



Universität Potsdam

Barbara Krahé

Zum Stand der Diskussion um den "self-serving bias" in der Attributionsforschung

first published in:

Bericht über den 33. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Mainz 1982 / Im Auftr. der Dt. Gesell. für Psychologie hrsg. von Gerd Lüer. - Göttingen [u.a.] : Hogrefe, 1983. - (Bericht über den ... Kongress der Dt. Gesell. für Psychologie ; 33.1982,2), S. 657-660

Postprint published at the Institutional Repository of the Potsdam University:

In: Postprints der Universität Potsdam

Humanwissenschaftliche Reihe ; 183

<http://opus.kobv.de/ubp/volltexte/2010/4528/>

<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:kobv:517-opus-45286>

Postprints der Universität Potsdam

Humanwissenschaftliche Reihe ; 183

ZUM STAND DER DISKUSSION UM DEN "SELF-SERVING BIAS" IN DER ATTRIBUTIONSFORSCHUNG

Barbara Krahe

Summary (On the current state of the self-serving bias in attribution research): The 'fact or fiction' controversy about self-serving attributional biases is discussed under two aspects: a) The lack of a clear conceptual definition of "bias" referring to cognitive models of causal attribution which specify unbiased, rational modes of causal inference; b) The empirical evidence with regard to the decision whether attributional distortions are due to self-protective and self-enhancing motives rather than errors and biases in information processing. It is concluded that progress in self-serving bias research is conditional upon a theoretical clarification and operational definition of self-serving biases explicitly derived from a rational standard of causal inference and based on a motivational analysis of the functions of causal attributions.

Nachdem die Diskussion um die unterschiedlichen Perspektiven von Akteuren und Beobachtern in der Attributionsforschung über einige Jahre die Stellung des 'prominentesten Einzelproblems' eingenommen hat, wird ihr dieser Rang seit der Mitte der siebziger Jahre zunehmend von einer neuen Fragestellung streitig gemacht, die unter den Etiketten "self-serving bias", "ego-bias" oder "egotism" auftritt und die Verzerrung von Kausalattributionen im Dienste der Verteidigung und Steigerung des Selbstwertgefühls als ihren Gegenstand definiert. Die "self-serving bias"-Hypothese nimmt an, daß Individuen Erfolg intern und Mißerfolg extern attribuieren, um ein möglichst positives Selbstbild aufrechtzuerhalten.

Zur historischen Entwicklung der "self-serving bias"-Forschung sei kurz vermerkt, daß bereits zu einem sehr frühen Stadium, bei eher spärlichem empirischen Material, die Annahme motivationsbedingter Attributionsverzerrungen von Miller und Ross (1975) grundlegend in Zweifel gezogen und mit verschiedenen kognitiven Alternativerklärungen konfrontiert wurde. Diese provokative Kritik löste eine Flut von Publikationen zur Verteidigung der "self-serving bias"-Hypothese aus - eine Durchsicht der Literatur erbrachte über 150 unmittelbar themenbezogene Arbeiten -, bei denen jedoch ein starkes Übergewicht empirischer Einzeluntersuchungen zu Lasten der Präzisierung der theoretischen Grundlagen selbstwertbezogener Voreingenommenheiten zu verzeichnen ist.

Dieses Mißverhältnis hat für eine Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Diskussion selbstwertbezogener Voreingenommenheiten zur Folge, daß theoretische Ausgangshypothesen und empirische Ergebnisse als weitgehend unverbunden nebeneinander stehende Teillaspekte dargestellt werden müssen, denen sich zwei Grundfragen zuordnen lassen:

- 1) Nach welchem Bezugsmaßstab lassen sich Attributionen als 'voreingenommen' identifizieren?
- 2) Läßt sich anhand des empirischen Materials entscheiden, ob derartige Voreingenommenheiten aufgrund kognitiver oder motivationaler Bedingungsvariablen zustandekommen?

