



**Universität
Zürich^{UZH}**

Psychologisches Institut | Sozialpsychologie

Prof. Johannes Ullrich

Sozialpsychologie I

Soziale Wahrnehmung und Attribution

HS 2018



Inhaltsverzeichnis

1	Einführung in die Sozialpsychologie
2	Forschungsmethoden in der Sozialpsychologie
3	Soziale Wahrnehmung und Attribution
4	Soziale Kognition
5	Das Selbst
6	Einstellungen
7	Strategien zur Einstellungs- und Verhaltensänderung
8	Sozialer Einfluss
9	Aggression
10	Prosoziales Verhalten
11	Affiliation, zwischenmenschliche Anziehung und enge Beziehungen
12	Gruppendynamik
13	Gruppenleistung und Führung
14	Vorurteile und Intergruppenbeziehungen
15	Sozialpsychologie und kulturelle Unterschiede



Soziale Wahrnehmung und Attribution

3.1 Einleitung

3.2 Soziale Wahrnehmung

3.3 Attributionstheorie

- 3.3.1 Theorie der korrespondierenden Schlussfolgerungen
- 3.3.2 Kovariationstheorie
- 3.3.3 Zugang zu Kovariationsinformationen
- 3.3.4 Wissen, Erwartung und Kovariation
- 3.3.5 Wie man mithilfe von Kovariation und kausaler Kraft etwas über Verursachung lernt
- 3.3.6 Attributionen und Leistung
- 3.3.7 Attributionen und Depression
- 3.3.8 Fehlattribution von Erregung
- 3.3.9 Attributionsverzerrungen
- 3.3.10 Erklärungen intentionalen Verhaltens
- 3.3.11 Metapher vom naiven Wissenschaftler
- 3.3.12 Attributionen als Diskurs

3.4 Soziale Wahrnehmung und soziale Wirklichkeit

3.5 Automatische und kontrollierte soziale Wahrnehmung



3.1 Einleitung

Definition

Soziale Wahrnehmung (social perception): Der Prozess, bei dem Informationen über die individuellen Merkmale einer Person gesammelt und interpretiert werden.



3.2 Soziale Wahrnehmung

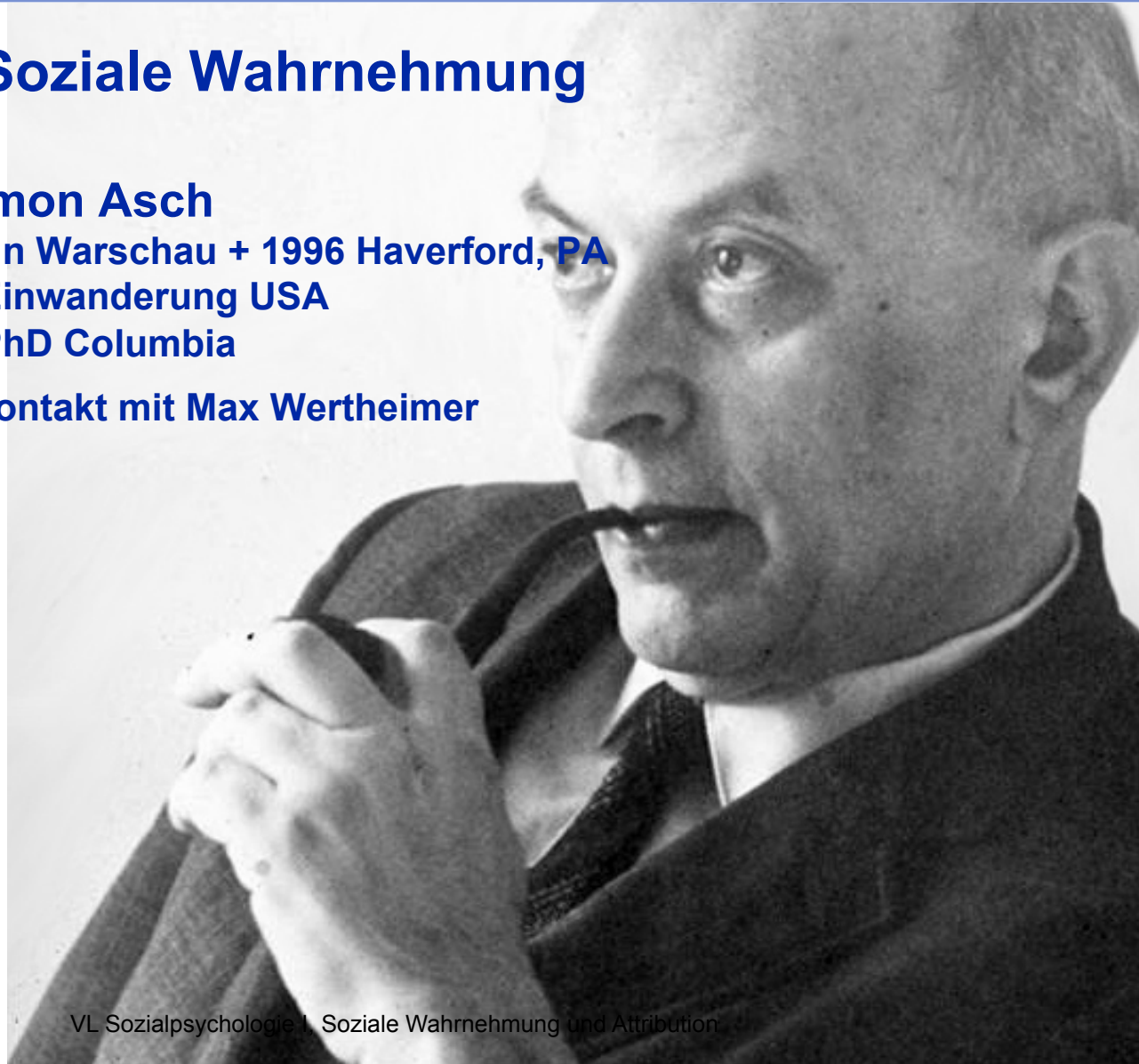
Solomon Asch

***1907 in Warschau + 1996 Haverford, PA**

1920 Einwanderung USA

1932 PhD Columbia

dort Kontakt mit Max Wertheimer





3.2 Soziale Wahrnehmung

Solomon Asch

„To understand a person we must see him in his setting, in the context of his situation and the problems he is facing. If we wish to understand a given quality in a person we must not isolate it; we must see it in relation to his other qualities. For this reason also, the ‚same‘ quality in two persons is often not the same psychologically. When the phenomena being observed have order and structure, it is dangerous to concentrate on the parts and to lose sight of their relations.“
(1952/1987, p. 60)



3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

Eigenschaftsliste wird langsam vorgelesen und wiederholt:

„Bitte hören Sie genau zu und versuchen Sie, sich einen Eindruck der beschriebenen Person zu bilden. Sie sollen die Person anschliessend in wenigen Sätzen beschreiben!“

A)	Intelligent	B)	Intelligent
	Geschickt		Geschickt
	Fleissig		Fleissig
	Warm		Kalt
	Entschlossen		Entschlossen
	Praktisch		Praktisch
	Vorsichtig		Vorsichtig



3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

Beispiel für ein Between-Subjects Experiment: Unterschiedliche Versuchspersonen in unterschiedlichen Versuchsbedingungen (in diesem Fall Seminargruppen, keine Randomisierung)

A)	Intelligent	B)	Intelligent
	Geschickt		Geschickt
	Fleissig		Fleissig
	Warm		Kalt
	Entschlossen		Entschlossen
	Praktisch		Praktisch
	Vorsichtig		Vorsichtig



3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

Experiment 1: Variation einer zentralen Eigenschaft

Experiment 2: Auslassung einer zentralen Eigenschaft in der Beschreibung, anschließende Einschätzung derselben

Experiment 3: Variation einer peripheren Eigenschaft



TABLE 2
CHOICE OF FITTING QUALITIES (PERCENTAGES)

	EXPERIMENT I		EXPERIMENT II			EXPERIMENT III	
	"WARM" N=90	"COLD" N=76	TOTAL N=56	"WARM" N=23	"COLD" N=33	"POLITE" N=20	"BLUNT" N=26
1. generous	91	8	55	87	33	56	58
2. wise	65	25	49	73	33	30	50
3. happy	90	34	71	91	58	75	65
4. good-natured	94	17	69	91	55	87	56
5. humorous	77	13	36	76	12	71	48
6. sociable	91	38	71	91	55	83	68
7. popular	84	28	57	83	39	94	56
8. reliable	94	99	96	96	97	95	100
9. important	88	99	88	87	88	94	96
10. humane	86	31	64	91	45	59	77
11. good-looking	77	69	58	71	53	93	79
12. persistent	100	97	98	96	100	100	100
13. serious	100	99	96	91	100	100	100
14. restrained	77	89	82	67	94	82	77
15. altruistic	69	18	44	68	27	29	46
16. imaginative	51	19	24	45	9	33	31
17. strong	98	95	95	94	96	100	100
18. honest	98	94	95	100	92	87	100

3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

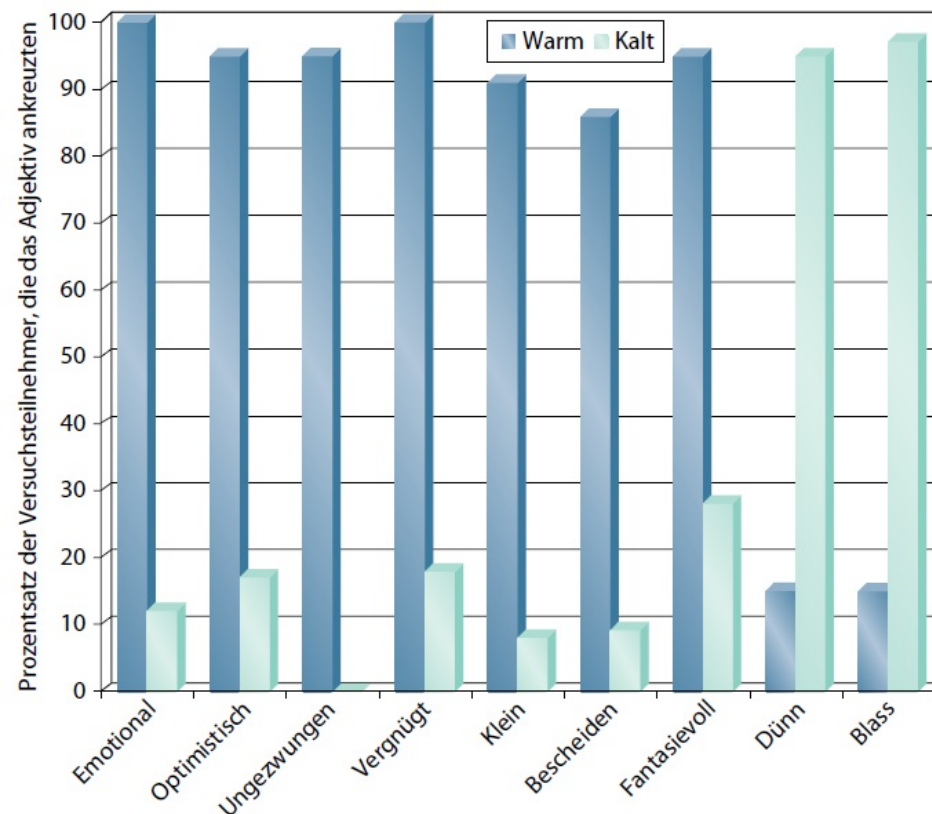


Abb. 3.1 Eindrücke von „warmen“ und „kalten“ Zielpersonen (Nach Asch, 1946. Copyright © 1946 by the American Psychological Association. Adapted with permission. The use of APA information does not imply endorsement by APA.)

