

Effekte geteilter und ungeteilter Vorteile auf Gruppendynamiken

Leitung: Pascal Gelfort, M.Sc.

Kerstin Hupach, Lotta Ullrich, Neele Rosenthal & Leon Göldner

Einleitung und Hypothesen

Im Zuge des diesjährigen Superwahljahres in Thüringen, untersuchen wir in dieser Studie, wie geteilte und nicht geteilte Vorurteile die Beziehung von Individuen zu einer Eigengruppe beeinflussen. Basierend auf Heiders Balancetheorie (1958), Turners Selbstkategorisierungstheorie (1987) und den Befunden von Peters und Kashima (2007) nehmen wir an, dass Individuen ihre Beziehungen zu anderen Personen und Gruppen auf der Grundlage gemeinsamer Vorurteile anpassen.

Spezifisch vermuten wir

- Kongruente Vorurteile führen zu einer höheren Sympathie und Identifikation mit der eigenen Partei, sowie eine höhere Einsatzbereitschaft für diese.
- Die Art des Erzählers (individuelles Gruppenmitglied vs. Gruppe als Ganzes) moderiert diesen Effekt, wobei kollektive Narrative stärker wirken als individuell getroffene Aussagen.



Beispielhafte Wahlplakate:
Links: AfD inkongruent, individuelles Gruppenmitglied
Rechts: CDU kongruent, Gruppe als Ganzes

Diskussion

- Unsere Ergebnisse legen nahe, dass Vorurteile, die durch die Gruppe als Ganzes vermittelt werden, das Verhältnis zu dieser Gruppe stärker beeinflussen als solche, die durch ein individuelles Gruppenmitglied geäußert werden. Dies unterstreicht die Bedeutung kollektiver Repräsentation in der politischen Kommunikation. In kongruenten Vorurteilsbedingungen hingegen zeigt die Art des Erzählers keinen signifikanten Einfluss auf Sympathie oder Wahlbereitschaft.
- Unsere Erkenntnisse unterstützen die Annahme, dass kollektive Narrative in der politischen Kommunikation eine herausragende Rolle spielen und die Gruppenzugehörigkeit stärker beeinflussen als individuelle Aussagen.
- Die Konsequenz, dass (politische) Skandale auf Einzelpersonen abgewälzt werden können um so die Integrität der Gruppe zu bewahren, ergibt ein interessanten Aufschluss für Beobachter*Innen politisch-psychologischer Prozesse. Diese Dynamik könnte eine Rolle im kürzlichen Skandal um den Spitzenkandidat Maximilian Krah und den dennoch guten Wahlergebnissen der AfD in der Europawahl gespielt haben.
- Diese Ergebnisse betonen die Notwendigkeit, die kollektive Dynamik von Vorurteilen und Erzählungen in der politischen Kommunikation stärker zu berücksichtigen. Sie verdeutlichen die Rolle von Vorurteilen für den Zusammenhalt von Gruppen im Allgemeinen und für Mobilisierung von Wähler*Innen im Speziellen.

Methoden

- Die Studie verwendet ein 2x2 Between-Subjects-Design mit den unabhängigen Variablen Vorurteilkongruenz (geteilte vs. nicht geteilte Vorurteile) und Narrationsweise (individuelles Gruppenmitglied vs. Gruppe als Ganzes).
- Es wurden manipulierte Wahlplakate verschiedener Parteien den Versuchspersonen (n=207) präsentiert. Jedes Wahlplakat zeigt dabei eine von zwei möglichen Aussagen, welche inhaltlich den Positionen der Parteien entspricht (kongruent) oder nicht (inkongruent).
- Der Faktor der Erzählart wurde manipuliert, indem die Aussage zusammen mit einem/einer KI-generierten Politiker*In auf dem Wahlplakat (individuelles Gruppenmitglied) oder alleinstehend und mit Logo der Partei versehen gezeigt wird (Gruppe als Ganzes).
- Gemessen wurde die Sympathie, Identifikation und Einsatzbereitschaft (in Form einer zukünftigen Spenden- Wahl- und Beteiligungsbereitschaft) für die Partei

Ergebnisse

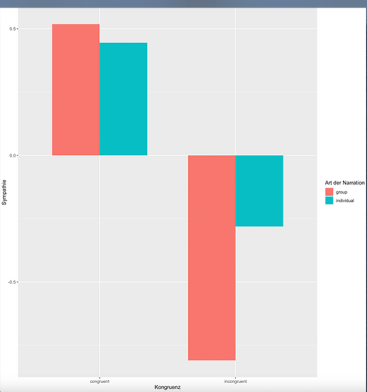
Unsere Hypothese, dass inkongruente Vorurteile bei einem gruppenbasierten Erzähler (Individuum vs. Logo) zu geringerer Sympathie, Identifikation und Einsatzbereitschaft (im Rahmen einer zukünftigen Wahl-, Beteiligungs- und Spendenbereitschaft) führen, wurde bestätigt:

- Wir konnten einen statistisch signifikanten Haupteffekt der Vorurteilkongruenz auf eingeschätzte Sympathie der Partei ($p = .0232$) und eine signifikante Interaktion zwischen Art des Erzählers und der Kongruenz ($p = 0.02$) beobachten.
- Nach post-hoc t-Test zeigt sich, dass die Art des Erzählers nur in der inkongruenten Bedingung einen Einfluss auf die Sympathie hat ($p = .013$, $d = 0.534$). Das gleiche Muster findet sich auch bei Identifikation ($p = .035$, $d = 0.449$) und bei zukünftiger Wahlbereitschaft ($p = .002$, $d = 0.678$).
- Wir konnten keinen signifikanten Haupteffekt der Einsatzbereitschaft auf die Kongruenz finden

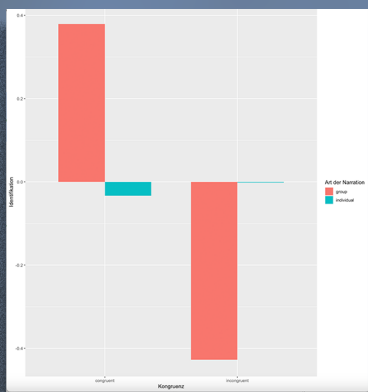
Abbildungen:

- 1: Effekt von Kongruenten oder Inkongruenten Aussagen auf die Sympathie in Abhängigkeit der Narration
- 2: Effekt von Kongruenten oder Inkongruenten Aussagen auf die Identifikation mit der Partei in Abhängigkeit der Narration
- 3: Effekt von Kongruenten oder Inkongruenten Aussagen auf die zukünftige Wahlbereitschaft in Abhängigkeit der Narration

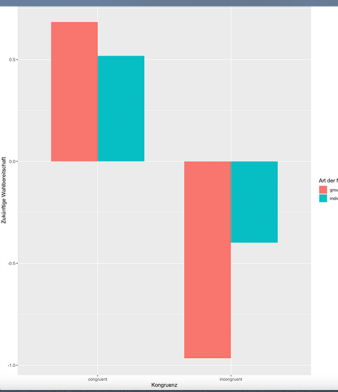
1: Sympathie



2: Identifikation



3: Wahlbereitschaft



Quellen

Heider, F. (1958). The psychology of interpersonal relations. John Wiley & Sons Inc. <https://doi.org/10.1037/10628-000>
Hewstone, M., Rubin, M., & Willis, H. (2002, Februar). Intergroup Bias | Annual Reviews.
Bundeswahlleiterin (2024). Europa Wahlergebnisse Thüringen <https://bundeswahlleiterin.de/europawahlen/2024/ergebnisse/bund-99/land-16.html>

