

Soziale Kognitionen

Prof. Dr. Wolfgang Schlicht
SoSe 2003

- **Social cognition**

- Alle psychischen Aktivitäten, die darauf gerichtet sind, Informationen auszuwählen, zu transformieren und zu organisieren, um Wissen über die soziale Umgebung zu erlangen.
- Die Informationsverarbeitung ist sozialen Ursprungs, richtet sich auf soziale Objekte und ist sozial geteilt (repräsentiert)

- **Inhalte**

- Personenwahrnehmung

- Identität
 - Andere Personen

- Interpersonale Beziehungen

- Gruppendynamik
 - Verzerrungen in der Wahrnehmung

- Stereotypisierung

- Implizite Persönlichkeitstheorie
 - Illusorische Korrelationen
 - In-group und out-group stereotypes

- **Menschenbilder** (Leyens & Codol, 1992)

- Die rationalisierende Person
- Der/die naive Psychologe/in
- Der/die Datenverarbeiter/in
- Der kognitive Geizkragen
- Das kognitiv-affektive Wesen

- Die rationalisierende Person
 - Inkonsistenz schafft unangenehme psychische Spannung
 - Das ruft das Bestreben hervor, die Inkonsistenz (kognitive Dissonanz) zu vermeiden/ abzubauen
 - Entweder: Verhalten ändern
 - Oder: dissonantes Verhalten rationalisieren

- Naiver Psychologe/in
 - Asch-Experiment („zentrale Eigenschaften“, Reihenfolge-Effekte)
 - Implizite Persönlichkeits-Theorie vorhanden, wie die Dinge zusammenpassen müssten
- Datenverarbeiter/in
 - Urteile werden gefällt auf der Grundlage linearer Kombinationen der gewichteten Bewertungen von Einschätzungen
 - Unterschiedliche Verknüpfungsregeln wie Addition, Mittelwert, etc. führen zu unterschiedlichen Urteilen
 - Scripts leiten unser Handeln

- Datenverarbeiter/in

Eigenschaften (E) Anzahl (n)	Ohne Gewichtung	Gewichtung	
		Stürmer	Defensives Mittelfeld
<u>Wolfgang</u>			
schnell	3	3 x 10	3 x 8
dribbelstark	4	4 x 10	4 x 5
„weich“	2	2 x 2	2 x 10
Summe (E)	9	74	64
Mittelwert (E/n)	3	~ 25	~ 21
<u>Dieter</u>			
schnell	3	3 x 10	3 x 8
beinhart	3	3 x 8	3 x 10
dribbelschwach	1	1 x 10	4 x 1
Summe (E)	7	64	54
Mittelwert (E/n)	3,5	~ 21	27

- **Kognitiver Geizkragen**

- **Heuristische Informationsverarbeitung:**

- Priming (was leicht verfügbar ist, drängt sich vor)
 - Illusorische Korrelation (Ausländer sind kriminell)
 - Repräsentativität (Ähnlichkeit mit Prototyp)
 - Ankerbildung (Festhalten an einmal gefasster Meinung)
 - Akzentuierung (Ähnlichkeit wird gesucht)

- **Kognitiv-affektives Wesen**

- Emotionen determinieren Gedanken und Verhalten

• **Personenwahrnehmung**

– Prinzipien:

- 1. Erste Interaktion liefert ein intuitives Gefühl
- 2. dabei weckt Ungewöhnliches unsere Aufmerksamkeit
- 3. und wir schließen aus Verhaltensweisen auf Eigenschaften

– Vorsichtige Behauptung:

- PW verrät mehr über die wahrnehmende Person als über die wahrgenommene

- **PW als Beobachtung**

- Sechs erkennbare Gefühle aufgrund des Gesichtsausdruck (Izard; Ekman):
 - Wut, Trauer, Glück, Furcht, Ekel, Verachtung, Interesse und Scham
- Gravierende Beobachtungsfehler
 - Halo- oder Hofeffekt (eine Eigenschaft, alle Eigenschaften)
 - Logischer Irrtum (illusorische Korrelation: Wenn x, dann y)
 - Mildeeffekt (Tendenz positives hoch und negatives niedrig zu bewerten)
 - Projektive Ähnlichkeit (so wie ich – so auch die anderen)
 - **Stereotypisierung**

- *Stereotypisierung*

- out-Group (Gruppenzugehörigkeit beeinflusst das Urteil: „Boxer sind dumm“; *Pygmalion*)
- in-Group (aus dem Verhalten geschlossen und vor allem dann ausgelöst, wenn soziale Identität salient ist)
 - Spezialfall: homegrown-Stereotyp (strategische Selbstpräsentation, um die vermeintlichen Normen, Erwartungen der Eigengruppe zu erfüllen: „Patriotismus“, Loyalität, wichtiger Standard für die Selbstbewertung)

PW als Eindrucksbildung

Episode	Verhalten in der Episode	Repräsentierte Eigenschaft	Veränderungen, wenn die erste Eigenschaft	
			Unsympathisch	sympathisch

1a	schiebt Ball ins Aus	fair		
1b	nutzt Schwäche aus	unfair		
2	rechtfertigt Verhalten	selbstsicher	stur	charakterstark
3	beklagt sich über Kritik	empfindlich	arrogant	beharrlich
4	lenkt ein	einsichtig	berechnend	kritikfähig