

Änderung von sozialen Einstellungen

Wie in Abschnitt 1 erwähnt, sind sehr viele Menschen und Menschengruppen daran interessiert, Einstellungen anderer zu ändern. Entsprechend der zugrunde liegenden Einstellungstheorie gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, eine Einstellung zu ändern.

1. Einstellungsänderung auf der Grundlage von lerntheoretischen Erkenntnissen

Sehr häufig werden Lerntheorien als Grundlage für die Änderung von Einstellungen angeführt, Aus lerntheoretischer Sicht lassen sich folgende möglichen konkreten Vorgehensweisen zur Veranlassung von Einstellungsänderungen zusammenfassen:

- Um eine positive Einstellung zu erreichen, muss eine mehrmalige gezielte Darbietung des Einstellungsobjektes mit einem Reiz, der bereits eine angenehme Reaktion auslöst bzw. eine positive Einstellung besitzt, erfolgen; um eine negative Einstellung zu erzeugen, ist eine mehrmalige gezielte Darbietung des Einstellungsobjektes mit einem Reiz, der bereits eine unangenehme Reaktion auslöst bzw. eine negative Einstellung besitzt, erforderlich (klassisches Konditionieren).
- Mit dem mehrmaligen Herbeiführen eines angenehmen bzw. der Vermeidung eines unangenehmen Zustandes mithilfe des Einstellungsobjektes kann eine positive Einstellung, mit der mehrmaligen Aufhebung eines angenehmen bzw. der Herstellung eines unangenehmen Zustandes kann eine negative Einstellung aufgebaut werden. Dabei sollten schon kleinste Ansätze und Schritte, die in Richtung der gewünschten Einstellung zeigen, verstärkt werden (operantes Konditionieren).
- Ein Modell muss die gewünschte Einstellung sicher zeigen und soll Eigenschaften wie soziale Macht, Ansehen, Attraktivität und Sympathie besitzen. Eine positive Beziehung zum Lernenden ist für die Einstellungsänderung fördernd. Dabei sollte die gezeigte Einstellung sowohl beim Modell als auch beim Lernenden zum Erfolg führen. Eine wichtige Rolle spielen auch das Schaffen von positiven Erwartungshaltungen und die Förderung der Selbstwirksamkeit beim Beobachter (sozial-kognitive Theorie³).
- Eine Einstellungsänderung kann auch erreicht werden, indem das Individuum Einsicht erhält in den entsprechenden Sachverhalt, um Zusammenhänge zu erfassen (Lernen durch Einsicht).

2. Einstellungsänderung auf der Grundlage der funktionalen Theorie

Aus der Sicht der funktionalen Theorie, die in Abschnitt 24.2.2 dargestellt ist, ändert ein Individuum seine Einstellung, weil - diese ihrer Funktion nach Anpassung, nach Selbstverwirklichung, nach Wissen bzw. Orientierung und/oder nach Abwehr bzw. Verteidigung des eigenen Ichs nicht bzw. nicht mehr gerecht wird, oder - es von der neu erworbenen Einstellung eine effektivere Befriedigung der oben genannten Funktionen bekommt bzw. sich erhofft.

Eine negative Einstellung kann zum Beispiel gegenüber Migranten in der Erziehung abgebaut werden, indem das Kind durch seine negative Einstellung keine Anerkennung mehr bekommt (Anpassungsfunktion), dadurch sein Selbstwertgefühl bedroht ist (Selbstverwirklichungsfunktion), eine Orientierung, gewisse Ordnung und Sicherheit nicht mehr gewährleistet ist (Wissensfunktion) und diese negative Einstellung eine Abwehr von unerwünschten und unangenehmen Erfahrungen nicht mehr möglich bzw. gar nicht mehr erforderlich macht (Abwehrfunktion). Zugleich kann eine positive Einstellung aufgebaut werden, indem das Kind durch die geänderte Einstellung etwa Anerkennung und Erfolg ernten oder auch dadurch sein Selbstwertgefühl stärken kann.

