

2 Stereotype

Wie dargestellt beginnt die Arbeit mit einer Darstellung der sozialpsychologischen Forschung zu Stereotypen. In diesem Kapitel soll der Begriff des Stereotyps und der Prozess der Stereotypisierung näher erläutert werden. Es beginnt mit einer kurzen Einführung in die Definition von Stereotypen (Kapitel 2.1) und geht daraufhin auf die Motivation ein, Stereotype im Alltag bei der Eindrucksbildung zu anderen Personen und Personengruppen anzuwenden (Kapitel 2.2). Nach dieser Grundlage für das Verständnis von Stereotypen wird erklärt, wie es zur Bildung, zur Formation, von Stereotypen kommt, wie sie in Sozialisationsprozessen weitervermittelt werden (Kapitel 2.3) und welche Rolle die Medieninhalte bzw. die Darstellung von Personen und Personengruppen in den Medien dabei spielen können (Kapitel 2.4). Im Prozess der Stereotypisierung wird zwischen der Aktivierung und der Anwendung von Stereotypen unterschieden (Brown & Turner, 2002; Macrae & Bodenhausen, 2000). In einem ersten Schritt wird darauf eingegangen, wie sich Aktivierung und Anwendung einerseits unterscheiden und andererseits miteinander zusammenhängen (Kapitel 2.5), woraufhin kurz geschildert wird, wie diese Prozesse bisher gemessen wurden (Kapitel 2.6). Während es in Kapitel 2.5 darum geht zu erklären, wie der Prozess der Stereotypisierung verläuft, widmet sich Kapitel 2.7 der Frage, *unter welchen Umständen* es überhaupt zur Stereotypisierung kommt und wann eine Eindrucks- und Urteilsbildung eher auf individuellen Attributen basiert. Dabei spielen Zweiprozessmodelle der Informationsverarbeitung eine große Rolle. Damit einher geht die Frage, wie Kontroll- und Korrekturprozesse ablaufen, die Stereotypisierung verhindern bzw. verringern können. Auch darauf wird in diesem Abschnitt eingegangen. Schließlich werden die uFolgen auf das Verhalten, die die Anwendung von Stereotypen nach sich ziehen kann, dargestellt (Kapitel 2.8) und die Erkenntnisse werden abschließend noch einmal zusammengefasst (Kapitel 2.9).

2.1 Definition von Stereotypen

Treffen wir mit fremden Menschen aufeinander, rufen wir häufig Bilder zu Personengruppen auf, um die Situation schnell einschätzen und damit besser han-

deln zu können (Bodenhausen, 1988, 1990; Bodenhausen, Macrae, & Hugenberg, 2003). Stereotype spielen dafür eine zentrale Rolle. Sie werden als Assoziationen und Vorstellungen über die Charakteristika und Attribute von Mitgliedern einer Gruppe verstanden, die die mentalen Repräsentationen von Personengruppen prägen und schließlich auch steuern, wie man eine Person oder eine Personengruppe wahrnimmt und beurteilt, weitere Informationen zu ihr verarbeitet und erinnert, und wie man sich ihr gegenüber verhält (Bodenhausen et al., 2003; Dovidio, Hewstone, Glick, & Esses, 2010; Hamilton & Sherman, 1994; Kunda, 1999). Schon Walter Lippmann (1947) prägte dieses Verständnis von Stereotypen als richtungsgebende Kategorisierungen für weitere Wahrnehmung und Informationsverarbeitung in seinem „Geburtstext“ der Stereotype im Jahr 1922, wenn er schreibt: „For the most part we do not first see, and then define, we define first and then see“ (1947: 81). Insbesondere beim oberflächlichen Aufeinandertreffen mit fremden Menschen würden vor allem die Personeneigenschaften wahrgenommen, zu denen schon Stereotype abgespeichert wurden, und das Bild der Person würde daraus vervollständigt, um in einer Welt mit ständigen, flüchtigen Kontakten den Aufwand der Verarbeitung neuer Information zu Personen möglichst gering zu halten (Lippmann, 1947: 88–89). Die Bedeutung von Stereotypen für die Wahrnehmung und Beurteilung von Personen wird auch in der Definition von McGarty, Yzerbyt & Spears (2002a) deutlich. Sie definieren Stereotype folgendermaßen: „(a) stereotypes are aids to explanation, (b) stereotypes are energy-saving devices, and (c) stereotypes are shared group beliefs“ (McGarty et al., 2002a: 2). Auch aus dieser Definition geht hervor, dass Stereotype als Heuristiken wirken, sie also eine weniger aufwändige Verarbeitung von Informationen zur Gruppe ermöglichen, um neue Informationen zu Personen energiesparend einzuordnen und sie so in einen Sinnzusammenhang zu stellen und zu bewerten.¹

Unabhängig davon, welche Motivation zu Stereotypisierung führt, besteht Einigkeit darüber, dass Stereotype inhaltlich geteilte Vorstellungen über eine Gruppe sind und sich nicht von Individuum zu Individuum unterscheiden. Innerhalb eines kulturellen und zeitlichen Raums sind die Inhalte bestimmter Stereotype also über Individuen hinweg als relativ konsentiert zu betrachten (Bodenhausen et al., 2003; Dovidio et al., 2010; Mackie, Hamilton, Susskind, & Rosselli, 1996; Macrae & Bodenhausen, 2000; Stangor & Schaller, 1996). Dies wird auch in der Definition von McGarty et al. (2002a) berücksichtigt, wenn von „shared group beliefs“ (McGarty et al., 2002a: 2) gesprochen wird. Diese geteilten Inhalte sind erklärbar durch die Entstehung von Stereotypen. Stereotype werden zwar, wie in Kapitel 2.3 noch weiter erläutert werden wird, auch durch

1 Auf diese und auf weitere Motivationen zur Stereotypisierung wird im nächsten Kapitel noch näher eingegangen.

Verzerrungseffekte auf Individualebene erzeugt (Mackie et al., 1996), allerdings basieren diese Effekte erstens auf sozialen Rollen von Gruppen (Eagly, 1987; Eagly & Steffen, 1984; Hoffman & Hurst, 1990) und zweitens werden die so entstandenen Stereotype durch Sozialisationsprozesse innerhalb des sozialen Kontexts weitergegeben (McGarty, Yzerbyt, & Spears, 2002b).

2.2 Motivationen zur Stereotypisierung

In den Definitionen von Stereotypen wird vor allem auf die Motivation für Stereotypisierung eingegangen, Informationen möglichst ressourcensparend zu verarbeiten, um sich einen Eindruck zu bilden und auf diese Weise die soziale Situation zu verstehen und adäquat reagieren zu können (Bodenhausen, 1988, 1990; Bodenhausen et al., 2003; Dovidio et al., 2010; Lippmann, 1947: 88–89; McGarty et al., 2002a). Yzerbyt identifiziert neben diesem menschlichen Grundbedürfnis, Situationen zu verstehen und auf der Basis dieses Verständnisses zu kontrollieren, auch noch zwei weitere Motivationen für Stereotypisierung: das Bedürfnis, ein positives Selbstkonzept zu haben, und das Bedürfnis, sich mit anderen Menschen zu verbinden und so zu einer sozialen Gruppe zu gehören (siehe auch Bodenhausen et al., 2003; 2010). Hinter diesen Funktionen stehen Prozesse der Aufwertung der eigenen Person. Als „*Self-Enhancement*“ wird das menschliche Bedürfnis verstanden, den Selbstwert der eigenen Person zu steigern oder aufrechtzuerhalten, wobei angenommen wurde, dass Menschen mit grundsätzlich tiefem Selbstbewusstsein eine stärkere Motivation haben, Selbstaufwertungen durchzuführen (Shrauger, 1975). Während empirisch Self-Enhancement-Prozesse grundsätzlich nachgewiesen wurden, wurde der postulierte Zusammenhang mit niedrigem Selbstbewusstsein allerdings mehrheitlich nicht gefunden (Brown, 1986; Brown, Collins, & Schmidt, 1988; Shrauger, 1975).

Self-Enhancement durch Stereotypisierung kann durch die Anwendung von (negativen) Stereotypen auf andere Individuen oder Gruppen erfolgen, die das positive Selbstbild gefährden, und auch in Diskriminierung resultieren. Diskriminierung wird verstanden als Verhalten gegen andere Individuen oder Gruppen, aus dem ein Vorteil einer Gruppe über eine andere resultiert oder aufrechterhalten wird (Dovidio et al., 2010). Die Forschung zu Diskriminierung ist vor allem der Forschung zu Vorurteilen zuzuordnen. Vorurteile werden definiert als (vornehmlich negative) Einstellungen zu einer Gruppe. Ein Vorurteil hat ein kognitives Element, und zwar das jeweils aktivierte Stereotyp. Hinzu kommt eine affektive Bewertung (im Regelfall ist diese bei Vorurteilen negativ) und eine konative Ebene in Form von Diskriminierung (Dovidio et al., 2010; Fazio, 1990). Aufwertungsprozesse durch Stereotypisierung und daraus resultierender Diskriminie-

rung wurden in empirischen Studien vielfach nachgewiesen. So gelangten insbesondere dann negative Stereotype für andere soziale Gruppen zur Anwendung, wenn situativ das eigene Selbstwertgefühl bedroht wurde (Fein & Spencer, 1997; Jordan, Spencer, & Zanna, 2005; Jordan, Spencer, Zanna, Hoshino-Browne, & Correll, 2003; Kunda, Davies, Adams, & Spencer, 2002; Sinclair & Kunda, 1999; Spencer, Fein, Wolfe, Fong, & Duinn, 1998). Sobald der Selbstwert durch eine negative Rückmeldung bedroht wurde, beispielsweise durch ein schlechtes Feedback auf eine gelöste Aufgabe (Fein & Spencer, 1997; Jordan et al., 2005; Jordan et al., 2003; Sinclair & Kunda, 1999) oder auch nur durch eine dem eigenen Standpunkt entgegengesetzte geäußerte Einstellung (Kunda et al., 2002), wurden unvorteilhafte, negative Stereotype zu der Gruppe aktiviert, zu der die Person gehörte, die den Selbstwert bedrohte. So wurde beispielsweise das Stereotyp für Schwarze bei der Beurteilung einer interviewten Person nur herangezogen, wenn diese der eigenen Einschätzung eines Urteilspruchs widersprach (Kunda et al., 2002). Einige Studien konzentrierten sich auf das Verhältnis des Wesenszugs „Selbstbewusstsein“ zu Selbstaufwertungsprozessen durch Diskriminierung. Sie konnten – wie auch schon in den oben genannten Studien zu Self-Enhancement-Prozessen – feststellen, dass nicht geringes Selbstbewusstsein bei Bedrohung des Selbstwerts zu Diskriminierung führte, sondern hohes (explizit geäußertes) Selbstbewusstsein in Bedrohungssituationen Aufwertungsprozesse nach sich zog (siehe auch die Metastudie von Aberson, Healy, & Romero, 2000; Jordan et al., 2005; Jordan et al., 2003).

Die Verankerung von Stereotypisierung in persönlichen, psychologischen Funktionen und Motivationen wird kritisiert von Henri Tajfel und Kollegen (Tajfel, 1969). In der von ihm formulierten „Social Identity Theory“ (Tajfel, 1969; Tajfel, 1978a, 1981a; Tajfel, Billig, Bundy, & Flament, 1971; Tajfel & Turner, 1986) erkennt er die *psychologische Funktion der Stereotypisierung* zwar immer noch an, betont aber die eigenständige Bedeutung *sozialer Funktionen* für Stereotypisierung. Ausgehend von der Frage, wie es zu (verheerenden) diskriminierenden Handlungen an ganzen Gruppen kommen kann, entwickelte Tajfel eine Theorie zur Bildung einer sozialen Identität durch Abgrenzung der (eigenen) „Ingroup“ von der (fremden) „Outgroup“ (Tajfel et al., 1971; Tajfel & Turner, 1986). Ausgangspunkt war die Überlegung, dass Menschen Ähnlichkeiten von Objekten *innerhalb* von Kategorien und Unterschiede zwischen Objekten in *unterschiedlichen* Kategorien akzentuieren (Tajfel, 1969). Diese Akzentuierung findet allerdings nur statt für Merkmale, die relevant für die Stereotypisierung bzw. Kategorisierung der beiden Gruppen sind. Dadurch entsteht eine Favorisierung der eigenen Gruppe, die bezüglich der Differenzierungskategorie besser beurteilt wird, was wiederum diskriminierendes Verhalten nach sich ziehen kann: Die eigene Gruppe wird besser, die Outgroup dagegen wird schlechter

behandelt (Tajfel et al., 1971). Diese Akzentuierungsthese überprüften Tajfel et al. (1971) mit einer Reihe von Experimenten zu Gruppenbildung, die seither als „minimal group studies“ (u.a. Abrams & Hogg, 2010: 180; Oakes, Haslam, & Turner, 1994) bekannt geworden sind. Tajfel et al. schafften darin minimale Bedingungen für Gruppenbildung und diskriminierendes Verhalten, indem sie die Versuchspersonen zufällig auf zwei Gruppen verteilten. Den Probanden wurde allerdings gesagt, dass sie aufgrund eines sehr einfachen Kriteriums, beispielsweise ihrer Schätzung der Menge von Punkten in Punktwolken oder aufgrund ihrer Präferenz für Bilder von Kandinsky oder Klee, den Gruppen zugeteilt wurden. Dies war die einzige Information, die jeder Teilnehmer von den anderen Gruppenmitgliedern (und dementsprechend auch von den Personen in den anderen Gruppen) hatte. Weder sahen sie sich, noch wussten sie die Namen der anderen Gruppenmitglieder. Die Probanden wurden daraufhin aufgefordert, einzelne Gruppenvertreter zu belohnen. Die Teilnehmer sollten sich unter anderem jeweils für eine von zahlreichen unterschiedlichen Möglichkeiten der Punktevergabe entscheiden (Experiment 2). Diese Möglichkeiten waren so gestaltet, dass unterschiedliche „Strategien“ für die Teilnehmer möglich waren: Sie konnten a) beiden Gruppen insgesamt die größte Punktzahl geben („maximum benefit“), b) fair und gleich die Punkte zwischen den beiden Gruppenvertretern verteilen oder c) die maximale Differenz zwischen den beiden Gruppen erzeugen, auch, wenn dies bedeutete, dass sie weniger Punkte erhielten, als wenn sie die Strategie der maximalen Belohnung für beide Gruppen gewählt hätten (Tajfel et al., 1971: 154). Trotz der minimalen Kriterien für die Zuweisung in eine Gruppe zeigte sich tatsächlich, dass die Ingroup-Vertreter bevorzugt belohnt wurden, wobei allerdings nicht der maximale Nutzen (der höchste Punktebetrag) gewählt wurde, sondern die höchste Differenz zur Outgroup: Sie steigerten also den relativen Gruppennutzen. Dieses Ergebnis interpretierten die Autoren nicht nur als Bestätigung der Ingroup-Bevorzugung, sondern auch als Bestrafung der Outgroup. Der Befund, dass reine Kategorisierung schon ausreicht, um diskriminierende Handlung zu erzeugen, überzeugte Tajfel davon, dass es neben der persönlichen auch eine soziale Identität geben müsse. Diese soziale Identität ist nach seinem Verständnis der Teil des Selbstkonzepts, der geprägt ist von dem Bewusstsein (und der emotionalen Bedeutung), zu einer Gruppe zu gehören (s. zum Überblick Oakes et al., 1994; Tajfel, 1978b). Dabei wird eine positive soziale Identität angestrebt, wodurch selbst bei nur minimalen Kategorien eine positive Unterscheidung gesucht wird. Im Falle der minimalen Gruppen in den beschriebenen Experimenten waren die Bewertungspunkte die einzige Möglichkeit, diese positive soziale Identität zu erzeugen. In diesem Verständnis sind Stereotype mehr als Heuristiken und Ausdruck von *individuellen* Selbstaufwertungsprozessen, denn auf der Ebene der Gruppen bilden und stärken sie geteilte

Überzeugungen („beliefs“), die wiederum soziale Ereignisse und kollektives Handeln erklären lassen (Oakes et al., 1994; Tajfel, 1981b). Kulturelle Traditionen und Gruppeninteressen sind für Tajfel somit die initialen Antreiber für Stereotypisierung (Tajfel, 1981b: 163).

Diese Bedeutung der sozialen Gruppen für die Bildung des Selbstkonzepts und die Rolle von Stereotypen bei der Identitätsbildung wird in der „Self-Categorization Theory“ von Turner (1985) weiterentwickelt. Aufbauend auf den Erkenntnissen Tajfels stellt er dabei vor allem die Verbindung individueller psychologischer Prozesse mit sozialen Gruppenprozessen bei Kategorisierungen in den Mittelpunkt (Oakes et al., 1994; Turner, 1985, 1987; Turner & Onorato, 1999). Turner geht davon aus, dass die Stereotypisierung kontextgebunden danach erfolgt, von welcher Gruppe sich die Ingroup in welcher Situation abgrenzen muss (Haslam & Turner, 1992; Oakes et al., 1994; Turner, Oakes, Haslam, & McGarty, 1994). So können sich beispielsweise Australier mit Amerikanern „verbünden“ und sich gegen Nationalitäten mit anderer Muttersprache abgrenzen, oder aber sie grenzen sich innerhalb der Gruppe der englischen Muttersprachler durch eine andere Kategorie von den Amerikanern ab, zum Beispiel durch Unterschiede im Lebensstil (Oakes et al., 1994). Abhängig ist die Anwendung von Kategorien davon, wie gut auf sie zugegriffen werden kann und wie relevant sie in dem jeweiligen Kontext sind.² Wie schon Tajfel bezüglich der sozialen Identität geht auch Turner davon aus, dass Stereotypisierung davon bestimmt wird, ob zwischen den Personen einer Gruppe die Unterschiede bezüglich einer Kategorie als geringer wahrgenommen werden als zu Personen einer relevanten Outgroup. Dieses von ihm als „Metakontrast“ (u.a. Turner et al., 1994: 456) bezeichnete Verhältnis von Ingroup- zu Outgroup-Ähnlichkeit bestimmt, wie stark Kategorien zum Einsatz kommen: Trifft eine als sehr homogen bezüglich der fraglichen Kategorie wahrgenommene Ingroup auf eine als davon sehr unterschiedlich wahrgenommene Outgroup, so wird die Kategorie als geeignet bewertet und als bedeutsam gewichtet (es besteht also ein salienter Metakontrast). Kontrastierung im Zuge von Kategorisierung ist allerdings nur dann möglich, wenn zwei Individuen oder zwei Gruppen vergleichbar sind, das heißt, sich an einem Maßstab messen lassen und somit auch auf höherer Ebene wieder Gemeinsamkeiten haben (so sind im oben genannten Beispiel sowohl Amerikaner wie auch Australier englische Muttersprachler). Je stärker eine Gruppe als homogen und anders als eine Outgroup wahrgenommen wird, desto mehr tritt auch eine „Depersonalisierung“ (Oakes et al., 1994: 100) ein. Es werden weniger die persönlichen Eigenschaften wahrgenommen, sondern die Individuen werden als Gruppenvertreter und stereotype Merkmalsträger verstanden. Somit ist der

2 Diese Kriterien für Stereotypisierung werden im Kapitel 2.5 zur Stereotypaktivierung und -anwendung noch weiter ausgeführt.

Prozess der Depersonalisierung im Grunde als Stereotypisierung der Outgroup, aber auch der eigenen Gruppe zu verstehen (Abrams & Hogg, 2010). Durch das Prinzip der Metakontrastierung entstehen letztendlich „Prototypen“ (u.a. Turner et al., 1994: 458) einer Gruppe, die sich dadurch auszeichnen, dass ihr Metakontrast maximiert ist: Je stärker eine Person also als abweichend von der Outgroup und als ähnlich mit der Ingroup wahrgenommen wird, desto prototypischer ist sie für die Kategorisierung. Die Prototypen sind somit auch kontextabhängig, da auch sie je nach Vergleichsgruppe variieren. Die Selbstkategorisierung, das Kernstück der Theorie, findet auf Basis dieser Vergleichsprozesse statt. Auch hier spielen sowohl die individuelle als auch die soziale Ebene eine Rolle. So kann Selbstkategorisierung einerseits darin bestehen, Unterschiede zwischen sich und anderen Gruppenmitgliedern bezüglich relevanter Kategorien zu erkennen. Ist dies der Fall, dann dominiert die persönliche Ebene und die persönliche Identität (Intragruppenvergleich). Andererseits kann Selbstkategorisierung auf Intergruppenebene stattfinden, indem das Individuum deutliche Unterschiede zwischen Gruppen feststellt und sich einer Gruppe zuordnet bzw. sich mit ihr identifiziert. Turner et al. beschreiben das Verhältnis von sozialer und persönlicher Selbstklassifizierung als Kontinuum. Je stärker die soziale Identität dominiert, desto mehr kommt es neben der Stereotypisierung der Outgroup auch zur Selbststereotypisierung (Oakes et al., 1994: 100), indem sich der Einzelne die relevanten Eigenschaften der Gruppe verstärkt selbst zuschreibt und sich so stärker mit der eigenen Gruppe identifiziert. Die soziale Ebene beeinflusst auf diese Weise die Wahrnehmung persönlicher Eigenschaften und löst gegebenenfalls auch stereotype Verhaltensweisen aus. Die Kontextvariabilität von Kategorisierungen trifft auch auf die Selbstkategorisierung zu. Sie verleiht den Individuen eine Flexibilität auf der Handlungsebene (Haslam & Turner, 1992: 461), da je nach sozialer Situation die Kategorisierung und damit die Definition der eigenen Person angepasst werden kann.

2.3 Stereotypformation

Während bisher erläutert wurde, was unter Stereotypen verstanden werden kann und aus welchen Motivationen heraus sie angewendet werden, soll in einem nächsten Schritt geklärt werden, wie Stereotype entstehen.