Zu 1) Theoretische Grundlagen der "self-serving bias"-Hypothese

Unter "self-serving bias" wird allgemein die Tendenz verstanden, eigene Erfolge auf interne, Mißerfolge dagegen auf externe Verursachungsfaktoren zurückzuführen, wobei als Grundlage derartiger Attributionsunterschiede das Bemühen um Selbstwertverteidigung bzw. Selbstwertsteigerung angeführt wird. Bei dieser Definition beginnen jedoch bereits die Probleme: Wenngleich der Begriff des "bias" oder der "Voreingenommenheit" voraussetzt, daß es einen Maßstab "unvor-

eingennomener" oder "korrekter" Attributionen gibt, finden sich so gut wie keine Arbeiten, die von einem solchen "rationalen Standard", wie ihn die kognitiven Attributionsmodelle implizieren, ausgehen und den "bias" als systematische Abweichung von einem hieraus abgeleiteten Attributionsverhalten definieren. Ausnahmen bilden hier nur die Untersuchungen von Stevens und Jones (1976) und Tillman und Carver (1980), die sich auf Kelleys ANOVA-Modell beziehen.

Alle anderen Studien beschränken sich darauf, von unvoreingenommenen Attributionen dann zu sprechen, wenn zur Erklärung von Erfolg und Mißerfolg in gleichem Maße interne und externe Kausalfaktoren herangezogen werden, wobei als interne Kausalfaktoren Fähigkeit und Anstrengung und als externe Kausalfaktoren Aufgabenschwierigkeit und Zufall vorgegeben werden. Doch haben Falbo und Beck (1979) bei ihrer Kategorisierung freier Kausalattributionen festgestellt, daß generell, d.h. unabhängig von möglicher Selbstwertrelevanz, zur Erklärung von Erfolg und Mißerfolg inhaltlich unterschiedliche Kausalfaktoren herangezogen werden, so daß dieses Kriterium zur Identifizierung von Voreingenommenheit unbrauchbar ist.

Zusammenfassend ist daher festzuhalten, daß das Kernstück der "self-serving bias"-Hypothese zwar die Annahme nicht rational bestimmter Attributionsunterschiede in Abhängigkeit von der Bewertung des Handlungsergebnisses (positiv vs. negativ) ist, hierbei jedoch nur implizite und konzeptuell unzulängliche Identifikationskriterien angelegt werden. Die intuitive Plausibilität des Grundgedankens (Erfolg/intern steigert das Selbstwertgefühl, Mißerfolg/extern verteidigt es) hat offenbar über die Notwendigkeit einer exakteren Definition der zentralen Begriffe hinweggetäuscht und stattdessen zu einer Vielzahl immer einfallreicherer Versuche geführt, die "self-serving bias"-Hypothese gegen Anfechtungen aus dem kognitiv orientierten Lager empirisch zu verteidigen. Bei dem folgenden Überblick über Untersuchungen zum "self-serving bias" werden Einzelergebnisse zugunsten einer zusammenfassenden Beurteilung der vorherrschenden Fragestellungen vernachlässigt (zu einer ausführlicheren Literaturdiskussion vgl. Krahe, 1982).

Zu 2) Empirische Befunde zur "self-serving bias"-Hypothese

Die Mehrzahl der Studien zum "self-serving bias" beschäftigt sich mit den Kausalattributionen für eigenen Erfolg bzw. Mißerfolg außerhalb von Interaktions- und speziell Wettbewerbssituationen. Nach den erfaßten Parametern lassen sich drei Gruppen von Untersuchungen unterscheiden:

- Arbeiten, die den Einfluß der Valenz des Handlungsausgangs gegenüber der informationstheoretischen Hypothese der Erwartungsbestätigung - erwartete Ergebnisse werden intern, unerwartete extern attribuiert - nachweisen wollen. Hierbei ist ein quantitatives Übergewicht zugunsten der "self-serving bias"-Hypothese zu verzeichnen, es fehlt jedoch eine 'kritische Untersuchung' zur unmittelbaren Gegenüberstellung der konkurrierenden Erklärungsansätze.
- Arbeiten, die "self-serving bias"-Effekte als Funktion der Selbstwertrelevanz bzw. des "ego-involvement" untersuchen. Die Selbstwertrelevanz der Aufgabe wurde zwar nur in wenigen Studien berücksichtigt, dabei jedoch als bedeutsamer Prädiktor der Attribution nachgewiesen. Kritisch zu betrachten ist jedoch die Operationalisierung der Selbstwertrelevanz als unterstellte oder experimentell induzierte Zentralität. Die subjektive Relevanzdefinition der Vpn bleibt unberücksichtigt.
- Untersuchungen zur Bedeutung von Persönlichkeitsmerkmalen als Moderatorvariablen systematischer Attributionsunterschiede bei Erfolg und Mißerfolg. Im Rahmen von Korrelationsstudien wurden Zusammenhänge zwischen systematischen Attributionsunterschieden und den Persönlich-

