

1 Personas und stereotype Geschlechterrollen

Nicola Marsden¹, Jasmin Link², Elisabeth Büllesfeld²

Hochschule Heilbronn¹

Fraunhofer IAO²

1.1 Einleitung

In der Softwareentwicklung und in nutzendenzentrierten Gestaltungsprozessen werden Personas eingesetzt, um bei den Mitgliedern des Entwicklungs- oder Designteams das Verständnis für die Nutzenden zu erhöhen. Dabei werden fiktive Personen geschaffen, die typische Nutzendengruppen oder -rollen repräsentieren. Dieser Beitrag geht der Frage nach, inwieweit dabei Stereotypen zum Einsatz kommen, welche Auswirkungen dies – insbesondere unter Genderaspekten – hat und wie Ansätze für den Umgang mit Geschlechterstereotypen bei der Nutzung von Personas aussehen könnten.

Das Ziel des Einsatzes von Personas ist, den Mitgliedern des Entwicklungs- und des Designteams Figuren zur Verfügung zu stellen, in deren Rolle sie schlüpfen können und mit denen sie sich identifizieren können. Dadurch wird die Auseinandersetzung mit den möglichen Interaktionen der Figuren sehr viel konkreter als wenn innerhalb des Teams nur über unspezifische "User" gesprochen wird. Häufig werden Personas mit Szenarien kombiniert. Personas und Szenarien können auch als Katalysatoren in der Kommunikation mit weiteren Projektbeteiligten (z.B. Kunden) fungieren, und in der (internen oder öffentlichen) Berichterstattung über ein Produkt oder Projekt.

Der Begriff Stereotyp stammt aus dem Griechischen und setzt sich aus Worten für „fest, haltbar“ und „Form, Art“ zusammen. Er beschreibt Personen oder Personengruppen, häufig aufgrund äußerlicher Merkmale, in vereinfachter, einprägsamer Form. Er beschreibt damit in Kurzform einen tatsächlichen oder wahrgenommenen Komplex von Eigenschaften von Personen, aus dem weitere Eigenschaften oder anzunehmende Verhaltensweisen geschlossen werden (Grudin, 2006). Die Definitionen des Begriffs variieren (Turner, 2011, S.36), er wird häufig im Kontext psychologischer Betrachtungen gebraucht, sowohl wertneutral als auch mit positiver oder negativer Konnotation: Stereotypen ermöglichen eine rasche Informationsverarbeitung mit niedrigem kognitiven Aufwand, können aber auch eine zu oberflächliche Beschäftigung mit einem Gegenüber begünstigen. Im Zusammenhang mit Genderaspekten werden Stereotype häufig kritisch als Menschen auf eine feste Geschlechterrolle festlegend erwähnt.

Turner und Turner (2011) haben in ihrem Beitrag "Is stereotyping inevitable when designing with personas?" das Thema Stereotype im Kontext von Personas umfassend behandelt und die Spannungsfelder aufgezeigt, in denen man sich beim Gestalten von und mit Personas bewegt. Sie weisen darauf hin, dass Stereotype nicht notwendigerweise negativ sind, dass

allerdings darauf geachtet werden muss, wen Stereotype ausschließen und dass sie nicht unkritisch eingesetzt werden dürfen. Im vorliegenden Beitrag liegt der Fokus speziell auf dem Faktor Geschlecht – es werden psychologische Erkenntnisse der Personenwahrnehmung dargestellt, die bei der Entwicklung und dem Einsatz von Personas im Hinblick auf die Kategorie "Geschlecht" relevant sein können. Hierzu werden zunächst Prozessmodelle der Informationsverarbeitung skizziert, die verdeutlichen, dass verschiedene Modi der Informationsverarbeitung Einfluss auf den Einsatz von Stereotypen haben. Dann wird die Theorie der sozialen Identität dargestellt, die aufzeigt, welche Effekte die Wahrnehmung einer Person als der gleichen Gruppe zugehörig hat. Anschließend werden Erkenntnisse zur geschlechtsbezogenen Personenwahrnehmung vorgestellt und es wird verdeutlicht, dass Eigenschaften und Verhalten u.U. unterschiedlich beurteilt wird, je nachdem ob es einem Mann oder einer Frau zugesprochen wird. Auf dieser Basis werden Empfehlungen vorgestellt, die ermöglichen, dass Personas dazu beitragen, Geschlechterstereotypen nicht zu verfestigen, sondern zur Flexibilisierung der Kategorie "Geschlecht" beitragen können.

