der Folge die Manipulationskontrolle, die Erhebung der Soziodemographie und die Schlussseite. Danach wurden die Vpn debrieft und für ihre Teilnahme mit € 6,-/DM 10,-, sowie einem Schokoriegel, bzw. Eisgutschein entlohnt.

3.3.4.1 Design und Manipulation der UV

Im Experiment wurde ein dreifaktorielles Design umgesetzt. Der erste quasi-experimentelle Faktor, der Typ der Selbstkategorisierung, war durch den Pretest bedingt zweifach gestuft („Winblot“ vs. „Mukola“ Präferenz). Der zweite Faktor, die Art der Informationsverarbeitung, war ebenfalls zweifach gestuft in systematische vs. heuristische Informationsverarbeitung. Der dritte Faktor war die Messwiederholung zu den drei Messzeitpunkten.

In diesem Experiment wurden folgende Hypothesen (vgl. Kapitel 2.8) getestet:

Hypothese 1-1: Die Selbstkategorisierung als „Präferenz Winblot“ führt zu unterschiedlicher Zustimmung zu den Adjektiven und ihrer Valenzeinschätzung als die Kategorisierung als „Präferenz Mukola“.

Hypothese 1-2: Heuristische Informationsverarbeitung führt zu mehr Stereotypisierung als systematische Informationsverarbeitung.

Hypothese 1-3: Die Stereotypvalenz wird im Verlauf negativer.

Aus den Befunden der ersten drei Experimente zur Konsensentwicklung bei Stereotypen ließ sich folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 2-1: In der Bedingung „heuristische Informationsverarbeitung“ steigt im Verlauf der Auseinandersetzung der Konsens stärker an als in der Bedingung „systematische Verarbeitung“.

3.3.4.2 Abhängige Maße

Die abhängigen Maße waren wie in Experiment 3 die Zustimmung zu den die out-group bewertenden Assoziationen (AV 1), ihre Valenzbestimmung (AV 2) und der Konsens (AV 3).

Die Manipulationskontrolle der Variation der Informationsverarbeitung fand mittels fünf angepasster Items aus dem Fragebogen zum Evaluationsbedürfnis von Jarvis und Petty (1996) auf einer siebenstufigen Likert-Skala (1 für „trifft nicht zu“ bis 7 für „trifft voll zu“) statt. Zur Manipulationskontrolle der Identifikation mit der Selbstkategorisierung, bzw. der Differenzierung zwischen den beiden ästhetischen Präferenzkategorien (Winblot und Mukola), wurden die Bilderskalen von Schubert und Otten (in Druck) eingesetzt.

3.3.4.3 Beschreibung der Stichprobe

Am vierten Experiment haben 114 Versuchspersonen in 38 Dreiergruppen teilgenommen. Die Bewertung der Chatprotokolle machte keinen Ausschluss von Gruppen notwendig. Wie auch in den vorigen Experimenten war die Wahrnehmung der Terminverbindlichkeit bei den Vpn schlecht. Eine große Anzahl von vorgetesteten Vpn haben weitere Teilnahmeversuche abgelehnt, bzw. konnten nicht mehr teilnehmen, da ihr Pretest zu lange, d.h. mehr als zehn Tage zurück lag (Gefahr der zu geringen Identifikation mit der Selbstkategorisierung). In der Bedingung mit Winblot-Selbstkategorisierung (W) standen 18 Gruppen, davon jeweils neun Gruppen in der heuristischen und systematischen Bedingung (Wh, bzw. Ws) zur Verfügung. In der Bedingung mit Mukola-Selbstkategorisierung (M) standen insgesamt 20 Gruppen zur Verfügung, davon jeweils zehn in der heuristischen und systematischen Bedingung (Mh bzw. Ms). Insgesamt waren Frauen mit 71.8 Prozent und Männer mit 28.2 Prozent vertreten. Durchschnittlich waren die Tn $M=23.6$ Jahre alt (Range 20-29 Jahre). Die Aufteilung auf die einzelnen Studienfächer ergab folgendes Muster: Sozialwissenschaften (13.8%), Psychologie (31%), BWL/VWL (9.2%), Jura (2.3%), naturwissenschaftliche Fächer (inkl. Medizin) (11.5%), Magister und Lehramt jeweils 23.0 Prozent und auf den Rest entfielen 9.1 Prozent. Im Mittel waren die Tn im Hauptstudium zwischen dem fünften und sechsten Semester (Range 2.-13. Semester). Da die Vpn zum

Zeitpunkt der Erhebung im Herbst 2001 mit allgemein ausreichend bis guter Medienkompetenz ausgestattet waren, wurde diese nicht weiter erhoben.

3.4.3 Ergebnisse

3.4.3.1 Manipulationskontrolle

Die Identifikation mit der Kategorie der ästhetischen Präferenz war in beiden Bedingungen gegeben [$M_W=4.78$, $SD=1.45$; $M_M=4.94$, $SD=1.02$], was in beiden Fällen eine signifikante Abweichung vom Skalenmittel darstellte [$t_W(17)=5.78$, $p<.01$; $t_M(19)=5.34$, $p<.01$]. Die Identifikationsniveaus in den beiden Bedingungen wichen nicht signifikant voneinander ab [$t_W(53)=.63$, n.s.]. Zudem wurde die Ähnlichkeit der beiden ästhetischen Präferenzkategorien „Mukola“ und „Winblot“ erhoben. Zwischen den beiden Kategorien lag ein Unterschied vor [$M_W=3.34$ $SD=.91$; $M_M=3.18$ $SD=.35$; $t(17)=1.81$, $p=.068$]. Die beiden Skalen, Identifikation mit der in-group und Unterschiedlichkeit der in- und out-group, interkorrelierten [$r(38)=.62$, $p=.05$]. Die fünf Items des Fragebogens von Jarvis und Petty (1996) ergaben eine Skala [$\alpha=.78$] mit einem signifikanten Unterschied zwischen den beiden Bedingungen [$M_{\text{heurist}}=4.48$, $SD=1.39$; $M_{\text{system}}=4.86$, $SD=1.79$; $t(17)=2.51$, $p<.05$]. Insgesamt kann aus den Ergebnissen der Manipulationskontrolle geschlossen werden, dass die Variation der UVs gelungen ist.

3.4.3.2 Hypothesentests

Die Analyse der abhängigen Variablen 1 – 3 fand auf Gruppenniveau statt. Zum besseren Verständnis und analog zur Polung der AV 1 wurden die Valenzwerte (AV 2) umkodiert, so dass hohe Werte für negative Valenzen standen.

Um Hypothese 1-1 mit ihrer Unterschiedsvorhersage zwischen den beiden möglichen Selbstkategorisierungen zu testen, mussten die Mittelwerte der AV 1 (Zustimmung zu den bewertenden Adjektiven) und ihr Verlauf über die drei Messzeitpunkte, sowie die zugehörigen Valenzen der Adjektive für die beiden Selbstkategorisierungen verglichen werden. Um dies zu testen, wurde eine MANOVA mit den Faktoren Kategorisierung und Messwiederholung berechnet. In der Bedingung „Winblot“ ergab sich für die ersten beiden Messzeitpunkte keine signifikante Veränderung, die Zustimmung zu den bewertenden Adjektiven sank zum dritten Messzeitpunkt [$M_{W_T1}=5.71$ $SD=.86$; $M_{W_T2}=5.72$ $SD=.83$; $M_{W_T3}=5.44$ $SD=.58$; $t_{WT1_2}(17)=2.67$, $p<.05$]. Die Selbstkategorisierung „Mukola“ hingegen zeigte einen deutlichen Sprung vom ersten auf den zweiten Messzeitpunkt, um dann auch

wieder abzufallen [$M_{M_T1}=5.66$ $SD=.68$; $M_{M_T2}=5.90$ $SD=.72$; $M_{M_T3}=5.61$ $SD=.68$; $t_{MT1_2}(19)=2.56$, $p<.05$; $t_{MT2_3}(19)=3.62$, $p<.01$]. Dieser Unterschied zwischen den Bedingungen war als Interaktion von Kategorisierung x MZP signifikant [$F(1,33)=2.97$ $p<.05$], wie auch der Haupteffekt für die Messwiederholung [$F(2,66)=3.78$ $p<.05$]. Für die Valenzen [$M_{W_T1}=4.43$ $SD=.47$; $M_{W_T2}=4.36$ $SD=.38$; $M_{W_T3}=4.45$ $SD=.42$; $M_{M_T1}=4.83$ $SD=1.02$; $M_{M_T2}=4.82$ $SD=.89$; $M_{M_T3}=4.72$ $SD=.89$] ergab sich kein Verlaufsunterschied über die drei Messzeitpunkte [$F(2,66)=.86$, n.s.], jedoch ein Haupteffekt für die Bedingung Kategorisierung [$F(1,36)=2.75$ $p<.05$]. Abbildung 12 zeigt die Mittelwerte für AV 1 (Zustimmung) und AV 2 (Valenz). Hypothese 1-1 gilt aufgrund dieser Befunde als teilweise bestätigt.

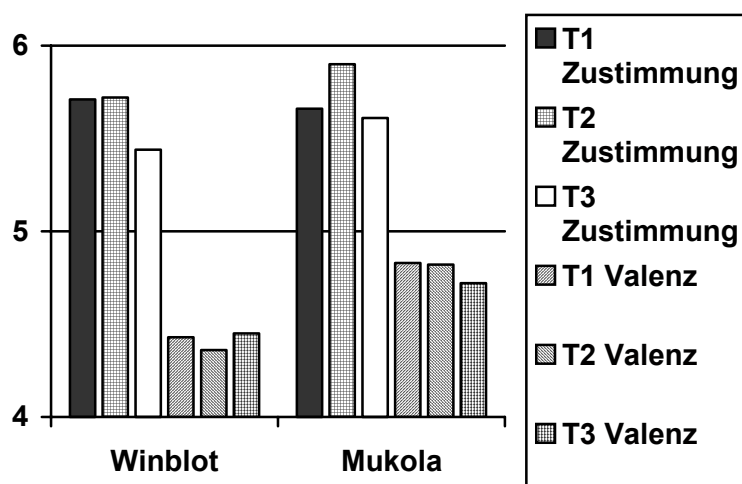


Abb. 12: Der Verlauf der Mittelwerte der AV Zustimmung und der Valenzen der Adjektive für beide Selbstkategorisierungen

Hypothese 1-2 postulierte einen Unterschied der Stereotypentstehung je nach Art der individuellen Informationsverarbeitung (heuristisch vs. systematisch). In der Bedingung „heuristische Verarbeitung“ ergab sich der bekannte, umgekehrt v-förmige Verlauf [$M_{\text{heurist_T1}}=5.82$, $SD=.59$; $M_{\text{heurist_T2}}=6.03$, $SD=.63$; $M_{\text{heurist_T3}}=5.92$, $SD=.61$]. Die Bedingung „systematische Informationsverarbeitung“ hingegen zeigte keine signifikante Veränderung zwischen MZP 1 und 2, dann jedoch einen deutlichen Sprung unter das Anfangsniveau [$M_{\text{system_T1}}=5.55$, $SD=.86$; $M_{\text{system_T2}}=5.60$, $SD=.85$; $M_{\text{system_T3}}=5.25$, $SD=.54$]. Der between-Unterschied (heuristische vs. systematische Verarbeitung) war signifikant [$F(1,33)=5.46$, $p<.05$], wie auch die Interaktion Messzeitpunkt x Informationsverarbeitung [$F(2,66)=3.89$, $p<.05$]. Für die Valenzen ergab sich kein Verlaufsunterschied über die drei Messzeitpunkte

für die Bedingung „heuristische Verarbeitung“ [$M_{\text{heurist_T1}}=4.77$, $SD=1.01$; $M_{\text{heurist_T2}}=4.78$, $SD=.81$; $M_{\text{heurist_T3}}=4.80$, $SD=.82$; $F(2,63)=.78$, n.s.], jedoch ein Absinken für die Bedingung „systematische Verarbeitung“ [$M_{\text{system_T1}}=4.51$, $SD=.58$; $M_{\text{system_T2}}=4.32$, $SD=.60$; $M_{\text{system_T3}}=4.20$, $SD=.54$; $F(2,66)=2.69$, $p<.05$], und einen Haupteffekt für die Bedingung [$F(1,36)=2.89$, $p<.05$]. Die Interaktion von Selbstkategorisierung und Verarbeitungsart wurde nicht signifikant [$F(1,66)=.97$, n.s.], ebenso nicht die Dreifachinteraktion Selbstkategorisierung x Messwiederholung x Verarbeitungsart [$F(1,66)=.77$, n.s.]. Abbildung 13 zeigt die Mittelwerte für AV 1 (Zustimmung) und AV 2 (Valenz). Hypothese 1-2 gilt aufgrund dieser Befunde als bestätigt. Hypothese 1-3 muss als Verlaufsanstieg für alle Bedingungen verworfen werden, für die Bedingung „systematische Verarbeitung“ fand sich statt dessen ein signifikanter Abbau der negativen Valenz.

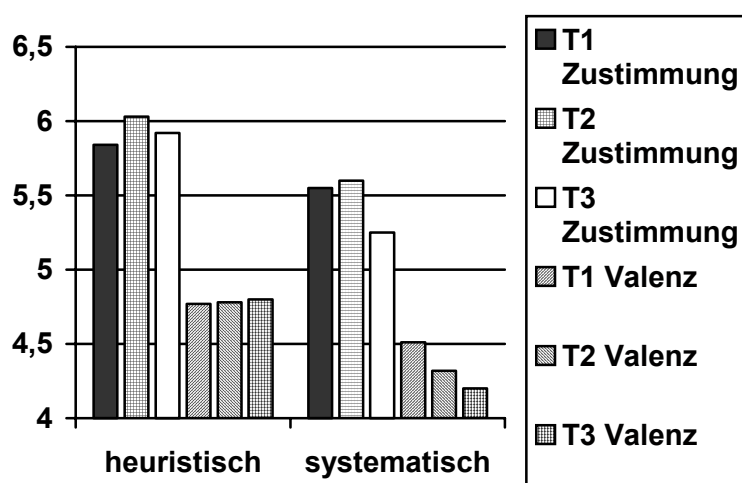


Abb. 13: Der Verlauf der Mittelwerte der AV Zustimmung und der Valenzen der Adjektive für beide Arten der Informationsverarbeitung

Hypothese 2-1 postulierte einen stärkeren Anstieg des Konsens in der Bedingung „heuristische Verarbeitung“ als in der Bedingung „systematische Verarbeitung“. Zur Überprüfung dieser Vorhersage wurden, wie auch in den vorigen Experimenten, die Konsenswerte mittels des Intraklassenkorrelationskoeffizienten κ auf Gruppenniveau für jeden Messzeitpunkt berechnet. Zum ersten Messzeitpunkt war noch kein Unterschied zu erwarten. Für die Bedingungen „heuristische vs. systematische Verarbeitung“ ergaben sich folgende κ -Werte: $M_{\text{MZP1}}=.14$, $SD=.08$; $M_{\text{MZP2_heurist}}=.17$, $SD=.10$; $M_{\text{MZP2_system}}=.14$, $SD=.11$; $M_{\text{MZP3_heurist}}=.22$, $SD=.13$; $M_{\text{MZP3_system}}=.12$, $SD=.08$. Abbildung 14 verdeutlicht den Verlauf der Mittelwerte.

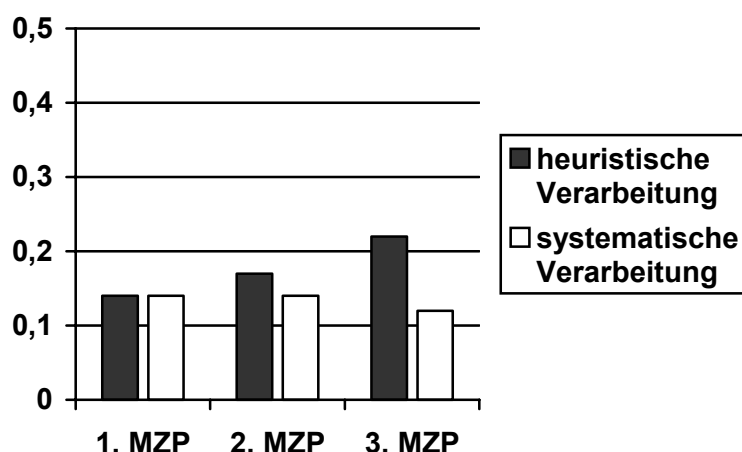


Abb. 14: Der Verlauf der Mittelwerte des Konsens über die drei Messzeitpunkte für beide Bedingungen (heuristische/systematische Verarbeitung)

Für die Bedingung „heuristische Verarbeitung“ ergab sich ein signifikanter within-Effekt [$F(1,8)=2.82$, $p=.05$], wobei nur der Unterschied zwischen MZP 1 und 3 signifikant wurde [$t(17)=3.78$, $p<.01$]. Im Falle „systematischer Verarbeitung“ fand sich kein signifikanter within-Effekt [$F(1,9)=1.08$ n.s.]. Für die Bedingung fand sich in einer MANOVA mit Messwiederholung zwischen MZP 2 und MZP 3 ein signifikanter between-Effekt [$F(1,21)=5.01$, $p=.05$]. Hypothese 2-1 kann dahingehend als bestätigt gelten.

Wie im vorherigen Experiment sollten auch hier die beiden abhängigen Variablen gemeinsam getestet werden, um mittels einer Replikation die Bedeutung der Verknüpfung des Konsens mit den untersuchten Aspekten der Stereotypentstehung (inhaltliche Ausgestaltung und Valenz) hervorheben zu können. Dazu wurden die Konsenswerte z-standardisiert. Für die inhaltliche Zustimmung zu den Begriffen ergab sich ein signifikanter Interaktionseffekt für Konsens x Bedingung [$F(1,33)=6.41$, $p=.05$]. Die Korrelationen innerhalb der Bedingungen zwischen Konsens und Zustimmung ergaben folgende Werte: $r_{\text{heurist}(19)}=.59$, $p<.05$; $r_{\text{systematisch}(19)}=.46$, $p<.05$. Der Innersubjekt-Effekt in der Bedingung „heuristische Verarbeitung“ stieg mit Hinzunahme der Kovariaten leicht an [$F_{\text{heurist}(1,28)}=4.01$, $p<.05$], während er in der Bedingung „systematische Verarbeitung“ keine signifikante Auswirkung hatte [$F_{\text{system}(1,16)}=.87$, n.s.]. Im Falle der Valenz ergaben sich für die MANCOVA mit Messwiederholung und der Kovariaten „Konsens“ keine Ergebnisse. Die gefundene Interaktion spricht wie auch in Experiment 3 für eine enge Verknüpfung von Konsenswahrnehmung und individuellen Arten der Informationsverarbeitung.

3.4.4 Diskussion

Die Ergebnisse dieses Experiments replizierten die Befunde aus dem dritten Experiment teilweise. Die Art und Weise der individuellen Informationsverarbeitung (heuristisch vs. systematisch) produzierte für die systematische Bedingung dieselben Ergebnisse wie die negative Stimmungsmanipulation im dritten Experiment. In der Bedingung der heuristischen Verarbeitung stieg die inhaltliche Ausgestaltung jedoch nicht die negative Valenz des Stereotyps im Verlauf an, allerdings nicht so deutlich wie bei der positiven Stimmung. Für die Zustimmung zur Bewertung fand sich zwar ein Anstieg von Anfangs- und Endniveau (T1 zu T3), dazwischen lag allerdings wieder ein umgekehrt v-förmiger Verlauf. In der systematischen Verarbeitungsbedingung brach der Stereotypentwicklungsprozess mit der Induktion der Informationsverarbeitung zwischen den zwei Interaktionsphasen ein: die negative Valenz des Stereotyps sank. Die systematische Informationsverarbeitung lässt die Vpn erkennen, dass die Informationen, auf deren Basis sie das out-group-Stereotyp bilden sollten, dieses nicht tatsächlich tragen kann: die Wahrnehmung von intergruppalen Differenzen sinkt. Auch können die thematischen Fokusprobleme wieder deutlicher zu Tage treten. Zudem wirkte die Informationsverarbeitungsmanipulation auf die Identifikation mit der in-group derart, dass mit ihr eine sinkende Identifikation einherging. Dieser Befund ist ebenfalls durch die systematische Auseinandersetzung mit der in-group und der steigenden Wahrnehmung von interindividuellen Differenzen zu erklären. An dieser Stelle deutet sich ein Zielkonflikt der Manipulation der Informationsverarbeitung und der Konsensentstehung in den Gruppen an. Der theoretisch formulierte Konflikt zwischen „Akkuratheit“ und „Konsens“ als definitorisch relevanter Aspekt des Stereotyps (Stangor und Lange, 1994) bezieht sich auf die Feststellung, dass Konsens leichter zu erreichen ist, wenn zunächst eine gewisse Inakkuratheit toleriert wird, letztendlich aber der Konsens als Validierungsprozess selbst die Überprüfung der Akkuratheit des Stereotyps vorantreibt. In diesem Experiment tritt der Konflikt nicht in aller Deutlichkeit zu Tage, da die Manipulation der Informationsverarbeitung zur Stützung des Stereotypentstehungsprozesses, zumindest in der Bedingung „heuristische Verarbeitung“ zur Stärkung des Konsens dient. Der sich verringerende Konsens in der Bedingung „systematische Informationsverarbeitung“ zeigt jedoch, wie anfällig der Konsens durch Validierungsprozesse sein kann.

Das Befundmuster spricht auch gegen eine Interpretation der Stereotypentstehung als reine Gruppenpolarisation (Abrams, Wetherell, Cochrane, Hoog & Turner, 1990; Brauer &

Judd, 1996; Turner, Wetherell & Hogg, 1989). Gruppenpolarisation beschreibt einen Prozess der Einstellungsänderung innerhalb einer Gruppe, bei dem die Mitglieder ihre Meinungen oder Einstellungen im Verlauf der Gruppenentwicklung immer stärker angleichen und gleichzeitig eine extremere Position einnehmen. Der Prozess wird mit multiplikativ verknüpften interpersonalen Einfluss erklärt und könnte auch auf den ersten Blick als alternative Erklärung für die hier vorgefundenen Ergebnismuster herangezogen werden. Die Konsensentwicklung kann analog zur Angleichung der individuellen Positionen über die out-group, d.h. eine Verringerung der Streuung interpretiert werden. Der zweite Teil der Gruppenpolarisation, die Extremisierung der Einstellung, trat allerdings in der Bedingung mit heuristischer Verarbeitung, in der der Konsens weiter ansteigt, nicht auf. Es kann somit gegen die Interpretation der Stereotypentstehung als einen einfachen Gruppenpolarisationsprozess argumentiert werden. In den anderen Bedingungen (systematische Verarbeitung, bzw. Kategorisierungstyp) traten keine Ergebnismuster auf, die als Gruppenpolarisation interpretiert werden können.

Die Vermutung, dass die Gruppenzugehörigkeit einen Einfluss auf die Stereotypentstehung hat, konnte ansatzweise bestätigt werden. Allerdings entstand eine Konfundierung, da die in-group und die out-group zeitgleich manipuliert worden sind, die bei der Interpretation mit einbezogen werden muss. Man kann einen Teil dieses Einfluss im Sinne der SCT als inhaltlich relevante in-group-Norm verstehen, die die Bereitschaft zur Stereotypentstehung bezogen auf die out-group stark mit beeinflusst. Ohne die Selbststereotype, die mit der Selbstkategorisierung verbunden sind, exakt zu erheben, wird deutlich, dass die Gruppe der „Mukola“-Präferenz (naturalistische Bilder) eher zur Stereotypentstehung neigt, als die „Winblot“-Anhänger. Dieser Befund stimmt mit den Ergebnissen zur informationalen Ausgestaltung der in- und out-group im MGP durch selbstbezogene Information überein (Gramzow, Gaertner & Sedikides, 2001) und spricht auch dafür, dass die Selbstkategorisierung zwar auf der Seite der out-group-Beschreibung weitgehend inhaltsleer ist, was die umgekehrt v-förmigen Befunde in den Experimenten 2 und 3 gezeigt haben, auf der Seite der perceiver mittels der Selbstkategorisierung jedoch eine relativ klare Merkmalsbeschreibung der in-group-Norm vorgenommen werden kann. Mit anderen Worten ist die Kategorie zumindest für die in-group doch nicht so inhaltsleer wie angenommen.

4 Zusammenfassende Diskussion

Das Ziel dieser Arbeit war es, aus der vorliegenden Kritik an der bestehenden Stereotypforschung empirische Lücken zu schließen, notwendige theoretische Integrationen zu liefern und für diese Integrationen, wie auch für die Umsetzung der Operationalisierungskritik ein erfolgreiches Untersuchungsparadigma zu entwickeln. Insbesondere auf den bisher vernachlässigten Aspekt der Stereotypentstehung sollte der empirische Fokus gerichtet werden. In diesem abschließenden Diskussionskapitel wird zunächst eine kurze Zusammenfassung der Kritik, der daraus entwickelten Fragestellung und des dafür entwickelten Untersuchungsparadigmas gegeben. Im Anschluss daran werden die Befunde aus den in Kapitel 3.1 und 3.2 berichteten ersten beiden Experimenten zusammengefasst und in ihrer Bedeutung für die folgenden zwei Experimente diskutiert. Die Ergebnisse der nächsten zwei Experimente (Kapitel 3.3 und 3.4) werden in der Folge dargestellt. Abschließend wird, bezogen auf die Ergebnisse und die methodischen Gesichtspunkte, auf Entwicklungsmöglichkeiten in der Forschung hingewiesen und Verbindungen zu relevanten Forschungsfeldern aufgezeigt.

Die hauptsächlich von Yzerbyt, Rocher und Schadron (1997) und Haslam et al. (1998b) zusammengefasste und vorgetragene Kritik an der bestehenden Stereotypforschung identifiziert vier Bereiche von Schwachstellen.

Der erste, recht umfassende Kritikaspekt bezieht sich auf die Unverbundenheit der beiden zentralen Theoriebereiche innerhalb der Stereotypforschung: die Theorien zur sozialen Kategorisierung und ihre Anwendung auf Stereotype, sowie die Social Cognition-Perspektive und ihre Erklärungsansätze in Bezug auf Stereotype. Die Kritik fokussiert auf die Operationalisierung der Theorien. Hinsichtlich der sozialen Kategorisierung arbeitet die Kritik die einseitige Fokussierung auf die Funktion der Objektseite heraus. Im Fall der Social Cognition bezieht sie sich auf die Reduktion auf die Subjektseite, z.B. Stereotypaktivierung auf Seiten der perceiver mittels existierender Stereotype. In beiden Fällen gilt die Kritik, dass sich nur wenige, bestimmte Stereotypinhalte, z.B. Frauen, Afro-Amerikaner, etc. und Stereotypvalenzen, z.B. negativ oder diskriminierend, in empirischen Studien finden.