keitsmerkmalen Selbstwertgefühl, Angst vor Erfolg, Depressivität, Selbstüberwachung, soziale Ängstlichkeit und generalisierte Kontrollerwartung nachgewiesen, die als Belege für den Einfluß selbstwertbezogener Bedürfnisse zu werten sind.

Eine zweite Forschungslinie setzt sich mit Kausalattributionen für eigene Handlungsergebnisse im Vergleich mit denen eines Interaktionspartners auseinander. Wiederum lassen sich zwei spezielle Fragestellungen unterscheiden:

- Studien zum Vergleich von Selbst- und Gegnerattributionen bei Wettbewerb. Hier finden sich mehr Anhaltspunkte für selbstwertverteidigende Attributionen (externe Ursachenzuschreibung bei Mißerfolg) als für selbstwertsteigernde Attributionen (interne Ursachenzuschreibung bei Erfolg). Es ergibt sich die Notwendigkeit der Berücksichtigung modifizierender Bedingungen, wie etwa Bescheidenheitsnormen und Selbstdarstellungsbedürfnisse.

- Untersuchungen zur Gegenüberstellung von Attributionen unter Wettbewerbs- vs. Kooperationsbedingungen. Sowohl unter Kooperations- als auch unter Wettbewerbsbedingungen werden Belege für den "self-serving bias" erbracht. Bei Kooperation wird die Attribution für die eigene und die Partner-Leistung von der affektiven Beziehung der Interaktionspartner beeinflusst. Es finden sich jedoch auch hier Anhaltspunkte für die Wirksamkeit von Bescheidenheitsnormen, die selbstwertbezogene Attributionen unterdrücken, so daß in Zukunft verstärkt nach den situativen Voraussetzungen für das Auftreten von "self-serving bias"-Effekten zu fragen ist.

Eine weitere, wenngleich kleinere Gruppe von Untersuchungen fragt nach den Kausalattributionen von Beobachtern für Erfolg und Mißerfolg anderer Personen und geht von Situationen aus, in denen der Beobachter gleichzeitig der Adressat des beobachteten Verhaltens ist. Hier ergeben sich deutliche Belege für selbstwertbezogene Attributionsunterschiede in Abhängigkeit von der Valenz des Handlungsergebnisses: Wenn der Beobachter in seiner Selbsteinschätzung von den Verhaltensweisen des Handelnden betroffen ist, attribuiert er sie in einer Weise, die für ihn selbst zu möglichst positiven Schlußfolgerungen führt.

Ein abschließender Aspekt empirischer Studien zum "self-serving bias" betrifft die Frage nach geschlechtsspezifischen Unterschieden bei der Kausalattribution von Erfolg und Mißerfolg, hinter der die Auffassung des "self-serving bias" als spezifisch männlicher Attributionstendenz sichtbar wird. Untersuchungen liegen hier sowohl zur Attribution eigener Handlungsergebnisse als auch zur Beobachterperspektive vor. Unter beiden Fragestellungen konnte gezeigt werden, daß Frauen weniger zu selbstwertbezogenen Attributionen neigen als Männer. Die Rückführbarkeit dieser Ergebnisse auf die Wirksamkeit von Motivationsvariablen ist jedoch umstritten.