Die Änderung einer Einstellung wird dann am wirkungsvollsten sein, wenn dadurch mehrere Funktionen angesprochen werden. In der Regel spielen auch immer mehrere Funktionen eine Rolle bei der Änderung von Einstellungen. Auf der Grundlage dieser Aussagen können entsprechende Wege zur Änderung von Einstellungen abgeleitet werden:

Wie kann erreicht werden, dass das Individuum mit der zu ändernden Einstellung den Funktionen nach Anpassung, Selbstverwirklichung, Wissen bzw. Orientierung und/oder nach der Verteidigung des eigenen Ichs nicht mehr gerecht werden kann?

Wie kann erreicht werden, dass es von der neu zu erwerbenden Einstellung eine effektivere Befriedigung der Funktionen bekommt bzw. sich erhofft?

3. Einstellungsänderung auf der Grundlage der Theorie der kognitiven Dissonanz

Menschen ändern ihre Einstellung, wenn sie durch eine Einstellungsänderung eine bestehende Dissonanz verringern bzw. abbauen können. In einem ersten Schritt ist es erforderlich, eine Dissonanz in dem Bereich der zu ändernden Einstellung zu erzeugen. In einem zweiten Schritt geht es dann darum, diese Dissonanz wieder abzubauen (vgl. Werth/Mayer 2008,5.236). Dabei sind folgende Grundsätze bedeutsam:

- Die zentrale Frage ist, wie zwischen den entsprechenden kognitiven Elementen eine Dissonanz erzeugt werden kann: Welche Möglichkeiten gibt es, um aufgrund eigener Erfahrungen oder Informationsaufnahme Widersprüche zu erzeugen? Wie können Erfahrungen anderer zur Erzeugung einer Dissonanz eingesetzt werden?
- Ein dissonanter Zustand kann erreicht werden, wenn es gelingt, das Individuum zu einer Verhaltensweise oder einem Erlebnis zu bringen, die bzw. das im Gegensatz zu seiner Einstellung steht, oder wenn diese Person zur Aufnahme von Informationen bewegt werden kann, die zum Gegenteil der bestehenden kognitiven Elemente führen.

So zum Beispiel kann im Kindergarten eine negative Einstellung gegenüber Ausländern abgebaut werden, wenn es gelingt, den Kindern mit Ausländerkindern schöne Erlebnisse zu vermitteln. Auf diese Weise kann eine Dissonanz erzeugt werden.

Ist ein dissonanter Zustand geschaffen, so ist es wichtig, diesen zu halten.

- Möglichkeiten zur Schaffung einer kognitiven Dissonanz sind eine Informationsdarbietung über das Einstellungsobjekt, seine Bedeutung, seinen Vorteil und dergleichen. Auch Gruppengespräche, Rollenspiele, Filme und Ähnliches eignen sich hierfür. Die Erkenntnisse über Kommunikation zur Einstellungsänderung können als Möglichkeiten zur Erzeugung einer kognitiven Dissonanz eingesetzt werden. Dabei spielt die Schaffung von Eigenaktivität bei demjenigen, dessen Einstellung geändert werden soll, eine wichtige Rolle.
- Da der Einzelne grundsätzlich diejenige Möglichkeit realisiert, die für ihn den geringsten psychischen Aufwand erfordert, ist zu überlegen, welche Maßnahmen geeignet erscheinen, eine Änderung oder Hinzunahme von kognitiven Elementen zu verhindern, die ohne Einstellungsänderung einen konsonanten Zustand hervorrufen würden. Um einer Abwehr vorzubeugen, sind Möglichkeiten festzulegen, die den Einsatz von Mechanismen verhindern, die der Abwehr dienen. Eine solche Abwehr kann zum Beispiel durch Selbstverpflichtung oder Freiwilligkeit verhindert werden. Vor allem sollten Möglichkeiten gemieden werden, die eine Rechtfertigung ermöglichen, etwa eine Belohnung oder Bezahlung.

Gibt zum Beispiel eine Person bei einer geringen Belohnung eine Behauptung ab, die unwahr ist, dann ist diese eher geneigt, ihre Einstellung in Richtung der Behauptung zu ändern; je

mehr die Belohnung zunimmt, desto unwahrscheinlicher ist eine Einstellungsänderung, da kaum eine Dissonanz vorhanden ist.