Der zweite Kritikbereich konzentriert sich auf den zentralen Teilaspekt der Operationalisierung, d.h. die eingesetzten Messinstrumente. Hierbei werden von der Kritik zwei Bereiche abgedeckt. Erstens können über die zumeist verwendeten, abgeschlossenen

Merkmalslisten nur ein vorgefertigter Inhalt und die Valenz des Stereotyps erhoben werden. Zweitens ist in diese Merkmalslisten eine angenommene, soziale Geteiltheit des Stereotyps eingebaut, was auch schon auf das nächste Kritikkapitel zum Thema „Konsens“ verweist.

Der dritte Kritikaspekt betont die Bedeutung des Konsens. Nach der Analyse der Definitionen, die unterschiedliche Verwendungen des Begriffs deutlich machen, werden die mit ihnen verknüpften unterschiedlichen empirischen Fragestellungen deutlich. Dem subjektiv angenommenen und zumeist verzerrten Konsens, z.B. dem FCE, ist eher die individualistische Social Cognition-Perspektive zugeordnet, die dieses Konsenskonzept als Nachweis für die Fehlerhaftigkeit von Stereotypen und ihre illusionär-korrelative Basis verwendet. Dies schwächt an sich die Stereotypdefinition, die auf einer tatsächlichen sozialen Geteiltheit aufbaut. Stereotypentstehung ist mittels des subjektiven Konsensverständnisses an sich nicht nachweisbar. Auf der anderen Seite ergibt sich das Bild, dass dem tatsächlichen Konsens, mit dem eine Stereotypentstehung nachgewiesen werden kann, eine theoretische Bedeutung beigemessen wird, die empirisch noch wenig fundiert ist.

Eine vierte „Schwachstelle“ wurde vom Autor selbst bei der Zusammenfassung der obigen Kritik identifiziert. Viele der aufgezeigten Lücken deuten auf eine nicht vorgenommene, empirische Überprüfung der Stereotypentstehung hin: Die Dokumentation der sich Stereotypentstehung nennenden Forschung hat gezeigt, dass der „Geburtsmoment“ des Stereotyps stark vernachlässigt wurde. Zudem sind elementare Anteile der Stereotypdefinition, z.B. der Konsens, nicht mit der Stereotypentstehung verknüpft. So bietet die Fragestellung, ob tatsächlicher Konsens als Bedingung oder als Parallelprozess der Stereotypentstehung zu verstehen ist, gerade eine Integrationsmöglichkeit von verschiedenen theoretischen Perspektiven an.

Zusammengenommen ist zur Lösung der Kritik und zur Integration der beiden zentralen theoretischen Perspektiven ein Untersuchungsparadigma notwendig, das folgende Merkmale umsetzen kann: Der Untersuchungsgegenstand ist ein in der Entstehung begriffenes Stereotyp, das weder inhaltlich noch valenzbezogen vorgeprägt ist. Zur Messung der Stereotypentstehung werden modellfreie Maße verwendet. Die Stereotypentstehung wird in einem experimentellen Kontext induziert, der eine tatsächliche Konsensentwicklung und -validierung ermöglicht. Mit einer rudimentären Prozessanalyse der Stereotypentwicklung wird der erste Schritt hin zu einer Ablauf- und Tragfähigkeitsanalyse umgesetzt, die eine Identifikation von wirksamen Einflussfaktoren auf die Stereotypentstehung möglich macht.

Der Vorschlag für ein solches Paradigma ist in Kapitel 2.7 gemacht worden und ist Grundlage für die vier Experimente, deren Ergebnisse nun zusammengefasst berichtet werden.

4.1 Ergebniszusammenfassung

Im ersten Experiment wurde als unabhängiger Faktor nur die Art der Kategorisierung (Gruppe vs. Aggregat) variiert. Ein zweiter Faktor wurde durch das Messwiederholungsdesign etabliert. Die Ergebnisse der Stereotypentstehung haben für beide Arten der Kategorisierung nicht die hypothetisierten Verläufe gezeigt. In der aggregierten Art der Kategorisierung kam es zu keiner Stereotypentstehung. Für die Kategorisierung als Gruppe fand sich statt des erwarteten linearen Anstiegs ein v-förmiges Muster der inhaltlichen Anreicherung des Stereotyps. Der Grund für diesen v-Verlauf konnte in einer Problematik der Aufmerksamkeitsverschiebung weg von der out-group bedingt durch die Diskussionsthemen gesehen werden. Der Stereotypentstehungsprozess in der Bedingung „Gruppe“ wurde durch einen ansteigenden Konsens begleitet. Zudem wurden die Assoziationen klassifiziert. Dabei zeigte sich eine deutlich größere Menge von „unbekannt“-Assoziationen für die „Aggregat“-Bedingung. Dies wurde als weiterer Indikator für die Bedeutung einer salienten Kategorie für die Stereotypentstehung angesehen. Es wurde aus den Ergebnissen geschlossen, dass die Kategorisierung eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für die Stereotypentstehung und den begleitenden Konsens darüber darstellt.

Auf dieser Basis wurde das zweite Experiment durchgeführt. Der manipulierte unabhängige Faktor war hier der Grad der Komplexität der Kategorisierung (einfach vs. doppelt) und als zweiter Faktor wurde erneut die Messwiederholung für drei Messzeitpunkte vorgenommen. Die Ergebnisse zeigten eine geringere inhaltliche, wie negativ valente, Stereotypausgestaltung für die Bedingung „doppelte Kategorisierung“ verglichen mit der Bedingung „einfache Kategorisierung“. Im Verlauf des Stereotypentstehungsprozesses, wie für den Konsens fand sich kein linearer Anstieg, sondern ein umgekehrt v-förmiger Verlauf, der auf die bereits aus dem ersten Experiment bekannten Fokusprobleme (weg von der out-group) verwies, allerdings damit nicht hinreichend erklärt werden konnte. Der Konsens war nicht nur fokusabhängig, sondern auch inhalts- und valenzabhängig. Zusammengefasst zeigte das Experiment, dass strukturell analog zur Aggregat-Bedingung im ersten Experiment eine komplexer strukturierte, soziale Umwelt die Stereotypentstehung über ein bestimmtes target erschwerte. Es war daher notwendig, weitere Einflussgrößen im Prozess zu identifizieren und

zu manipulieren. Als naheliegende Einflussgrößen kämen zusätzliche Ausdifferenzierungen der Kategorisierungen in Frage. Im Sinne der angestrebten Integration der SIT/SCT und Social Cognition-Perspektiven wäre es auch denkbar mit UVn zur Manipulation der Informationsverarbeitung zu operieren, die indirekt die Kategorisierungsdifferenzierung, d.h. die größere Informationsreichhaltigkeit, bzw. höhere Elaborationstiefe mit abdecken.

Im dritten Experiment wurde die individuelle Stimmung als Einflussgröße auf die Informationsverarbeitung als unabhängige Variable manipuliert. Zudem wurde der Messwiederholungsfaktor zu drei Messzeitpunkten beibehalten. Die Stimmungsinduktion als individuelle Einflussgröße wurde im Prozessverlauf vorgenommen. Ihre vorhergesagte Funktion war die Beeinflussung der Elaborationstiefe und somit eine gesteigerte Stereotypentstehung in der Bedingung der gehoben-positiven Induktion. Die Ergebnisse für den Stereotypentstehungsprozess stützten die Hypothese. Der Konsens zeigte einen linear ansteigenden Verlauf in der Bedingung mit positiver Stimmungsinduktion. Für die gedrückt-negative Stimmungsinduktion fand sich ein Zusammenbruch der Stereotypentstehung und des damit an sich verbundenen Konsens. Die Ergebnisse des Experiments verdeutlichten die Bedeutung der individuellen kognitiven Einflüsse auf die Stereotypentwicklung. Die geringere Elaborationstiefe könnte der Grund sein, dass ein an sich fast zum Scheitern verurteilter Stereotypentstehungsprozess und sein ihn begleitender Konsens doch wieder an Boden gewinnt und sich weiterentwickelt. Die Manipulation der Informationsverarbeitung stellt einen Sonderfall dar. Daher wurde im vierten Experiment zur Erhöhung der Generalisierbarkeit eine Replikation der Studie mittels einer direkten Manipulation der Informationsverarbeitung vorgenommen.

Das vierte Experiment sollte die Befunde aus dem vorigen Experiment replizieren und durch die Auswahl der individuellen Informationsverarbeitung als unabhängige Variable auf eine breitere Basis stellen. Zusätzlich wurde die Art der Selbstkategorisierung der in-group-Mitglieder als weitere unabhängige Variable verwendet, um Unterschiede durch die in-group und ihrer Normen, sowie unterschiedlicher out-groups zu testen. Daneben wurde die Messwiederholung als weiterer Faktor fortgeführt. Die Ergebnisse zeigten ein vielschichtig miteinander verknüpftes Ergebnismuster, welches im Prinzip das vorherige Experiment replizierte. Die heuristische Informationsverarbeitung führte zu steigender Stereotypentstehung, allerdings ohne die zunehmende negative Valenz. In der Bedingung „systematische Informationsverarbeitung“ ergab sich keine Stereotypentstehung und eine

deutlich positivere Valenzentwicklung. Der Konsens stieg in der Bedingung „heuristische Informationsverarbeitung“ an, in der Bedingung „systematische Informationsverarbeitung“ war ein leicht abnehmender Verlauf zu erkennen. Die unabhängige Variable „Kategorisierungstyp“ hatte ebenfalls einen Einfluss auf die Stereotypentstehung. Im Fall der „Mukola“-Kategorisierung hatte die in-group als Verstärker für eine Stereotypentstehung, und im Falle der „Winblot“-Kategorisierung als abschwächender Faktor gewirkt. Die eindeutige Zuordnung des Effekts auf die in-group war nicht vollständig möglich gewesen, da entsprechend unterschiedliche out-groups (in-group: Mukola – out-group : Winblot und in-group: Winblot – out-group: Mukola) vorlagen. Zusammengefasst haben die Befunde erneut das Zusammenspiel beider theoretischer Rahmen, der SIT/SCT und der Social Cognition-Variablen bei der Stereotypentstehung gezeigt. Die Informationsbasis, sowie die Validierungsgrundlage für den Konsens müssten aus einer stabilen Kategorisierung abgeleitet werden, auf die dann die individuellen kognitiven Einflüsse „aufsatteln“. Die Bedeutung der sich etablierenden Gruppennorm ist ein weiterer, der sozialen Kategorisierung zugeordneter Einflussfaktor, der, angefangen bei der initialen Stereotypentstehung bis zur Entwicklung der Stereotypentstehung, mit von Bedeutung ist. Somit lassen sich auf der Basis der Ergebnisse der vier Experimente vier Einflussfaktoren auf die Stereotypentstehung beschreiben:

- Die Art der sozialen Kategorisierung, wobei eine in-group-Identität, die auf einer Gruppe aufbaut, Bedingung für eine Stereotypentstehung ist.
- Die Art der in-group-Norm, d.h. der inhaltlichen Ausformung des Selbststereotyps.
- Die Art der individuellen Informationsverarbeitung, wobei heuristische Informationsverarbeitung die Stereotypentstehung über Fokusprobleme und Informationsmangel hinweg fördert. Systematische Informationsverarbeitung hingegen erschwert die Stereotypentstehung aufgrund der größeren Elaborationstiefe.
- Die Wahrnehmung und Ausbildung des sozialen Konsens, der in Wechselwirkung zur inhaltlichen Ausgestaltung und der Valenz des Stereotyps steht.

Wird eine Linearität der vier Faktoren entwickelt, so kommt der Kategorisierung das Primat zu. Die mit der Kategorisierung verbundene in-group-Norm beginnt möglicherweise zum

selben Zeitpunkt zu wirken. Diese Interpretation, d.h. eine Selbststereotypisierung geht der out-group-Bewertung voraus, stützt sich auf die Ergebnisse, die das Selbst als Informationsquelle für die informationelle und nicht stereotypische Ausgestaltung der in-group (Cadinu & Rothbart, 1996; Otten, in press) anführten und es als Referenz für die Selbststereotypisierung im MGP vor der Differenzierung entlang der out-group konzipierten (Gramzow, Gaertner & Sedikides, 2001). Die Konsensentwicklung ist nach Haslam et al. (1998b; 1999) gleichzeitig Bedingung und Ergebnis der Stereotypentstehung. Diese Doppelverwendung, einmal als Produkt der Kategorisierung an sich und dazu als Produkt der Nutzung der kategorialen Validierungsfunktion (Interaktion mit den in-group-Mitgliedern) der out-group-Bewertung ist problematisch. Die Bestimmung einer eindeutigen Kausalität für die Konsensentstehung, d.h. als einfaches Ergebnis der Kategorisierung oder als Ergebnis eines in der in-group entwickelten Inhalts, ist nicht möglich. Aufgrund der Befundmuster geht die Tendenz jedoch dahin, die Kausalität auf der Seite der Stereotypentstehung zu verorten. Einerseits waren die Konsenswerte zu Beginn recht niedrig, was für einen schwachen Einfluss der Kategorisierung allein spricht, andererseits veränderten sich die Konsenswerte im Verlauf, in dem an sich keine entsprechend starke Veränderung der Identifikation mit der Salienz in-group als Auslöser für die Konsenswahrnehmung wahrscheinlich war. Der Konsens ging der zudem mit im Prozess nachrangigen, aber zum Erhalt des Stereotypentstehungsablaufs dringend notwendigen, individuellen kognitiven Prozessen einher.

Wenn man diese zentralen Befunde mit den in Kapitel 2 dargestellten Kritikpunkten kontrastiert, kommt man zu dem Ergebnis, dass alle angesprochenen Probleme „abgearbeitet“ wurden. Die Lösung fand entweder auf der Basis der Entwicklung eines Untersuchungsparadigmas statt oder wurde direkt als AV umgesetzt. Konkret bedeutet dies, dass die Kritikpunkte 1 und 2, die Verwendung von vorgefertigten Stereotypen und ihre einschränkende Messung, mittels der inhaltsleeren Operationalisierung im MGP und der freien Generierung der Inhalte gelöst wurden. Die in Kritikpunkt 1 ebenfalls angesprochene starke Trennung der Rahmentheorien wurde durch die Integration in den Experimenten 2 und 4 umgesetzt. Die unterschiedliche Konzeption des Konsenskonzepts und der fehlende empirische Nachweis für den tatsächlichen Konsens (Kritikpunkt 3, Kapitel 2.5) wurde mittels einer, auf der Messmethode der freien Inhaltsgenerierung aufbauenden Operationalisierung umgesetzt. Insgesamt wurde die Lösung der ersten drei Kritikpunkte

zusammen mit dem im vierten Kritikpunkt angesprochenen Manko der mangelnden Erforschung der Stereotypentstehung angegangen.

Wenn man die Befunde mit der im Kapitel 2.5 vorgenommenen Definition von Stereotypentstehung vergleicht, kommt man zu dem Schluss, dass zentrale Faktoren für die Stereotypentstehung und damit der Prozess der Stereotypentstehung selbst empirisch nachgewiesen werden konnte. Stereotypentstehung wurde als sozial geteilte Entwicklung einer Menge von beschreibenden Inhalten mit noch offener Valenz über ein target definiert. Die Befunde aus den vier Experimenten zeigten die Entwicklung von beschreibenden Inhalten über out-groups in Abhängigkeit von Kategorisierung und individueller, kognitiver Prozesse. Der Konsens, als ein vom Inhalt abgeleitetes Maß, zeigte für die Bedingungen mit inhaltlicher Ausgestaltung des Stereotyps einen der Akzentuierung des Inhalts folgenden Verlauf. Für Bedingungen ohne die inhaltliche Ausgestaltung fand sich grundsätzlich ein schwacher bis kein Konsens. Es ist zwar theoretisch möglich, dass ein hoher Konsens über keinen Inhalt besteht, allerdings scheint im Intergruppenkontext generell eine abnehmende inhaltliche Bewertung der out-group mit einer geringeren konsensualen Teilung einherzugehen. Es konnte gezeigt werden, dass die Gründe dafür zu einem geringeren im Fokuswechsel weg von der out-group, zu einem größeren Teil in der individuell vorgenommenen Evaluation der Informationstiefe liegen. Im informationsarmen Kontext reduziert die bewusste Suche nach, bzw. die Unmöglichkeit der Aufnahme von zusätzlichen Informationen die Stereotypentstehung. Wenn die Informationstiefe in der Form, dass zu wenig Informationen zur Bewertung der out-group vorlagen, zunahm, dann schwächte sich der Stereotypentstehungsprozess ab.

Aus diesen Befunden lässt sich einerseits die Bedeutung des Prozesses der Stereotypentstehung in der Welt außerhalb des Experimentallabors und andererseits in der Welt der Experimentallabors der Bedarf der weiteren Analyse des Stereotypentstehungsprozesses ablesen. Die Anbindung an soziale Prozesse in der Umwelt wird abschließend im Kapitel 4.7 vorgenommen. Wie der Prozess der Stereotypentstehung weitergeführt werden kann, wird in Kapitel 4.2 ausgeführt. Im Anschluss daran findet sich die Diskussion der integrativen Verknüpfung der Konsenskonzepte mit der jeweiligen Rahmentheorie, bzw. -perspektive.

4.2 Von der Stereotypentstehung zur Stereotypentwicklung

In Kapitel 2.5 wurde auf die Abgrenzung zur Stereotypentwicklung hingewiesen. Diese Abgrenzung bedeutet indes nicht, dass unwichtige Impulse aus diesem ausdifferenzierten Forschungsgebiet übernommen werden sollten. Erstens ist in diesem Forschungsgebiet der Fokus auf die Seite der perceiver ausgeprägter vorhanden, und zweitens können aus diesen Studien Lücken in der Tragweite erklärender Theorien deutlich werden. Die Ergebnisse zeigten, dass die Stereotypentstehung schnell in einen Prozess der Weiterentwicklung der Stereotypentstehung übergeht, in dem die initialen Faktoren im Verlauf ihre Tragkraft verlieren können und neue Einflussfaktoren die Stereotypentstehung weiter vorantreiben müssen. Dieser Befund trifft nur für das stereotypdefinierende Element „Inhalt“ zu. Das andere stereotypdefinierende Element „Konsens“ kann eine kontinuierliche tragende Rolle übernehmen (Haslam et al., 1999).

Haslam et al. (1998b) schreiben dem Konsens eine tragende Rolle für Stereotype im Intergruppenkontext zu. Ausgedrückt in ihren drei Postulaten wird die Salienz einer Kategorie als Produkt einer Kategorisierung in einem bestimmten Kontext und einer Konsensualisierung von Überzeugungen innerhalb einer Gruppe betrachtet. Der Konsens bekommt im zweiten und dritten Postulat sowohl einen die Gruppe tragenden, als auch erst durch die Gruppe ermöglichten (Postulat 1) Charakter.

1. Die in-group-Homogenität wird verstärkt.
2. Es existiert die Erwartung von gegenseitiger Übereinstimmung.
3. Es existiert Druck, Konsens aktiv durch gegenseitige Beeinflussung zu erreichen.

Die Ergebnisse von Haslam et al. (1998b) konnten diese Postulate bestätigen, zudem fügten sie sich gut in die Vorhersagen der SCT, z.B. zur in-group-Homogenität, ein. Dennoch bleibt fraglich, ob diese fast schon zirkulär anmutende Funktionalität so durchdringend ist, wie in der Ansicht dieser Arbeitsgruppe festgestellt wurde. Aus anderen Bereichen der SCT-Forschung wird ebenfalls die notwendige, aber nicht hinreichende Bedeutung der sozialen Identifikation mit einer Kategorie (Grieve & Hogg, 1999) angeführt. Im Bereich der Intergruppendifferenzierung konnte gezeigt werden, dass die Kategorisierung in der eigenen Gruppe einen ersten Teil des Diskriminierungsprozesses trägt, dass dann aber weitere

Bedingungen und Merkmale zur Fortführung des Prozesses notwendig sind. Als zentrales Motiv wurde dabei die Unsicherheitsreduktion genannt. Der Zielzustand der Unsicherheitsreduktion ist eine geordnete, „kontrollierbare“ Umwelt. Es ist anzunehmen, dass mit diesem Zustand auch ein Konsens über die soziale Umwelt einhergeht.

Die hier berichteten Ergebnisse zeigten, dass alle Postulate zur Funktionalität des Konsens in einem Prozessverlauf ihre Gültigkeit besitzen. In den ersten beiden Experimenten konnte gezeigt werden, dass mit der Kategorisierung als Gruppe ein Stereotypentstehungsprozess ausgelöst wird, der von einem Konsens begleitet wird. Eine Kategorie ist folglich notwendig. Allerdings war dieser Prozess mit seinem messbaren Kriterium „inhaltlichen Anreicherung des Stereotyps“ noch so fragil, dass er bei zu geringem out-group-Fokus wieder zusammenbrach. Der Konsens stieg hingegen an (Exp. 1), bzw. fiel nicht vollständig zusammen (Exp. 2 für die Bedingung „ek“). Hier zeigte sich kein Unterschied zu den Postulaten von Haslam et al. (1998b). Die Kategorisierung als Gruppe blieb bestehen, ebenso wie der Konsens mit leichten Schwankungen. Dieser Konsens könnte im Extremfall ein Konsens über ein Nichtwissen sein. Im weiteren Verlauf des Stereotypentstehungsprozesses trat eine Konsenssteigerung auf, wenn zusätzliche Bedingungen und Merkmale, z.B. heuristische Informationsverarbeitung, Wirkung zeigten. In den Experimenten 3 und 4 konnte gezeigt werden, dass in den Bedingungen, in denen eine heuristische Informationsverarbeitung auf der Seite der in-group- Mitglieder über die out-group-Merkmale vorlag, entweder direkt oder indirekt über die Stimmung manipuliert, eine tatsächliche Konsenswahrnehmung, bzw. eine Konsenssteigerung zu verzeichnen war. Es lag in diesen Prozessphasen informationsverarbeitungsbedingt eine Unzugänglichkeit von nicht stereotyptragenden Inhalten (inkonsistente oder irrelevante Information) vor. Über die die Stereotypentstehung tragenden Merkmalen konnte sich dann ein Konsens bilden.

Schematisch kann ein Phasenmodell (siehe Abbildung 15) entworfen werden, das jeweils den Unterbau für den Konsens und damit den Stereotypentstehungsprozess liefert. Zunächst trägt die Kategorisierung den Konsens. Würde sich, wie in der Realität denkbar, die Intergruppenbeziehung inhaltlich konsistent anreichern, so wäre dies weiterhin eine ausreichende Basis für den Konsens.

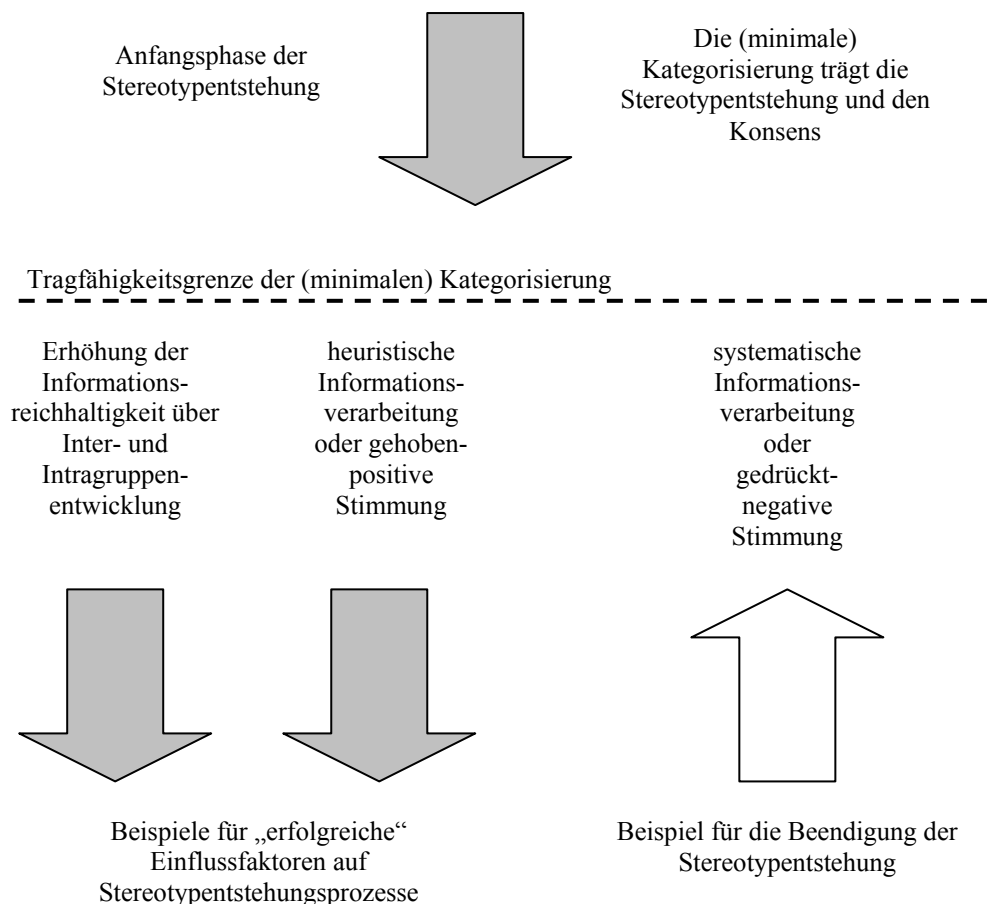


Abb. 15: Das Phasenmodell der Stereotypentstehung

Diesen Entwicklungsweg drückt der linke Pfeil aus. In dem hier vorliegenden, konstant informationsarmen Setting reicht die Tragfähigkeit der Kategorisierung allein nicht aus. Es müssen also in einer zweiten Phase andere Merkmale den Konsens stützen, der sonst mangels Inhalt wieder zusammenbricht. Diese beschrittenen Entwicklungswege werden durch die beiden rechten Pfeile verdeutlicht.

