

Einstellungstheorien

Laufe der wissenschaftlichen Erforschung haben sich unterschiedliche Einstellungstheorien entwickelt. Sie beantworten die Frage nach der Entstehung und Veränderung von Einstellungen aus unterschiedlicher Sichtweise.

1. Die Vielzahl von Einstellungstheorien

Von Bedeutung sind folgende Theorien:

- Konsistenztheorien, die davon ausgehen, dass der Mensch von Natur aus nach Gleichgewicht strebt: Ein konsistenter Zustand ist in sich harmonisch und seine Teile sind stimmig; bei einem inkonsistenten Zustand sind die Teile nicht im Einklang miteinander, sondern stehen im Widerspruch zueinander.

Ein solcher inkonsistenter Zustand ist zum Beispiel vorhanden, wenn ein Mann Vorurteile in Bezug auf Migranten hegt, er sich aber emotional zu einer ausländischen Frau hingezogen fühlt.

Die bekannteste Konsistenztheorie ist die Theorie der kognitiven Dissonanz von Leon Festinger, welche in Abschnitt 3 dargestellt ist.

- Funktionale Theorien, die davon ausgehen, dass soziale Einstellungen wichtige Funktionen erfüllen; die bekannteste funktionale Theorie ist die funktionale Einstellungstheorie von Daniel Katz - sie ist in Abschnitt 2 ausgeführt.
- Attributionstheorien, die davon ausgehen, dass Menschen ihrem eigenen Verhalten und dem anderer Personen sowie den Ergebnissen von Verhaltensweisen Ursachen zuschreiben und damit dieses Verhalten erklären; solche Attributionen schaffen Orientierung und Ordnung (vgl. Meyer/Försterling, 1993, S. 175f.). Die bekannteste Theorie ist die Attributionstheorie von Fritz Heider.
- Kommunikationstheorien: Diese gehen davon aus, dass Einstellungsänderungen in der Wechselwirkung zwischen Personen begründet liegen, die wechselseitig aufeinander reagieren sowie sich gegenseitig beeinflussen und steuern. Eine bekannte Kommunikationstheorie hinsichtlich der Einstellungsänderung ist das Elaboration Likelihood Model of Persuasion von Richard E. Petty und John T. Cacioppo, die in Abschnitt 4 dargestellt ist.
- Lerntheorien: Diese gehen davon aus, dass soziale Einstellungen im Laufe des Lebens erlernt werden und Ergebnis von Lernerfahrungen sind. Die bekanntesten Lerntheorien, mit denen die Entstehung von sozialen Einstellungen erklärt werden können, sind die Konditionierungstheorien, die sozial-kognitive Theorie und das Lernen durch Einsicht.

2. Die funktionale Einstellungstheorie

Einstellungsfunktion meint das Bedürfnis, welches von einer Einstellung befriedigt werden kann (vgl. Haddock/Maio, 2007, S. 199). Die Frage nach den Funktionen von Einstellungen wurde vor allem von Daniel Katz mit seiner funktionalen Einstellungstheorie angesprochen. Nach ihm erfüllen Einstellungen vier wichtige Funktionen:

Funktion der sozialen Einstellung	Bedürfnisse, die mit der sozialen Einstellung befriedigt werden
Anpassungsfunktion	Gefühl der Zugehörigkeit, angenehme Zustände wie Anerkennung, Erfolg, ansehen und Gewinn
Selbstverwirklichungsfunktion	Aufbau bzw. Erhalt des Selbstwertgefühls, der Individualität und Selbstverwirklichung
Wissensfunktion	Gefühl des Orientiertseins, der Ordnung, Sicherheit und Überschaubarkeit
Abwehrfunktion	Rechtfertigung, Vermeidung und/oder Beendigung (Abwehr) von unerwünschtem und unangenehmen Erlebnissen und Erfahrungen

3. Die Theorie der kognitiven Dissonanz

Die bekannteste Konsistenztheorie in der sozialpsychologischen Literatur ist die Theorie der kognitiven Dissonanz von Leon Festinger.

