

Stereotype und Verhalten: Welche Rolle spielt der Kontext bei der Aktivierung des Altersstereotyps?

Tino Buchardt, Lisa Büttner, Mirjam Hermann, Juliane Reichert, Sarah Siwonia

Einleitung

Dass die Aktivierung von Stereotypen unbewusst das menschliche Verhalten und Erleben beeinflusst, haben zahlreiche Studien in der Vergangenheit gezeigt. Aktuelle Studien (Casper, Rothermund & Wentura, in press) legen nunmehr nahe, dass Stereotype in kontextspezifischen Schemata organisiert sind und erst durch die Kombination von Kategorie- und Kontextinformationen aktiviert werden. So wird z.B. die Assoziation „allein“ erst durch die Kategorieinformation „alt“ (Martha, 78 Jahre) und die Kontextinformation „sitzt auf einer Parkbank“ aktiviert. Ziel dieser Studie ist es, kontextspezifische Stereotypaktivierungseffekte anhand des Altersstereotyps auf das Verhalten näher zu betrachten. Es wurde geprüft, ob sich kontextspezifische Stereotypaktivierung in der Leistung in einem Gedächtnistest niederschlägt.

Methode

Stichprobe

- N = 50 Studierende der Friedrich-Schiller-Universität Jena (41 weiblich, 9 männlich)
- Alter: 19 bis 54 Jahre (M = 23, SD = 6,65)
- Voraussetzung: Deutsch als Muttersprache (um gleiche Bedingungen für das Verständnis und die Bearbeitung der Aufgaben zu schaffen)
- Rekrutierung durch Werbung per Email und mittels Flyern

Durchführung

Design:

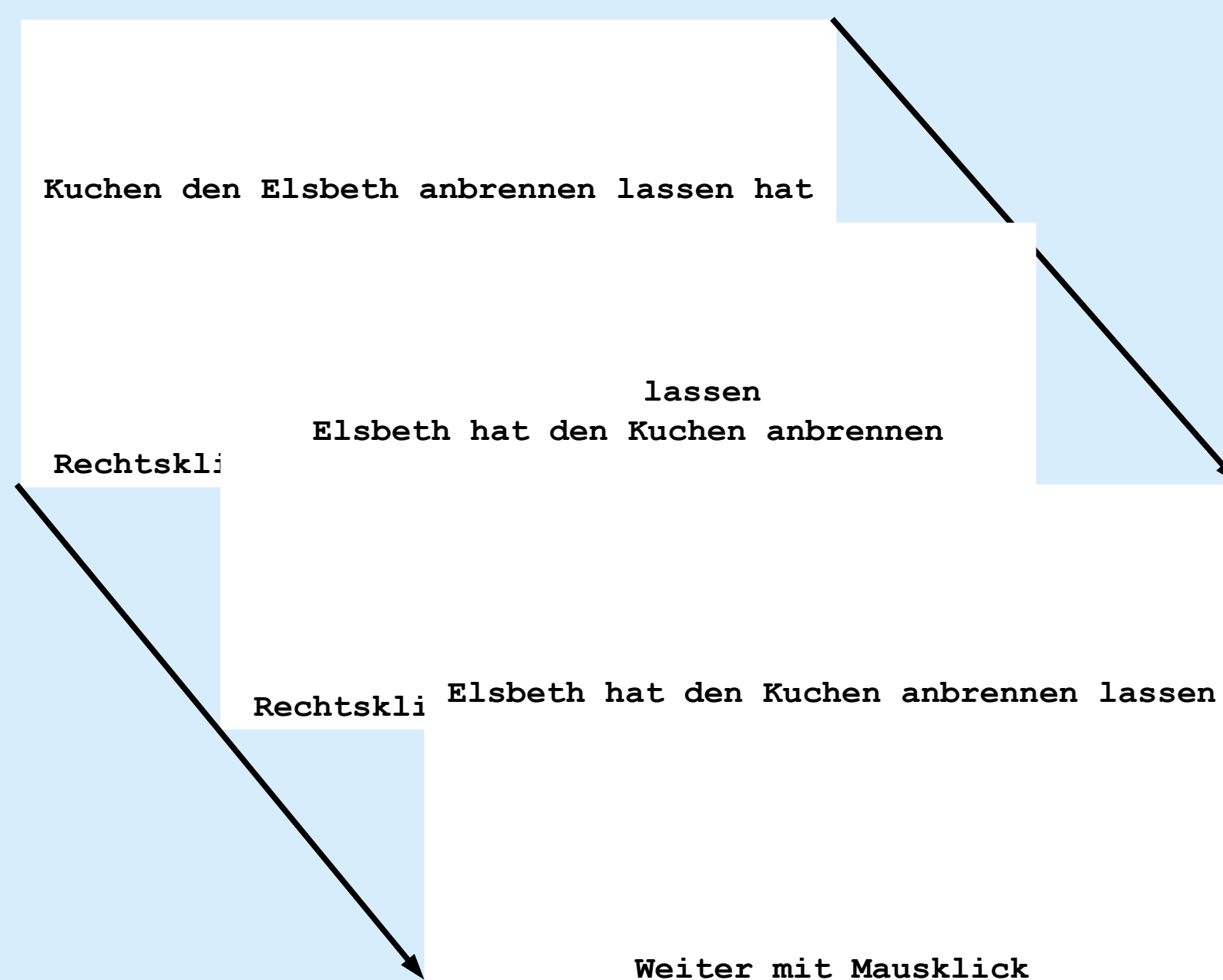
- Zweifaktorielles Inner-Subjekt-Design (Faktor *Kategorie*: "alt", "jung"; Faktor *Kontext*: "neutral", "passend")