4. Einstellungsänderung durch Kommunikation

Die auf Überzeugung angelegte soziale Kommunikation gewinnt in jüngerer Zeit große Bedeutung.² An der Yale University haben Forscher Möglichkeiten herausgefunden, wie am besten Überzeugungsarbeit geleistet und eine Einstellung geändert werden kann. In der Psychologie spricht man von Persuasion.

Persuasion bezeichnet die Veränderung von Einstellungen durch den Einsatz überzeugender Botschaften, auch unabhängig von ihrem Inhalt.

Einstellungen können auf der Grundlage der Kommunikation geändert werden, wenn bestimmte Aspekte der Botschaft, des Empfängers und des Kommunikators beachtet werden.

Merkmale der Botschaft

- Eine hohe Qualität der Botschaft: Logische, gut strukturierte und wohl durchdachte Argumente, die verständlich und anschaulich dargeboten sind, sind am besten geeignet, eine Einstellung auf Dauer zu ändern. Eine nicht zu häufige Wiederholung der Botschaft, rhetorische Fragen sowie der Einsatz von geeigneten Medien können unterstützend wirken.

„Kommunikatoren, die daran interessiert sind, langfristig stabile, gegen Gegenargumente gefeite und verhaltenssteuernde Einstellungen zu einem bestimmten Thema zu erzeugen, sollen in die Qualität ihrer Botschaft investieren und gleichzeitig sicherstellen, dass die potentiellen Rezipienten dazu willens und in der Lage sind, die Botschaft intensiv zu verarbeiten.“ (Stahlberg/Frey, 1993, S. 355)

- Richtige Reihenfolge in der Argumentation: Die Wirkung einer Einstellungsänderung ist am größten, wenn die wichtigsten Argumente am Anfang oder noch besser am Ende platziert werden (=Positionseffekt). Weniger bedeutende Mitteilungen werden in der Mitte eines „Überzeugungsversuches“ eingeordnet.
- Zweiseitige Argumentation: Eine Argumentation, die beide Seiten eines Sachverhaltes berücksichtigt, ist wirkungsvoller; das Anführen des „Für und Wider“, der Pro- und Contra-Argumente verringert die Möglichkeit der Abwehr.
- Erzeugung von persönlicher Betroffenheit: Das Auslösen von Betroffenheit fördert eine tiefe Verarbeitung und damit eine beständige und widerstandsfähige Einstellungsänderung.
- Mäßige emotionale Appelle: Emotionale Appelle, wie zum Beispiel das Appellieren an das Ehrgefühl („So ein Mensch wie Sie ...“) und die Hilfsbereitschaft oder das Erzeugen von Furcht und Angst („Siehst du, jetzt hast du ein schlechtes Gewissen!“, „Auch Sie können morgen behindert sein.“), wirken sich positiv auf eine Einstellungsänderung aus. Allerdings dürfen die emotionalen Mitteilungen nicht zu stark sein, da sonst die Gefahr der Abwehr besteht.

So hatte ein deutscher Automobilclub, als die Gurtpflicht eingeführt wurde, mit seinen schockierenden Bildern über die Folgen des Nicht-angegurtet-Seins kaum Erfolg, da die emotionalen Appelle zu stark waren und der Einzelne mit Abwehr reagierte.

Merkmale des Kommunikators

- Glaubwürdigkeit: Eine einstellungsändernde Wirkung ist dann zu erwarten, wenn der Sender glaubwürdig erscheint. Glaubwürdigkeit erreicht man durch Vertrauenswürdigkeit und Sachkompetenz. Das Bemühen berühmter Persönlichkeiten erhöht die Vertrauenswürdigkeit

ebenso wie die Tatsache, dass der Sender einen akademischen Titel trägt oder langjährige Erfahrung nachweisen kann; all dies suggeriert dem Empfänger Glaubwürdigkeit.

