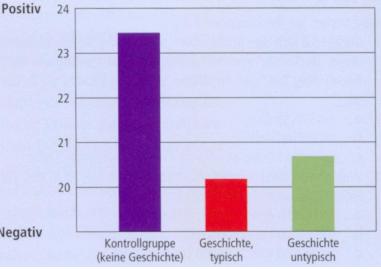


Sozialpsychologie Vorlesung 2 - 4

2. Vorlesung: Soziale Kognition

Automatische Prozesse:

Automatische Prozesse	<ul style="list-style-type: none"> - „Autopilot“: Überwacht Umgebung, zieht Schlussfolgerungen, steuert Handlungen - Meist unbewusst - Starre, festgefahren Art des Denkens, die zu Fehlurteilen führen kann - Z. T. entwickeln sich Denkprozesse auch durch Übung, wichtig da kognitive Ressourcen begrenzt sind
Schemata	<ul style="list-style-type: none"> - Mentale Strukturen zur Organisation von Wissen in Themenbereichen bezüglich der sozialen Welt - Umfasst Annahmen und Wissen über Soziale Rollen und Situationen - Je mehrdeutiger/unbekannter die Situation, desto eher wird auf Schemata zurückgegriffen
Empirisch: Schemata ?	<p>Kelley:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorläufige Beschreibung Dozent: Positiv vs. negativ - Nachfolgende Bewertung ist auf solchen Dimensionen beeinflusst, in denen keine eindeutige Bewertung aus der Interaktion abgeleitet werden konnte (z.B. Humor) -> Schemata
Schemata: Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> - Steuern Aufmerksamkeit und Erinnerungen - Inkonsistente Informationen werden ignoriert - Bsp: Hinzufügen von Aspekten zu einer Situation im Nachhinein, die nie passiert sind (Retrospektive Irrtümer)
Schemata: Zugänglichkeit	<p>Welches Schemata kommt wann zur Anwendung?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chronisch hohe Verfügbarkeit eines Konzeptes (z. B. durch Familiengeschichte) 2. Priming (was man direkt vor dem Ereignis gedacht/getan hat, verstärkt die Verfügbarkeit eines Schemas)
Empirisch: Priming	<ul style="list-style-type: none"> - Bargh et al.: <ul style="list-style-type: none"> - Aktivierung von Höflich- oder Unhöflichkeitsschema durch Priming - Danach: Versuchsleiter ansprechen, der im Gespräch ist - Unhöflich-geprämt: Unterbrechen häufiger - Higgins et al. <ul style="list-style-type: none"> - Positive vs. Negative Wörter auswendig lernen - 70% der positiv-Gruppe und nur 10% der negativ-Gruppe haben einen positiven Eindruck von Donald
Schemata: Entstehungsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Kultur: Andere Erfahrungen/Interpretation führt zu anderen Schemata - Gut entwickelte Schemata für persönlich Wichtiges - Reduzierung von Informationsflut
Definition: Heuristiken	<ul style="list-style-type: none"> - Mentale Abkürzungen: Effizient, zweckdienlich, führen bei Zeitaufwand zu guten Entscheidungen - Arten: <ul style="list-style-type: none"> - Verfügbarkeitsheuristik - Repräsentativitätsheuristik - Anker- und Anpassungsheuristik - Auf Generalisierung begründete systematische Urteilsverzerrung
Verfügbarkeitsheuristik	<ul style="list-style-type: none"> - Das Urteil wird auf Basis der Leichtigkeit gebildet, mit der Informationen aus dem Gedächtnis abgerufen/generiert werden können - Hilfreich: Wichtigere/häufigere Dinge werden leichter erinnert - Problem: Führt zu Fehlurteilen - <i>Empirisch: Schwartz et al.</i> <ul style="list-style-type: none"> - Erinnern an 6/12 selbstsicheren/unsicheren Situationen - Die Leichtigkeit, mit der die Aufgabe erledigt werden konnte, hatte Einfluss auf die post-hoc Selbsteinschätzung
Repräsentativitäts-heuristik	Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Einzelfall zu einer bestimmten Kategorie gehört wird als höher eingeschätzt, je größer die Übereinstimmung/Ähnlichkeit zwischen Prototyp und Einzelfall ist

Anker- und Anpassungsheuristik	<ul style="list-style-type: none"> - Urteile und Entscheidungen werden auf Basis eines Anfangspunktes (Anker) getroffen, der durch eine Problemformulierung/andere Person/Ereignis vorgegeben ist - Menschen verankern und passen ihre Urteile im Laufe der Schätzung unzureichend an - <i>Empirisch:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Englich et al.: Richter verhängten höhere Gefängnisstrafe, wenn die Anklage statt einem niedrigen ein hohes Strafmaß empfahl - Tversky & Kahnemann: Drehen des Glücksrads -> Höheres/Niedrigeres Schätzen von Afrikanischer Staaten in der UNO 								
Auf Generalisierung begründete systematische Urteilsverzerrung	<ul style="list-style-type: none"> - Informationsstichproben, von denen bekannt ist, dass sie fehlerhaft, verzerrt, untypisch sind, werden generalisiert - <i>Empirisch: Hamill et al.</i> <i>Geschichte über sozialhilfebeziehende Mutter, negativ dargestellt -> Mutter wurde als typische/untypische Vertreterin dargestellt</i>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategorie</th> <th>Wert</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kontrollgruppe (keine Geschichte)</td> <td>23.5</td> </tr> <tr> <td>Geschichte, typisch</td> <td>20.0</td> </tr> <tr> <td>Geschichte untypisch</td> <td>20.5</td> </tr> </tbody> </table>	Kategorie	Wert	Kontrollgruppe (keine Geschichte)	23.5	Geschichte, typisch	20.0	Geschichte untypisch	20.5
Kategorie	Wert								
Kontrollgruppe (keine Geschichte)	23.5								
Geschichte, typisch	20.0								
Geschichte untypisch	20.5								
Weitere Bias	<p>von Baron et al.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negativity Bias: Negative Informationen bleiben länger im Gedächtnis - Optimistic Bias: Menschen glauben, dass ihnen gute Ereignisse eher passieren als anderen -> Nachteil: Planning fallacy (Unterschätzen der Zeit zur Vollendung einer Aufgabe) 								
Selbsterfüllende Prophezeiung	<ul style="list-style-type: none"> - Schemata schaffen eine bestimmte Erwartung an eine Person, die man unbewusst selbst bestätigen kann - Schemata beeinflussen das eigene Verhalten einer Person gegenüber -> sorgt dafür, dass die Erwartungen zu Realität werden - <i>Empirisch: Führt unabsichtliches Verhalten von Lehrern/Eltern zur Erfüllung niedrigerer Erwartungen an Schulleistungen von Mädchen?</i> <ul style="list-style-type: none"> - Sadker & Sadker: Jungen erfahren häufig bevorzugte Behandlung - Rosenthal & Jacobsen: Willkürliche Einteilung von Kindern in weniger-/leistungsstark -> „leistungsstark“-Gruppe wurde bevorzugt 								
Bedingungen zur Entstehung von Selbsterfüllende Prophezeiung	<ul style="list-style-type: none"> - Harris & Perkins: Ablenkung durch Memorieren einer 8 stelligen Zahl -> bedeutendere SEP (Nervenaktivität im Gehirn) - Effekt lässt sich nicht verhindern 								

Kontrollierte Prozesse:

Kontrollierte Prozesse	<ul style="list-style-type: none"> - Denken, das bewusst, absichtlich, freiwillig und mit Aufwand geschieht - Tritt umso eher auf, je wichtiger die Entscheidung ist - Mensch ist darauf programmiert, zunächst alles zu glauben (Gilbert) - <i>Empirisch: Harkness et al.</i> <i>Strategien zum Ausgehen mit Frauen führte zu weniger akkurate Ergebnissen, es sei denn, die Frauen dachten, dass sie an einer Partnerschaftsuntersuchung teilnehmen</i>
Unterdrücken von Gedanken	<ul style="list-style-type: none"> - Monitor-Prozess: Auf der Suche nach Anzeichen, dass der Gedanke in das Bewusstsein kommt (Automatischer Prozess) - Operator-Prozess: Anstrengender, bewusster Versuch, etwas anderes zu finden (Kontrollierter Prozess) - Überlastung -> Monitor ist weiter aktiv, Operator nicht

Fazit:

Verbesserung des menschlichen Denkens?	<ul style="list-style-type: none"> - Subjektive Sicherheit bezüglich Richtigkeit von Urteilen -> mehr Bescheidenheit nötig - Lehren von statistischen und methodischen Prinzipien
--	--

3. Vorlesung: Soziale Perzeption

Soziale Perzeption	<ul style="list-style-type: none"> - Untersuchung der Frage, wie Menschen sich einen Eindruck von anderen Menschen bilden und wie daraus Schlussfolgerungen gezogen werden
--------------------	---

Implizite Persönlichkeitstheorien

Implizite Persönlichkeitstheorien	<ul style="list-style-type: none"> - Spezifisches Schema, das verwendet wird, um verschiedene Persönlichkeitseigenschaften zu gruppieren - Schema zum ausfüllen von Lücken - Schließen von einer kleinen Menge von Informationen auf weitere - Kulturabhängig - Voraussetzungen: Zentrale und periphere Eigenschaften
-----------------------------------	--