Leon Festinger wurde am 8. Mai 1919 in New York geboren und arbeitete von 1939 bis 1947 gemeinsam mit Kurt Lewin an der University of Iowa. Nach Ende des Zweiten Weltkrieges bildete er zusammen mit anderen namhaften Wissenschaftlern die erste Forschergruppe am Research Center for Group Dynamics, die später nach Michigan umzog. 1951 erhielt er dort eine Professur, 1955 ging er an die Stanford University und 1968 folgte er einem Ruf an die New School for Social Research in New York. Vor allem für seine sozialpsychologischen Arbeiten erhielt er mehrere bedeutende Auszeichnungen, u. a. die Ehrendoktorwürde. Bekannt geworden ist Festinger als Begründer der Theorie der kognitiven Dissonanz, welche er von 1953 bis 1954 konzipierte und 1957 veröffentlichte. Er starb 1989 in New York City.

Folgende Grundaussagen enthält die Theorie der kognitiven Dissonanz:

Ausgangspunkt und Grundlage sind die Beziehungen zwischen kognitiven Elementen. Kognitive Elemente sind jedes Wissen, jede Meinung oder Überzeugung über sich selbst oder über die eigene Umwelt. Sie stellen also das Wissen, die Meinung oder die Überzeugung dar, die eine Person über sich selbst, über ihr eigenes Verhalten und über ihre Umwelt hat.

Beispiele für kognitive Elemente: Rauchen ist ungesund. Ich bin ein zuverlässiger Mensch. Der Urlaub war schön. Stundenlanges In-der-Sonne-Liegen erzeugt Hautkrebs.

Kognitive Elemente stehen zueinander in einer relevanten oder irrelevanten Beziehung. Eine relevante Beziehung liegt vor, wenn kognitive Elemente etwas miteinander zu tun haben, wenn zwischen ihnen ein Zusammenhang besteht; irrelevant ist eine Beziehung, wenn sie nebeneinander zusammenhangslos stehen und nichts miteinander zu tun haben.

Beispiele für relevante Beziehungen: Stundenlanges in-der-Sonne-Liegen erzeugt Hautkrebs. Ich habe immer ein T-Shirt an, wenn ich in die Sonne gehe. Ich bin ein zuverlässiger Mensch. Ich habe meinen Freund versetzt.

Beispiele für irrelevante Beziehungen: Der Urlaub war schön. Meine Oma hat morgen Geburtstag. Ich bin ein zuverlässiger Mensch. In unserer Familie wird viel ferngesehen.

Die relevante Beziehung zwischen kognitiven Elementen kann konsonant oder dissonant sein. Sie ist konsonant, wenn ein kognitives Element aus dem anderen folgt, und sie ist dissonant, wenn das Gegenteil des kognitiven Elements aus dem anderen folgt, wenn also die beiden Elemente in Widerspruch zueinanderstehen.

Beispiele für Konsonanz: Rauchen ist ungesund. Ich rauche nicht mehr. Stundenlanges In-der-Sonne-Liegen erzeugt Hautkrebs. Ich habe immer ein T-Shirt an, wenn ich an die Sonne gehe. Ich bin ein zuverlässiger Mensch. Ich mag Menschen nicht, die unzuverlässig sind.

Beispiele für Dissonanz: Rauchen ist ungesund. Ich rauche täglich eine Schachtel Zigaretten. Stundenlanges In-der-Sonne-Liegen erzeugt Hautkrebs. Ich liege täglich mehrere Stunden in der Sonne.

Eine kognitive Dissonanz entsteht aufgrund der Aufnahme von Informationen, eigener Erfahrungen oder aufgrund Erfahrungen anderer, allgemeiner Überzeugungen und sozialer Wert- und Normvorstellungen.

Je stärker die kognitive Dissonanz ist, umso größer ist die Motivation, sie zu vermindern bzw. zu beseitigen. Die Motivation zur Verminderung bzw. Beseitigung der kognitiven Dissonanz steigt also mit deren Stärke.

