

M. Spitzer

## Blond – dummerweise!

Was fällt Ihnen ein, wenn ich „Sonne“ sage? – wahrscheinlich „Mond“! Probieren wir weiter: „Vater“ ... „heiß“ ... „oben“ ... Wahrscheinlich sind Ihnen die Wörter „Mutter“, „kalt“, „unten“ eingefallen. Man spricht von Bahnungseffekten und meint damit, dass ein Wort die Bedeutung eines anderen, mit ihm zusammenhängenden Wortes voraktiviert, sodass es einem eben leichter einfällt.

Solche Bahnungseffekte kommen in der natürlichen gesprochenen Sprache öfters vor als wir denken: „Was soll ich Dir vom Metzger mitbringen?“ – „ist mir Wurst“ („egal“ war gemeint, die Wurst war gebahnt und daher wird sie im Satz verwendet). Oder: „Die Bahn streikt“, – kein schöner Zug von ihr.

Bahnungseffekte gibt es nicht nur im Hinblick auf das Sprechen, sondern auch im Hinblick auf das Handeln. Wer gerade einige Wörter, die mit „Alter“ bedeutungsmäßig in Verbindung stehen, gedacht hat (z. B. „Falten“, „Rente“, „Brille“, „Stock“, „grau“), der läuft langsamer (2); wer „Bibliothek“ im Kopf hat, der spricht leiser; und wer „Geld“ im Kopf hat, ist geiziger.

Wer mit „Fußballrowdy“ gebahnt ist, gibt weniger richtige Antworten in einem Wissenstest, und wer umgekehrt mit „Professor“ gebahnt ist, reagiert im gleichen Test schlauer, das heißt, weiß tatsächlich mehr (3).

Französische Wissenschaftler haben nun untersucht, was geschieht, wenn man Leute mit Blondinen bahnt. 86 Versuchspersonen – 61 davon weiblich (!) – im mittleren Alter von etwa 23 Jahren wurden über das Internet rekrutiert und ihnen wurde gesagt, dass sie an drei psychologischen Experimenten bzw. Tests (1) zur Persönlichkeit, (2) zur Farbwahrnehmung und (3) zum Allgemeinwissen teilnehmen würden.

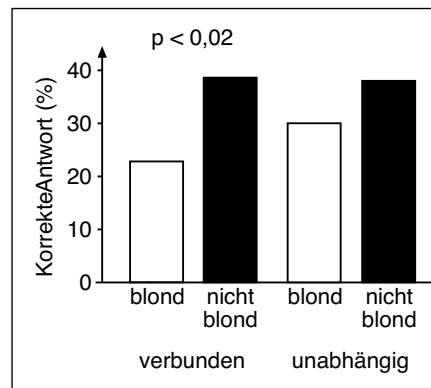
Der „Persönlichkeitstest“ war gar keiner, sondern eine Bahnungsprozedur. Die Versuchspersonen wurden entweder auf Unabhängigkeit (independence) oder auf soziale Eingebundenheit (interdependence) ge-

bahnt, indem sie jeweils sieben Sätze – auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft absolut zu) – danach beurteilen sollten, ob sie auf sie selbst zuträfen. In der *Bedingung Unabhängigkeit* lauteten diese Sätze beispielsweise „Ich mache meinen Kram und die anderen machen ihren“ oder „Ich bin einzigartig – eben in vielerlei Hinsicht anders als die anderen“. In der *Bedin-*

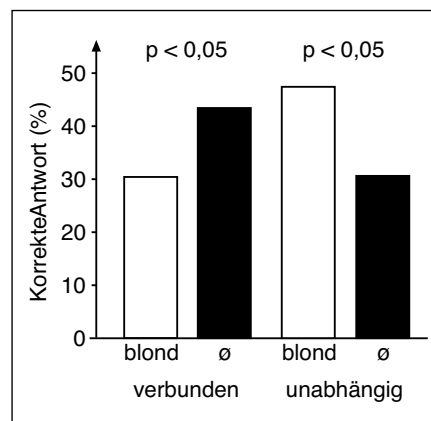
*gung soziale Eingebundenheit* hingegen lauteten die sieben zu beurteilenden Sätze beispielsweise „um zu verstehen, wer ich bin, muss man mich in meiner Gruppe sehen“ oder „Freude bedeutet für mich, mit anderen Zeit zu verbringen“. Wer insgesamt sieben solcher Sätze beurteilt hat, der fühlt sich eher unabhängig oder sozial eingebettet, wie frühere Studien nachweisen konnten.

Der Test zur Farbwahrnehmung war ebenfalls keiner, sondern eine zweite Bahnungsprozedur, „die so angelegt war, dass sie eine Kategorie aktivierte, die in stereotypischer Weise mit Dummheit verbunden ist. Wir wählten das Stereotyp der dummen

**„Wer mit Fußballrowdy gebahnt ist, gibt weniger richtige Antworten in einem Wissenstest“**



**Abb. 1** Resultat des ersten Experiments aus der Arbeit von Bry und Mitarbeitern (1, S. 4, Tabelle 1). Dargestellt ist die Anzahl der richtigen Antworten (maximal 5) in Abhängigkeit von der Bahnung mit (1) sozialer Unabhängigkeit oder Eingebundenheit sowie mit (2) blond oder nicht-blond.