Stereotype können auf *persönlichen Erfahrungen* und Interaktionen mit anderen Individuen oder Gruppen, oder aber auf *vermitteltem Wissen* und Überzeugungen beruhen. Stereotype werden also vor allem in Bottom-up-Prozessen gebildet, da sie aufgrund von direkten oder indirekten Beobachtungen und Erfahrungen gebildet werden (Brown & Turner, 2002). Unabhängig davon, ob das

Stereotyp durch direkte Erfahrung oder vermitteltes Wissen entsteht oder nach der Entstehung über Sozialisationsprozesse vermittelt wird, werden als Ursachen für die „ursächliche“ Entstehung der Stereotype vor allem Verzerrungseffekte herangezogen (Mackie et al., 1996).³ So wird etwa von Handlungen einer Person direkt auf ihre Wesenszüge geschlossen, ohne dass diese direkt angesprochen werden. Diese Verzerrung in der Attribution von Eigenschaften durch wahrgenommenes Verhalten liegt darin begründet, dass Menschen dem Verhalten eine Intention unterstellen und dieser Intention wiederum Wesenszüge zugrunde gelegt werden (Jones & Davis, 1965; Newman & Uleman, 1989). Dabei wird der Einfluss sozialer Situationen auf das Verhalten übersehen bzw. nicht mitberücksichtigt (dies wird auch als „Correspondence Bias“ bezeichnet, siehe Gilbert & Malone, 1995). Während diese Attribution von Eigenschaften erst einmal auf individueller Ebene gedacht ist – jemand verschüttet ein Glas Wein und wird als generell ungeschickt bewertet –, findet sich die Verzerrung auch bezüglich der Wahrnehmung der Eigenschaften von Personengruppen. Dabei sind soziale Rollen dieser Gruppen von großer Bedeutung (Eagly, 1987; Eagly & Steffen, 1984; Hoffman & Hurst, 1990). Soziale Strukturen führen zu bestimmten Verhaltensweisen von Gruppen; so ist beispielsweise die Rollenverteilung zwischen den Geschlechtern bezüglich ihrer beruflichen Tätigkeit immer noch geprägt davon, dass Frauen sich häufiger um den Haushalt und um die Familie und Männer sich um den Hauptgelderwerb kümmern (Eagly, 1987; Eagly & Steffen, 1984; Hoffman & Hurst, 1990). Diese Übernahme von „leitenden“ Rollen durch Männer und von „sorgenden“ Rollen durch Frauen führt dazu, dass Männern dazu „passende“ Wesenszüge wie Selbstsicherheit, Führungsqualität und Konkurrenzdenken, Frauen dagegen Eigenschaften wie Fürsorglichkeit, Uneigennützigkeit, Wärme, aber auch Passivität zugeschrieben werden (Diekmann, Eagly, & Johnston, 2010; Eagly, Wood, & Diekmann, 2000). Durch diese Zuschreibung von Wesenszügen wird nicht nur das Verhalten der Gruppen begründet, sondern die vorherrschende soziale Einordnung legitimiert. So argumentieren Hoffman und Hurst (Hoffman & Hurst, 1990), dass die Funktion der Legitimation erklärt, weshalb Stereotype für sozial wichtige Rollenunterschiede auch für „Vertreter“ der Gruppe herangezogen werden, die die mit der sozialen Rolle assoziierten Verhaltensweisen noch gar nicht an den Tag legen können (beispielsweise Neugeborene). In ihrer Studie konnten sie zeigen, dass die Zuschreibungen von als „weiblich“ und „männlich“ geltenden Wesenszügen tatsächlich unabhängig vom Geschlecht und nur basierend auf der gesellschaftli-

3 Auch bei vermittelter Information über andere Gruppen, wie über die Familie, Peers oder Medieninhalte, können Stereotype ursprünglich durch Verzerrungseffekte entstanden sein. Werden schon gebildete Stereotype im Zuge der Sozialisation vermittelt, so ist zu vermuten, dass die Verzerrungseffekte bereits bei der Entstehung der Stereotype stattgefunden haben.

chen Rolle zugeschrieben wurden. In einem Experiment (Experiment 1) wurden jeweils zwei erdachte Kulturen bzw. Spezies von einem fremden Planeten („O-rinthians and Ackmians“, Hoffman & Hurst, 1990: 200) eingesetzt. Jeweils 15 Mitglieder beider Gruppen wurden portraitiert, wobei entweder „city worker“ oder „child raiser“ (ebd.) deutlich häufiger vertreten waren. Alle Individuen wurden mit jeweils drei Eigenschaften beschrieben, wobei jeweils eine dem „weiblichen“, dem „männlichem“ und eine gar keinem Stereotyp zugeschrieben werden konnten. Zusätzlich wurde darauf hingewiesen, dass es keine Unterscheidung zwischen männlichen und weiblichen Wesen gebe. Ergebnisse zeigten, dass je nach dominanter Rollenzuweisung (als „city worker“ oder „child raiser“) in der Bewertung der Spezies bzw. der Kultur die jeweils als weiblich oder als männlich geltenden Stereotype dominierten und sie somit nicht auf Geschlechter zurückzuführen sind.⁴ Da die Stereotype gesellschaftlich allerdings nicht als Stereotype für „Berufsrollen“ gewertet, sondern dem Geschlecht zugeordnet werden, ist für Hoffman und Hurst die Rationalisierung der Rollenverteilung zwischen den Geschlechtern als eine wichtige Ursache in der Entstehung der Stereotype zu werten.⁵

Hinzu kommt ein Zuschreibungsfehler, der als „Attribution Error“ (Hewstone, 1990; Pettigrew, 1979) in der Forschung berücksichtigt wurde und der vor allem bei der Entstehung von negativen Stereotypen eine Rolle spielt. Wird die Leistung bzw. werden die Handlungen einer Outgroup als positiv bewertet, dann werden als Ursache eher situative Begebenheiten und glückliche Umstände herangezogen, während bei negativen Leistungen oder Handlungen die Wesenszüge der anderen Gruppenmitglieder und damit internale Faktoren als Ursache herangezogen werden (Hewstone, 1990; Pettigrew, 1979). Diese Wahrnehmungsverzerrung hat ihren Ursprung in dem schon erläuterten Bedürfnis nach Selbstaufwertung bzw. dem Schutz der eigenen Person und der eigenen Gruppe (Brown, 1986; Brown et al., 1988; Shrauger, 1975) und resultiert in Zuschreibungen von

4 Zusätzlich wurde die Hälfte der Teilnehmer aufgefordert, Erklärungen dafür zu nennen, weshalb sich die sozialen Rollen der beiden Gruppen unterscheiden. Bei den Probanden, die Erklärungen liefern sollten, war die Beziehung von sozialer Rolle und Stereotyp noch stärker ausgeprägt. Dies wird wie schon erwähnt als „Correspondence Bias“ bezeichnet, siehe Hoffman and Hurst (1990: 202).

5 Die „System Justification Theory“ geht davon aus, dass Stereotype angewendet werden, wenn eine Gruppe gesellschaftlich eindeutig unterlegen ist und der Status quo aufrechterhalten werden soll, siehe Jost, Banaji, and Nosek (2004); Kay et al. (2007). Positive Stereotype werden dann als ausgleichende, kompensierende Wesenszüge herangezogen. So wird beispielsweise durch Stereotype wie „arm, aber glücklich“, „reich, aber unehrlich“ die Zustimmung zu bestehenden Ungleichheiten kompensiert, und zwar von beiden betroffenen Gruppen, siehe Kay and Jost (2003); Jost and Kay (2005).

Wesenszügen zu Outgroups, die auf der Grundlage von wahrgenommenen (und als negativ befundenen) Handlungen als ursächlich aufgerufen werden.

Ein weiterer Verzerrungseffekt, der für die Entstehung von Stereotypen herangezogen wird, ist die Illusion einer Korrelation, die „Illusory Correlation“ (Chapman & Chapman, 1967; Hamilton & Gifford, 1976). Darunter ist der fälschlicherweise angenommene Zusammenhang zwischen zwei Kategorien oder Ereignissen zu verstehen, die jeweils selten, allerdings zufällig zusammen auftreten. Da ihr Auftreten jeweils unwahrscheinlich ist, wird zwischen dem gemeinsamen Auftreten ein Zusammenhang vermutet, das gemeinsame Auftreten wird also überbewertet (Hamilton & Gifford, 1976). So konnten Hamilton und Gifford (1976) zeigen, dass Gruppen, die unterrepräsentiert waren, tatsächlich mit Verhaltensweisen verknüpft wurden, die seltener vorkommen, und zwar sowohl mit negativ bewertetem (Experiment 1) als auch mit positivem Verhalten (Experiment 2). Auch darauffolgende Studien unterstützten diesen Befund (siehe auch die Metastudie von Mullen & Johnson, 1990). Kritik an der Bedeutung der Illusory Correlation für die Bildung von Stereotypen wurde dahingehend geäußert, dass dieser Effekt nicht nachweisbar war, wenn die beurteilende Person zur Minorität gehörte, die jeweils beurteilt wurde. In diesem Fall wurden der Gruppe unabhängig davon, dass sie weniger häufig vorkam, die (positiven), häufig vorkommenden Attribute zugeschrieben. Die Bedeutung der Betroffenheit der eigenen Person für die Zuschreibung von Stereotypen (und damit wieder das Motiv des Self-Enhancements) spielt daher auch für diesen Effekt eine Rolle (Schaller & Maass, 1989). Eine weitere Kritik richtet sich an den Befund, dass die Illusion einer Korrelation nur für Gruppen nachgewiesen wurde, die noch vollkommen unbekannt bzw. noch nicht mit Eindrücken belegt waren. Sobald Gruppen herangezogen wurden, die schon in der Vergangenheit stereotypisiert wurden, wie beispielsweise Schwarze und Weiße oder Frauen und Männer, war der Effekt nur noch nachweisbar, wenn die Zuordnung von Verhalten bzw. Wesenszügen zu Gruppen die schon bestehenden Stereotype bestätigte (McArthur & Friedman, 1980; zur Übersicht siehe Oakes et al., 1994).⁶ Dies deckt sich mit der Reinterpretation der Illusory Correlation von McGarty und Kollegen. Sie gehen davon aus, dass das Bedürfnis oder auch die in den Studien explizit gestellte Aufgabe, Gruppen sinnvoll zu differenzieren, aufgrund von fehlender Information, die zu einer Differenzierung herangezogen hätte werden können, zur „Illusory Correlation“ führten (Haslam, McGarty, & Brown, 1996; McGarty & de la Haye, Anne-Marie, 1997). Das gemeinsame Auftreten war somit die einzige Information, auf die bei der Urteilsbildung zurückgegriffen werden konnte.

6 Diese Kritik kann man dahingehend einschränken, dass „Illusory Correlation“ zwar weniger Bedeutung bei der *Änderung* von Stereotypen hat, die Rolle des Effekts bei der *ursächlichen Entstehung* von Stereotypen durch diesen Befund allerdings nicht eingeschränkt wird.

Während es bisher um die Frage nach der „initialen“ Entstehung von Stereotypen ging, werden schon gebildete Stereotype durch Sozialisationsprozesse innerhalb eines zeitlichen und kulturellen Kontexts weiter ausgebaut und gefestigt (McGarty et al., 2002b). Sozialisation kann etwa durch das enge Umfeld wie Familie und Freunde, aber auch vermittelt über Medieninhalte erfolgen (Mackie et al., 1996). Die Gewöhnung an Kategorisierungen beginnt schon in den frühen Kinderjahren. So konnten Studien beispielsweise zeigen, dass das Bewusstsein über die Kategorie „Geschlecht“ schon im Vorschulalter vorhanden ist. Kinder waren zwar noch nicht fähig, einzelnen Individuen individuelle Wesenszüge zuzuschreiben, wohl aber als „Mann“ und „Frau“ kategorisierten Individuen stereotype Wesenszüge zuzuordnen (Gelman, Collman, & Maccoby, 1986). Aus diesen und weiteren Befunden zu Rassenstereotypen schließt Hirschfeld (1995), dass zuerst Kategorien erlernt werden, bevor Kinder überhaupt fähig sind, von sich aus Gruppen anhand von beobachtbaren Merkmalen zu unterscheiden (siehe dazu auch Mackie et al., 1996). Während in den Kinderjahren vor allem die Familie die Sozialisation eines Kindes prägt (Maccoby, 1992), kommen, je älter und unabhängiger Kinder werden, auch die engen Freunde und alltäglichen Kontakte hinzu. Rassenstereotype von Kindern und Jugendlichen korrelieren beispielsweise stark mit den Stereotypen, die das Umfeld aus Familie und engen Freunden äußert und zeigt (Kiesner, Maass, Cadinu, & Vallese, 2003; Patchen, Davidson, Hofmann, & Brown, 1977). Dabei müssen Stereotype nicht direkt bzw. explizit vermittelt werden, sondern werden auch durch Beobachtung von Umgangsweisen des Umfelds übernommen (Mackie et al., 1996). Neben dem sozialen Umfeld können auch Medien wirkungsvolle Vermittler von Stereotypen sein (Allport, 1979, 1954; Mackie et al., 1996; Mutz, 2010). Sie können einerseits direkt stereotype Klassifikationen darstellen oder thematisieren, oder die Realität kann so „konstruiert“ werden, dass Personengruppen durch den Kontext und durch häufig zugeschriebene soziale Rollen mit bestimmten Eigenschaften verbunden werden (Mastro, Tukachinsky, & Valdivia, 2012).

2.4 Darstellung von Stereotypen in den Medien

Stereotype lassen sich nicht zuletzt darum verstärkt in den Medien finden, weil sie eine hohe Kommunizierbarkeit besitzen (Dovidio et al., 2010; Schaller, Conway III, Lucian Gideon, & Tanchuk, 2002). Schaller, Conway und Tanchuk (2002) konnten zeigen, dass Wesenszüge für Gruppen, die als sehr gut kommunizierbar eingestuft wurden, vornehmlich Stereotype zu den Gruppen waren. Sie schließen daraus, dass insbesondere die leichtere Kommunizierbarkeit von Stereotypen ihre Entstehung und langfristige Verankerung fördert.

Die bestehenden (inhaltsanalytischen) Studien bezüglich der Darstellung von Stereotypen im Fernsehen fassen Mutz und Goldman (2010) in Anlehnung an Studien von Dixon und Linz (2000b; 2000a) in drei große Bereiche zusammen. So wird erstens untersucht, wie stark eine Gruppe mit einer stereotypen Eigenschaft im Vergleich zu anderen Eigenschaften dargestellt wird, es wird also ein Intragruppenvergleich bezüglich unterschiedlicher Zuschreibungen vorgenommen (Dixon, Azocar, & Casas, 2003, Dixon & Linz, 2000b, 2000a, Entman, 1990, 1992, 1994; Entman & Rojecki, 2001; Northup & Liebler, 2010; Oliver, 1994; Reich & Spitzner, 2009; Robinson, Callister, & Magoffin, 2009; Romer, Jamieson, & de Coteau, Nicole J., 1998). Ein klassisches Beispiel dafür sind Schwarze im US-amerikanischen Fernsehen, die häufiger als Täter denn als Opfer dargestellt werden (Dixon et al., 2003; Dixon & Linz, 2000a; Romer et al., 1998), aber auch die Darstellung von Schwarzen vor allem in bestimmten Genres wie Sitcoms und dramatischen Serien und damit verknüpft mit den typischen Inhalten dieser Serien (Mastro & Behm-Morawitz, 2005; Matabane & Merritt, 1996). Zweitens wird zwischen Gruppen verglichen, inwiefern einer Gruppe im Vergleich zu anderen Gruppen spezifische stereotype Wesenszüge oder stereotypes Verhalten zugeschrieben wird (Clawson & Trice, 2000; Dixon et al., 2003; Dixon & Linz, 2002; Entman, 1990, 1992, 1994; Entman & Rojecki, 2001; Mastro & Behm-Morawitz, 2005; Oliver, 1994; Rivasdeneyra, 2011; Tamborini, Mastro, Chory-Assad, & Huang, 2000). So werden beispielsweise schwarze Kriminelle als gefährlicher dargestellt als weiße Gesetzesbrecher (Entman, 1990, 1992, 1994; Entman & Rojecki, 2001). Drittens schließlich werden Vergleiche zwischen der Darstellung der Realität im Fernsehen und Realitätsindikatoren jenseits der Medieninhalte vorgenommen (Dixon & Azocar, 2006; 2000b; 2000a; Romer et al., 1998).⁷ So verglichen Romer et al. (1998) zum Beispiel die Medienrealität mit dem tatsächlichen Geschehen anhand von FBI-Aufzeichnungen zur Rassenzugehörigkeit von Opfern in Tötungsfällen. Bei dem Vergleich von Medieninhalten und extramedialen Daten wird also überprüft, inwieweit die Fernsehrealität bezüglich stereotyper Zuschreibung von Wesenszügen zu sozialen Gruppen verzerrt ist. Dixon und Linz (2000b; 2000a) griffen in ihren Studien alle drei Vergleichsebenen auf. Sie untersuchten beispielsweise, wie häufig Schwarze, Latinos und Weiße im Fernsehen in den USA als Gesetzesbrecher oder als Gesetzeshüter dargestellt wurden (Dixon & Linz, 2000b). Auf allen Vergleichsebenen zeigte sich ein ähnliches Bild: Schwarze und Latinos wurden sowohl im Intragruppen- als auch im Intergruppenvergleich stärker als Gesetzes-

7 Viele inhaltsanalytische Studien zu stereotyper Darstellung von Gruppen in den Medieninhalten beginnen mit einer Darstellung des Verhältnisses zwischen dem Vorkommen einer Gruppe in den Medienangeboten und der Verteilung in der Gesellschaft, siehe u.a. Mastro and Ortiz (2008); Mastro and Behm-Morawitz (2005); Mastro and Greenberg (2000); Mastro (2009).

brecher dargestellt als als Gesetzeshüter (Rollenvergleich) oder als Weiße (Gruppenvergleich). Im Vergleich mit Realitätsindikatoren, in diesem Fall mit einer Statistik zur Anstellung von Schwarzen, Latinos und Weißen bei der Polizei, zeigte sich eine Überrepräsentation von Weißen im Fernsehen, eine Unterrepräsentation von Latinos und eine realitätsgetreue Darstellung von Schwarzen als Polizisten.

Auch die Forschung zu Kultivierungseffekten des Fernsehens auf die Realitätsvorstellungen der Rezipienten (Gerbner, 1969; Gerbner & Groß, 1976; Gerbner, Groß, & Melody, 1973) berücksichtigt in einem ersten Schritt die (inhaltsanalytische) Feststellung der medialen Realität. Während ursprünglich vor allem der Einfluss der Medienrealität auf Vorstellungen über die Höhe und Gefahr von Kriminalität (und dadurch ausgelöste „Mean World“-Vorstellungen) untersucht wurde (Gerbner & Groß, 1976; Gerbner, Groß, Morgan, & Signorielli, 1980), wurden auch die Repräsentationen von Minoritäten und Geschlechterrollen im Fernsehen thematisiert und es wurde gezeigt, dass eine Unterrepräsentation von Frauen und von ethnischen Minoritäten (z.B. Schwarzer in den USA) in Hauptrollen das Bild sehr eingeschränkter Möglichkeiten und Rechte dieser Gruppen in der Gesellschaft vermittelte (Gerbner, Groß, Morgan, & Signorielli, 1986; zur Übersicht siehe Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2009).⁸

Die Studien zu Stereotypen in Fernsehinhalt beziehen sich sowohl auf nonfiktionale Angebote wie Nachrichten (Dixon & Azocar, 2006; Dixon et al., 2003, Dixon & Linz, 2000b, 2000a, Dixon & Linz, 2002; Entman, 1990, 1992, 1994; Entman & Rojecki, 2001; Romer et al., 1998; Signorielli, 1989a) als auch auf fiktionale Angebote (Entman & Rojecki, 2001; Mastro & Behm-Morawitz, 2005; Matabane & Merritt, 1996; Northup & Liebler, 2010; Oliver, 1994; Robinson et al., 2009). Selbstverständlich wurde mediale Stereotypisierung aber auch für andere Mediengenres untersucht. So fanden insbesondere Darstellungen von sozialen Gruppen, und dabei insbesondere von Geschlechterstereotypen, in der Werbung (Bartsch, Burnett, Diller, & Rankin-Williams, 2000; Browne, 1998; Signorielli, McLeod, & Healy, 1994) und in Videospielen (Beasley & Collins Standley, 2002; Brand, Knight, & Majewski, 2003; Dill, Gentile, Richter, & Dill, 2005; Downs & Smith, 2010; Jansz & Martis, 2007; Mou & Peng, 2009; Schwender, 2009) Berücksichtigung. Inhalte von Printmedien wurden dagegen vergleichsweise selten auf Stereotype untersucht. Zwar finden sich einige Studien zu stereotypen Inhalten von Zeitungen und Magazinen (Brabant, 1976; Brabant & Mooney, 1986, 1997; Clawson & Trice, 2000; Glascock & Preston-Schreck, 2004; Kahn, 1994; Kian, 2008; Koch, 2009; Palmer; Rodgers & Thorson, 2000), allerdings beziehen sich die meisten Studien auf bildliche Darstel-

8 Auf die eigentliche Forschung zu Kultivierungseffekten wird später im Abschnitt zu Stereotypen in der Medienwirkungsforschung (Kapitel 3.1) noch näher eingegangen.

lungen von Stereotypen wie in Cartoons bzw. Comics (Brabant, 1976; Brabant & Mooney, 1986; Brabant & Mooney, 1997; Glascock & Preston-Schreck, 2004; Koch, 2009; Palmer) oder Fotografien (Clawson & Trice, 2000; Rodgers & Thorson, 2000).

Insgesamt stellen die oben genannten Studien eine deutliche Zuschreibung von stereotypen Wesenszügen zu den dargestellten sozialen Gruppen in den Medieninhalten fest. In den Medien werden Stereotype also wie beschrieben entweder durch die Zuschreibung von Eigenschaften und Verhaltensweisen, durch die Präsentation von Gruppen in bestimmten sozialen Rollen oder durch die Unterrepräsentation von Gruppen in zentralen Rollen vermittelt. Der Fokus liegt in den Studien auf der Stereotypisierung von Minoritäten durch die Medien und weniger auf der medialen Darstellung von Majoritätsgruppen. So werden vor allem Studien zu Rassenminoritäten durchgeführt, insbesondere von Schwarzen in den USA (Dixon et al., 2003; Dixon & Linz, 2000a; Mastro & Behm-Morawitz, 2005; Matabane & Merritt, 1996; Poindexter & Stroman, 1981; Romer et al., 1998).⁹ Daneben liegt ein deutlicher Schwerpunkt auch auf der Untersuchung von medial vermittelten Geschlechterstereotypen (Bartsch et al., 2000; Browne, 1998; Eschholz, Bufkin, & Long, 2002; Neuendorf, Gore, Dalessandro, Janstova, & Snyder-Suhy, 2010; Signorielli et al., 1994; Smith & Granados, 2009).