Kognitive Dissonanz ist ein Zustand psychologischer Spannung; sie wird als unangenehm empfunden und löst Reaktionen aus, die zu ihrer Beseitigung oder Verminderung führen. Der Mensch strebt danach, seine kognitiven Elemente, die zueinander in einer Relevanz stehen, in Konsonanz zu halten und dissonante Zustände zu vermeiden, zu vermindern oder zu beseitigen. Er vermeidet alle Handlungen, die eine Dissonanz verstärken oder zu einer Dissonanz führen könnten. Bei einem dissonanten Zustand wird also der Mensch aktiv, um wieder in kognitive Konsonanz zu gelangen.

Die Beseitigung oder Verminderung der kognitiven Dissonanz kann durch mehrere Möglichkeiten realisiert werden:

- Durch Ignorieren, Vergessen, Verdrängen der dissonanten kognitiven Elemente oder der Informationen, die die Dissonanz ausgelöst haben
- Durch Veränderung eines oder mehrerer Elemente, die zueinander in Widerspruch stehen

Stundenlanges in-der-Sonne-Liegen erzeugt Hautkrebs. Ich liege täglich mehrere Stunden in der Sonne." Das Individuum kann nun ein Element verändern: So ungesund ist das Liegen in der Sonne nun auch wieder nicht!

Ich bin ein zuverlässiger Mensch. Ich habe meinen Freund versetzt. Die Aussage wird verändert in: Ich bin doch nicht so zuverlässig.

- Durch Hinzufügen neuer kognitiver Elemente

Im Beispiel mit der Zuverlässigkeit könnten folgende Elemente hinzugefügt werden, um wieder ins Gleichgewicht zu kommen: Ich hatte gerade so viel zu tun, dass ich nicht wegkonnte. Ich wurde aufgehalten. Meine Uhr stimmte nicht.

- Durch Änderung der Einstellung

So verzichtet zum Beispiel der Sonnenhungrige auf das Liegen in der Sonne oder der Raucher auf das Rauchen.

Ob eine Einstellungsänderung möglich ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab:

- Von der Anzahl der Beziehungen verschiedener kognitiver Elemente in Bezug auf ein Einstellungsobjekt: Ein hoher Änderungswiderstand ist vor allem bei solchen Personen vorhanden, bei denen viele kognitive Elemente in einer relevanten Beziehung zueinander stehen und auf diese Weise ein sehr umfassendes System von miteinander zusammenhängenden kognitiven Elementen vorhanden ist. Durch eine Einstellungsänderung wären viele kognitive Elemente betroffen, sodass dadurch eine Reduzierung oder Verminderung der Dissonanz nur schlecht möglich wäre.
- Von dem psychischen Aufwand, den der Einzelne betreibt: Es wird grundsätzlich diejenige Möglichkeit realisiert, die für den Einzelnen den geringsten psychischen Aufwand erfordert. Da eine Einstellungsänderung in der Regel mit einem hohen psychischen Aufwand verbunden ist, kommt es zur Einstellungsänderung erst dann, wenn die Beseitigung bzw. Verminderung der Dissonanz durch Ignorieren, Vergessen oder Verdrängen bzw. durch Änderung oder Hinzufügen von kognitiven Elementen nicht mehr möglich ist.

So wurden in einem Experiment Personen zu einer Verhaltensweise bewegt, die im Gegensatz ihrer Einstellung stand. Dabei haben nur diejenigen Personen ihre Einstellung geändert, die ihr widersprüchliches Verhalten weder ignorieren und verdrängen noch andere Möglichkeiten der Verminderung bzw. Beseitigung der Dissonanz einsetzen konnten. Personen dagegen, die aufgrund einer hohen Belohnung zu einer bestimmten Verhaltensweise veranlasst wurden, konnten „Rationalisierungen“ einsetzen, die eine Einstellungsänderung verhinderten.

