

Evaluative Konditionierung

Seminar “Einstellungen” | Dipl.-Psych. Johannes Ullrich | SS 2007 |
10.05.2007

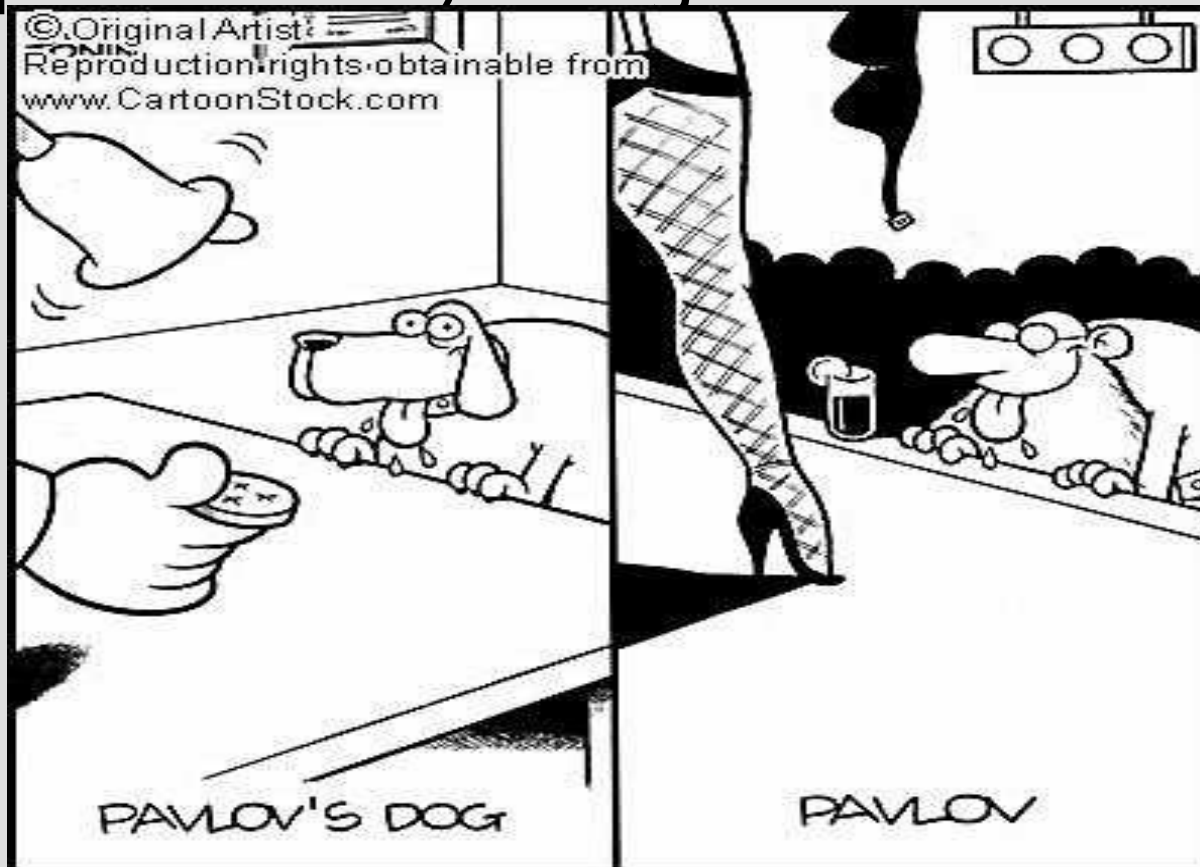
Referat: Felix Müller, Sabine Stock