2.5 Stereotypaktivierung und Stereotypanwendung

Die durch Sozialisierung über das persönliche Umfeld und über andere Quellen wie die Medien gefestigten Stereotype werden, wie schon beschrieben, aus unterschiedlichen Motivationen heraus angewendet. *Wie* sie zur Anwendung kommen und welche Rolle dabei Aktivierungsprozesse spielen, wird in diesem Kapitel dargestellt.

9 Allerdings wird bei Gruppenvergleichen auch immer etwas über die Stereotypisierung der Vergleichsgruppe gesagt. Werden also beispielsweise Darstellungen stereotyper Wesenszüge bei schwarzen und weißen Amerikanern verglichen, so wird auch automatisch die Stereotypisierung der weißen (Majoritäts-)Gruppe indirekt thematisiert.

2.5.1 Aktivierung und Anwendung von Stereotypen

Die *Anwendung* von Stereotypen ist die eigentliche Stereotypisierung. Das heißt, dass Stereotype in der Anwendung, wie schon aus den Definitionen von Stereotypen deutlich wurde, die Wahrnehmung leiten und die weitere Informationsverarbeitung und damit die Eindrucksbildung, das Urteil, die Erinnerung und sogar daraus resultierendes Verhalten beeinflussen können (Bodenhausen & Macrae, 1998; Bodenhausen et al., 2003; Dovidio et al., 2010; Gilbert & Hixon, 1991; Hamilton & Sherman, 1994; Krieglmeier & Sherman, 2012; Kunda, 1999; Kunda & Spencer, 2003; Macrae & Bodenhausen, 2000). Vor dieser Anwendung von Stereotypen steht allerdings die *Aktivierung* der abgespeicherten Gruppenattribute (Allport, 1979, 1954; Bargh, 1999; Bodenhausen & Macrae, 1998; Devine, 1989; Gilbert & Hixon, 1991). Bei der Aktivierung von Stereotypen wird die Zugänglichkeit dieser Wissenseinheiten erhöht, es handelt sich also um Priming-Effekte (Macrae & Bodenhausen, 2000). Die Prozesse der Aktivierung und Anwendung unterscheiden sich vor allem in der Stärke der Automatisierung: Während die Aktivierung vornehmlich automatisch abläuft und somit auch wenig kontrolliert werden kann, spielt bei der Anwendung von Stereotypen die Möglichkeit und Motivation zur systematischen Verarbeitung von Information oder zur Unterdrückung von Stereotypen bei der Eindrucksbildung, der Urteilsfindung oder dem daraus resultierenden Verhalten eine große Rolle (Bargh, 1999; Brewer, 1988; Devine, 1989; Fiske & Neuberg, 1990; Krieglmeier & Sherman, 2012). Gawronski und Bodenhausen (2006; 2007) unterteilen die darunterliegenden Prozesse innerhalb ihres „Associative-Propositional Evaluation Models“ (APE-Modell) für die Einstellungsbildung in assoziative, rein aktivierende Prozesse, in denen Wissenseinheiten zugänglich gemacht werden, und propositionale Prozesse, bei denen die aktivierten Einheiten validiert werden. Im Folgenden wird erläutert, wie die Aktivierung von Stereotypen und die darauffolgende Anwendung ablaufen. Die Frage, wann Stereotype überhaupt angewendet werden und wann diese Anwendung von Stereotypen unterdrückt oder systematisch und attributbasiert verarbeitet wird, wird in Kapitel 2.7 diskutiert.

Die Aktivierung abgespeicherter Stereotype findet durch den Kontakt mit einem Individuum oder einer Gruppe von Individuen statt, das bzw. die einer stereotypisierten Gruppe anhand von Wesenszügen zugeordnet werden kann bzw. können. Nach dem Kontakt kann besser auf vorhandene Wissenseinheiten zugegriffen werden (Devine, 1989; Macrae & Bodenhausen, 2000; Perdue & Gurtman, 1990). Dabei ist „Kontakt“ sehr weit zu verstehen, er kann auf einem direkten Aufeinandertreffen beruhen, aber auch über Bilder, Schilderungen oder auch nur durch Kategorienlabels wie „schwarz“ und „weiß“ zustande kommen (u.a. Macrae & Bodenhausen, 2000). Der Kontakt muss nicht bewusst, sondern

kann auch subliminal erfolgen. Auch ohne bewusste Wahrnehmung des Auslösers können Stereotype also aktiviert und so zugänglich gemacht werden (Bargh, 1992, 1999; Blair & Banaji, 1996; Devine, 1989; Macrae, Milne, & Bodenhausen, 1994). In den Studien zur Aktivierung von Stereotypen kann diese unbewusste Wahrnehmung des Stereotypauslösers entweder durch eine Präsentation erfolgen, die in ihrer Dauer unterhalb der Wahrnehmungsgrenze liegt (Dovidio, Kawakami, & Gaertner, 2002; Dovidio, Kawakami, Johnson, Johnson, & Howard, 1997; Groß & Hardin, 2007; Macrae, Bodenhausen, & Milne, 1995; Macrae, Milne et al., 1994; Perdue, Dovidio, Gurtman, & Tyler, 1990; Perdue & Gurtman, 1990; Wittenbrink, Judd, & Park, 1997), oder dadurch, dass die Verbindung zwischen dem Auslöser und dem später zu bewertenden Objekt verschleiert wird (Blair & Banaji, 1996; Dijksterhuis, Aarts, Bargh, & van Knippenberg, 2000; Fazio & Dunton, 1997; Fazio, Jackson, Dunton, & Williams, 1995; Goldberg, 1968; Macrae & Bodenhausen, 2000; Spencer et al., 1998; Wittenbrink, Judd, & Park, 2001). Aktiviert werden auf diese Art nicht nur Zuschreibungen stereotyper Wesenszüge zu Gruppen, sondern auch damit assoziierte Bewertungen, die schließlich auch Handlungskonsequenzen nach sich ziehen können (Dovidio et al., 2002; Dovidio et al., 1997; Fazio & Dunton, 1997; Fazio & Hilden, 2001; Fazio et al., 1995; Fazio & Olson, 2003; Olson & Fazio, 2006; Wilson, Lindsey, & Schooler, 2000). Fazio und Kollegen (1995) beispielsweise zeigten, dass Gesichter von Schwarzen und Weißen Rasseneinstellungen aktivierten. Weiße Probanden, die Gesichter von Schwarzen sahen, ordneten danach negativ konnotierten Adjektiven die Kategorie „schlecht“ schneller zu als positiv konnotierten Adjektiven die Kategorie „gut“.

2.5.2 Einflüsse auf die Auswahl von Stereotypen bei der Aktivierung

Es stellt sich die Frage, *welche* Stereotype aktiviert und damit für die Anwendung zugänglich gemacht werden. Keine Person kann *nur einer* sozialen Gruppe zugeordnet werden. Jedes Individuum kann somit in unterschiedlichen sozialen Rollen wahrgenommen und somit unterschiedlichen sozialen Gruppen zugeordnet werden. So kann beispielsweise eine alte Frau als ein „alter Mensch“ oder als eine „Frau“ wahrgenommen werden. Die unterschiedlichen Kategorisierungen stehen also in einem Wettbewerb miteinander, wobei diejenige „gewinnt“, die die Schwelle zur Aktivierung zuerst erreicht (Bodenhausen & Macrae, 1998). Zusätzlich dazu, dass eine Person unterschiedlichen sozialen Gruppen zugeordnet werden kann, kann auch eine einzige soziale Gruppe unterschiedliche Stereotype auf sich vereinen, die miteinander im Aktivierungswettstreit stehen (Diekmann & Eagly, 2000; Hummert, 1990; Hummert, Garstka, Shaner, & Strahm,

1994; Lambert, Khan, Lickel, & Fricke, 1997). Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die stereotypen Attribute zur Anwendung gelangen, die die größte Aufmerksamkeit auf sich ziehen können und in einem Kontext am passendsten für die Informationsverarbeitung erscheinen (Bodenhausen & Macrae, 1998; Smith, Fazio, & Cejka, 1996).

Der Kontext kann sowohl internal als auch external bestehen. Internal können persönliche Motivationen bzw. Ziele der bewertenden Person, die sie innerhalb einer Bewertungssituation hat, die Auswahl der Aktivierung von Stereotypen steuern (Bodenhausen & Macrae, 1998; Sinclair & Kunda, 1999; Smith et al., 1996). In einer Studie konnten Sinclair & Kunda (1999) beispielsweise zeigen, dass Personen, die einen schwarzen Arzt bewerten sollten, die (negativen) Stereotype bezüglich Schwarzer anwendeten, wenn sie motiviert waren, den Arzt herabzusetzen, weil er ihnen vorher eine kritische Rückmeldung zur eigenen Leistung gegeben hat. Wenn sie dagegen motiviert waren, den Arzt zu unterstützen, weil er ihnen vorher ein Lob zur eigenen Leistung ausgesprochen hatte, dann wurden (positive) Arztstereotype angewendet. Während die *Aktivierung* von Stereotypen in dieser Studie durch die Reaktionszeit auf stereotype Worte gemessen wurde, konnte die *Anwendung* nachgewiesen werden, indem nach der Kompetenzzuschreibung zu den Ärzten gefragt wurde. Sie war bei Aktivierung der Stereotype zu Schwarzen deutlich geringer ausgeprägt. Die Aktivierung und Anwendung von Stereotypen wurde also beeinflusst davon, ob das Selbstwertgefühl innerhalb der Bewertungssituation tangiert war oder nicht.¹⁰ Van den Bos und Stapel (2009) verglichen, ob das Motiv des akkuraten Verständnisses anderer Personen bzw. von Situationen oder das Motiv der Selbstaufwertung zur Anwendung unterschiedlicher Stereotype führen können. Sie zeigten, dass je nach vorherrschendem Motiv entweder positive und negative Stereotype (beim Motiv der Förderung des Verständnisses) oder nur negative Stereotype (beim Motiv des Self-Enhancements) auf ein Urteil angewendet wurden. Je nach salientem Motiv änderte sich also die Auswahl der Stereotype. Auch die Stimmung innerhalb einer Situation kann als „innerer“ Kontext einen Einfluss darauf haben, ob für eine Gruppe eher positive oder negative Stereotype aktiviert und angewendet werden (Lambert et al., 1997).

Neben diesem inneren bestimmt auch der äußere Kontext und damit die soziale Umgebung, welche Stereotypen zur Beurteilung herangezogen werden (Blair, 2002; Casper, Rothermund, & Wentura, 2010; Mitchell, Nosek, & Banaji, 2003). Zentral ist hier, welche Vergleichsgruppen innerhalb einer Situation bestehen und somit, durch welche stereotypen Attribute eine Person oder Personengruppe am besten vom Umfeld abgegrenzt bzw. differenziert werden kann

10 Die Motivation des Erhalts des eigenen Selbstwertgefühls wurde ausführlicher auch schon im Abschnitt 2.2 zur Motivation zur Stereotypisierung erläutert.

(Bodenhausen & Macrae, 1998). Als Beispiel nennen Bodenhausen und Macrae (1998) den dicken irischen Priester, der umgeben von einer Gruppe italienischer dicker Priester nicht anhand von Stereotypen zu dicken Menschen, sondern anhand von Stereotypen zu Iren beurteilt wird, da diese durch die in dieser Situation gegebene hohe Passung und Bedeutung („Salienz“) aktiviert wurden. Die Bedeutung ergibt sich durch die Abgrenzungsmöglichkeit des „typisch Irischen“ im Vergleich zu den italienischen Priestern. Der Kontext aktiviert in diesem Sinne die für die Abgrenzung und die darauf fußende Beurteilung am besten passenden Stereotype (Macrae & Bodenhausen, 2000).

Die Bedeutung der sozialen Situation und des externen Kontexts zeigten auch Studien, die die Betonung bestimmter stereotyper Attribute im Vergleich zu anderen Attributen variierten. So zeigten Mitchell, Nosek und Banaji (2003), dass die Hervorhebung je unterschiedlicher Attribute wie Geschlecht oder Rasse zu unterschiedlichen Bewertungen der Person führten, und dies sowohl dann, wenn die Betonung durch eine eindeutige Anweisung erfolgte, die Stimuli beispielsweise nach Geschlecht zu kategorisieren (Experimente 1–3), als auch, wenn die Betonung weniger direkt durch das Umfeld der zu bewertenden Person variiert wurde (Experimente 4–5): Die Teilnehmer mussten innerhalb eines vorgegebenen Blocks zu einer Kategorie wie beispielsweise „schwarze Frau“ positive und negative Worte zuordnen, wobei Ablenkungsworte, die nicht zugeordnet werden mussten, typische Namen für weiße Frauen und weiße Männer oder für schwarze und weiße Männer waren. Je nachdem, welche Ablenkungsnamen genannt wurden, zeigten die Antworten der Teilnehmer eine Aktivierung eines Geschlechterstereotyps, wenn weiße und schwarze Männernamen als Ablenkung gezeigt wurden, oder eines Rassenstereotyps, wenn weiße Frauen- und Männernamen als Ablenkung die Kontrastgruppe bildeten. Ebenso konnten Barden et al. (2004) zeigen, dass soziale Rollen, die Personen durch einen Kontext zugeschrieben werden, steuern, welche Stereotype aktiviert werden und zur Anwendung gelangen. Sie präsentierten beispielsweise weiße oder schwarze Männer als Anwälte oder als Straftäter in Gefängnissen (Experiment 3) und konnten nachweisen, dass je nach sozialer Rolle unterschiedlich stark Rassenstereotype zu den abgebildeten Personen aktiviert und für die Beurteilung der Person herangezogen wurden: Während bei schwarzen Straftätern negative Attribute aktiviert und sie deutlich schlechter beurteilt wurden als weiße, kehrte sich dieses Bild für die Anwälte um, hier wurden nun Schwarze besser als Weiße beurteilt. Die Autoren sahen darin einen Hinweis auf „Subtypen“ von Stereotypen. Beim „Subtyping“ wird davon ausgegangen, dass durch eine Interaktion von sozialen Gruppen und sozialen Rollen Stereotype zu Subgruppen gebildet werden können, die in ihrer Beurteilung von den „globalen“ Stereotypen zu einer Gruppe abweichen können (Devine & Baker, 1991). Während Schwarze aufgrund von negativ konnotierten

„Globalstereotypen“ negativ beurteilt werden, werden beispielsweise „Geschäftsmänner“ aufgrund von positiv konnotierten Stereotypen positiv beurteilt. Treten zwei Möglichkeiten zur Stereotypisierung zusammen auf, interagieren also miteinander und lassen sich nicht ohne weiteres miteinander vereinbaren, so kann sich daraus ein eigenständiger Subtyp entwickeln (Hewstone, 1994; Johnston & Hewstone, 1992).¹¹

Der Kontext kann auch durch die *Art* des Kontakts mit einer Person oder einer sozialen Gruppe gegeben werden. Wird eine Person ausschließlich visuell wahrgenommen, so ist zum Beispiel bei einem schwarzen Arzt wahrscheinlich, dass eher Stereotype zur Rasse als zum Beruf aktiviert werden, da die Rassenzugehörigkeit häufig visuell auffälliger ist als die Berufszugehörigkeit. Bei einer schriftlichen Berichterstattung über ein Individuum dagegen wird die Aktivierung von Kategorien durch die Formulierung stärker vom Text nahegelegt, wodurch die automatische Aktivierung der dominierenden visuellen Stereotype im Vergleich zu Bildern weniger stark ausfallen kann (Macrae & Bodenhausen, 2000).

Welche stereotype Kategorie aktiviert wird und zur Anwendung gelangt, wird auch davon beeinflusst, ob einige Kategorien entweder vor kurzer Zeit aktiviert wurden (Higgins, Rholes, & Jones, 1977; Srull & Wyer, 1979) oder durch häufige Aktivierung „chronisch“ zugänglich sind (Bodenhausen & Macra-

11 Das Subtyping lässt sich in die Forschung zur langfristigen Änderung von Stereotypen einordnen, siehe Weber and Crocker (1983), auf die in dieser Arbeit aus Relevanzgründen für die vorliegenden Forschungsfragen nur an dieser Stelle eingegangen wird. Für die langfristige Änderung von Stereotypen durch gehäufte gegenstereotype Information bzw. Gegenbeispiele gibt es drei zentrale Erklärungsansätze: Das „Bookkeeping-Model“ geht davon aus, dass sich gegenstereotype Informationen aufsummieren und so nach und nach ein Stereotyp ändern. Dem „Conversion-Model“ liegt die Annahme zugrunde, dass von extremen Beispielen auf die Gruppe geschlossen wird und sich so das Stereotyp ändert. Das „Subtyping-Model“ dagegen geht nicht davon aus, dass sich das übergeordnete Stereotyp ändert, sondern dass Gegenbeispiele gewissermaßen „ausgesondert“ und zu einer neuen Subgruppe zusammengefasst werden, zur Übersicht über die Modelle siehe Hewstone (1994). Durch Subtyping ändert sich nicht das alte, übergeordnete Stereotyp, sondern es wird horizontal aufgefächert. Auch Bodenhausen und Macrae (1998) fügen an, dass diese Substereotype im Grunde als eigenständige Stereotype betrachtet werden müssten, die wiederum mit anderen Stereotypen für die Aktivierung und Anwendung im Wettkampf stehen, sogar mit den globalen Stereotypen der übergeordneten sozialen Gruppe. Die Bezeichnung Subtyp ist in diesem Sinne also etwas irreführend. Für die Ausbildung von Subtypen spielen Randbedingungen eine zentrale Rolle, beispielsweise, ob typische oder atypische Vertreter einer Gruppe die stereotypen Attribute „tragen“ oder ob die Kombination der Gruppenzugehörigkeiten stark ausgeprägt, aber dafür wenig breit gestreut vorkommt, siehe Johnston und Hewstone (1992). So wird ein Subtyp eher gebildet, wenn die spezifische Kombination von sozialen Gruppenzugehörigkeiten auf eine kleine Untergruppe zutrifft, also nicht breit streut, und diese Vertreter eher atypisch für die übergeordnete Gruppe sind. Diese Bedingungen erleichtern die Abspaltung dieser abweichenden Untergruppe, siehe Kunda and Oleson (1997); Deutsch and Fazio (2008).

e, 1998). Studien konnten beispielsweise zeigen, dass bestimmte Stereotype wie Geschlecht, Rasse bzw. Ethnie, Alter und soziale Klasse bevorzugt zum Einsatz kommen (Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990; Stroessner, 1996), da diese Stereotype auf relativ viele Menschen zutreffen, daher durch häufige Anwendung dauerhaft besser zugänglich werden und somit einen Aktivierungsvorteil besitzen.

Während die erläuterten Zusammenhänge klären, welche Stereotype aktiviert und für die Anwendung zugänglich gemacht werden, wurde noch nicht thematisiert, was mit den anderen Kategorien passiert, die in dem „Wettrennen“ um die Aktivierung durchaus möglich gewesen wären und auch eine gewisse Anfangsaktivierung erfahren haben. Macrae und Bodenhausen (1998) gehen in ihrem Modell der Stereotypisierung davon aus, dass schon auf der Ebene der Aktivierung von Stereotypen neben den Aktivierungs- parallel auch Unterdrückungsprozesse stattfinden, wenn ein Stereotyp zugunsten eines anderen nicht aktiviert wird. Macrae und Bodenhausen nehmen an, dass diese anderen Kategorien nicht einfach ignoriert, sondern aktiv unterdrückt werden. Die Unterdrückung läuft wie die Aktivierung automatisch ab und kann nicht bewusst gesteuert werden. Sie vergleichen dies mit der automatischen Entschlüsselung der Bedeutung von Worten, die mehr als eine Bedeutung haben, innerhalb eines Kontexts: Auch hier werden die anderen Bedeutungen des Wortes automatisch zugunsten des auf den Kontext passenden Wortsinns unterdrückt. Um bei dem Kontakt mit einem Individuum oder einer Gruppe aus der Vielzahl von Assoziationen, dem „hodgepodge of associations“ (Bodenhausen & Macrae, 1998: 10) einen sinnvollen und kohärenten Eindruck zu gewinnen, muss aus den möglichen Kategorien eine Auswahl getroffen werden. In einer Reihe von Experimenten konnten die Autoren zeigen, dass für Individuen, auf die unterschiedliche stereotype Kategorien zutreffen konnten, tatsächlich eine Kategorie aktiviert wurde, während die andere aktiv unterdrückt wurde. Um tatsächlich die Aktivierung und nicht die Anwendung des jeweiligen Stereotyps zu messen, untersuchten sie die Zugänglichkeit der Stereotype: Innerhalb der Experimente wurden die Teilnehmer zuerst subliminal geprimt, indem ihnen stereotype Adjektive zu Chinesen oder zu Frauen unterhalb der Wahrnehmungsgrenze gezeigt wurden. Die Teilnehmer gingen davon aus, dass sie bei Fokussierung des Bildschirmmittelpunkts schnell angeben sollten, wenn sie Blitze in einem der Quadranten des Bildschirms sahen. Darauf folgend wurde ihnen in einer damit scheinbar nicht zusammenhängenden Aufgabe ein kurzer Videofilm gezeigt, in dem eine chinesische Frau ein Buch las (Experiment 1), das Video etwas gänzlich Anderes zum Thema hatte (Experiment 2) oder eine chinesische Frau jeweils mit Stäbchen aß oder sich schminkte (Experiment 3). Danach fand die eigentliche Messung der Zugänglichkeit der Stereotype statt: Die Teilnehmer sollten in der dritten und letzten Aufgabe je-

weils möglichst schnell entscheiden, ob eingeblendete Buchstaben Worte ergaben oder nicht.¹² Sowohl in Experiment 1 als auch in Experiment 3 zeigten sich signifikante Unterdrückungseffekte, das heißt, dass Worte der jeweils nicht geprinten Kategorie deutlich langsamer erkannt wurden als solche der geprinten Kategorie.¹³ Diese Effekte tauchten allerdings nur dann auf, wenn die Teilnehmer in dem Video eine Person sahen, die beide Kategorien („Frau“ und „Chinesin“) auf sich vereinte. War dies nicht der Fall (im zweiten Experiment gab es nur das eindeutige Wort-Priming zugunsten *eines* Stereotyps, es wurde im anschließenden Video keine chinesische Frau gezeigt), dann waren die Unterdrückungseffekte nicht signifikant.