Prozedur:

- Einleitung: Cover-Story (Studie zur Sprachverarbeitung)
- Erhebung demographischer Daten (Alter, Geschlecht, Muttersprache)
- 4 mal für alle Faktorkombinationen
 - Priming (Instruktionen, Übungsaufgabe, Durchführung) → Aktivierung des Altersstereotyps
 - Gedächtnistest (Instruktionen, Durchführung)
- Erhebung des impliziten und expliziten Einstellungsmaß

Priming:

- Scrambled-Sentence-Aufgabe (nach Bargh, Gollwitzer, Lee-Chai, Barndollar & Trötschel, 2001): Ungeordnete Satzglieder sollen zu syntaktisch sinnvollen Sätzen geordnet werden (UV).
- Primingeffekt: Name soll die Kategorie „alt“ oder „jung“ aktivieren. Übrige Satzglieder aktivieren einen zu der stereotypen Eigenschaft „geistige Leistungsfähigkeit“ passenden oder neutralen Kontext.
- Beispiel: Die Kategorieinformation „Brunhilde“ und der passende Kontext „hat den Kuchen anbrennen lassen“ aktivieren die Assoziation „vergesslich“ und „zerstreut“ als stereotypkongruente Information für alte Personen.



Kontext	Alt	Kategorie	Jung
Passend	Erwin hat den Kuchen anbrennen lassen.		Lucas löst das Sudoku
Neutral	Erwin lacht über den Zeitungsartikel		Lucas telefoniert mit einer Freundin.

Gedächtnistest:

- Erfassung der Gedächtnisleistung → abhängiges Maß (AV)
 - randomisierte Darbietung von 20 Substantiven (je 2 sec) → es folgt: freier Abruf der erinnerten Worte
 - viermaliges Durchlaufen der Prozedur mit verschiedenen Wortlisten (identisch im Bezug auf Worthäufigkeit und -länge), um alle Kategorie-Kontext Kombinationen abzudecken
- Ausbalancierung der Kategorie-Kontext Reihenfolge als auch der Wortlistenreihenfolge über alle Probanden

Erhebung des impliziten und expliziten Einstellungsmaß

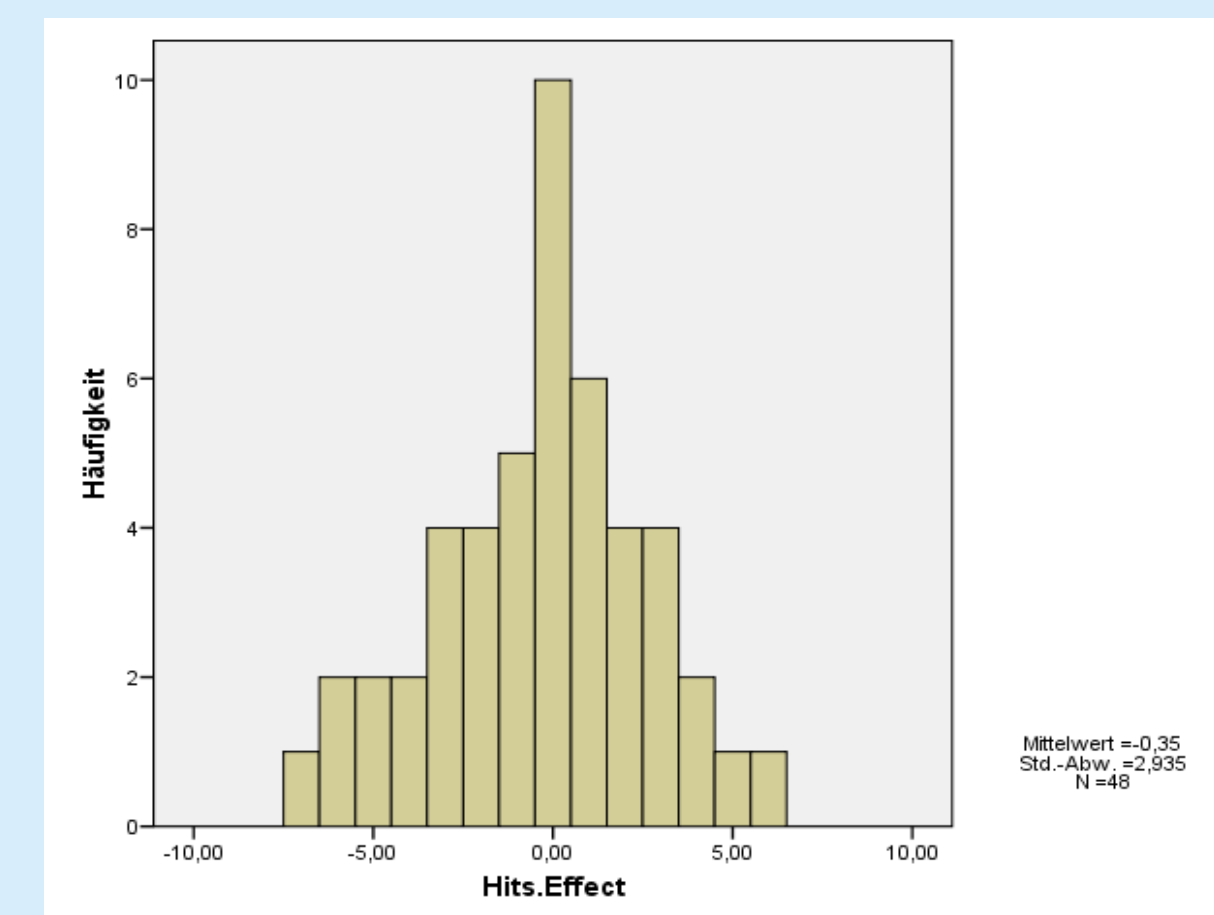
- **Annahme:**
 - Sympathie für alte Menschen führt zu Assimilationseffekten.
 - Antipathie für alte Menschen führt hingegen zu Kontrasteffekten.
- **Implizites Einstellungsmaß (nach Cesario, Plaks & Higgins, 2006)**
 - Bewertung von 32 eindeutig valenten Adjektiven (positiv, negativ) mittels Tastendruck
 - Priming: vor jedem Adjektiv erschien für 26ms der Begriff „alt“ oder „jung“
 - Beispiel: wenn nach Präsentation der Kategorie „alt“ auf positive Adjektive schneller reagiert wird als auf negative, so deutet dies auf eine überwiegend positive Assoziation der Probanden mit dieser Kategorie hin.
 - Darbietung randomisierter Wort-Prime-Kombinationen, um Reihenfolgeeffekte zu vermeiden
- **Explizites Einstellungsmaß:**
 - Erhebung der Häufigkeit und Valenz des Kontaktes - allgemein und spezifisch (familiär, beruflich, alltäglich) - mit alten Menschen mittels eines Fragebogens