Evaluative Konditionierung

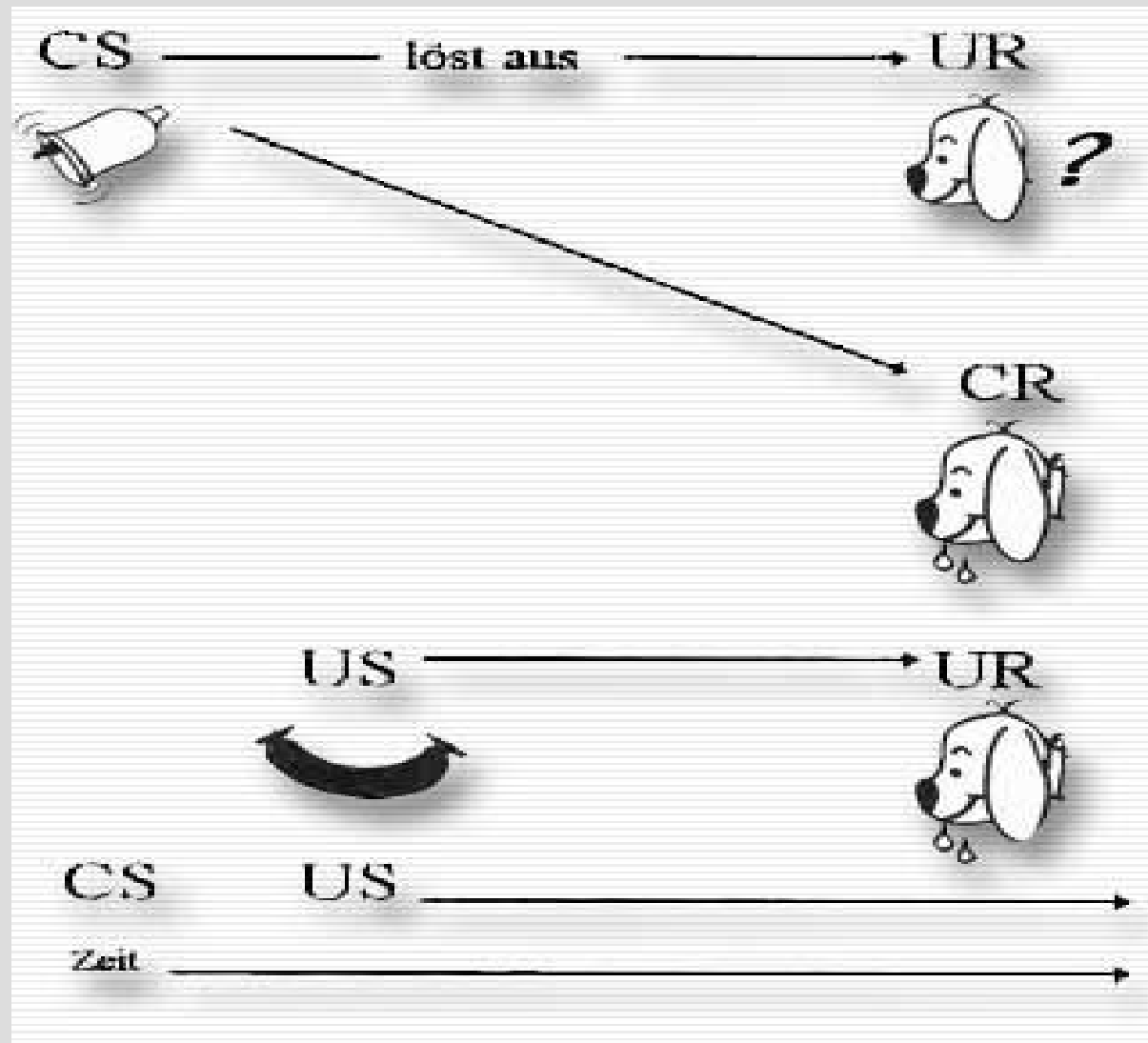
Woher kommt das ‚Mögen‘ oder ‚Nichtmögen‘ von Objekten, Individuen und Ereignissen ursprünglich? Wie werden Einstellungen gebildet bzw. erworben?