Ähnliche Ergebnisse
in Experiment 9:
hier wurde nur das
Adjektiv „warm“ oder
„kalt“ vorgegeben

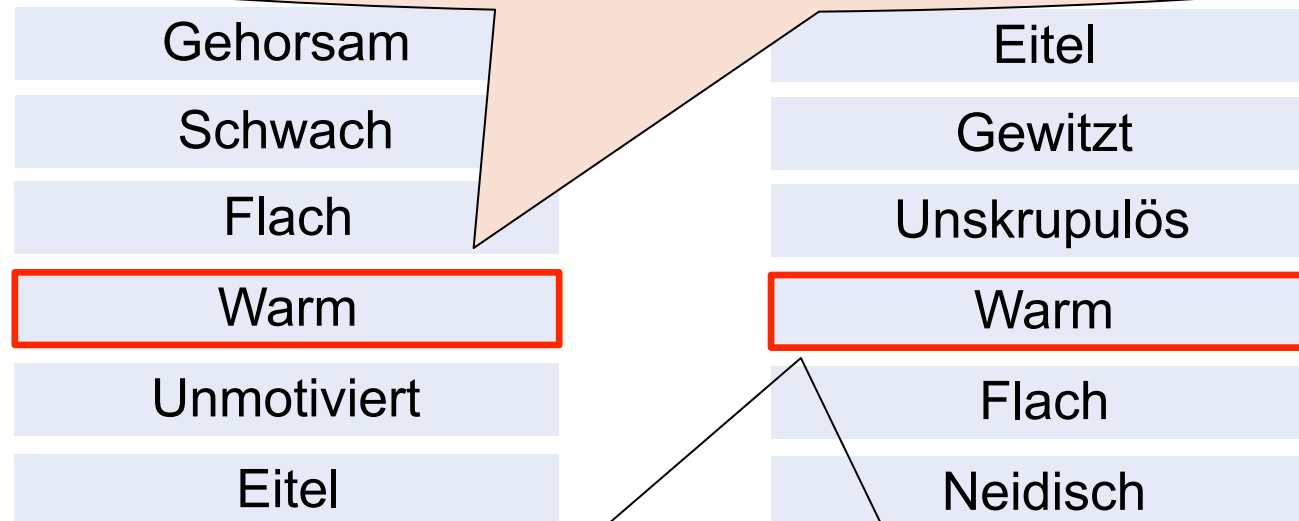


3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

Experiment 4: Transformation einer zentralen Eigenschaft in eine periphere Eigenschaft

„The term ‚warm‘ strikes one as being a dog-like affection rather than a bright friendliness. It is passive and without strength.“



„I assumed the person to appear warm rather than really to be warm.“



3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

Experiment 4: Transformation einer zentralen Eigenschaft in eine periphere Eigenschaft

Versuchspersonen vergeben Ränge für die Wichtigkeit der verschiedenen Eigenschaften

Ergebnisse für „warm“:

Exp. 1: 69% Rang 1-4

Exp. 4: 87% Rang 4-7

Befund repliziert von Nauts et al. (2014)



3.2 Soziale Wahrnehmung

Asch (1946): Forming Impressions of Personality

Experiment 6: Der Primacy-Effekt

Die gleichen Eigenschaften produzieren einen positiveren Gesamteindruck in (A) – spricht für Bedeutungswandel der späteren Adjektive in Abhängigkeit des ersten Eindrucks

A)

Intelligent
Fleissig
Impulsiv
Kritisch
Stur
Neidisch

B)

Neidisch
Stur
Kritisch
Impulsiv
Fleissig
Intelligent



3.2 Soziale Wahrnehmung

Definition

Zentrales Persönlichkeitsmerkmal (central trait): Ein dispositionales Merkmal, das bei Betrachtern den Gesamteindruck von einer Persönlichkeit maßgeblich beeinflusst.



3.2 Soziale Wahrnehmung

Definition

Peripheres Persönlichkeitsmerkmal (peripheral trait): Ein Merkmal, dessen Vorhandensein den Gesamteindruck von einer Persönlichkeit nicht bedeutsam beeinflusst.



3.2 Soziale Wahrnehmung

Der Ansatz von Asch wird als Konfigurationsmodell bezeichnet.

Definition

Konfigurationsmodell (configural model): Ein ganzheitlicher Ansatz zur Eindrucksbildung, der annimmt, dass Betrachter aktiv aus den einzelnen Informationen über andere Menschen tiefergehende Bedeutungen konstruieren.



3.2 Soziale Wahrnehmung

**Ein wichtiger alternativer Ansatz stammt von Anderson (1981):
Informations-Integrations-Theorie, oder „kognitive Algebra“**

Definition

Kognitive Algebra (cognitive algebra): Ein hypothetischer Prozess der Durchschnittsbildung bzw. Aufsummierung von Informationen über Persönlichkeitsmerkmale, während man sich einen Eindruck über andere Menschen bildet.



3.2 Soziale Wahrnehmung

Definition

Summation (summation):

Betrachter addieren die einzelnen Informationen über eine Person; wenn die bereits vorliegende Information sehr positiv ist, verbessert zusätzliche leicht positive Information den Eindruck.

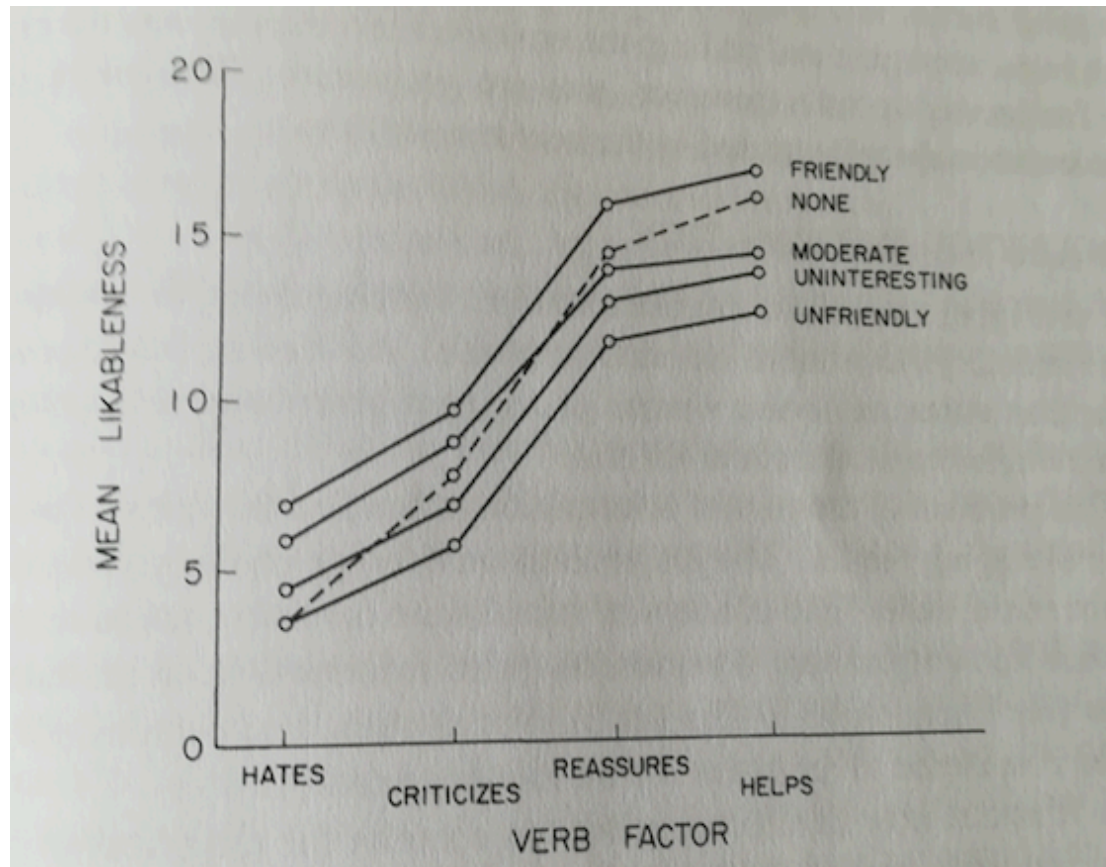
Definition

Durchschnittsbildung (averaging):

Der hypothetische Prozess, bei dem Betrachter den (gewichteten oder ungewichteten) Mittelwert der einzelnen Informationen über eine Person berechnen. Wenn die bereits vorliegende Information sehr positiv ist, verschlechtert zusätzliche leicht positive Information den Eindruck.



3.2 Soziale Wahrnehmung



Kritisches Experiment
zur Überprüfung der
gegenläufigen
Hypothesen
von Summation und
Durchschnittsbildung

The ____ man
____ people.

„Opposite effects
crossover eliminates
adding rule and
supports averaging
rule.“ (Anderson, 1981)

Anderson (1996, S. 119)



3.2 Soziale Wahrnehmung

Definition

Primacy-Effekt (primacy effect): Früher dargebotene Informationen haben bei der sozialen Wahrnehmung und Interpretation einen stärkeren Einfluss als später dargebotene.



3.2 Soziale Wahrnehmung

Nachlassende Aufmerksamkeit als Alternativerklärung für Primacy-Effekt

(Hendrick & Constantini, 1970)

Asch erklärte den Primacy-Effekt als Resultat des Versuchs, spätere Adjektive „passend zu machen“. Eine Alternativerklärung ist die nachlassende Aufmerksamkeit, die für eine stärkere Gewichtung früherer Adjektive sorgt.

P) *trusting – patient – respectful – stubborn – dominating – egotistical*

Q) *trusting – patient – respectful – withdrawn – silent – helpless*

Aus Vorstudie bekannt:

Subjektive Wahrscheinlichkeit, dass Person mit den ersten 3 Eigenschaften auch die zweiten 3 Eigenschaften hat: $P = .40$; $Q = .79$



3.2 Soziale Wahrnehmung

Nachlassende Aufmerksamkeit als Alternativerklärung für Primacy-Effekt

(Hendrick & Constantini, 1970)

Versuchspersonen bekommen die Liste vorwärts oder rückwärts vorgelesen

P) *trusting – patient – respectful – stubborn – dominating – egotistical*

Q) *trusting – patient – respectful – withdrawn – silent – helpless*

Anschliessend bewerten sie den Eindruck, den sie von der Zielperson bekommen haben, von 1 (sehr negativ) bis 8 (sehr positiv)

Der Primacy-Effekt ist definiert als „Bewertung-Vorwärts-Lesen“ (z.B. 5) minus „Bewertung-Rückwärts-Lesen“ (z.B. 4) = 1

Primacy-Effekt: $P = .84$; $Q = 1.04$



3.2 Soziale Wahrnehmung

Anderson vs. Asch

Algebraisches Modell (Anderson)

- Attribute haben eine feste Bedeutung und Bewertung
- Gesamtbewertung = gewichteter Durchschnitt der Einzelbewertungen

Konfigurationsmodell (Asch)

- Im Verstehensprozess stellen sich manche Attribute als zentral (vs. peripher) heraus, Bedeutung kann sich wandeln
- Zentrale Attribute haben einen entscheidenden Einfluss auf die Gesamtbewertung



3.3 Attributionstheorie



3.3 Attributionstheorie

Fritz Heider

***1896 in Wien + 1988 Lawrence, KS**

1921 Zusammenarbeit Wertheimer

1930 Einwanderung USA

Animation from:
Heider, F. & Simmel, M. (1944).
An experimental study of apparent behavior.
American Journal of Psychology, 57, 243-259.

Courtesy of:
Department of Psychology,
University of Kansas, Lawrence.





3.3 Attributionstheorie

Definition

Kausalattribution (causal attribution): Der Prozess, durch den Betrachter zu Schlussfolgerungen über die Ursachen des Verhaltens einer anderen Person gelangen.



3.3 Attributionstheorie

3.3.1 Theorie der korrespondierenden Schlussfolgerungen



3.3 Attributionstheorie

Definition

Theorie der korrespondierenden Schlussfolgerungen (correspondent inference theory): Nimmt an, dass Betrachter unter bestimmten Umständen aus einem beobachteten absichtlichen Verhalten auf entsprechende (korrespondierende) Absichten und Dispositionen schließen.



3.3 Attributionstheorie

Theory of Correspondent Inferences (Jones & Davis, 1965)

Korrespondierende Schlussfolgerung, Bsp.:

„Er trägt ein T-Shirt von den Beastie Boys, weil er die Gruppe sehr mag.“

Welche Informationen über eine Person
gewinnen wir durch ihr Verhalten?