1.2 Wahrnehmung von Personen

Menschen haben die Fähigkeit, sich in andere hineinzuversetzen und sie versuchen, aufgrund eines mehr oder weniger detaillierten und nur in Teilen bewussten Modells deren Verhalten vorherzusagen. Grudin (2006) argumentiert, dass es dabei nur begrenzt wichtig ist, ob es sich dabei um reale oder fiktive Personen handelt und dass viele Sachverhalte, die für die Wahrnehmung realer Personen gelten auf die Wahrnehmung von Personas übertragbar sind.

Stereotype sparen in der Wahrnehmung von Personen Zeit und Energie und ermöglichen es Menschen, in der Komplexität der sozialen Umgebung zurecht zu kommen und zeitnah zu reagieren (Macrae, Milne, & Bodenhausen, 1994). Dabei wirken Stereotype auch wenn wir uns nicht darüber bewusst sind – sie werden oft automatisch aktiviert in dem Moment, in dem ich ein Mitglied einer stereotypisierten Gruppe vor mir habe (Devine, 1989; Dovidio, Evans, & Tyler, 1986). Es hat sich gezeigt, dass Menschen sich meist nicht darüber bewusst sind, welche Auswirkungen Geschlechterstereotype auf die Beurteilung von Mitgliedern einer Kategorie haben (Banaji, Hardin, & Rothman, 1993). Darüber hinaus beeinflussen solche impliziten Stereotype nicht nur das Urteil, sondern führen häufig auch zu (dann ebenfalls nicht bewusstem) diskriminierendem Verhalten (Banaji & Greenwald, 2013).

1.2.1 Duale Prozessmodelle der Informationsverarbeitung

Stereotypen sind Wissensstrukturen, die sich auf eine bestimmte Kategorie, z.B. eine Gruppe von Menschen, beziehen. Diese können explizit oder implizit sein – es hat sich jedoch gezeigt, dass sowohl implizite negative Assoziationen mit einer Fremdgruppe (Gawronski, Ehrenberg, Banse, Zukova, & Klauer, 2003) als auch explizite negative Assoziationen mit einer Fremdgruppe (Sherman, Stroessner, Conrey, & Azam, 2005) dazu führen, dass einzelne Personen dieser Gruppe eher konsistent mit dem Gruppenlabel wahrgenommen werden. Eine wichtige Rolle beim Einsatz von Stereotypen spielt allerdings das Ausmaß an kontrollierter versus automatisierter Verarbeitung von Informationen. Duale Informationsverarbeitungsmodelle zeigen auf, dass wenn wir unsere Wahrnehmung nicht bewusst kontrollieren, wir

Informationen automatisiert verarbeiten und greifen als Default auf Stereotypen zurückgreifen (Devine, 1989).

Die aufmerksame, zentrale Verarbeitung von Informationen macht den Einsatz von Stereotypen unwahrscheinlicher. Einfluss darauf haben zum einen die Möglichkeit bzw. Fähigkeit, zum anderen die Motivation. Zahlreiche Studien zeigen, wie die Möglichkeit/Fähigkeit (z.B. bei schneller Präsentation oder Ablenkung) oder Motivation (z.B. bei persönlicher Relevanz des Themas oder beim Wunsch, vorurteilsfrei wahrzunehmen) die zentrale Informationsverarbeitung stärken (Plant & Devine, 1998; Wagner & Petty, 2011).