Ein auf der Seite der individuellen Merkmale zu suchender Faktor, wenn die Gruppe, bzw. Kategorisierung als Stütze und die Informationsaggregation als invariant gesetzt wird, was in den hier durchgeführten Experimenten der Fall ist, ist die Informationsverarbeitung selbst. So kann mittels heuristischer Informationsverarbeitung aus wenigen Informationen mehr gemacht werden, was dann auch für eine out-group-fokussierte Stereotypentstehung, getragen von einem in-group-Konsens ausreichend ist. Ebenso können auch individuelle Merkmale beschrieben werden, die die Tragfähigkeit verringern und den Konsens auf das Kategorisierungsniveau zurückführen. In den Experimenten 3 und 4 wurde dies über die

systematische Informationsverarbeitung, bzw. indirekt über die negativ-gedrückte Stimmung manipuliert. In diesem Fall unterstützte die systematische Informationsverarbeitung die Wahrnehmung des Informationsmangels zur Entstehung eines Stereotyps über die out-group.

Die Konzeptualisierung von Stereotypen als ressourcensparende, kognitive Instrumente (Macrae, Milne & Bodenhausen, 1994) ermöglicht analoge Vorhersagen zu denen der Auswirkungen der Informationsverarbeitung auf die Stereotypentstehung. Bisher konnte in der Forschung, z.B. zur Stereotypbildung oder -änderung, gezeigt werden, dass unter großer kognitiver Ressourcenknappheit verstärkt auf stereotypkonsistente Informationen zurückgegriffen wurde und die inkonsistenten Informationen weniger stark wahrgenommen wurden (Sherman et al., 1998; Sherman, Macrae & Bodenhausen, 2000; Sherman & Frost, 2000). Gleichmaßen wurde aber auch die ökonomische Funktion von Stereotypen dafür verwendet, die geringen Aufmerksamkeitsressourcen auch und gerade für bestimmte, wichtige Informationsverarbeitung zu verwenden. Auf die Stereotypentstehung bezogen kann spekuliert werden, dass knappe kognitive Ressourcen zunächst zu einer Entstehung eines Stereotyps führen und dass ein entstehender Konsens bestätigend wirkt, aber dennoch Ressourcen in Form von Validierungsprozessen dafür verwendet werden, den gesamten Prozess aufgrund von Informationsmangel in Frage zu stellen, z.B. wenn der Konsens nicht stark genug ist.

Obwohl hier aus Gründen der Fokussierung auf die inhaltsleere Anfangsphase der Stereotypentstehung nicht umgesetzt, ist auch in weiteren Studien eine auf der Seite der Kategorisierung angeordnete Möglichkeit der Weiterentwicklung möglich (linker Pfeil in Abb. 15). Hier bietet sich die Dynamisierung der Kategorisierung, d.h. eine Eigengruppenentwicklung an. Bei den in den Experimenten 1 bis 4 verwendeten Settings wurde die soziale Kategorisierung quasi-minimal vorgenommen, als statisch gesetzt und nur in Experiment 2 in Bezug auf ihre Komplexität variiert. Es liegen jedoch empirische Befunde vor, die die Beschränkung auf eine statische, soziale Kategorisierung im Verlauf für theoretisch nicht ohne weiteres haltbar bleiben lassen. So vermerkten Ryan und Bogart (1997), dass ihre Befunde zur Stereotypveränderung (an sich stärkere Stereotypisierung, geringere Divergenz in der out-group bei steigender Homogenitätswahrnehmung und sinkende Eigengruppenpositivität und Ethnozentrismus) nicht vollständig mit der SIT/SCT erklärt werden konnten. Die Theorie würde aufgrund des Intergruppenkontakts eher eine sinkende Homogenitätswahrnehmung der out-group und eine steigende

Eigengruppenpositivität aufgrund der steigenden Identifikation der neuen Mitglieder mit ihrer in-group annehmen. Den Grund für diesen unerwarteten Verlauf sehen die Autorinnen in der notwendigen differenzierteren Sichtweise auf die Stadien von Gruppenentwicklung, wie sie Moreland und Levine (1982) vorschlagen. Der Gewinn aus diesen Befunden für die Stereotypentstehung ist der, dass die Grenze zwischen Entstehungsprozessen und den einwirkenden, gruppalen und individuellen Bedingungen sauber gezogen werden muss, um eindeutige Kausalitäten herstellen zu können. Der Nachteil dieser Erklärung liegt im „Verlust“ der SIT/SCT und ihrer Ersetzung in der Erklärung durch eine intragruppale Theorie. Es wäre argumentativ zunächst ein Weg zu bevorzugen, auf dem das Entwicklungsproblem auch mit der SIT/SCT im theoretischen Erklärungsrahmen gelöst werden könnte. Worchel (1998) versuchte diese Kombination, indem er, analog zu Ryan's und Bogart's Gruppenentwicklungsprozessen, also einen Intragruppenfokus als weitere Determinante auf Intergruppenprozesse anwendete. Im Gegensatz zu bekannten Darstellungen von Gruppenphasen wie dem 5-Phasen-Modell (forming, storming, norming, performing und adjourning) von Tuckman (1965) oder der auf die Entwicklungsstufen der Individuen in der Gruppe bezogene einflussreiche Ansatz von Moreland und Levine (1982, 1988) beschreibt Worchel ein zirkuläres Modell. Das Modell besteht aus den Phasen „Zerfall von vorausgehenden Gruppen“, „Entstehung einer neuen Gruppenidentität“, „produktive Gruppenphase“ und „Individuierung“. In diesem Phasenmodell nehmen auch andere Gruppen, z.B. out-groups, Einfluss. Zudem kann sich die Wahrnehmung z.B. der Homogenität dieser out-groups und der eigenen Gruppe im Verlauf ändern. Verbindet man nun dieses Modell mit frühen Befunden der SIT/SCT, so ergeben sich interessante Voraussagen, die aufgrund der Neuartigkeit der Gruppen in den vorliegenden Experimenten nicht getestet werden konnten. Beispielsweise wird die höhere Homogenität der out-group mit dem größeren Kontakt innerhalb der in-group begründet (Jones, Wood & Quattrone, 1981; Linville & Jones, 1980; Quattrone, 1986; Park & Rothbart, 1982). In der Identifikationsphase suchen die in-group-Mitglieder bewusst nach übereinstimmenden Merkmalen in ihrer Gruppe, später in der Zerfallsphase stehen eher Merkmale, die Heterogenität ausdrücken, im Vordergrund (Worchel, Coutant-Sassic & Grossmann, 1991). Allein aufgrund dieses Beispiels erscheint es sinnvoll, diesen Ansatz als eine logische Fortführung des hier umgesetzten Paradigmas anzuwenden. Um die Geburtsmetapher ein Stück weiter zu entwickeln könnte man sagen, dass die Gruppe der perceiver nun in den Kindergarten kommt.

Dies würde bedeuten, dass nach einer auch quasi-minimalen Ausgangssituation die in-group, d.h. die perceiver, nicht aufgelöst werden, sondern eine Entwicklung ihrer Gruppe zugelassen, bzw. auch manipuliert wird. Auf der intragruppalen Ebene bieten sich Manipulationen der Prototypikalität der Mitglieder oder der einfachen Informationsanreicherung über sie an. Auf der intergruppalen Ebene könnte eine solche informationsanreichernde Manipulation über Berichte über eine tatsächliche oder erfundene Allokation von Gütern, z.B. mittels Tajfel-Matrizen (zus. Bourhis & Gagnon, 2001) vorgenommen werden. Als grundsätzliche Hypothese ist zu erwarten, dass nach einer initialen Stereotypentstehung das noch fragile Konstrukt zunächst Stärkung im Sinne einer größeren Passung und weitere Anreicherung im Sinne weitere Merkmale und steigender Negativität erfährt, um dann in eine Überprüfungsphase überzugehen. Dies markiert den Übergang von Stereotypentstehung zu Stereotypentwicklung.

4.3 Der Konsens als theoretisches Integrationselement

In der Zusammenfassung der Kritik wurde eine Unterscheidung und damit verbunden eine Zuordnung des Konsens zu den beiden Rahmentheorien, bzw. –perspektiven, Soziale Kategorisierung und Social Cognition, vorgenommen. Es wurde postuliert (vgl. Abb. 1), dass tatsächlicher Konsens zu seiner Entstehung und Validierung einen realen sozialen Kontext, d.h. eine Kategorisierung, z.B. als Gruppe, benötigt. Subjektiven Konsens benötigt diese Validierungsfunktion nicht, diese würde gerade die Verzerrung korrigieren, sondern besteht gerade als individuelle Annahme. Damit wird der tatsächliche Konsens den Theorien der sozialen Kategorisierung, SIT/SCT, zugeordnet und die subjektive Konsensannahme, z.B. der FCE, der eher individualistischen Social Cognition-Perspektive. Die Annahme eines verzerrten Konsenses führt zu stabilen und in der Folge wandlungsresistenten Stereotypen. In dieser Funktion sind strukturelle Ähnlichkeiten zur heuristischen Informationsverarbeitung und der Ressourcenökonomie des Stereotyps zu erkennen. Auch der angenommene, aber tatsächlich verzerrte Konsens entlastet die perceiver von der kognitiv anspruchsvolleren Aufgabe, eine tatsächliche Validierung des Stereotyps und seiner Entstehung vorzunehmen. Der verzerrte Konsens wurde aufgrund der dargestellten, bereits existierenden Befundmenge (z.B. Stangor, Sechrist & Jost, 2001a; 2001b) nicht in diesen Experimenten eingesetzt und getestet. Statt dessen fand eine Fokussierung auf den empirisch bis dato noch nicht gezeigten Konsensentwicklungsprozess im Rahmen der Stereotypentstehung statt.

Die postulierte Zuordnung der beiden Verständnisweisen von Konsens zu den beiden Perspektiven kann somit nicht als getestet gelten, da nur eine Richtung des Pfeils, der des tatsächlichen Konsens bezogen auf die SIT/SCT, operationalisiert wurde. Dennoch kann aus den bereits vorliegenden Befunden und den hier durchgeführten Experimenten eine bestätigende Tendenz erkannt werden. Wenn die abhängige Variable im Rahmen des Stereotyps der tatsächliche Konsens sein soll, dann führt dies zu einer Präferenz von Gruppentheorien, da mit ihnen für den Konsens hypothesentestende Operationalisierungen vorgenommen werden können.

Eine der möglichen Entwicklungsrichtungen stellt die Inklusion der Gruppengröße in das Paradigma dar. Metaanalysen der Konsensforschung (Krueger & Clement, 1997) haben ein asymmetrisches Fehlermuster für Majoritäts- und Minoritätsmitglieder ergeben. Demnach führte Majoritätszugehörigkeit eher zu einer Unterschätzung der eigenen Gruppengröße, Minoritätszugehörigkeit eher zu einer Überschätzung. Dieser Befund verweist auf die zentrale Bedeutung des psychologischen Mechanismus, tatsächlich der Majorität zugehören zu wollen, hin. Für den Einfluss der eigenen Gruppengröße auf die Stereotypentstehung zu einer (konstant gehaltenen oder ebenfalls in der Größe variierten) out-group liegen noch keine empirischen Befunde vor. Die Erweiterung des hier verwendeten Paradigmas und damit der Manipulation des tatsächlichen Konsenses für eine solche Untersuchung ist jedoch vielversprechend, da im Kontext der Selbststereotypisierung bereits der Einfluss der Gruppengröße gezeigt werden konnte, d.h. Mitglieder einer Minorität neigten eher zur Selbststereotypisierung als Majoritätsmitglieder (Simon & Hamilton, 1994). Für die Stereotypisierung von out-groups fanden Mullen und Johnson (1994) Befunde, dass größere Gruppen eher exemplarbasiert repräsentiert werden.

Eine weitere Entwicklungslinie leitet sich aus der latenten Zielkonkurrenz von Konsens und Stereotypausgestaltung gerade in Experiment 4 ab. In einem Konkurrenzverhältnis von Streben nach Akkuratheit und Konsens in dyadischen Interaktionen über Eindrucksbildung konnten Ruscher, Hammer und Hammer (1996) für individuelle Eindrucksbildung zeigen, dass die Konsensmotivation die Akkuratheitsmotivation überflügelte. Indizien für das Primat des Konsens fanden sich in den hier durchgeführten Experimenten nicht, was aber auf die größere Komplexität der Konsensbildung zurückzuführen war. Die Gruppe als Informationsbasis für den Konsens ist ein komplexeres Gebilde als eine dyadische Interaktion. Zudem wurden die individuellen Manipulationen der Informationsverarbeitung

(und damit der Akkuratheit) mittels Stimmungsinduktion, bzw. direkter Manipulation durchgeführt, um die sich abschwächenden, konsensgetragenen Stereotypentstehungsprozesse wieder zu verstärken. Daher ist es nicht überraschend, dass der Konsens hier eher der Informationsverarbeitung folgte. In einem Experimentalkontext, in dem die Stereotypentstehung durch Inter- oder Intragruppenprozesse, z.B. der Informationsanreicherung getragen wird und der Konsens unabhängig von der Manipulation der Informationsverarbeitung ist, verspricht diese Zielkonkurrenz, als unabhängige Variable manipuliert, eine sinnvolle Fortführung der hier begonnenen Experimentalreihe.

Insgesamt erweist sich der Konsens als ein unterschiedlich definiertes, aber in beiden Fällen vielseitiges Konzept. Es kann somit sowohl als unabhängige, wie auch als abhängige Variable eingesetzt werden. Als abhängige Variable steht der Konsens nicht nur in Verbindung zur Kategorisierung, sondern auch, wie in den Experimenten 3 und 4 gezeigt, in enger Beeinflussung durch die Art der Informationsverarbeitung.

4.4 Aspekte der Weiterentwicklung

Mit den durchgeführten Experimenten liegen insgesamt 100 Interaktionsprotokolle und 722 frei assoziierte, bzw. pregetestete Assoziationen zu einer out-group vor. In einzelnen Experimenten wurden explorative Analysen der Protokolle und der assoziierten Inhalte vorgenommen, jedoch keine intensive Auseinandersetzung. Beispielsweise wurde keine inhaltliche Kodierung und Bestimmung der Stereotypinhalte bei den Experimenten, in denen die freie Assoziation zur Anwendung kam (Exp. 1, 3 und 4), vorgenommen. McGuire und McGuire (1988) haben auf die potentielle Reichhaltigkeit hingewiesen, die allerdings, wie Stangor und Lange (1994) vermerkten, mit der Problematik der Erstellung eines tragfähigen Kodiersystems einhergeht. Diese Erstellung würde den Rahmen dieser Dissertation sprengen und soll in anderer Form vorgenommen werden. Ein weiterer Entwicklungsaspekt dieses, an sich als erfolgreich zu bewertenden Paradigmas geht nicht in die Richtung der soeben vorgeschlagenen Analyse der erhobenen Informationsbreite, sondern greift den besonderen Aspekt des Informationsaustausches heraus.

Die Kombination der hier dokumentierten Prozessforschung mit rein auf den Informationsaustausch fokussierten Theorieansätzen verspricht genauere Hinweise über die inhaltliche, kognitive Konstruktion des out-group-Stereotyps. Stereotypentwicklung kann als ein konsensualer Gruppenprozess verstanden werden, der zunächst rein durch den

Informationsaustausch beeinflusst werden könnte. Um dies zu testen, müsste man die Eindrucksbildung über Gruppen als Aufgabenäquivalent zu einer Sachentscheidung ansehen. Das „collective information sampling“-Modell von Stasser und Titus (1987) beschreibt einen Nennungsvorteil für in der Gruppe zwischen allen Mitgliedern geteilter Information gegenüber ungeteilter Information, d.h. die, die nur einem oder nicht allen Mitgliedern der Gruppe zur Verfügung stehen. Stewart (1998) hat einen ersten Schritt in der Verbindung der beiden Theorien unternommen und konnte zeigen, dass der Negativitäts-Bias und die Anwendung eines bestehenden Stereotyps Auswirkungen auf die Nennung von geteilter und ungeteilter Information hat. Es erscheint für das hier aufgezeigte Thema jedoch interessanter herauszufinden, ob der Austausch von bestimmten Informationen alleine zur Bildung eines Stereotyps führt. Wendet man den „common knowledge effect“ (Gigone & Hastie, 1993) auf den Vorgang der Stereotypentwicklung an, so würde man vorhersagen, dass die entstandenen Stereotype allein auf der geteilten Information aufbauen und die ungeteilte Information nicht in den Prozess einfließt. Der Konsens sollte sich, in Analogie zum Mechanismus in der Social Cognition-Perspektive und des „common informational input model“ (Haslam, 1997) nur über die geteilten (zugänglichen), stereotyptragenden Informationen bilden und die ungeteilten (unzugänglichen), nicht das Stereotyp tragenden Informationen außen vor lassen. In den nächsten Schritten, analog zu den hier durchgeführten Experimenten, ist zu überprüfen, ob die Wirkvariablen einfache vs. mehrfache soziale Identität oder den Informationsaustausch beeinflussende Variablen den Nennungsnachteil der ungeteilten Information verringern können und somit differenziertere oder keine einheitlichen Stereotype entstehen. Der Vorteil dieser Operationalisierung liegt in ihrer Möglichkeit, tiefer in die stereotypbildenden Informationsaustauschprozesse innerhalb der Gruppe zu blicken, die den hier gezeigten Konsensprozess in seiner Verbindung zu individuellen kognitiven Einflussgrößen erhellen könnten. Insbesondere die Frage, was die Zugkraft für den Konsens auf der Informationsebene darstellt, könnte weitere Klärung erfahren.

4.5 Die ökologische Relevanz der Stereotypentstehung

Die Frage nach der genuinen Stereotypentstehung stellt sich in der normalen, d.h. außerhalb von Laboren befindlichen, sozialen Umwelt an sich kaum. Wir sind seit unserer Geburt damit befasst, Wissen zu akkumulieren, das uns das Überleben in der Welt ermöglicht. Ein Teil dieses Wissens ist in bereits gelernten Stereotypen gespeichert (Bar-Tal, 2000; Hirschfeld, 2001; Medin & Ortony, 1989; Rothbart & Taylor, 1992). Deshalb ist es nicht

verwunderlich, wenn die hier untersuchte Frage nach genuiner Stereotypentstehung als eine hoch artifizielle Herangehensweise erscheint, die zunächst auf eine geringe ökologische Validität im Sinne der Operationalisierung zurückgreifen kann. Allerdings besitzen die Ergebnisse eine hohe ökologische Relevanz. Nicht in allen denkbaren Fällen beinhaltet unser Wissensspeicher eine ausreichende Information über eine neue Gruppe, mit der wir in Kontakt treten werden. Eine gewisse Informationsgrundlage über eine andere Gruppe kann immer angenommen werden, d.h. sie sind Menschen. Im kopräsenten Kontakt können ihre körperlichen Merkmale wahrgenommen werden, bei einem cvK-Kontakt fallen diese Informationen, die zu chronischen Kategorisierungen führen, schon graduell weg. Diese schmale Informationsbasis ist die größte Annäherung an das hier verwendete Paradigma. Verwendet man als Beispiel zwei Unternehmen, die sich zusammenschließen, so ist die Situation heute durchaus realistisch, dass Mitarbeiter aus beiden Organisationen sich zunächst per E-Mail kennenlernen, ohne dass ihnen vorher weitere Informationen über die neuen Kollegen zur Verfügung stehen. Wendet man die Ergebnisse dieser Arbeit auf diese Situation an, so kommt es dann zu der verstärkten Entstehung von Stereotypen über die jeweilige out-group, wenn die Kategorisierung der jeweiligen wechselseitigen in-group hoch salient und chronisch ist. Wahrnehmbare Gruppenunterschiede verstärken die Stereotypentstehung. Aber nicht nur die Effekte der Kategorisierung haben einen Einfluss, auch die individuellen Einflussfaktoren können die Stereotypentstehung bedingen. Wenn das erste Zusammentreffen unter betont lockeren Bedingungen stattfindet (man will sich ungezwungen kennen lernen), ist die Stimmung vermutlich gehoben-positiv. Dieser Faktor verstärkt die heuristische Informationsverarbeitung und damit die Bildung von Stereotypen. Ein anderes Szenario ist eine Kommunikation unter Stressbedingungen, d.h. die Informationsverarbeitung ist geschmälert, die Informationstiefe sinkt und so werden die heuristischen Prozesse gestärkt und die Stereotypentstehung nimmt erneut ihren Lauf.

Als Empfehlung für diese Beispielsituation kann folgendes Vorgehen gegeben werden: Die neuen Kollegen sollten sich möglichst nicht mit jeweils salienter kategorialer Identifikation begegnen. Zudem sollten Kontexte gewählt werden, in denen eine große Elaborationstiefe möglich und gefordert ist. Dafür muss genügend Information zur Evaluation der out-group zur Verfügung stehen und ihre Nutzung sollte kontextbezogen erwünscht und individuell möglich sein.

5 Literaturverzeichnis

- Abele, A. & Petzold, P. (1994). How does mood operate in an impression formation task? An information integration approach. *European Journal of Social Psychology*, 24, 173-187.
- Abele, A., Gendolla, G.H.E. & Petzold, P. (1998). Positive mood and in-group – out-group differentiation in a minimal group setting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1343-1357.
- Abrams, D. & Hogg, M.A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18, 317-334.
- Abrams, D., Wetherell, M.S., Cochrane, S., Hogg, M.A. & Turner, J.C. (1990). Knowing what to think by knowing who you are: Self-categorization and the nature of norm formation, conformity and group polarization. *European Journal of Social Psychology*, 29, 97-119.
- Adorno, T.W., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D.J. & Sanford, R.N. (1950). *The Authoritarian Personality*. New York, NY: Harper & Row.
- Albright, L., Kenny, D.A. & Malloy, T.E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 387-395.
- Alexander, M.G., Brewer, M.B. & Herrmann, R.K. (1999). Images and affect: A functional analysis of out-group stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 78-93.
- Alicke, M.D. & Largo, E. (1995). The role of the self in the false consensus effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 28-47.
- Allport, G.W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Andersen, S.M. & Klatzky, R.L. (1987). Traits and social stereotypes: Levels of categorisation in person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 235-246.
- Anderson, J.R. (1983). *The architecture of cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Anderson, C.A. & Sedikides, C. (1991). Thinking about people: Contributions of a typological alternative to associationistic and dimensional models of person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 203-217.
- Asch, S.E. (1952). *Social Psychology*. New York, NY: Prentice-Hall.
- Ashmore R.D. & DelBoca, F.K. (1981). Conceptual approaches to Stereotypes and Stereotyping. In D.L. Hamilton (Ed.), *Cognitive Processes in stereotyping and intergroup behavior* (pp. 1-36). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bar-Tal, D. (2000). *Shared beliefs in a society*. Thousand Oakes, CA: Sage.
- Bierhoff, H.-W. (2000). *Sozialpsychologie: ein Lehrbuch*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Billig, M. & Tajfel, H. (1973). Social categorization and similarity in intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 3, 27-52.
- Bless, H., Schwarz, N. & Kimmelmeier, M. (1996). Mood and Stereotyping: Affective states and the use of general knowledge structures. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 7, pp. 63-94). Chichester: Wiley.
- Bodenhausen, G.V. (1993). Emotions, arousal, and stereotypic judgements: A heuristic model of affect and stereotyping. In D.M. Mackie & D.L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition and stereotyping: Interactive Processes in group perception* (pp. 13-37). San Diego, CA: Academic Press.
- Bodenhausen, G.V., Sheppard, L.A. & Kramer, G.P. (1994). Negative affect and social judgment: the differential impact of anger and sadness. *European Journal of Social Psychology*, 24, 45-62.
- Bodenhausen, G.V., Kramer, G.P. & Süsner, K. (1994). Happiness and stereotypic thinking in social judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 621-632.
- Bodenhausen, G.V., Macrae, C.N. & Sherman, J.W. (1999). On the dialectics of discrimination: Dual processes in social stereotyping. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 271-290). New York, NY: The Guilford Press.
- Bodenhausen, G.V. & Moreno, K.N. (2000). How do I feel about them? The role of affective reactions in intergroup perception. In H. Bless & J.P. Forgas (Eds.), *The role of subjective states in social cognition and behavior* (pp. 283-303). Philadelphia, PA: Psychology Press.

- Bodenhausen, G.V., Mussweiler, T., Gabriel, S. & Moreno, K.N. (2001). Affective influences on stereotyping and intergroup relations. In J.P. Forgas (Ed.), *Handbook of affect and social cognition* (pp. 319-343). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Bornstein, R.F. (1989). Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968-1987. *Psychological Bulletin*, 106, 265-289.
- Bornstein, R.F. (1993). Mere exposure effects with outgroup stimuli. In D.M. Mackie & D.L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition, and stereotyping. Interactive processes in group perception* (pp. 195-212). San Diego, CA: Academic Press.
- Bortz, J. & Döring, N. (1995). *Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler*, 2. Aufl. . Berlin: Springer.
- Bourhis, R.Y. & Gagnon, A. (2001). Social Orientation in the Minimal Group Paradigm. In R. Brown & S.L. Gaertner (Eds.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intergroup Processes* (pp. 89-111). Malden, MA: Blackwell.
- Branscombe, N.R., Schmitt, M.T., Harvey, R.D. (1999). Perceiving pervasive discrimination among African Americans: Implications for group identification and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 135-149.
- Brauer, M. & Judd, C.M. (1996). Group polarization and repeated attitude expressions: A new take on an old topic. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 7, pp. 173-208). Chichester: Wiley.
- Brewer, M.B. (1999). The psychology of prejudice: In-group love or outgroup hate? *Journal of Social Issues*, 55, 429-444.
- Brewer, M.B., Weber, J.G. & Carini, B. (1995). Person memory in intergroup contexts: Categorization versus individuation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 29-40.
- Brewer, M.B. & Feinstein, A.S.H. (1999). Dual processes in the cognitive representation of persons and social categories. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 255-270). New York, NY: The Guilford Press.
- Brigham, J.C. (1971). Ethnic Stereotypes. *Psychological Bulletin*, 76, 15-38.
- Brown, R.J. (2000). AGENDA 2000 – Social Identity Theory: Past Achievements, current problems and future challenges. *European Journal of Social Psychology*, 30, 745-778.
- Brown, R.J. & Turner, J.C. (1981). Interpersonal and intergroup behavior. In J.C. Turner & H. Giles (Eds.), *Intergroup Behaviour* (pp. 33-65). Oxford: Blackwell.
- Brown, R.J., Condor, S., Mathews, A., Wade, G. & Williams, J.A. (1986). Explaining intergroup differentiation in an industrial organization. *Journal of Occupational Psychology*, 59, 273-286.
- Brown, R.J. & Wotton-Milward, L. (1993). Perceptions of group homogeneity during group formation and change. *Social Cognition*, 11, 126-149.
- Brown, R.P. & Josephs, R.A. (1999). A burden of proof: Stereotype relevance and gender differences in math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 246-257.
- Bruner, J.S. (1957). On perceptual readiness. *Psychological Review*, 64, 123-151.
- Bruner, J.S & Tagiuri, R. (1954). The perception of people. In G. Lindzey (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 634-655). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Cacioppo, J.T. & Petty, R.E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Cadinu, M. R. & Rothbart, M. (1996). Self-anchoring and differentiation processes in the minimal group setting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 661-677.
- Campbell, D.T. (1958). Common fate, similarity, and other indices of the status of aggregates of persons as social entities. *Behavioral Science*, 3, 14-25.
- Campbell, D.T. (1967). Stereotypes and the perception of group differences. *American Psychologist*, 22, 817-829.
- Cantor, N. & Mischel, W. (1979). Prototypes in person perception. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 12, pp. 4-52). London: Academic Press.