Attributionsprozesse

Attributionstheorie	<ul style="list-style-type: none"> - Beschreibung, wie Menschen sich die Gründe für ihr eigenes Verhalten und das anderer erklären - Bei anderen wird aus beobachtetem Verhalten Folgerungen über Wesen und Motive gezogen
Heider	<ul style="list-style-type: none"> - Internale Attribution: Innere Einstellung, Persönlichkeit -> Vorliebe für interne Attributionen bei der Zuschreibung - Externste Attribution: Umgebungsvariablen -> Verhalten anderer in selber Situation - Jones & Davis: Wahlfreiheit ist entscheidend dafür, ob ein Verhalten auf interne Ursachen attribuiert wird
Kovariationsprinzip	<p>Kelley:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bei der Attributionsfindung bezüglich der Ursachen eines Verhaltens werden die Gegebenheiten betrachtet, in denen sich das Verhalten zeigte und versucht so systematisch die Beweggründe zu isolieren - 3 Dimensionen: Person, Zeit, Entität -> Beobachtungen aus allen Dimensionen konstruieren Kausalattributionen - Informationstypen: <ul style="list-style-type: none"> - Konsensus: Vergleich Verhalten unterschiedlicher Personen gegenüber selben Stimulus - Distinktheit: Vergleich von Verhalten einer Person gegenüber verschiedenen Stimuli - Konsistenz: Vergleich von Verhalten einer Person gegenüber des selben Stimulus über eine längere Zeit - Empirisch bestätigt - Ausnahmen: <ul style="list-style-type: none"> - Informationen zum Konsensus werden nicht in so hohem Ausmaß herangezogen, wie Kelley dachte - Nicht in allen Situationen liegen ausreichende Informationen vor – Attribution wird dennoch vorgenommen
Fundamentaler Attributionsfehler	<p>Ross:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Tendenz, das Verhalten anderer Menschen ausschließlich anhand von Persönlichkeitsmerkmalen zu erklären und dabei die Macht des sozialen Einflusses zu unterschätzen - Empirisch: Jones & Harris <ul style="list-style-type: none"> - <i>Aufsätze mit Stellungnahmen für oder gegen Fidel Castro und Variierung der Wahlfreiheit</i> - <i>Pro-Castro mit Wahlfreiheit schätzen die Einstellung des Schreibers ebenfalls Pro-Castro ein und umgekehrt</i> - <i>Auch ohne Wahlfreiheit kommt es häufig zu Personattribution</i>

Ursachen: Fundamentaler Attributionsfehler !	<ul style="list-style-type: none"> - Mensch und nicht die Situation hat perzeptuelle Salienz (Auffällige Objekte beeinflussen Ursachenzuschreibung) - <i>Empirisch: Taylor & Fiske</i> <ul style="list-style-type: none"> - Kreisförmige Aufstellung von VPs als Beobachter mit 2 VPs in der Mitte (Akteure) -> anschließend Frage, welcher Akteur die Führung übernommen hatte - Antworten waren von dem Beeinflusst was im Mittelpunkt stand -> Verwendung eines Ankers
Fundamental Attributionsfehler: Spotlighteffekt !	Tendenz, die Salienz unserer Handlungen und unseres Äußeren zu überschätzen -> Gedankliche Übertreibung
Fundamental Attributionsfehler: Akteur-Beobachter-Divergenz !	Jones & Nisbett: <ul style="list-style-type: none"> - Fundamental Attributionsfehler spielt bei Selbstwahrnehmung eine geringere Rolle - Dieselbe Handlung kann beim Beobachter eine dispositionale Attribution hervorrufen, beim Handelnden aber eine situative -> Ursache: perzeptuelle Salienz
Fundamental Attributionsfehler: Selbstwertdienliche Attributionen !	<ul style="list-style-type: none"> - Unter bestimmten Bedingungen führen wir unser eigenes Verhalten eher auf uns als Person zurück (Bsp. Erfolg) - Ursachen: Stützung des Selbstbildes, positive Selbstdarstellung, verfügbare Informationen
Fundamental Attributionsfehler: Akkuratheit von Attributionen !	<ul style="list-style-type: none"> - oftmals nicht akkurate - Ursachen: Fundamental Attributionsfehler, Verwendung von Schemata - Warum glauben wir, dass Eindrücke der Realität entsprechen? <ul style="list-style-type: none"> - Eindrücke sind immer eingeschränkt - Steuern von Eindrücken durch selbsterfüllende Prophezeiung - Weil häufig andere Beobachter mit uns übereinstimmen

4. Vorlesung: Stereotype und Vorurteile

Stereotype und Vorurteile	<ul style="list-style-type: none"> - Gefährlich, allgegenwärtig - bestehen aus: <ul style="list-style-type: none"> - Affektive/emotionale Komponente: pos. vs. neg. Vorurteile Eine feindselige/negative Einstellung gegenüber Menschen einer bestimmten Gruppe, basierend auf deren Mitgliedschaft - Kognitive Komponente: Stereotyp Generalisierung über eine Gruppe von Menschen, bei der man allen Mitgliedern der Gruppe identische Eigenschaften zuschreibt, ohne Beachtung gegebener Variationen unter den Mitgliedern - Verhaltenskomponente: Diskriminierung Ungerechtfertigte negative oder schädliche Handlung gegen ein Mitglied einer Gruppe, lediglich wegen der Zugehörigkeit zu dieser Gruppe -> Oft unwillkürliche/automatische Handlungen, die das Stereotyp bestätigen: <ul style="list-style-type: none"> - Konfirmatorische Fragetechniken - Selbsterfüllende Prophezeiungen
Wirkungen	<ul style="list-style-type: none"> - Geschlecht: <ul style="list-style-type: none"> - Geschlechtsunterschiede werden durch Stereotype überschätzt - Attributionsmuster ändern sich mit angenommenem Geschlecht -> Erfolg: Männer -> Fähigkeiten, Frauen -> Glück - stereotype threat = Besorgnis von Mitgliedern einer Minderheitsgruppe, dass ihr Verhalten ein Stereotyp bestätigen könnte (Steele et al.)
Rückwirkungen auf den Selbstwert	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Clark & Clark: Schwarze Kinder spielen lieber mit einer weißen Puppe (hübscher, überlegen)</i> - <i>Goldberg: Frauen beurteilen Artikel besser, bei männlichem Autor</i>

Ursachen von Vorurteilen/Stereotypen

Ursachen	<ul style="list-style-type: none"> - Angeborene Komponente - Schemata und mentale Abkürzungen - Inhalte von Vorurteilen werden gelernt - Normativen Regeln und Neigung zur Konformität - Sind häufig institutionalisiert - Soziale Kategorisierung - Automatische Aktivierung - Illusorische Korrelation - Ultimativer Attributionsfehler - Selbsterfüllende Prophezeiung - Theorie des realistischen Gruppenkonflikts
Soziale Kategorisierung	<ul style="list-style-type: none"> - Reize werden gemäß ihrer Ähnlichkeit gruppiert - Geht einher mit Eigengruppen-Bevorzugung und Fremdgruppen- Homogenität - Empirisch: Fremdgruppen-Homogenität (Quattrone & Jones) <i>Mitglieder konkurrierender Universitäten: Beurteilung der Menge von Mitgliedern aus der Fremd-Gruppe zu der Schätzung, wie viele ähnlich entscheiden wie ein Beispielvertreter aus der Gruppe, ist höher als bei der Eigen-Gruppe -> Wenn man etwas über ein Fremd-Gruppen Mitglied weiß, hat man eher das Gefühl, etwas über alle von Ihnen zu wissen</i>
Automatische Aktivierung	<ul style="list-style-type: none"> - Auch nicht vorurteilsbeladenen Personen sind Stereotype bekannt, sie werden automatisch aktiviert - Zweistufenmodell: Devine <ul style="list-style-type: none"> - Automatischer Prozess: Unbewusstes aktivieren von Stereotypen - Kontrollierter Prozess: Menschen ohne Vorurteile können Stereotype mit kontrollierter Verarbeitung unterdrücken oder übergehen - Empirisch: Greenberg & Pyszczynski <i>Rassistischer Kommentar in einer Debatte wird von einer schwarzen Person als negativer beurteilt als von einer weißen Person</i>
Illusorische Korrelation	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn die Erwartung besteht, dass zwei Dinge miteinander in Beziehung stehen, machen wir uns selber vor, dass es so ist - tritt bei besonderen/auffälligen Personen/Ereignisse am ehesten auf -> Minoritäten und negativer Verhaltensweisen sind sehr auffällig, wird das gekoppelt bleibt es besonders stark im Gedächtnis
Ultimativer Attributionsfehler	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentaler Attributionsfehler wird auf eine komplette Gruppe übertragen – die Fremdgruppe - Stereotype sind negative dispositionale Attributionen - Situative Aspekte, die zu Verhalten führen, werden unterschätzt - Bsp: Opfer ist Schuld an Opferrolle -> Gerechte Welt
Selbsterfüllende Prophezeiung	<ul style="list-style-type: none"> - Unsere Erwartung bestimmt unser Verhalten, dieses beeinflusst das Verhalten der Person - Empirisch: Weiße Interviewer vs. schwarze Bewerber -><i>Interviewer: Saßen weiter entfernt, stotterten, beendeten früher</i>
Theorie des realistischen Gruppenkonflikts	Begrenzte Ressourcen führen zu Konflikten zwischen Gruppen und münden in Vorurteilen und Diskriminierung