„Sie besucht die Sozialpsychologie-Vorlesung,
weil...“

Informationsgewinn ist grösser, wenn (a) das Verhalten von der Norm abweicht und (b) die Person frei ist, sich so oder anders zu verhalten





3.3 Attributionstheorie

Definition

Analyse nicht gemeinsamer Auswirkungen (analysis of non-common effects): Betrachter schließen auf Absichten hinter Handlungen, indem sie die Konsequenzen der Verhaltensmöglichkeiten, die dem Handelnden offen standen, miteinander vergleichen und deren unterschiedliche Ergebnisse identifizieren.



3.3 Attributionstheorie

Merkmale von Universität X (ausgewählt)	Merkmale von Universität Y (nicht ausgewählt)	Handelt es sich um ein gemeinsames Merkmal der Alternativen?	Implikation für die Absicht
Gute Wohnmöglichkeiten	Gute Wohnmöglichkeiten	Gemeinsam	Keine
Sportanlagen	Sportanlagen	Gemeinsam	Keine
Freunde wollen dorthin	Freunde wollen dorthin	Gemeinsam	Keine
Großstädtischer Standort	Ländlicher Standort	Nicht gemeinsam	Universität X wird ausgewählt, weil die Kandidatin in der Großstadt leben wollte
Schlechte Reputation	Gute Reputation	Nicht gemeinsam	Universität X wird trotz des schlechteren Rufs ausgewählt; daher muss der Wunsch der Kandidatin nach einem großstädtischen Standort stark genug gewesen sein, um diese negative Eigenschaft wettzumachen

Tab. 3.1 Analyse nicht gemeinsamer Auswirkungen am Beispiel der Entscheidung für Universität X (Adaptiert nach Jones & Davis, 1965)



3.3 Attributionstheorie

Theory of Correspondent Inferences (Jones & Davis, 1965)

Analyse der Konsequenzen von Verhaltensoptionen:

Welche Konsequenzen sind ausschliesslich mit der gewählten Option verknüpft? („law of uncommon effects“)

„she desired the state of affairs to which her actions uniquely led“ (Gilbert, 1998)

Theorie nur geeignet für Attributionen von absichtsvollen Handlungen, deren Konsequenzen die handelnde Person kennt und herbeiführen kann.

Bsp.: Warum studiert jemand aus Basel an der UZH?



3.3 Attributionstheorie

3.3.2 Kovariationstheorie



3.3 Attributionstheorie

Definition

Kovariationstheorie (covariation theory): Nimmt an, dass Beobachter kausale Schlüsse über Verhalten ziehen, indem sie Daten über vergleichbare Fälle sammeln. Als Verhaltensursache wird vom Beobachter diejenige Person, Entität oder Situation angesehen, die mit dem beobachteten Effekt kovariiert.

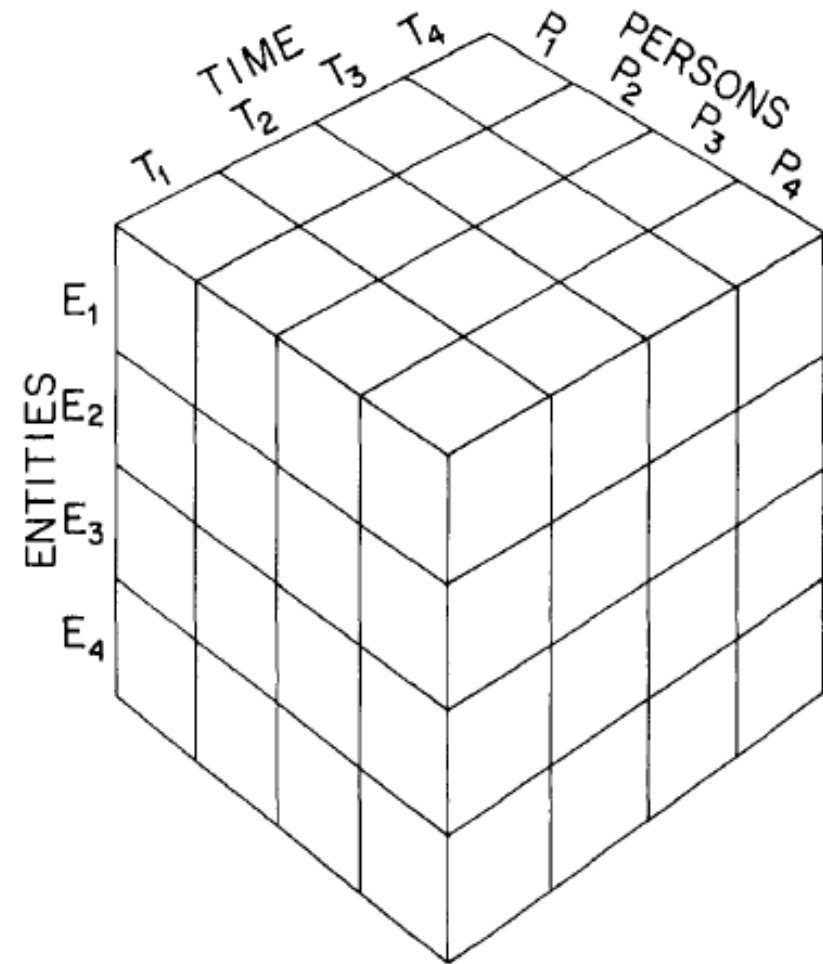


3.3 Attributionstheorie

Covariation Theory (Kelley, 1967)

ANOVA-Prinzip: Ein Effekt wird der Ursache zugeschrieben, mit der er über die Zeit kovariiert.

Ein Faktor ist dann ursächlich für ein Verhalten, wenn er vorliegt, wenn das Verhalten auftritt, und nicht vorliegt, wenn das Verhalten nicht auftritt.





3.3 Attributionstheorie

Definition

Distinktheitsinformation (distinctiveness information): Informationen darüber, wie ein Handelnder unter ähnlichen Umständen auf unterschiedliche Entitäten (d. h. Objekte) reagiert.



3.3 Attributionstheorie

Definition

Konsistenzinformation (consistency information): Informationen darüber, ob sich das Verhalten eines Handelnden gegenüber einer Entität in verschiedenen Situationen und zu verschiedenen Zeitpunkten unterscheidet.



3.3 Attributionstheorie

Definition

Konsensusinformation (consensus information): Informationen darüber, wie sich unterschiedliche Handelnde gegenüber derselben Entität verhalten.

3.3 Attributionstheorie

Covariation Theory

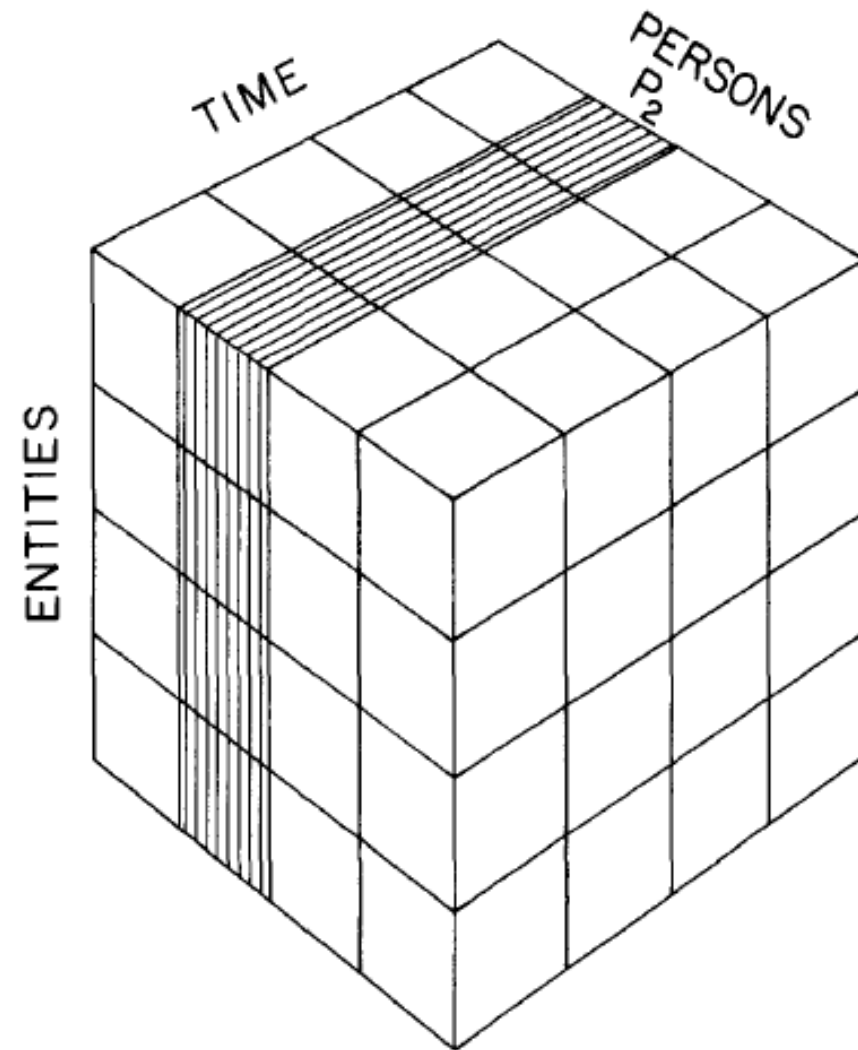
(Kelley, 1967)

Datenmuster für Attribution auf die Person

Bsp.: Flirtverhalten

Die subjektive Validität einer Personenattribution steigt, wenn sein Verhalten (z.B. Einschmeichlung) über Objekte niedrig **distinkt** ist (ähnlich gegenüber mehreren Objekten), über Situationen **konsistent**, und bei ihm mehr als bei anderen auftritt (niedriger **Konsensus**).

-> Er ist ein Schmeichler



3.3 Attributionstheorie

Covariation Theory

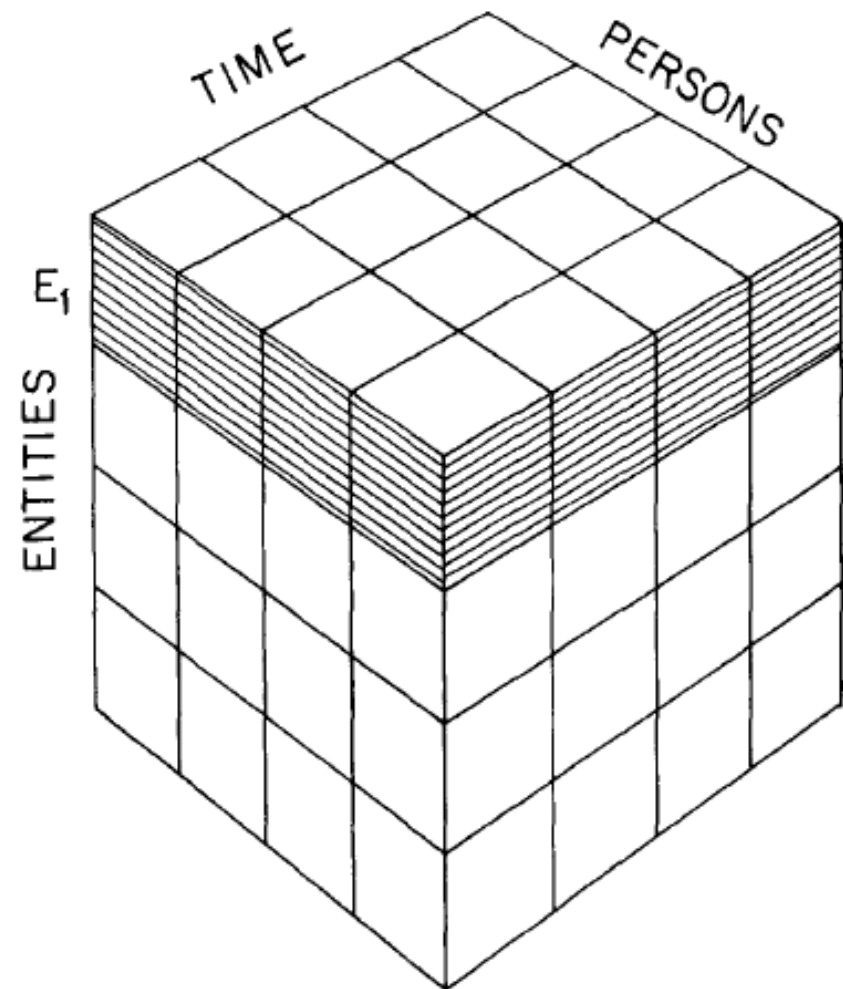
(Kelley, 1967)

Datenmuster für Attribution auf das Objekt

Bsp.: Flirtverhalten

Die subjektive Validität einer Objektattribution steigt, wenn das Verhalten (z.B. Einschmeichlung) bei vielen Person auftritt (hoher **Konsensus**), über Objekte **distinkt** (speziell bei ihr), und über Situationen **konsistent** ist.