- Castano, E., Yzerbyt, V.Y., Paladino, M.-P. & Sacchi, S. (2002). I belong, therefore, I exist: In-group identification, in-group entitativity, and in-group bias. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 135-143.
- Castelli, L., Vanzetto, K., Sherman, J.S. & Arcuri, L. (in press). The explicit and implicit perception of in-group members who use stereotypes: Blatant rejection but subtle conformity. *Journal of Experimental Social Psychology*.
- Chaiken, S., Liberman, A. & Eagly, A.H. (1989). Heuristic and systematic information processing within and beyond the persuasion context. In J.S. Uleman & J.A. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (pp. 212-252). New York, NY: Guilford.
- Cheryan, S. & Bodenhausen, G.V. (2000). When positive stereotypes threaten intellectual performance: The psychological hazards of "model minority" status. *Psychological Science*, 11, 399-402.
- Clement, R.W. & Krueger, J. (2000). The primacy of self-referent information in perception of social consensus. *British Journal of Social Psychology*, 39, 279-299.
- Collins, A.M. & Loftus, E.F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological Review*, 82, 407-428.
- Crandall, C.S., Tsang, J.-A., Harvey, R.D. & Britt, T.W. (2000). Group-identity based self-protective strategies: The stigma of race, gender, and garlic. *European Journal of Social Psychology*, 30, 355-382.
- Crisp, R.J. & Hewstone, M. (1999). Differential evaluation of crossed category groups: Patterns, processes, and reducing intergroup bias. *Group Processes and Intergroup Relations*, 2, 307-333.
- Crisp, R.J., Hewstone, M. & Tobin, S.J. (2001). Does multiple categorization reduce intergroup bias? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 76-89.
- Crocker, J. (1999). Social stigma and self-esteem: situational construction of self-worth. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 89-107.
- Crocker, J. & Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96, 608-630.
- Crocker, J., Major, B. & Steele, C.M. (1998). Social stigma. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (Vol. 2, pp. 504-553). New York, NY: McGraw-Hill.
- Crocker, J., Voelkl, K., Testa, M. & Major, B. (2000). Social stigma: The affective consequences of attributional ambiguity. In C. Stangor (Ed.), *Stereotypes and prejudice: Essential readings. Key readings in social psychology* (pp. 353-368). Philadelphia, PA: Psychology Press/Taylor & Francis.
- DeSoto, C. & Keuthe, J.L. (1959). Subjective probabilities of interpersonal relationships. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 290-294.
- Devine, P.G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.
- Devine, P.G. (1998). Beyond the isolated social perceiver: Why inhibit stereotypes? In S.R. Wyer (Ed.), *Advances in Social Cognition* (Vol. 11, pp. 69-81). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Diehl, M. & Jonas, K. (1991). Measures of national stereotypes as predictors of the latencies of inductive versus deductive stereotypic judgments. *European Journal of Social Psychology*, 21, 317-330.
- Diehl, M. & Stroebe, W. (1991). Productivity loss in idea generating groups: Tracking down the blocking effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 392-403.
- Doise, W. (1990). Social biases in categorization processes. In J.-P. Caverni, J.-M. Fabre & M. Gonzales, *Cognitive Biases* (pp. 305-323). Amsterdam: Elsevier.
- Doise, W. (1998). Social representations in personal identity. In S. Worchel, J.F. Morales, D. Páez & J.-C. Deschamps (Eds.), *Social identity. International perspectives* (pp. 13-23). London: Sage.
- Doise, W., Csepele, G., Dann, H.D., Gouge, C., Larsen, K. & Ostell, A. (1972). An experimental investigation into the formation of intergroup representations. *European Journal of Social Psychology*, 2, 202-204.
- Doosje, B., Ellemers, N. & Spears, R. (1995). Perceived intragroup variability as a function of group status and identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 410-436.
- Dovidio, J.F. & Gaertner, S.L. (1986) *Prejudice, discrimination, and racism*. San Diego, CA: Academic Press.

- Dovidio, J.F., Gaertner, S.L. & Validzic, A. (1998). Intergroup bias: Status, differentiation, and a common in-group identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 109-120.
- Dubrovsky, V.J., Kiesler, S. & Sethna, B.N. (1991). The equalization phenomenon: status effect in computer-mediated and face-to-face decision-making groups. *Human Computer Interactions*, 6, 119-146.
- Edwards, J.A., Weary, G., von Hippel, W. & Jacobson, J.A. (2000). The effects of depression on impression formation: The role of trait and category diagnosticity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 462-473.
- Ellemers, N., Spears, R. & Doosje, B. (1997). Sticking together or falling apart: In-group identification as a psychological determinant of group commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 617-626.
- English, H.B. & English, A.C. (1958). *A comprehensive dictionary of psychological and psycho-analytic terms: A guide to usage*. New York, NY: McKay.
- Eysenck, H.J. & Crown, S. (1948). National stereotypes: An experimental and methodological study. *International Journal of Opinion and Attitude Research*, 2, 26-39.
- Fabre, J.-M. (1990). Specificity and categorization in judgment: A cognitive approach to stereotypes. In J.-P. Caverni, J.-M. Fabre & M. Gonzales (Eds.), *Cognitive Biases* (pp. 401-422). Amsterdam: Elsevier.
- Fiske, S.T. (2000). AGENDA 2000 – Stereotyping, prejudice, and discrimination at the seam between centuries: Evolution, culture, mind and brain. *European Journal of Social Psychology*, 30, 299-322.
- Fiske, S.T. & Pavelchak, M.A. (1986). Category-based versus piecemeal-based affective responses: Developments in schema-triggered affect. In R.M. Sorrentino & E.T. Higgins (Eds.), *The handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (pp. 167-203). New York, NY: Guilford Press.
- Fiske, S.T. & Taylor, S.E. (1991). *Social Cognition*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Ford, T.E. & Stangor, C. (1992). The role of diagnosticity in stereotype formation perceiving group means and variances. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 356-367.
- Ford T.E. & Tonander, G.R. (1998). The role of differentiation between groups and social identity in stereotype formation. *Social Psychology Quarterly*, 61, 372-384.
- Forgas, J.P. & Moylan, S.J. (1987). After the movies: The effects of mood on social judgments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 467-477.
- Forgas, J.P. & Fiedler, K. (1996). Us and them: Mood effects on intergroup discrimination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 28-40.
- Gaertner, S.L. & Dovidio, J.F. (2000). *Reducing intergroup bias: The common in-group identity model*. Philadelphia, PA: Psychology Press/Taylor & Francis.
- Gaertner, S.L., Dovidio, J.F., Nier, J.A., Banker, B.S., Ward, C.M., Houlette, M. & Loux, S. (2000). The common in-group identity model for reducing intergroup bias: Progress and challenges. In D. Camozza & R. Brown (Eds.), *Social identity processes: Trends in theory and research* (pp. 133-148). London: Sage.
- Gawronski, B., Ehrenberg, K., Banse, R., Zukova, J., & Klauer, K. C. (in press). It's in the mind of the beholder: The impact of stereotypic associations on category-based and individuating impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*.
- Gerrards-Hesse, A., Spies, K. & Hesse, F.W. (1994). Experimental inductions of emotional states and their effectiveness: A review. *British Journal of Psychology*, 85, 55-78.
- Gigone, D. & Hastie, R. (1993). The common knowledge effect: Information sharing and group judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 959-974.
- Gilbert, D.T. & Hixon, J.G. (1991). The trouble of thinking: activation and application of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 509-517.
- Golebiowska, E.A. (2002). Political implications of group stereotypes: Campaign experiences of openly gay political candidates. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 590-608.
- Gordon, R.A. (1989). Stereotype measurement and the “kernel of truth” hypothesis. *Teaching of Psychology*, 16, 209-211.
- Gramzow, R.H., Gaertner, L. & Sedikides, C. (2001). Memory for in-group and out-group information in a minimal group context: The self as an informational base. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 188-205.

- Grieve, P.G & Hogg, M.A. (1999). Subjective uncertainty and intergroup discrimination in the Minimal Group Situation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 926-940.
- Guimond, S. (2000). Group Socialization and Prejudice: The social transmission of intergroup attitudes and beliefs. *European Journal of Social Psychology*, 30, 335-354.
- Hamilton, D.L. & Gifford, R.K. (1976). Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, 392-407.
- Hamilton, D.L., Dugan, P.M. & Trolie, T. (1985). The formation of stereotypic beliefs: Further evidence for distinctiveness-based illusory correlations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 5-17.
- Hamilton, D.L. & Trolie, T.K. (1986). Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach. In J.F. Dovidio & S.L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, Discrimination and Racism* (pp. 127-158). New York, NY: Academic Press.
- Hamilton, D.L., Sherman, S.J. & Castelli, L. (2002). A group by another name – The role of entitativity in group perception. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 12, pp. 139-166). New York, NY: Wiley.
- Haslam, N., Rothschild, L. & Ernst, D. (2000). Essentialist beliefs about social categories. *British Journal of Social Psychology*, 39, 113-127.
- Haslam, N., Rothschild, L. & Ernst, D. (2002). Are essentialist beliefs associated with prejudice? *British Journal of Social Psychology*, 41, 87-100.
- Haslam, S.A. (1997). Stereotyping and social influence: Foundations of stereotype consensus. In R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers & S.A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 119-143). Oxford: Blackwell.
- Haslam, S.A. & Turner, J.C. (1992). Context-dependent variation in social stereotyping 2: The relationship between frame of reference, self-categorization and accentuation. *European Journal of Social Psychology*, 22, 251-278.
- Haslam, S.A., Turner, J.C., Oakes, P.J., McGarty, C. & Hayes, B.K. (1992). Context-dependent variation in social stereotyping 1: The effects of intergroup relations as mediated by social change and frame of reference. *European Journal of Social Psychology*, 22, 3-20.
- Haslam, S.A., Oakes, P.J., Turner, J.C. & McGarty, C. (1995). Social categorization and group homogeneity: Changes in the perceived applicability of stereotypic content as a function of comparative context and trait favourableness. *British Journal of Social Psychology*, 34, 139-160.
- Haslam, S.A., McGarty, C. & Brown, P.M. (1996a). The search for differentiated meaning is a precursor for illusory correlation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 611-619.
- Haslam, S.A., Oakes, P.J., Turner, J.C. & McGarty, C. (1996b). Social identity, self-categorization and the perceived homogeneity in in-groups and outgroups: the interaction between social motivation and cognition. In R.M. Sorrentino & E.T. Higgins (Eds.), *Handbook of Motivation and Cognition* (pp. 182-222). New York, NY: Guilford Press.
- Haslam, S.A., Oakes, P.J., McGarty, C., Turner, J.C., Reynolds, K.J. & Eggins, R.A. (1996c). Stereotyping and social influence: The mediation of stereotype applicability and sharedness by the views of in-group and out-group members. *British Journal of Social Psychology*, 35, 369-397.
- Haslam, S.A., Turner, J.C., Oakes, P.J., Reynolds, K.J., Eggins, R.A., Nolan, M. & Tweedie, J. (1998a). When do stereotypes become really consensual? Investigating the group-based dynamics of the consensualization process. *European Journal of Social Psychology*, 28, 755-776.
- Haslam, S.A., Oakes, P.J., Turner, J.C. & McGarty, C. (1998b). The group as a basis for emergent stereotype consensus. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 8, pp. 203-239). New York, NY: Wiley.
- Haslam, S.A., Oakes, P.J., Reynolds, K.J. & Turner, J.C. (1999). Social identity salience and the emergence of stereotype consensus. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 809-818.
- Hastie, R. (1987). Social inference. *Annual Review of Psychology*, 34, 511-542.
- Hastie, R. & Park, B. (1986). The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line. *Psychological Review*, 93, 258-268.
- Hewstone, M. & Brown, R.J. (1986). *Contact and conflict in intergroup relations*. Oxford: Blackwell.

- Higgins, E.T. (1999). Saying is believing effects: when sharing reality about something biases knowledge and evaluations. In L. Thompson, J.M. Levine & D.M. Messick (Eds.), *Shared cognition in organizations: The management of knowledge* (pp. 33-48). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Higgins, E.T. (2000). AGENDA 2000 – Social cognition: Learning about what matters in the social world. *European Journal of Social Psychology*, 30, 3-39.
- Hiltz, S.R., Turoff, M. & Johnson, K. (1989). Experiments in group decision making 3: disinhibition, deindividuation and group process in PEN name and real name computer conferences. *Decision Support Systems*, 5, 217-232.
- Hinkle, S., Taylor, L.A. & Fox-Cardamone, D.L. (1989). Intragroup identification and intergroup differentiation: A multicomponent approach. *British Journal of Social Psychology*, 28, 305-317.
- Hirschfeld, L.A. (2001). On a folk theory of society: Children, evolution, and mental representations of social groups. *Personality and Social Psychology Review*, 27, 107-117.
- Hogg, M.A. & Abrams, D. (1988). *Social identification: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.
- Hogg, M.A. & Abrams, D. (1993). Towards a single-process uncertainty-reduction model of social motivation in groups. In M.A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Group motivation: Social psychological perspective* (pp. 173-190). Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Hogg, M.A. & Grieve, P. (1998). Social identity theory and the crisis of confidence in social psychology: A commentary, and some research on uncertainty reduction. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 79-93.
- Hoyle, R.H., Pinkley, R.L. & Insko, C.A. (1989). Perceptions of Social Behavior: Evidence of differing expectations for interpersonal and intergroup interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 365-376.
- Janis, I.L. (1972). *The victims of groupthink*. Boston, MA: Houghton-Mifflin.
- Jarvis, W.B.G. & Petty, R.E. (1996). The need to evaluate. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 172-194.
- Johnson, C. & Schaller, M & Mullen, B. (2000). Social categorization and stereotyping: ‘You mean I’m one of “them”?’ *British Journal of Social Psychology*, 39, 1-25.
- Jonas, K.J. & Sassenberg, K. (2000). Ein Instrument zur Erfassung der Entitativität von Kleingruppen und sozialen Kategorien. Vortrag auf der 42. Tagung experimentell arbeitender Psychologen, Braunschweig.
- Jones, E.E., Wood, G. & Quattrone, G. (1981). Perceived variability of personal characteristics in in-groups and out-groups: The role of knowledge and evaluation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, 523-528.
- Judd, C.M., Park, B., Ryan, C., Brauer, M. & Kraus, S. (1995). Stereotypes and ethnocentrism: Diverging interethnic perceptions of African American and White American youth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 460-481.
- Judd, C.M. & McClelland, G.H. (1998). Measurement. In D. Gilbert, S.T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4th. ed., pp. 181-232). Boston: McGraw-Hill.
- Kanugo, R. & Das, J.P. (1960). Differential learning and forgetting as a function of the social frame of reference. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 61, 82-86.
- Kashima, Y. (2000) Maintaining cultural stereotypes in the serial reproduction of narratives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 594-604.
- Katz, D. & Braly, K.W. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- Katz, D. & Braly, K.W. (1935). Racial prejudice and racial stereotypes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30, 175-193.
- Kawakami, K., Dovidio, J.F., Moll, J., Hermsen, S. & Russin, A. (2000). Just say no (to stereotyping): Effects of training in the negation of stereotypic associations on stereotype activation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 871-888.
- Kawakami, K., Young, H. & Dovidio, J.F. (2002). Automatic stereotyping: category, trait and behavioural activations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 3-15.

- Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T.W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39, 1123-1134.
- Klinger, M.R. & Greenwald, A.G. (1994). Preferences need no inferences?: The cognitive basis of unconscious mere exposure effects. In P.M. Niedenthal & S. Kitayama (Eds.), *The heart's eye: Emotional influences in perception and attention* (pp. 67-85). San Diego, CA: Academic Press.
- Kogan, N. & Wallach, M.A. (1964). *Risk taking: A study in cognition and personality*. New York, NY: Holt.
- Koomen, W. & Baehler, M. (1996). National stereotypes: Common representations and ingroup favoritism. *European Journal of Social Psychology*, 26, 325-331.
- Krueger, J. (1992). On the overestimation of between-group differences. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 3, pp. 31-57). Chichester: Wiley.
- Krueger, J. (1998). On the perception of social consensus. *Advances in Experimental Social Psychology*, 30, 163-240.
- Krueger, J. & Clement, R.W. (1997). Estimates of social consensus by majorities and minorities: The case for social projection. *Personality and Social Psychology Review*, 1, 299-313.
- Krueger, J. & Stanke, D. (2001). The role of self-referent and other-referent knowledge in perceptions of group characteristics. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 787-888.
- Kruglanski, A.W. (1996). A motivated gatekeeper of our minds. Need-for-closure effects on interpersonal and group processes. In R.M. Sorrentino & E.T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition* (Vol. 3, pp. 465-496). New York, NY: Guilford Press.
- Kruglanski, A.W. & Webster, D.M. (1996). Motivated closing of the mind. "Seizing" and "freezing". *Psychological Review*, 103, 263-283.
- Kunda, Z. & Thagard, P. (1996). Forming Impressions from stereotypes, traits, and behaviors: A parallel-constraint-satisfaction theory. *Psychological Review*, 103, 284-308.
- Lambert, A.J., Khan, S.R., Lickel, B.A. & Fricke, K. (1997). Mood and the correction of positive versus negative stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1002-1016.
- Lea, M. & Spears, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2, 321-341.
- Leyens, J.-P. & Fiske, S.T. (1994). Impression formation: From recitals to symphonie fantastique. In P.G. Devine, D.L. Hamilton & T.M. Ostrom (Eds.), *Social cognition: Impact on social psychology* (pp. 39-75). San Diego, CA: Academic Press.
- Levine, J.M. & Higgins, E.T. (2001). Shared reality and social influence in groups and organizations. In F. Butera & G. Mugny (Eds.), *Social influence in social reality* (pp. 33-53). Seattle: Hogrefe & Huber.
- Levy, S.R., Dweck, C.S. & Stroessner, S.J. (1998). Stereotype formation and endorsement: The role of implicit theories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1421-1436.
- Lickel, B., Hamilton, D.L. & Sherman, S.J. (2001). Elements of a lay theory of groups: Types of groups, relational styles, and the perception of group entitativity. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 129-140.
- Linville, P.W. & Jones, E.E. (1980). Polarized appraisal of out-group members. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 689-703.
- Linville, P.W., Fischer, G.W. & Salovey, P. (1989). Perceived distributions of the characteristics of in-group and out-group members: Empirical evidence and a computer simulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 165-188.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York, NY: Harcourt, Brace and Company.
- Lupfer, M.B., Weeks, M. & Dupuis, S. (2000). How pervasive is the negativity bias in judgments based on character appraisal? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1353-1366.
- Maass, A. & Schaller, M. (1991). Intergroup biases and the cognitive dynamics of stereotype formation. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 2, pp. 189-210). Chichester: Wiley.
- Mackie, D.M. & Hamilton, D.L. (1993). Affect, cognition, and stereotyping: concluding comments. In D.M. Mackie & D.L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition and stereotyping: Interactive Processes in group perception* (pp. 371-383). San Diego, CA: Academic Press.

- Mackie, D.M., Hamilton, D.L., Susskind, J. & Rosselli, F. (1996). Social psychological foundations of stereotype formation. In C.N. Macrae, C. Stangor & M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and Stereotyping* (pp. 41-77). New York, NY: Guilford.
- Mackie, D.M. & Smith, E.R. (1998). Intergroup relations: Insights from a theoretically integrative approach. *Psychological Review*, *105*, 499-529.
- Macrae, C.N., Milne, A.B. & Bodenhausen, G.V. (1994). Stereotypes as energy saving devices: A peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Personality and Social Psychology*, *66*, 37-47.
- Macrae, C., Bodenhausen, G.V. & Milne, A.B. (1995). The dissection of selection in person perception: Inhibitory processes in social stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*, 397-407.
- Macrae, C., Bodenhausen, G.V. & Milne, A.B. (1998). Saying no to unwanted thoughts: Self-focus and the regulation of mental life. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*, 578-589.
- Macrae, C. & Bodenhausen, G.V. (2000). Social Cognition: Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, *51*, 93-120.
- Maio, G.R., Esses, V.M. & Bell, D.W. (1994). The formation of attitudes toward new immigrant groups. *Journal of Applied Social Psychology*, *24*, 1762-1776.
- McCauley, C. & Stitt, C.L. (1978). An individual and quantitative measure of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 929-940.
- McCauley, C., Stitt, C.L. & Segal (1980). Stereotyping: From prejudice to prediction. *Psychological Bulletin*, *87*, 195-215.
- McGarty, C., Haslam, S.A., Hutchinson, K.J. & Grace, D.M. (1995). Determinants of perceived consistency: The relationship between group entitativity and the meaningfulness of categories. *British Journal of Social Psychology*, *34*, 237-256.
- McGarty, C. & de la Haye, A.-M. (1997). Stereotype Formation: Beyond illusory correlation. In R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers & S.A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 144-170). Oxford: Blackwell.
- McGuire, W.J. & McGuire, C.V. (1988). Content and process in the experience of the self. *Advances in Experimental Social Psychology*, *21*, 97-144.
- Medin, D.L., Dewey, G.I. & Murphy, T.D. (1983). Relationship between item and category learning: Evidence that abstraction is not automatic. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, *9*, 607-625.
- Medin, D.L. & Ortony, A. (1989). Psychological essentialism. In S. Vosniadou & A. Ortony (Eds.), *Similarity and analogical reasoning* (pp. 179-195). Cambridge: Cambridge University Press.
- Meiser, T. & Hewstone, M. (2001). Crossed categorization effects on the formation of illusory correlations. *European Journal of Social Psychology*, *31*, 443-466.
- Moreland, R.L. & Levine, J.M. (1982). Socialization in small groups: Temporal changes in individual-group relations. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 15, pp. 137-192).
- Moreland, R.L. & Levine, J.M. (1988). Group dynamics over time: Development and socialisation in small groups. In J.E. McGrath (Ed.), *The social psychology of time* (pp. 151-181). Newbury Park, CA: Sage.
- Moreno, K.N. & Bodenhausen, G.V. (2001). Intergroup affect and social judgment: Feelings as inadmissible information. *Group Processes and Intergroup Relations*, *4*, 21-29.
- Moskowitz, G.B. (1993). Individual differences in social categorization: The influence of personal need for structure on spontaneous trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*, 132-142.
- Mullen, B. & Johnson, C. (1994). Relative group size and cognitive representations of ingroup and outgroup. *Small Group Research*, *25*, 250-267.
- Mullen, B., Migdal, M.J. & Hewstone, M. (2001). Crossed categorization versus simple categorization and intergroup evaluations. *European Journal of Social Psychology*, *31*, 721-737.
- Mullin, B.A. & Hogg, M.A. (1999). Motivations for group membership: The role of subjective importance and uncertainty reduction. *Basic and Applied Social Psychology*, *21*, 91-102.
- Murphy, G.L. & Medin, D.L. (1985). The role of theories in conceptual coherence. *Psychological Review*, *92*, 289-316.

- Nesdale, D. & Durkin, K. (1998). Stereotypes and attitudes: Implicit and explicit processes. In K. Kirsner, C. Spelman, M. Maybery, A. O'Brien-Malone, M. Anderson & C. MacLeod (Eds.), *Implicit and explicit mental processes* (pp. 219-232). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Neuberg, S.L. & Newsom, J.T. (1993). Personal need for structure: Individual differences in the desire for simple structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*, 113-131.
- Nier, J.A., Gaertner, S.L., Dovidio, J.F., Banker, B.S., Ward, C.M. & Rust, M.C. (2001). Changing interracial evaluations and behavior: The effects of a common group identity. *Group Processes and Intergroup Relations*, *4*, 299-316.
- Nisbett, R.E. & Ross, L. (1980). *Human inference*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Oakes, P.J. (1987). The salience of social categories. In J.C. Turner, M.A. Hogg, P.J. Oakes, S.D. Reicher & M.S. Wetherell (Eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory* (pp. 117-141). Oxford: Blackwell.
- Oakes, P.J. & Turner, J.C. (1980). Social categorization and intergroup behavior: Does minimal group discrimination make social identity more positive? *European Journal of Social Psychology*, *10*, 295-301.
- Oakes, P.J. & Turner, J.C. (1990). Is limited information processing capacity the cause of social stereotyping? In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 1, pp. 111-136). Chichester: Wiley.
- Oakes, P.J., Haslam, S.A. & Turner, J.C. (1994). *Stereotyping and social reality*. Oxford: Blackwell.
- Oakes, P.J., Haslam, S.A. & Turner, J.C. (1998). The role of prototypicality in group influence and cohesion: contextual variation in the graded structure of social categories. In S. Worchel, J.F. Morales, D. Páez & J.-C. Deschamps (Eds.), *Social identity. International perspectives* (pp. 75-92), London: Sage.
- Operario, D. & Fiske, S.T. (2001). Stereotypes: Content, Structures, Processes, and Context. In R. Brown & S.L. Gaertner (Eds.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intergroup Processes* (pp. 22-44). Malden, MA: Blackwell.
- Oswald, M., Jonas, K., Maass, A. & Stangor, C. (1999). The revival of interest in research on stereotypes and prejudice. *Swiss Journal of Psychology*, *58*, 223-226.
- Otten, S. (in press). When "I" turns into "we": The self as determinant of favoritism towards novel ingroups. *European Review of Social Psychology*.
- Park, B. (1989). Trait attributes as on-line organizers in person impressions. In J.N. Bassili (Ed.), *On-line cognition in person perception* (pp. 39-59). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Park, B. & Rothbart, M. (1982). Perception of out-group homogeneity and levels of social categorization: Memory for subordinate attributes of in-group and out-group members. *Journal of Personality and Social Psychology*, *42*, 1051-1068.
- Park, B. & Hastie, R. (1987). Perception of variability in category development: Instance versus abstraction-based stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *53*, 621-635.
- Park, B. & Judd, C.M. (1989). Agreement on initial impressions: differences due to perceivers, trait dimensions, and target behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology*, *56*, 493-505.
- Park, B., DeKay, M.L. & Kraus, S. (1994). Aggregating social behavior into person models: Perceiver-induced consistency. *Journal of Personality and Social Psychology*, *66*, 437-459.
- Park, J. & Banaji, M.R. (2000). Mood and heuristics: The influence of happy and sad states on sensitivity and bias in stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, *78*, 1005-1023.
- Paulhus, D.L. (2002). Socially desirable responding: The evolution of a construct. In H.I. Braun & D.N. Jackson (Eds.), *The role of constructs in psychological and educational measurement* (pp. 37-48). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Peeters, C. (1976). In search of schemata underlying the inference of traits from interpersonal sentiment relations. *European Journal of Social Psychology*, *6*, 191-205.
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, *46*, 69-81.
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York, NY: Springer.