Abbau von Stereotypen und Vorurteilen

Abbau	<p>Besondere Art von Kontakt</p> <p>6 Bedingungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wechselseitige Abhängigkeit - Gemeinsames Ziel - Gleicher Status - Kontakt in freundlicher, informeller Umgebung - Kontakt mit mehreren Mitgliedern - Soziale Normen, die Gleichheit zwischen Gruppen fördern und unterstützen
Beispiel: Jigsaw-Klasse	<ul style="list-style-type: none"> - integrierte Klasse mit Teamarbeit - Teamarbeit um Lernmaterial zu verstehen - Abnahme von Stereotypen/Vorurteilen und eine Zunahme von Sympathie - Ursachen: Dissonanzreduktion - Wenn man zum Wohle anderer handelt, ändert sich auch die Einstellung, Empathie-Fähigkeit wird gestärkt

Sozialpsychologie Vorlesung 5 - 8

5. Vorlesung: Interpersonal attraction

Bedingungen für Attraktion

Effekt der Nähe	<ul style="list-style-type: none"> - Je häufiger wir einen Menschen sehen/mit ihm interagieren, desto wahrscheinlicher ist es, dass er unser Freund wird - Wirkt aufgrund von Vertrautheit und mere exposure -> Wir neigen umso eher dazu, einen Reiz zu mögen, je mehr wir diesem Reiz ausgesetzt sind - Ähnlichkeit und Nähe bedingen sich wechselseitig und verstärken sich - Warum? <ul style="list-style-type: none"> - Annahme dass uns ähnliche Menschen mögen - Soziale Bestätigung - Nicht Übereinstimmung führt zu Ablehnung
Reziproke Zuneigung	<ul style="list-style-type: none"> - Entscheidende Determinante für unsere Zuneigung zu A ist das Ausmaß, von dem wir annehmen, dass A uns mag - Kann durch selbsterfüllende Prophezeiung zur Realität werden
Attraktivität	<ul style="list-style-type: none"> - Maßgebliche Determinante, ob man eine zufällige Bekanntschaft wieder sehen möchte - Wird durch Sozialisation bestimmt und mit bestimmten Merkmalen verbunden - Kindchenschema, Reife, das Mittelmaß (nicht das Extreme) - Kulturrübergreifend - Je mehr Gesichter zusammengemorphert werden, desto attraktiver -> Es entsteht ein typisches, vertrautes Gesicht
Positive Gefühle	<p>Emotionen haben einen direkten/indirekten Effekt auf Anziehung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Direkter Effekt: Wenn jemand durch Belohnungsreize positive Stimmung auslöst - Indirekter Effekt: Wenn man jemanden kennenlernt, mag man ihn nach einem Misserfolg weniger als nach einem Erfolg
Equity Theorie	<p>Menschen mit den Beziehungen sind am glücklichsten, in welchen die Kosten und Nutzen der einen Person den Kosten und Nutzen der anderen Person entsprechen -> ausgewogene Beziehungen</p>

Erklärungsmodelle für Liebe

Sozialer Austausch in Langzeitbeziehungen	<ul style="list-style-type: none"> - Erleben von Nutzen bleibt auch über die Zeit wichtig, Kosten werden zunehmend wichtig mit der Zeit - Bindung ist abhängig von Kosten und Nutzen, Vergleichsniveau und Menge der Investitionen (die verloren gehen würden) - Ausgewogenheit: <ul style="list-style-type: none"> - Freundschaften/Austauschbeziehungen beherrscht von Bedürfnis nach Gerechtigkeit - Familie, Liebespartner, enge Freundschaft: Ausgewogenheit wird nicht so stark erwartet wie in Austauschbeziehungen - Evolutionäre Erklärungen: Trivers Aufgrund unterschiedlicher Reproduktionsstrategien suchen Männer und Frauen unterschiedliche Dinge in einer Beziehung
---	---

Bindungsstile

Bindungsstile	<ul style="list-style-type: none"> - Die Erwartungen, die Menschen über Beziehungen mit anderen entwickeln, basierend auf der Beziehung, die sie mit ihrer primären Bezugsperson hatten - Sicherer B.-Stil: Bezugspersonen, die auf Bedürfnisse reagieren; Kinder sehen sich selbst als wertvoll an - Vermeidender B.-Stil: In sich gekehrte Bezugspersonen, die Intimität schroff abweisen; Kinder finden es schwierig, intime Beziehungen zu entwickeln - Ängstlich/ambivalenter B.-Stil: Bezugspersonen, die unbeständig in Zuneigung sind; Kinder sind ängstlich, da sie nie wissen, wie Bezugsperson auf Bedürfnisse reagieren wird
---------------	---

6. Vorlesung: Einstellung & Einstellungsänderung

Einstellung	<ul style="list-style-type: none"> - Bewertung von Menschen, Objekten oder Ideen - Bestehen aus einer positiven oder negativen Reaktion auf etwas - Ursache: <ul style="list-style-type: none"> - Genetischer Ursprung - Soziale Erfahrungen/soziales Lernen - Kognitiv basierte Einstellung: Bewertung durch Überzeugung bezüglich der Eigenschaften des Objektes - Affektiv basierte Einstellungen: Einstellung, die mehr auf Gefühle und Werte gründet als auf Überzeugungen (Auch klassische Konditionierung) - 3 Komponenten: <ul style="list-style-type: none"> - Affektive Komponente: Emotionale Reaktion - Kognitive Komponente: Gedanken & Überzeugungen bezüglich des Objektes - Verhaltenskomponente: Verhalten in Zusammenhang mit Einstellungsobjekt
Klassische Konditionierung	<ul style="list-style-type: none"> - Stimulus 1 -> Stimulus 2 -> Gute Gefühle (Mottenkugeln -> oma -> pos.) - Nach vielen Wiederholungen: Stimulus 1 -> Gute Gefühle (Mottenkugeln -> pos.)
Operante Konditionierung	<p>Verhalten gegenüber dem Einstellungsobjekt (Spielen mit Kind anderer Herkunft)</p> <p>-> Positive Bestärkung oder Bestrafung (Elterliche Zustimmung/Missbilligung)</p> <p>-> Positive/Negative Einstellung gegenüber dem Einstellungsobjekt</p>
Verhaltensbasierte Einstellungen	<ul style="list-style-type: none"> - Einstellung, die auf Beobachtung des eigenen Verhaltens gegenüber einem Einstellungsobjekt basiert
Stärke und Zugänglichkeit von Einstellungen	<ul style="list-style-type: none"> - Je stärker, desto resistenter gegenüber Veränderungen - Je stärker, desto konsistenter ist die Einstellung mit Verhalten

Einstellungsänderung

Einstellungsänderung	Einstellungen sind soziale Phänomene, Einstellungen können geändert werden durch das, was andere Menschen sagen oder tun
Kognitive Dissonanztheorie	<ul style="list-style-type: none"> - Einstellung oder Verhalten werden so verändert, dass beide konsistent sind - Wenn man sich inkonsistent zu eigener Einstellung verhält, kommt es zu Einstellungsänderung, um Konsistenz zu wahren
Persuasive Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - Ansprache oder Werbespot, die eine bestimmte Sichtweise vertritt oder befürwortet - Gestaltung durch Betrachtung der Kommunikationsquelle, Mitteilung und Zuhörerschaft - Befunde der Yale Studien: <ul style="list-style-type: none"> - Sender: Sprecher mit Fachkenntnis und attraktive Sprecher wirken überzeugender - Mitteilung: <ul style="list-style-type: none"> - Zweiseitige Botschaften funktionieren besser, wenn Gegenargumente widerlegbar sind - Primacy-Effekt, wenn beide Argumente hintereinander gebracht werden und man sich erst später entscheidet - Recency-Effekt, wenn Pause zwischen Argumenten und Entscheidung direkt hinterher - Zuhörerschaft: Zuhörerschaft die abgelenkt/weniger intelligent/durchschnittlichen Selbstwert/zwischen 19 und 25 ist wird eher überzeugt