Der Modus der Informationsverarbeitung stellt also eine wichtige Voraussetzung dafür dar, dass Personas vorurteilsfrei wahrgenommen werden: Nur bei elaborierter, kontrollierter Verarbeitung ist eine wirkliche Auseinandersetzung mit der Persona gegeben. Ist dies nicht gegeben, wird jede noch so sorgfältig erarbeitete Persona auf Basis von Stereotypen wahrgenommen. Andererseits kann die Beschreibung einer Persona in unterschiedlichem Maße dazu anregen, elaboriert verarbeitet zu werden bzw. Stereotype zu bedienen und damit eine automatische Informationsverarbeitung zu begünstigen.

1.2.2 Soziale Identität und Personenwahrnehmung

Die Theorie der sozialen Identität hat weitreichende Konsequenzen für die Entwicklung und den Einsatz von Personas. Sie beschäftigt sich damit, wie Personen ihre Mitgliedschaft in sozialen Gruppen in ihr Selbstkonzept integrieren und ein Identitätsgefühl darauf basierend entwickeln. Die Theorie der Sozialen Identität (Social Identity Theory: SIT) ist eine der einflussreichsten sozialpsychologischen Theorien (Tajfel & Turner, 1986). Sie erklärt zwei wichtige Gruppenphänomene: Bevorzugung der Eigengruppe und Diskriminierung der Fremdgruppe.

Bei der Bevorzugung der Eigengruppe, dem "ingroup favoritism", werden Mitglieder der Eigengruppe positiver wahrgenommen als Mitglieder der Fremdgruppe. Dies läuft im Normalfall parallel zu einer Abwertung der Mitglieder anderer Gruppen, d.h. "out-group discrimination", welche zu distanzierendem oder aggressivem Verhalten gegenüber Fremdgruppenmitgliedern führen kann. Diese Prozesse basieren darauf, dass die soziale Identität, d.h. der Teil der Identität, der auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe basiert, ein integraler Bestandteil des Selbstkonzepts einer Person ist. Dabei kommt dem Geschlecht als soziale Identität eine herausragende Rolle zu: Sie wird früh im Leben etabliert und hat weitreichende Konsequenzen für beide Geschlechter (z.B. Elmore & Oyserman, 2012; im Sinne eines intersektionalen Ansatzes wird sie zunehmend auch in Beziehung zu anderen Ungleichheitskategorien betrachtet, vgl. Warner & Shields, 2013).

Betrachtet man den Entwicklungsprozess von Personas, so ist zu erwarten, dass es in der Beschreibung von Personas eine Tendenz gibt, sie in Kategorien zu beschreiben, in der die Eigengruppe besonders gut dasteht und solche Kategorien außen vor zu lassen, in denen die Fremdgruppe positiver und die Eigengruppe negativer dastehen würde bzw. in denen sich beide Gruppen ähnlich sind. Gegebenenfalls greift hier das Konzept der sozialen Kreativität: Es wird aktiv nach Vergleichsdimensionen gesucht, die die eigene Gruppe gut dastehen lassen. Solche kognitiven Umbewertungsprozesse können zu einer Verzerrung der Beschreibungsdimensionen führen, die für das Erstellen von Personas relevant ist: Habe ich also beispielsweise eine hohe Kompetenz in einem Bereich, tendiere ich dazu, die Fremdgruppe

durch das Fehlen dieser Kompetenz zu beschreiben. Bei Personas ist, besonders auch unter Berücksichtigung der Tatsache dass sie meist durch sehr technikaffine Menschen definiert werden, z.B. Technikaffinität eine Eigenschaft die in diesen Bereich fallen könnte.

Andere Personen – und somit auch Personas – werden also grundsätzlich anders beurteilt, je nach nachdem, ob sie zur Eigen- oder zur Fremdgruppe gehören. Personas stehen somit in einer intergruppalen Interaktion mit den Personen, die sie betrachten, und denen, die sie erstellt haben. Sie stehen allerdings auch in Interaktion miteinander: Personas eines Sets können nicht isoliert betrachtet werden – die anderen im gleichen Kontext vorhandenen Personas dienen als Referenzrahmen für intergruppalen Vergleiche (Dragojevic & Giles, 2014).