- Petty, R.E., Schumann, D.W., Richmann, S.A. & Strathmann, A.J. (1993). Positive Mood and Persuasion: Different roles for affect under high- and low-elaboration conditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 5-20.
- Potter, J. & Wetherell, M. (1997). *Discourse and Social Psychology. Beyond attitudes and behaviour*. London: Sage.
- Prentice, D.A., Miller, D.T. & Lightdale, J.R. (1994). Asymmetries in attachments to groups and to their members: Distinguishing between common-identity and common-bond groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 484-493.
- Quattrone, G.A. (1986). On the perception of a group's variability. In S.G. Worchel & W.G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 25-48). Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Reicher, S., Hopkins, N. & Condor, S. (1977). Stereotype construction as a strategy of influence. In R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers & S.A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 94-118). Oxford: Blackwell.
- Reynolds, K.J. & Oakes, P.J. (1999). Understanding the impression formation process: a self-categorization theory perspective. In T. Sugiman, J. Lui, M. Karasawa, C. Ward & U. Kim (Eds.), *Progress in Asian Social Psychology: Theoretical and empirical contributions* (Vol. 2, pp. 213-235). Seoul: Kyoyook-Kwahak-Sa Publishing Company.
- Reynolds, K.J. & Oakes, P.J. (2000). Variability in impression formation: Investigation the role of motivation, capacity, and the categorization process. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 355-373.
- Rodríguez-Bailón, R., Moya, M. & Yzerbyt, V.Y. (2000). Why do superiors attend to negative stereotypic information about their subordinates? Effects of power legitimacy on social perception. *European Journal of Social Psychology*, 30, 651-672.
- Rogier, A. & Yzerbyt, V.Y. (1999). Social attribution, correspondence bias, and the emergence of stereotypes. *Swiss Journal of Psychology*, 58, 233-240.
- Romney, A.K., Weller, S.C. & Batchelder, W.H. (1986). Culture as consensus: A theory of culture and informant accuracy. *American Anthropologist*, 88, 313-338.
- Romney, A.K., Boyd, J.P., Moore, C.C., Batchelder, W.H. & Brazill, T.J. (1996). Culture as shared cognitive representations. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 93, 4699-4705.
- Rosch, E. & Mervis, C.B. (1975). Family resemblance. Studies in the internal structure of categories. *Cognitive Psychology*, 7, 573-605.
- Rosch, E., Mervis, C.B., Gray, W.D., Johnson, D.M. & Boyes-Bream, P. (1976). Basic objects in natural categories. *Cognitive Psychology*, 8, 382-439.
- Rosch, E. & Lloyd, B.B. (1978). *Cognition and categorization*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Rosenberg, S., Nelson, C. & Vivekanathan, P.S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 283-294.
- Rosenberg, S. & Sedlak, A. (1972) Structural representations of implicit personality theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol.6, pp. 235-297) New York, NY: Academic Press.
- Rothbart, M., Fulero, S., Jensen, C. Howard, J. & Birrell, P. (1978). From individual to group impressions: Availability heuristics in stereotype formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, 237-255.
- Rothbart, M. & Taylor, M. (1992). Category labels and social reality: Do we view social categories as natural kinds? In G.R. Semin & K. Fiedler (Eds.), *Language and social cognition* (pp. 11-36). London: Sage.
- Rozin, P. & Royzman, E.R. (2001). Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 296-320.
- Ruscher, J.B. & Hammer, E.Y. & Hammer, E.D. (1996). Forming shared impression through conversation: An adaptation of the continuum model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 705-720.
- Ruscher, J.B. & Duval, L.L. (1998). Multiple communicators with unique target information transmit less stereotypical impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 329-344.
- Rutland, A. & Cinnirella, M. (2000). Context effects on Scottish national and European self-categorization: The importance of category accessibility, fragility and relations. *British Journal of Social Psychology*, 39, 495-519.

- Ryan, C.S. & Bogart, L.M. (1997). Development of new group members' in-group and out-group stereotypes: Changes in perceived variability and ethnocentrism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 719-732.
- Sassenberg, K. (1999). *Sehen und gesehen werden*. Lengerich: Pabst.
- Sassenberg, K. & Jonas, K.J. (2000). *Entitativität als Basis für die Kategorisierung als Mitglied in einer (Klein-) Gruppe?* Vortrag auf der 42. Tagung experimentell arbeitender Psychologen, Braunschweig.
- Schaller, M. (1992). In-group favoritism and statistical reasoning in social inference implications for formation and maintenance of group stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 61-74.
- Schaller, M. (2001). Unintended influence: Social-evolutionary processes in the construction and change of culturally-shared beliefs. In J.P. Forgas & K.D. Williams (Eds.), *Social Influence. Direct and indirect processes* (pp. 79-94). Philadelphia, PA: Psychology Press/Taylor & Francis.
- Schaller, M. & Maass, A. (1989). Illusory correlation and social categorization. Toward an integration of motivational and cognitive factors in stereotype formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 709-721.
- Schaller, M. & O'Brian, M. (1992). "Intuitive analysis of covariance" and group stereotype formation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 776-785.
- Schaller, M., Boyd, C., Yohannes, J. & O'Brien, M. (1995). The prejudiced personality revisited: Personal need for structure and formation of erroneous group stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 544-555.
- Schubert, T. & Otten, S. (in press). Overlap of self, ingroup and outgroup: Pictorial measures of self-categorization. *Self & Identity*.
- Sedikides, C. & Anderson, C.A. (1994). Causal perceptions of intertrait relations: The glue that holds person types together. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 294-302.
- Sherif, M. (1966). *Group conflict and co-operation. Their social psychology*. London: Routledge.
- Sherif, M., Harvey, O.J., White, B.J., Hood, W.R. & Sherif, C.W. (1961). *Intergroup conflict and cooperation. The Robbers Cave experiment*. Norman, OK: Institute of Group Relations, University of Oklahoma.
- Sherman, S.J. & Klein, S.B. (1994). Development and Representation of Personality Impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 972-983.
- Sherman, S.J., Lee, A.Y., Bessenoff, G.R. & Frost, L.A. (1998). Stereotype efficiency reconsidered: Encoding flexibility under cognitive load. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 589-606.
- Sherman, S.J., Hamilton, D.L. & Lewis, A.C. (1999). Perceived entitativity and the social identity value of group memberships. In D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.), *Social Identity and social cognition* (pp. 80-110). Oxford: Blackwell.
- Sherman, S.J. & Frost, L.A. (2000). On the encoding of stereotype-relevant information under cognitive load. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 26-34.
- Sherman, S.J., Macrae, C.N. & Bodenhausen, G.V. (2000). Attention and Stereotyping: Cognitive constraints on the construction of meaningful social impressions. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 11, pp. 145-176). Chichester: Wiley.
- Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S. & McGuire, T.W. (1986). Group processes in computer-mediated communication. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, 157-187.
- Simon, B. (1992). Intragroup differentiation in terms of in-group and outgroup attributes. *European Journal of Social Psychology*, 22, 407-413.
- Simon, B. & Hamilton, D.L. (1994). Self-stereotyping and social context: The effects of relative in-group size and in-group status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 699-711.
- Simon, B., Hastedt, C. & Aufderheide, B. (1997) When self-categorization makes sense: The role of meaningful social categorization in minority and majority members' self-perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 310-320.
- Six, B. (1997). Autoritarismusforschung: zwischen Tradition und Emanzipation. *Gruppendynamik*, 28, 223-238.
- Skowronski, J.J. & Carlston, D.E. (1989). Negativity and extremity biases in impression formation: A review of explanations. *Psychological Bulletin*, 105, 131-142.

- Smith, E.R. (1998). Mental representation and memory. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske & L. Gardner (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 391-445). New York, NY: McGraw-Hill.
- Smith, E.R. & Zárate, M.A. (1992). Exemplar-based model of social judgment. *Psychological Review*, 21, 421-439.
- Spears, R. & Manstead, A.S.R. (1990). Consensus estimation in social context. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 1, pp. 81-108). New York, NY: Wiley.
- Spears, R., Oakes, P.J., Ellemers, N. & S.A. Haslam (1997). Introduction: The social psychology of stereotyping and group life. In R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers & S.A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 1-19). Oxford: Blackwell.
- Srull, T.K. & Wyer, R.S. (1989). Person memory and judgment. *Psychological Review*, 96, 58-83.
- Stangor, C. & Ford, T.E. (1992). Accuracy and expectancy-confirming processing orientations and the development of stereotypes and prejudice. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 3, pp. 57-91). Chichester: Wiley.
- Stangor, C. & McMillan, D. (1992). Memory for expectancy-congruent and expectancy-incongruent information: A review of the social and social developmental literatures. *Psychological Bulletin*, 111, 42-61.
- Stangor, C. & Lange, J.E. (1994). Mental representations of social groups: advances in understanding stereotypes and stereotyping. In M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 26, pp. 367-416). New York, NY: Academic Press.
- Stangor, C. & Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. In C.N. Macrae, C. Stangor & M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and Stereotyping* (pp. 3-40). New York, NY: Guilford Press.
- Stangor, C., Sechrist, G.B. & Jost, J.T. (2001a). Changing racial beliefs by providing consensus information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 486-496.
- Stangor, C., Sechrist, G.B. & Jost, J.T. (2001b). Social influence and intergroup beliefs: The role of perceived social consensus. In J.P. Forgas & K.D. Williams (Eds.), *Social Influence. Direct and indirect processes* (pp. 235-252). Philadelphia, PA: Psychology Press/Taylor & Francis.
- Stapel, D.A. & Koomen, W. (2000). How far do we go beyond the information given? The impact of knowledge activation on interpretation and inference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 19-37.
- Stasser, G. & Titus, W. (1987). Effects of information load and percentage of shared information on the dissemination of unshared information during group discussion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 81-93.
- Steele, C.M. & Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 797-811.
- Stephan, W.G. (1989). A cognitive approach to stereotypes. In D. Bar-Tal, C.F. Graumann, A.W. Kruglanski & W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and prejudice* (pp. 37-57). New York, NY: Springer.
- Stewart, D.D. (1998). Stereotypes, negativity bias, and the discussion of unshared information in decision-making groups. *Small Group Research*, 29, 643-668.
- Stroessner, S.J. & Mackie, D.M. (1993). Affect and perceived group variability: Implications for stereotyping and prejudice. In D.M. Mackie & D.L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition and stereotyping: Interactive Processes in group perception* (pp. 63-86). San Diego, CA: Academic Press.
- Swim, J.T. & Stangor, C. (1998). *Prejudice from the target's perspective*. Santa Barbara, CA: Academic Press.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 223, 96-102.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between groups*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1982). Introduction. In H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 1-11). Cambridge: Cambridge University Press.
- Tajfel, H., Billig, M., Flament, C. & Bundy, R.P. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-178.

- Tajfel, H. & Billig, M. (1974). Familiarity and categorization in intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 10, 149-178.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W.G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks & Cole.
- Taylor, D.M. & Brown, R.J. (1979). Towards a more social psychology. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18, 173-180.
- Terry, D.J., Hogg, M.A. & McKimmie, B.M. (2001). Attitude-behaviour relations: the role of in-group norms and mode of behavioural decision making. *British Journal of Social Psychology*, 39, 337-361.
- Terry, D.J. & Hogg, M.A. (2001). Attitudes, behavior and social context: The role of norms and group membership in social influence processes. In J.P. Forgas & K.D. Williams (Eds.), *Social Influence. Direct and indirect processes* (pp. 253-270). Philadelphia, PA: Psychology Press/Taylor & Francis.
- Thompson, E.P., Roman, R.J., Moskowitz, G.B., Chaiken, S. & Bargh, J.A. (1994). Accuracy motivation attenuates covert priming: The systematic reprocessing of social information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 474-489.
- Thompson, M.S., Judd, C.M. & Park, B. (2000). The consequences of communicating social stereotypes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, 567-599.
- Thorndike, R.L. (1977). Content and evaluation in ethnic stereotypes. *Journal of Psychology*, 96, 131-140.
- Tiedens, L.Z. & Linton, S. (2001). Judgment under emotional certainty and uncertainty: The effects of specific emotions on information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 973-988.
- Tindale, R.S. & Kameda, T. (2000). 'Social sharedness' as a unifying theme for information processing in groups. *Group Processes and Intergroup Relations*, 3, 123-140.
- Tindale, R.S. & Sheffrey, S. (2002). Shared information, cognitive load, and group memory. *Group Processes and Intergroup Relations*, 5, 5-18.
- Tormala, Z.L. & Petty, R.E. (2001). On-line versus memory-based processing: The role of "need to evaluate" in person perception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1599-1612.
- Tuckman, B.W. (1965). Developmental sequence in small groups. *Psychological Bulletin*, 63, 384-399.
- Turner, J.C. (1985). Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior. In E.J. Lawler (Ed.), *Advances in group processes* (pp. 77-122). Greenwich, CT: JAI Press.
- Turner, J.C. (1987). A self-categorization theory. In J.C. Turner, M.A. Hogg, P.J. Oakes, S.D. Reicher & M.S. Wetherell (Eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory* (pp. 42-62). Oxford: Blackwell.
- Turner, J.C. (1991). *Social Influence*. Milton Keynes: Open University Press.
- Turner, J.C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorization theories. In N. Ellemers, R. Spears & B. Doosje (Eds.), *Social Identity* (pp. 6-34). Oxford: Blackwell.
- Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D. & Wetherell, M.S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.
- Turner, J.C., Wetherell, M.S. & Hogg, M.A. (1989). Referent informational influence and group polarization. *British Journal of Social Psychology*, 28, 135-147.
- Turner, J.C., Oakes, P.J., Haslam, S.A. & McGarty, C. (1994). Self and collective: Cognition and social context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 454-463.
- Turner, J.C. & Reynolds, K.J. (2001). The social identity perspective in intergroup relations: Theories, themes, and controversies. In R. Brown & S.L. Gaertner (Eds.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intergroup Processes* (pp. 133-152). Malden, MA: Blackwell.
- Uleman, J.S., Newman, L.S. & Moskowitz, G.B. (1996). People as flexible interpreters: Evidence and issues from spontaneous trait inference. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 28, pp. 211-279). San Diego, CA: Academic Press.
- Vanbeselaere, N. (1991). The different effects of simple and crossed categorizations: A result of the category differentiation process or of differential category salience? In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 2, pp. 247-278). Chichester: Wiley.

- Vanbeselaere, N. (1996). The impact of differentially valued overlapping categorizations upon the differentiation between positively, negatively and neutrally evaluated social groups. *European Journal of Social Psychology*, 26, 75-96.
- van Knippenberg, A. & Dijksterhuis, A. (2000). Social categorization and stereotyping: A functional perspective. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 11, pp. 105-144). Chichester: Wiley.
- van Rijswijk, W. & Ellemers, N. (2002). Context effects on the application of stereotype content to multiple categorizable targets. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 90-101.
- Vinacke, W.E. (1957). Stereotypes as social concepts. *Journal of Social Psychology*, 46, 229-243.
- Voils, C.I., Ashburn-Nardo, L. & Monteith, M.J. (2002). Evidence of prejudice related conflict and associated affect beyond the college setting. *Group Processes and Intergroup Relations*, 5, 19-33.
- Wagner, U. & Zick, A. (1998). Ausländerfeindlichkeit, Vorurteile und diskriminierendes Verhalten. In H.W. Bierhoff & U. Wagner (Hrsg.), *Aggression und Gewalt* (S. 145-164). Stuttgart: Kohlhammer.
- Walther, J.B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Walther J.B. (2000). Die Beziehungsdynamik in virtuellen Teams. In M. Boos, K.J. Jonas & K. Sassenberg (Hrsg.), *Computervermittelte Kommunikation in Gruppen* (S. 11-25). Göttingen: Hogrefe.
- Watson, D., Clark, L.A. & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070.
- Webster, D.M. & Kruglanski, A.W. (1994). Individual differences in need for cognitive closure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1049-1062.
- Wegner, D.M. (1995). A computer network model of human transactive memory. *Social Cognition*, 13, 319-339.
- Wegner, D.M., Erber, R. & Raymond, P. (1991). Transactive memory in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 923-929.
- Wegner, D.M. & Bargh, J.A. (1998). Control and automaticity in social life. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske & L. Gardner (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 446-496). New York, NY: McGraw-Hill.
- Weller, S.C. & Romney, A.K. (1988). *Systematic data collection*. Newbury Park, CA: Sage.
- Westerman, R., Spies, K., Stahl, G. & Hesse, F.W. (1996). Relative effectiveness and validity of mood induction procedures: a meta-analysis. *European Journal of Social Psychology*, 26, 557-580.
- White, P.A. & Collins, S.R. (1984). Stereotype formation by inference: A possible explanation for the "stutterer" stereotype. *Journal of Speech and Hearing Research*, 27, 567-570.
- Wigboldus, D., Spears, R. & Semin, G. (1999). Categorization, content and the context of communicative behavior. In N. Ellemers, R. Spears & B. Doosje (Eds.), *Social Identity* (pp. 147-163). Oxford: Blackwell.
- Wilder, D.A. (1978). Perceiving persons as a group: Effects on attribution of causality and beliefs. *Social Psychology*, 1, 13-23.
- Wilder, D.A. (1986). Social Categorization: implications for creation and reduction of intergroup bias. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 19, pp. 291-355). New York, NY: Academic Press.
- Wilder, D.A. (1990). Some determinants of the persuasive power of in-group and out-group: Organization of information and attribution of interdependence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1202-1213.
- Wilder, D.A. & Shapiro, P. (1991). Facilitation of outgroup stereotypes by enhanced in-group identity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 431-452.
- Wittenbrink, B., Judd, C.M. & Park, B. (1997). Evidence for racial prejudice at the implicit level and its relationship with questionnaire measures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 262-274.
- Woods, C.L. & Williams, D.E. (1976). Traits attributed to stuttering and normally fluent males. *Journal of Speech and Hearing Research*, 19, 267-278.
- Worchel, S. (1998). A developmental view of the search for group identity. In S. Worchel, J.F. Morales, D. Pérez & J.-C. Deschamps (Eds.), *Social identity. International perspectives* (pp. 53-74). London: Sage.

- Worchel, S., Coutant-Sassic, D. & Grossmann, M. (1991). A developmental approach to group dynamics: A model and illustrative research. In S. Worchel, W. Wood & J. A. Simpson (Eds.), *Group processes and productivity* (pp. 181-202). Newbury Park, CA: Sage.
- Yzerbyt, V.Y., Rocher, S. & Schadron, G. (1997). Stereotypes as explanations: A subjective essentialistic view of group perception. In R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers & S.A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 20-50). Oxford: Blackwell.
- Yzerbyt, V.Y., Rogier, A. & Fiske, S.T. (1998). Group entitativity and social attribution: On translating situational constraints into stereotypes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1089-1103.
- Yzerbyt, V.Y., Coull, A. & Rocher, S.J. (1999). Fencing off the deviant: The role of cognitive resources in the maintenance of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 449-462.
- Yzerbyt, V.Y., Castano, E., Leyens, J.-P. & Paladino, M.P. (2000). The primacy of the in-group: The interplay of entitativity and identification. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 11, pp. 257-297). Chichester: Wiley.
- Yzerbyt, V.Y., Corneille, O. & Estrada, C. (2001). The interplay of subjective essentialism and entitativity in the formation of stereotypes. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 141-155.
- Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27.

6 Anhang

6.1 Inhaltsübersicht

Material Pretest A 2

Material Experiment 1 A 10

Material Experiment 2 A 19

Material Experiment 4 A 26

Anmerkungen:

(1) Die Materialien zu Experiment 3, sowie die Fragebogen-Skripte in Experiment 1, können aufgrund eines Datenverlusts auf dem Server nicht mehr dokumentiert werden.

(2) Bei den Materialien handelt es sich um Screen-Shots der via Web-Browser dargestellten Texte und Fragebögen. Teilweise ist aufgrund der Scroll-Funktion nicht der gesamte Seiteninhalt, jedoch die relevanten Teile, sichtbar.

6.2 Material Pretest in der Version der Experimente 2 und 4

Einleitung A 3 oben

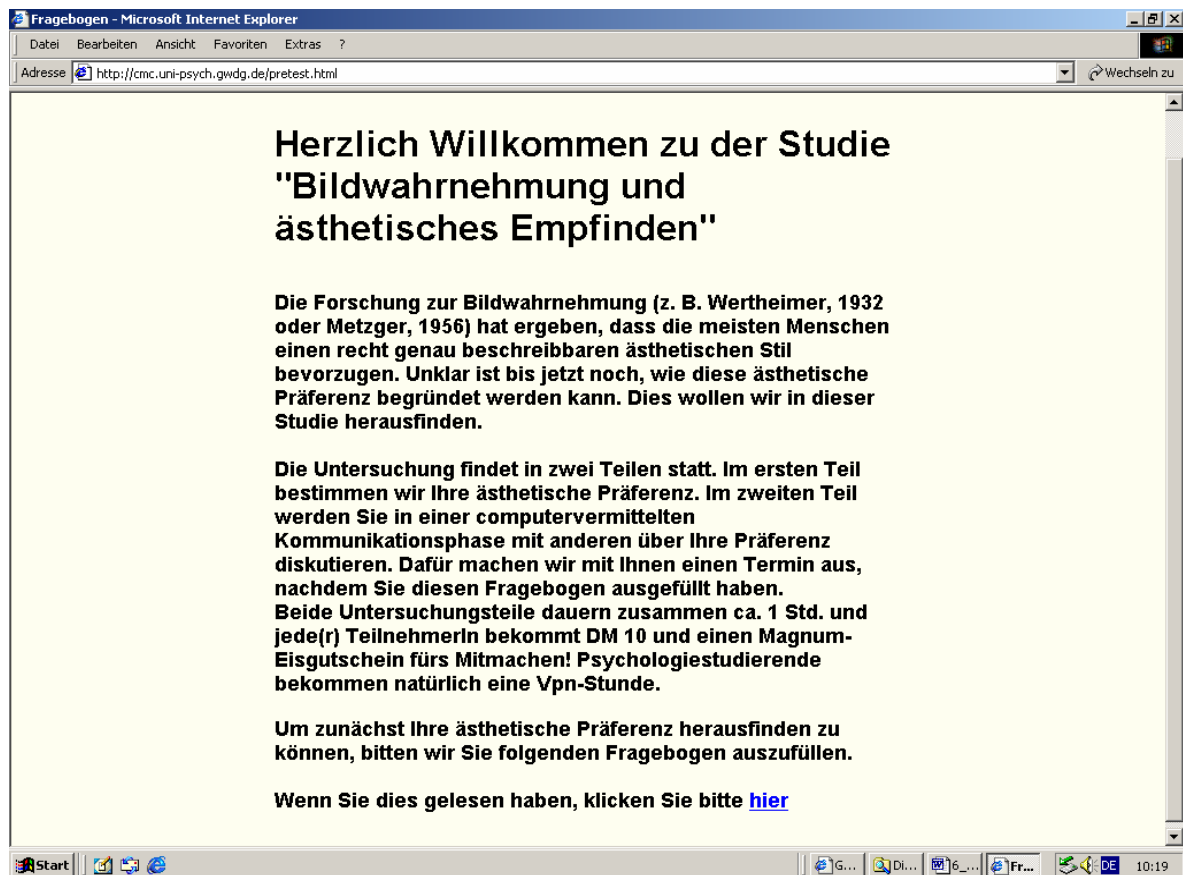
Bewertung der Bilder A 4 oben

Manipulation der UV A 7 unten

Bewertung der outgroup A 8 oben

Soziodemographische Maße A 8 unten

Abschluß A 9 oben



Fragebogen - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://cmc.uni-psych.gwdg.de/pretest.html>

Herzlich Willkommen zu der Studie "Bildwahrnehmung und ästhetisches Empfinden"

Die Forschung zur Bildwahrnehmung (z. B. Wertheimer, 1932 oder Metzger, 1956) hat ergeben, dass die meisten Menschen einen recht genau beschreibbaren ästhetischen Stil bevorzugen. Unklar ist bis jetzt noch, wie diese ästhetische Präferenz begründet werden kann. Dies wollen wir in dieser Studie herausfinden.

Die Untersuchung findet in zwei Teilen statt. Im ersten Teil bestimmen wir Ihre ästhetische Präferenz. Im zweiten Teil werden Sie in einer computervermittelten Kommunikationsphase mit anderen über Ihre Präferenz diskutieren. Dafür machen wir mit Ihnen einen Termin aus, nachdem Sie diesen Fragebogen ausgefüllt haben. Beide Untersuchungsteile dauern zusammen ca. 1 Std. und jede(r) TeilnehmerIn bekommt DM 10 und einen Magnum-Eisgutschein fürs Mitmachen! Psychologiestudierende bekommen natürlich eine Vpn-Stunde.

Um zunächst Ihre ästhetische Präferenz herausfinden zu können, bitten wir Sie folgenden Fragebogen auszufüllen.