Persuasive Kommunikation: Zentrale und periphere Wege	<ul style="list-style-type: none"> - Petty & Cacioppo: Elaboration-Likelihood-Modell <ul style="list-style-type: none"> - Führt aus, unter welchen Umständen man eher vom Inhalt und wann eher von oberflächlichen Charakteristiken beeinflusst wird - Einstellungsänderungen durch persuasive Kommunikation über: <ul style="list-style-type: none"> - Zentraler Weg: Bei Fähigkeit und Motivation, den Argumenten Aufmerksamkeit zu schenken - Peripherer Weg: Es findet eine nur oberflächliche Verarbeitung statt - Je relevanter ein Thema ist, umso eher ist Motivation vorhanden, andernfalls wird mentale Abkürzung gewählt - Moderierende Persönlichkeitsvariable: need for cognition Manche Menschen haben mehr Freude daran, Dinge zu durchdenken als andere, diese schlagen eher den Weg der zentralen Verarbeitung ein - Die Art der Verarbeitung ist deswegen relevant, weil Überzeugungen, die auf zentralem Weg gewonnen wurden, länger beibehalten werden und eher verhaltensrelevant werden
Persuasive Kommunikation: Wirkung von Emotion	<ul style="list-style-type: none"> - Emotionen können Einstellungsänderungen auf verschiedene Art und Weise beeinflussen <ul style="list-style-type: none"> - Bei positiver Stimmung eher periphere Verarbeitung - Bei neutraler oder negativer eher zentraler Weg - Empirisch: Bless et al. <ul style="list-style-type: none"> - Studierende wurden in gute/schlechte Stimmung versetzt, hörten Rede über Studiengebühren mit schwachen/starken Argumenten - Studierende in guter Stimmung änderten ihre Meinung auch bei schwacher Argumentation - Emotionen sind besonders wirksam bei affektiv basierten Einstellungen
Immunisierung	<ul style="list-style-type: none"> - Inoculation - Einstellungsimpfung <ul style="list-style-type: none"> - Verabreichung von kleinen Dosen von Gegenargumenten ist hilfreich - Führt auch bei über periphere Wege vermittelten Einstellungen dazu, dass zentrale Verarbeitung nachgeholt wird - Reaktanz <ul style="list-style-type: none"> - Wenn Beeinflussungsversuche mit zu viel Druck versehen sind, kommt es zu Reaktanz - Versuch, die persönliche Freiheit wieder herzustellen - Einstellung oder Verhalten wird zum Gegenteil verändert
Zusammenhang von Einstellung & Verhalten	<ul style="list-style-type: none"> - Wichtige Unterscheidung: <ul style="list-style-type: none"> - Spontanes Verhalten: Einstellungen sagen Verhalten nur voraus, wenn sie sehr zugänglich sind - Überlegtes Verhalten: Prädiktoren sind Einstellungen ggü. spezifischen Verhaltensweisen, subjektive Normen, wahrgenommene Verhaltenskontrolle = Theorie des geplanten Verhaltens - Empirisch: LaPiere <i>Bei einer Befragung von Dienstleitern gaben 90% von ihnen an keine Asiaten zu bedienen, obwohl sie es vorher getan hatten</i> -> Verhalten eines Menschen lässt sich kaum aus den Einstellungen ableiten
Theorie des geplanten Verhaltens	<p>Einstellung gegenüber dem Verhalten: die spezifische Einstellung dem Verhalten gegenüber, nicht die allgemeine Einstellung.</p> <p>Subjektive Normen: Überzeugungen, wie andere, wichtige Menschen das betreffende Verhalten sehen.</p> <p>Wahrgenommene Verhaltenskontrolle: die Leichtigkeit, mit der das Verhalten nach Überzeugung des Betreffenden durchführbar ist.</p>

Werbung:

Werbung	<ul style="list-style-type: none"> - Man wird stärker beeinflusst als man denkt - Je nach Produkt ist affektive oder kognitive (Vor-/Nachteile) „Masche“ erfolgversprechender - Werbung ist wesentlich wirksamer, wenn sie bewusst wahrgenommen wird! - Schönheit in der Werbung: <ul style="list-style-type: none"> - kann entgegengesetzte Effekte haben: Negative Selbsteinschätzung des Betrachters - Empirisch: Murphy & Zajonc <ul style="list-style-type: none"> - subliminal eingeblendete Bilder vor chinesischen Schriftzeichen hatten Einfluss darauf, wie sehr die Schriftzeichen gemocht wurden - Bsp: Lachendes Gesicht führte zu höherer Bewertung als böses Gesicht
---------	---

7. Vorlesung: Selbst

Das Wesen des Selbst	<ul style="list-style-type: none"> - Unsere Meinungen und Ansichten über uns selbst werden von unserer Umwelt geformt - Selbstkonzept: Das Wissen, wer wir sind - Selbstaufmerksamkeit: Über sich selbst nachdenken
Funktionen des Selbst	<ul style="list-style-type: none"> - Strukturierende Funktion: Erleichtert eine Erinnerung und Interpretation von Informationen über die eigene Person und die soziale Welt - Emotionale Funktion: Steuerung unserer emotionalen Reaktionen, insbesondere beim Vergleich von tatsächlichem Selbst, Idealselbst und dem Soll-Selbst - Ausführende Funktion: Regulation von Verhalten, Treffen von Entscheidungen, Planen
Unterschiede in der Selbstdefinition: Social Identity Theory & Social Categorization Theory	<ul style="list-style-type: none"> - Je nach Situation kann personale oder soziale Identität salient sein - Personale Identität: Das Selbst als einzigartiges Individuum - Soziale Identität: Das Selbst als Mitglied einer Gruppe
Unterschiede in der Selbstdefinition: Social Identity Theory	<ul style="list-style-type: none"> - Soziale Identität: Annahme eines Motivs nach positiver sozialer Identität - Vergleiche mit anderen Gruppen werden vorgenommen, die für die eigene Gruppe vorteilhaft sind - Vier Schritte: Soziale Kategorisierung, soziale Identität, sozialer Vergleich, soziale Distinktheit
Unterschiede in der Selbstdefinition	<ul style="list-style-type: none"> - Unabhängige Selbstsicht: Eine Art, sich selbst zu definieren, die sich auf die eigenen Gedanken, Gefühle und Handlungen stützt und nicht auf die anderer Menschen - Interdependente Selbstsicht: Selbstdefinition auf der Basis von zwischenmenschlichen Beziehungen in dem Wissen, dass das eigene Verhalten oft bestimmt wird von den Gedanken, Gefühlen und Handlungen anderer Menschen - Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Ausprägung interdependenten Anteiles im Selbstkonzept <ul style="list-style-type: none"> - Relationale Interdependenz: Augenmerk ist mehr auf enge Beziehungen gerichtet - Kollektive Interdependenz: Schwerpunkt liegt auf Beziehungen in größeren Gruppen - Empirisch: Gabriel & Gardner Frauen erzählten bereitwilliger von persönlichen Ereignissen, als von kollektiven, bei Männern war es genau anders herum

Introspektion

Selbsterkenntnis durch Introspektion	<ul style="list-style-type: none"> - Introspektion = Prozess, bei dem der Mensch sich nach innen wendet und seine eigenen Gedanken, Gefühle und Motive untersucht - Wir denken weniger über uns nach, als man meint
Konzept der Selbstaufmerksamkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Bei Ausrichtung der Aufmerksamkeit auf sich selbst wird eigenes Verhalten mit innerpersönlichen Maßstäben und Werten verglichen und anhand dieser beurteilt - Wenn man sich z.B. selbst im Spiegel sieht, wird die Diskrepanz zwischen Verhalten und moralischen Werten deutlich - Da Diskrepanzen (z.B. tatsächliches und Idealselbst) beunruhigend und unangenehm sind, entfliehen Menschen der Selbstaufmerksamkeit

Beurteilen unserer Gefühlszustände	<ul style="list-style-type: none"> - Auch wenn wir eigentlich gerade nicht wissen, warum wir uns so fühlen, wie wir uns fühlen, geben wir Erklärungen ab und sind selbst von diesen überzeugt - Wir finden und kreieren logisch klingende Kausaltheorien
------------------------------------	--

Selbsterkenntnis durch Beobachtung des eigenen Verhaltens

Selbstwahrnehmungs-theorie nach Bem	<ul style="list-style-type: none"> - Einstellungen und Gefühle, die nicht genau definierbar oder vieldeutig sind, können durch Beobachtung des eigenen Verhaltens und der Situation, in der sich das Verhalten abspielt, erschlossen werden - Dabei ist Wahlfreiheit ist wichtig - Wir beobachten unser Verhalten und nehmen eine Kausalattribution vor
Effekte der Überrechtfertigung	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn intrinsische Motivation hinsichtlich einer Tätigkeit besteht (weil es Spaß macht) und man extrinsische Motivation hinzufügt (z.B. Bezahlung), kann sich die extrinsische Motivation negativ auf die intrinsische auswirken - In der Selbstwahrnehmung werden extrinsische Gründe über- und intrinsische unterbewertet - Ausnahmen: <ul style="list-style-type: none"> - Wenn die intrinsische Motivation ohnehin gering war, kann Belohnung diese allerdings kaum noch weiter reduzieren - Nur aufgabenabhängige Anreize, nicht leistungsabhängige Reize vermindern intrinsische Motivation - Immunisierung ist möglich (z.B. durch Video)
Zwei-Faktoren-Theorie der Emotion	<p>Schachter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ein in zwei Schritten ablaufender Wahrnehmungs- und Zuschreibungsprozess - Gefühle werden erschlossen, indem wir unser Verhalten beobachten und dann eine Ursachenbeschreibung vornehmen - Beobachtung des physiologischen Erregungszustands – Suche nach der Ursache – dazu werden situationsbedingte Informationen genutzt - <i>Empirisch: Schachter & Singer</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Injection von Adrenalin vs. Placebo</i> - <i>Instruktion: Vitaminpräparat ohne vs mit Nebenwirkung</i> - <i>Euphorischer vs. wütender Mitarbeiter des Versuchsleiters</i> - <i>Ergebnisse nur z.T. hypothesenkonform</i> - Fehlattrition der Erregung = Prozess, bei dem falsche Schlussfolgerungen bezüglich der Ursachen gezogen werden <ul style="list-style-type: none"> - <i>Empirisch: Dutton & Aron</i> Ansprechen von einer attraktiven Frau an Studie teilzunehmen auf vs. nach Überqueren einer Brücke -> Mehr Männer die auf der Brücke angesprochen wurden wollten teilnehmen