1.2.3 Geschlechtsbezogene Personenwahrnehmung

Die Forschung zur Personenwahrnehmung und zur Eindrucksbildung zeigt, dass das Geschlecht, mit dem eine Person "ausgestattet" wird, die Beurteilung dieser Person in vielfältiger Hinsicht beeinflusst. Werden bei absolut identischen Beschreibungen nur die Namen ausgetauscht, so wird die gleiche Person dann, wenn sie als Frau präsentiert wird, weniger kompetent eingestuft (Correll, Benard & Paik, 2007; Foschi, 1996). Die Heuristik der männlichen Überlegenheit, nach der Männer generell als kompetenter eingeschätzt werden, konnte in verschiedenen Kontexten immer wieder empirisch nachgewiesen werden (z.B. Alexander & Andersen, 1993; Christofides, Islam & Desmarais, 2009).

Frauen und Männer werden tendenziell eher ihren Stereotypen entsprechend wahrgenommen (Heilman & Parks-Stamm, 2007). Wird allerdings eine Abweichung von den erwarteten "typischen" Eigenschaften wahrgenommen, können Verhalten und Attribute, die beispielweise bei der Beschreibung einer Person als Mann positiv wahrgenommen werden, bei einer Frau zu einer negativen Eindrucksbildung führen – dieser Kontrasteffekt konnte z.B. für Personen mit unterschiedlichem Internetnutzungsverhalten gezeigt werden (Marsden, 2001). Eigenschaften, die als typisch maskulin und bei Männern positiv bewertet werden, wie zum Beispiel proaktiv und zielorientiert ("agentic") zu sein, führen dann, wenn sie bei Frauen aufgeführt sind, zu einer Abwertung der ganzen Person (Rudman & Glick, 2001). Ein 2013 durch Sheryl Sandberg breit bekannt gewordenes Beispiel dieses "Backlasheffekts" ist die Fallstudie einer Personenbeschreibung, die in einem Fall den Namen Heidi Roizen, im anderen Fall den Namen Howard Roizen trägt. Es zeigt sich, dass Heidi und Howard zwar als gleichermaßen kompetent beurteilt werden, Howard bei identischer Beschreibung aber als liebenswert, authentisch und freundlich, Heidi hingegen als aggressiv, selbstvermarktend und machthungrig wahrgenommen wird (Fallstudie von Flynn, Anderson & Brion, zitiert nach Ely, Ibarra & Kolb, 2011). Die negative Bewertung eines Abweichens von den für das Geschlecht als typisch wahrgenommenen Verhaltensweisen ist auch in männlichen Personenbeschreibungen zu beobachten: Hypothetische Personen, die in Teilzeit arbeiten wollten, wurden als Mann deutlich negativer beurteilt (Vandello, Hettinger, Bosson & Siddiqi, 2013). Ebenso werden Männer, die Elternzeit nehmen möchten, in gemeinhin stärker mit als feminin geltenden Eigenschaften (z.B. schwach, unsicher) in Verbindung gebracht, und weniger mit als maskulin geltenden Eigenschaften (z.B. ehrgeizig, konkurrenzbetont) - sie erhalten ein "femininity stigma" (Rudman & Mescher, 2013).

1.2.4 Ambivalenz von Geschlechterstereotypen

Im Kontext von Geschlechterstereotypen wurde ausführlich erforscht, dass Vorurteile und Stereotypen nicht gleichzusetzen sind mit Antipathie. Glick & Fiske sprechen von "benevolent" Sexismus: Hier wird solche Mitglieder des anderen Geschlechts, die rollenkonform wahrgenommen werden, besondere Zuneigung entgegengebracht. Um dies zu erfassen entwickelten sie das Konzept des ambivalenten Sexismus, welcher mit dem Ambivalent Sexism Inventory messbar ist. Grund für diese Ambivalenz ist die wechselseitige Abhängigkeit der Geschlechter voneinander, gekoppelt mit einer strukturellen männlichen Dominanz – darauf basiert beispielsweise auch der Stereotyp der „Frau, die beschützt werden muss“ (Glick & Fiske, 1996, 2001; Glick & Fiske, 2011). Heterosexuelle Männer und Frauen sind sowohl mögliche Partner für ein Liebesverhältnis als auch Fremdgruppenmitglieder, die Zugang zu den gleichen sozialen Ressourcen beanspruchen (Status, Arbeitsverhältnis etc.). Insofern beziehen sie sich aufeinander immer sowohl auf der Zwischengruppen-, als auch der zwischenmenschlichen Ebene.