2.5.3 Einschränkungen automatischer Stereotypaktivierung

Bisher dominierte das Verständnis, dass die Stereotypaktivierung ein automatischer Prozess ist, der darum auch nur schlecht kontrolliert werden kann. Dieses Verständnis von Aktivierung als ein automatischer und unumgänglicher Prozess nach dem Kontakt mit einem Menschen wird allerdings auch kritisiert bzw. durch die Forschung mit Bedingungen verknüpft (Blair, 2002; Gilbert & Hixon, 1991; Kawakami, Dovidio, Moll, Hermsen, & Russin, 2000; Macrae & Bodenhausen, 2000; Olson & Fazio, 2006). So zeigten Gilbert und Hixon in ihrer einflussreichen Studie aus dem Jahr 1991, dass die Aktivierung von Stereotypen nivelliert wurde, wenn die kognitive Kapazität während des Kontakts mit dem Stereotypstimulus durch eine Zusatzaufgabe eingeschränkt war, wohingegen eine Einschränkung der kognitiven Kapazität bei der anschließenden Phase der Stereotypanwendung wiederum den Einfluss der Stereotype auf die Eindrucksbildung verstärkte.¹⁴ Gilbert und Hixon trennten in ihrem Experiment (Experiment 2) die Phasen der Stereotypaktivierung und der -anwendung. In einem ersten Schritt sollten die Probanden jeweils Wortfragmente ergänzen, wobei die Wortfragmente auf einem Videofilm entweder von einer weißen oder einer asiatischen Assistentin gezeigt wurden. Währenddessen musste die Hälfte der Probanden versuchen, sich eine achtstellige Zahl zu merken. Es zeigte sich, dass bei Personen, die eine Zusatzaufgabe lösen mussten, weniger stark asiatische Stereotype aktiviert wurden. Darauf schloss sich die Phase der Stereotypanwendung an,

12 Auf diese sogenannten „lexical decision tasks“ wird im nächsten Kapitel 2.6 zur Messung von Stereotypen ausführlicher eingegangen.

13 Dieses Ergebnis wird auch durch die kurz erläuterte Studie von Kunda und Sinclair (1999) gestützt, die zeigen konnten, dass bei der Entscheidung zwischen zwei Stereotypen das in einer Situation weniger passende Stereotyp aktiv unterdrückt wurde.

14 Auf die Verstärkung des Einflusses von Stereotypen während der Eindrucks- oder Urteilsbildung wird noch genauer in Kapitel 2.7 eingegangen.

wobei hier eine Audioaufnahme der Assistentin aus dem Video vorgespielt wurde, die einen typischen Tag ihres Lebens beschreibt. Die Probanden sollten sich auf der Basis der darin beschriebenen Informationen einen Eindruck von der Assistentin bilden. Auch hier musste die Hälfte der Teilnehmer eine weitere Aufgabe lösen, sie sollten schnell auf einen Knopf drücken, wenn auf dem Bildschirm Buchstaben in einer bestimmten Reihenfolge erschienen. Die Personen, die in der Phase der Stereotypaktivierung nicht abgelenkt wurden, in der Situation der Eindrucksbildung dagegen eine Aufgabe lösen mussten, wendeten stärker Stereotype auf die Einschätzung der Assistentin an als Personen, die weder in der Phase der Aktivierung noch bei der Eindrucksbildung durch Zusatzaufgaben abgelenkt wurden. Gilbert und Hixon folgern daraus, dass es auch für die Aktivierung von Stereotypen kognitiver Ressourcen bedarf und sie daher nicht zwangsläufig automatisch eintritt.

Auch Blair und Banaji (1996) zeigten, dass die automatische Aktivierung von Stereotypen unter bestimmten Bedingungen verhindert werden kann: Unter der Voraussetzung, dass genügend kognitive Kapazität bestand, konnte die Aktivierung von Stereotypen dann verhindert werden, wenn Teilnehmer (durch die experimentelle Bedingung) *motiviert* waren, Stereotype nicht zur Aktivierung kommen zu lassen (Experiment 3).

Bargh (1999) relativiert die Befunde von Blair und Banaji, indem er sowohl die methodische Vorgehensweise in der Studienreihe als auch die Interpretation der Ergebnisse durch die Autoren kritisiert. Insgesamt geht Bargh davon aus, dass die automatische Aktivierung von Stereotypen (wenn überhaupt) nur sehr eingeschränkt verhindert werden kann. Die vielversprechendste Möglichkeit sieht er in der „Bekämpfung“ der Aktivierung eines Stereotyps durch die Auslösung eines anderen, bewusst antrainierten automatischen Prozesses beim Kontakt mit einem „Stereotypstimulus“: Wird während des Kontakts wiederholt daran gedacht, Menschen nicht stereotyp, sondern gleich zu behandeln, dann kann dieses Ziel mit der Zeit automatisch aktiviert werden und so die Aktivierung des Stereotyps verhindern oder wenigstens abschwächen (Bargh, 1997, 1999; Kawakami et al., 2000). Auch die Möglichkeit, eine neue Zuordnung von Stereotypen zu sozialen Gruppen zu trainieren, kann die ursprünglichen Stereotype abschwächen (Olson & Fazio, 2006).¹⁵ Es bleibt kritisch anzumerken, dass diese Möglichkeit der Verhinderung einer automatischen Aktivierung von Stereotypen darauf beruht, dass im Sinne des Modells von Macrae und Bodenhausen (1998) die automatische Aktivierung zugunsten anderer bzw. neuer Stereotype ausfällt und somit nicht eine *Aktivierung an sich* verhindert wird.

15 An dieser Stelle wird noch einmal auf die Ausführungen zu Stereotypveränderungen durch „Subtyping“ in Fußnote 11 hingewiesen.

2.6 Messung der Aktivierung und Anwendung von Stereotypen

Nach der Beschäftigung mit dem Inhalt von Stereotypen und dem Prozess der Stereotypisierung soll schließlich noch erläutert werden, wie Stereotypisierung, also die Aktivierung *und* Anwendung von Stereotypen, bisher in Studien gemessen wurde. Correll und Kollegen (2010) orientieren sich in ihrer Übersicht über Messungen von Stereotypen und Vorurteilen an der etablierten Einteilung in implizite und explizite Messungen (Fazio & Olson, 2003; Petty, Fazio, & Briñol, 2009). Sie unterscheiden sich insofern voneinander, als bei expliziten Messungen ein Bewusstsein darüber gegeben ist, dass Stereotype *gemessen* werden und die Antworten somit kontrolliert und modifiziert werden können. Bei impliziten Messungen besteht dieses Bewusstsein nicht. Die Antworten bzw. Reaktionen sind in diesem Fall nicht kontrollierbar, da der Befragte/Teilnehmer im Unklaren darüber gelassen wird, was tatsächlich gemessen wird (Correll et al., 2010). Wenngleich sich die Unterscheidung der Kategorien in implizite und explizite Messungen an die Definition von impliziten und expliziten Einstellungen anlehnt, muss darauf hingewiesen werden, dass die Annahme, durch implizite Messungen würden implizite, also unbewusste Einstellungen und die *Aktivierung* von Stereotypen, und durch explizite Messung würden bewusste Einstellungen und die *Anwendung* von Stereotypen gemessen, so nicht getroffen werden darf (Correll et al., 2010; Fazio & Olson, 2003). Zwar wird es insbesondere für die impliziten Einstellungen und Messungen eine hohe Übereinstimmung von Messmethode und zu messendem Konstrukt geben, da die reine Aktivierung von Stereotypen als automatischer und häufig nicht bewusster Prozess vor allem durch Messungen abgebildet werden kann, die eben nicht explizit nach Einstellungen und Stereotypen fragen, sondern implizit vorgehen. Allerdings werden für die Erfassung der *Anwendung* von Stereotypen sowohl explizite als auch implizite Messungen eingesetzt. Es muss also betont werden, dass sich die Unterscheidung zwischen implizit und explizit nicht auf die zu messenden Konstrukte bezieht, sondern auf das Bewusstsein darüber, dass Stereotype oder Einstellungen *gemessen* werden (Correll et al., 2010; Fazio & Olson, 2003). Sowohl implizite als auch explizite Messungen von Stereotypisierung können entweder auf die Erfassung stereotyper Attribute oder auf die Konnotationen, die diese Attribute auslösen bzw. die Bewertung einer Gruppe, gerichtet sein (Correll et al., 2010).¹⁶

16 Correll und Kollegen treffen die Unterscheidung in Messungen von Stereotypen, Vorurteilen und Diskriminierung, siehe Correll, Judd, Park, and Wittenbrink (2010).

2.6.1 Explizite Messungen

Folgt man der Definition von expliziter Messung als einer Messung, bei der sich der Teilnehmer darüber bewusst ist, was gemessen wird, so lassen sich darunter insbesondere direkte Fragen nach Einstellungen und Wertungen fassen. Es können beispielsweise explizite Eigenschaften bzw. Attribute für eine Gruppe abgefragt (Bligh, Schlehofer, Casad, & Gaffney, 2012; Eagly & Mladinic, 1989; Fiske, Cuddy, Amy J. C., Glick, & Xu, 2002; Olson & Fazio, 2004; Phalet & Poppe, 1997) oder direkt nach Überzeugungen bzw. Haltungen („beliefs“) bezüglich einer Gruppe gefragt werden. So messen beispielsweise die „Modern Racism Scale“ (McConahay, Hardee, & Batts, 1981) und die „Pro-Black and Anti-Black Attitude Scales“ (Katz & Hass, R. Glen, 1988) direkt die Haltungen zur Rolle und Bedeutung von Schwarzen in Amerika. Auch Schätzungen darüber, wie viel Prozent einer Gruppe ein stereotypes Attribut aufweisen oder wie die Verteilung eines Attributs innerhalb einer Gruppe ist (mittels der Zeichnung eines Histogramms oder mittels der Angabe, wo auf einer Skala der typische Gruppenvertreter liegt), sind den expliziten Messungen von Stereotypen zuzuordnen (Martin, 1987; Park & Judd, 1990). Durch diese Messungen wird einerseits erhoben, wie *typisch* ein stereotypes Merkmal für eine Gruppe ist, und andererseits, wie *verbreitet* bzw. *homogen* die Ausprägung des Merkmals verläuft (Correll et al., 2010). Andere Maße legen den Schwerpunkt eher auf das Urteil und damit auf die evaluative Komponente von Stereotypen. Das Gefühlsthermometer beispielsweise wird eingesetzt, um die eigenen Gefühle bezüglich einer Gruppe zu erfassen (Alwin, 1997; Judd, Park, Ryan, Brauer, & Kraus, 1995; Livingston, 2002). Auf einer Skala von 0 bis 100 (in Zehnerschritten) können die Befragten angeben, wie „warm“ bzw. positiv oder wie „kalt“ oder negativ sie die eigenen Gefühle bezüglich der Gruppe einschätzen.

Die Nachteile der expliziten Messung liegen auf der Hand: Antworten, die moralisch als nicht angebracht gelten, können angepasst werden, so dass sie der sozialen Erwünschtheit entsprechen (Crowne & Marlowe, 1960; Jones & Sigall, 1971), und der Befragte muss sich seiner Stereotype bzw. stereotypen Einstellungen und Haltungen bewusst sein, um auf die Fragen antworten zu können (Correll et al., 2010; Fazio & Olson, 2003; Nosek, Greenwald, & Banaji, 2007).¹⁷ Um Verzerrungen durch Korrekturprozesse vorzubeugen, ist insbesondere bei expliziten Messungen wichtig, Anonymität und Vertraulichkeit zu sichern und den Befragten zu vermitteln. Eine andere Vorgehensweise, um möglichst ehrliche und unverzerrte Antworten zu erhalten, wurde unter dem Namen

17 Wie auch implizite Einstellungen können „implizite Stereotype“ unbewusst bestehen und somit die Eindrucksbildung, das Urteil oder das Verhalten prägen, siehe Greenwald and Banaji (1995).

„bogus pipeline“ bekannt (Crowne & Marlowe, 1960). Probanden wurde vor der Befragung weisgemacht, dass während der Studie mittels physiologischer Messung ihre „wahren“ Befindlichkeiten gemessen würden. Folglich gaben die Teilnehmer eher die Antworten, die sie für ihre tatsächlichen Überzeugungen und Gefühle hielten, und entfernten sich von sozial erwünschten Antwortmustern (Crowne & Marlowe, 1960; Roesse & Jamieson, 1993).

2.6.2 Implizite Messungen

Für implizite Messungen ergeben sich diese Einschränkungen in deutlich geringerem Maße, da der Befragte hier nicht weiß, was gemessen wird. Es ist so also auch möglich, unbewusste Einstellungen und Stereotype zu messen. Sehr bekannt und prominent sind Priming-Verfahren, wobei das Priming wie schon beschrieben häufig subliminal geschieht (Dovidio et al., 2002; Dovidio et al., 1997; Macrae et al., 1995; Macrae, Milne et al., 1994; Perdue et al., 1990; Perdue & Gurtman, 1990; Wittenbrink et al., 1997) oder der wahre Grund für den Prime verschleiert wird (Blair & Banaji, 1996; Dijksterhuis et al., 2000; Fazio & Dunton, 1997; Fazio et al., 1995; Goldberg, 1968; Macrae & Bodenhausen, 2000; Spencer et al., 1998; Wittenbrink et al., 2001). Gemessen wird daraufhin die Latenzzeit bis zu einer Antwort. So wird beispielsweise ermittelt, wie schnell ein Wort als ein solches erkannt wird, wenn es kongruent mit dem Stereotyp ist, das vorher geprimt wurde, im Vergleich zu Worten, die stereotypinkongruent sind („lexical decision task“, u.a. Dovidio, Evans, & Tyler, 1986; Macrae et al., 1995; Perdue & Gurtman, 1990; Wittenbrink et al., 1997).

Implizite Messungen, die an Stereotype geknüpfte Bewertungen nach einem Prime erfassen, messen, wie schnell beispielsweise Adjektive bzw. Worte unterschiedlichen Bewertungen („gut“ oder „schlecht“, „positiv“ oder „negativ“) zugeordnet werden können. Je schneller ein Wort als positiv oder als negativ klassifiziert wird, desto stärker wurden vorher positiv oder negativ konnotierte stereotype Einstellungen aktiviert und zugänglich gemacht (Fazio et al., 1995).¹⁸ Ein bedeutsames Maß der Messung von Bewertungen durch Stereotypaktivierung ist der „Implicit Association Test“ („IAT“, Greenwald, McGhee, & Schwartz, Jordan L. K., 1998), bei der Worte Kategorien zugeordnet werden müssen und jeweils zwei mögliche Kategorien zur Verfügung stehen. Es wird gemessen, wie schnell die Testperson ein Wort den Kategorien zuordnen kann.

18 Fazio et al. bezeichnen diese Art der impliziten Messung als „bona fide pipeline“, also als direkten Blick „in den Kopf“ der Teilnehmer, siehe Fazio, Jackson, Dunton, and Williams (1995: 1014). Sie grenzen sich damit von der expliziten Messung der schon beschriebenen „bogus pipeline“ ab, siehe Crowne and Marlowe (1960).

Als Veranschaulichung hilft das initiale Beispiel von schwarzen und weißen Personen (Kategorie Rasse) und der Einteilung in „gut“ und „schlecht“ (Greenwald et al., 1998): Auf einem Computerbildschirm sehen die Befragten entweder Gesichter oder Worte, und sie sollen so schnell wie möglich das Wort als „gut“ oder „schlecht“ und das Gesicht als „schwarz“ oder „weiß“ klassifizieren. Dabei ist einer Taste auf der Tastatur (z.B. dem „e“) die Bedeutung „schwarz“ oder „schlecht“ und einer anderen Taste (z.B. dem „i“) die Bedeutung „weiß“ oder „gut“ zugeordnet. In einer zweiten Zuordnungsreihe werden die Zuordnungen vertauscht, das heißt, eine Taste steht für „schwarz“ oder „gut“, und die andere Taste steht für „weiß“ oder „schlecht“. Gelingt in der ersten Bedingung die Zuordnung schneller, so ist davon auszugehen, dass ein wertgeladenes Rassenstereotyp aktiviert wurde, das die Verarbeitung erleichtert. In der gegenstereotypen Bedingung dagegen findet diese Erleichterung nicht statt, wodurch die Latenzzeit höher sein sollte (für eine Übersicht siehe auch die Metastudien von Greenwald, Poehlman, T. Andrew, Uhlmann, & Banaji, 2009). Obwohl bei diesem Test davon ausgegangen wird, dass er vor allem automatische und unkontrollierbare Reaktionen aufgrund von Stereotypenaktivierung und stereotypen Bewertungen misst, gibt es einige Studien, die zeigen, dass auch Antworten auf den IAT von den Teilnehmern manipuliert werden können (Fiedler & Bluemke, 2005; Stefens, 2004) bzw. die Motivation zur Kontrolle von Vorurteilen positiv mit den Messungen eines IAT, nicht aber mit einer EMG-Messung korrelieren (siehe auch Correll et al., 2010).¹⁹

Als Weiterentwicklung des IATs ist insbesondere die „Go/No Go Task“ („GNAT“, Nosek & Banaji, 2001) zu nennen, die anstelle von zwei antagonistischen Kategorien (im oben genannten Beispiel „schwarz“ und „weiß“ bzw. „gut“ und „schlecht“) ermöglicht, die Latenzzeit für nur eine Kategorie separat zu bestimmen. Dabei werden ähnlich wie beim IAT zwei Kategorien verknüpft, wie beispielsweise „Frucht“ oder „gut“. Die Probanden sollen allerdings nur reagieren bzw. eine Taste drücken, wenn eine dieser Kategorien erfüllt wird, wobei zutreffende Worte mit negativ konnotierten und Ablenkungsworten (im genannten Beispiel mit Insektennamen) vermischt werden. Bei nichtzutreffenden Worten soll nicht reagiert werden. Die Latenzzeit gibt somit nur für eine Kategorie einen Hinweis auf die Schwierigkeit der Zuordnung bzw. auf die Aktivierung von mit Bewertungen verknüpften Stereotypen.

Aber nicht nur Latenzzeiten, sondern auch andere Indikatoren wurden für die Messung von Stereotypenaktivierung und -anwendung nach einem Priming herangezogen. So wurde beispielsweise auch gemessen, ob Wortfragmente nach einem Prime eher stereotypkongruent zu einem vollständigen Wort ergänzt wur-

19 Auf physiologische implizite Messungen wie dem EMG („Elektromyogramm“) wird im Verlauf dieses Abschnitts noch kurz eingegangen.

den (Gilbert & Hixon, 1991; Sinclair & Kunda, 1999). Bei der Messung des „Linguistic Intergroup Bias“ (Maass, Salvi, Arcuri, & Semin, 1989) wird ermittelt, ob erwünschte Handlungen der Ingroup und unerwünschte Handlungen der Outgroup in abstrakter Weise und umgekehrt unerwünschte Handlungen der Ingroup und erwünschte Handlungen der Outgroup situationsbezogen erklärt werden. Dahinter liegt die schon im Kapitel zur Stereotypformation als „Attributionsfehler“ beschriebene Annahme, dass für eigenes positiv bewertetes Verhalten ursächlich Charaktereigenschaften und für negativ bewertetes Verhalten situationale Zwänge angeführt werden (Hewstone, 1990; Pettigrew, 1979). Werden nur Verhaltensweisen der Outgroup betrachtet („Linguistic expectancy bias“, Maass, Milesi, Zabbini, & Stahlberg, 1995; Wigboldus, Semin, & Spears, 2000), so kann angenommen werden, dass erwartbare, weil stereotypkongruente Verhaltensweisen abstrakt und unerwartete Handlungen situationsbezogen erklärt werden, also beispielsweise eine intelligente Handlung eines Schachspielers abstrakter beschrieben wird als diejenigen eines Friseurs (Wenneker, Clemens P. J., Wigboldus, & Spears, 2005; Wigboldus, et al., 2000).

In der „Stereotype Misperception Task“ wird Personen nach einem Prime ein verzerrtes und keiner Gruppe zuzuordnendes Gesicht gezeigt und Eigenschaften dazu (wie beispielsweise „bedrohlich“) abgefragt (Krieglmeyer & Sherman, 2012). Auch physiologische Messungen wie beispielsweise ein Gesichts-EMG („Elektromyogramm“) wurden zur Messung von Stereotypisierung herangezogen. So untersuchten Vanman, Saltz, Nathan und Kollegen (2004) beispielsweise die Muskelbewegung von Teilnehmern und somit affektive Reaktionen, nachdem sie Fotografien von Schwarzen und Weißen sahen. Verwandt damit ist auch die Erfassung des Blinzeln von Probanden, wenn ihnen Bilder von schwarzen oder von weißen Gesichtern gezeigt wurden (Amodio, Harmon-Jones, & Devine, 2003). Dahinter steht der Befund früherer Studien, dass Blinzeln bei positiven Stimuli stärker unterdrückt wird als bei negativen Stimuli (Filion, Dawson, & Schell, 1998).

Auch Einstellungs- und Bewertungsmessungen, bei denen von Seiten der Befragten nicht direkt auf die Messung von Stereotypen rückgeschlossen werden kann, können als implizite Messungen verstanden werden. So können beispielsweise die Einschätzungen der Jobeignung und Führungsstärke bestimmter Personen, die einer stereotypisierten Gruppe angehören (Hall, Workman, & Marchioro, 1998; Rosen & Jerdee, 1974), die Einschätzung von Schuld in Konfliktfragen und von Wesenszügen, die zu Kriminalität führen (Sommers & Ellsworth, 2000, 2009), oder die Einschätzung von Begabungen wie mathematischen Fähigkeiten (Bodenhausen & Lichtenstein, 1987; Fennema, Peterson, Carpenter, & Lubinski, 1990; Li, 1999) herangezogen werden, um Rückschlüsse auf die Akti-

vierung von Stereotypen und deren Anwendung bei der Beantwortung bzw. Einschätzung zu ziehen.