-> Sie ist besonders attraktiv.



3.3 Attributionstheorie

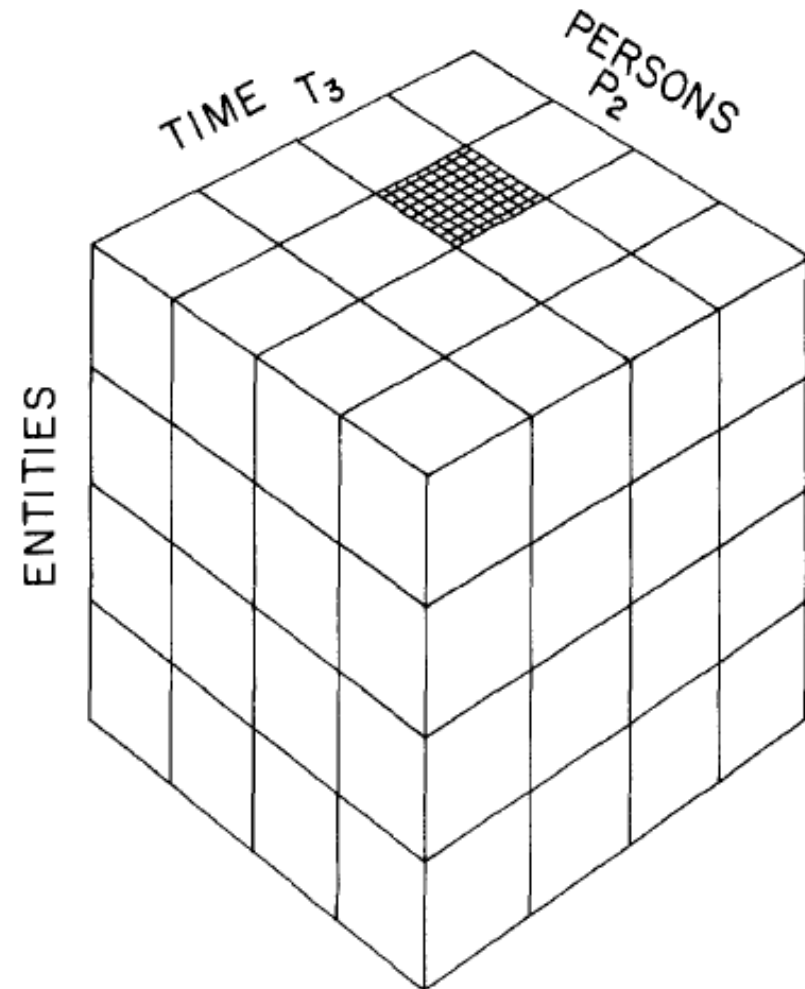
Covariation Theory (Kelley, 1967)

Datenmuster für Attribution auf die Situation

Bsp.: Flirtverhalten

Die subjektive Validität einer Situationsattribution steigt, wenn das Verhalten (z.B. Einschmeichlung) speziell bei ihm auftritt (niedriger **Konsensus**), über Objekte **distinkt** (speziell bei ihr), und über Situationen nicht **konsistent** ist.

-> Er hat einen im Tee.



3.3 Attributionstheorie

Covariation Theory

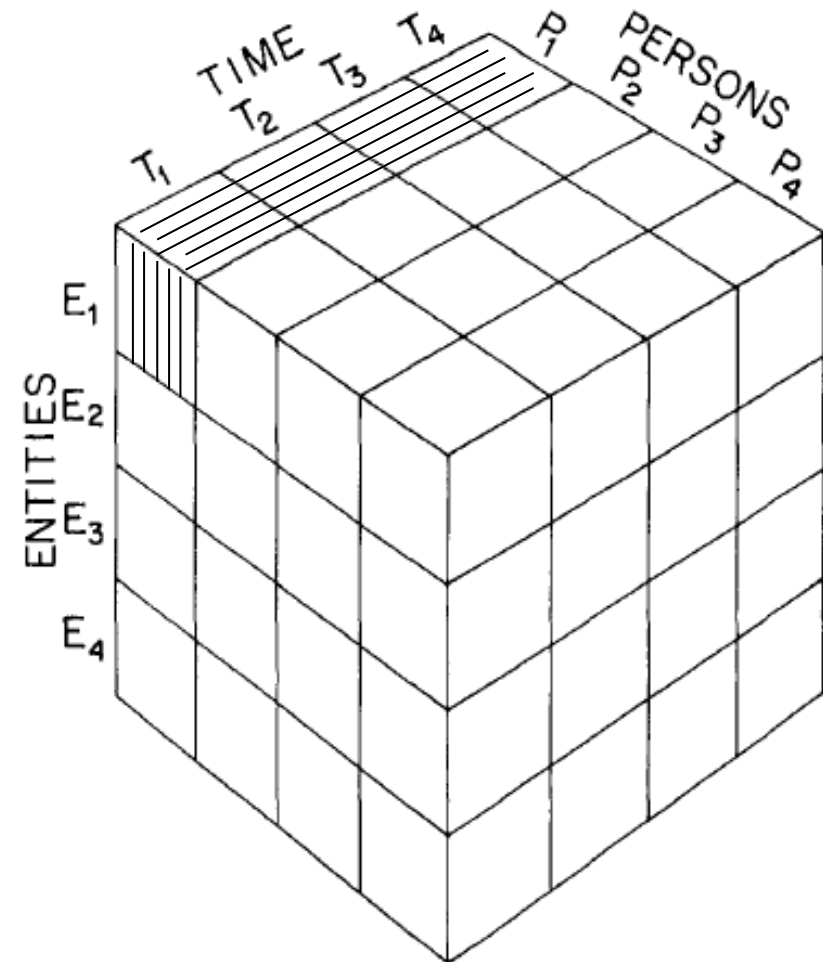
(Kelley, 1967)

Liebt er sie oder nicht?

Bsp.: Flirtverhalten

Die subjektive Validität einer Attribution auf eine Person-Objekt-Interaktion steigt, wenn das Verhalten (z.B. Einschmeichelung) speziell bei ihm auftritt (niedriger **Konsensus**), über Objekte **distinkt** (speziell bei ihr), und über Situationen **konsistent** ist.

-> Er liebt sie.





3.3 Attributionstheorie

Konsensus (über Personen hinweg)	Konsistenz (über Situationen hinweg)	Distinktheit (über Objekte hinweg)	Attribution
Gering (Außer Hermine sagt niemand, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Hoch (Hermine sagt in vielen unterschiedlichen Kontexten, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Gering (Hermine sagt von vielen Dingen, dass sie langweilig sind)	Personattribution Effekt kovariiert mit der Person: Es gibt etwas an Hermine, was sie dazu veranlasst, zu sagen, dass die Attributionstheorie langweilig ist.
Gering (Außer Hermine sagt niemand, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Gering (Hermine sagt nur in der Öffentlichkeit, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Hoch (Hermine sagt nicht, dass andere Dinge langweilig sind)	Kontextattribution Effekt kovariiert mit der Situation. Es gibt etwas an der Öffentlichkeit, was Hermine dazu veranlasst, zu sagen, dass die Attributionstheorie langweilig ist.
Hoch (Alle anderen sagen auch, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Hoch (Hermine sagt in vielen unterschiedlichen Kontexten, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Hoch (Hermine sagt nicht, dass andere Dinge langweilig sind)	Entitätsattribution Effekt kovariiert mit dem Objekt: Es gibt etwas an der Attributionstheorie, was Hermine dazu veranlasst, zu sagen, dass sie langweilig ist.
Gering (Außer Hermine sagt niemand, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Hoch (Hermine sagt in vielen unterschiedlichen Kontexten, dass die Attributionstheorie langweilig ist)	Hoch (Hermine sagt nicht, dass andere Dinge langweilig sind)	Interaktion zwischen Person und Entität Effekt kovariiert mit Hermine in Verbindung mit der Attributionstheorie: Es gibt etwas an der Kombination von beidem, was Hermine dazu veranlasst, zu sagen, dass diese Theorie langweilig ist.

Tab. 3.2 Vier Muster von Konsensus-, Konsistenz- und Distinktheitsinformationen und deren attributionale Implikationen (Adaptiert nach Kelley, 1967)



3.3 Attributionstheorie

Umfrage

- Die folgende kurze Umfrage enthält drei Aussagen, die sich auf das Auftreten eines Ereignisses beziehen.
 - Zu jeder dieser Aussagen finden Sie drei zusätzliche Informationen, die mit dem jeweiligen Ereignis in Zusammenhang stehen.
 - Ihre Aufgabe ist es, basierend auf den gegebenen Informationen zu entscheiden, warum das Ereignis aufgetreten ist. Hierfür stehen Ihnen vier alternative Ursachen zur Auswahl.
- Ihre Antworten können Sie über www.movo.ch abgeben.
- Zugangsschlüssel zu dieser Umfrage: **QY JA LU CA**



3.3 Attributionstheorie

Frage 1

Petra erschreckt sich vor dem Hund des Nachbarn.

Zusatzinformationen:

- a) In der Umgebung haben die meisten Leute Angst vor diesem Hund
- b) Vor anderen Haustieren fürchtet Petra sich nicht.
- c) Petra fürchtet sich vor dem Hund des Nachbarn sowohl wenn er in Nachbars Garten vor seiner Hütte an der Leine liegt als auch wenn sie dem Nachbarn mit seinem Hund auf einem Spaziergang begegnet.



3.3 Attributionstheorie

Frage 2

Beim Tanzen stolpert Ralf über Johannas Füße.

Zusatzinformationen:

- a) Fast jeder, der schon einmal mit Johanna getanzt hat, ist über ihre Füße gestolpert.
- b) Ralf ist ein geschickter Tänzer und stolpert fast nie über die Füße seiner Partnerinnen.
- c) In der Vergangenheit stolperte Ralf fast nie über Johannas Füße.



3.3 Attributionstheorie

Frage 3

Christoph, ein neuer Mitarbeiter, findet das Verhalten seines dienstältesten Arbeitskollegen ihm gegenüber unfair.

Zusatzinformationen:

- a) Seine Arbeitskollegen haben insgesamt das Gefühl, von diesem dienstältesten Kollegen gerecht behandelt zu werden.
- b) Christoph fühlt sich auch von seinen anderen Arbeitskollegen selten fair und wertschätzend behandelt.
- c) Wenn andere Personen Christoph in seinem bisherigen Leben gesagt haben, was er tun soll, und ihm vorgeschlagen haben, wie er es tun soll, hatte er oft das Gefühl, dass diese Personen sich über ihn erheben und ihn ausnutzen.