Ambivalenterweise zeigen Männer die zum Sexismus neigen somit Hostilität gegenüber Frauen, die als Wettbewerberinnen wahrgenommen werden (z.B. für eine Beförderung), aber Benevolenz gegenüber Frauen, die als Geschlechtspartner relevant sind (z.B. als Ehefrau) – der Bruch der Geschlechterrollenkonformität erweckt Ablehnung, Konformität werden Wohlwollen (Glick & Fiske, 2001). Entsprechend werden (manche) Frauen als manipulative Gegner angesehen, denen man nicht vertrauen kann, andere werden als liebenswert und warmherzig wahrgenommen. Typischerweise werden Frauen dann einem paternalistischen Weltbild als warmherzig, aber nicht kompetent, stereotypisiert, während Männer neidvoll stereotypisiert werden, nämlich als kompetent, aber nicht warm (Eckes, 2002). Auch Frauen zeigen Männern gegenüber ambivalenten Sexismus, moderiert z.B. durch eigene Bindungsangst (Hart, Hung, Glick, & Dinero, 2012). Insgesamt spielt der Sexismus von Frauen gegenüber Männern auch eine entscheidende Rolle dabei, Geschlechterstereotypen zu verstärken und männliche Dominanz aufrechtzuerhalten (Glick et al., 2004).

Sexistische Wahrnehmung zeigen also sowohl Männer als auch Frauen und zwar wiederum sowohl gegenüber dem eigenen wie auch dem anderen Geschlecht. Für den Umgang mit Personas ergeben sich hieraus weitreichende Konsequenzen, bedeuten die Erkenntnisse zu Geschlechterstereotypen doch unter anderem, dass Eigenschaften, die eine männliche Persona sympathisch machen, eine weibliche unsympathisch machen können – und umgekehrt. Auch die Erkenntnisse über die Ambivalenz von Geschlechterstereotypen stellen eine Herausforderung dar, denn wenn das Ziel ist, dass sich mit einer Persona identifiziert wird und diese sympathisch ist (Nielsen, 2013), diese Identifikation und Sympathie (und damit die mögliche Empathie) aber gleichzeitig vom Sexismus des Betrachters oder der Betrachterin bestimmt wird, dann stellt die Erstellung einer Persona immer einen Balanceakt dar.

1.3 Forschung über Personas und Stereotypen

Im diesem Kapitel werden Erkenntnisse und Annahmen über Folgen stereotyper Beschreibungen sowie bestehende Ansätze durch Reduzierung oder Vermeidung stereotyper Zuschreibungen von Eigenschaften bei Personas dargestellt.

Personas dienen im Idealfall dazu, dass man sich auf die avisierten Nutzerinnen und Nutzer einlässt, dass man durch den Aufforderungscharakter von Geschichten und von echten Menschen Einblicke in deren Wünsche, Anforderungen und Erwartungen erhält. Durch ein Verständnis für die Menschen und ihre Geschichten können lebhaftere und realistischere Personas geschaffen werden, in die man sich hineinversetzen und die Welt aus deren Perspektive betrachten kann. Diese "sich einlassende", engagierte Perspektive" (Nielsen, 2013) soll die Personen, die entwickeln und gestalten, davon abhalten, die Nutzenden stereotyp zu betrachten. Startpunkt dieser Perspektive sind Interaktionen mit anderen Menschen: Wir treffen Personen in bestimmten Kontexten, spiegeln uns in ihnen, erleben sie als gleichzeitig ähnlich und unterschiedlich. Dabei verarbeiten wir zwei verschiedene Arten von Informationen: Einerseits ordnen wir Wissen über Personen in Kategorien, d.h. Stereotypen, andererseits nehmen wir für die Person spezifische Eigenschaften wahr (Fiske, 2011; Neuberger & Fiske, 1987).