Beispiele für Formulierungen, die die Glaubwürdigkeit verstärken:

„Die Wissenschaft hat festgestellt ...“

„Die meisten Ärzte empfehlen ihren Patienten...“

„Aufgrund meiner vielen Erfahrungen ...“

Wird zum Beispiel anlässlich eines Vortrags ein Referent über Kindererziehung als ein äußerst erfahrener und gut informierter Pädagoge vorgestellt, so wird dieser bei den zuhörenden Eltern wahrscheinlich mehr bewirken, als wenn er lediglich als Student der Pädagogik eingeführt werden würde.

Eines der wichtigsten Merkmale stellt der Expertenstatus des Senders dar. Dem Sender muss es gelingen, dass er beim Empfänger als kompetent erscheint. Nicht unbedeutend ist zudem die Anzahl der Kommunikatoren'. Mehrere Sender wirken nach dem Motto „Viele können sich nicht irren.“.

- **Attraktivität:** Ein Kommunikator hat dann mehr Einfluss, wenn man ihn kennt und wenn er sympathisch erscheint. Merkmale wie Alter; Aussehen, Geschlecht und Besitz spielen dabei eine entscheidende Rolle.

Ein ungepflegt aussehender Versicherungsvertreter zum Beispiel wird kaum Policen unter die Leute bringen.

Aufgrund der vorliegenden Erkenntnisse kann man auch annehmen, dass man in dem Maße von einem Kommunikator beeinflusst wird, in welchem man ihn als ähnlich erlebt.

Ein 16-jähriger Jugendlicher zum Beispiel wird in einem Gespräch mit seinem gleichaltrigen Freund mehr ausrichten können als dessen Vater.

- **Art und Weise des Sprechens:** Eine gute, sauber ausgeformte Sprache und sicheres Sprechen ohne Zögern und Floskeln wie „äh“ und dergleichen lassen den Kommunikator kompetenter und überlegen erscheinen. Undeutlich Gesprochenes wirkt arrogant und behindert das Zuhören und die Aufmerksamkeit.

Die Art, wie eine Information ausgesprochen und artikuliert wird, hat einen sehr großen Einfluss auf die Wirkung der Kommunikation. Sie ist bedeutender als der Inhalt einer Botschaft. Dabei spielen Stimmklang, Sprechtempo, Stimmstärke und Stimmlage eine große Rolle.

Wichtiges sollte zum Beispiel langsamer, Unwichtiges schneller gesprochen werden; ein zu langsames Sprechtempo wirkt insgesamt jedoch wenig kompetent. Eine sinnvolle Abwechslung von laut und leise wirkt überzeugend; eine permanent zu leise Stimme lässt den Sender jedoch unsicher erscheinen. Der Ton der Stimme sollte je nach Aussage immer wieder geändert werden - mal höher, mal tiefer. Grundsätzlich jedoch wirkt eine tiefe Stimme souveräner als eine hohe.

Der körpersprachliche Ausdruck ergänzt eine Mitteilung durch Blickkontakt, Mimik, Gestik, körperliche Haltung und Bewegung - effektiv eingesetzt - sehr wirkungsvoll.

- **Erzwungene Einwilligung:** Damit ist eine Situation gemeint, in der eine bestimmte Person dazu gebracht wird, eine Einstellung zu vertreten, die nicht ihrer eigenen entspricht. Die Dissonanz, die dadurch entsteht, eine Einstellung zu vertreten, die gar nicht mit der persönlichen übereinstimmt, bezeichnen wir als forced compliance. Der erlebte Widerspruch zwischen dem Verhalten und der eigenen Meinung führt in der Regel zur Änderung der

ursprünglichen Einstellung. Wird man etwa durch Belohnung zu einer Ausführung des Verhaltens gebracht, so besteht offensichtlich die Tendenz, durch Einstellungsänderung seine Einstellung mit dem Verhalten in Einklang zu bringen (vgl. Bornwasser u. a., 1990, S. 93 f.).