Obwohl es an empirischen Nachweisen für unterschiedliche Attributionen in Abhängigkeit von Erfolg und Mißerfolg also insgesamt nicht mangelt, ist nach wie vor nicht eindeutig belegt, daß diese Unterschiede aufgrund der Wirksamkeit selbstwertbezogener Motive zustandekommen. Die drei informationstheoretischen Alternativhypothesen von Miller und Ross (1975) stellen noch immer eine entscheidende Herausforderung an die "self-serving bias"-Forschung dar:

a) Personen neigen eher dazu, Verantwortung für erwartete Ergebnisse zu übernehmen als für unerwartete, wobei Erfolg allgemein als erwartetes und Mißerfolg als unerwartetes Handlungsergebnis angesehen wird.

b) Personen nehmen eine stärkere Kovariation zwischen ihrer Handlung und dem Handlungsausgang bei steigendem Erfolg an als bei gleichbleibendem Mißerfolg, bei dem Veränderungen des Verhaltens, etwa im Sinne vermehrter Anstrengung, nicht zu einer Veränderung des Ergebnisses

führen.

c) Aufgrund falscher Kontingenzvorstellungen neigen Personen dazu, persönliche Kontrollvariablen primär mit erwünschten Handlungsergebnissen in Beziehung zu setzen, d.h. erwünschte Verhaltensergebnisse eher als kontrollierbar anzusehen als unerwünschte.

Diese Kontroverse zwischen kognitiven und motivationstheoretischen Erklärungsansätzen "voreingenommener" Attributionen ist nicht auf empirischem, sondern zunächst einmal auf konzeptuellem Niveau zu entscheiden, wie auch Tetlock und Levi (1982) überzeugend darlegen. Arbeiten wie die von Arkin, Cooper und Kolditz (1980), die ein "statistical review" der Literatur zum "self-serving bias" vornehmen, führen daher nicht weiter. Sie setzen das in der "self-serving bias"-Forschung seit den Überblicksartikeln von Bradley (1978) und Zuckerman (1979) beobachtbare Bemühen fort, die Existenz selbstwertbezogener Voreingenommenheiten auf dem Wege einer überwiegend quantitativen Beweisführung zu untermauern.

Vorrangig bleibt vielmehr die Notwendigkeit, theoretisch zu spezifizieren, welche Attributionen als rational und damit fehlerfrei bzw. unvoreingenommen zu betrachten sind. Erst dann wären die Voraussetzungen geschaffen, Attributionsfehler eindeutig zu diagnostizieren, wobei sich in diesem Zusammenhang auch die Frage stellt, ob fehlerhafte Attributionen in jedem Fall dysfunktional sind oder nicht gelegentlich auch effektive Strategien darstellen. In einem weiteren Schritt, frühestens, ist dann das Problem zu lösen, ob beobachtete Attributionsvoreingenommenheiten eher kognitiver oder motivationaler Natur sind. Ohne ein systematisches Bemühen um den Abbau der gegenwärtigen Empirielastigkeit der "self-serving bias"-Forschung ist ansonsten zu befürchten, daß selbstwertbezogene Voreingenommenheiten in Zukunft nur noch in der Funktion terminologischer Etikette verwendet werden, über deren konzeptuellen Inhalt nicht nur bei den intuitiven, sondern auch bei den wissenschaftlichen Psychologen ein stillschweigender und möglicherweise falscher Konsensus vorausgesetzt wird.

Literatur

- Arkin, R., Cooper, H. & Kolditz, T. A statistical review of the literature concerning the self-serving attribution bias in interpersonal influence situations. *Journal of Personality*, 1980, 48, 435-448.
- Bradley, G.W. Self-serving biases in the attribution process: A reexamination of the fact or fiction question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 56-71.
- Falbo, T. & Beck, R.C. Naive psychology and the attributional model of achievement. *Journal of Personality*, 1979, 47, 185-195.
- Krahé, B. Motivationseinflüsse im Attributionsprozeß. Dissertation, Bonn, 1982.
- Miller, D.T. & Ross, M. Self-serving biases in the attribution of causality. Fact or fiction? *Psychological Bulletin*, 1975, 82, 213-225.
- Stevens, L. & Jones, E.E. Defensive attribution and the Kelley cube. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 809-820.
- Tetlock, P.E. & Levi, A. Attribution bias: On the inconclusiveness of the cognition-motivation debate. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1982, 18, 68-88.
- Tillman, W.S. & Carver, C.S. Actors' and observers' attributions for success and failure. A comparative test of predictions from Kelley's cube, self-serving bias, and positivity bias formulations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1980, 16, 18-32.
- Zuckerman, M. Attributions of success and failure revisited, or: The motivational bias is alive and well in attribution theory. *Journal of Personality*, 1979, 47, 245-287.