1.3.1 Vermeidbarkeit von Stereotypen

Turner und Turner beschäftigen sich mit der Frage, ob der Einsatz von Stereotypen vermeidbar sei, und zeichnen ein Spannungsfeld zwischen dem Nutzen von und den Einschränkungen durch Stereotype auf. Sie weisen darauf hin, dass es obwohl der Wunsch nach einem gutem Modell für "human factors" schon bald in der Mensch-Computer-Interaktion auftauchte, diese Modelle vor dem Dilemma stehen, das passende Maß zwischen individuellen Besonderheiten und der nötigen Reduzierung von Komplexität zu finden (Turner & Turner, 2011). Aquino and Filgueiras (2005) and Avergerinou and Andersson (2007) legen die bewusste Betrachtung von Personas als Archetypen nahe, wobei die Abgrenzung von Stereotypen und Archetypen nicht klar erfolgt. Ljungbald and Holmquist (2007) schlagen Szenarien-Übertragungen ('transfer scenarios') vor. Bei dieser Verfremdungstechnik, werden Personen in ähnlichen Situationen wie dem späteren Nutzungskontext betrachtet, um verschiedene Sichtweisen einfließen zu lassen. Sharrock (1994) stellte fest, dass im Entwicklungsteam neben der schriftlichen Repräsentation der Personas in Diskussionen sehr häufig Stereotype verbalisiert werden.

1.3.2 Personas engagiert und engagierend gestalten

In ihrem Buch "Personas – User Focused Design" stellt Lene Nielsen (2013) die "sich einlassende, engagierte" (engaging) Methode der Personagegestaltung dar – eines ihrer Ziele ist dabei, die automatische Informationsverarbeitung zu reduzieren. Sie zeigt auf, dass Design- und Entwicklungsteams für sich immer – implizit oder explizit – Repräsentationen der Nutzenden entwickeln. Wenn sie nur wenig über eine Person wissen, haben sie keine andere Möglichkeit, als auf Basis von Aussehen, Ähnlichkeiten und vorhandenen Kategorisierungen Rückschlüsse über dieses Individuum zu ziehen. Solche stereotypen Repräsentationen geben jedoch gerade keinen Einblick in die Besonderheiten der Situationen der Nutzenden und schmälern damit die Möglichkeit, auf dieser Basis weiter zu explorieren und künftige Lösungen zu finden. Eine sich einlassende Beschreibung umfasst breites Wissen über die Nutzenden, die Daten sollten Informationen über den sozio-demographischen Hintergrund, psychologische Charakteristika und den emotionalen Bezug zum geplanten Einsatzgebiet der Software, des Produkts etc. enthalten. Nielsen schlägt eine vorsichtige Balance von empirischem

Wissen und fiktiven Elementen vor: Ziel ist dabei, ein Maximum an Empathie mit der Persona zu ermöglichen.

Sie schildert das Negativ-Beispiel eines Firmenverbands, der acht Arbeitertypen entwickelt hat – mit Namen wie Karla Klatschbase, Gerd Gegenteilig und Anton Arbeitabweiser (Nielsen, 2013, S. 64). Sie verdeutlicht, dass eine solche Herangehensweise in vielfacher Hinsicht problematisch ist: Jede Persona hat einen Namen, der eine negative Kategorisierung impliziert, d.h. es macht es Personen schwer, sich damit zu identifizieren. Die Typen sind eher unsympathisch und verstärken Geschlechterstereotype, zum Beispiel weil das Klatschen mit einem weiblichen Typ assoziiert wird.