Klassische Konditionierung

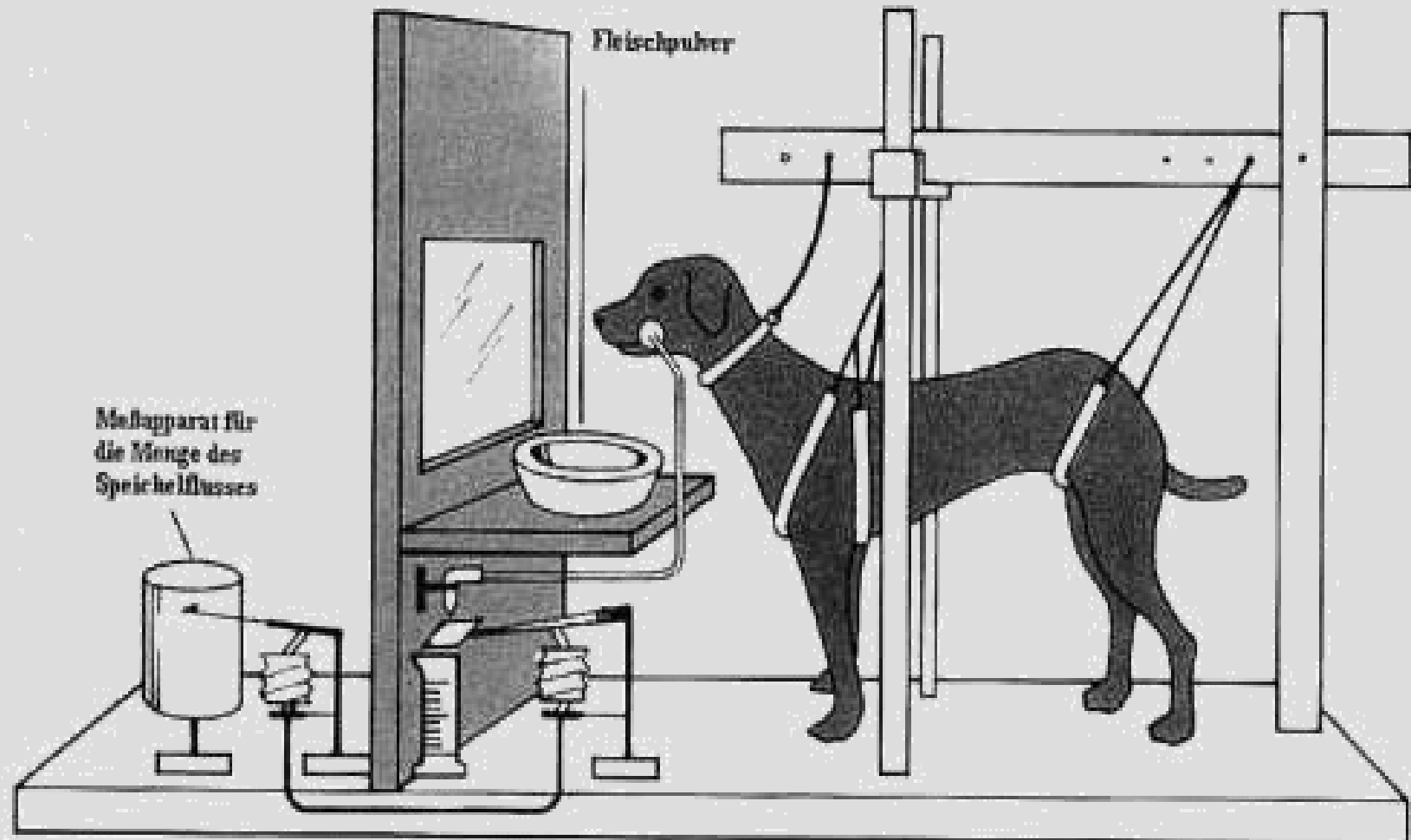
- Erfunden von Iwan Pawlow
- * 26. 09 1849 in Rjasan; † 27. 02 1936
- Nobelpreis für Physiologie oder Medizin 1904