4. Das Modell der Einstellungsänderung mithilfe der Kommunikation

Die beiden Psychologen Richard E. Petty und John T. Cacioppo konzentrieren sich in ihrem Modell, in welchem es primär um die Wirkungen der auf Überzeugung (= Persuasion) angelegten Kommunikation geht, auf die Änderung von Einstellungen mithilfe der sozialen Kommunikation. Sie nannten ihr Modell Elaboration Likelihood Model of Persuasion (ELM) – übersetzt „Modell der Wahrscheinlichkeit der tiefen Verarbeitung von einstellungsrelevanten Informationen“

Das ELM schafft ein wenig Ordnung unter den vielen Faktoren und Aspekten, die beim Überzeugen und Überreden – auch bei der Werbung in den Massenmedien – von Bedeutung sein können." (Klimmt, 2011. 5. 103)

Richard E. Petty, Universitätsprofessor für Psychologie an der Ohio State University, und John T. Cacioppo, Professor an der University of Chicago sowie unter anderem Leiter des University of Chicago Centers for Cognitive and Social Neuroscience, haben ihre Aussagen in ihrem in Deutschland 1986 erschienenen Buch „The Elaboration Likelihood Model of Persuasion“ niedergeschrieben. Ihre Annahmen konnten in einer Reihe von Untersuchungen bestätigt werden.

Nach diesem Modell sind es zwei Wege, die für die Entstehung und Änderung einer Einstellung bedeutsam sind:

1. Eine Person ist motiviert und auch fähig, eine angebotene Information sorgfältig zu verarbeiten und zu bewerten; es findet eine tiefe Verarbeitung von Informationen statt. Dieser Weg wird als zentraler Weg bezeichnet. Der Empfänger konzentriert sich auf den Inhalt der Botschaft und setzt sich mit dieser intensiv auseinander.

Der Empfänger zum Beispiel hört genau zu, prüft die Aussagen des Senders, setzt sich mit ihnen gründlich auseinander versucht, sich an das zu erinnern, was er bereits über das Einstellungsthema weiß, und bringt dann dieses Wissen in Bezug zu den in der Information enthaltenen Aussagen.

2. Eine Person ist wenig oder nicht motiviert bzw. unfähig, sich mit der dargebotenen Information wirklich auseinanderzusetzen. Der Empfänger stützt sich dann mehr auf Aspekte, die nicht den Inhalt der Botschaft betreffen, sondern auf angenehme bzw. unangenehme Reize, die zusammen mit der Information auftreten. Diesen Weg der Einstellungsentstehung und -änderung nennen wir peripheren Weg, die Reize heißen periphere Reize.

Attraktivität, Sympathie, Glaubwürdigkeit des Senders, die gute Stimmung, das tolle Medium oder andere Gesichtspunkte (= periphere Reize) geben den Ausschlag für eine Einstellungsänderung.

Beide Wege schließen sich gegenseitig nicht aus, in der Regel werden sie bei der Entstehung und Änderung einer Einstellung gleichzeitig beschritten.

So setzt sich beispielsweise eine Person recht intensiv mit einer Information auseinander, zugleich aber spielen bei ihr auch die Attraktivität und die Glaubwürdigkeit des Senders eine wichtige Rolle.

Die Verarbeitung einer dargebotenen Information kann sehr intensiv und tief oder auch recht oberflächlich geschehen. Bei einer sehr tiefen Verarbeitung wird ein Einstellungswandel primär durch den zentralen Weg, bei oberflächlicher Verarbeitung primär durch den peripheren Weg stattfinden. Einstellungsänderungen, die durch eine intensive Verarbeitung von Informationen und damit auf zentralem Weg erworben wurden, sind in der Regel über die Zeit beständiger und widerstandsfähiger gegenüber zukünftigen Angriffen.

„Geringe Elaboration, also die oberflächliche Verarbeitung von Botschaften, ist (...) eine Entlastungsstrategie (...). Geringe Elaboration von Argumenten ist (...) durchaus ein rationales, weil ressourcensparendes Verhalten (...). Problematisch dagegen sind solche Situationen, in denen eine große Elaborationsstärke (...) wichtig wäre, weil eine wenig zutreffende Einstellung gravierende Konsequenzen für uns haben könnte, wir aber nicht in der Lage zur starken Elaborationsleistung sind.“ (Klimmt, 2011, S 44ff.).

