

Erster Eindruck-Effekt

Persönlichkeit- und Menschenkenntnis

Josef Freundorfer – josef@freundorfer.info

WS 08/09

EINFÜHRUNG

Der erste Eindruck wird ist ein Teil der Personenwahrnehmung aus der Sozialpsychologie. Dazu ein kleines Schaubild, wie „falsch“ wir Aufgrund unserer Erfahrung Dinge wahrnehmen.ⁱ

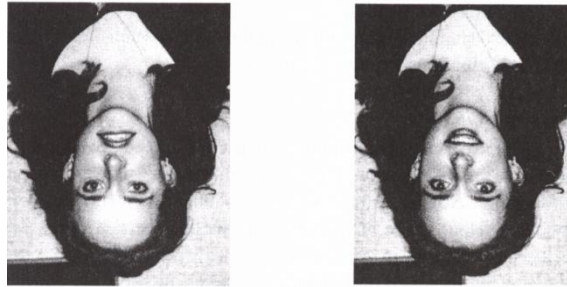


ABB. 1 ENTNOMMEN AUS: FISCHER & WISWEDE - GRUNDLAGEN DER SOZIALPSYCHOLOGIE S. 171

DEFINITIONEN

Der erste Eindruck-Effekt wird zusammen mit dem späterer Eindruck-Effekt zum Oberbegriff Reihenfolge-Effekt zusammengefasst. Der Erste Eindruck ist von beiden allerdings der wichtigste bzw. Stärksteⁱⁱ

Erster Eindruck-Effekt (primacy effect): Tendenz, dass zu einem früheren Zeitpunkt erhaltene Information einen stärkeren Einfluss auf Beurteilungs- und Gedächtnisleistungen hinsichtlich Personen, Objekten oder Sachverhalten hat als zu einem späteren Zeitpunkt erhaltene.ⁱⁱⁱ

Letzter Eindruck-Effekt (recency effect): Tendenz, dass zu einem späteren Zeitpunkt erhaltene Information einen stärkeren Einfluss auf Beurteilungs- und Gedächtnisleistungen hinsichtlich Personen, Objekten oder Sachverhalten hat als zu einem früheren Zeitpunkt erhaltene.^{iv}

STUDIEN

RECENCY-EFFEKT^v

Es wurden in zahlreichen Studien, insbesondere von Norman Anderson sowie Edward Jones & Steven Berglas, zusammenfassend folgende Punkte zusammengetragen.

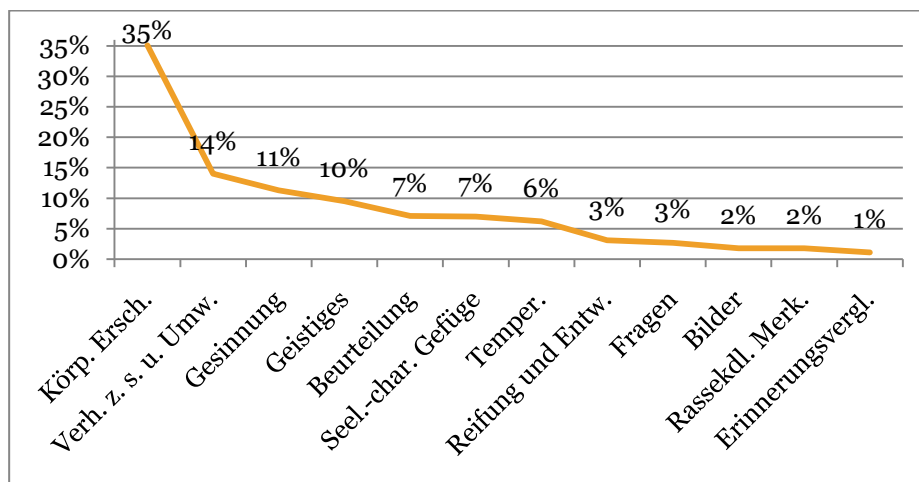
Der letzte Eindruck dominiert nur dann, wenn:

- die ersten Eindrücke vor längerer Zeit auftraten
- der letzte Eindruck deutlich negativer war
- es sich um einen Lernprozess handelt

PRIMACY-EFFEKT

Die Forschungen zum Primacy-Effekt gehen bis in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts zurück. Dabei gab es einige interessante Ergebnisse:

LUDWIG ECKSTEIN^{vi}:



ABRAHAM S. LUCHINS^{vii}

In einer Studie mit 4 Versuchsgruppen (davon 2 als Kontrollgruppen), wurde den VG (Versuchsgruppen) eine längere Situation in einem Laden geschildert, die einmal eine extravertierte und einmal eine introvertierte Person darstellte. Dabei wurde in den VG die Reihenfolge der Situationen umgekehrt. In den Kontrollgruppen wurde nur eine der Situationen geschildert. Als Ergebnis konnte festgehalten werden, dass der gewonnene Eindruck in den Versuchsgruppen von der Reihenfolge der Situation abhängt. Die zuerst geschilderte Situation überwiegt.

BORKENAU & LIEBLER^{viii}

Es wurden 100 Personen (ZP) dabei gefilmt, wie sie einen Raum durchschreiten, sich auf einen Stuhl setzten und einen Standardtext vorlesen. Diese Personen wurden gebeten, sich nach dem Fünf-Faktoren-Modell von Norman (*Extraversion, soziale Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, emotionale Stabilität, Intellekt/Kultur/Offenheit*) einzuschätzen (Selbstbild).