Wenn Sie dies gelesen haben, klicken Sie bitte [hier](#)

Start | G... | Di... | 6... | Fr... | DE 10:19



Fragebogen zur Bestimmung Ihrer ästhetischen Präferenz - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3?versuch=PT>

Fragebogen zur Bestimmung Ihrer ästhetischen Präferenz

Auf den nächsten Seiten finden Sie Bilder von Künstlern. Sehen Sie sich die Bilder genau an. Die Darstellung erfolgt immer paarweise. Entscheiden Sie sich dann, welche Abbildung Ihnen nach Ihrem ersten Eindruck besser gefällt. Haben Sie sich für das linke Bild entschieden, dann klicken Sie bitte auf das linke Feld. Bei einer Entscheidung für das rechte Bild, klicken Sie bitte auf das rechte Feld.

Wiederholen die Entscheidung für jedes neue Bildpaar.

Am Ende geben Sie bitte noch Ihren Namen, Ihre Telefonnummer und ggf. Ihre email-Adresse an, damit wir Sie für den zweiten Versuchstermin kontaktieren können.

Herzlichen Dank!


Start | G... | Di... | 6... | Fr... | DE 10:20

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Adresse http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 Wechseln zu

Markieren Sie, welches Bild Sie präferieren, indem Sie den linken oder rechten Button anklicken!



linkes Bild rechtes Bild


weiter

Start G... D... h... 6... DE 10:29

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

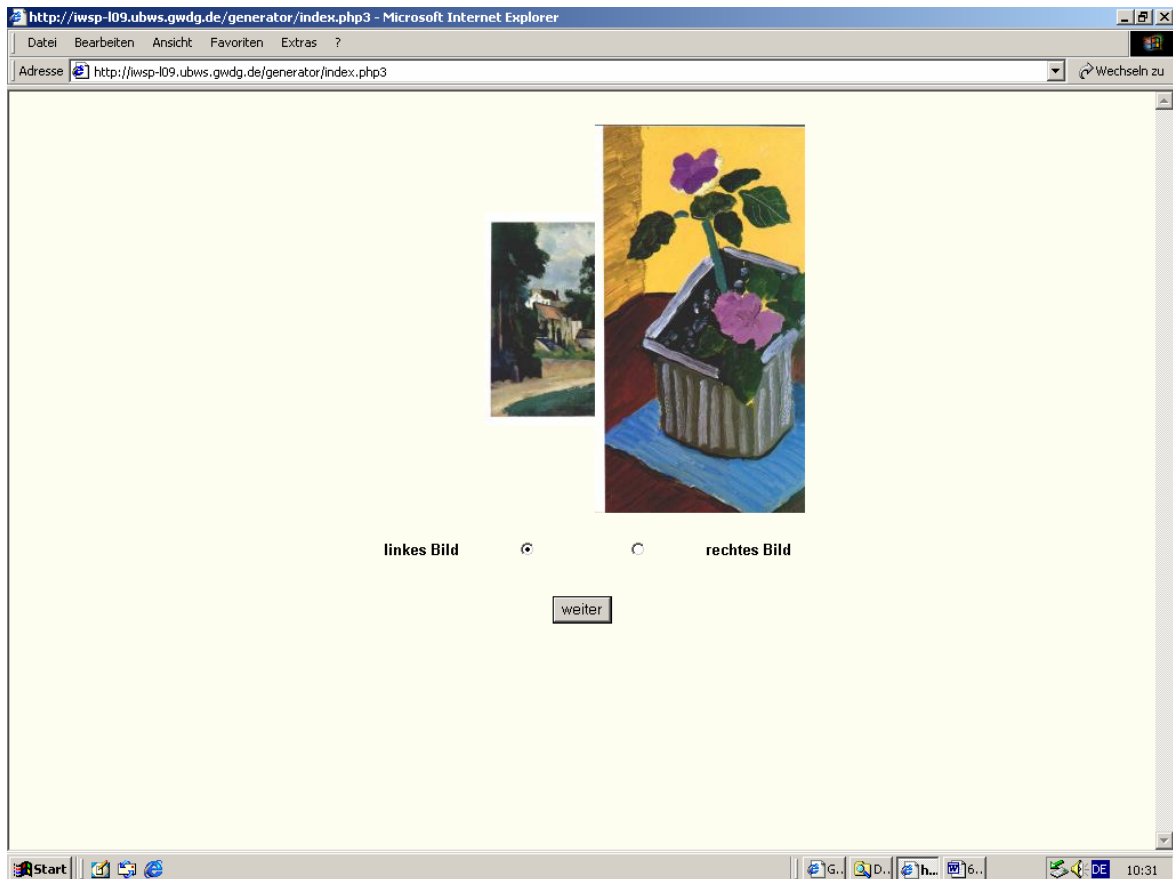
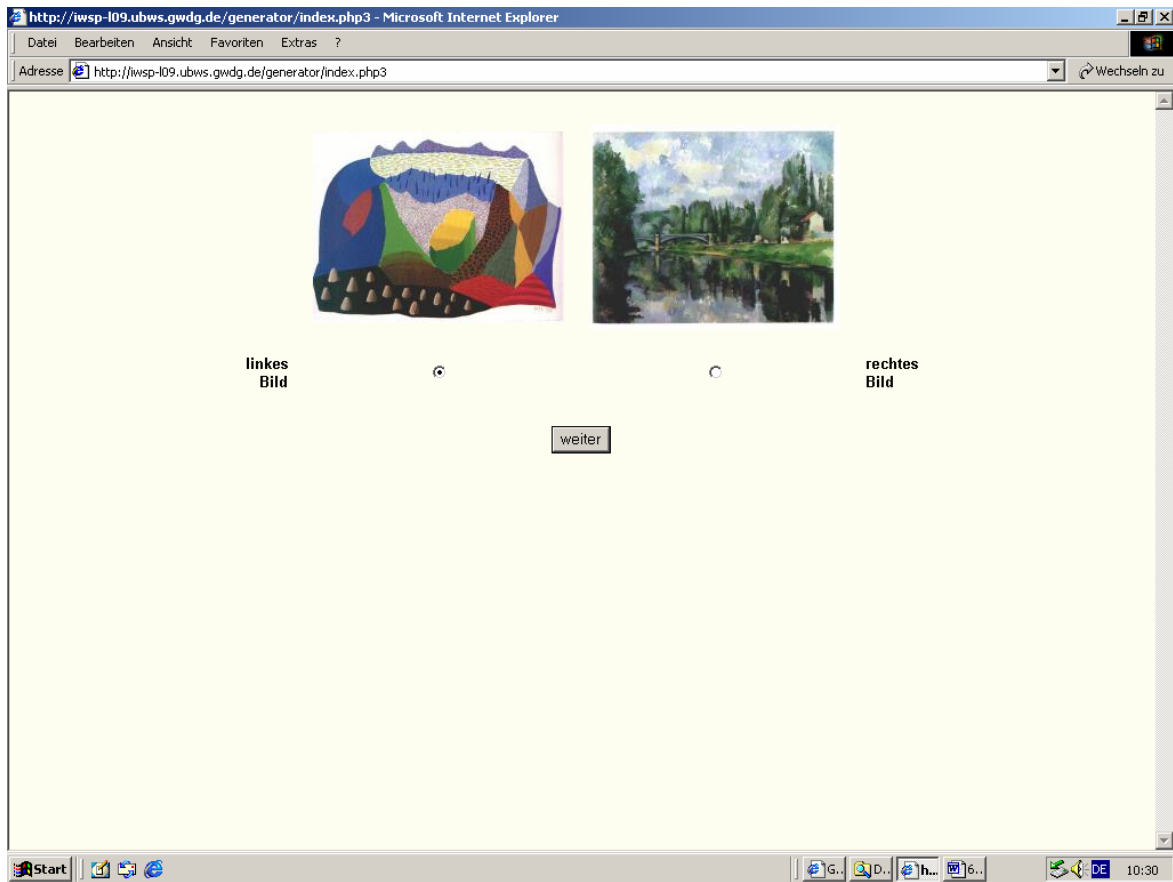
Adresse http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 Wechseln zu

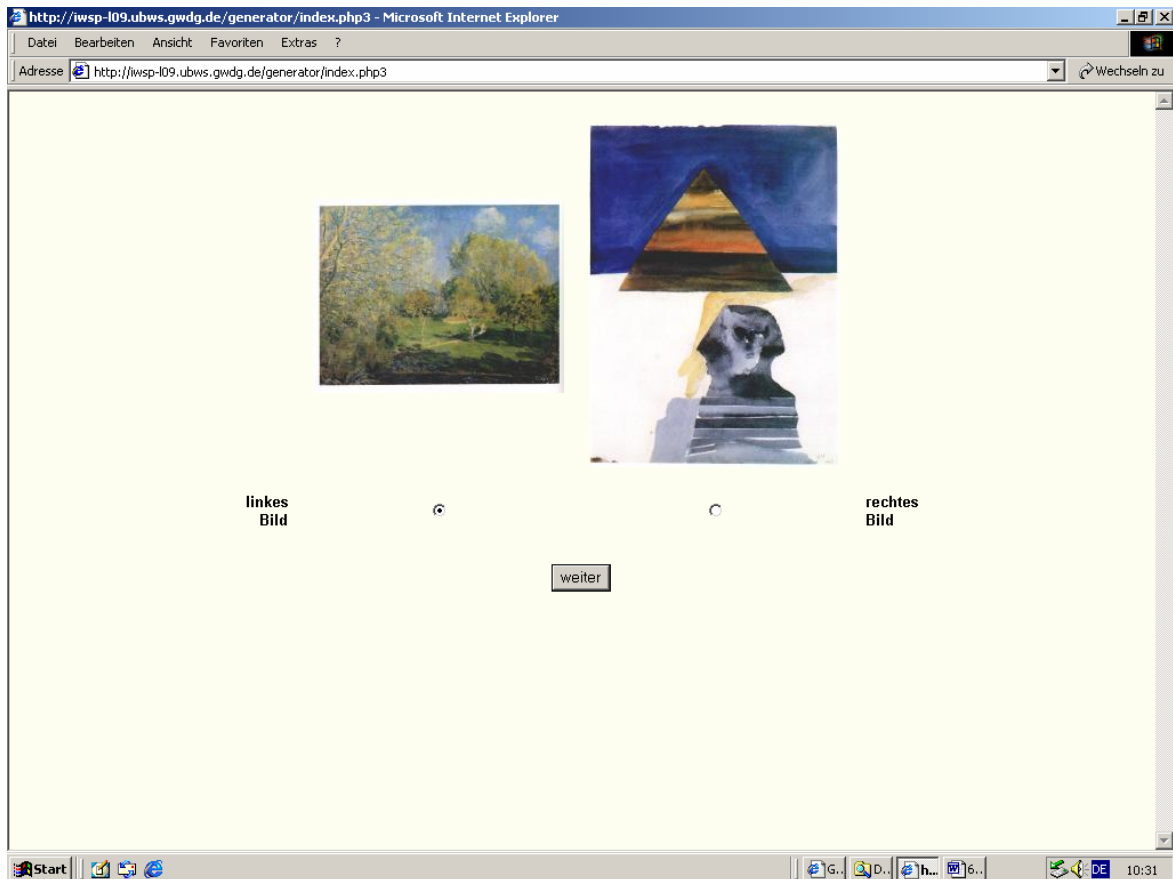
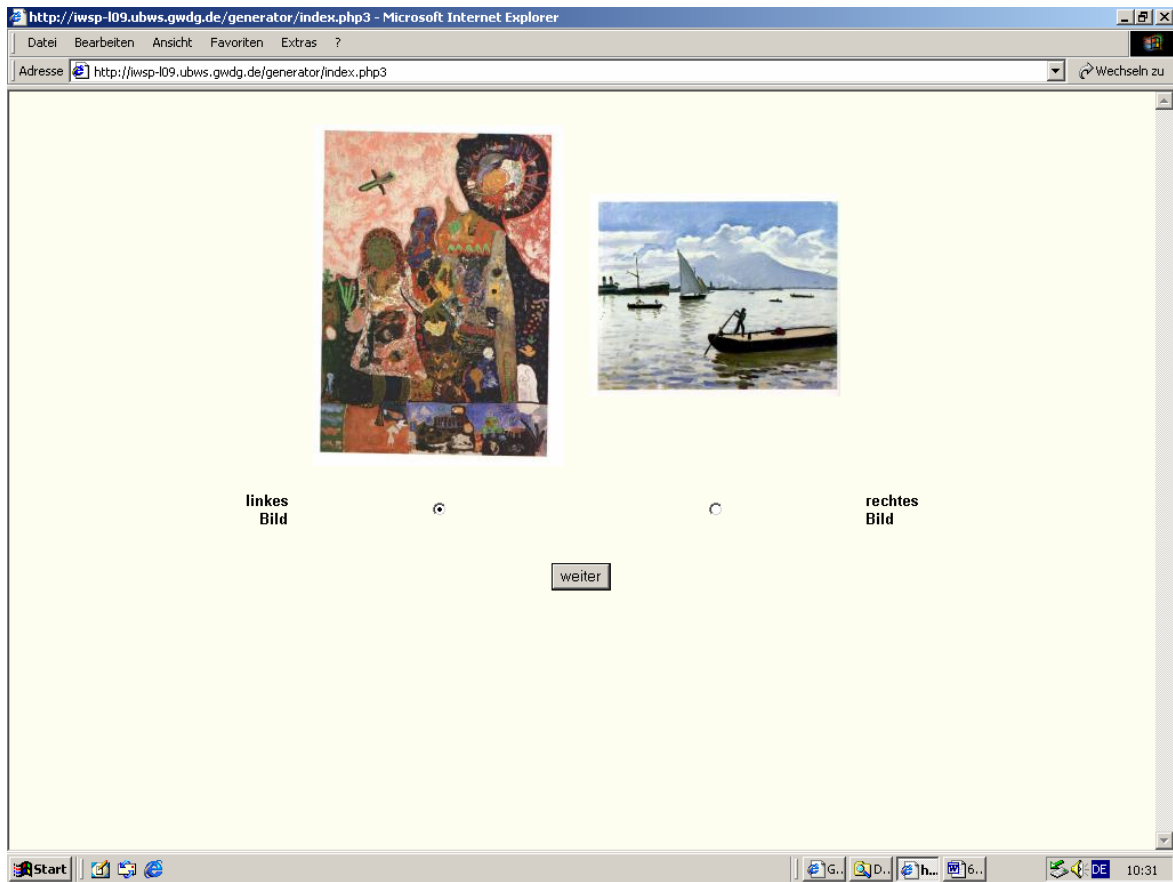


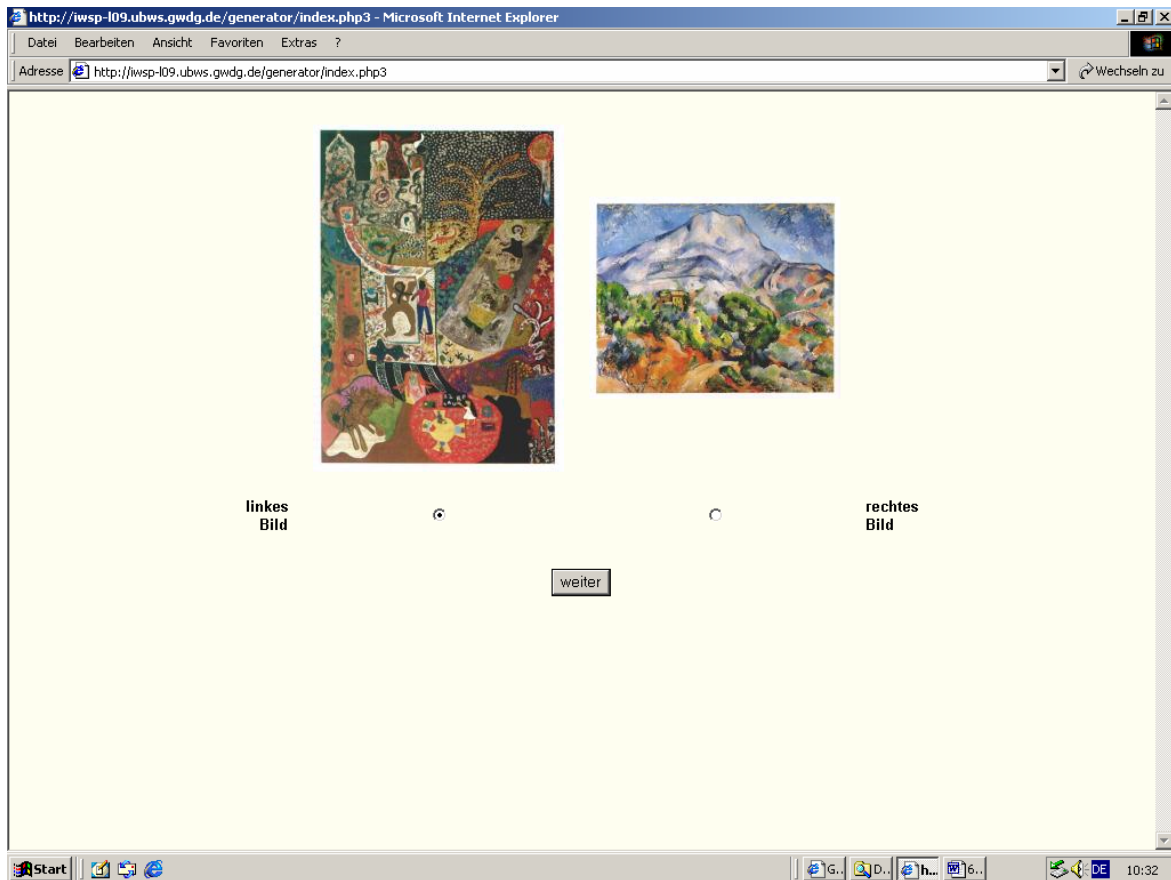
linkes Bild rechtes Bild

weiter

Start G... D... h... 6... DE 10:30







http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Adresse http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3

Stellen Sie sich nun die Gruppe von Menschen vor, die genau die Bilder mögen, die Sie **NICHT** präferieren.

Tragen Sie in die vier Felder Begriffe, Adjektive, Beschreibungen oder Assoziationen ein, die Sie mit der anderen Gruppe verbinden.

Denken Sie ruhig darüber etwas nach.

Begriff 1

Begriff 2

Begriff 3

Begriff 4

Hiermit werden Ihre Daten gespeichert!

Start | G... D... h... 6... DE 10:32

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Adresse http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3

Geben Sie hier Ihren Namen, Telefonnummer und Email an. Diese Daten werden nur für die Terminabsprache verwendet.

Wir werden Sie in den nächsten Tagen anrufen oder eine Email schicken und einen Termin mit Ihnen vereinbaren. Wenn Sie noch vorher Fragen haben, wenden Sie sich bitte an Kai Jonas 0551/39-7949 oder kjonas@gwdg.de.

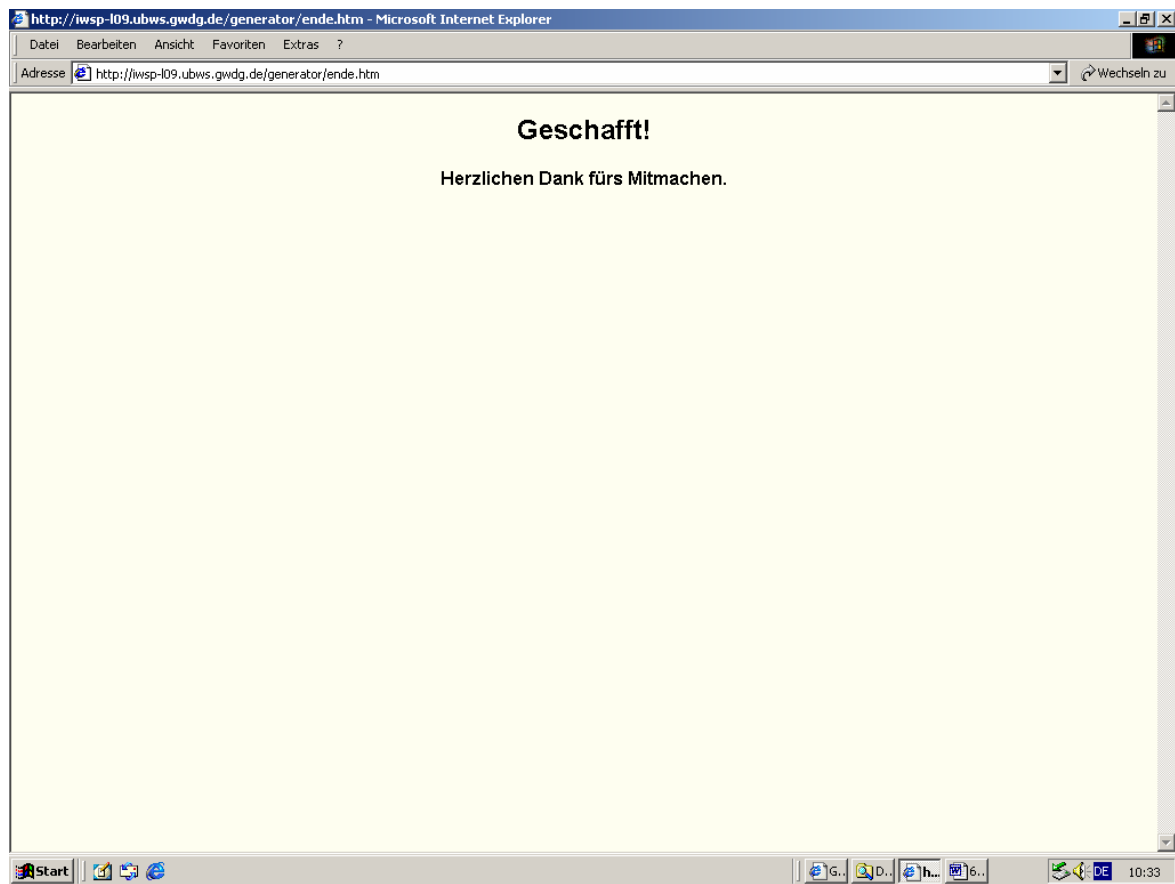
Geben Sie bitte Ihren Namen an:

Hier bitte Ihre Telefonnummer:

Hier bitte Ihre Email:

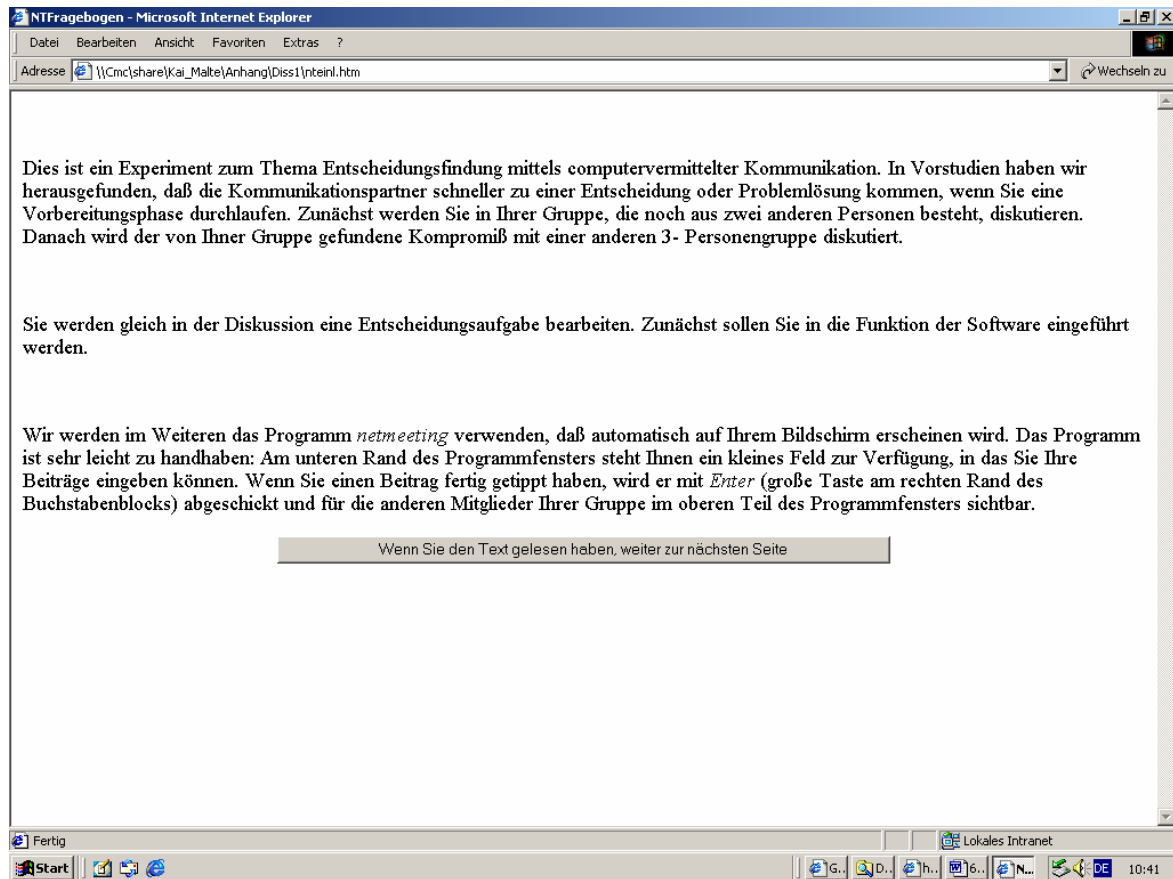
Fertig!

Start | G... D... h... 6... DE 10:33



6.3 Material Experiment 1 am Beispiel der Bedingung „Gruppe“

Einleitung	A 11 oben
Test-Diskussionsphase	A 11 unten
Entscheidungsdilemmaaufgabe	A 12 oben
Generierung der freien Assoziation	A12 unten
1. Bewertung der outgroup (Fragebogen-Skript fehlt)	A 13 oben
1. Diskussionsphase	A 13 unten
Unterbrechung	A 14 oben
2. Bewertung der outgroup	A 14 unten
2. Diskussionsphase	A 15 oben
Bewertung der outgroup (offene Frage)	A 15 unten
3. Bewertung der outgroup	A 16 oben
Soziodemographische Maße	A 16 unten
Bewertung der eigenen Gruppe (Identität)	A 17 oben
Bewertung der eigenen Gruppe (Entitativität)	A 17 unten
Abschluß	A 18 oben



NTFragebogen - Microsoft Internet Explorer

Adresse \\Cmc\share\Kai_Malte\Anhang\Disss1\ntein1.htm Wechseln zu

Dies ist ein Experiment zum Thema Entscheidungsfindung mittels computervermittelter Kommunikation. In Vorstudien haben wir herausgefunden, daß die Kommunikationspartner schneller zu einer Entscheidung oder Problemlösung kommen, wenn Sie eine Vorbereitungsphase durchlaufen. Zunächst werden Sie in Ihrer Gruppe, die noch aus zwei anderen Personen besteht, diskutieren. Danach wird der von Ihrer Gruppe gefundene Kompromiß mit einer anderen 3- Personengruppe diskutiert.