Schließlich sind noch Verhaltensmessungen als Messungen zu nennen, die nach dem Kontakt mit einem Stimulus (Prime) beobachtet oder erfragt werden. Sie lassen sich den impliziten Messungen zuordnen, weil es sich entweder um für den Teilnehmer nicht bewusste Beobachtungen handelt oder auch hier die Verbindung zu Stereotypisierung verschleiert bzw. nicht offengelegt wird, so dass auch hier davon auszugehen ist, dass dem Befragten die eigentliche Messung nicht bewusst ist. Als Beispiele für Beobachtungen nach der Aktivierung eines Stereotyps bzw. nach dem Kontakt mit einem Prime lassen sich Studien zur Platzwahl bzw. Kontaktvermeidung nennen (Henderson-King & Nisbett, 1996; Weitz, 1972). Aber auch der beobachtete Grad an Höflichkeit (Bargh, Chen, & Burrows, 1996) oder die Bereitschaft, Hilfe zu leisten (Dovidio & Gaertner, 1981; Gaertner & Dovidio, 1977; Saucier, Miller, & Doucet, 2005), sind implizite Messungen von Stereotypisierung. Auch das eigene Verhalten nach der Aktivierung eines Altersstereotyps wurde als Messung für die Anwendung von Stereotypen herangezogen. So gingen Teilnehmer nach der Aktivierung von Altersstereotypen wie „Langsamkeit“ signifikant langsamer den Gang vom Labor zum Ausgang als Teilnehmer, bei denen das Stereotyp nicht geprimt wurde (Bargh et al., 1996). Auswirkungen der Aktivierung von Stereotypen zur eigenen Ingroup auf die Anwendung im Verhalten wurde implizit durch die Leistungsfähigkeit nach der Stimulusaktivierung gemessen. So zeigten Mädchen und Frauen, nachdem das Stereotyp der Mathematik(un)fähigkeit aktiviert wurde, auch deutlich schlechtere Ergebnisse bei der Beantwortung von mathematischen Aufgaben (Brown & Josephs, 1999; Spencer, Steele, & Quinn, 1999; Thoman, White, Yamawaki, & Koishi, 2008).

Das Verhältnis von impliziten und expliziten Messungen wurde vielfach untersucht: In ihrer Metastudie zum IAT fanden Greenwald und Kollegen (2009) in 155 Studien (das waren 84 Prozent der einbezogenen Arbeiten) Angaben zu Korrelationen zwischen dem impliziten IAT und expliziten Messungen. Die Stärke des linearen Zusammenhangs schwankte dabei sehr stark (Fazio & Olson, 2003; Greenwald et al., 2009; Hofmann, Gawronski, Gschwendner, Le, & Schmitt, 2005; Nosek, 2005). Ein wichtiger Grund für diese Variation wird unter anderem in der „sozialen Sensitivität“ (Greenwald et al., 2009: 20) gesehen: Je stärker ein Thema sozial „aufgeladen“ bzw. sensibel ist, desto stärker sollte eine Person motiviert sein, sozial erwünscht zu antworten. Fazio und Olson (2003) verweisen darauf, dass die Kontrolle von Stereotypisierung umso höher ausfallen wird, je höher die Möglichkeit und Motivation zur Korrektur ausgeprägt ist.²⁰

20 Auf diese Grundannahmen des sogenannten MODE-Modells von Fazio und Kollegen, siehe Fazio (1990); Fazio and Towles-Schwen (1999), wird in Kapitel 2.7 noch näher eingegangen.

Folglich werden Antworten, die der sozialen Erwünschtheit widersprechen, durch erhöhte Motivation zur Korrektur bei expliziten Maßen höher ausfallen, da hier auch die Möglichkeit zur Korrektur gegeben ist. Soll von einer Anwendung von Stereotypen in der Urteilsbildung auf die Anwendung von Stereotypen im Verhalten (und damit auf Diskriminierung) geschlossen werden, so überrascht vor diesem Hintergrund nicht, dass explizite (implizite) Messungen der Einstellungen stärker mit expliziten (impliziten) Messungen von Verhalten korrelieren (Dovidio et al., 1997; Greenwald et al., 2009), was im Umkehrschluss bedeutet, dass die expliziten Messungen von Einstellungen weniger Erklärungskraft für beobachtete und dem Beobachteten nicht bewusste Verhaltensweisen aufweisen, allerdings für kontrollierbare Verhaltensweisen angemessenere Prädiktoren sind (Fazio & Olson, 2003).²¹

Für die Messung der Aktivierung und Anwendung von Stereotypen lässt sich zusammenfassend folgendes Muster erkennen: Die *Aktivierung* wird als weitgehend automatischer und unbewusster Prozess betrachtet und somit mit impliziten Maßen gemessen, die nicht das Urteil über eine oder Verhalten gegenüber einer Person erfassen, sondern beispielsweise in Form von Latenzzeiten oder Wortvervollständigungen die Zugänglichkeit des Stereotyps messen. Die *Anwendung* von Stereotypen kann dagegen implizit oder explizit gemessen werden. Dabei wird die Zuschreibung stereotyper Attribute, das Urteil über eine Person oder das Verhalten gemessen. Studien kombinieren unterschiedliche Arten der Messung, um sowohl Aktivierung als auch Anwendung nachzuweisen (Gilbert & Hixon, 1991; Sinclair & Kunda, 1999).

2.7 Verarbeitungsweise und Korrekturprozesse

Bisher ging es darum, *wie* Stereotype aktiviert und angewendet werden. Dabei wurde zwar auch schon thematisiert, wann es zur Unterdrückung von Stereotypen kommt, allerdings nur im Kontext des Wettbewerbs zwischen Stereotypen und damit zur Erklärung, *welches* Stereotyp sich schließlich durchsetzt und zur Aktivierung und Anwendung gelangt. Bleibt zu erläutern, wann genau es zu einer Unterdrückung von Stereotypisierung oder zu einer Hinwendung zu einer attributbasierten, aufs Individuum ausgerichteten Verarbeitung kommt. Diesbezüglich muss zwischen einer „reinen“ Unterdrückung des Einflusses von Stereotypen und einer systematischen Verarbeitung, bei der stärker die tatsächlichen

21 Fazio und Olson (2003) weisen darauf hin, dass auch Antworten auf explizite Fragen schon als verbales Verhalten zu verstehen seien. Die Korrelation zwischen verbalem und nonverbalem kontrollierbarem Verhalten ist daher naheliegend.

Attribute der Person oder Personengruppe verarbeitet werden und als Urteilsgrundlage dienen, unterschieden werden.

2.7.1 Unterdrückung von Stereotypen

Wird in der Forschung von Stereotypverhinderung („Inhibition“) gesprochen, so geht es meist um Unterdrückungsmechanismen: Durch die direkte oder kontextuelle Aufforderung, stereotyp- bzw. vorurteilsfrei zu sein, werden Stereotype unterdrückt. Dies impliziert, dass es sich zwar um einen kontrollierten Unterdrückungsprozess handelt, der somit kognitiv aufwändiger ist, er allerdings nicht mit einer Verarbeitung gleichgesetzt werden kann, bei der stärker sämtliche der zur Verfügung stehenden Informationen berücksichtigt und verarbeitet werden.²²

In ihrem Modell zur Stereotypisierung heben Bodenhausen und Macrae die Rolle des Kontexts heraus, der bestimmt, ob es zu einer Anwendung von Stereotypen kommt oder nicht (Bodenhausen & Macrae, 1998). Eine Unterdrückung von Stereotypen kann beispielsweise durch eine direkte Anweisung innerhalb von Untersuchungen (Macrae, Bodenhausen, Milne, & Jetten, 1994; Macrae, Bodenhausen, Milne, & Wheeler, 1996; Wyer, Sherman, & Stroessner, 2000) oder durch die soziale Situation (Wyer, Sherman, & Stroessner, 1998) als notwendig betrachtet werden. Insbesondere in einem öffentlichen Kontext treten Unterdrückungsmechanismen auf, wenn sich das Individuum nicht sicher bezüglich der eigenen Einstellung ist und wenn ein Stereotyp eindeutig moralisch abgelehnt wird (Lambert, Chasteen, Kahn, & Manier, 1998).²³ Werden Stereotype unterdrückt, dann kann es nach der Phase der Unterdrückung zu einem „Rückprall“-Effekt („Rebound Effect“) kommen, insbesondere dann, wenn derjenige, der (aktiv) ein Stereotyp vermieden hat, dies nicht aus innerer Überzeugung, sondern aufgrund von äußeren Umständen getan hat (Devine, 1998). Wird also versucht, Stereotype zu unterdrücken, dann kann dies dazu führen, dass sie im Anschluss an die Stereotypvermeidung sogar stärker zugänglich sind und

22 Dijksterhuis und van Knippenberg (1998) weisen bezüglich der Unterdrückung von Stereotypen noch auf die Differenzierung zwischen dem Mechanismus, Stereotype zu unterdrücken, damit eben diese nicht zur Anwendung gelangen („Suppression“), und dem Mechanismus, Stereotype zu unterdrücken, damit etwas anderes bzw. andere Stereotype zur Anwendung gelangen („Inhibition“), hin. Der zweite Fall ist der schon von Bodenhausen und Macrae (1998) angesprochene Fall der Unterdrückung von bestimmten Stereotypen zugunsten anderer im „Wettstreit“ der Stereotypaktivierung.

23 Ist sich ein Individuum allerdings sicher in seiner Einstellung, d.h., es ist überzeugt von seiner stereotypen Einstellung, dann ist es wahrscheinlich, dass es auch im öffentlichen Raum Stereotype offen anwendet und sich sogar ein Verstärkungseffekt ergibt, siehe Lambert, Cronen, Chasteen, and Lickel (1996); Lambert, Chasteen, Kahn, and Manier (1998).

auch stärker zur Anwendung gelangen. Macrae, Bodenhausen, Milne und Jetten (1994) konnten zeigen, dass sich tatsächlich ein Rebound-Effekt zeigt, und zwar sowohl auf der Ebene der Aktivierung als auch auf der Ebene der Anwendung in Form von vorurteilsgeleitetem Verhalten. Sie zeigten den Teilnehmern zuerst eine Fotografie eines Mannes, der eindeutig als Skinhead zu erkennen war. Danach sollten die Probanden eine freie Textpassage über einen typischen Tag dieses Mannes schreiben, wobei die Hälfte der Probanden die Anweisung erhielt, nicht auf Stereotype zurückzugreifen. In der Tat zeigte sich, dass die Personen in der Gruppe mit der Unterdrückungsanweisung weniger Stereotype in ihren Texten (die inhaltsanalytisch ausgewertet wurden) aufgriffen, danach allerdings eine deutlich vereinfachte Zugänglichkeit zu stereotypen Worten zeigten (Experiment 3) und sich in einer Warteraumsituation weiter entfernt von einem vermeintlichen Skinhead platzierten. Wird allerdings ein Stereotyp unterdrückt, weil die Probanden sich im Klaren darüber sind, dass dies moralisch unangemessen ist und sie dies bewusst nicht unterstützen wollen, dann ist kein Rebound-Effekt zu beobachten, weil die Unterdrückung auch nach der konkreten Situation noch aufrechterhalten wird (Devine, 1998). Für die langfristige Unterdrückung von Stereotypen müssen also die Motivation und auch die kognitive Kapazität, dies zu tun, gegeben sein (Wyer et al., 2000).

2.7.2 Vermeidung von Stereotypen durch systematische Verarbeitung

Neben der aktiven Unterdrückung von Stereotypen kann der Einfluss von Stereotypen auch durch akkurate, systematische Verarbeitung der Informationen, die in einer Situation zur Verfügung stehen, verringert werden. Zweiprozessmodelle der Informationsverarbeitung gehen davon aus, dass periphere und auf Heuristiken beruhende Verarbeitung vor allem dann eintritt, wenn die Möglichkeiten der zentralen, kognitiv aufwändigeren und systematischen Verarbeitung eingeschränkt sind oder eine geringe Motivation dafür besteht (Bodenhausen, Macrae, & Sherman, 1999; Brewer, 1988; Chaiken, 1980; Chen & Chaiken, 1999; Fiske & Neuberg, 1990; Marksteiner, Dickhaeuser, & Reinhard, 2012; Petty & Cacioppo, 1981; Petty & Wegener, 1999).²⁴

24 Im Folgenden wird systematische Verarbeitung mit dem Motiv verknüpft, zu einem akkuraten Urteil zu kommen und deshalb sämtliche Informationen zu nutzen. Wird systematisch verarbeitet, aber liegt ein anderes Motiv vor, wie beispielsweise das Motiv, sich selbst zu schützen, so kann auch systematische Verarbeitung verzerrter stattfinden, da insbesondere Informationen beachtet werden, die dem Motiv entgegenkommen, siehe Chaiken, Giner-Sorolla, and Chen (1996).

Möglichkeiten der systematischen Informationsverarbeitung können etwa durch Zeitnot, Ablenkung oder geringere kognitive Fähigkeiten eingeschränkt sein. Die *Motivation* zu systematischer Verarbeitung kann wenig ausgeprägt sein, weil geringes Themeninteresse und wenig Involvement²⁵ vorhanden ist oder weil ein geringes Kognitionsbedürfnis („Need for Cognition“) besteht. Darunter werden das Bedürfnis und der Spaß daran verstanden, Situationen zu verstehen und anspruchsvolle Umstände zu strukturieren und damit einzuordnen (Cacioppo & Petty, 1982). Während Zweiprozessmodelle wie das „Heuristic-Systematic Model“ (Chaiken, 1980; Chen & Chaiken, 1999) oder das „Elaboration-Likelihood Model“ (Petty & Cacioppo, 1981; Petty & Wegener, 1999) vor allem zur Erklärung von Persuasionsprozessen formuliert wurden, setzen sich einige Modelle auch explizit mit Effekten der Informationsverarbeitungsweise auf die Wahrnehmung und Beurteilung von Personen auseinander (Brewer, 1988; Brewer & Harasty Feinstein, 1999; Fiske, Lin, & Neuberg, 1999; Fiske & Neuberg, 1990). Das „Continuum Model“ von Fiske und Neuberg (1990) erklärt, wie Eindrücke von Personen („Impression Formation“) über unterschiedliche Verarbeitungsprozesse entstehen. Sie gehen davon aus, dass sich bei einer Begegnung mit einer unbekannten Person der Eindruck des Gegenübers eher kategorie- oder attributbasiert bilden kann. Kategorien beziehen sich auf soziale Gruppen und werden schnell und ohne viel Aufwand aktiviert, sie sind nach diesem Verständnis Stereotype. Attribute dagegen sind in diesem Verständnis die individuellen Eigenschaften des Gegenübers. Während also Attribute während des Aufeinandertreffens nur bezüglich des Individuums wahrgenommen werden (sei es durch Beobachtung, eine direkte Unterhaltung mit oder auch Erzählungen über das Individuum), verweist eine Kategorie auf die abgespeicherten Informationen zu einer sozialen Gruppe (Fiske & Neuberg, 1990). Fiske und Neuberg erläutern diese Differenzierung am Beispiel eines gut angezogenen schwarzen Mannes aus der Perspektive eines vorurteilsgeleiteten weißen Mannes: Solange dieser die Eigenschaften seines Gegenübers nach dem Label „schwarz“ beurteilt und beispielsweise annimmt, dass Schwarze kriminell sind und somit auch die Kleidung des Mannes nicht legal erworben sein kann, nutzt er das Attribut „schwarz“ als Kategorie und bildet sich seinen Eindruck auf der Basis dieses Stereotyps, denn auch weitere Attribute (Kleidung) werden stereotypgeleitet wahrgenommen (1990: 9). Das Kontinuummodell geht davon aus,

25 „Involvement“ wurde auf vielfältige Art und Weise definiert und gemessen, siehe Wirth (2006). „Involvement“ wird im Folgenden als die Involviertheit eines Individuums im Umgang mit einer eintreffenden Information verstanden. Sie basiert auf der persönlichen Bedeutung der Information für die eigene Person und kann in eine kognitive und eine affektive Dimension unterschieden werden. Involvement kann langfristig beispielsweise bezüglich eines Themas oder kurzfristig beispielsweise aufgrund des Motivs, sich in einer Situation ein akkurates Urteil zu bilden, bestehen, siehe Wirth (2006); Petty and Cacioppo (1990); Matthes (2013).

dass bei jedem Aufeinandertreffen zuerst einmal eine initiale Kategorisierung stattfindet, und zwar werden zu diesem Zeitpunkt diejenigen Kategorien aktiviert, die schnell und ohne viel Aufwand erreichbar sind (vgl. Kapitel 2.5). Geschlecht, Ethnie und Alter sind beispielsweise Kategorien, die häufig aktiviert werden und daher gut zugänglich sind (Fiske et al., 1999). Nach dieser initialen Kategorisierung entscheidet die persönliche Relevanz des Individuums für den „Betrachter“, ob er sich mit diesem ersten, auf Kategorien basierenden Eindruck zufriedengibt oder ob er weiteren Aufwand betreibt, um zu überprüfen, ob die angelegten Kategorien mit den weiteren vorhandenen Attributen und Informationen zur Person konsistent sind („Confirmatory Categorization“), oder, wenn dies nicht der Fall ist, eine Rekategorisierung vorgenommen werden muss. Nur, wenn diese beiden kategorialen Verarbeitungsprozesse nicht erfolgreich sind und die Motivation zu akkurater Eindrucksbildung hoch genug ist, wird auf Basis der vorhandenen Attribute ein Eindruck geformt. Fiske und Neuberg bezeichnen diese Verarbeitungsweise nicht als systematisch oder zentral, sondern als „Stück-für-Stück-Analyse“ der Person („Piecemeal Integration“), die unabhängig von sozialen Gruppeneigenschaften auf den individuellen Zügen des Individuums beruht (Fiske et al., 1999: 233; Fiske & Neuberg, 1990: 5). In diesem Kontinuum von Kategorisierung bis Individualisierung erfolgen die unterschiedlich aufwändigen Verarbeitungsprozesse also sequenziell: Eine systematische Verarbeitung setzt nur dann ein, wenn erstens Kategorisierungsprozesse nicht erfolgreich waren und zweitens eine genügend große Motivation (und nach wie vor die Möglichkeit) besteht, attributbasiert und systematisch zu verarbeiten. Persönliche Relevanz und damit Motivation zur aufwändigen Verarbeitung sehen die Autoren vor allem in sozialen Abhängigkeitsstrukturen: Wenn ein Individuum eingeschätzt wird, das über Macht (beispielsweise im beruflichen Kontext) verfügt, dann wird auch versucht, möglichst individuelle Attribute desjenigen wahrzunehmen, um adäquat mit der Person umgehen zu können (Fiske et al., 1999: 239). Wie auch schon bei anderen Zweiprozessmodellen berücksichtigt, schätzen auch Fiske und Neuberg bestimmte persönliche Charaktereigenschaften als bedeutend dafür ein, ob systematisch verarbeitet wird. Insbesondere ein Kognitionsbedürfnis erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass systematisch verarbeitet wird (Cacioppo, Petty, Feinstein, & Jarvis, W. Blair G., 1996), da grundsätzlich weniger stark auf Heuristiken zurückgegriffen wird.

Auch Brewers (1988) Zweiprozessmodell der Eindrucksbildung („Dual Process Model of Impression Formation“) trennt zwischen der Verarbeitung, die auf Kategorien basiert, und derjenigen, die auf persönlichen Attributen des Individuums beruht. Bei der Verarbeitung mit Kategorien oder Typen („Types“) wird das Individuum innerhalb einer sozialen Gruppe verortet, während in der Verarbeitung von individuellen Charakterzügen („Traits“) soziale Gruppen keine

Rolle spielen (Brewer & Harasty Feinstein, 1999). Im Unterschied zu Fiske und Neuberg wird hier allerdings davon ausgegangen, dass sowohl die kategorie- als auch attributbasierte Verarbeitungsweise peripher *oder* zentral ablaufen kann. Brewer unterscheidet also zwischen Prozessmodus (Kategorien versus Attribute) und Prozessebene (peripher versus zentral) (Brewer & Harasty Feinstein, 1999). Stereotypisierung tritt nach Brewer et al. nur dann auf, wenn kategoriebasiert *und* oberflächlich bzw. peripher verarbeitet wird. Bei kategoriebasierter Verarbeitung, die allerdings systematisch und damit aufwändiger erfolgt, werden individuelle Attribute vor dem Hintergrund von Kategorien bewertet, gegebenenfalls fehlende Übereinstimmungen identifiziert und reklassifiziert.²⁶ Es findet so eine Individualisierung statt, wobei immer noch Kategorien leiten, *welche* Informationen (sowohl solche, die besonders zur Kategorie passen oder eben nicht passen) stärker beachtet werden und so zur Eindrucksbildung beitragen. In diesem Fall basiert nach Brewer et al. (1999) der Eindruck also auf (vorausgehender) heuristischer und (nachfolgender) systematischer Verarbeitung. Diese Kombination aus Verarbeitungsmodus und -ebene (kategoriebasiert und systematisch) erinnert teilweise an die „Phase“ der Rekategorisierung im oben beschriebenen Kontinuummodell von Fiske und Neuberg (1990). Auch hier wird schon aufwändiger verarbeitet, da bei unpassender Information nach neuen Kategorien gesucht wird oder Unterkategorien gebildet werden (Fiske et al., 1999: 233). Bei Brewer kann diese Variante allerdings auch dann eintreten, wenn die Information stereotypkonform ist.