Personas sollten entsprechend nicht als allgemeine Beschreibungen festgehalten und einen Rückgriff auf Stereotype vermeiden. Hierzu gilt es, nicht allgemeine Beschreibungen zu liefern, sondern glaubhafte, komplex gezeichnete Figuren zu entwickeln – denn die Arbeit mit Personas ist nur dann sinnvoll, wenn der Umgang mit der Persona eine Identifikation ermöglicht und zur Beschäftigung mit ihr einlädt. Hierzu ist es wichtig, mehr als nur eine Eigenschaft der Person zu nennen und darauf zu achten, dass nicht ein Stereotyp beschrieben wird, in dem die gleiche Information in verschiedener Art und Weise wiederholt wird. Nielsen (2013) geht davon aus, dass es oft nur einige Anpassungen braucht, um stereotype Beschreibungen aufzubrechen. Dabei sollten Persona-Beschreibungen auf den Bereich fokussiert werden, für den sie auch eingesetzt werden sollen – und es sollte zu jedem Zeitpunkt klar sein, dass das Ziel der Persona ist, dass diejenigen, die mit den Personas arbeiten, sich identifizieren können und so ein besseres "Gefühl" dafür bekommen, wie eine gute Lösung aussehen könnte.

1.3.3 Zusammenhang von Detailgrad und Stereotypisierung

Die grundlegenden psychologischen Funktionsweisen die beim Einsatz von Personas genutzt werden beschreibt Grudin (2006), als Nutzung der Tatsache, dass wir Menschen die Fähigkeit haben, uns ohne größere kognitive Anstrengungen in die uns umgebenden Personen hineinzusetzen. Er führt aus, dass diese Fähigkeit neben der direkten Interaktion mit Personen auch beim Umgang mit fiktiven Personen beim Lesen von Büchern, Filmeschauen und Träumen, im professionellen Umfang beim Schriftstellen und Schauspielen eingesetzt wird. Er führt aus dass je nachdem wie viel Informationen wir über eine Person erhalten, wir durchaus in der Lage sind, mit sehr differenzierten Modellen von Personen umzugehen – diese sind uns nur zum Teil bewusst.

Er unterscheidet in folgende Informationen, die wir bei Verhaltensvorhersagen zugrunde legen:

- Gruppen-Stereotypen
- ein fester Satz von Eigenschaften, der die Person beschreibt
- Eigenschaften, die sich mit der Zeit ändern
- Ziele, Pläne und Erwartungen bestimmen das Verhalten
- Skripte, die das Verhalten in bestimmten Situationen (z.B. im Restaurant) definieren
- Informationen über Spezialwissen, das eine Person hat, Erfahrung, formelle Bedingungen, u.ä.
- ein differenziertes, ganzheitliches Bild einer Person

Floyd et al. Stellen fest, dass Personas die nicht auf der Basis von Daten erstellt wurden, eher Stereotypen aufweisen, als wenn z.B. Marktforschungsdaten zugrunde liegen (Jahr?).

Zu den Vor- und Nachteilen argumentiert Bødker (2000), dass der Umgang und die Identifikation mit Stereotypen einfach sind. Cooper (2004) stellt fest, dass Personas, die einen verbreiteten Stereotypen aufbrechen, auf die Mitglieder des Entwicklungsteams einen unglaublichen Eindruck machen könnten. Insgesamt sieht Grudin das Nutzen von Stereotypen kritisch und empfiehlt wenn es der Projektumfang zulässt, Aufwand in die Entwicklung detaillierter Personas zu investieren.

1.4 Genderbewusste Entwicklung und Nutzung von Personas

Die Repräsentation von Personas im Allgemeinen und die Auseinandersetzung mit Geschlechterstereotypen im Entwicklungsprozesse interaktiver Systeme und Zukunftsszenarien tragen wie das Vorkommen dieser Phänomene in der Alltagskultur entweder zum Beibehalten, Wiederholen und Festigen von Rollenbildern und Stereotypen bei, oder, beim Aufmerksamsten Umgang mit Stereotypen zur Flexibilisierung von Rollen und Identitäten bei. Im Sinne des in den Europäischen Union verankerten Gender Mainstreaming ist die Beachtung geschlechter- und geschlechterrollen-spezifischer Faktoren z. B. in öffentlichen Institutionen und Forschungsprojekten verpflichtend, und ein bewusster Umgang mit diesen Faktoren gerade im Bereich von Innovationen ein wichtiger Aspekt, dessen soziale, politische sowie ökonomische Auswirkungen berücksichtigt werden sollten, um eine Entwicklung von Produkten und Systemen zu gewährleisten die genderspezifischen Unterschieden gerecht wird.