3.3 Attributionstheorie

3.3.3 Zugang zu Kovariationsinformationen



3.3 Attributionstheorie

Kausale Schemata

(Kelley, 1972)

Die Kovariationstheorie nimmt wiederholte Beobachtungen eines Verhaltens an

Für einmalige Beobachtungen stehen uns kausale Schemata zur Verfügung (allgemeines Erfahrungswissen über Bedingungen von Verhalten)

Zwei häufig angewendete Prinzipien:

Discounting Principle: Die Attribution auf eine Verhaltensursache wird abgeschwächt, wenn weitere Verhaltensursachen plausibel sind

Augmentation Principle: Die Attribution auf eine Verhaltensursache wird verstärkt, wenn hemmende Faktoren gleichzeitig wirksam sind



3.3 Attributionstheorie

Kausale Schemata (Kelley, 1972)

Discounting Principle

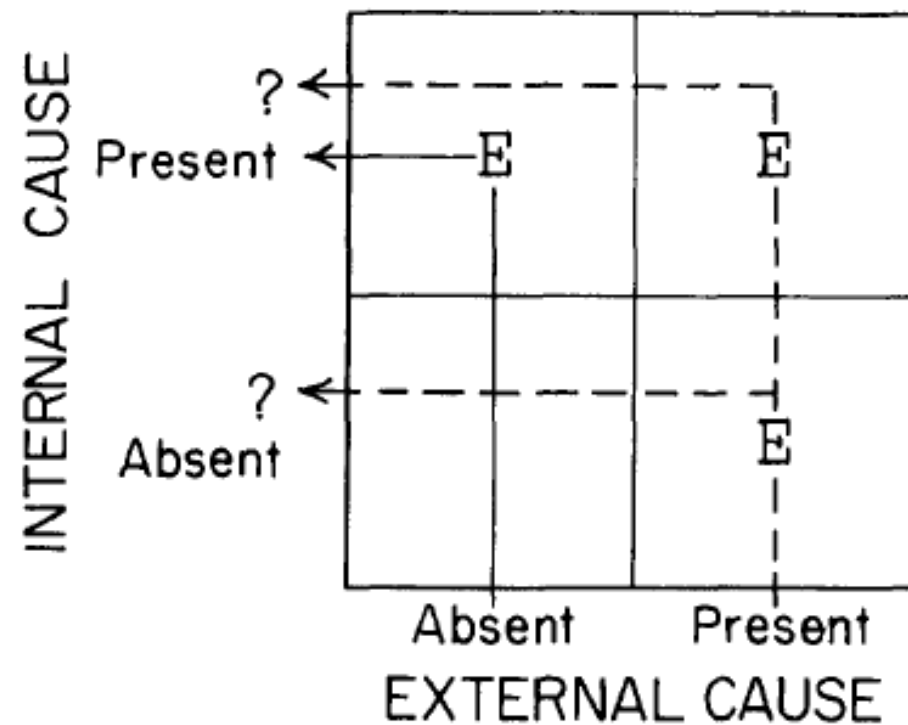


FIG. 7. Causal schema for multiple sufficient causes.



3.3 Attributionstheorie

Definition

Abwertungsprinzip (discounting principle): Aus dem Vorhandensein eines kausalen Faktors, der auf einen beobachteten Effekt hinwirkt, ergibt sich, dass andere potenzielle Faktoren weniger Einfluss ausüben. Gegenteil des ► Aufwertungsprinzips.



3.3 Attributionstheorie

Kausale Schemata

(Kelley, 1972)

Augmentation Principle

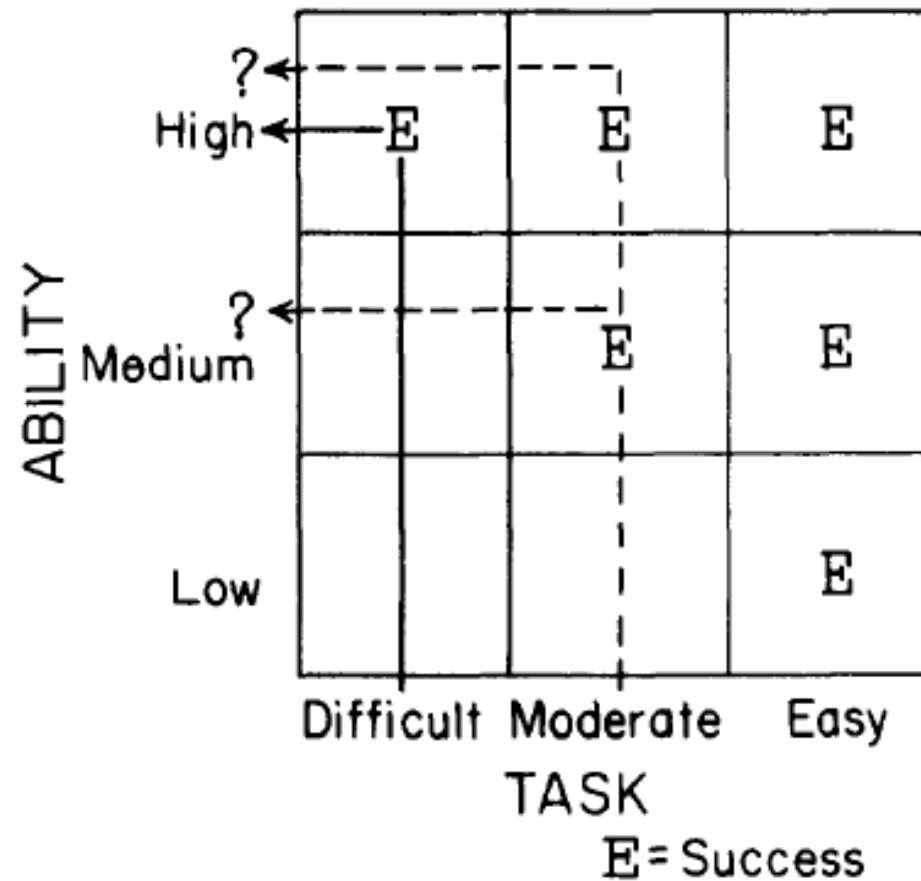


FIG. 8. Causal schema for compensatory causes.
(E = success.)



3.3 Attributionstheorie

Definition

Aufwertungsprinzip (augmenting principle): Die Annahme, dass Kausalfaktoren stärker sein müssen, wenn ein hemmender Einfluss auf einen beobachteten Effekt vorhanden ist. Gegenteil des ► Abwertungsprinzips.

3.3 Attributionstheorie

Kausale Schemata

(Kelley, 1972)

Berücksichtigung der Stärke des Verhaltens bei einem additiven Kausalen Schema

Welche Inferenz bietet sich an, wenn die Situation es nahelegt, jemandem besonders herzlich zu gratulieren (External Cause: Strongly Facilitative), aber die Gratulation nur relativ distanziert ausfällt (E)?

INTERNAL CAUSE	Strongly Facilitative	E	EE	EEE
	Weakly Facilitative		E	EE
	Inhibitory			E
		Inhibitory	Weakly Facilitative	Strongly Facilitative
		EXTERNAL CAUSE		

FIG. 13. Schema for compensatory causes and additive effects.



3.3 Attributionstheorie

3.3.6 Attributionen und Leistung



3.3 Attributionstheorie



Abb. 3.5 Haben unsere Schlussfolgerungen über die Ursachen von Erfolg und Misserfolg (z. B. in einer Prüfung) einen direkten Einfluss auf unsere zukunftsbezogenen Erwartungen, Motivationen und Emotionen? (© Robert Kneschke / Thinkstock)



3.3 Attributionstheorie

Attribution und Motivation (Weiner, 1985)

Attribution der eigenen Leistung lässt sich dreifach klassifizieren:

Locus: Sind interne oder externe Faktoren verantwortlich?

Stabilität: Sind diese Faktoren stabil oder vorübergehend?

Kontrollierbarkeit: Sind die Faktoren kontrollierbar oder unkontrollierbar?



3.3 Attributionstheorie

	Interne Ursache		Externe Ursache	
	Stabil	Instabil	Stabil	Instabil
Kontrollierbar	Können (z. B. Wissen, Fertigkeit)	Anstrengung	Dauerhafte situative und soziale Ressourcen (z. B. soziale Kontakte, finanzielles Vermögen)	Temporär verfügbare situative und soziale Ressourcen (z. B. Rat, Unterstützung)
Nicht kontrollierbar	Begabung (z. B. Intelligenz, Größe, Körperbau, motorische Koordination)	Energie	Leichtigkeit bzw. Schwierigkeit der Aufgabe	Glück/Zufall

Tab. 3.3 Mögliche Ursachen für Erfolg und Misserfolg (Adaptiert nach Weiner, 1979, 1985)



3.3 Attributionstheorie

Attribution und Motivation (Weiner, 1985)

Attribution der eigenen Leistung lässt sich dreifach klassifizieren:

Locus: Sind interne oder externe Faktoren verantwortlich?

Stabilität: Sind diese Faktoren stabil oder vorübergehend?

Kontrollierbarkeit: Sind die Faktoren kontrollierbar oder unkontrollierbar?

Die Einordnung spezifischer Ursachen in das Klassifikationsschema ist variabel, aber die drei Dimensionen zur Beschreibung sind konstant

Beispiel: Glück könnte man als externen, instabilen, und unkontrollierbaren Faktor klassifizieren (vgl. Tabelle 3.3 im Lehrbuch)

Jemand anders mag Glück aber als stabile Personeneigenschaft auffassen!



3.3 Attributionstheorie

Attribution und Motivation (Weiner, 1985)

Attribution hat Einfluss auf die Motivation u.a. durch Änderung der Erwartungen:

Wird die eigene Leistung durch stabile Faktoren erklärt, steigen die Erwartungen, ein ähnliches oder besseres Ergebnis zu erzielen.

Wird die eigene Leistung durch instabile Faktoren erklärt, bleiben die Erwartungen unverändert, oder es entsteht Hoffnung/Furcht vor anderen Ergebnissen.



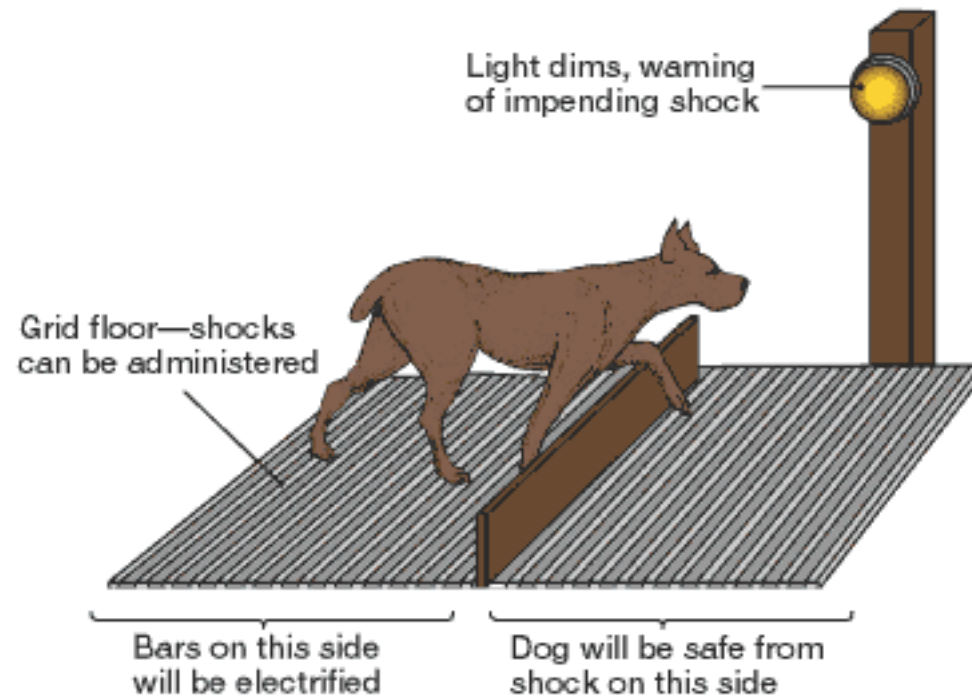
3.3 Attributionstheorie

3.3.7 Attributionen und Depression

3.3 Attributionstheorie

Attribution und Depression

Theorie der gelernten Hilflosigkeit (Seligman, 1975): Nicht-Kontingenz von Verhalten und Ergebnissen trägt zur Entwicklung einer Depression bei





3.3 Attributionstheorie

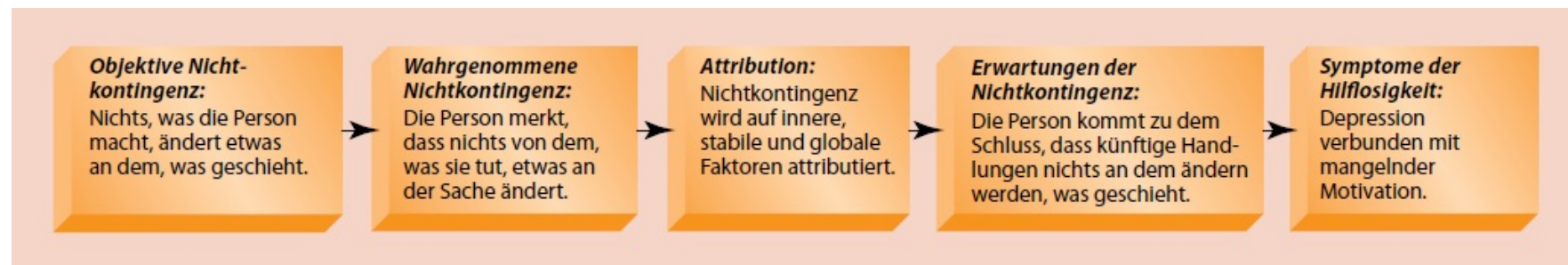


Abb. 3.6 Fünf Schritte in Richtung auf eine Depression: die attributionstheoretische Reformulierung der Theorie der gelernten Hilflosigkeit (Nach Abramson, Seligman, & Teasdale, 1978. Copyright © 1978 by the American Psychological Association. Adapted with permission. The use of APA information does not imply endorsement by APA.)