Ob sich der Empfänger mit dem Inhalt einer Botschaft auseinandersetzt und wie tief, gründlich und ausführlich er dies tut (= Elaboration), hängt von seiner Motivation und von seinen individuellen Fähigkeiten ab. Motivation ist erforderlich, da eine Elaboration Zeit und Ausdauer erfordert, Fähigkeit deshalb, weil Elaboration ein bestimmtes Maß an Wissen und Intelligenz benötigt.

Wenn Menschen motiviert und auch zu intensiver Verarbeitung von Botschaften fähig sind, so kann diese in relativ unvoreingenommener oder aber auch in voreingenommener Weise stattfinden.

Ein Parteimitglied beispielsweise, das hoch motiviert und fähig zu guter Verarbeitung ist, wird das Programm seiner Partei als „gut“ wahrnehmen und es verteidigen sowie versuchen, Gegenargumente zu widerlegen.

Sind Motivation und/oder die Fähigkeit zu einer intensiven Verarbeitung von dargebotenen Informationen gering, so spielen periphere Reize wie Attraktivität, Sympathie des Senders, sein Sprachstil, gute Stimmung, Medium und dergleichen eine wichtige Rolle - Einstellungsänderungen werden dann primär auf peripherem Weg erreicht. Trotz geringer Motivation und Fähigkeit können also Einstellungsänderungen stattfinden, weil sich solche Personen in diesem Fall an peripheren Reizen orientieren.

Immer dann, wenn eine Person nicht genügend motiviert ist, eine Botschaft intensiv zu verarbeiten, oder nicht dazu in der Lage ist (fehlende Fähigkeiten), wird sie dazu tendieren, die Botschaft unter Rückgriff auf periphere Reize zu beurteilen (Stahlberg/Frey, 1993, S324)

Umgekehrt sind solche peripheren Reize unwichtig, wenn die Intensität der Informationsverarbeitung sehr hoch ist. Sie spielen dann keine nennenswerte Rolle im Überzeugungsversuch (vgl. Klimmt, 2011, S. 42).

Die Motivation und die Fähigkeit zu einer intensiven Verarbeitung von Informationen sind ihrerseits wiederum von verschiedenen Faktoren abhängig:

Von der Art und Weise der Botschaft: Logische, gut strukturierte und wohl durchdachte Argumente, die verständlich und anschaulich dargeboten sind, erhöhen die Bereitschaft, sich mit diesen gründlich auseinanderzusetzen. Die Wiederholung der Botschaft macht es dem Empfänger leichter, diese intensiv zu verarbeiten.

Die Werbung ist hierfür ein treffendes Beispiel, sie setzt konsequent auf Wiederholung.

Doch sind Wiederholungen zu häufig, so führen sie zu verstärkter Gegenargumentation und zur Absenkung der Elaborationsstärke. (vgl. Klimmt, 2011, S. 35). Komplexität des Einstellungsthemas und Ablenkung des Empfängers verringern dagegen die Bereitschaft und die Fähigkeit zu einer tiefen Verarbeitung.

Der Einfluss von Stimmungen spielt ebenfalls eine Rolle: Untersuchungen ergaben, dass positive Stimmungen im Vergleich zu eher neutralen eine oberflächliche Verarbeitung von Informationen zur Folge haben. Gute Stimmung trägt also nicht zu einer zentralen Informationsverarbeitung bei, während schlechte Stimmung diese mehr begünstigt (vgl. Gielas, 2010, S. 15).