Sie werden gleich in der Diskussion eine Entscheidungsaufgabe bearbeiten. Zunächst sollen Sie in die Funktion der Software eingeführt werden.

Wir werden im Weiteren das Programm *netmeeting* verwenden, daß automatisch auf Ihrem Bildschirm erscheinen wird. Das Programm ist sehr leicht zu handhaben: Am unteren Rand des Programmfensters steht Ihnen ein kleines Feld zur Verfügung, in das Sie Ihre Beiträge eingeben können. Wenn Sie einen Beitrag fertig getippt haben, wird er mit *Enter* (große Taste am rechten Rand des Buchstabenblocks) abgeschickt und für die anderen Mitglieder Ihrer Gruppe im oberen Teil des Programmfensters sichtbar.

Wenn Sie den Text gelesen haben, weiter zur nächsten Seite

Fertig Lokales Intranet

Start | G.. D.. h.. 6.. N.. DE 10:41



Probepostschaften - Microsoft Internet Explorer

Adresse \\Cmc\share\Kai_Malte\Anhang\Disss1\ntein2.htm Wechseln zu

Bitte gedulden Sie sich einen Moment. Das Diskussionsfenster wird gleich hier eingeblendet. Dies dauert möglicherweise etwas länger.

Um sicherzustellen, daß Sie alle mit der Software umgehen können, sollten Sie gleich ein paar Probepostschaften im Diskussionsfenster oben hin und hersenden.

Nur nach ANWEISUNG weiter zur nächsten Seite

Fertig Lokales Intranet

Start | G.. D.. 6.. P... DE 10:42

Info - Microsoft Internet Explorer

Adresse \\Cmc\share\Kai_Malte\Anhang\Disss1\ntauf.htm

Sie sollten sich als Gruppe im ersten Schritt darauf einigen, welche gemeinsame inhaltliche Position Sie bei der Entscheidung vertreten wollen. Bitte finden Sie, einen Kompromiß. Im Anschluß daran findet dann die eigentliche Diskussion mit der anderen Gruppe statt.

Entscheidungsaufgabe:

A. hat sich im vergangenen Jahr neben dem Studium durch verschiedene Tätigkeiten Geld dazuverdient und den Steuerfreibetrag dabei weit überschritten. Jetzt hat A. vom Finanzamt die Aufforderung erhalten, die Steuererklärung einzureichen. A. steht nun vor der Entscheidung, Einkünfte anzugeben und damit verdientes Geld zu versteuern oder nicht.

Stellen Sie sich vor, Sie würden A. beraten: Wie hoch müßten Sie die Wahrscheinlichkeit einschätzen, daß das Finanzamt die tatsächlichen Einkünfte nicht ermitteln wird, damit Sie A. zum Verheimlichen des realen Verdienstes raten würden?

Bitte geben Sie auf der Skala ihre persönliche Einschätzung ein:

10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nachdem Sie den Prozentwert angeklickt haben, weiter zur nächsten Seite

Fertig

Lokales Intranet

Start | G... | Di... | 6... | In... | DE 10:42

Fragebogen - Microsoft Internet Explorer

Adresse \\Cmc\share\Kai_Malte\Anhang\Disss1\ntog1.htm

Bevor Sie mit der Vorbereitung der Diskussion - Ihre Gruppe "Labor" gegen die andere Gruppe "Institut" - beginnen, bitten wir Sie einen kurzen Fragebogen auszufüllen.

Bitte geben Sie drei Begriffe an - es können Substantive, Adjektive, oder Verben sein -, die das Bild, das Sie von der anderen Gruppe haben, mit der Sie gleich diskutieren werden, am besten wiedergeben. Mit der Tabulatortaste kommen Sie von Feld zu Feld, oder klicken Sie mit der Maus in die einzelnen Felder.

1. Begriff:

2. Begriff:

3. Begriff:

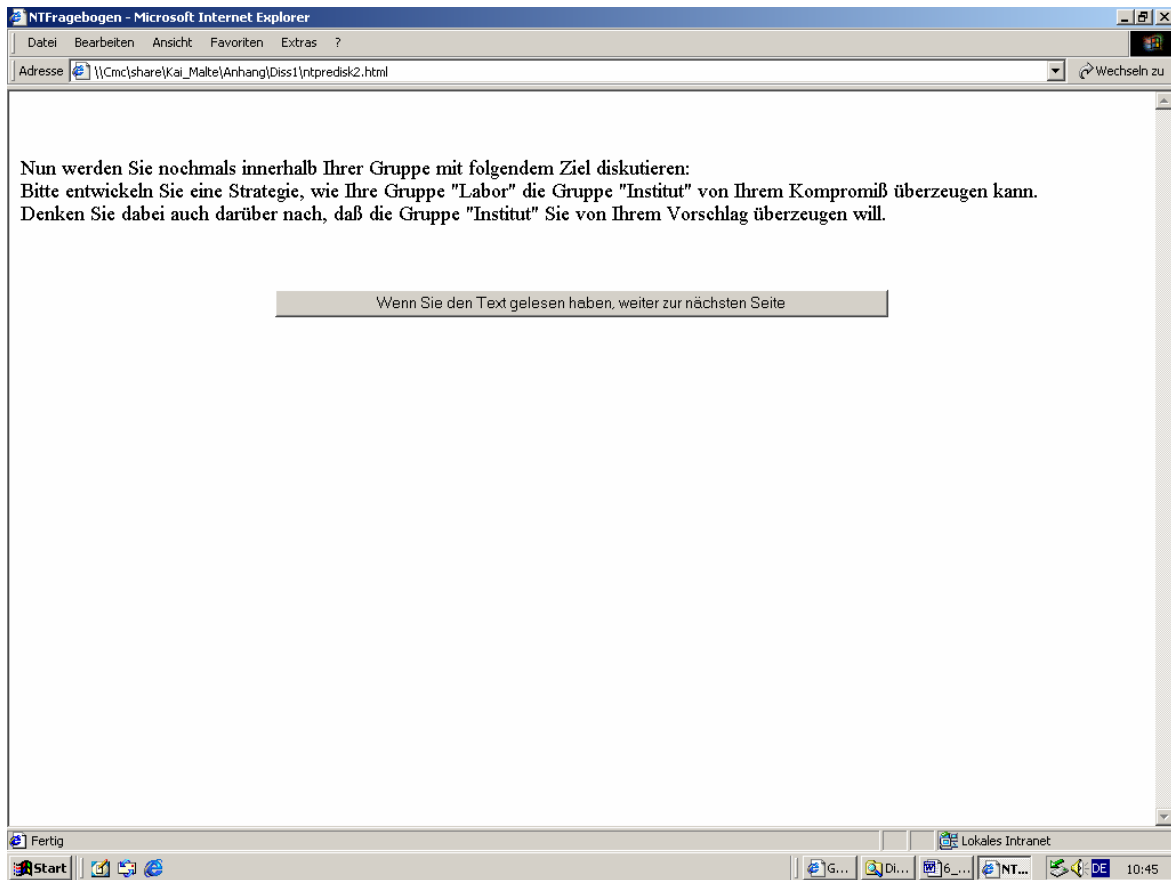
Nachdem Sie die Begriffe eingegeben haben, weiter zur nächsten Seite

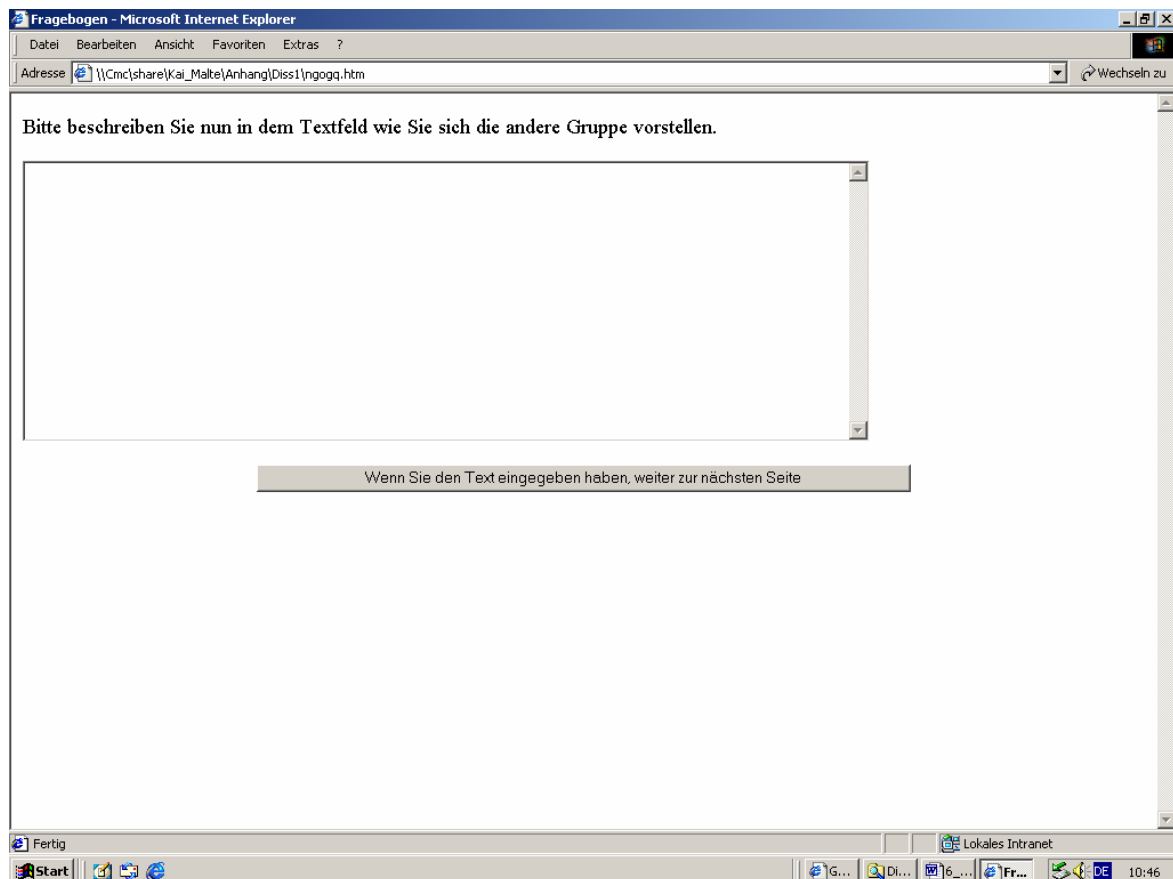
Fertig

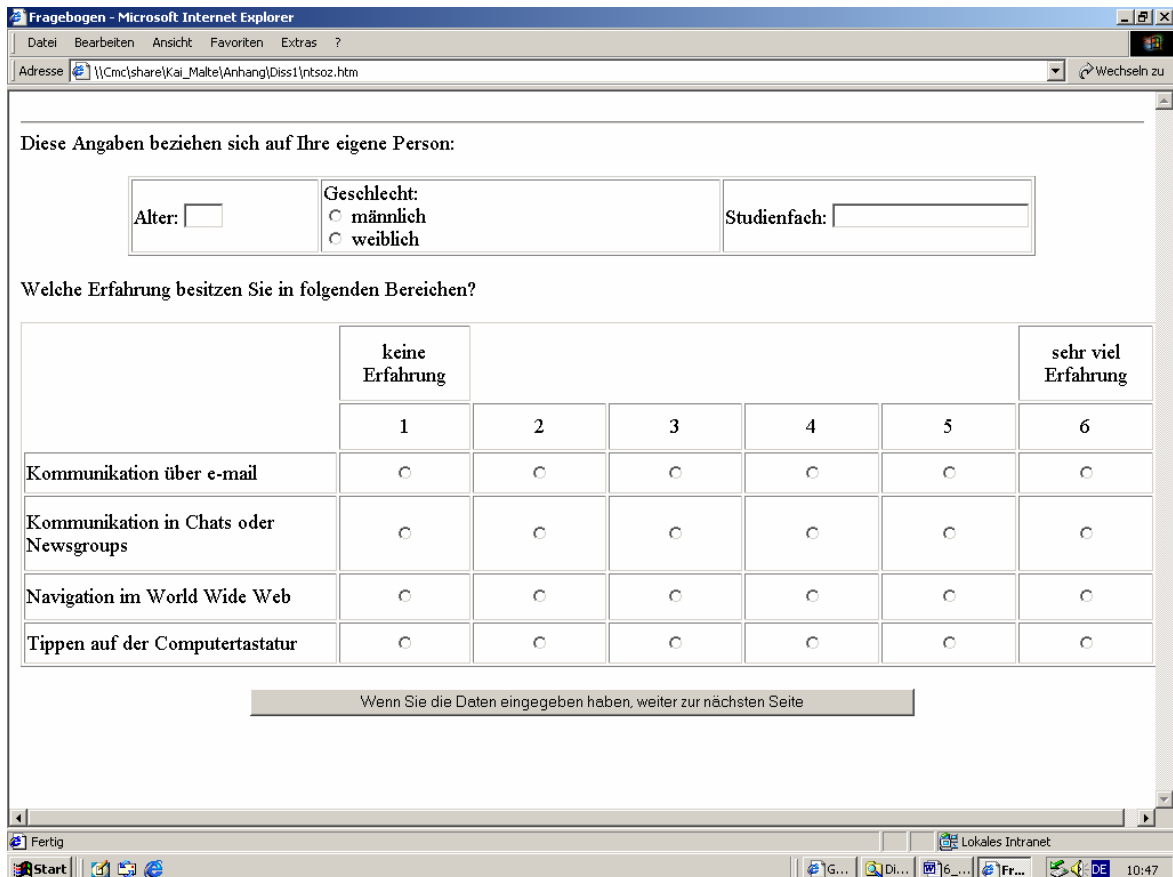
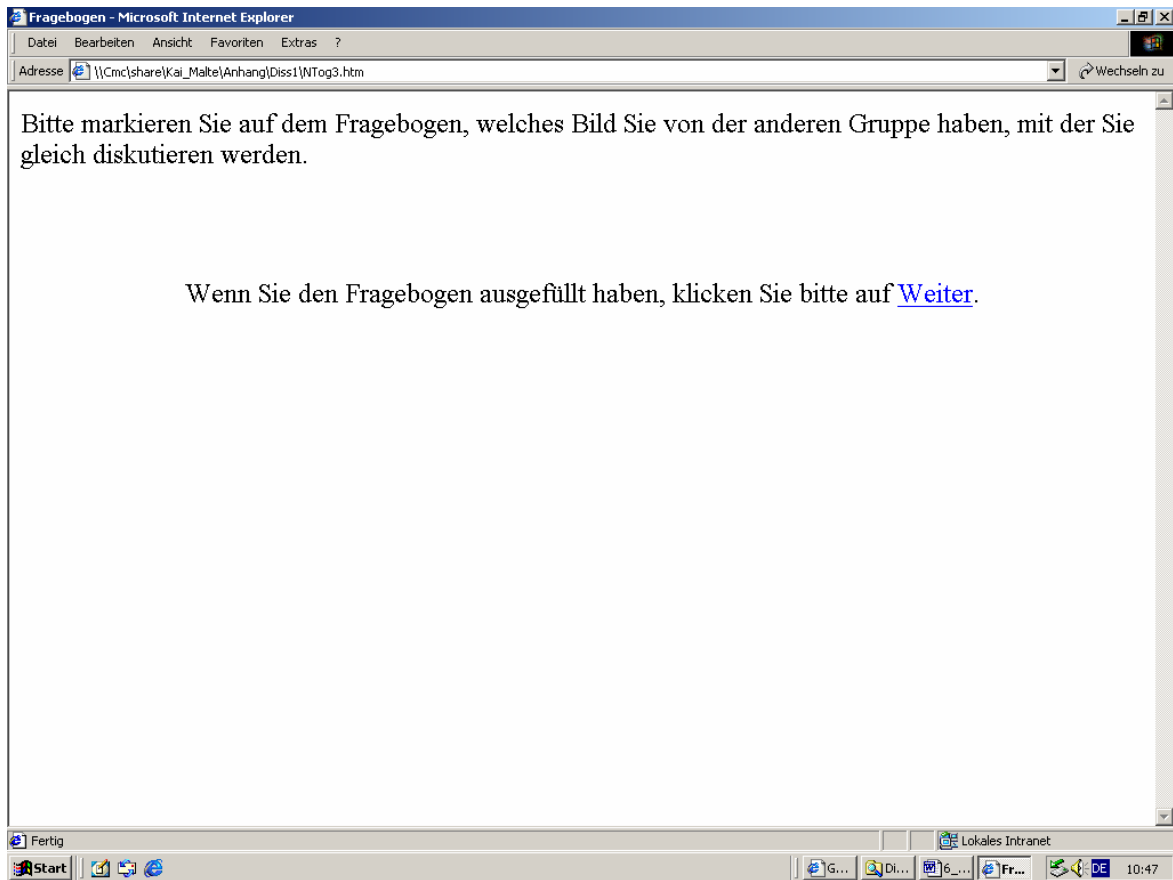
Lokales Intranet

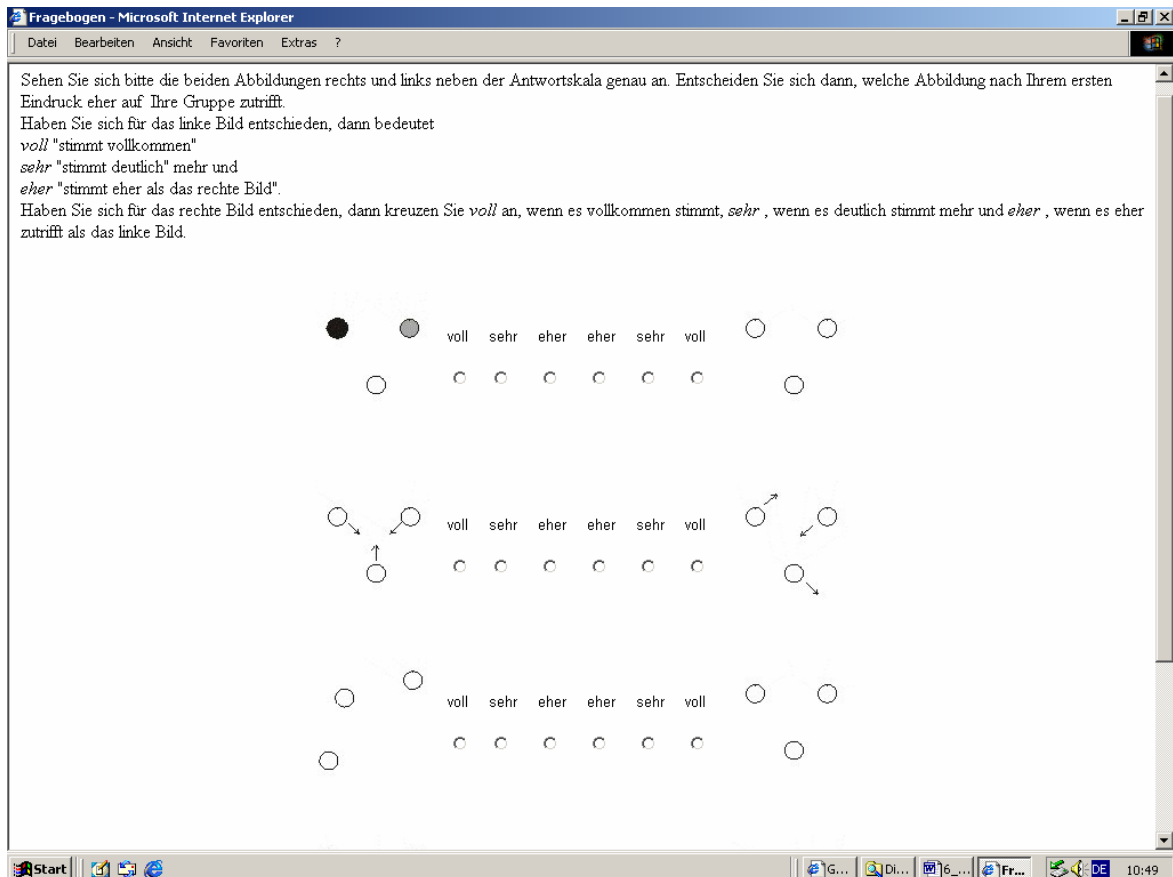
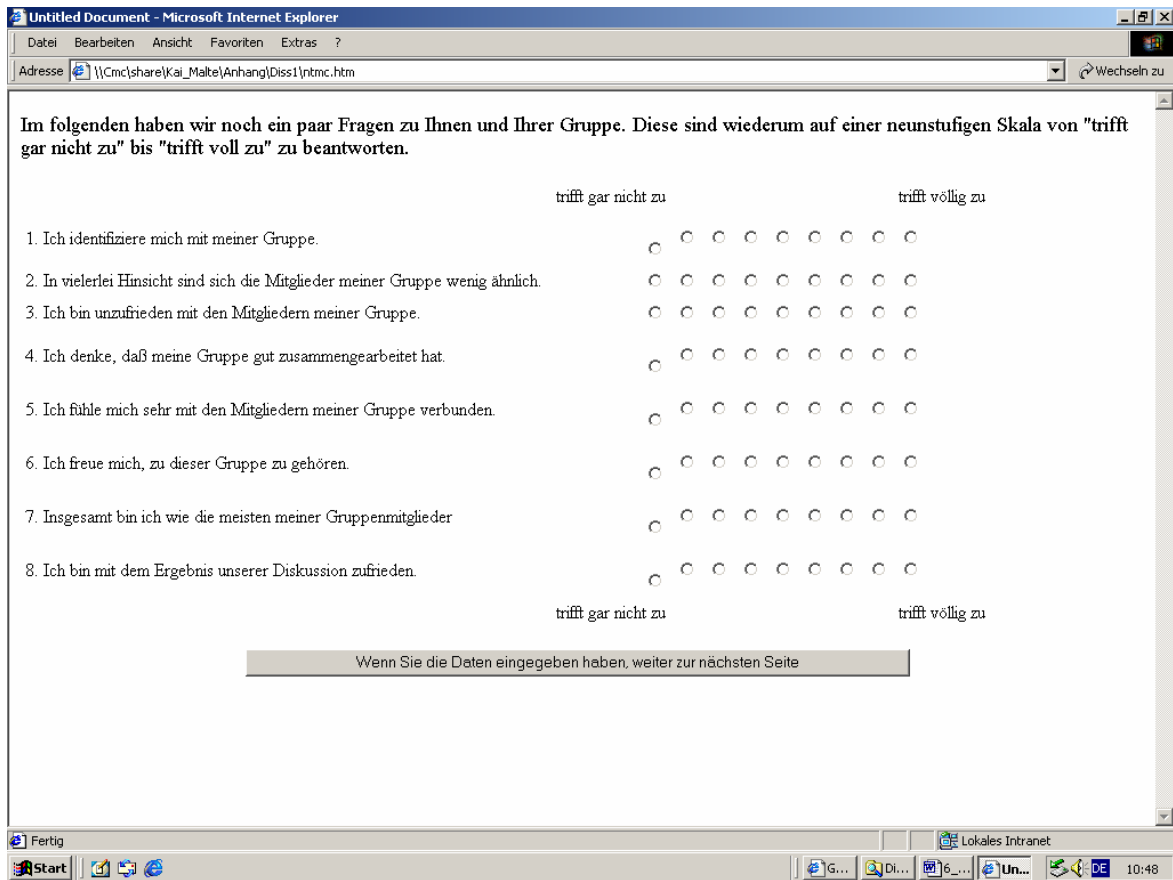
Start | G... | Di... | 6... | Fr... | DE 10:43

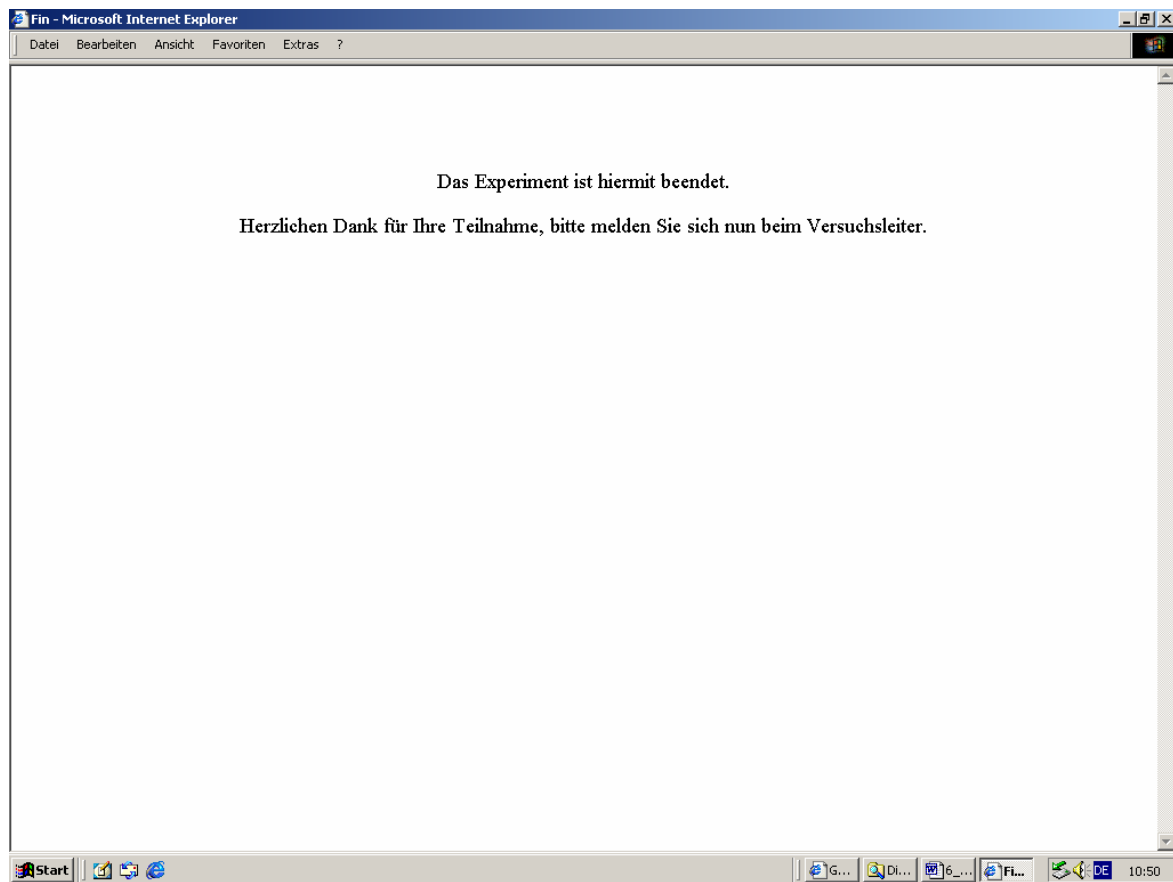












6.4 Material Experiment 2 am Beispiel der Bedingung „ek“

Einleitung A 20 oben

1. Bewertung der outgroup A 20 unten

1. Diskussionsphase A 21 oben

Unterbrechung A 21 unten

Manipulationsverstärkung A 22 oben

2. Bewertung der outgroup A 22 unten

2. Diskussionsphase A 23 oben

3. Bewertung der outgroup A 23 unten

Manipulationskontrolle Identifikation 1 A 24 oben

Manipulationskontrolle Identifikation 2 A 24 unten

Soziodemographische Maße A 25 oben

Abschluß A 25 unten

Start_Evaluationsfragebogen - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Abteilung Sozial- und Kommunikationspsychologie des Georg-Elias-Müller Instituts für Psychologie

Studie "Bildwahrnehmung und ästhetisches Empfinden"

**Die Studie, an der Sie heute teilnehmen, hat einen ernsten Hintergrund.
Organisationen und Unternehmen müssen sich den Anforderungen moderner Kommunikation stellen und denken häufig konkret darüber nach sich ein neues, einheitliches Erscheinungsbild zu geben. Diese Corporate Identity wird beispielsweise in einem neuen Symbol, in neuen Farben umgesetzt, die dann für alles, was mit der Organisation oder dem Unternehmen zu tun hat zur Anwendung kommen, z.B.:**

- Produktverpackungen
- WWW-Auftritt
- Werbemaßnahmen (Anzeigen, TV-Spots)

Wichtig ist, dass viele Menschen mit der neuen Corporate Identity einverstanden sind. Oft wird daher eine Studie in Auftrag gegeben, mit der herausgefunden werden soll, welche ästhetische Präferenz in der Gesellschaft hauptsächlich vorliegt. Auf dieser Basis können dann weitere Entwürfe bei Design-Agenturen in Auftrag gegeben werden.