3.3 Attributionstheorie

	Interne Ursache		Externe Ursache	
	Stabil	Instabil	Stabil	Instabil
Global	Ich bin unattraktiv für Männer	Meine Gespräche langweilen Männer manchmal	Männer sind gegenüber intelligenten Frauen allzu sehr auf Konkurrenz bedacht	Männer sind manchmal in einer zurückweisenden Stimmung
Spezifisch	Ich bin unattraktiv für ihn	Meine Gespräche langweilen ihn manchmal	Er ist gegenüber intelligenten Frauen allzu sehr auf Konkurrenz bedacht	Er war in einer zurückweisenden Stimmung

Tab. 3.4 Mögliche Ursachen für Zurückweisung bei Verliebtheit (Adaptiert nach Abramson, Seligman, & Teasdale, 1978)



3.3 Attributionstheorie

Attribution und Depression

Viele Ereignisse sind unkontrollierbar, aber führen nicht zu Depression.
Verfeinerung der Theorie durch Abramson, Seligman, & Teasdale (1978):

1. Wenn sehr erwünschte Ergebnisse unerreichbar oder sehr aversive Ergebnisse unvermeidbar sind, und nichts im Verhaltensrepertoire des Individuums daran etwas ändern kann, entsteht Depression.
 2. Der Umfang der depressiven Defizite wird durch Attributionen (für die Hilflosigkeit) auf der Dimension global-spezifisch bestimmt.
 3. Die Chronizität der Depression wird durch Attributionen auf der Dimension stabil-instabil bestimmt.
 4. Das Ausmass der Beeinträchtigung des Selbstwertgefühls wird durch Attributionen auf der Dimension internal-external bestimmt
- > internale, stabile, und globale Attributionen besonders depressogen



3.3 Attributionstheorie

Definition

Theorie der gelernten Hilflosigkeit (learned helplessness theory): Die Hypothese, nach der Depressionen darauf beruhen, dass man lernt, dass Handlungsergebnisse nicht kontingent auf das eigene Verhalten folgen.



3.3 Attributionstheorie

Definition

Depressiver Realismus (depressive realism): Annahme, der zufolge die Realitätswahrnehmung depressiver Personen eher mit der Wirklichkeit übereinstimmt als die Realitätswahrnehmung nichtdepressiver Menschen.



3.3 Attributionstheorie

3.3.8 Fehlattribution von Erregung



3.3 Attributionstheorie

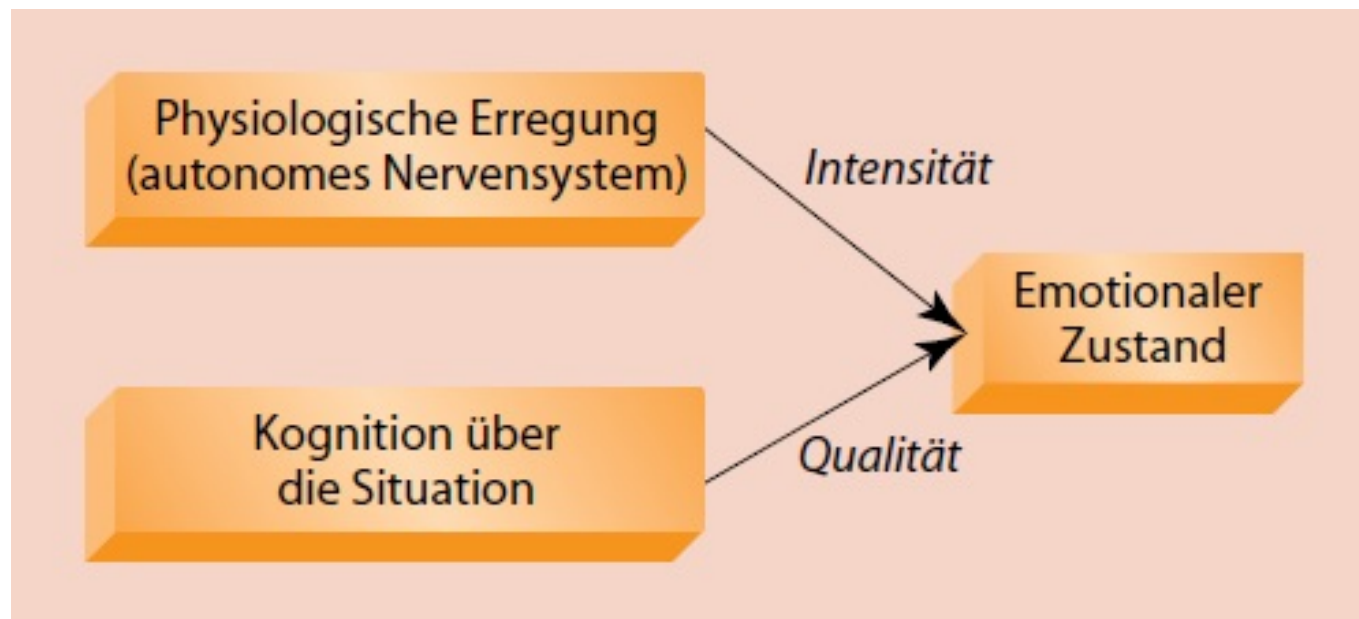


Abb. 3.7 Die Zweifaktorentheorie der Emotion nach Schachter (1964. Copyright © 1964. Adapted with permission from Elsevier.)

3.3 Attributionstheorie

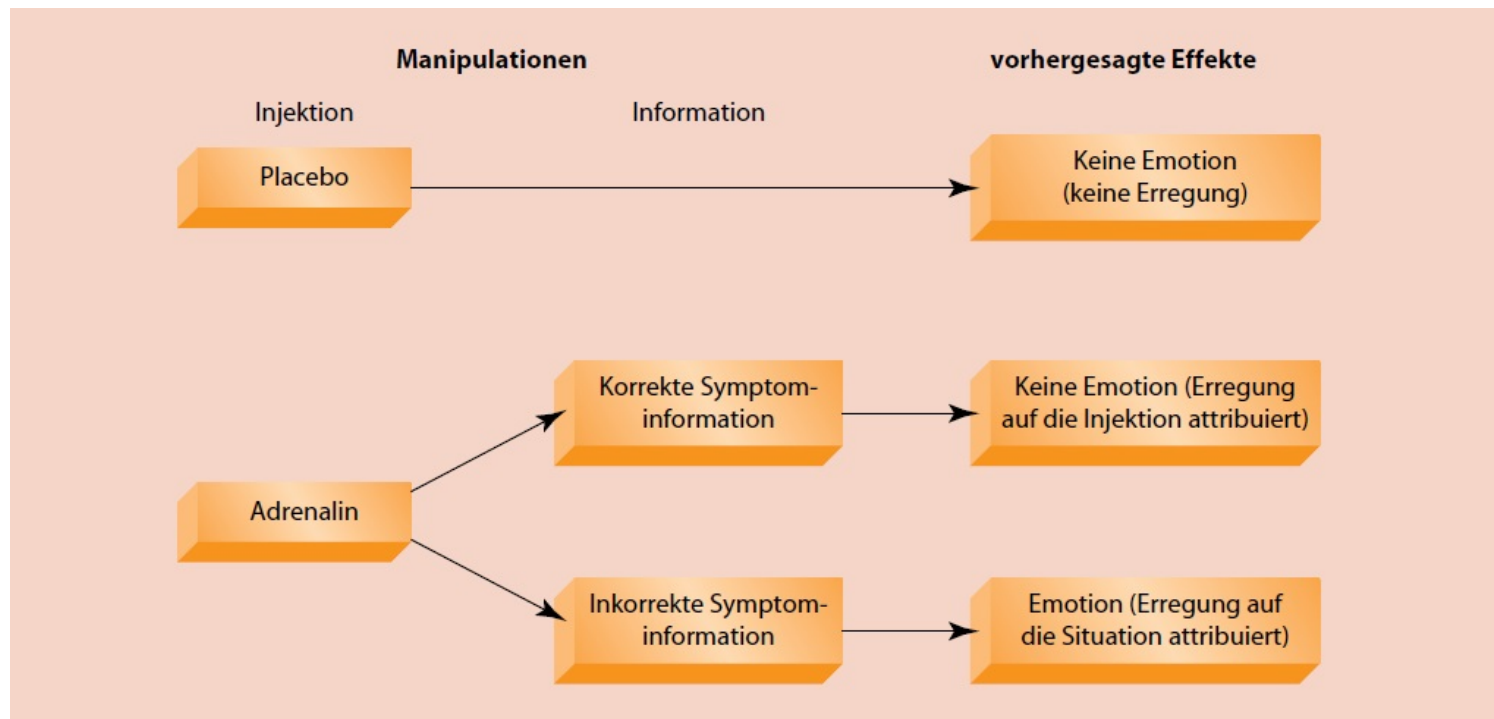


Abb. 3.8 Manipulationen und Vorhersagen im Experiment von Schachter und Singer (1962. Copyright © 1962 by the American Psychological Association. Adapted with permission. The use of APA information does not imply endorsement by APA.)



3.3 Attributionstheorie

3.3.9 Attributionsverzerrungen



3.3 Attributionstheorie

Essays über Castros Kuba

(Jones & Harris, 1967)

Studie angeblich über die Fähigkeit, Persönlichkeit einzuschätzen auf der Grundlage minimaler Information

51 Studierende lesen die Klausur eines anderen Studenten, in der dieser (a) Castros Kuba kritisieren, (b) verteidigen, oder (c) kritisieren oder verteidigen sollte

Abhängige Variable: Einschätzung der wahren Einstellung des Studenten gegenüber Castro (10 = Anti und 70 = Pro)

Hypothese: Wahrgenommene Wahlfreiheit beeinflusst die Attribution einer korrespondierenden Einstellung nur, wenn die Richtung des Aufsatzes nicht normativ ist (Interaktionshypothese)



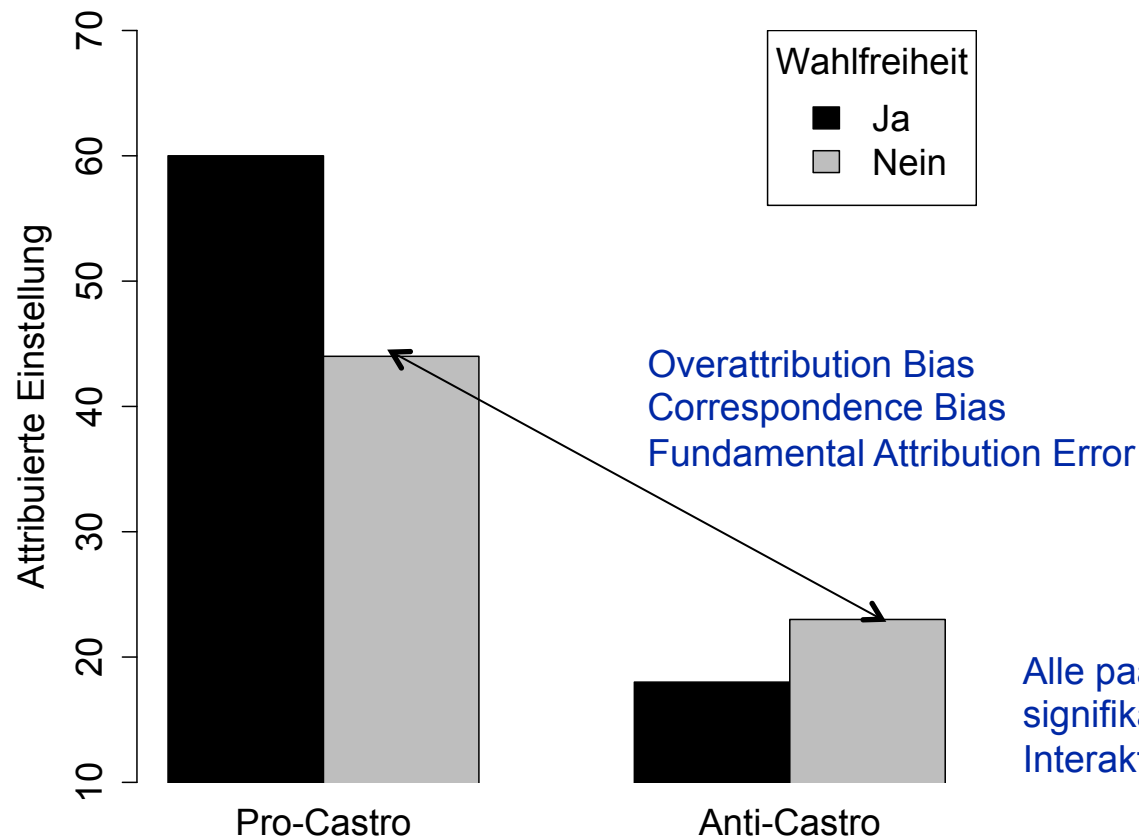


3.3 Attributionstheorie

Essays über Castros Kuba (Jones & Harris, 1967)



Mittelwerte Studie 1



Alle paarweisen Vergleiche
signifikant;
Interaktion nicht signifikant



3.3 Attributionstheorie

Definition

Korrespondenzverzerrung (correspondence bias): Die hypothetische Neigung, aus einem beobachteten Verhalten auf eine persönliche Disposition zu schließen, die diesem Verhalten entspricht (korrespondiert), selbst wenn das Verhalten durch die Situation bestimmt war.