Bei attributbasierter Verarbeitung spielen Stereotype nach Brewer gar keine Rolle. Unabhängig davon, ob oberflächlich oder systematisch verarbeitet wird, finden keine „Top-down“-Prozesse statt, es werden also keine abgespeicherten Stereotype zur Eindrucksbildung aktiviert, sondern ausschließlich „Bottom-up“ die Attribute herangezogen, die in der Situation wahrgenommen werden. Wird basierend auf individuellen Attributen durch eine periphere Verarbeitung ein Eindruck gebildet, dann werden vor allem sehr dominante Attribute die weitere Informationsverarbeitung leiten. Wird sehr intensiv und attributbasiert verarbeitet, dann resultiert daraus ein elaborierter und individueller Eindruck des Gegenübers, das heißt, anders als bei kategoriebasierter Verarbeitung sollten stereotype Züge keine privilegierte Rolle bei der Eindrucksbildung spielen, sondern sämtliche, auch widersprüchliche Informationen werden differenziert eingeordnet (Brewer & Harasty Feinstein, 1999: 259).

26 An dieser Stelle ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass systematische Verarbeitung nicht damit gleichgesetzt werden kann, dass Stereotype nicht mehr berücksichtigt werden, da sie, wie von Brewer dargestellt, immer noch als Hintergrund bzw. Vergleichskategorie herangezogen werden können.

Unabhängig davon allerdings, ob heuristisch oder systematisch und kategorie- oder attributbasiert verarbeitet wird, findet nach Brewer in einem ersten, automatischen Schritt eine erste Phase der Identifikation und Klassifizierung statt, die allerdings noch nicht als Stereotypisierung zu werten sei, da hier erstens noch nicht das Motiv der Eindrucksbildung gegeben sei und zweitens dieser Prozess unbewusst und unkontrolliert ablaufe. Kategorie- und attributbasierte Verarbeitung könne dagegen bewusst sein und stärker kontrolliert werden. Demnach könne beispielsweise vollkommen unbewusst und unkontrolliert eine Person als schwarz und männlich identifiziert werden, ohne dass daraufhin dazugehörige soziale Kategorien aktiviert werden müssten (Brewer & Harasty Feinstein, 1999: 265).

Ein weiteres Zweiprozessmodell, das vor allem einbezieht, wie es zur Verhinderung der Anwendung von Stereotypen *anhand von Korrekturprozessen* kommt, ist das sogenannte MODE-Modell („Motivation and Opportunity as Determinants“-Modell, Fazio, 1990; Fazio & Towles-Schwen, 1999). Das MODE-Modell hat sich aus der Forschung zu Vorurteilen entwickelt und modelliert die Verbindung zwischen Einstellungen und Verhalten in der Zweiprozesslogik. Während bei einer spontanen Informationsverarbeitung eine automatische Aktivierung von Kategorisierungen und Einstellungen stattfindet und es so zu einer einstellungs- bzw. kategoriekonformen Verarbeitung kommt²⁷, verlieren bei der „deliberativen“, systematischen Informationsverarbeitung Voreinstellungen und Kategorisierungen an Bedeutung und sämtliche der vorliegenden Informationen des Einstellungsobjekts werden mit in die Verarbeitung einbezogen (Fazio, 1990; Fazio & Towles-Schwen, 1999).²⁸ Innerhalb ihres MODE-Modells betonen auch Fazio et al. die Bedeutung von „gemischten“ Verarbeitungsprozessen. So ist es möglich, dass bei genügend hoher Motivation zu systematischer und damit attributbasierter Verarbeitung immer noch automatisch aktivierte Kategorien oder Einstellungen die Wahrnehmung leiten und so vor allem Attribute wahrgenommen werden, die damit kongruent sind (Fazio & Towles-Schwen, 1999). Ebenso kann bei vornehmlich heuristischer Verarbeitung ein systematisches bzw. kontrolliertes Moment bestehen, wenn Menschen z.B. versuchen, normativ abgelehnte Vorurteile zu unterdrücken. Dieser Prozess der Unterdrückung bzw. Korrektur der Stereotype wird als eine Sequenz systematischer Verarbeitung angesehen, da auch hier eine Motivation gegeben sein muss, kognitive Ressourcen einzusetzen (Fazio & Towles-Schwen, 1999).

27 Falls keine Einstellung aktiviert werden kann, dann dominiert der Einfluss momentaner Züge des Einstellungsobjekts, siehe Fazio and Towles-Schwen (1999).

28 Auf die Verbindung von Verarbeitungsweise und *Verhalten* innerhalb des MODE-Modells wird an dieser Stelle nicht weiter eingegangen, dies wird in Kapitel 2.8 thematisiert.

Um kognitiv aufwändiger zu verarbeiten, muss wie schon erläutert zuerst einmal die Möglichkeit gegeben sein, dies zu tun. Die *Motivation* zur systematischen Verarbeitung kann dadurch ausgelöst bzw. gesteigert werden, dass eine Beziehung zu einer Person entsteht, so dass individuelle Informationen stärker beachtet und verarbeitet werden, oder indem dem Urteil, das auf der verarbeiteten Information basiert, stärkeres Gewicht beigemessen wird. Es ist in diesem Sinne also als eine Erhöhung des Involvements zu verstehen (Fazio & Towles-Schwen, 1999; Neuberg & Fiske, 1987).

Motivation wurde beispielsweise manipuliert, indem die Teilnehmer an einer Studie darauf aufmerksam gemacht wurden, dass es wichtig sei, akkurate Einschätzungen zu geben und so zu einem wohlüberlegten Urteil zu kommen (Sanbonmatsu & Fazio, 1990; Schuette & Fazio, 1995): Ihnen wurde angekündigt, dass sie ihr Urteil im Nachhinein begründen müssten und mit anderen Teilnehmern verglichen würden.²⁹ Motivation wurde also manipuliert, indem die Wichtigkeit bzw. Bedeutung der Aufgabe betont und explizit darauf hingewiesen wurde, dass systematische Verarbeitung von Vorteil sei. Ergebnisse zeigen, dass sich die Urteile bei durch Manipulation erhöhter Motivation deutlich stärker an den vorliegenden Informationen (Schuette & Fazio, 1995) oder konkreten und differenzierten Erinnerungen bezüglich des Einstellungsobjekts (Sanbonmatsu & Fazio, 1990) und weniger an den vorher bestehenden grundsätzlichen Einstellungen (und damit an Stereotypen) orientierten.

Zahlreiche Studien haben gezeigt, dass bei *Einschränkung der Möglichkeit* zu systematischer Verarbeitung durch die Beschränkung kognitiver Kapazitäten bei der Eindrucksbildung tatsächlich verstärkt auf Stereotype zurückgegriffen wurde. Das heißt, Stereotype gelangten in diesem Fall verstärkt zur Anwendung (Bodenhausen & Lichtenstein, 1987; Kruglanski & Freund, 1983; Macrae, Hewstone, & Griffiths, 1993; Macrae, Milne et al., 1994; Pratto & Bargh, 1991; u.a. van Boven & Robinson, 2012; Wigboldus, Sherman, Franzese, & van Knippenberg, 2004). So wurde gezeigt, dass bei kognitiver Belastung das Urteil über Personen, wie z.B. die Zuschreibung von Schuld (Bodenhausen & Lichtenstein, 1987; van Knippenberg, Dijksterhuis, & Vermeulen, 1999), die Zuschreibung stereotyper Wesenszüge (Macrae et al., 1993; Pratto & Bargh, 1991; Wigboldus, et al., 2004), die Bewertung einer Leistung (z.B. eines Aufsatzes, Kruglanski & Freund, 1983) oder sogar stereotypkonsistente Erinnerung an eigene emotionale Reaktionen (van Boven & Robinson, 2012) auf Stereotypen basiert. Frauen erinnerten sich beispielsweise konform mit Geschlechterstereotypen stärker daran, Trauer bei traurigen Stimuli empfunden zu haben und weniger stark an Ärger als Reaktion auf Ärger auslösende Stimuli als Männer, wenn die kognitive

29 Die Operationalisierung wurde angelehnt an die Manipulation der „Evaluation Apprehension“ von Kruglanski und Freund (1983).

Kapazität beschränkt war. Sie wendeten Geschlechterstereotype also auf sich selbst an (van Boven & Robinson, 2012).

Um die kognitive Belastung zu erhöhen, wurde in den Studien entweder eine Nebenaufgabe parallel zur Eindrucksbildung gestellt (Macrae et al., 1993; Sherman & La Frost, 2000; Sherman, Lee, Bessenoff, & Frost, 1998; van Boven & Robinson, 2012; Wigboldus, et al., 2004), die Komplexität der Aufgabe erhöht (Bodenhausen & Lichtenstein, 1987) oder die Zeit begrenzt und auf diese Weise Zeitdruck erzeugt (Kruglanski & Freund, 1983; Pratto & Bargh, 1991; van Knippenberg et al., 1999).

Während bei diesen Studien vor allem die Aktivierung und Anwendung der Stereotype *als abhängige Variablen* im Zentrum stehen, untersuchten Macrae, Milne und Bodenhausen (1994) in drei aufeinander aufbauenden Experimenten, ob durch stereotype Verarbeitung tatsächlich kognitive Ressourcen gespart wurden. Die Probanden erhielten in den ersten beiden Experimenten insgesamt zwei Aufgaben, erstens sollten sie sich einen Eindruck von Personen bilden, deren Name, stereotype Zuordnung (z.B. Skinhead) und danach stereotypkonsistente bzw. inkonsistente Wesenszüge gezeigt wurden. Parallel hörten die Probanden einen Beitrag über ein Thema, zu dem keine Vorinformationen bestehen konnten (ein erfundener Beitrag über Indonesien). Zu dem Inhalt dieses Beitrags sollten sie nach dem Experiment Fragen beantworten. Den Probanden wurde im Vorfeld angekündigt, dass beide Aufgaben gleich wichtig seien. Es zeigte sich, dass Personen, die stereotypkonforme Wesenszüge erhalten hatten, tatsächlich bessere Ergebnisse bei dem Wissenstest zur zweiten Aufgabe zeigten, und zwar unabhängig davon, ob die Wesenszüge bewusst (Experiment 1) oder unbewusst (Experiment 2) von den Probanden wahrgenommen wurden. Um zu zeigen, dass tatsächlich die Ressourcenersparnis durch Stereotype zu besseren Ergebnissen geführt hat, wurde im dritten Experiment schließlich als zweite Aufgabe (auch wieder parallel) eine Reaktionsaufgabe gestellt, wobei die Probanden insgesamt vier zufällig ertönende Pfeiftöne während der Aufgabe der Eindrucksbildung durch Knopfdruck ausstellen sollten. Hier wurde vorher angekündigt, dass Aufgabe 1 zur Eindrucksbildung relevanter sei. Es zeigte sich, dass Probanden, die stereotypkonforme Wesenszüge erhielten, signifikant schneller auf die Pfeiftöne reagierten (Macrae, Milne et al., 1994). Diese Ergebnisse werten die Autoren als Bestätigung der Annahme, dass Stereotype tatsächlich zur ressourcenschonenden Verarbeitung beitragen.

Unter bestimmten Umständen kann gegenstereotype Information, das heißt Information, die inkonsistent mit bestehenden Stereotypen und damit erwartungsinkongruent ist, dazu führen, dass die stereotypeprägte Informationsverar-

beitung durchbrochen wird.³⁰ Studien konnten zeigen, dass Information, die nicht den stereotypen Erwartungen entsprach, besser erinnert werden konnte als solche, die die Erwartung erfüllte, und zwar dann, wenn die Ressourcen zur Informationsverarbeitung nicht eingeschränkt waren (zur Übersicht siehe die Metastudie von Stangor & McMillan, 1992). Dieser Befund deutet darauf hin, dass Gegenstereotype systematisch verarbeitet werden, da der Versuch unternommen wird, die inkongruente Information mit den eigenen Erwartungen in Einklang zu bringen. Stangor & McMillan (1992) schränken diesen Schluss insofern ein, als sie auf die zentrale moderierende Rolle des Verarbeitungsziels eingehen, Gegenstereotype tatsächlich mit der Erwartung vereinen zu wollen. Läge dieses Ziel vor („Inconsistency Resolution“, Stangor & McMillan, 1992: 57), dann wäre eine systematische Verarbeitung und die Möglichkeit der Durchbrechung vorhandener Stereotype wahrscheinlicher als bei der Motivation, bestehende Erwartungen aufrechtzuerhalten („Expectancy-Maintenance Mode“, ebd.). In diesem Fall würden konsistente Informationen besser erinnert und inkonsistenten Informationen würde dagegen weniger Gewicht beigemessen. Heider und Kollegen (2007) zeigen in ihrer Studie, dass auch die *Art* der Stereotypaktivierung innerhalb des Experiments eine Rolle spielte: Erwartungskongruentes Verhalten wurde nur dann besser erinnert, wenn die Aktivierung von Attributen, also das Priming, sehr direkt verlief. Die Autoren gaben den Probanden zu diesem Zweck kurze Texte zu einer Person, in denen direkt Stereotype angesprochen wurden (z.B. „Josh ist ein typischer Kinderbetreuer“: 267). Danach lasen die Teilnehmer erwartungskongruente und -inkongruente Verhaltensweisen der Person, deren Erinnerung später offen abgefragt wurde. Erwartungskongruentes Verhalten wurde in diesem Fall besser erinnert als Verhalten, das den Erwartungen entsprach. Wurden dagegen stereotype Charakterzüge und damit Erwartungen weniger direkt und damit weniger aufdringlich manipuliert (durch Namen wie „Albert Smart“ für Intelligenz: 269), dann wurde eher erwartungskongruent erinnert. Die Autoren schließen daraus, dass unerwartete Informationen für die Erinnerung nur besser abrufbar sind, wenn die Erwartung bzw. ein Stereotyp durch *sehr dominantes Priming* aufgerufen wurde, die Information also stark irritiert. Auch die Komplexität und die wahrgenommene Homogenität einer sozialen Gruppe hat Einfluss darauf, ob gegenstereotype Informationen zu systematischerer Verarbeitung führten: *Komplexere Informationen* und *als heterogen wahrgenommene Gruppen* führten dazu, dass kongruente

30 Während gegenstereotype Information bisher entweder im Kontext der Stereotypaktivierung als Kontrollgruppe/Kontrastgruppe oder am Rande für die Bildung von stereotypen Untergruppen (Fußnote 11) thematisiert wurde, geht es nun speziell um die Frage, wann gegenstereotype Information eine systematische Informationsverarbeitung und darauf basierende Urteilsbildung fördern kann.

(stereotype) Information besser erinnert wurde als inkongruente und somit keine systematische Verarbeitung von Gegenstereotypen ausgelöst wurde (Hilton & Hoppel, 1996; Stangor & McMillan, 1992). Es müssen also bestimmte Bedingungen erfüllt sein, damit Gegenstereotype zu einer systematischeren Auseinandersetzung mit Informationen führen. Sind sie nicht erfüllt, dann werden gegenstereotype Informationen weniger wahrgenommen und erinnert. Eine geringere Erinnerung an gegenstereotype Information zeigte sich auch dann, wenn die Zuweisung von stereotypen oder gegenstereotypen Kategorien erst *nach* der Informationsverarbeitung geschah. Van Knippenberg und Dijksterhuis (1995) konnten zeigen, dass gegenstereotype Informationen weniger gut erinnert wurden als stereotype Informationen, wenn nach der Präsentation der Information eine gegenstereotype Kategorie präsentiert wurde. Teilnehmern wurden in einem ersten Schritt unterschiedliche Verhaltensweisen einer Gruppe präsentiert, die als aggressiv oder intelligent eingestuft werden konnten. Erst daraufhin wurde ihnen erklärt, dass es sich bei der Gruppe um Fußball-Hooligans oder um Professoren handelte. Die Gruppe, die das Verhalten von „Professoren“ erinnern sollte, erinnerte weniger aggressive Verhaltensweisen als eine Kontrollgruppe, die keine weiteren Informationen zur Kategorisierung der Gruppe bekam. Gegenstereotype Information wurde also unterdrückt und nicht erinnert, während stereotype Information in den Experimentalgruppen und der Kontrollgruppe gleichermaßen gut erinnert wurde.

Auch der affektive Zustand vor der Informationsverarbeitung kann beeinflussen, ob systematisch oder heuristisch verarbeitet wird und es somit zu einer Stereotypisierung kommt. Gemäß der Theorie des „Affekts als Information“ (Clore, Gasper, & Garvin, 2001; Schwarz & Clore, 1983) werden Affekte während der Informationsverarbeitung als Information herangezogen. Positive Affekte suggerieren, dass alles soweit in Ordnung ist und darum die Motivation zu aufwändiger Verarbeitung gering ist.³¹ Dagegen impliziert ein negativer Affekt eine Bedrohungssituation (Angst), eine negative Konsequenz (Ärger) oder mindestens das Ausbleiben einer positiven Konsequenz (Trauer bzw. Enttäuschung). In diesem Fall wird die Dringlichkeit empfunden, den bestmöglichen Lösungsweg oder eine Möglichkeit zu finden, doch noch ein positives Ergebnis zu erreichen, und somit sämtliche in einer Situation zur Verfügung stehenden Information zu berücksichtigen (Clore et al., 2001; Schwarz & Clore, 1983; Wyer Jr, Clore, & Isbell, 1999). Schwarz (1990: 553–554) trifft hier eine Unterscheidung innerhalb negativer Affekte zwischen Emotionen wie Traurigkeit und Enttäu-

31 Schwarz (1990: 552–553) schränkt ein, dass dies dann der Fall ist, wenn keine anderen Ziele (wie beispielsweise das Ziel, akkurat zu verarbeiten) bestehen. Besteht bei positivem Affekt dagegen das Ziel, ein ausgewogenes Urteil zu treffen, dann ist der postulierte Einfluss des positiven Affekts auf die Verarbeitungsweise nicht mehr anzunehmen.

schung als Emotionen der Niedergeschlagenheit, die sich dadurch auszeichnen, dass das Ausbleiben einer positiven Konsequenz empfunden wird, und agitierten Emotionen wie Angst und Ärger, die eine Bedrohungssituation oder negative Konsequenzen implizieren. Er geht in beiden Fällen davon aus, dass höhere Dringlichkeit zu systematischer Verarbeitung empfunden wird als bei positiven Emotionen, da hier die systematische Verarbeitung darauf ausgerichtet ist, einen Weg zu einem positiven Ergebnis zu finden („Approach“) oder eine negative Situation abzuwenden („Avoidance“). Forschung zum Einfluss von Erregungszuständen („Arousal“) geht davon aus, dass ein sehr niedriger oder sehr hoher Erregungszustand zu einer heuristischen Verarbeitung führen, da zu niedrige Erregung mit einer niedrigen Motivation und zu hohe Erregung mit einer verringerten Möglichkeit, systematisch zu verarbeiten, einhergeht. Bei moderater Erregung dagegen sollte die beste Möglichkeit gegeben sein, systematisch zu verarbeiten (Bodenhausen, 1993; Rydell et al., 2008; Walley & Weiden, 1973). Studien bestätigten, dass positive Affekte einen verstärkten Rückgriff auf (negative) Stereotype erzeugen (Bodenhausen, 1993; Bodenhausen, Kramer, & Süsser, 1994). Allerdings führte auch Ärger zu einer stärkeren Stereotypisierung, wohingegen Traurigkeit nicht in einer Anwendung von Stereotypen resultierte (Bodenhausen, Sheppard, & Kramer, 1994). Aus diesen Ergebnissen folgern Bodenhausen und Kollegen, dass im Sinne der Arousal-Forschung in Bezug auf negative Emotionen die *Höhe der Erregung* ausschlaggebend dafür ist, ob systematisch verarbeitet werden kann oder nicht.

2.7.3 Kritik an Zweiprozessmodellen im Kontext der Stereotypisierung

Zweiprozessmodelle und die zugrundeliegenden Annahmen erfahren auch im Kontext der Stereotypisierung Kritik.

Kritisiert wird erstens die Annahme, dass hohe kognitive Belastung zu einem verstärkten Rückgriff auf Stereotype in der Verarbeitung und zu einer besseren Erinnerung stereotyper Information führt (Sherman, Conrey, & Groom, 2004; Sherman & La Frost, 2000; Sherman et al., 1998; Sherman, Macrae, & Bodenhausen, 2000). Im „Encoding Flexibility Model“ gehen Sherman, Besenoff und Frost (1998) davon aus, dass bei kognitiver Belastung stereotypkonsistente Information zwar schneller und einfacher wahrgenommen wird, dadurch allerdings kognitive Kapazitäten eingespart werden, die darum für die aufwändigere Verarbeitung stereotypinkonsistenter Information aufgewendet werden können. Sherman und Kollegen argumentieren, dass bei verminderter kognitiver Kapazität zuerst stereotypkonsistente Information verarbeitet würde, aber durch die einfache Zugänglichkeit nur auf sehr oberflächliche und stereotype Weise.

Sie nennen diese Verarbeitungsweise „konzeptuelles Encodieren“ (Sherman et al., 2004: 216). Relativ betrachtet wird daraufhin mehr Energie auf die Verarbeitung stereotypinkonsistenter Information verwandt, was als „erfassende und kontextuelle Verarbeitung“ (ebd.) bezeichnet wird, da hier die individuellen Attribute und der aktuelle Kontext berücksichtigt werden. Dahinter liegt die Annahme, dass es sich bei kognitiver Einschränkung um eine Limitierung der *Möglichkeit* zu aufwändiger Verarbeitung, und nicht zwangsläufig um eine Limitierung der *Motivation* systematisch zu verarbeiten, handele (Sherman et al., 2000: 148) und daher frei gewordene Kapazitäten weiter eingesetzt werden, sobald die Möglichkeit dazu besteht. Damit kritisieren sie Zweiprozessmodelle in der Annahme, dass bei kognitiver Einschränkung stereotypkonsistente Information *besser* verarbeitet und erinnert wird, weil Stereotype entweder als „passive Filter“ wirken, die unterstützen, dass vor allem stereotypkonsistente Information verarbeitet und in die Erinnerung integriert wird, oder als „aktive Filter“ wirken, die „vorgelagert“ sogar die *Wahrnehmung* von inkonsistenter Information verhindern (Sherman et al., 2004). Die Ergebnisse experimenteller Überprüfungen stützen ihre Argumentation weitestgehend: Sherman et al. (Sherman & La Frost, 2000; 1998) konnten experimentell zeigen, dass stereotypkonsistente Informationen bei kognitiver Belastung zwar häufiger erinnert wurden, dabei allerdings weniger genau und korrekt als inkonsistente Information. Dies hatte zur Folge, dass Bewertungen einer Person zwar vor allem auf Stereotypen basierten, wenn die kognitive Kapazität eingeschränkt war, allerdings wurden die stereotypkonformen Züge an der Person nur sehr oberflächlich verarbeitet und dadurch war die Fehleranfälligkeit durch Falschattribution sehr hoch (vgl. auch Sherman et al., 2000: 162). Unterstützt wurde dieser Befund auch durch das Ergebnis, dass stereotypinkonsistente Information besser wiedererkannt wurde als konsistente Information, woraus die Autoren schließen, dass sie genauer und detailgetreuer verarbeitet wurden (Sherman et al., 2004: 225).