ANOVA mit Messwiederholungen

- Erwartung: Für passenden Kontext wurde ein Effekt des Kategorieprimings erwartet → Interaktion
- Jedoch:
 - kein Interaktionseffekt (Kategorie x Kontext: $F(1,47)=0.70, p>.4, \alpha=.05, \eta^2=.015$)
 - keine Haupteffekte (Kategorie: $F(1,47)=1.42, p>.2, \alpha=.05, \eta^2=.029$; Kontext: $F(1,47)=1.12, p=.3, \alpha=.05, \eta^2=.023$)

Streuung der individuellen Effekte

- berechnete Effektvariable (pos. Werte: hypothesenkongruentes Verhalten, neg. Werte: hypotheseninkongruentes Verhalten) zeigt hohe Varianz im Verhalten der Teilnehmer
- Effekte durch Einstellung moderiert?



Implizites und explizites Einstellungsmaß

- Berechnung zweier multipler Regressionen der Effektvariablen sowohl auf das implizite als auch auf das explizite Einstellungsmaß: Überprüfung, ob individueller Verhaltenseffekt mit den Einstellungen zu den Kategorien zusammenhängt
- Jedoch: keine signifikanten Zusammenhänge bei der Überprüfung der impliziten und expliziten Einstellungsmaße

Entgegen der Hypothese zeigten sich keine kontextspezifischen Effekte der Stereotypaktivierung auf das Verhalten. Außerdem konnte keine Moderation durch implizite und explizite Einstellung gegenüber jungen und alten Menschen festgestellt werden.

Trotz der in einem Prätest erfolgten Evaluation der Primingsätze könnte es sein, dass diese nicht zur erwünschten Aktivierung der mit dem Altersstereotyp assoziierten Merkmale führten. Eventuell aktivierten die Namen die Kategorie nicht ausreichend. Außerdem könnten sich die stereotypen Assoziationen der einzelnen Probanden unterscheiden. Daher sollte man zukünftige Studien mit alternativen Primes (z.B. mit Bildern) durchführen und die mit dem Altersstereotyp assoziierten Merkmale der einzelnen Probanden individuell erfassen (siehe z.B. Casper et al., in press).

- Bargh, J. A., Chen, M. & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71 (2), 230 - 244.
 - Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A., Barndollar, K. & Trötschel, R. (2001). The automated will: Nonconscious activation and pursuit of behavioral goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81 (6), 1014 - 1027.
 - Casper, C., Rothermund, K. & Wentura, D. (in press). Automatic stereotype activation is context dependent. *Social Psychology (Special Issue: Malleability of Intergroup Stereotypes and Attitudes: Context, Time, and Culture)*.
 - Cesario, J., Plaks, J. E. & Higgins, E. T. (2006). Automatic social behavior as motivated preparation to interact. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90 (6), 893 - 910.

Ergebnisse

Diskussion

Literatur