Klassische Konditionierung

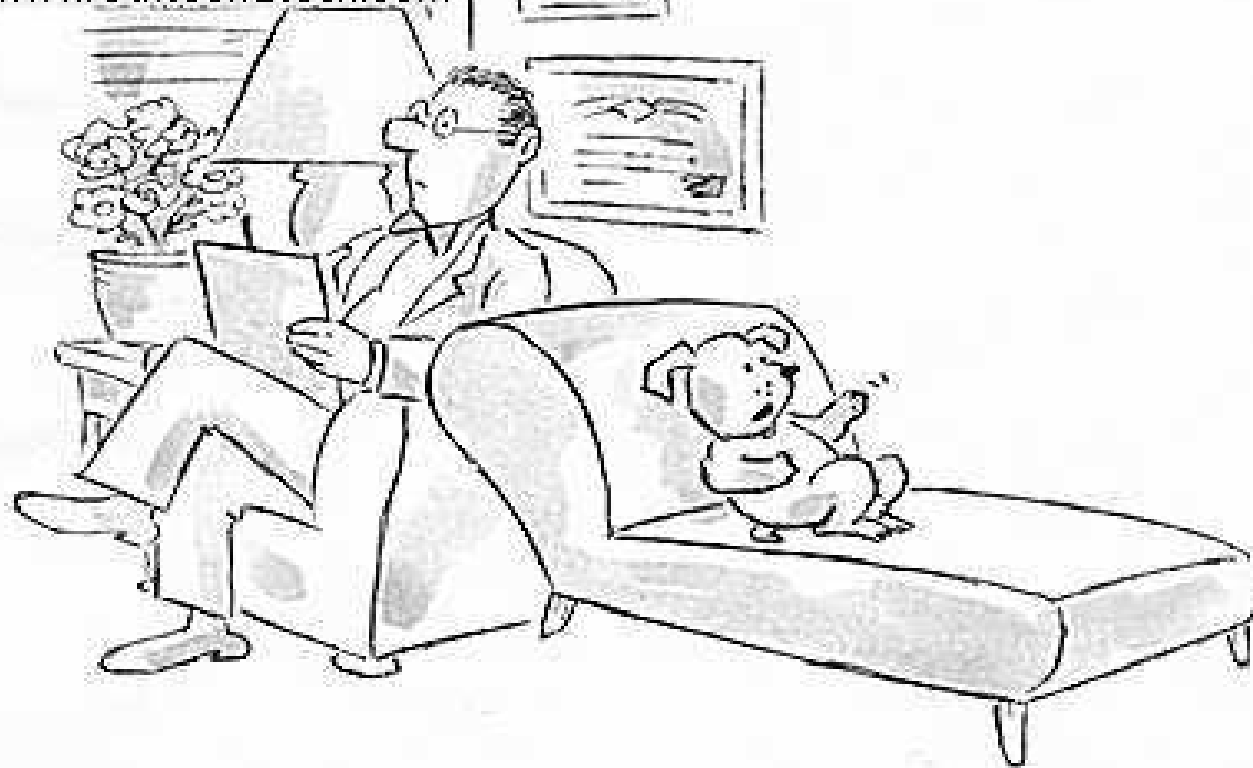


Klassische Konditionierung



Klassische Konditionierung

© Original Artist
Reproduction rights obtainable from
www.CartoonStock.com



"AND THEN INSTEAD OF FEEDING ME
HE WOULD RING A LITTLE BELL!"

Einstellungsbildungsprozesse:

- Beziehen sich auf die affektive oder kognitive Bedeutung welche Einstellungsobjekte im Kontext von angenehmen und unangenehmen Erfahrungen erwerben.

Evaluative Konditionierung EC:

- Kann als das Erlernen vom ‚Mögen‘ bzw. ‚Nichtmögen‘, also als Erwerb von Präferenzen beschrieben werden.
- Bezieht sich auf einen Affekttransfer von einem US zu einem CS als Resultat eines Lernprozesses-> picture- picture- paradigm
- Erklärt wird die Konditionierung durch die Ausbildung einer Assoziation zwischen den kognitiven Repräsentationen des CS und des US.

Funktionelle Charakteristika von konditionierten Einstellungen:

1. Contingency Awareness/ Bewusstheit des Zusammenhangs

- Ist ein Teilnehmer in der Lage die dem Experiment zu Grunde liegende Hypothese wiederzugeben?
- Ist der Teilnehmer sich der entscheidenden Verbindung von CS und US bewusst?
- Die Ausbildung von Einstellungen kann ohne bewusste Kontrolle erfolgen.

2. Statistical Contingency/ Statistischer Zusammenhang:

- EC ist nicht abhängig vom statistischen Zusammenhang.
- Für EC hat der raumzeitliche Zusammenhang von CS und US mehr Bedeutung.
- Vorteil: Das Modell des evaluativen Lernens kann auf viel mehr Situationen angewendet werden.

3. Extinction/ Extinktion (Löschung):

- Nach erfolgreichem evaluativen Lernen, ändern unverstärkte (also einzelne) CS Präsentationen nicht den Wert des Stimulus.
- EC ist gegenüber Extinktion resistent.

4. Sensory Preconditioning/ Sensorische Vorkonditionierung:

- bedeutet, dass der affektive Wert des CS auf Objekte oder Ereignisse transferiert oder ausgeweitet wird, welche bereits mit dem Stimulus vor- assoziiert sind.
- In vielen sozialen Situationen, werden Einstellungen gebildet, ohne dass ein direktes Erleben eines bewerteten Ereignisses vorliegt.

5. Counterconditioning/ Gegenkonditionierung:

- Affektive Einstellungen sind nicht unauslöschlich, sie können durch post-experimentelle Paarungen mit einem US der gegenteiligen Valenz abgeändert werden.

6. Unconditioned Stimulus Revaluation/ US Umwertung:

- Hierbei wird zunächst ein CS- US- Paar präsentiert, daraufhin wird der US in Abwesenheit des CS umgewertet. Dann wird der Wert des CS alleine bestimmt.
- Die US Umwertung hat einen Effekt auf den angeeigneten Wert des CS.