Eine zweite Kritik an den Zweiprozessmodellen richtet sich an die Annahme der Dominanz von Stereotypen im ersten Moment des Zusammentreffens (Kunda & Thagard, 1996; Smith & Zárate, 1992). Kunda und Thagard wie auch Smith und Zárate gehen davon aus, dass Stereotype, aber auch die Wahrnehmung von individuellen Charaktereigenschaften („Traits“) und das Verhalten der Person die Eindrucksbildung maßgeblich beeinflussen können. Stereotype stehen also im Grunde „gleichberechtigt“ neben anderen beobachtbaren Merkmalen und Verhaltensweisen einer Person, wobei im ersten Moment nicht unbedingt Stereotype die Wahrnehmung leiten, sondern auch andere wahrnehmbare Eigenschaften oder Verhaltensweisen der Person initial die Eindrucksbildung prägen. Kunda und Thagard (1996) schlagen deshalb ein Parallelprozessmodell vor, das die Eindrucksbildung mit Hilfe eines „Aktivierungsnetzwerks“ („Spreading Activa-

tion Network“ Kunda & Thagard, 1996: 285) erklärt. Nicht nacheinander, sondern parallel werden erstens stereotype Eigenschaften, zweitens individuelle Eigenschaften und drittens Verhaltensweisen wahrgenommen. Sie bilden die „Knoten“ innerhalb des Netzwerks, die aktiviert werden und die Aktivierung an mit ihnen zusammenhängende abgespeicherte Wissensseinheiten weitergeben. Das so aktivierte Netzwerk aus situativen Eindrücken und abgespeichertem Wissen bestimmt schließlich die Eindrucksbildung. Die aktivierten Elemente des Netzwerks können sich dabei selbstverständlich unterstützen, aber genauso auch gegenseitig unterdrücken, wenn die damit verbundenen Wertungen in unterschiedliche Richtungen gehen. So kann beispielsweise ein eindeutig negatives Verhalten den Einfluss eines ebenfalls aktivierten positiven Stereotyps schwächen oder sogar aufheben. Kunda und Thagard erwähnen dafür das Beispiel einer Hausfrau oder eines Bauarbeiters, die jeweils beide zielgerichtet (und nicht reaktiv) einen anderen Erwachsenen schlagen. Obwohl das Stereotyp Hausfrau bezüglich Gewaltausbrüchen positiv und als wenig aggressiv bewertet wird, wird die Eindrucksbildung doch durch das eindeutig negative Verhalten bestimmt (Kunda & Thagard, 1996: 292). Sie überprüften ihre Annahmen mit Simulationsanalysen zu unterschiedlichen Situationen und Gewichtungen von Stereotypen, individuellen Merkmalen und Verhaltensweisen.

Zwar sprechen sich Kunda und Thagard (wie auch Smith und Zágarte) gegen die von Brewer (1988) und Fiske und Neuberg (1990) vorgeschlagenen Zweiprozessmodelle und die darin enthaltene serielle Abfolge (heuristischer) stereotyper und (systematischer) auf individuellen Merkmalen basierender Verarbeitung aus, allerdings thematisieren sie in ihrem Vorschlag der Netzwerkaktivierung nicht unterschiedliche Verarbeitungsmodi, die für die Zweiprozessmodelle zentral sind. Die Autoren gehen implizit davon aus, dass die Aktivierungsverbreitung innerhalb des Netzwerks für beide Verarbeitungsweisen gilt. Einen Nachweis, dass stereotype Merkmale genauso aufwändig zu verarbeiten sind wie individuelle Merkmale und damit auch in Situationen kognitiver Belastung nicht häufiger angewendet werden, liefern sie also nicht.

2.7.4 Prozesse zur Korrektur von Stereotypisierung

Im Unterschied zu den schon geschilderten Zweiprozessmodellen werden im MODE-Modell zusätzlich Prozesse der Korrektur von Stereotypen aufgenommen, die nicht aufgrund von systematischer Verarbeitung mit dem Ziel, zu einem akkuraten Urteil zu gelangen, resultieren, sondern aus der Motivation heraus stattfinden, Stereotype zu vermeiden. Neben der systematischen und akkuraten Verarbeitung werden innerhalb des Modells also Korrektur- und Unterdrü-

ckungsprozesse betrachtet, die kognitiv zwar aufwändiger, allerdings nicht mit systematischer Verarbeitung mit dem Ziel, ein akkurates Urteil zu bilden und darum sämtliche vorhandenen Informationen zu berücksichtigen, gleichzusetzen sind. Auf diese Korrekturprozesse soll im Folgenden eingegangen werden.

Zentral ist für Kontrollprozesse die *Motivation, Stereotype zu vermeiden*. Diese Motivation kann einerseits situativ erzeugt werden oder als feststehendere „Eigenschaft“ bestehen und somit in Studien quasiexperimentell eingebunden werden (Fazio & Dunton, 1997). Schon in der vielzitierten Studienreihe von Devine (1989) zeigte sich, dass zwar die Aktivierung von Stereotypen sowohl bei Menschen mit hohen als auch mit tiefen Vorurteilstwerten stattfand (Experiment 2). Stereotype gelangten allerdings vor allem bei denjenigen zur *Anwendung*, die aufgrund ihrer hohen, explizit geäußerten Vorurteile grundsätzlich wenig Motivation besaßen, zu einem vorurteilsfreien Urteil zu kommen (Experiment 3). Während Devine die „Modern Racism Scale“ zur Messung der expliziten Vorurteile verwendet, wurden daraufhin Versuche unternommen, direkt die *generelle Motivation* zur Kontrolle von Vorurteilen zu messen. Die von Dunton und Fazio (1997) entwickelte sogenannte MCPR-Skala („Motivation to Control Prejudice Reactions“) teilt sich in zwei Faktoren, nämlich das persönliche Anliegen, nicht vorurteilsgeleitet zu handeln, und das Anliegen, Unstimmigkeiten mit anderen zu vermeiden. Der erste Faktor erfasst also die „innere“ Motivation, sich nicht von Vorurteilen leiten zu lassen, und hat im Kern das Ziel, im Sinne des Egalitarismus Minoritätsgruppen nicht negativer als andere Gruppen zu bewerten und zu behandeln (Olson & Fazio, 2004). Die Autoren schlussfolgern daher, dass aus dieser Motivation ein Korrekturprozess entspringen sollte, der automatisch aktivierte negative Stereotype korrigiert und so eine (Über-)Korrektur ins Positive erfolgen sollte, während automatisch aktivierte positive Stereotype zu keiner Korrektur führen sollten (Olson & Fazio, 2004: 5). Dem zweiten Faktor dagegen liegt das Bedürfnis zugrunde, Reibungspunkte mit anderen in Bezug auf Vorurteile zu vermeiden. Diese Konflikte mit anderen könnten, so Olson und Fazio, sowohl aus der Anwendung negativer als auch positiver Vorurteile resultieren, da bei negativen Vorurteilen der Diskriminierungsvorwurf und bei positiven Vorurteilen der Vorwurf, sich anzubiedern oder sogar „umgekehrt“ bzw. positiv diskriminierend zu sein, aufkommen könne (Olson & Fazio, 2004: 5). Aus diesem Grund sollte aus dieser zweiten Motivation heraus eine (Über-)Korrektur des wahrgenommenen Einflusses sowohl positiver als auch negativer Vorurteile resultieren. Ergebnisse von Studien zeigen, dass beide Motivationsarten Korrekturprozesse bezüglich Stereotypen auslösten, wobei die erste Motivation vor allem eine Korrektur ins Positive zeigte, wenn explizit nach der Meinung zu sozialen Gruppen gefragt wurde (Fazio & Dunton, 1997; Olson & Fazio, 2004). Die zweite Motivation korrigierte in beide Richtungen, das heißt, dass

Menschen mit eher positiven Vorurteilen gegenüber Schwarzen eher negativere Einstellungen äußerten und Menschen mit eher negativen Vorurteilen positivere Einstellungen angaben (Olson & Fazio, 2004). Kritik an der Messung der Dimensionen von Motivation durch die MCPR-Skala wurde von Plant und Devine (1998) dahingehend geäußert, dass das eigentliche Ziel der Skala, nämlich interne von externaler Motivation zu trennen, misslungen sei, weil insbesondere auf den ersten Faktor sowohl interne als auch externe Items luden. Dieser Einwand ist insofern wichtig, als Menschen, die internal motiviert sind, jeweils unabhängig davon Korrekturprozesse zeigen sollten, ob sie sich bei der Urteilsäußerung in einer sozialen Situation befinden oder nicht, während external motivierte Menschen insbesondere dann ihre stereotypen Urteilsäußerungen korrigieren sollten, wenn sie mit negativen sozialen Konsequenzen rechnen müssen. Plant und Devine entwickelten und validierten daher zwei Skalen, die Internal Motivation Scale (IMS) und die External Motivation Scale (EMS), die trennscharf zwischen den beiden Motivationsarten unterscheiden (1998). Die Ergebnisse ihrer Untersuchung bestätigten, dass insbesondere die external Motivierten in einem sehr anonymen Antwortkontext stereotype Antworten gaben, während die hoch internal Motivierten unabhängig vom Antwortkontext deutlich weniger stereotype Antworten zeigten.

Ein schon angesprochener zentraler Einflussfaktor dafür, ob und wie stark Korrekturprozesse ausgelöst werden, ist die Evaluation der wahrgenommenen Verzerrung: Wird sie als sozial erwünscht eingestuft, so konnte gezeigt werden, dass eine deutlich geringere Korrektur vorgenommen wird, während bei der Wahrnehmung von als sozial unerwünschten Verzerrungen eine verstärkte Korrektur auftrat (McCaslin, Petty, & Wegener, 2010).³² Die Richtung der Korrektur von stereotypen Antwortmustern lässt sich mit dem „Flexible Correction Model“ (Petty & Wegener, 1993; Wegener & Petty, 1995) erklären: Je nachdem, *wie* Menschen ihre eigene Verzerrung bei der Informationsverarbeitung und Urteilsbildung wahrnehmen, wird diese Verzerrung hinterher korrigiert. Hinter den Vermutungen für Verzerrungen stehen naive Theorien darüber, wie der entsprechende Kontext ihre Antworten beeinflusst haben könnte (Wegener & Petty, 1995). Wenn das Individuum also annimmt, dass es bei dem Urteil durch Kontextfaktoren assimilierend beeinflusst wurde, dann wird es sein Urteil kontrastierend korrigieren, und umgekehrt. Da die Korrekturprozesse auf *wahrgenommenen* Verzerrungen basieren, kann es zu Überkorrekturen oder sogar Steigerungen der Verzerrungen kommen. Ersteres ist der Fall, wenn stärker korrigiert wird, als

32 Ein Ergebnis, das an die oben beschriebene Motivation erinnert, Konflikte mit anderen zu vermeiden, siehe Olson and Fazio (2004); Fazio and Dunton (1997); Plant and Devine (1998). Die Autoren konnten allerdings zeigen, dass hier nicht nur die Angst vor Konflikt, sondern vor allem das Bedürfnis des Self-Enhancements zentral war.

tatsächlich verzerrt wurde, während die Verzerrung noch gesteigert wird, wenn eine falsche Verzerrung angenommen wurde. Wurde also bei der Urteilsbildung in Richtung des Kontexts beeinflusst, aber ein Kontrasteffekt angenommen, so wird noch einmal stärker zum Kontext hin korrigiert (Wegener & Petty, 1995). Die Korrekturprozesse sollten selbstverständlich, wie schon erläutert, stärker ausfallen, wenn auch eine hohe Motivation zur Korrektur besteht.

2.8 Konative Konsequenzen von Stereotypisierung

Werden Stereotype nicht unterdrückt oder kommen durch heuristische Verarbeitung stärker zur Anwendung, so zieht diese Stereotypisierung auch Konsequenzen jenseits der schon thematisierten selektiven Informationsverarbeitung und -erinnerung nach sich. Auch auf der konativen Ebene ergeben sich Auswirkungen von Stereotypisierung. Im Folgenden wird deshalb auf Effekte von Stereotypisierung auf Verhalten bzw. Verhaltensintentionen eingegangen.

Handlungskonsequenzen von Stereotypisierung können vielfältiger Natur sein: Einerseits kann diskriminierendes Verhalten resultieren. Darunter werden Verhaltensweisen gegenüber anderen Individuen oder Gruppen verstanden, aus denen ein Vorteil einer Gruppe bzw. ihrer Mitglieder über eine andere resultiert bzw. aufrechterhalten wird und daher eine Outgroup schlechter, die eigene Gruppe dagegen besser behandelt wird (Dovidio et al., 2010). Diskriminierung kann sowohl direkt und offen als auch subtil, und bewusst wie auch unbewusst erfolgen. Beispielsweise ist ein Verbrechen aus Vorurteilen („hate crime“, Dancygier & Green, 2010), bei dem als (nachweisbare) Motivation die Schädigung einer Gruppe bzw. die Demonstration von Macht gegeben ist, häufig bewusst und wird direkt und offen ausgeführt. Dagegen können diskriminierende Handlungen wie beispielsweise wohlwollendes oder paternalistisches Verhalten gegenüber Frauen als Folge von Geschlechterstereotypen durchaus sehr subtil und unbewusst ausgeführt werden (Glick & Fiske, 1996; Vescio, Gervais, Heiphetz, & Bloodhart, 2009).

Neben diesen diskriminierenden Handlungen ist aber auch jedes andere Verhalten zu nennen, das sich nicht zwangsläufig gegen eine Gruppe richtet, sondern aus einer Situation heraus entsteht, in der Stereotypisierung stattfand. Als Beispiel dafür wäre das schon im Abschnitt zur Messung von Stereotypisierung beschriebene Verhalten nach der Aktivierung des Altersstereotyps zu nennen, bei dem die Teilnehmer nach der Aktivierung deutlich langsamer gingen (Bargh et al., 1996). Aber auch Verhalten, das aus einer Anwendung von Stereotypen in der Form resultiert, dass durch Kategorisierung eine Situation verzerrt wahrgenommen wird, kann hier genannt werden. Diesem Fall widmet sich das

schon erläuterte MODE-Modell (Fazio, 1990; Fazio & Towles-Schwen, 1999), auf das an dieser Stelle noch einmal ausführlicher bezüglich der Verbindung zwischen Einstellung und Verhalten eingegangen werden soll.

Fazio und Kollegen gehen davon aus, dass ein bestimmtes Verhalten dann stark von automatisch aktivierten Kategorien und Einstellungen abhängig ist, wenn entweder die Motivation oder die Möglichkeit zur systematischen Verarbeitung oder sogar beide Komponenten sehr gering ausgeprägt sind (Fazio & Towles-Schwen, 1999). Unter der Voraussetzung, dass Einstellungen bzw. Kategorien gut zugänglich sind, können sie durch den Kontakt mit einer Gruppe aktiviert werden und bestimmte Verhaltensweisen nach sich ziehen (Fazio, 1990, 2001). Dies kann in dem Sinne geschehen, dass unmittelbar (und unkontrollierbar) bewertet und gehandelt wird (z.B. Flucht- oder Ekelreaktionen) oder auch indirekt dadurch, dass die aktivierten Kategorien oder Einstellungen die Wahrnehmung einer Situation leiten. Diese ‚geleitete‘ Wahrnehmung wiederum führt dazu, dass aus der Interpretation der Situation heraus eine spontane Reaktion erfolgt. So sollte bei einer negativen Beurteilung der Situation aufgrund von aktivierten Kategorien und Einstellungen vermeidendes Verhalten und bei positiver Beurteilung annäherndes Verhalten resultieren. Sowohl unmittelbare als auch durch die Interpretation der Situation entstandene Verhaltensweisen sind nach Fazio et al. als Folge spontaner heuristischer Informationsverarbeitung zu verstehen, da sowohl das Urteil über die Situation als auch das Verhalten aus einer Anwendung von bestehenden und aktivierten Einstellungen und Kategorien resultieren, wobei diese Anwendung nicht bewusst und somit wenig kontrollierbar abläuft. Alltägliches Verhalten in sozialen Situationen zählen die Autoren zu diesen spontanen Handlungen, bei denen häufig gar keine Möglichkeit zu aufwändiger Verarbeitung besteht (Olson & Fazio, 2009). Auch diskriminierende Verhaltensweisen wie beispielsweise die schon genannten paternalistischen Verhaltensweisen gegenüber Frauen sind, sofern sie unbewusst geschehen, hierzu zu zählen.

Anders dagegen ist es bei Verhaltensweisen, die als Konsequenz einer systematischen Verarbeitung erfolgen. Ist sowohl die Möglichkeit als auch die Motivation zu systematischer und akkurater Verarbeitung gegeben, dann werden wie schon erläutert in einem „Bottom-up“-Prozess sämtliche zur Verfügung stehenden Informationen verarbeitet und genutzt, um ein Urteil zu bilden und adäquat innerhalb einer Situation zu reagieren. Das resultierende Verhalten wird kontrollier- und korrigierbar und kann deshalb weniger stark mit den automatisch aktivierten Kategorien und Einstellungen korrelieren (Fazio, 1990; Fazio & Towles-Schwen, 1999). Fazio et al. gehen davon aus, dass bei systematischer Verarbeitung sowohl die Einstellungen zum Urteilsobjekt als auch die Einstellungen zum konkreten Verhalten reflektiert zustande kommen (Fazio, 1990), wobei die Ein-

stellung zum konkreten Verhalten an Relevanz für das resultierende Verhalten gewinnt. Für die Verbindung von Einstellung und Verhalten bei aufwändiger Verarbeitung verweisen Fazio und Kollegen auf die „Theory of Reasoned Action“ von Ajzen und Fishbein (Ajzen & Fishbein, 1973, 1977, 1980; Fishbein & Ajzen, 2010) und die Erweiterung der Theorie zur „Theory of Planned Behavior“ durch Ajzen (Ajzen, 1985, 1991).

Gemäß der „Theorie des geplanten Verhaltens“ basiert das tatsächliche Verhalten stark auf der Intention, dieses konkrete Verhalten auszuführen. Diese Intention wiederum wird *situationsspezifisch* gebildet und maßgeblich 1) von der Einstellung zum Verhalten, 2) von der subjektiven Norm und 3) von der wahrgenommenen Kontrolle über das Verhalten beeinflusst. Überzeugungen darüber, welche Konsequenzen ein Verhalten nach sich ziehen kann, bestimmen die positive oder negative Einstellung zum Verhalten. Überzeugungen zu normativen Erwartungen der Bezugsgruppe des Individuums bestimmen die Einschätzung der subjektiven Norm. Überzeugungen über Faktoren, die die eigene Entscheidung, ein Verhalten auszuführen, einschränken, bestimmen die wahrgenommene Kontrolle. In einer Entscheidungssituation werden diese Überzeugungen bei heuristischer Verarbeitung entweder aktiviert und bei systematischer Verarbeitung aufgrund von aktuellen Informationen angepasst oder neu gebildet. Ajzen und Fishbein betonen also, dass die „Theorie des geplanten Verhaltens“ bzw. der „überlegten Handlung“ sich *nicht* wie durch Fazio und Kollegen innerhalb des MODE-Modells impliziert (Fazio & Towles-Schwen, 1999) ausschließlich auf den systematischen Verarbeitungsmodus beschränkt, sondern auch bei automatischer bzw. heuristischer Verarbeitung bestehen kann, da die einzelnen Überzeugungen automatisch aktiviert werden und so einen Einfluss auf die Verhaltensintentionen und die daraus resultierenden Verhaltensweisen haben können (Ajzen & Fishbein, 2000).³³ Das bedeutet, dass die Theorie des geplanten Verhaltens auch Verhaltensintentionen zu erklären vermag, die nicht aufgrund von systematischer, sondern aufgrund von heuristischer und stereotypisierter Informationsverarbeitung zustande kommen.

Innerhalb ihres MODE-Modells betonen auch Fazio et al. bezüglich des resultierenden Verhaltens die Bedeutung von „gemischten“ Verarbeitungsprozessen. Wie schon in Abschnitt 2.7.2 zur Bildung von Urteilen erläutert wurde, ist es möglich, dass bei genügend hoher Motivation zu systematischer und damit attributbasierter Verarbeitung immer noch automatisch aktivierte Kategorien oder Einstellungen die Wahrnehmung leiten und so vor allem Attribute wahrgenommen werden, die damit kongruent sind (Fazio & Towles-Schwen, 1999), was

33 Die Theorie des geplanten Verhaltens berücksichtigt auch noch die *tatsächliche* Kontrolle über das Verhalten, das direkt erstens die Wahrnehmung von Kontrolle und zweitens die Umsetzung der Intention in eine tatsächliche Handlung beeinflusst, siehe Ajzen (1991).

dann entsprechendes bzw. interpretationskongruentes Verhalten nach sich ziehen kann. Auch bei vornehmlich heuristischer Verarbeitung kann es zu einer aufwändigeren Verarbeitungssequenz kommen, wenn versucht wird, diskriminierendes Verhalten zu unterdrücken, da Vorurteile normativ abgelehnt werden (Fazio & Towles-Schwen, 1999; Towles-Schwen & Fazio, 2003).