24 Personen (UP) bekamen danach eine der folgenden Informationen von den gefilmten: (a) Videofilm mit Ton, (b) Videofilm ohne Ton, (c) Standbild oder (d) reine Audioaufnahme. Aufgrund dieses ersten Eindrucks mussten sie nun die ZP's nach körperlichen Merkmalen sowie nach 20 Eigenschaften beurteilen.

Je nach Art der Informationen, die die UP bekamen, variierte zwar die Validität, die Reliabilität war jedoch dieselbe. Insgesamt waren Einschätzungen über Extraversion und Gewissenhaftigkeit am richtigsten. Extraversion wurde stark mit dem Ausmaß des Lächelns sowie mit der Lautstärke der Stimme verbunden; Gewissenhaftigkeit mit korrekter Kleidung.

BEISPIEL^{ix}

Wie die Studien bereits zeigten, entwickeln wir aufgrund weniger Informationen und Eindrücke ein Bild einer Person. Wie sich dieser erste Eindruck im Weiteren auswirken kann, zeigt folgendes Beispiel.

Sie sind in einem Kaufhaus und beobachten einen Menschen (Skip) entweder dabei, wie er einem kleinen Mädchen hilft, das hingefallen ist, oder, wie er ein kleines Mädchen umstößt, ohne ihr aufzuhelfen. Skip geht dann zu einem Verkäufer hin und verlangt in irgendeiner anderen Angelegenheit den Geschäftsführer zu sprechen. Der Verkäufer zögert, aber Skip besteht darauf, den Geschäftsführer zu sprechen. Der Geschäftsführer erscheint und Skip beschwert sich. Der Geschäftsführer spricht mit Skip, der schließlich zufrieden scheint. Die Tabelle hier soll zeigen, welche Auswirkungen dieser erste Eindruck (sympathisch/unsympathisch) auf unsere weiteren Beobachtungen haben kann.

Verhalten in der Episode	Präsentierte Eigenschaft	Wenn 1: unsympathisch	Wenn 1: sympathisch
1A. Hilft dem Mädchen auf	Sympathisch		
1B. Stößt Mädchen um	Unsympathisch		
2. Verlangt den Geschäftsführer zu sehen	Selbstsicher	Unüberlegt	Kühn
3. Besteht darauf, den Geschäftsführer zu sehen	Beharrlich	Stur	Entschlossen
4. Beschwert sich beim Geschäftsführer	Anklagend	Nörgelnd	Entschlossen
5. Lässt sich beschwichtigen	Flexibel	Schwankend	Aufgeschlossen

SITUATIONEN

In vielen Lebenssituationen kann es auf den ersten Eindruck ankommen:

- Bewerbungsgespräch
- Prüfungen (mündlich oder schriftlich sowie bekannter oder unbekannter Prüfer)
- Kennenlernen von Personen
- Marketing
- Kaufentscheidungsprozess

LITERATURQUELLEN

Fischer, Lorenz & Wiswede, Günter: Grundlagen der Sozialpsychologie, München, 2. Aufl., 2002

Spinath, Frank M.: Validität von Fremdbeurteilungen. Einflussfaktoren auf die Konvergenz von Selbst- und Fremdbeurteilungen in Persönlichkeitseinschätzungen, Lengerich, 2000

Nawratil, Georg & Rabaioli-Fischer, Barbara: Sozialpsychologie leicht gemacht. Einführung und Examenshilfe, Berlin, 5. Aufl., 2004

Kordowski, Christian: Zur Genese der sozialen Eindrucksbildung. Situative und generalisierte Selbst- und Fremdkonzepte als Phänomene interpersoneller Wahrnehmung, Frankfurt am Main, 1999

Stroebe, Wolfgang [u.a]: Sozialpsychologie. Eine Einführung, Berlin, 1. Aufl. (neuere verfügbar), 1990

Krech, D. & Crutchfield, R.S.: Grundlagen der Psychologie: Bd. 7 Sozialpsychologie: Kap. 3. Personenwahrnehmung, Weinheim, 1992 (Originalveröffentlichung 1958)

Eckstein, Ludwig: Psychologie des ersten Eindrucks, Leipzig, 1937

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Luchins, A. S.: Primacy-recency in impression formation; in: Hovland, C.I. (Hrsg.), The order of presentation in persuasion, New Haven/CN, 1957 S. 33-61

Asch, S. E.: Forming impressions of personality; in: The journal of abnormal and social psychology, 41, 1946, S. 258-290

Norman, W. T.: Toward an adequate taxonomy of personality attributes. Replicated factor structure in peer nomination personality ratings, in: The journal of abnormal and social psychology, 66, 1963, S. 574-583

Albright, L., Kenny, D. A. & Malloy, T.E.: Consensus in personality judgments at zero acquaintance, in: Journal of Personality and Social Psychology, 55, 1988, S. 387-395

Borkenau, P. & Liebler, A.: Trait interferences. Sources of validity at zero acquaintance, in: Journal of Personality and Social Psychology, 62, 1992, 645-657

ⁱ Grundlagen der Sozialpsychologie; S. 171

ⁱⁱ *Sozialpsychologie, Einführung und Examenshilfe*, S. 61

ⁱⁱⁱ *Sozialpsychologie, eine Einführung*; S. 479

^{iv} *Sozialpsychologie, eine Einführung*; S. 480

^v Grundlagen der Sozialpsychologie; S. 204

^{vi} Psychologie des ersten Eindrucks; S. 30

^{vii} Grundlagen der Sozialpsychologie; S. 203

^{viii} Validität von Fremdbeurteilungen; S. 24

^{ix} Grundlagen der Psychologie, Bd. 7; S. 75