

Der Yale-Ansatz zur Einstellungsänderung

5	<p>Um die Einstellungen von vielen Menschen gleichzeitig zu verändern, kann eine Form der persuasiven Kommunikation hilfreich sein. Persuasive Kommunikation bezeichnet eine Kommunikation, die eine bestimmte Sichtweise vertritt, befürwortet und den Zuhörer davon überzeugen will. Um die Einstellung einer Person verändern zu können, muss diese Botschaft aber eine besondere Konstruktion besitzen. Dabei spielt es eine große Rolle, was wer zu wem sagt.</p>
10	<p>Forscher an der Universität von Yale haben hierzu einen Ansatz erarbeitet, der als Yale-Ansatz zur Einstellungsänderung bezeichnet wird. Sie haben untersucht, unter welchen Umständen es am wahrscheinlichsten ist, dass Menschen ihre Einstellung als Reaktion auf persuasive (überzeugende) Botschaften verändern. Dabei untersuchten sie die Kommunikationsquelle (wer?), den Inhalt der Botschaft (was?) und die Zuhörer (zu wem?).</p>
15	<p>Wer: Die Quelle der Kommunikation Glaubwürdige Sprecher, die zum Beispiel als Experten auf ihrem Fachgebiet vorgestellt werden, wirken auf Menschen überzeugender als Sprecher, die wenig Fachkundig sind. Auch die Attraktivität des Sprechers oder der Sprecherin spielt eine große Rolle. Attraktive Sprecher wirken überzeugender als weniger attraktive.</p>
20	<p>Was: Die Botschaft, welche kommuniziert wird Der Mensch lässt sich leichter von Botschaften überzeugen, die so wirken, als wären sie gar nicht dazu gedacht, die Zuhörer zu beeinflussen. Die Forscher konnten auch feststellen, dass Botschaften erfolgreicher sind, die sowohl Argumente der Pro- als auch Argumente der Gegenseite vorstellen und diese anschließend widerlegen.</p>
25	<p>An wen: Die Art der Zuhörerschaft Zuhörer, die während der persuasiven Kommunikation abgelenkt sind, werden eher überzeugt, als Zuhörer, die sehr aufmerksam sind. Auch die Intelligenz spielt hierbei eine Rolle. Menschen mit geringerer Intelligenz scheinen beeinflussbarer zu sein, als es Menschen sind, die eine höhere Intelligenz besitzen. Zudem konnten die Forscher feststellen, dass Personen in einem Alter, in dem sie sich leicht beeindruckt lassen</p>
30	<p>(zwischen 18 und 25 Jahren) eher beeinflussen lassen als ältere oder jüngere Menschen. In höherem Alter stabilisieren sich die Einstellungen und werden zunehmend resistent (unempfindlich) gegenüber Einstellungsänderungen.</p>
Zusammengestellt aus: Aronson, E. (2004). Sozialpsychologie. Pearson-Verlag	

Beantworte die folgenden Fragen:

Warum lassen wir uns von manchen Personen eher überzeugen als von anderen?

Warum sind ältere Menschen so schwer zu überzeugen?