Ein weiteres Verhalten, das auf Stereotypisierung folgen kann, betrifft nicht das stereotypisierende Individuum, sondern die Personen, die von der Stereotypisierung betroffen sind. So kann es vorkommen, dass Individuen im Sinne einer „Self-fulfilling Prophecy“ stereotypkongruente Verhaltensweisen zeigen. Mädchen zeigten beispielsweise wie schon beschrieben schlechtere Ergebnisse in Mathematikaufgaben, wenn bei ihnen das Stereotyp, dass Mädchen und Frauen schlechter in Mathematik sind, vorher aktiviert wurde (Brown & Josephs, 1999; Spencer et al., 1999; Thoman et al., 2008). In diesem Fall handelt das Individuum stereotypgeleitet bezüglich der eigenen Eigenschaften durch die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe: Die soziale Identität und damit verbundene stereotype Attribute werden also handlungsleitend. Dieser als „Stereotype Threat“ (Steele & Aronson, 1995) bezeichnete Effekt wird dadurch erklärt, dass durch die Zuschreibung negativer stereotyper Attribute zu einer Gruppe und durch die eigene Zuordnung zu ebendieser das positive Selbstbild bedroht wird und durch diese Bedrohung tatsächlich kurzzeitig die kognitiven Fähigkeiten eingeschränkt werden. Langfristig kann es dazu kommen, dass Situationen, in denen es zu dieser Bedrohung kommt, gänzlich gemieden werden (Aronson & McGlone, 2009; Steele & Aronson, 1995).³⁴

Die stereotypkongruenten Handlungsweisen können aber auch dadurch ausgelöst werden, indem diejenigen, die stereotypisieren, das Gegenüber stereotypkonform behandeln und somit ein Verhalten bei diesem auslösen, das zum Stereotyp passt (Chen & Bargh, 1997; Snyder, Tanke, & Berscheid, 1977). Sowohl die stereotypisierende als auch die stereotypisierte Person bzw. Personengruppe muss sich nicht darüber bewusst sein, dass Stereotype aktiviert und angewendet wurden. Die auf Stereotypen basierenden Erwartungen steuern also das Verhalten der stereotypisierenden Person bzw. Gruppe und lenken damit auch indirekt die Reaktion des stereotypisierten Individuums bzw. der stereotypisierten Personengruppe („Expectancy-driven Model of Behavioral Confirmation Effects“, Chen & Bargh, 1997: 542). Nimmt das stereotypisierte Individuum allerdings wahr, dass das Gegenüber unfair, da auf Stereotypen basierend, handelt, so kann

34 Shapiro und Neuberg (2007) differenzieren die Bedrohung durch Stereotype in zwei Dimensionen. Einerseits wird unterschieden, ob es sich um eine gefühlte Bedrohung für die eigene Person oder für die gesamte Gruppe handelt. Andererseits wird differenziert, ob es sich um eine „innere“ Bedrohung des Selbstwertgefühls oder um eine „äußere“ Bedrohung des Ansehens der eigenen Person/Gruppe bei den Outgroups handelt.

diese Erkenntnis Ärger auslösen und entsprechende Handlungen nach sich ziehen, und zwar insbesondere dann, wenn eine Möglichkeit erkannt wird, durch eigenes Verhalten die Situation zu beeinflussen (Carver & Harmon-Jones, 2009; Harmon-Jones & Sigelman, 2001; Vescio et al., 2009).

2.9 Zusammenfassung

Stereotype werden als Assoziationen und Vorstellungen über die Charakteristika und Attribute von Mitgliedern einer Gruppe verstanden, die steuern können, wie eine Person wahrgenommen, bewertet und erinnert wird, wie weitere Informationen zu ihr verarbeitet werden und schließlich auch, wie man sich ihr gegenüber verhält. Stereotype werden innerhalb eines kulturellen und zeitlichen Kontexts geteilt.

Insgesamt werden drei Motivationen für Stereotypisierung hervorgehoben. Erstens wirken Stereotype als Heuristiken ressourcensparend, das heißt, sie erleichtern, neue Informationen durch die Aktivierung schon abgespeicherter Kategorien einzuordnen und so in sozialen Situationen schneller reagieren zu können. Zweitens kann Stereotypisierung dazu beitragen, das eigene, positive Selbstbild aufrechtzuerhalten bzw. zu stärken. Das Motiv des „Self-Enhancements“ ist auch in Verbindung mit der dritten Motivation zu nennen, nämlich dem Bedürfnis, zu einer Gruppe dazuzugehören und eine soziale Identität herauszubilden bzw. in sozialen Situationen zu aktivieren. Auch hier spielen Selbstaufwertungen eine Rolle, allerdings nicht mehr auf individueller, sondern auf Gruppenebene: Die eigene Gruppe wird im Vergleich zu Outgroups bezüglich der (stereotypen) Charakteristika als besser bewertet (und andere Gruppen dementsprechend abgewertet). Es finden dabei Selbstkategorisierungsprozesse innerhalb einer Situation statt, indem die Ebene der sozialen Identität durch Zuordnung zu einer Gruppe aktiviert wird und die persönliche Identität in den Hintergrund rückt. Durch diese Kategorisierungsprozesse kann also eine Depersonalisierung eintreten.

Stereotype können aus persönlichen Erfahrungen und durch den Kontakt mit anderen Menschen und Gruppen, aber auch aus *vermitteltem* Wissen, Weltbildern und Überzeugungen entstehen. Ursächlich dafür sind Verzerrungseffekte: So wird erstens von Verhaltensweisen direkt auf Wesenszüge geschlossen, ohne dass dabei der Einfluss der sozialen Situation mitgedacht wird. Dieser sogenannte „Correspondance Bias“ ist insbesondere dann von Bedeutung, wenn Gruppen Wesenszüge aufgrund ihres Verhaltens zugeschrieben werden, ohne dass der Zwang sozialer Rollen zu bestimmten rollenadäquaten Verhaltensweisen mitgedacht wird. So werden Frauen beispielsweise Eigenschaften zugeschrieben, die

vor allem aus ihrer Rolle als Mutter resultieren, und Männer mit Charakterzügen verbunden, die zu ihrer sozialen Rolle (und somit zu ihrem Verhalten) als „Ernährer“ der Familie passen. Hinzu kommt zweitens, dass durch das Motiv der Selbstaufwertung ein Attributionsfehler eintreten kann, indem positives Verhalten von Outgroups eher situativ, negatives Verhalten dagegen durch Wesenszüge begründet wird, die dann wiederum als Stereotype abgespeichert werden. Drittens ist als weiterer Verzerrungseffekt die „Illusory Correlation“ zu nennen. Darunter wird verstanden, dass zwischen zwei selten, allerdings gemeinsam auftretenden Ereignissen bzw. Handlungen eine Verbindung gesehen wird, ohne dass diese tatsächlich besteht. Das gemeinsame Auftreten wird also überbewertet. Minoritäten, also Gruppen, die unterrepräsentiert sind, werden daher mit Verhaltensweisen verbunden, die selten auftreten, allerdings bei diesen Gruppen beobachtet wurden, und zwar sowohl mit positiven als auch mit negativen Handlungen. Stereotype, die unter anderem aufgrund dieser Wahrnehmungsverzerrungen gebildet wurden, werden innerhalb von Sozialisationsprozessen weitergegeben. Die Sozialisierung ist in den frühen Kinderjahren noch stark geprägt von den Eltern, mit zunehmendem Alter spielen aber auch die Freunde als sogenannte „Peer-Group“ eine immer wichtigere Rolle. In jeder Phase prägend ist der kulturelle Kontext, in dem eine Person aufwächst, und dazu sind auch Medieninhalte zu zählen. Durch die Darstellung von Realität in den Medieninhalten können Personen und Personengruppen einerseits direkt mit bestimmten Wesenszügen in Verbindung gebracht werden, andererseits können die beschriebenen Wahrnehmungsverzerrungen auch bei der Wahrnehmung der Medienrealität einsetzen und so zu einer Bildung und Etablierung von Stereotypen beitragen. Die Medieninhalte können durch ihre Darstellung beispielsweise Zusammenhänge zwischen Verhalten und Wesenszügen von Personengruppen nahelegen, Gruppen bevorzugt in bestimmten sozialen Rollen zeigen oder Gruppen in zentralen Rollen unterrepräsentieren. Inhaltsanalytische Studien zeigten stereotype Darstellungsweisen in den Medieninhalten auf, indem sie feststellten, wie stark eine Personengruppe bzw. ein Vertreter einer bestimmten Gruppe mit bestimmten Eigenschaften oder Verhaltensweisen im Vergleich zu anderen Eigenschaften oder Verhaltensweisen (Intragruppenvergleich), zu anderen Personengruppen (Intergruppenvergleich) oder im Vergleich zu extramedialen Realitätsindikatoren dargestellt wurde(n). Die Studien beziehen sich vor allem auf die Darstellung von Minoritäten, wobei insbesondere die Repräsentation von Rassen und von Geschlechtern große Beachtung erfährt und für diese Gruppen in zahlreichen Studien stereotype Darstellungen in den Medien nachgewiesen werden konnten.

Neben der Stereotypformation sind für die Stereotypisierung zwei weitere Prozesse zentral: die Aktivierung und die Anwendung von Stereotypen. Unter *Aktivierung* wird die Verstärkung der Zugänglichkeit zu stereotypen Eigenschaf-

ten verstanden, d.h. die abgespeicherten Wissensseinheiten zu einer Gruppe werden aktiviert. Diese Aktivierung ist ein Priming-Effekt: Durch den Kontakt mit einer Personengruppe oder einem Individuum, das einer Gruppe zugeordnet werden kann, werden die zu dieser Gruppe abgespeicherten typischen stereotypen Wesenszüge und damit assoziierte Bewertungen zugänglicher gemacht. Die *Anwendung* von Stereotypen dagegen zeigt sich durch den Einfluss von Stereotypen auf die Wahrnehmung, das Urteil und schließlich auch auf das Verhalten. Nur *aktivierte* Stereotype können auch angewendet werden, sich also in der Wahrnehmung, dem Urteil und dem Verhalten niederschlagen. Wird vom Prozess der Stereotypisierung gesprochen, so ist also die *Anwendung von vorher aktivierten Stereotypen* gemeint.

Da nahezu jedes Individuum unterschiedlichen Gruppen zugeordnet werden kann, ist der Kontext für die Stereotypaktivierung und die darauffolgende Anwendung wesentlich: Je nach Kontext ändert sich die Passung (der „Fit“) der Zuordnung zu einer bestimmten Gruppe. Je nachdem, welche Attribute an einer Person in einer Situation betont werden, ändert sich auch die Art der Stereotypaktivierung. Wird eine schwarze Frau beispielsweise im Kontext anderer Frauen gezeigt, so findet als Abgrenzung eine Stereotypaktivierung zur Rasse statt, während im Kontext schwarzer Männer eher Geschlechterstereotype aktiviert werden. Aber auch innere Motive bzw. Ziele, die während des Kontakts mit einer Person bestehen, können einen internalen Kontext vorgeben. Ist in einer Situation beispielsweise der Selbstwert bedroht und die Aufrechterhaltung desselben deshalb zentral, so ist eine stärkere Aktivierung (und darauffolgende Anwendung) negativer Stereotype wahrscheinlicher.

Zusätzlich kann auch die häufige Anwendung bestimmter Stereotype zu einer chronischen Zugänglichkeit und damit zu einem „Wettbewerbsvorteil“ führen. So werden insbesondere Stereotype zum Geschlecht, zur Rasse, zum Alter und zur sozialen Klasse bevorzugt aktiviert, weil sie erstens sehr früh entstehen und zweitens auf relativ viele Menschen zutreffen und daher häufig angewendet werden können. Auch Kategorien, die vor kurzer Zeit aktiviert wurden, sind besser zugänglich als andere (es stellt sich also ein „Recency-Effekt“ ein). Die Kategorien, die nicht aktiviert werden, unterliegen wiederum Unterdrückungsprozessen. Das Stereotyp also, das den Wettbewerb um Aktivierung „gewinnt“, ist besonders gut zugänglich, während andere Stereotype durch diese Unterdrückung besonders schlecht zugänglich sind.

In der Messung der Aktivierung und Anwendung von Stereotypen kann zwischen impliziten und expliziten Messungen unterschieden werden. Während bei impliziten Messungen dem Teilnehmer nicht bewusst ist, was gemessen wird, ist bei expliziten Messungen klar, was ermittelt wird. Dies impliziert, dass implizite Maße eher dazu in der Lage sind, unbewusste stereotype Einstellungen

zu messen, und weniger durch die Teilnehmer kontrolliert und gegebenenfalls korrigiert werden können, während explizite Maße durch ihre direkte Zugangsweise vor allem bewusste stereotype Überzeugungen abbilden, allerdings auch stärker durch den Teilnehmer kontrolliert und korrigiert werden können. Während *Stereotypaktivierung* durch das Moment des wenig Kontrollierbaren und Unbewussten eher durch implizite Messungen zu erfassen ist, kann die *Stereotypanwendung* sowohl durch implizite wie auch explizite Maße gemessen werden. Für die Genauigkeit der Messung ist dabei zentral, ob es sich um eine Einstellung handelt, die moralisch verurteilt werden könnte, denn in diesem Fall ist eine Korrektur des nonverbalen Verhaltens (und somit des Antwortverhaltens) durch den Teilnehmer wahrscheinlich, so dass explizite Maße verzerrt sein können.

Die Frage, ob aktivierte Stereotype überhaupt zum Einsatz kommen oder ob eine Stereotypisierung vermieden wird, kann mit Hilfe von Zweiprozessmodellen zur Eindrucksbildung beantwortet werden. Nur wenn die kognitiven und zeitlichen Ressourcen zur Verfügung stehen und das Ziel besteht, einen akkuraten Eindruck zu gewinnen oder ein korrektes Urteil zu bilden, kann eine Eindrucksbildung stattfinden, die sämtliche zur Verfügung stehenden Informationen mit einbezieht. Es werden also individuelle Attribute der Person oder der Personengruppe wahrgenommen und verarbeitet, so dass sie auch in die Eindrucks- und Urteilsbildung einfließen. Diese individualisierte Verarbeitung ist nicht gegeben, wenn entweder die *Möglichkeit* durch Beschränkung kognitiver Ressourcen oder der Verarbeitungszeit eingeschränkt ist oder wenn nicht die *Motivation* besteht, akkurat zu verarbeiten und zu urteilen.

Die Motivation zu systematischer Verarbeitung kann situativ erzeugt werden: So kann beispielsweise die direkte Aufforderung, akkurate Einstellungen zu bilden, motivierend wirken. Auch gegenstereotype Information kann dazu beitragen, dass eine Motivation entsteht, diese Information mit den Erwartungen bzw. Stereotypen zu vereinen bzw. vor dem Hintergrund der eigenen Erwartung zu verstehen. Besteht allerdings das Ziel, bestehende Erwartungen aufrechtzuerhalten, ist eine systematische Verarbeitung aufgrund gegenstereotyper Information eher unwahrscheinlich. Bei komplexer Information oder bei als heterogen wahrgenommenen Gruppen wird eher stereotypkonform verarbeitet. In diesem Fall ist der Aufwand, akkurat zu verarbeiten, noch deutlich höher, wodurch stärker auf Stereotype zurückgegriffen wird. Motivation zur Vermeidung von Stereotypen kann auch als generelles Bedürfnis bestehen. Dies bedeutet, dass es unabhängig von der Situation Menschen gibt, die stärker versuchen, Stereotype zu vermeiden (ob durch attributbasierte Verarbeitung oder durch „reine“ Korrektur).

Auch, wenn die Motivation gegeben sein sollte, Stereotype zu unterdrücken, weil diese moralisch verurteilt werden und eine Stereotypisierung deshalb zu inneren und äußeren Konflikten führen könnte, erfordert die Informationsverarbeitung mehr kognitive Kapazitäten. Sie ist also nicht aufwändiger, weil sämtliche Informationen beachtet, sondern weil Korrekturprozesse ausgeführt werden. Je nachdem, auf welche Weise eine Verzerrung der eigenen Einstellung durch Stereotype wahrgenommen wird, wird eine Korrektur durchgeführt. Liegt eine „innere“ Motivation vor, keine (negativen) Stereotype anzuwenden, so wird die Einstellung bzw. das Urteil zum Positiven korrigiert. Liegt dagegen vor allem eine „externe“ Motivation vor, Stereotype zu unterdrücken, um keine Konflikte mit anderen zu erzeugen, dann wird bei empfundenen negativen Stereotypen in positive und bei positiven Stereotypen in negative Richtung korrigiert. Dahinter liegt die Vermutung, dass Reibungspunkte mit anderen sowohl bei Anwendung von negativen Stereotypen als auch bei empfundener Anbiederung durch positive Stereotype entstehen können. Durch diese Korrekturprozesse kann es auch zu einer Überkorrektur kommen, das heißt, es wird stärker in die entgegengesetzte Richtung korrigiert, als eine Verzerrung vorlag.

Alle Zweiprozessmodelle zur Eindrucksbildung bzw. zur Überwindung von Vorurteilen berücksichtigen auch sequentielle Mischmodelle. Innerhalb der Informationsverarbeitung wechseln sich also heuristische Sequenzen mit systematischen und aufwändigen Sequenzen ab und beeinflussen sich jeweils. So ist beispielsweise anzunehmen, dass erst nach einer ersten und nicht zufriedenstellenden heuristischen Verarbeitung systematisch Informationen verarbeitet werden, wobei Stereotype dabei immer noch leiten können, welche Informationen besonders beachtet werden.

Findet eine Stereotypisierung statt, dann können sich daraus konative Konsequenzen ergeben. Konative Konsequenzen können als diskriminierendes Verhalten erfolgen, das sowohl offen oder subtil als auch bewusst oder unbewusst ausgeführt werden kann. Daneben müssen auch andere Verhaltensweisen genannt werden, die aus einer Situation, in der Stereotypisierung stattfand, resultieren. Findet eine Reaktion unmittelbar statt, so ist davon auszugehen, dass das Verhalten in diesen Fällen vornehmlich *kein* Resultat geplanten Verhaltens ist, sondern aufgrund von unbewussten Entscheidungsprozessen oder Routinen erfolgt. Dies ist beispielsweise bei diskriminierenden Verhaltensweisen im alltäglichen Umgang der Fall, bei dem der Diskriminierende sein Verhalten gar nicht bewusst als solches wahrnimmt. Erfolgt eine Verhaltensreaktion dagegen auf eine Verhaltensintention, so ist eher von einem geplanten Verhalten auszugehen. Da die *Äußerung* einer Verhaltensintention allerdings kontrollier- und somit korrigierbar ist, kann die Korrelation zwischen Verhaltensintention und (wenig

kontrollierbaren) implizit gemessenen stereotypen Einstellungen weniger stark ausfallen.

Gemäß der „Theorie des geplanten Verhaltens“ beeinflussen 1) die Einstellung zum Verhalten, 2) die subjektive Norm und 3) die wahrgenommene Kontrolle über das Verhalten die Verhaltensintention maßgeblich. Hinter diesen drei Erklärungsfaktoren stehen Überzeugungen zu den Konsequenzen der Handlung, Überzeugungen zu den normativen Erwartungen der Bezugsgruppe und Überzeugungen zu Faktoren, die die Kontrolle über das Verhalten einschränken könnten. Die Überzeugungen können entweder aufgrund von systematischer Verarbeitung unter Einbezug der vorhandenen Informationen entstehen oder bei heuristischer Verarbeitung aus abgespeicherten und aktivierten Wissensseinheiten gebildet werden. Eine Verhaltensintention kann also auch auf einer heuristisch gebildeten Einschätzung der Situation beruhen. Es ist wahrscheinlich, dass innerhalb von Situationen beide Verarbeitungsweisen auftreten und somit auch „geplantem Verhalten“ automatische und wenig bewusste Sequenzen vorangehen können.

Aber nicht nur Verhalten der stereotypisierenden bzw. beurteilenden Personen kann als Konsequenz der Stereotypisierung betrachtet werden, sondern auch Verhalten, das von der stereotypisierten Person oder Personengruppe ausgeführt wird. So kann es dazu kommen, dass ein Individuum durch Selbstkategorisierung die Stereotype zur eigenen Gruppe aufruft und sie dadurch handlungsleitend werden. Auch das Verhalten, das die stereotypisierende Person gegenüber der stereotypisierten Person zeigt, kann zu einer Erfüllung der Stereotyperwartung in der Handlung führen, wobei beiden Seiten häufig nicht bewusst ist, dass es sich um stereotypbasiertes Verhalten handelt.

Zusammenfassend lässt sich also Folgendes festhalten: Stereotype sind Attribute bzw. Wesenszüge, die einer Personengruppe zugeschrieben werden, um ressourcensparend Informationen zu verarbeiten, die eigene Gruppe abzugrenzen und den Selbstwert der eigenen Gruppe (und der eigenen Person) zu sichern oder zu steigern. Stereotype entstehen aufgrund von Verzerrungseffekten der Wahrnehmung und werden durch Sozialisierung kulturell verankert und weitergegeben. Dabei spielen Medieninhalte eine zentrale Rolle. Als Konsequenz des Kontakts mit einer Person oder einer Personengruppe steht vor der Anwendung von Stereotypen bei der Wahrnehmung, der Beurteilung und dem Verhalten innerhalb einer Situation die Aktivierung, durch die im Sinne des Primings automatisch und wenig kontrollierbar bestimmte stereotype Wissensseinheiten zugänglich gemacht werden. Ob es zur Stereotypisierung kommt, wird maßgeblich von der Möglichkeit und der Motivation bestimmt, systematisch und attributbasiert zu verarbeiten oder wenigstens Stereotype zu unterdrücken, wenn dies angezeigt erscheint. In Anlehnung an die Messung von Einstellungen können auch Stereo-

type implizit und explizit gemessen werden, wobei implizite Messungen weniger kontrollierbar für den Teilnehmer sind, da kein Bewusstsein darüber besteht, was genau gemessen wird. Als Folge von Stereotypisierung können neben Emotionen bezüglich der stereotypisierten Gruppe auch Verhaltensweisen resultieren, die diskriminierend sind oder die aus der stereotypen Interpretation der Situation heraus erfolgen. Auch die stereotypisierte Gruppe kann in ihrem Verhalten durch die Stereotypisierung beeinflusst werden, indem sie sich stereotypkongruent verhält und auf diese Weise das Stereotyp (scheinbar) bestätigt.

Stereotype und die Wahrnehmung von
Medienwirkungen

Sommer, K.

2017, XIV, 395 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18517-6