- Von der Erscheinung und den Eigenschaften des Senders:
Attraktivität, Sachkenntnis, Glaub- und Vertrauenswürdigkeit des Senders sowie sein Sprachstil und seine Stimme fördern eine periphere Verarbeitung. Einen der wichtigsten peripheren Reize stellt dabei der Expertenstatus des Senders dar. Nicht unbedeutend ist auch die Anzahl der Kommunikatoren: Mehrere Sender wirken zum einen als periphere Reize nach dem Motto „Viele können sich nicht irren!"; zum anderen werden Informationen besonders sorgfältig verarbeitet, wenn diese von mehreren Kommunikatoren der gleichen Position kommen.
- Von den Eigenschaften und Persönlichkeitsmerkmalen des Empfängers:
Die Motivation ist umso höher je mehr das Einstellungsthema den Empfänger persönlich betrifft und für ihn von Bedeutung ist (Involvement): Bei hoher persönlicher Relevanz und Betroffenheit weist das Individuum eine intensivere Verarbeitungstiefe auf als bei einer geringen.

Wenn zum Beispiel in der Nähe des Wohnortes einer Person eine Autobahn gebaut werden soll, so wird diese Person wesentlich motivierter bei diesem Thema sein und sich intensiver damit auseinandersetzen, als wenn sie weit weg von der Autobahn wohnen würde.

Die Qualität der Informationen hat bei hoher persönlicher Betroffenheit eine stärkere Wirkung auf den Empfänger als bei einer geringen persönlichen Betroffenheit.

„Für die Frage, wie stark eine Person bereit ist, sich mit einem Persuasionsversuch auseinanderzusetzen, ist das Ausmaß der persönlichen Relevanz entscheidend.“ (Klimmt, 2011, S. 37)

Ebenso spielt die persönliche Verantwortung eine große Rolle: Von dem Ausmaß, in dem der Empfänger allein die Verantwortung für das Gelingen bzw. Misslingen einer Aufgabe oder die (Nicht)Bewältigung eines Ereignisses innehat, hängt die Intensität der Verarbeitungstiefe ab (vgl. Klimmt, 2011, S. 39f.).

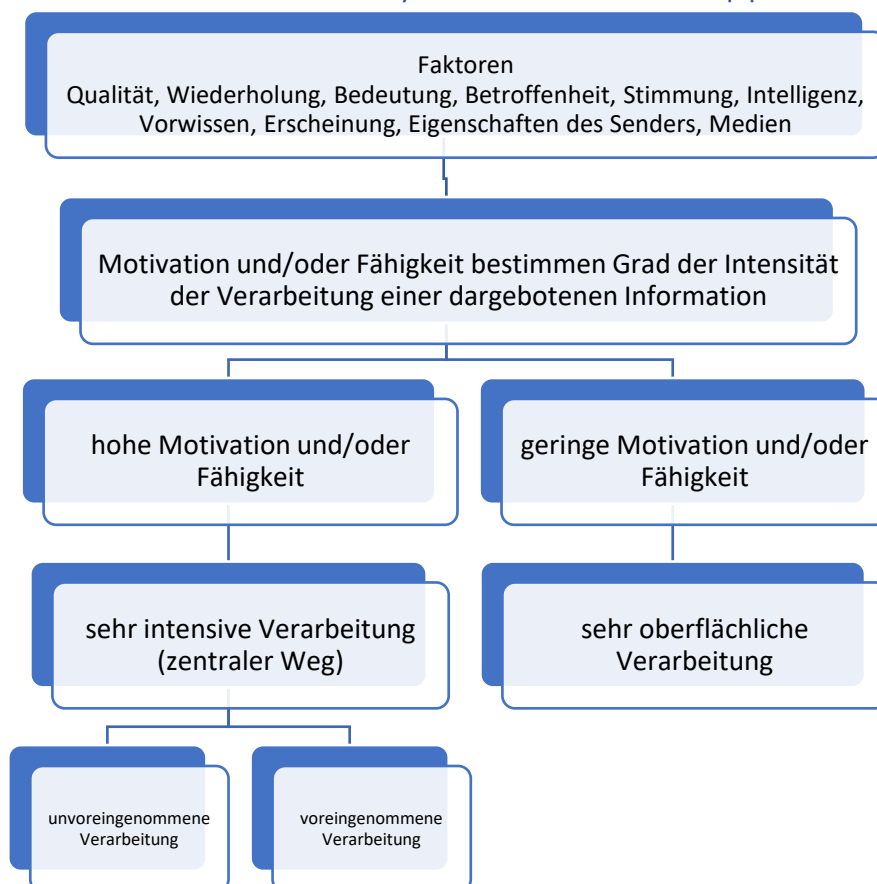
Ebenso können die allgemeine persönliche Bereitschaft, grundsätzlich gern nachzudenken, sowie die Intelligenz und persönliche Interessen des Einzelnen für die Verarbeitungstiefe einer Botschaft förderlich sein. Das Vorwissen des Empfängers zu einem bestimmten Einstellungsthema und eine enge Beziehung des Themas zu seinen eigenen Wertvorstellungen erhöhen die Bereitschaft und die Fähigkeit zu einer tiefen Verarbeitung, während Zeitdruck aufseiten des Empfängers diese verringern.