Selbsterkenntnis durch Beobachtung anderer Menschen

Selbsterkenntnis durch Beobachtung anderer Menschen	<ul style="list-style-type: none"> - Wir beobachten, wie andere Menschen auf uns reagieren - Selbstgefühl wurzelt in sozialen Interaktionen - Nur Schimpansen, die nicht in sozialer Isolation groß geworden sind, haben ein Selbstkonzept
Theorie des sozialen Vergleichs	<p>Festinger:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menschen bringen etwas über ihre eigenen Fähigkeiten und Einstellungen in Erfahrung, indem sie sich mit anderen vergleichen - Sozialer Vergleich wird angewandt, wenn kein objektiver Maßstab existiert, an dem man sich orientieren kann, wenn Unsicherheit bzgl. des Selbst besteht
Mit wem vergleicht man sich?	<ul style="list-style-type: none"> - Es ist am aufschlussreichsten, sich mit anderen zu vergleichen, die ähnlichen Hintergrund haben - Aufwärtsgerichteter Vergleich: Wenn herausgefunden werden soll, was der höchste erreichbare Standard ist - Abwärtsgerichteter Vergleich mit Menschen, die nicht so gut sind, wie man selbst – führt zu Steigerung des Selbstwertes - Das Selbst positiv wahrzunehmen, ist ein „master motive“ des Menschen

Impression Management

Impression Management	<ul style="list-style-type: none"> - Selbstdarstellung: Versuch, uns als den Menschen zu präsentieren, der wir sind oder von dem wir wollen, dass andere Menschen glauben, dass wir so sind - Impression Management: Bewusst oder unbewusst wird eine der Situation angemessene Selbstpräsentation zusammengestellt, die einen bestimmten Eindruck erwecken soll - „Natürliche“ zielgerichtete Manipulation, jeder tut es, ubiquitäres Phänomen - Goffman: „Gesicht-wahren“ und „nicht-bloßgestellt-werden“ ist in kollektivistischen Kulturen noch wichtiger, Impression Management ist extrem wichtig
Strategien	<ul style="list-style-type: none"> - Ingratiation: <ul style="list-style-type: none"> - Schmeicheln oder loben wird genutzt, um einer anderen Person zu gefallen - Wird aber zum Bumerang, wenn „Ziel“ merkt, dass es nicht aufrichtig ist - Self-handicapping - Schaffen von Hindernissen für sich selbst, so dass im Falle eines Misserfolgs bei best. Aktivität eine Entschuldigung vorhanden ist - Gefahr bei vorgefertigten Entschuldigungen -> man glaubt es selbst und behindert sich wirklich
Moderierende Persönlichkeitsvariable	<p>Self-monitoring:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hohe Selbstüberwacher können ihr Verhalten gut an die soziale Situation anpassen, regulieren Verhalten basierend auf Selbstüberwachung, haben höheren Selbstwert - Niedrige Selbstüberwacher verhalten sich in verschiedenen Situationen ähnlich, gemäß ihrer Ansichten/Persönlichkeit
Impression Management in Medien	<ul style="list-style-type: none"> - Selbstwirksamkeit beeinflusst Anzahl der Freunde, Detail Level des Profils und Stil des Fotos - Wenig Einfluss von Extraversion, keiner von Selbstwert - Motive haben kaum Einfluss, aber je höher der Selbstwert und Extraversion, umso unkonventioneller die Selbstdarstellung

Sozialpsychologie Vorlesung 8 - 11

8. Vorlesung: Selbstwert

Messung von Selbstwert

Messung von Selbstwert	<ul style="list-style-type: none"> - 10 Item-Skala von Rosenberg - „state-self-esteem“ = Erfolg, Rückmeldung, dass wir gemocht werden oder das Tragen von Kleidung, die wir mögen, kann den Selbstwert temporär erhöhen
Self serving biases	<ul style="list-style-type: none"> - „above average effect“ <ul style="list-style-type: none"> - Wir alle glauben, besser zu sein als der Durchschnitt - Verantwortlichkeit für negative Ergebnisse wird geleugnet und für positive Ereignisse wird angenommen
Was ist besser, hoher oder niedriger Selbstwert?	<ul style="list-style-type: none"> - Hoher Selbstwert: Klare Vorteile, aber es scheint auch Nachteile zu geben (Bsp: Bullying) - Männer haben höheren Selbstwert als Frauen – besonders in Ländern, in denen Frauen benachteiligt sind

Bedürfnis, unsere Handlungen zu rechtfertigen

Bedürfnis, unsere Handlungen zu rechtfertigen	<ul style="list-style-type: none"> - Bedürfnis, ein stabiles, positives Selbstkonzept zu haben - Besonders relevant: kognitive Dissonanz
Entscheidungen	<ul style="list-style-type: none"> - Jedes Mal, wenn wir eine Entscheidung treffen, erleben wir Dissonanz (weil wir eine Alternative – die auch Vorteile hat – ausschlagen) - Reduktion dadurch, dass die Attraktivität der gewählten Alternative erhöht und die zurückgewiesene entwertet wird - Alternativen werden kognitiv voneinander entfernt, damit es uns mit der getroffenen Wahl besser geht -> Tritt besonders dann auf, wenn Entscheidung unwiderruflich ist <ul style="list-style-type: none"> - <i>Empirisch: Knox & Inkster</i> <i>Diejenigen, die eine Wette bei einem Pferderennen bereits abgegeben hatten, räumten ihrem Pferd eine höhere Gewinnchance ein als die, die die Wette noch abgeben mussten</i> - Dissonanz kann zur Veränderung persönlicher Werte führen
Entscheidungen bzw. fait accompli	<p>Kay et al.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kognitive Dissonanz wird gemildert, indem das Beste daraus gemacht wird und eine Vorliebe für das Objekt entwickelt wird, mit dem man sich in Zukunft abfinden muss - <i>Empirisch:</i> <i>Die Studiengebührerhöhung, die als wahrscheinlich dargestellt Studiengebühren wird, wird als wünschenswerter empfunden, als wenn sie als nicht wahrscheinlich dargestellt wird</i>
Rechtfertigung des Aufwands	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn man großen Aufwand betreibt, um etwas zu erreichen, wird es im Nachhinein aufgewertet - Tut man schwierige/unangenehme Dinge, um Objekt zu erreichen, wird dieses attraktiver
Unzureichende Rechtfertigung	<ul style="list-style-type: none"> - Gibt es eine externe Rechtfertigung für unmoralisches Verhalten, empfindet man keine Dissonanz - Wenn man etwas sagt, das man nicht wirklich meint und es gibt keine ausreichende externe Rechtfertigung, sucht man nach interner Rechtfertigung - <i>Empirisch: Festinger & Carlsmith</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Teilnahme an quälend langweiligem Experiment – dann sollte die nächste Teilnehmerin überzeugt werden, dass das Experiment spannend war</i> - <i>Entweder hohe externe Rechtfertigung (20 Dollar) oder geringe (1 Dollar)</i> -> nur die mit geringer externer Rechtfertigung änderten Meinung zum Positiven hin

Warum wirkt kognitive Dissonanz?	<ul style="list-style-type: none"> - Man ist tatsächlich im Stadium des Unbehagens und der Erregung - <i>Empirisch: Zanna & Cooper</i> <ul style="list-style-type: none"> - Placebo-Gabe -> VPs informiert, dass sie Erregung verspüren/beruhigt werden/ keinen Einfluss spüren würden - Dann Aufsatz schreiben, der Dissonanz erzeugt - Einstellungsänderung aufgrund des Aufsatzes passiert nicht, wenn man Erregung auf das Placebo attribuiert, aber stärker, wenn man annimmt, dass man beruhigt wurde
----------------------------------	--