Bevorzugung, Beförderung oder beruflicher Aufstieg zum Beispiel zwingen den Einzelnen dazu, sich so zu verhalten, wie es von ihm erwartet wird. Um zwischen dem Verhalten und der ursprünglichen Einstellung ein Gleichgewicht herzustellen, ist es notwendig, seine gesamte Einstellung zu ändern. Die in einer Firma leitenden Angestellten entsprechen auch deshalb bald in ihren Einstellungen mehr den Vorstellungen der Führung als Angestellte, die sehr niedrig gestellt sind.

Das Forced-Compliance-Experiment von Festinger und Carlsmith:

„Leon Festinger und James M. Carlsmith ließen ihre Teilnehmer eine Stunde lang eine extrem monotone Tätigkeit ausführen: Zunächst mussten sie eine halbe Stunde lang wiederholt ein Brett mit zwölf Spulen bestücken und wieder leeren, dann eine weitere halbe Stunde auf einem Brett kleine Stifte herausnehmen, um 45 Grad drehen und wieder einstecken. Im Anschluss an die Studie wurden die Teilnehmer gebeten, für jemanden einzuspringen, der dem nächsten Teilnehmer zu sagen hätte, es handle sich um eine sehr interessante Aufgabe. Hier war zwar vermeintliche Wahlfreiheit, denn keiner der Teilnehmer war gezwungen, dies zu tun. Aufgrund sozialer Normen fühlten sie sich dennoch verpflichtet, der Aufforderung nachzukommen. Die Autoren variierten, ob die Teilnehmer für ihre Lüge einen oder 20 Dollar Bezahlung erhielten.

Nach ihrer Falschaussage gegenüber dem Nachfolger sollten die Teilnehmer angeben, wie interessant die (tatsächlich langweiligen) Aufgaben seien. Die Ergebnisse zeigten, dass diejenigen Teilnehmer die Aufgabe als interessanter einschätzten, die nur eine geringe Bezahlung (1 Dollar = geringe externe Rechtfertigung) erhalten hatten, als die hoch bezahlten Teilnehmer (20 Dollar = hohe externe Rechtfertigung). In der niedrig belohnten Gruppe entstand offensichtlich zwischen der Einwilligung in die unzutreffende Behauptung und der geringen Belohnung eine höhere Dissonanz als in der hoch bezahlten Gruppe. Dementsprechend wurde die Dissonanz durch eine nachträgliche Aufwertung der Aufgabe („Ach, sie war gar nicht so langweilig“) - d. h. durch eine Einstellungsänderung gegenüber der Aufgabe - reduziert. Personen mit hoher Belohnung hingegen erlebten aufgrund der hohen (äußeren) Rechtfertigung ihres Handelns keine Dissonanz, sodass eine dissonanzbedingte Einstellungsänderung folglich nur nach geringer externer Rechtfertigung (hier: Entlohnung von nur einem Dollar) auftrat.“ (Werth/Mayer 2008, S. 233)