- Von den Medien, die bei der „Überzeugung“ eingesetzt werden:
Printmedien erleichtern eine zentrale Verarbeitung, audiovisuelle Medien motivieren zu einer tieferen Auseinandersetzung mit dem Einstellungsthema.

Diese Faktoren können, wenn sie eine gründliche und tiefe Verarbeitung fördern, dazu führen, dass diese in relativ unvoreingenommener oder aber auch in voreingenommener Weise stattfindet.

Die Qualität der Botschaft oder die persönliche Bedeutung und Betroffenheit eines bestimmten Einstellungsthemas zum Beispiel motivieren mehr zu einer unvoreingenommenen, objektiven Verarbeitung, während Vorkenntnisse, Vorwarnung in Bezug auf den Inhalt einer Botschaft oder auf die Überzeugungsabsicht und die enge Beziehung des Themas zu eigenen Wertvorstellungen mehr eine voreingenommene Verarbeitung begünstigen.

Das Modell von Richard E. Petty und John T. Cacioppo



Aufgaben

1. Beschreiben Sie die Grundaussagen der bedeutendsten Einstellungstheorien (Abschnitt 1)

2. Fallbeispiel: Adi Alki und seine Freunde

Herr Adi Alki und seine Freunde sprechen gern und reichlich dem Alkohol zu. Als sie in der Fußgängerzone zu einer öffentlichen Diskussion zum Thema „Alkohol“ stoßen, nutzen Herr Adi Alki und seine Freunde die Gelegenheit, ihre Einstellung zum Alkohol darzulegen. Er erzählt sehr ausführlich, weshalb er persönlich ganz bestimmte Sorten von Bier bevorzuge und weshalb man auf jeden Fall täglich einige Flaschen Bier trinken solle. „Das Bier ist das reinste Getränk, das es gibt! Es ist die beste und gesündeste Nahrung auf Erden!“ Auf die Frage einer Zuhörerin, ob er nicht wisse, dass übermäßiger Alkoholenuss gesundheitsschädlich sei, erwidern Adi Alki und seine Freunde, dass das Rauchen viel gesundheitsschädlicher sei, weil man davon Lungenkrebs bekommen könne. Und sterben würde man ja sowieso. Und Adi Alki fährt weiter fort, überhaupt, er kenne sich aus, was die Gefahren des Trinkens betreffe; die ganze Sache würde nur in den Medien so hochgespielt. In Wirklichkeit sei es doch so, dass se/bst regelmäßiges Trinken nicht gesundheitsschädlich sei, solange man nicht jeden Tag völlig besoffen sei. Unter dem Beifall seiner Freunde beendet Adi Alki schließlich in großer Selbstzufriedenheit seine „Rede“ und zieht von dannen.

Beschreiben Sie anhand der Fallbeschreibung die Funktionen von sozialen Einstellungen.
(Abschnitt 2)

3. Stellen Sie am Beispiel einer Einstellungsänderung die Theorie der kognitiven Dissonanz von Leon Festinger dar. (Abschnitt 3)

4. Erläutern Sie die grundlegenden Aussagen des Elaboration Likelihood Model of Persuasion (ELM) von Richard E. Petty und John T. Cacioppo und veranschaulichen Sie diese mithilfe von Beispielen.
(Abschnitt 4)