PC vs. EC

- Extinktion
- Statistischer Zusammenhang
- Bewusstheit des Zusammenhangs
- Gegenkonditionierung möglich
- US Umwertung möglich
- Sensorische Vorkonditionierung möglich

- resistent gegenüber Extinktion
- Statistischer Zusammenhang nicht wichtig
- Bewusstheit des Zusammenhangs ist nicht erforderlich
- Gegenkonditionierung möglich
- US Umwertung möglich
- Sensorische Vorkonditionierung möglich

Selbstwertgefühl

- Dijksterhuis
 - ist die Einstellung zu sich selbst
 - Grundlage für mentale Gesundheit
 - IdR ist ein positives Selbstbild natürlich vorhanden
 - --> Eigene Dinge / Sachen werden präferiert, z.B. Buchstaben des Eigennamens
 - Signal sozialer Akzeptanz und Beliebtheit
 - Terror Management
 - hilft mit Extremsituationen fertig zu werden

Selbstwertgefühl

- explizites Selbstwertgefühl :
Bewusstseinsprozess basiert (gute Schulnote)
- implizites Selbstwertgefühl : unbewusste Selbstanalyse
 - besitzt „Pufferfunktion“ für gefährliche Situationen z.B. sehr persönliches Interview
 - ist weder identifiziert noch definiert, schwer erfassbar

Selbstwertgefühl – Resultat

- EC fördert Selbstwertgefühl
- Auch wenn CS und US unterbewusst präsentiert werden erhöht EC das Selbstwertgefühl
- EC hat positiven Effekt auf impliziertes Selbstwertgefühl;
Achtung: Alle Probanden waren von dem explizitem Konditionieren betroffen!
- Probanden geben schlechte Laune bei schlechten Ergebnissen und gute Laune bei guten Ergebnissen an. Dies trifft jedoch nicht zu, wenn sie vorher eine positive EC erfahren haben.

Manifestation

- Kill the messenger effect
 - Nachrichtenüberbringer (CS) wird mit schlechten Nachrichten (US) in Verbindung gebracht
- Stigmatisation
 - z.B. wenn man in Begleitung Übergewichtiger ist
- Affective perseverance
 - Chinesische Buchstaben behalten einen negativen „touch“ wenn man es so gelernt hat

Manifestation

- mere ownership effect
- name letter effect
- ingroup favouritism
 - „Us“ wird evtl. gleich bewertet wie „I“

Manifestation – Balance Theory

- begründet von Fritz Heider --> Anstreben psychologischer Balance
- **P**erson, **A**ndere Person, **P**rodukt
- $P (+) > A$, $P < (+) A$ --> Balance
- $P (+) > r$, $P > (-) A$, $A (+) > r$ --> Inbalance

Manifestation – Balance Theory

- Unit formation
 - Eine Person wird anhand ihrer Gruppenzugehörigkeit eingeschätzt
- sentiment relation
 - Meinungen zu Personen werden nach den Beziehungen die die Freunde zu der Person haben ausgebildet (leicht wenn btr. Person Freund, sonst schwer)
- balanced sentiment triad
 - wird durch sentiment relation ausgebildet --> man mag Freunde der Freunde

Anwendungsbereiche

- Klinische Psychologie
 - Negative Selbstevaluation --> Depression „Vicious circle“
 - Phobien
 - es kann passieren, dass die Phobie nicht durch das Ereignis ausgelöst worden ist was man damit in Verbindung bringt; viel mehr liegt es nahe, dass man sich der Zusammenhänge zwischen unterbewussten Reiz und Phobie gar nicht bewusst ist, da eine direkte US – CS Verbindung nicht notwendig ist. --> Counterconditioning
 - Aversionen

Anwendungsbereiche

- Werbung
 - wenig empirische Befunde oder Untersuchungen dazu, obwohl EC generell akzeptiert ist
 - EC besonders nutzvoll, da Werbung oft nur nebenher wahrgenommen wird --> großer EC Effekt
 - „Mood-congruency“ (Bower, 1981) wird genutzt um Produkte in einem fröhlichen Setting darzustellen, jedoch sind EC Effekte am höchsten, wenn man schlecht gelaunt ist (Schwarz, 1990). Dies ist aber nicht ausreichend untersucht worden.
 - „brand-extension“: Nicht nur die Werbung und die damit verbundene Marke muss ein gewisses „Bild“ abgeben, sondern die Stimmung muss auch auf die Produkte an sich verlängert werden.

Fazit:

- Affektive Einstellungen können durch simple Lernmechanismen ausgebildet werden.
- Diese affektive Einstellungs- Ausbildung ist scheinbar unabhängig von der Erfahrung eines bewerteten Ereignisses und kann über Assoziationsketten erfolgen.