Theorien zur Selbstwerterhaltung

Selbstdiskrepanz-Theorie	<ul style="list-style-type: none"> - Emotionale Natur des Schmerzes, der entsteht, wenn wir uns als nicht unseren Standards und Idealen gemäß erlebe - Menschen verzweifeln, wenn tatsächliches Selbst zu erwünschten Selbstkonzeptionen (Ideal-Selbst und Soll-Selbst) diskrepanz ist - Unangenehmes Gefühl wird reduziert, indem Abstand verkleinert wird (indem eines von beiden verändert wird)
Selbstergänzungstheorie	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn Menschen eine Bedrohung eines wertgeschätzten Aspektes ihres Selbstkonzeptes erfahren, werden sie motiviert, nach zusätzlicher sozialer Anerkennung für diesen Teil ihrer Identität zu suchen - <i>Empirisch: Gollwitzer</i> <i>Tänzer, die einen Aufsatz schreiben mussten, der ihre Identität als Tänzer untergrub, wollten früher öffentlich auftreten als diejenigen, die einen Aufsatz schreiben mussten, der ihre Identität als Tänzer stützt</i>
Theorie der Selbstwerterhaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Eigenes Selbstkonzept kann bedroht werden durch das Verhalten eines anderen Individuums - Ausmaß wird durch Nähe zu anderem Individuum sowie durch Relevanz des Verhaltens bestimmt - Reduktion von Dissonanz: Führt zum Teil dazu, dass wir Fremden mehr helfen als Freunden <ul style="list-style-type: none"> - <i>Empirisch: Tesser & Smith</i> <i>Je nachdem, ob Spiel als hoch selbstrelevant dargestellt wurde, wurde entweder Fremden oder Freunden mehr geholfen</i>
Theorie der Selbstwertbestätigung	<ul style="list-style-type: none"> - Auswirkung einer dissonanzerregenden Bedrohung auf unser Selbstkonzept wird verkleinert, indem man sich auf Fähigkeiten einer anderen Dimension konzentriert - Hinzufügen von positiven Konnotationen über uns selbst - Wenn solche positiven Konnotationen gegeben sind, müssen wir Dissonanzreduktionen nicht durchführen, um Verhalten zu rechtfertigen
Selbstverifizierungstheorie	<ul style="list-style-type: none"> - Selbstwertrechtfertigendes Verhalten ist nur typisch für Personen mit relativ hohem Selbstwert -> gewohnte Selbstüberzeugungen werden erhalten, selbst wenn diese niedrig sind - Selbstkonzept wird bestätigt, egal ob positiv oder negativ - Bei positiver Rückmeldung: Konflikt zwischen Bedürfnis nach Selbstwerterhöhung und dem Wunsch, ein konsistentes Bild von sich zu erhalten und Peinlichkeit zu vermeiden, dass man später doch durchschaut und abgewertet wird - Daher bevorzugen Menschen die Nähe von Menschen, deren Konzept von ihnen nicht positiver ist als ihr Selbstkonzept
Wie werden wir bessere Menschen?	<ul style="list-style-type: none"> - Dissonanz lange genug aushalten, um die Situation kritisch und leidenschaftslos zu überprüfen - Ausweg aus dissonanzreduzierendem Verhalten: Selbstwertbestätigung - Kurzfristige Auffrischung der Selbstachtung führte dazu Studierende gegen Betrügen zu impfen

9. Vorlesung: Konformität

Konformität	<ul style="list-style-type: none"> - Veränderung im Verhalten, bewirkt durch den realen oder vorgestellten Einfluss von anderen Menschen – im Sinne der Anpassung an andere, dem Verhalten und der Haltung anderer unterordnen - Häufig negative Konnotation, da Individualismus positiv bewertet wird - „anständige Menschen können dazu gebracht werden, unanständige Handlungen zu begehen“
-------------	---

Informativer sozialer Einfluss

Informativer sozialer Einfluss	<ul style="list-style-type: none"> - Andere Menschen werden als Informationsquelle betrachtet - In einer zweideutigen Situation sehen wir die Interpretation anderer als korrekter an als unsere - <i>Empirisch: Sherif -> autokinetisches Phänomen</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Beim Einschätzen der Bewegung eines Lichtpunktes gibt es vieldeutige Einschätzungen (zunächst in Einzelsituation, dann in sozialer Situation)</i> - <i>Nach mehreren Durchläufen erreichten die Menschen eine gemeinsame Schätzung</i>
Private Akzeptanz oder öffentliche Compliance?	<ul style="list-style-type: none"> - Einschätzungen bleiben auch konstant, wenn Personen wieder alleine befragt werden - Menschen verlassen sich aufeinander, um Realität zu definieren - Wenn eine Aufgabe wichtig ist, sind wir noch empfänglicher für informativen sozialen Einfluss
Bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Mehrdeutige Situation: Je unsicherer man ist, umso mehr wird man sich auf andere verlassen - Krisensituation: Sofortiges Handeln erforderlich - Expertentum der Anderen: Je mehr Expertise man jemandem zuschreibt, umso eher wird man sich an deren Verhalten orientieren

Normativer sozialer Einfluss

Normativer sozialer Einfluss	<ul style="list-style-type: none"> - Man passt sich den sozialen Normen einer Gruppe an, Abweichende Mitglieder werden bestraft - Soziale Normen: Regeln, die eine Gruppe für akzeptables Verhalten hat; Werte und Annahmen ihrer Mitglieder - Vor dem Hintergrund des fundamentalen menschlichen Bedürfnisses nach sozialer Gesellschaft verhalten wir uns konform, um von anderen akzeptiert zu werden - Führt zu öffentlicher Erfüllung der Annahmen und Verhaltensweisen, aber nicht notwendig zur privaten Akzeptanz - Empirisch: Asch Beurteilung von Linien -> Nur wenige Teilnehmer verhielten sich nie konform -> Öffentliche Compliance ohne private Akzeptanz
Normativem sozialen Einfluss widerstehen	<ul style="list-style-type: none"> - Ebenfalls Einfluss durch Wichtigkeit: <ul style="list-style-type: none"> - Bei hoher Wichtigkeit widersteht man eher, geht aber immer noch konform - Man widersteht eher, wenn man einen Verbündeten hat - Konsequenzen des Widerstehens: Zunächst Überzeugungs- und vermehrte Kommunikationsversuche -> Kommunikation fällt scharf ab -> Ausschlussgefahr - Muster: Man verdient sich Recht auf gelegentliches Abweichen dadurch, dass man sich meist dem normativen Einfluss unterwirft
Bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Theorie des sozialen Einflusses: Latané <ul style="list-style-type: none"> - Wahrscheinlichkeit, dass man auf sozialen Einfluss reagiert, hängt ab von: <ul style="list-style-type: none"> - Stärke (im Hinblick darauf, wie wichtig einem die Gruppe ist) - Unmittelbarkeit (wie nah ist Gruppe räumlich und zeitlich während Einflussversuch) - Anzahl (der Menschen in der Gruppe) - Individualismus-Kollektivismus: Meta-Analyse: Konformität ist in kollektivistischen Kulturen häufiger ist (aber nicht zwangsläufig) - Selbstwert: Neigung zu Konformität korreliert mit Selbstwert

Einfluss durch Minoritäten

Einfluss durch Minoritäten	<ul style="list-style-type: none"> - Eine Minderheit kann Verhalten und Ansichten einer Mehrheit beeinflussen - Wichtig: Konsistenz -> gleiche Sichtweise muss über längere Zeit vertreten werden und verschiedene Mitglieder müssen miteinander übereinstimmen - Meta-Analyse: Da Minderheiten nicht durch normativen, sondern informativen Einfluss wirken, entsteht private Akzeptanz
----------------------------	--

Autoritäten

Autoritäten	<ul style="list-style-type: none"> - Massaker und Grausamkeiten werden meist durch gewöhnliche Menschen ausgeübt, die komplexem und starkem sozialen Druck ausgesetzt waren - <i>Empirisch: Milgram</i> <ul style="list-style-type: none"> - Kann man normale Menschen so beeinflussen, dass sie unmoralische Akte begehen? - Erhöhung der Stromschläge nach Fehlern auf Anweisung eines VL - 26 Personen gingen bis zur maximalen Spannung von 450 Volt und nur 14 brachen vorher ab
Erklärungen	<ul style="list-style-type: none"> - Normativer sozialer Einfluss: Schwierig, gegenüber einer Person in überlegener Rolle „nein“ zu sagen - Informativer sozialer Einfluss: Verwirrende Situation, in der VL zum Experten wird, der bei richtiger Entscheidung hilft - Den falschen Normen folgen: Es ist schwierig zu erkennen, ab wann die „Autoritäten gehorchen“-Norm unbrauchbar wird bzw. zu stark der „keine anderen Menschen verletzen“-Norm widerspricht - Selbstrechtfertigung: Verhalten wird gerechtfertigt, dies macht es schwierig bei der nächsten Erhöhung nicht mehr zuzustimmen

10. Vorlesung: Gruppenprozesse – Einfluss in sozialen Gruppen

Gruppen	<ul style="list-style-type: none"> - Zwei oder mehr Menschen, die miteinander interagieren und deren Bedürfnisse und Ziele eine gegenseitige Beeinflussung bewirken - Warum? <ul style="list-style-type: none"> - Es bedeutet einen evolutionspsychologischen Vorteil, sich in Gruppen zu organisieren - Bedürfnis nach Zugehörigkeit zu anderen ist angeboren, man widersetzt sich der Auflösung von Beziehungen
Vorteile von Gruppen	<ul style="list-style-type: none"> - Soziale Normen werden vermittelt und leiten das Verhalten – es wird definiert, welches Verhalten akzeptabel ist - Soziale Rollen: <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsame Erwartungen innerhalb der Gruppe, wie Einzelne sich zu verhalten haben - Rollen sind hilfreich, um zu wissen, was man von wem zu erwarten hat - Problem: Rollenerwartungen wie bei Geschlechtsrollen - Gruppenkohäsion: <ul style="list-style-type: none"> - Sorgt für die gegenseitige Bindung der Gruppenmitglieder untereinander und fördert Zuneigung - Je höher die Kohäsion, desto eher bleibt der Einzelne in der Gruppe & nimmt an den Gruppenaktivitäten teil -> Steigt bei guten Leistungen - Bei Aufgaben, die enge Zusammenarbeit erforderlich machen erhöht Kohäsion die Leistung