3.3 Attributionstheorie

Quizmaster Study

(Ross, Amabile, & Steinmetz, 1977)

Studie 1 untersucht angeblich, wie sich Menschen einen Eindruck über Allgemeinwissen bilden.

Je zwei von 24 männlichen oder 24 weiblichen Studierenden kommen ins Labor und werden offensichtlich zufällig den sozialen Rollen „Quizmaster“ und „Kandidat“ zugeteilt.

Abhängige Variable: 100-Punkte-Skala zur Einschätzung des Allgemeinwissens (Selbst, Partner), wobei 50 = Stanford-Durchschnitt

Hypothese: Versuchspersonen vernachlässigen die sozialen Rollen und überschätzen das Wissen der Quizmaster bzw. unterschätzen das Wissen der Kandidaten



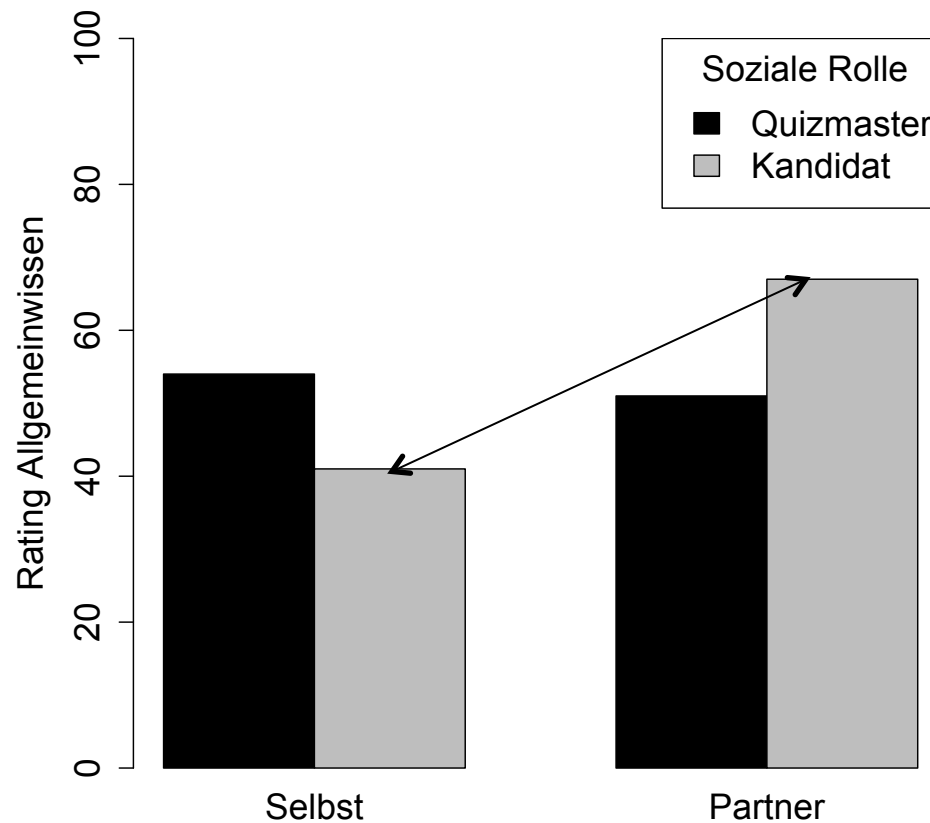
-> Kandidaten beantworten
nur 4/10 Fragen richtig

3.3 Attributionstheorie

Quizmaster Study

(Ross, Amabile, & Steinmetz, 1977)

Mittelwerte Studie 1





3.3 Attributionstheorie

Quizmaster Study

(Ross, Amabile, & Steinmetz, 1977)

Studie 2 wiederholt Studie 1 mit Beobachtern der Quizmaster-Kandidaten-Interaktion

Zwei weibliche Konföderierte inszenieren die Interaktion aus Studie 1

24 Beobachterpaare schätzen das Allgemeinwissen der beiden ein

Ergebnis:

Mittelwert Quizmaster = 82

Mittelwert Kandidatin = 49





3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Quattrone, 1982)

Bis in die 80er Jahre so gut wie keine Erklärung
der psychologischen Prozesse hinter
Attributionsverzerrungen

Attributionstheorien waren rationale Baseline-
Theorien

Quattrone wendet eine Tversky & Kahneman
(1974)-Idee an: Die Anchor-Adjust-Heuristic

Schätzung des Anteils afrikanischer Länder in
den vereinten Nationen

Anker 10: Median 25%

Anker 65: Median 45%





3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse

(Quattrone, 1982)

Quattrone: Dispositionale Schlussfolgerungen sind der Anker, situationale Informationen werden zur Korrektur benutzt

Im Einstellungs-Attributions-Paradigma wird nach der Disposition der Zielperson gefragt – durch andere Fragen lässt sich der Anker verschieben!

Indirekte Evidenz für die Anker-Korrektur-Hypothese durch „Umkehrung“ des Correspondence Bias



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Quattrone, 1982)

Experiment 1 angeblich über den Einfluss von Versuchsleiter-Erwartungen und andere Störeinflüsse bei psychologischen Experimenten:

„Some subjects, to be positively evaluated, may respond to cues the experimenter gives off concerning what he or she thinks are the appropriate ways to behave. Experimenters ... may occasionally convey personal opinions and pet hypotheses by their appearance, by their manner of delivering instructions, ...“



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Quattrone, 1982)

Umgedrehtes Einstellungs-Attributions-Paradigma:

Versuchspersonen lesen einen Aufsatz einer (fiktiven) früheren Versuchsperson über Marihuana und sollen den Einfluss des Versuchsleiters einschätzen.

4 Versuchsbedingungen:

Einstellung des Schreibers vor
dem Schreiben

Richtung des
Aufsatzes

Pro

Pro

Neutral

Anti

Anti

Neutral





3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Quattrone, 1982)

Mittelwerte Studie 1 – eingeschätzter Einfluss des
Versuchsleiters (Skala von -24 bis +24):



Situationale (!)
Überattribution

Einstellung des Schreibers vor
dem Schreiben

Richtung des
Aufsatzes

Pro

Anti

Pro
4.06

Neutral
6.87

Anti
-5.94

Neutral
-6.94



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Quattrone hat nicht erklärt, warum die Korrektur nicht ausreichend ist
Gilbert schlagen folgende Sequenz der sozialen Wahrnehmung vor:

1. Was macht der Akteur? (**Categorization**)
2. Was sagt das Verhalten über die Person (wie in Jones & Harris, 1967) oder die Situation (Quattrone, 1982)? (**Characterization**)
3. Welche zunächst vernachlässigten Bedingungen können das Verhalten erklären? (**Correction**)

-> Bei 2. fokussieren Menschen auf das attributionale Element (Person oder Situation), das sie am meisten verstehen wollen: Das, worüber sie am wenigsten wissen, oder das, worüber sie explizit aufgefordert werden nachzudenken



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse

(Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Quattrone hat nicht erklärt, warum die Korrektur nicht ausreichend ist

Categorization -> Characterization -> Correction

3-stufiges Modell der Attribution:

Categorization und Characterization finden automatisch (ohne Denkaufwand) statt, Correction erfordert kognitive Ressourcen

(Bisher war man der Meinung dass 2. und 3. Denkaufwand erfordern: Anwendung von Regeln wie dem law of uncommon effects)



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Studie 1: Versuchspersonen sehen kurze Stummfilme, in denen eine Frau mit einer Fremden redet – das sind angeblich die Themen:

Relaxing Topics Condition	Anxious Topics Condition	Target Behavior
Fashion trends	Public humiliation	Anxious
World travel	Hidden secrets	Anxious
Great books	Sexual fantasies	Anxious
Favorite hobbies	Favorite hobbies	Relaxed
Foreign films	Embarassing moments	Anxious
Ideal vacations	Ideal vacations	Relaxed
Best restaurant	Personal failures	Anxious



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Manipulation der kognitiven Beschäftigung:

Eine Aufgabe: Der Hälfte der Versuchspersonen wurde nur gesagt, dass sie am Ende der Filmdarbietungen die Frau aus dem Video einschätzen sollten

Zwei Aufgaben: Der anderen Hälfte wurde zusätzlich die Aufgabe gegeben, die Themen der Konversation in den 7 Filmen auswendig zu lernen

Abhängige Variable: Einschätzung der Trait Ängstlichkeit der Frau

Hypothese: Kognitive Beschäftigung behindert Correction



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Ergebnisse Studie 1, Skala von 1 (gelassen) bis 13 (ängstlich):

Table 2
Subjects' Perceptions of Target's Trait Anxiety

Discussion topic	One task		Two tasks	
	<i>M</i>	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>n</i>
Relaxing	10.31	12	9.28	13
Anxious	7.79	11	8.88	11
Difference	2.52		0.40	

Note. Higher values indicate greater perceived trait anxiety.



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse

(Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Studie 2: Die Manipulation der kognitiven Beschäftigung war relativ künstlich – gibt es alltagsnähere Formen mit demselben Effekt?

Versuchspersonen hören einen Aufsatz, den angeblich eine andere Versuchsperson geschrieben hat, und zwar mit der Instruktion, entweder pro oder anti Abtreibung zu argumentieren (Aufsatzschreiber hatte keine Wahlfreiheit!).

Aufgabe der eigentlichen VPN: Einschätzen der wahren Einstellung des Aufsatzschreibers.

„You will have to use all of your skills and intuitions as a person perceiver to figure out what he really believes!“



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Studie 2: Manipulation der kognitiven Beschäftigung

Die Hälfte der Versuchspersonen hörte dem Vorleser zu, während sie sich darauf vorbereitete, **selbst** einen Aufsatz über ein vorgegebenes Thema zu schreiben und vorzulesen!

Abhängige Variable: Eingeschätzte Einstellung des Aufsatzschreibers, von 1 (absolut gegen) bis 13 (absolut für) legale Abtreibung



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse

(Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Ergebnisse Studie 2:

Table 4

Subjects' Perceptions of Target's Attitude Toward Abortion

Target's essay	One task		Two tasks	
	<i>M</i>	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>n</i>
Proabortion	8.7	11	10.6	13
Antiabortion	5.4	13	4.2	10
Difference	3.3		6.4	

Note. Higher values indicate more proabortion attitudes.