Am Georg-Elias Müller Institut wollen wir mit unserer Forschung solche ästhetischen Präferenzen herausfinden Studie.

Start | G... | Di... | 6... | St... | DE 11:21

Lexer - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

**Bevor Sie mit der Diskussion beginnen, möchten wir gerne wissen, welches Bild Sie von den anderen Menschen mit der ästhetischen Präferenz "S. Winblot" haben.
Diese sind auf einer neunstufigen Skala von "trifft gar nicht zu" bis "trifft voll zu" zu beantworten.**

	trifft gar nicht zu	trifft völlig zu
aufgeschlossen	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
interessant	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
kreativ	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
phantasievoll	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
spontan	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
neugierig	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
kommunikativ	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
interessiert	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
wissensdurstig	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
offen	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
fahrig	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
hektisch	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
oberflächlich	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
pseudointellektuell	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
unruhig	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
selbstsüchtig	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
arrogant	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
weltfremd	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
ziellos	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	
unselbständig	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	



http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3?versuch=d5ek - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Bitte markieren Sie das Bild, welches am ehesten die Beziehung der beiden ästhetischen Präferenzgruppen "Winblot" oder "Mukola" zueinander darstellt.

○

○

○

○

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Bitte markieren Sie das Bild, welches am ehesten die Beziehung zwischen Ihnen (kleiner Kreis) und Ihrer Gruppe "Wahrnehmungspräferenz A. Mukola" (großer Kreis) darstellt.

○

○

○

○

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Bitte machen Sie noch folgende Angaben über Ihre Person:

Welchen Künstler bevorzugen Sie?

S. Winblot A. Mukola

Welches Geschlecht haben Sie?

männlich weiblich

Wie alt sind Sie?

Was studieren Sie?

In welchem Semester sind Sie?

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Start | G... | Di... | 6... | ht... | DE 11:26

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/ende.htm - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

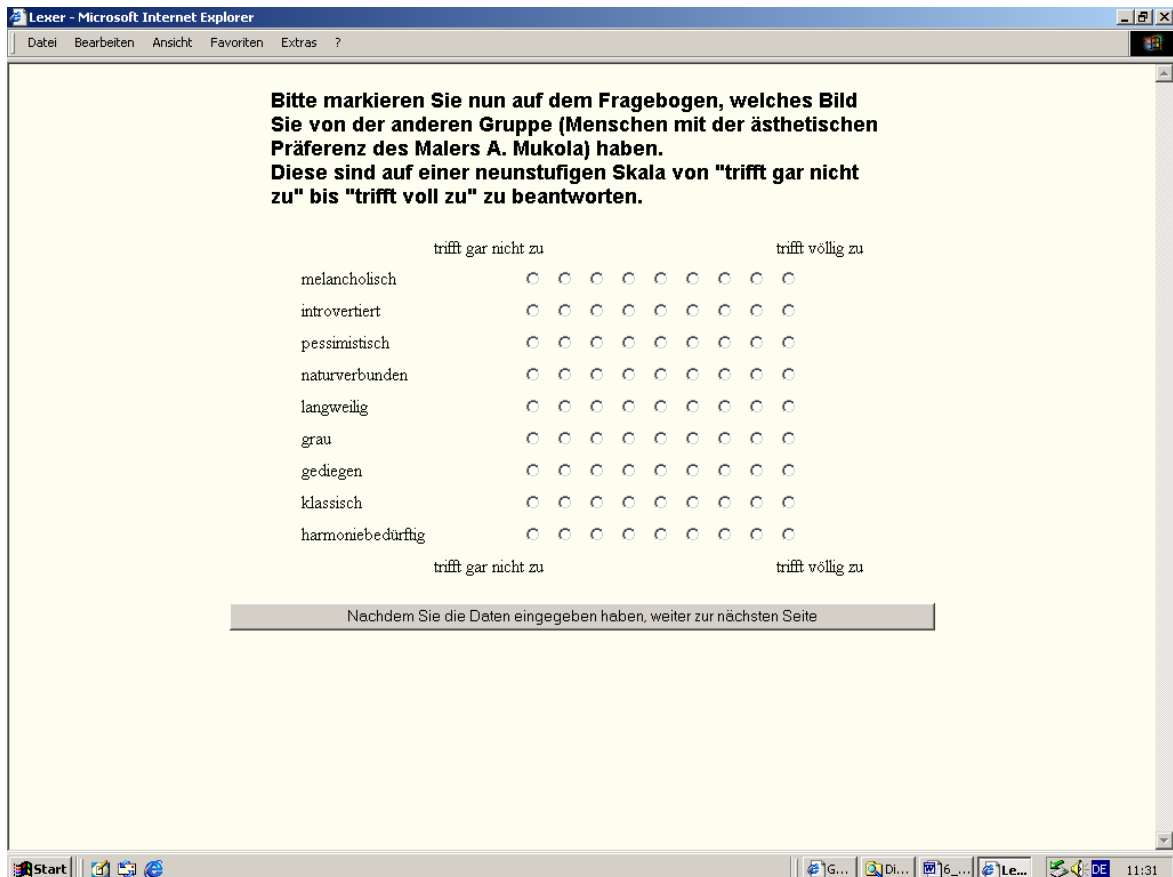
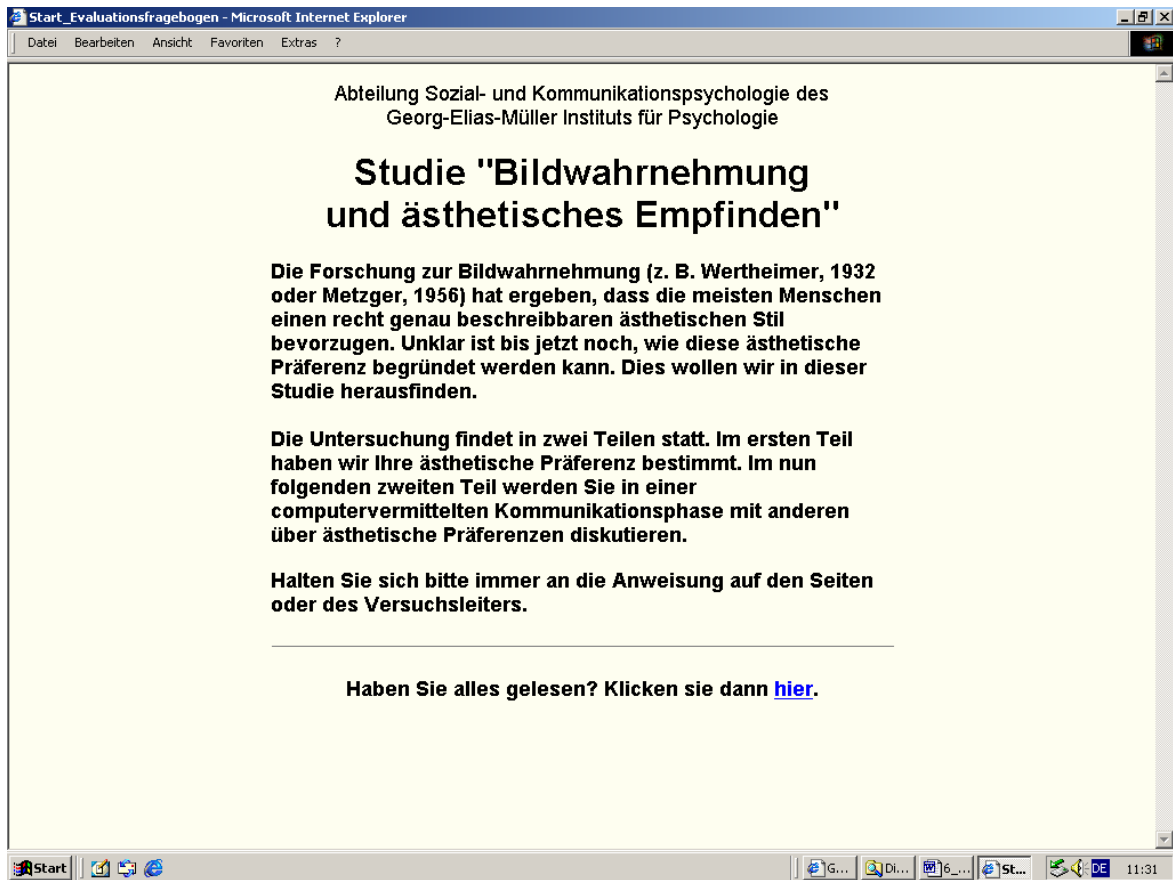
Geschafft!

Herzlichen Dank fürs Mitmachen.

Start | G... | Di... | 6... | ht... | DE 11:27

6.5 Material Experiment 4 am Beispiel der Bedingung „Winblot/heuristische Verarbeitung“

Einleitung	A 27 oben
1. Bewertung der outgroup (Beispielitems)	A 27 unten
1. Bewertung der Valenz der Begriffe (Beispielitems)	A 28 oben
Diskussionsphase 1	A 28 unten
Unterbrechung / Manipulation der UV	A 29 oben
Manipulationsverstärkung	A 29 unten
2. Bewertung der outgroup	A 30 oben
2. Bewertung der Valenz der Begriffe	A 30 unten
2. Diskussionsphase	A 31 oben
3. Bewertung der outgroup	A 31 unten
3. Bewertung der Valenz der Begriffe	A 32 oben
Manipulationskontrolle Identifikation 1	A 32 unten
Manipulationskontrolle Identifikation 2	A 33 oben
Manipulationskontrolle Informationsverarbeitung	A 33 unten
Soziodemographische Maße	A 34 oben
Abschluß	A 34 unten



Lexer - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Geben Sie nun an, wie positiv oder negativ Sie Ihr Bild von der anderen Gruppe (Menschen mit der ästhetischen Präferenz des Malers A. Mukola) bewerten. Dies ist auf einer neunstufigen Skala von "sehr negativ" bis "sehr positiv" zu beantworten.

	sehr negativ											sehr positiv
melancholisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
introvertiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pessimistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
naturverbunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
langweilig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
grau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gediegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
klassisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
harmoniebedürftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

sehr negativ sehr positiv

Nachdem Sie die Daten eingegeben haben, weiter zur nächsten Seite

Start | G... | Di... | 6... | Le... | DE 11:31

Start_Evaluationsfragebogen - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Bitte gedulden Sie sich einen Moment, das Chat-Fenster wird hier gleich eingeblendet.

Diskutieren Sie bitte nun, warum Sie Ihre ästhetische Präferenz - die Bilder von S. Winblot - schön finden.

Nur nach ANWEISUNG zur nächsten Seite [klicken](#).

Start | G... | Di... | 6... | St... | DE 11:31

Start_Evaluationsfragebogen - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

In der gleich folgenden, zweiten Chat-Phase diskutieren Sie bitte, weshalb die Ästhetik Ihrer Gruppe, der der Gruppe "A. Mukola" überlegen ist. Sammeln Sie Ihre Argumente möglichst spontan, folgen Sie bei der Bewertung Ihrer Intuition. Unterdrücken Sie keine noch so ungewöhnliche Meinung.

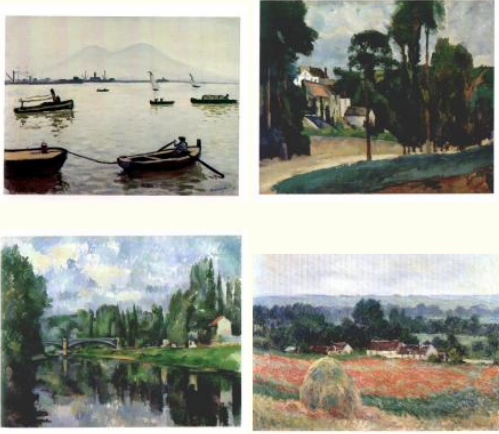
Wenn Sie dies gelesen haben [klicken](#) Sie zur nächsten Seite.

Start G... Di... 6... St... DE 11:32

Start_Evaluationsfragebogen - Microsoft Internet Explorer

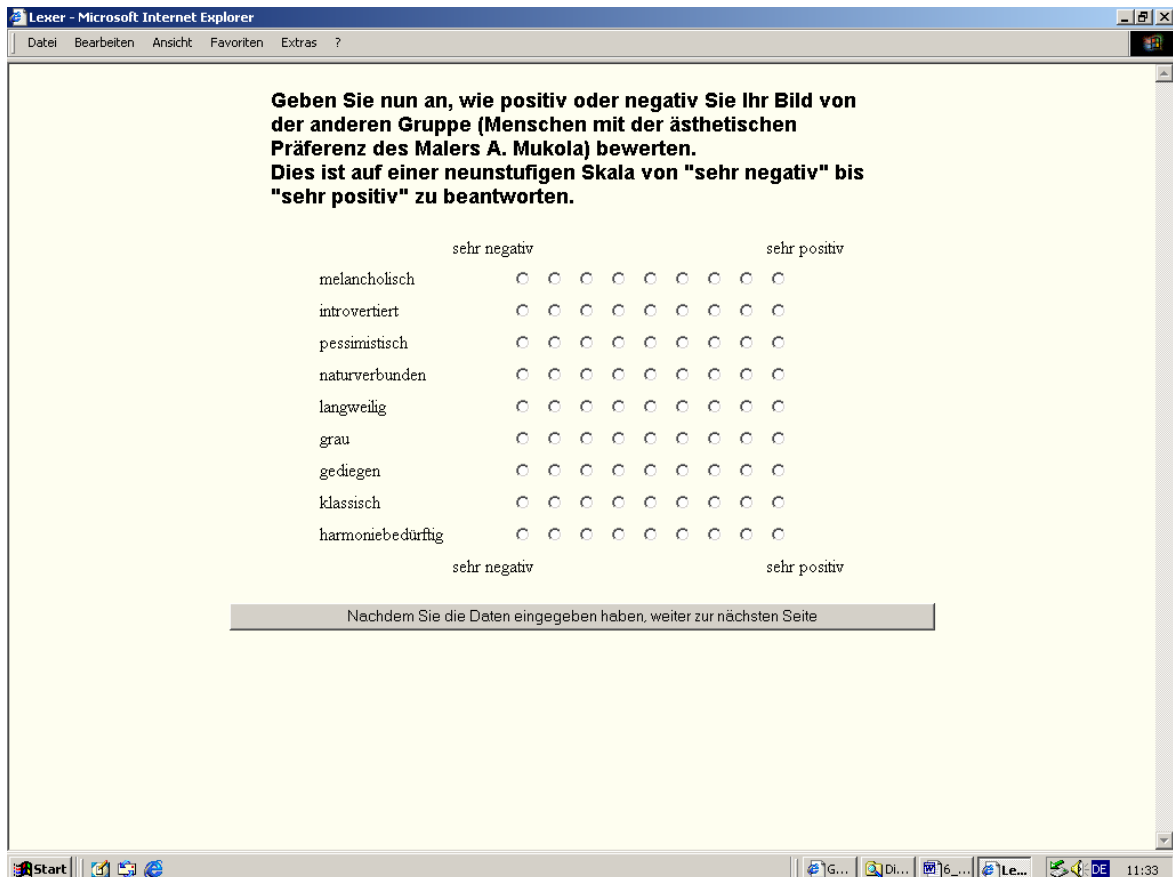
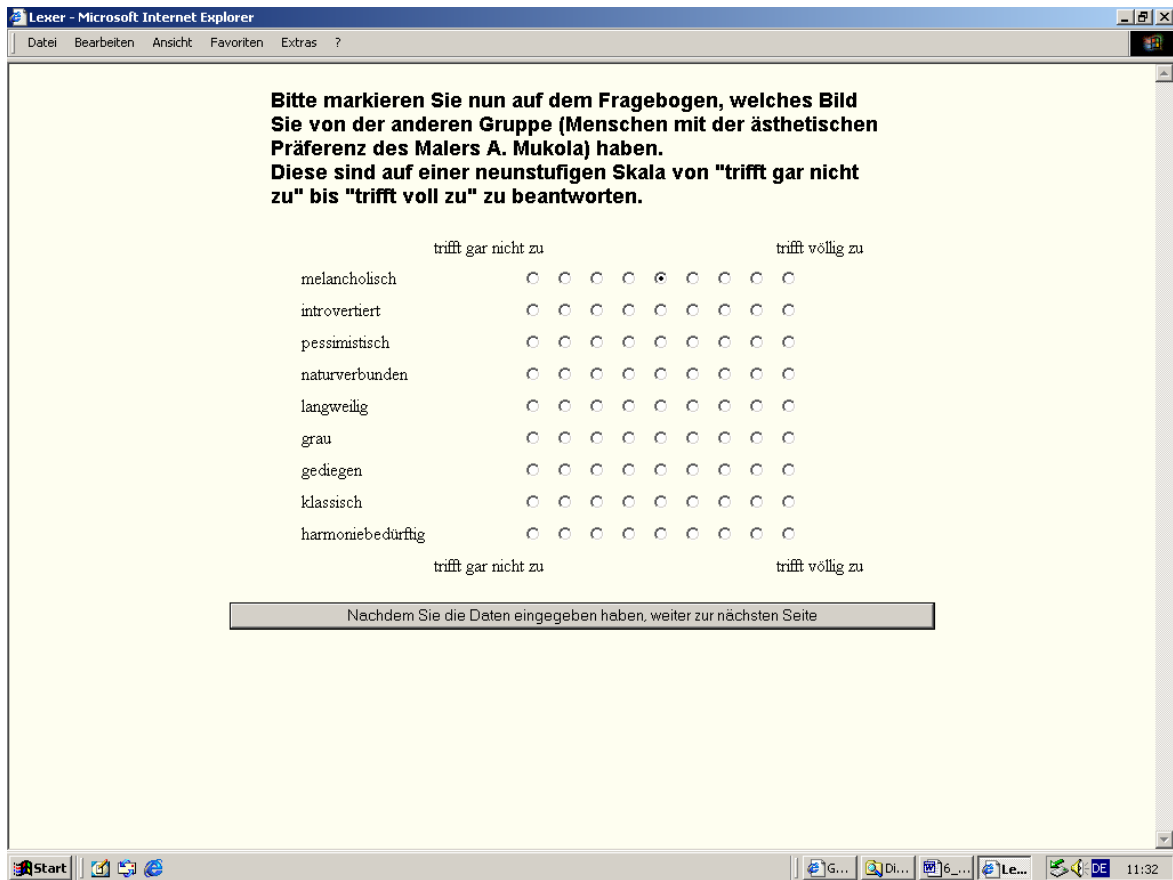
Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Um Ihnen die Diskussion gleich leichter zu machen, zeigen wir Ihnen hier noch mal ein paar Beispiele der Bilder von A. Mukola:



Wenn Sie sich die Bilder angesehen haben, [klicken](#) Sie zur nächsten Seite.

Start G... Di... 6... St... DE 11:32



Lexer - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Geben Sie nun an, wie positiv oder negativ Sie Ihr Bild von der anderen Gruppe (Menschen mit der ästhetischen Präferenz des Malers A. Mukola) bewerten. Dies ist auf einer neunstufigen Skala von "sehr negativ" bis "sehr positiv" zu beantworten.

	sehr negativ		sehr positiv
melancholisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
introvertiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pessimistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
naturverbunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
langweilig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
grau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gediegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
klassisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
harmoniebedürftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	sehr negativ		sehr positiv

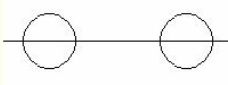
Nachdem Sie die Daten eingegeben haben, weiter zur nächsten Seite

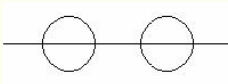
Start | G... | Di... | S... | Le... | DE 11:34

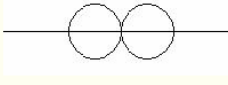
http://iwsp-109.uwbs.gwdg.de/generator/index.php3?versuch=d4c1 - Microsoft Internet Explorer

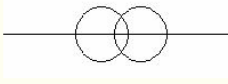
Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Bitte markieren Sie das Bild, welches am ehesten die Beziehung der beiden Gruppen "Winblot" oder "Mukola" zueinander darstellt.









Bitte markieren Sie das Bild, welches am ehesten die Beziehung zwischen Ihnen (kleiner Kreis) und Ihrer Gruppe "Wahrnehmungspräferenz S. Winblot" (großer Kreis) darstellt.

○

○

○

○

Schätzen Sie bitte nun noch die Diskussion und Ihr Verhalten ein.

	trifft nicht zu	trifft voll zu
Ich habe mir Zeit gelassen, über die Gruppe mit der ästhetischen Präferenz „A. Mukola“ nachzudenken.	1 2 3 4 5 6 7	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
Ich war vorsichtig in der Meinungsäußerung über die andere Gruppe.		○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
Selbst wenn ich mir nicht über die Eigenschaften der Gruppe mit der ästhetischen Präferenz „A. Mukola“ im klaren war, habe ich mir spontan ein Bild über sie gemacht.		○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
Als ich die andere Gruppe eingeschätzt habe, hatte ich ein klares Bild von mir selbst als Mitglied der ästhetischen Präferenz „S. Winblot“.		○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
Die Ideen und Einfälle, die ich hatte, habe ich den anderen mitgeteilt.		○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
Ich identifiziere mich mit meiner ästhetischen Präferenz.		○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

weiter

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/index.php3 - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Bitte machen Sie noch folgende Angaben über Ihre Person:

Wie alt sind Sie?

Was studieren Sie?

In welchem Semester sind Sie?

Welches Geschlecht haben Sie?

männlich

weiblich

Welchen Künstler bevorzugen Sie?

S. Winblot

A. Mukola

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Start | G... | Di... | 6... | ht... | DE 11:36

http://iwsp-109.ubws.gwdg.de/generator/ende.htm - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Geschafft!

Herzlichen Dank fürs Mitmachen.

Start | G... | Di... | 6... | ht... | DE 11:36

Lebenslauf

Persönliche Angaben

Name	Kai J. Jonas
Geburtsdatum	08. September 1972
Geburtsort	Gütersloh
Nationalität	Deutsch

Ausbildung

Schulen

Sept. 1978 – Juli 1982	Grundschule Vilsbiburg
Sept. 1982 – Juli 1991	Gymnasium Vilsbiburg
10. Juli 1991	Abitur

Hochschulen

Juni 1993 – Okt. 1993	Universitat de València, studium generale
Okt. 1993 – Sept. 1995	Studium der Sozialwissenschaften (Diplom) an der Georg-August-Universität Göttingen
Sept. 1995 – Juni 1996	University of California at Irvine, Social Networks program, first year graduate
Okt. 1996 – Nov. 1998	Fortführung des Studiums der Sozialwissenschaften (Diplom), Beginn des Studiums der Mathematik (Diplom) an der Georg-August-Universität Göttingen
23. Nov. 1998	Abschluss als Diplom-Sozialwirt

Zivildienst

Sept. 1991 – Nov. 1992	Städtisches Krankenhaus München-Bogenhausen, Abt. für Neuropsychologie
------------------------	--

Berufserfahrung

Januar 1993 – Juni 1993	Junior Redakteur G.A.T. Film- and Fernsehproduktion GmbH, München
seit Nov. 1998	Wissenschaftlicher Mitarbeiter Prof. Dr. Margarete Boos, Abt. für Sozial- und Kommunikationspsychologie Georg-Elias-Müller Institut für Psychologie, Georg-August-Universität Göttingen

Versicherung

„Ich versichere, dass ich die eingereichte Dissertation „Stereotypentstehung im Intergruppenkontext“ selbständig und ohne unerlaubte Hilfsmittel verfasst habe. Anderer als der von mir angegebenen Hilfsmittel und Schriften habe ich mich nicht bedient. Alle wörtlich oder sinngemäß den Schriften anderer Autoren entnommenen Stellen habe ich kenntlich gemacht.“

Göttingen, 5. Juni 2002