Einfluss von Gruppen auf den Einzelnen

Social facilitation (Soziale Erleichterung)	<ul style="list-style-type: none"> - Nur bei einfachen Aufgaben lässt sich social facilitation nachweisen, bei schwierigen social inhibition - Gegenwart anderer Personen steigert die physiologische Erregung -> Mann kann gut gelernte Reaktionen ausführen, aber nichts neues lernen bzw. komplexes ausführen - Wodurch kommt erhöhte Erregung zustande <ul style="list-style-type: none"> - Andere Menschen machen uns aufmerksamer - Bewertungsangst - Geteilte Aufmerksamkeit - <i>Empirisch:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Ablenkung: Effekte sind auch durch eine blinkende Lampe zu erreichen - Wachsamkeit: Küchenschaben zeigen social facilitation, wenn sie von anderen Küchenschaben beobachtet werden
--	---

Social loafing (Soziales Faulenzen)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn eine Gruppe an einem Seil zieht, leistet der Einzelne weniger als wenn er alleine zieht - Voraussetzung: Beitrag des Einzelnen ist nicht identifizierbar - Bei komplexen Aufgaben jedoch Leistungssteigerung (aufgrund der Entspannung) - Tendenz zum SL ist bei Männern und in individualistischen Kulturen größer - <i>Empirisch: Jackson & Williams</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Die Schnelligkeit zum Bearbeiten von leichten vs schwierigen Labyrinthen wurde bewertet</i> - <i>Einzelbewertung: Leistungssteigerung bei einfachen und eingeschränkte Leistung bei schwierigen</i> - <i>Gruppenbewertung: Eingeschränkte Leistung bei einfachen und Leistungssteigerung bei schwierigen</i>
Social facilitation vs. Social loafing	<p>Das Diagramm zeigt zwei parallel verlaufende Prozesse:</p> <p>Soziale Erleichterung: Ein orangefarbener Pfeil führt von "Gegenwart anderer" über "individuelle Anstrengungen können beurteilt werden" und "Wachsamkeit Bewertungsangst Ablenkung – Konflikt" zu "Erregung". Von "Erregung" verzweigen sich Pfeile zu "Leistungssteigerung bei einfachen Aufgaben" und "eingeschränkte Leistung bei komplexen Aufgaben".</p> <p>Soziales Faulenzen: Ein grüner Pfeil führt von "Gegenwart anderer" über "individuelle Anstrengungen können nicht beurteilt werden" und "keine Bewertungsangst" zu "Entspannung". Von "Entspannung" verzweigen sich Pfeile zu "eingeschränkte Leistung bei einfachen Aufgaben" und "Leistungssteigerung bei komplexen Aufgaben".</p>
Deindividuation	<ul style="list-style-type: none"> - Lockern der normalen Verhaltenseinschränkungen beim Einzelnen, wobei es vermehrt zu impulsiven und von der gesellschaftlichen Norm abweichenden Handlungen kommt - Je mehr Menschen, desto schlimmer -> man fühlt sich weniger verantwortlich

Gruppenentscheidungen

Sind Gruppenentscheidungen besser als Einzelentscheidungen?	<p>Ja, aber mehrere Faktoren können beitragen, dass Gruppenentscheidungen schlechter sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozessverluste - Gruppenpolarisierung (risky shift)
Prozessverluste	<ul style="list-style-type: none"> - Versäumnis, wichtige Information zu teilen Abhilfe: <ul style="list-style-type: none"> - Wenn Diskussionen lange genug dauern, wird auch ungeteilte Info geteilt - Alle Mitglieder wissen lassen, dass eine bestimmte Person alleine für einen Bereich verantwortlich ist - Group-think: Art zu denken, bei der das Aufrechterhalten der Kohäsion und der Solidarität der Gruppe wichtiger ist, als die Fakten realistisch zu betrachten <ul style="list-style-type: none"> - Voraussetzungen: Gruppe ist hoch kohäsiv, von gegensätzlichen Meinungen isoliert - Vermeidung: direktiven Leiter, der Wünsche offen mitteilt - Vermeidung: unparteiischer Leiter, einbezug von Außenstehenden, Untergruppenbildung, Geheime Befragung
Gruppenpolarisierung	<ul style="list-style-type: none"> - Untersuchung mit Choice Dilemmas Questionnaire: risky shift -> Gruppenentscheidungen waren risikofreudiger als Einzelentscheidungen - Erklärungen: <ul style="list-style-type: none"> - Persuasive Argumente: Andere Mitglieder präsentieren Argumente, die man selbst noch nicht in Betracht gezogen hat und die die eigene Argumentation stützen - Soziale Vergleichsprozesse: Im Vergleich zu anderen Wahl einer noch extremeren Position, um gemocht zu werden
Führung	<ul style="list-style-type: none"> - Great Person Theory = Beziehung zwischen Persönlichkeit und Führung - Kontingenz-Modell: Ob aufgabenorientierter/autoritärer oder beziehungsorientierter/demokratischer Führungsstil erfolgreicher ist, hängt von Situation

Konflikt und Kooperation

Soziales Dilemma	<ul style="list-style-type: none"> - Konflikt, bei dem die vorteilhafteste Lösung für den Einzelnen, wenn sie von den meisten anderen auch verfolgt werden würde, schädliche Auswirkungen auf alle hat - Drohungen sind kein effektives Mittel, um Konflikte zu reduzieren - Faktoren, die Kooperation beeinflussen: <ul style="list-style-type: none"> - Reziprozität: Wir behandeln andere, wie sie uns behandeln - Persönliche Haltung: Menschen können kooperative, individualistische oder kompetitive Orientierung haben - Kommunikation: Nur wenn entsprechende Normen gegeben sind
------------------	--

11. Vorlesung: Prosoziales Verhalten

Prosoziales Verhalten	Jede Handlung, die das Ziel hat, einem anderen Menschen Gutes zu tun
Altruismus	Bedürfnis, anderen Menschen zu helfen, auch wenn dies mit Kosten/Nachteilen für den Helfer verbunden ist

Motive für prosoziales Verhalten

Evolutionspsychologische Erklärungen	<p>Selektionsvorteil durch 3 Mechanismen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verwandtenselektion: Ab drei Geschwistern lohnt es sich, sich für sie zu opfern - Reziprozitätsnorm: Erwartung, dass die Hilfeleistung die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass der andere in Zukunft hilft - Lernen sozialer Normen: Menschen sind genetisch programmiert, Normen wie Altruismus zu lernen
Theorie des sozialen Austausches	<p>Homans</p> <ul style="list-style-type: none"> - Was wir tun, entspringt dem Bedürfnis, Belohnungen zu maximieren und Kosten zu minimieren - Jemandem zu helfen, ist eine Investition in die Zukunft - Zu helfen, kann eigenes Leiden reduzieren - Soziale Belohnungen durch Anerkennung - Man hilft umso weniger, je mehr die Kosten steigen
Empathie und Altruismus	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn wir Empathie fühlen, helfen wir aus rein altruistischen Gründen - Wenn keine Empathie gegeben ist, kommt sozialer Austausch zum Tragen - <i>Empirisch: Toi & Batson</i> <ul style="list-style-type: none"> - Anhören der Tonbandaufnahme einer verunglückten Person, mit/ohne Empathieinstruktion und mit/ohne hohe Kosten - VPs mit hoher Empathie halfen Person ohne Rücksicht auf Lohn/Kosten - VPs mit niedriger Empathie waren mehr an Lohn/Kosten interessiert und halfen nur, wenn sie in Gegenwart dieser Person waren

Persönlichkeit als moderierende Variable

Persönlichkeit als moderierende Variable	<ul style="list-style-type: none"> - Geschlechtsspezifische Unterschiede: <ul style="list-style-type: none"> - Metaanalyse: Männer zeigen eher heroische Handlungen, Frauen eher in lang andauernden Beziehungen hilfreich sind - Entspricht den Geschlechtsrollenerwartungen - Männer helfen eher Fremden, Frauen eher Freunden - Kulturelle Unterschiede: Überall eher Hilfe in der In-Group als gegenüber Personen der Out-Group
--	---

Situationale Determinanten

Stimmung	<ul style="list-style-type: none"> - Hilfe wird eher geleistet, wenn man vorher 10 Cent Münze gefunden hat - Möglicher Grund: <ul style="list-style-type: none"> - Man sieht eher positive Aspekte des Lebens und der Menschen, die Missgeschick hatten - Man möchte gute Laune erhalten - Verstärkt die Selbstaufmerksamkeit - Negative state relief: Hilfreiches Verhalten kann auch dazu dienen, sich aus miserabler Stimmung herauszuholen
----------	---