**Abb. 2** Ergebnis des zweiten Experiments aus der Arbeit von Bry und Mitarbeitern (1, S. 5, Tabelle 2). Dargestellt ist die relative Häufigkeit der richtigen Antworten (in %) in Abhängigkeit von der Bahnung mit (1) sozialer Unabhängigkeit oder Eingebundenheit sowie mit (2) blond oder nicht-blond (ø). Die Unterschiede sind jeweils auf dem 5%-Niveau signifikant.

Blondine, das in Frankreich durch die Medien weite Verbreitung gefunden hat“, beschreiben die Autoren (1) – vielleicht nicht ganz politisch korrekt – ihr weiteres Vorgehen. Interessant ist ferner die Rechtfertigung ihres Ansatzes, zitieren sie doch einerseits drei TV-Serien bzw. Filme (z. B. „Natürlich Blond“) sowie eine Pilotstudie, der zufolge nur einer von elf Studenten das Adjektiv „dumm“ zur Charakterisierung von blonden Frauen *nicht* angekreuzt hatte.

Um „Blondine“ zu bahnen, wurden den Versuchspersonen 30 Gesichter gezeigt, wobei sie jeweils die Haarfarbe (schwarz, braun, blond, rot) auf einer 4-Punkte-Skala ankreuzen sollten. In der *Bedingung Blondine* bestanden die 30 Bilder aus 21 blonden Schönheitsköniginnen sowie aus 9 Schönheitsköniginnen anderer Haarfarbe. In der *Kontrollbedingung* hingegen wurden den Versuchspersonen die Gesichter von 30 Männern gezeigt, von denen 21 blond und 9 dunkelhaarig waren. „Wir verwendeten Männer als Kontroll-Bahnungsreiz, weil wir dachten, dass diese Kategorie nicht mit viel oder wenig enzyklopädischem Wissen assoziiert ist“ kommentieren die Autoren (1) an dieser Stelle lapidar.

An diese beiden Bahnungsprozeduren schloss sich der dritte Test an, der aus fünf

# & Geist & Gehirn

Fragen unterschiedlicher Schwierigkeit bestand (bei jeder Frage war eine von drei Antworten als richtig anzukreuzen) und in dem es um Allgemeinwissen ging.

Das Ergebnis dieser Studie ist in Abbildung 1 dargestellt. Der einzige signifikante Effekt bestand in der Interaktion zwischen Bahnungsbedingung 1 (unabhängig versus sozial eingebunden) und Bahnungsbedingung 2 (blond, weiblich versus nicht-blond, männlich): Wer sozial eingebunden an Blondinen denkt, beantwortet weniger Fragen zum Allgemeinwissen korrekt. Oder anders: Wenn man sich mit anderen Menschen verbunden fühlt und bei diesen handelt es sich um Blondinen, verhält man sich dümmer.

Anzumerken ist, dass es im Hinblick auf die Versuchspersonen keine geschlechtsspezifischen Unterschiede gab, dass also das Stereotyp „blond“ bei Männern wie bei Frauen gleichermaßen mit Dummheit verbunden scheint.

Nun könnte es ja sein, dass dieses Ergebnis vor allem daran liegt, dass die Kontrollbedingung aus Männergesichtern bestand,

die vielleicht besonders schlaue erschienen. Oder es könnte sein, dass das Experiment, da es insgesamt im Internet durchgeführt

**„Wenn man sich mit anderen Menschen verbunden fühlt und bei diesen handelt es sich um Blondinen, verhält man sich dümmer“**

worden war, falsche Resultate zeigte. Daher wurde ein zweites Experiment durchgeführt, zum einen im Labor, und zum anderen ohne Bahnung durch Männergesichter. Diesmal zeigte sich das in Abbildung 1 bereits angedeutete Ergebnis noch deutlicher, nämlich in einer Wechselwirkung zwischen der Selbstwahrnehmung einerseits und dem Bahnungseffekt durch „Blond“ andererseits (Abb. 2).

Wer sich sozial verbunden fühlt, wird durch „blond“ dumm, wer sich dagegen als unabhängig erlebt, distanziert sich gleichsam von „blond“ und wird in seinen intellektuellen Fähigkeiten entsprechend auch nicht beeinträchtigt. Es scheint im Gegenteil zu einem Kontrasteffekt zu kommen,

das heißt, die Distanzierung von „blond“ macht schlau...

Nehmen wir diese Ergebnisse nicht zu ernst! Sie zeigen nur einmal mehr die Bedeutung unbewusster Bahnungsprozesse und zeigen, wie weit die Wirkung der – mit Leibniz (4) gewendet – „kleinen Perzeptionen“ gehen kann.

## Literatur

1. Bry C, Follenfant A, Meyer T. Blonde like me: When self construals moderate stereotype priming effects on intellectual performance. *Journal of Experimental Social Psychology* 2007 (doi:10.1016/j.jesp.2007.06.005).
2. Spitzer M. Das neue Unbewusste. *Nervenheilkunde* 2006; 25: 615–622.
3. Spitzer M. Geld macht einsam. *Nervenheilkunde* 2007; 26: 119–124.
4. Spitzer M. Das neue Unbewusste (II). *Nervenheilkunde* 2006; 25: 701–708.

## Korrespondenzadresse:

Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer  
Universitätsklinikum, Abteilung für Psychiatrie III  
Leimgrubenweg 12–14, 89075 Ulm