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse

(Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Attribution besteht aus zwei Prozessen, die unterschiedlich viel Denkarbeit („kognitive Ressourcen“) benötigen

Characterization ist ein relativ automatischer Prozess

Correction erfordert Nachdenken und kann daher leicht gestört werden

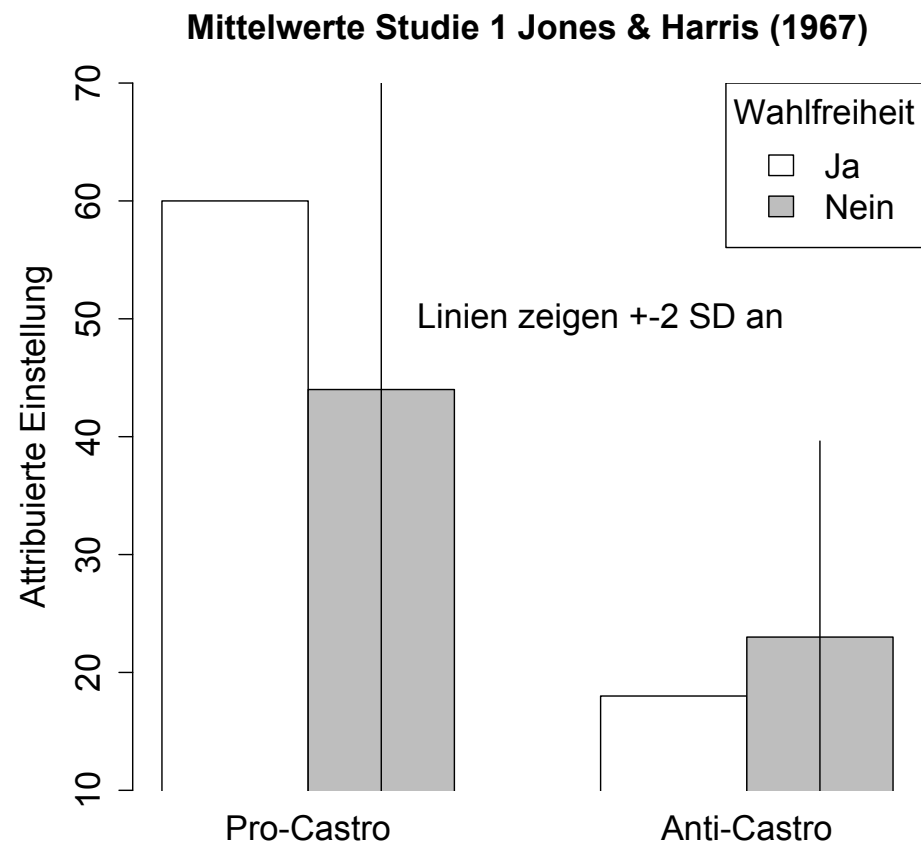
Wie kann diese Prozessunterscheidung die Attributionsverzerrung in typischen Attributionsexperimenten erklären?



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Zurück zu Castro:





3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse

(Gilbert, Pelham, & Krull, 1988)

Die grosse Varianz in der No-Choice-Bedingung, besonders bei einer kontranormativen Richtung des Aufsatzes, ist typisch für Experimente mit dem Attitude-Attribution-Paradigma

Viele Versuchspersonen zeigen keine Attributionsverzerrung! (Sie wurden ja auch nicht abgelenkt oder mit einer Zweitaufgabe kognitiv belastet)

Die Versuchspersonen, bei denen die Attributionsverzerrung auftritt, haben sich selbst abgelenkt. Wann sind wir schon im Kino oder beim Lesen voll auf eine Szene oder Seite konzentriert?

„More often we find ourselves attending primarily to one thing, but secondarily and simultaneously to a host of others (e.g., intrusive thoughts, uncomfortable chairs, full bladders, or the anchovy aficionado in the next seat).“ (Gilbert et al., p. 739)



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert & Malone, 1995)

Vier Erklärungen für vier Arten des Correspondence Bias:

1. Menschen sind sich der Einflüsse der Situation nicht bewusst – sie sind unsichtbar oder werden falsch verstanden
„Schreib einen Pro-Castro-Aufsatz!“ hört man nicht, sieht man nicht, und man könnte es als zarte Aufforderung oder als Befehl verstehen
2. Menschen haben unrealistische Vorstellungen über Verhalten
Man denkt, man würde sich selbst der Anweisung „Schreib einen Pro-Castro-Aufsatz“ widersetzen
3. Menschen interpretieren das Verhalten falsch
In der Erwartung eines Pro-Castro-Aufsatzes interpretiert man den Pro-Castro-Aufsatz als besonders Pro-Castro (vgl. Snyder & Frankel, 1976)



3.3 Attributionstheorie

Attributionsverzerrungen und Prozesse (Gilbert & Malone, 1995)

Vier Erklärungen für vier Arten des Correspondence Bias:

4. Menschen korrigieren ihre erste Attribution nicht

-> S.O.



3.3 Attributionstheorie

Sind Attributionsverzerrungen ein Problem?

(Gilbert, 1998, pp. 27-32)

Bekommen Versuchspersonen eine „faire Chance“, die Einflüsse der Situation zu entdecken?

Explizite Instruktionen, die Persönlichkeit einer anderen Person einzuschätzen, „verführen“ die Versuchspersonen zu einer Attribution des Verhaltens auf die Persönlichkeit, während sie für den Einfluss der Situation „nur“ korrigieren.

Auf der anderen Seite kommt es im Alltag genauso wenig vor, dass man Hinweise auf die Einflüsse der Situation auf dem Silberteller präsentiert bekommt.



3.3 Attributionstheorie

Sind Attributionsverzerrungen ein Problem?

(Gilbert, 1998, pp. 27-32)

Correspondence Bias ist pragmatisch nur bedeutsam, wenn Situation und Person unabhängig sind!

Viele Situationen suchen wir uns im Einklang mit unserer Persönlichkeit aus („self-induced constraint“).

- Was ist, wenn der Aufsatzschreiber sich den Debattier-Coach aussucht, weil er weiss, dass er seinen Leuten die Aufgabe gibt, einen Pro-Castro-Aufsatz zu schreiben?

Manche Situationen haben Bestand, obwohl sie nicht mit der Persönlichkeit übereinstimmen („omnipresent constraint“). In diesem Fall ist der Correspondence Bias ein Fehler, aber er führt zu richtigen Verhaltensvorhersagen.

- Was ist, wenn der Aufsatzschreiber jeden Tag gezwungen wird, einen Pro-Castro-Aufsatz zu schreiben?



3.3 Attributionstheorie

Das 3-stufige Modell im Entwicklungsverlauf

(Hagá et al., 2014)

Hypothese: Jungen Kindern fallen alle drei Stufen weniger leicht als älteren Kindern und Studierenden; dies trifft besonders auf Correction zu

Studie 1

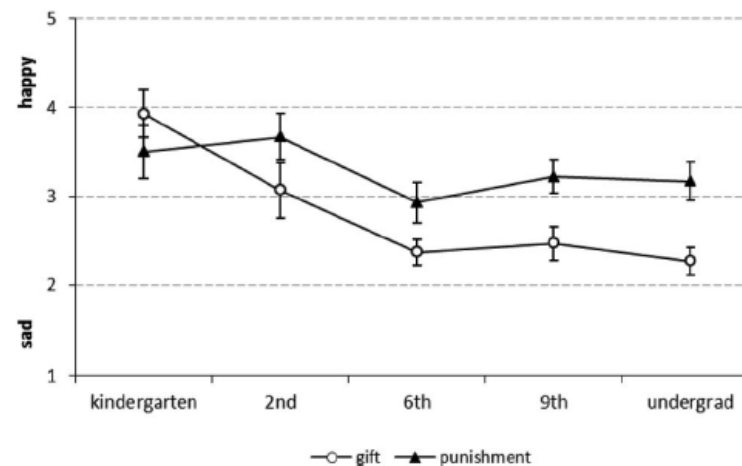


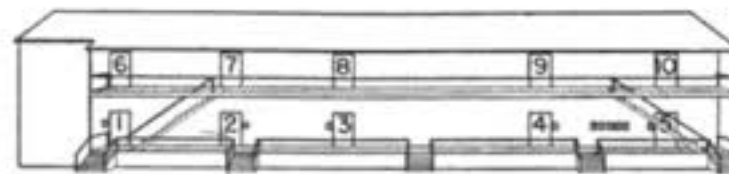
Figure 1. Mean values for the perceived dispositional sadness of the target across grade levels in the two experimental conditions of Study 1. Error bars represent the standard error of the mean.



3.3 Attributionstheorie

Attributionsfehler: Was wäre die Sozialpsychologie ohne sie?

„Many of the best known and most provocative studies in our field depend, for their impact, upon the reader's erroneous expectation that ... personal dispositions will overcome relatively mundane situational variables.“ (Ross, 1977, p. 186)



Schematic Diagram of a Westgate West Building





Erwähnte Literatur

SOZIALE WAHRNEHMUNG

Asch, S.E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.

Asch, S.E. (1987). *Social psychology*. New York: Oxford University Press.

Nauts, S., Langner, O., Huijsmans, I., Vonk, R., Wigboldus, D.H.J. (2014). Forming impressions of personality: A replication and review of Asch's (1946) evidence for a primacy-of-warmth effect in impression formation. *Social Psychology*, 45, 153-163.

Anderson, N.H. (1981). *Foundations of information integration theory*. New York: Academic Press.

Anderson, N.H. (1996). *A functional theory of cognition*. New York: Psychology Press.

Hendrick, C., & Constantini, A.F. (1970). Effects of varying trait inconsistency and response requirements on the primacy effect in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, 158-164.



Erwähnte Literatur

ATTRIBUTION - THEORIE

Heider, F., & Simmel, M. (1944). An experimental study of apparent behavior. *American Journal of Psychology*, 57, 243-259.

Jones, E.E., & Davis, K.E. (1965). From acts to dispositions: The attribution process in person perception. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 219-266). New York: Academic Press.

Kelley, H.H. (1967). Attribution theory in social psychology. In D. Levine (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 15, pp. 192-238). Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

Kelley, H.H. (1972). Causal schemata and the attribution process. In E.E. Jones (Ed.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior* (pp. 151-174). Morristown, NJ: General Learning Press.

Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92, 548-573.

Seligman, M.E. (1975). *Helplessness: On depression, development, and death*. San Francisco, CA: Freeman.

Abramson, L.Y., Seligman, M.E.P., & Teasdale, J.D. (1978). Learned helplessness in humans: Critique and reformulation. *Journal of Abnormal Psychology*, 87, 49-74.

Schachter, S., & Singer, J. (1962). Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 69, 379-399.



Erwähnte Literatur

ATTRIBUTION – VERZERRUNGEN

Jones, E.E., & Harris, V.A. (1967). The attribution of attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3, 1-24.

Ross, L.D., Amabile, T.M., & Steinmetz, J.L. (1977). Social roles, social control, and biases in social-perception processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 485-494.

Quattrone, G.A. (1982). Overattribution and unit formation: When behavior engulfs the person. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 593-607.

Gilbert, D.T., Pelham, B.W., & Krull, D.S. (1988). On cognitive busyness: When person perceivers meet persons perceived. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 733-740.

Gilbert, D.T., & Malone, P.S. (1995). The correspondence bias. *Psychological Bulletin*, 117, 21-38.

Gilbert, D. T. (1998). Speeding with Ned: A personal view of the correspondence bias. In J. M. Darley & J. Cooper (Eds.), *Attribution and social interaction: The legacy of E. E. Jones*. Washington, DC: APA Press.

Hagá, S., Garcia-Marcques, L., & Olson, K.R. (2014). Too young to correct: A developmental test of the three-stage model of social inference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107, 994-1012.

Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, 173-220.



Ausblick

- 1 Einführung in die Sozialpsychologie
- 2 Forschungsmethoden in der Sozialpsychologie
- 3 Soziale Wahrnehmung und Attribution
- 4 **Soziale Kognition**
- 5 Das Selbst
- 6 Einstellungen
- 7 Strategien zur Einstellungs- und Verhaltensänderung
- 8 Sozialer Einfluss
- 9 Aggression
- 10 Prosoziales Verhalten
- 11 Affiliation, zwischenmenschliche Anziehung und enge Beziehungen
- 12 Gruppendynamik
- 13 Gruppenleistung und Führung
- 14 Vorurteile und Intergruppenbeziehungen
- 15 Sozialpsychologie und kulturelle Unterschiede