Umfeld: Stadt und Land	<ul style="list-style-type: none"> - Hilfeverhalten ist wahrscheinlicher in ländlichen Gegenden - Kulturübergreifend - „urban overload“: Menschen in Großstädten konzentrieren sich mehr auf sich selbst und das schränkt das Hilfeverhalten ein
Anzahl der Zuschauer	<ul style="list-style-type: none"> - Bystander Effekt: Je mehr Personen die Notlage beobachten, desto weniger helfen - Empirisch: Vorgetäuschter epileptischer Anfall und varierter Menge an Zeugen <ul style="list-style-type: none"> - Alle Menschen ohne Zuschauer helfen und das schneller - Je mehr weitere Zeugen da waren, desto weniger und desto langsamer halfen Menschen
-> Erklärung	<p>Mehrstufiger Entscheidungsprozess</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ereignis bemerken (Abgelenkt) 2. Ereignis als Notfall interpretieren <ul style="list-style-type: none"> - In Gegenwart anderer geht man von Harmlosigkeit der Situation aus - <i>Empirisch: Rauch in Versuchslabor: Je mehr Personen im Raum, desto länger dauert das erkennen und melden einer Gefahr (weniger ausgeprägt bei Freunden)</i> 3. Verantwortung übernehmen: Erkennen, dass es in der eigenen Verantwortung liegt und Verantwortungsdiffusion (Andere könnten stattdessen helfen) 4. Passende Art der Hilfeleistung erkennen (Ratlosigkeit der richtigen Hilfe) 5. Entscheidung umsetzen (Fehlende Fähigkeiten)
Art der Beziehung	<ul style="list-style-type: none"> - Hilfsbereiter zu Freunden/Familie, da es um langfristige Vorteile geht - Ausnahme: Theorie der Selbstwerterhaltung: Man hilft eher dem Fremden als dem Freund, wenn Hilfe auf einer Dimension benötigt wird, die einem selbst wichtig ist

Wie werden wir zu besseren Menschen?

Förderung von Hilfeleistungen	<ul style="list-style-type: none"> - Sich erinnern, dass es Bystander Effekt gibt zur Steigerung der Wahrscheinlichkeit, dass man im Notfall eingreift - Fördern freiwilliger pro-sozialer Aktivitäten -> Aber: Starke externe Gründe unterminieren das intrinsische Interesse (Überrechtfertigungseffekt)
-------------------------------	---

12. Vorlesung: Übertragung sozialpsychologischer Grundlagen auf Medien

Medienpsychologie	Medienpsychologie beschäftigt sich mit dem menschlichen Erleben und Verhalten im Zusammenhang mit der Nutzung von Medien
Parasoziale Interaktion	<ul style="list-style-type: none"> - Parasoziale Interaktion (PSI): Einseitige Interaktion und Beeinflussung der Zuschauer durch die TV Person im Moment der Rezeption - Parasoziale Beziehung (PSB): Bindung des Rezipienten an eine TV Person über die reine „Begegnung“ bzw. PSI hinaus - Illusion einer face-to-face Interaktion zwischen Zuschauern und Medienfiguren - Schlüsselreize wie bei realer Interaktion: <ul style="list-style-type: none"> - Obtrusivität: Als gering wahrgenommene räumliche Distanz der TV Person - Non-verbale Bezugnahme (fordernder Blick in Kamera) - Verbale Bezugnahme („Herzlich Willkommen zuhause an den Fernsehgeräten“) - Je zahlreicher, konsistenter, reichhaltiger und eindeutiger die Adressierungsleistung der TV Person, desto stärker die PSI/PSB
Sozialer Vergleich	<ul style="list-style-type: none"> - Passiert ständig im sozialen Leben und ist insbesondere in Situationen wichtig, in denen Unsicherheit vorliegt - Auch mit in Medien dargestellten Personen findet (para) sozialer Vergleich statt - Befürchtung: Positive Darstellung vieler medialer Figuren führt zu großer Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben auf Seiten der Mediennutzer

Theorie sozialer Vergleiche nach Festinger	<p>Drei Hypothesen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Im menschlichen Organismus besteht ein Trieb zur Bewertung seiner Meinungen und Fähigkeiten 2. Wenn objektive Standards nicht zur Verfügung stehen, bewerten Menschen ihre Meinungen und Fähigkeiten durch Vergleich mit den Meinungen/Fähigkeiten anderer 3. Die Tendenz, sich mit bestimmten anderen Personen zu vergleichen, nimmt ab, wenn die Differenz zwischen deren Meinungen und Fähigkeiten und der eigenen ansteigt <ul style="list-style-type: none"> - Mastermotiv menschlichen Verhaltens: Positiver Selbstwert - Abwärts gerichteter Vergleich: Führen zu einer Erhöhung des subjektiven Wohlbefindens - Aufwärts gerichteter Vergleich: Positive Folgen, wenn Assimilationseffekte ausgelöst werden, negativ, wenn Kontrasteffekte ausgelöst werden
Sozialer Vergleich und Medien	<p>Auswirkungen der Präsentation ultraschlanker Models</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zusammenhang zwischen Höhe des Medienkonsums und Unzufriedenheit sowie Essstörungssymptomen - Metaanalyse: Eigenes Körperbild fällt signifikant negativer aus nach der Betrachtung von dünnen Models - Moderierende Variablen: <ul style="list-style-type: none"> - Verstärkung durch individuelle Internalisierung des Schlankheitsideals und die Tendenz, soziale Vergleiche mit Medien durchzuführen - Verstärkung durch eine hohe Diskrepanz von gewünschtem und wahrgenommenem Körperbild - Frauen, die mit ihrem Körper unzufrieden sind, eher zu sozialem Vergleich mit schlanken Models neigen und sich beeinflussen lassen - Schönheit in der Werbung kann entgegen gesetzte Effekte haben <ul style="list-style-type: none"> - Soziale Vergleichsprozesse, Aktivierung des Selbst („mit H&M Unterwäsche wirst Du sexy wie Claudia Schiffer“) -> Negative Selbsteinschätzung -> Negativeren Einschätzung der beworbenen Produkte - Wird das Selbst durch die Werbekampagne bzw. das Model nicht involviert, wirkt sich Schönheit positiv auf Produktevaluationen aus
Persuasion/Werbung	<ul style="list-style-type: none"> - Man wird stärker beeinflusst als man denkt - Unterschied in den Verkaufszahlen zwischen Personen, die Werbespot zu neuem Produkt gesehen hatten und anderen beträgt 21% - Je nach Produkt ist affektive oder kognitive (Vor-/Nachteile) „Masche“ erfolgversprechender - Werbung ist wesentlich wirksamer, wenn sie bewusst wahrgenommen wird!
Automatische und kontrollierte Prozesse	<ul style="list-style-type: none"> - Mensch ist darauf programmiert, zunächst alles zu glauben - Kultivierungsthese: Vielseher nehmen im Gegensatz zu Wenigsehern die soziale Wirklichkeit stärker so war, wie sie im Fernsehen dargestellt wird
Schweigespirale	<ul style="list-style-type: none"> - Individuen äußern ihre Meinung in der Öffentlichkeit, wenn sie sich auf der Seite der Mehrheit glauben - Führt zu Spiralprozess: Meinung der Mehrheit wirkt immer stärker, Meinung der Minderheit wird immer weniger geäußert - Durch „quasi-statistischen Wahrnehmungsorgans“ kann einzelner erkennen, welche Einstellungen wie stark vertreten sind - Beruht auf sozialpsychologischen Mechanismen <ul style="list-style-type: none"> - Normativer Einfluss führt dazu, dass man sich der Meinung der Majorität anschließt - Need to belong
Zwei-Faktoren-Theorie der Emotion	<ul style="list-style-type: none"> - Selbsterkenntnis durch Beobachtung des eigenen Verhaltens - Gefühle werden erschlossen, indem wir unser Verhalten beobachten und dann eine Ursachenbeschreibung vornehmen - Beobachtung des physiologischen Erregungszustands durch situationsbedingte Informationen - Folge: „Excitation transfer“ -> Übertragung von Erregung
Impression Management	<ul style="list-style-type: none"> - Selbstdarstellung: Versuch, uns als den Menschen zu präsentieren, der wir sind oder von dem wir wollen, dass andere Menschen glauben, dass wir so sind - Impression Management: Bewusst oder unbewusst wird eine der Situation angemessene Selbstpräsentation zusammengestellt, die einen bestimmten Eindruck erwecken soll -> Impression Management als ein zentrales Motiv zur Selbstpräsentation auf sozialen Netzwerkseiten

Faktoren, die beeinflussen wie man sich darstellt	<ul style="list-style-type: none"> - Privacy paradox - Persönlichkeit - Kultur: Amerikaner präsentieren mehr private Information als Deutsche - Geschlecht: Frauen haben ein bewussteres Impression Management und wählen die Informationen sorgfältiger aus - Beziehungsstatus: Singles präsentieren mehr Fotos und mehr Freunde
Privacy paradox	<ul style="list-style-type: none"> - Privacy concerns und wahrgenommene soziale Normen beeinflussen die Privacy Settings - Hinweise, dass Impression Management Motivation und höhere Narzissmus-Werte zu offenerer Darstellung führen
Persönlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Hinweise, dass Persönlichkeitsaspekte die Darstellung auf Netzwerkseiten determiniert - Hoher Selbstwert und Offenheit für Erfahrungen führen zu elaborierterer Selbstdarstellung - Extraversion, Selbstwirksamkeit in Bezug auf Impression Management führen zu mehr „Freunden“, Angabe von mehr Details und Wahl von ausgefalleneren Fotos