Merkmale des Rezipienten

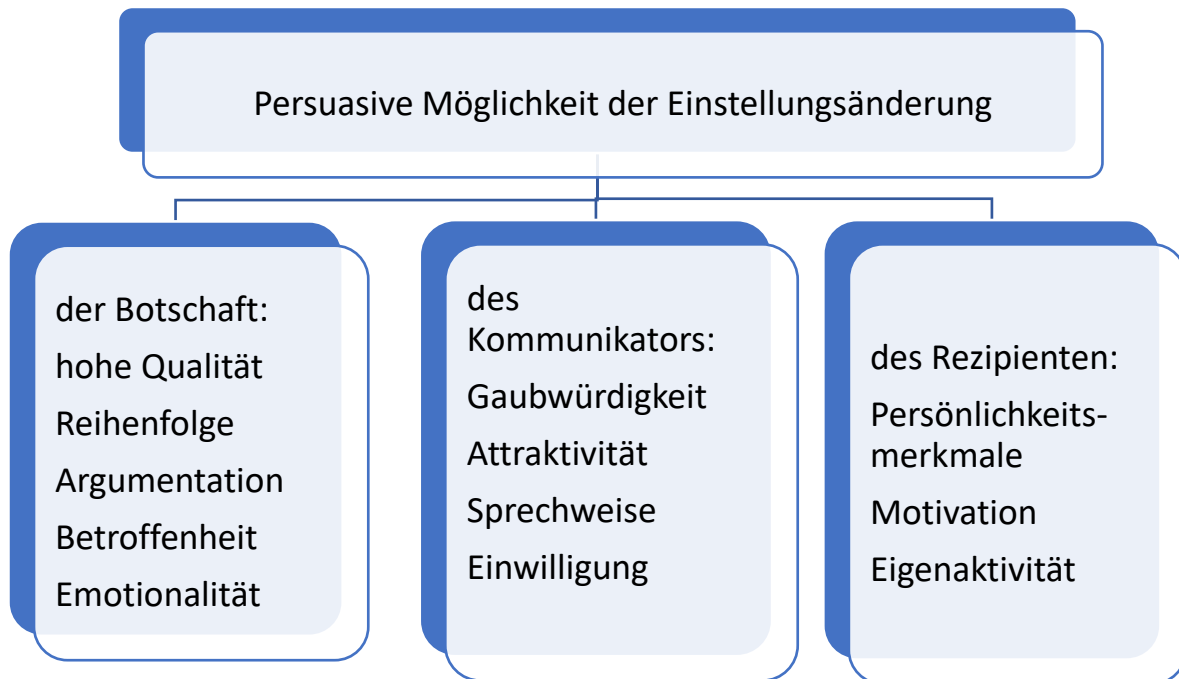
- Persönlichkeitsmerkmale wie Intelligenz, Selbstwertgefühl, persönliche Interessen, Erfahrung, Vor- und Fachwissen oder die Beziehung des Themas zu den eigenen Wertvorstellungen beeinflussen in einem nicht unerheblichen Maße die Möglichkeit einer Einstellungsänderung.

Joseph Forgas von der University of New South Wales in Sydney (Australien) kam in seinen über zehn Jahre andauernden Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass misstrauische Personen weniger anfällig für Manipulationsversuche sind als gut gelaunte, Offenbar begünstigt eine schlechte Gemütsverfassung eine tiefere und damit kritischere Informationsverarbeitung (vgl. Gielas, 2010, S. 15).

- Motivation: Die Motivation ist umso höher, je mehr das Einstellungsthema den Empfänger persönlich betrifft und für ihn von Bedeutung ist. Bei hoher persönlicher Relevanz und Betroffenheit weist das Individuum eine intensivere Verarbeitungstiefe auf als bei einer geringen. Die Qualität der Informationen hat bei hoher persönlicher Betroffenheit eine stärkere Wirkung auf den Empfänger als bei einer geringen persönlichen Betroffenheit.

- **Eigenaktivität:** Je aktiver der Empfänger selbst beim Versuch der Einstellungsänderung sein muss, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit der Einstellungsänderung.

Bei einem Vortrag zum Beispiel, in welchem der Zuhörer nur passiv dasitzt, ist die Wirkung der Information am geringsten.



Aufgaben:

1. Zeigen Sie auf der Grundlage von lerntheoretischen Erkenntnissen Möglichkeiten auf wie Sie eine positive Einstellung gegenüber dem Umweltschutz erreichen können. (Abschnitt 1)
2. Erläutern Sie auf der Grundlage der funktionalen Einstellungstheorie Möglichkeiten zur Änderung eines Vorurteils. Begründen Sie Ihre Ausführungen mithilfe der funktionalen Theorie von Daniel Katz. (Abschnitt 2)
3. Beschreiben Sie auf der Grundlage der Theorie der kognitiven Dissonanz Möglichkeiten zur Änderung einer ablehnenden Einstellung (zum Beispiel gegenüber sozialer Randgruppen, gegenüber selbst verwalteten Jugendzentren). Stellen Sie dabei die wichtigsten Aussagen dieser Theorie dar. (Abschnitt 3)
4. Lesen Sie die Fallbeschreibung „Adi Alki und seine Freunde“ und legen sie dar, wie Sie auf der Grundlage der Kommunikation die Einstellung von Adi Alki ändern könnten. (Abschnitt 4)