Aus folgenden Gründen ist es wichtig, die handelnden Personen nicht einseitig darzustellen: Zum einen werden Rollenzuschreibungen durch ihre Wiederholung gefestigt, dabei werden Vorurteile und Klischees oft unreflektiert übernommen. Durch das Vorhandensein und das Betonen geschlechterstereotyper Zuschreibungen werden die Handlungsspielräume von sowohl Männern als auch Frauen eingeschränkt, z.B. hinsichtlich ihres Selbstverständnisses, ihrer Anwendung von Technik, ihrer Berufswahl. Zum anderen wird durch die Verknüpfung eines Themas beispielweise mit nur einem der Geschlechter der Transfer von Innovationen in mit diesem Geschlecht nicht assoziierte Bereiche weniger suggeriert, was möglicherweise eine verlangsamte Entwicklung "innovationsferner" Bereiche zur Folge hat.

Aus den oben dargestellten Ansätzen und Erkenntnissen lässt sich ableiten, dass es von einer Vielzahl von Faktoren abhängt, ob eine Persona bzw. ein Persona-Set Geschlechterstereotype verstärkt oder vermeidet – es hängt unter anderem ab von

- der Beschreibung der Persona selbst
- dem Informationsverarbeitungsmodus der Person, die die Personas erstellt
- dem Informationsverarbeitungsmodus der Person, die die Personas einsetzt, d.h. davon ob Informationen elaboriert oder automatisch verarbeitet werden
- von der Gruppenzugehörigkeit der Person, die die Persona einsetzt und erstellt, d.h. der Frage, ob es sich um ein Eigen- oder ein Fremdgruppenmitglied handelt, Kontakte oder Freundschaften zu Mitgliedern der Gruppe, der die Persona angehört
- vom sozialen Umfeld – sowohl des Design- oder Entwicklungsteams, das die Persona verwendet,

- als auch das Umfeld der Persona, also des Persona-Sets
- vom Detaillierungsgrad und Realismus in dem die Beschreibung vorliegt
- davon, inwieweit sich die Personen die mit ihr arbeiten mit der beschriebenen Persona identifizieren können

Beim Entwurf von Personas wird deren Geschlecht oft eine untergeordnete Rolle zugeordnet und es wird ein binäres Geschlechtersystem angenommen. Die Zuschreibung von "für Männer" und "für Frauen" als typisch wahrgenommene Eigenschaften und Verhaltensweisen ist entsprechend wahrscheinlich. Deshalb sollten bei Szenarien und Persona-Sets folgende Punkte kritisch beleuchtet werden:

- soziale Identität und Status der Personas: Alter, Geschlecht, Beschäftigungsstatus, persönliche und soziale Beziehungen zu anderen Personas, Hintergrund
- Detaillierungsgrad und Basis, auf der die Beschreibungen entstanden sind
- Vorkommen stereotyper Beschreibungen

Um in Persona-Sets und Szenarien Geschlechterstereotype zu vermeiden oder bewusst damit umzugehen und insgesamt vielfältigere Aspekte zu berücksichtigen werden neben den bisher dargestellten Einflussfaktoren und dem Schaffen eines Bewusstseins dafür folgende Vorgehen diskutiert: Repräsentation von Personas in direkter Ansprache, Präsentation eines gleichgeschlechtlichen Persona-Sets, die zufällige Verteilung des Geschlechts auf Personas, Entwicklung eines "normalverteilten" Persona-Sets.

1.4.1 Repräsentation in direkter Ansprache

Eine Repräsentation in direkter Ansprache bedeutet, dass Szenarien, Rollen oder Personas in Ansprache der Lesenden formuliert werden: „Stellen Sie sich vor, haben gerade Ihre Ausbildung als Fachkraft im Vertrieb abgeschlossen, und sind auf Stellensuche.“ Bei dieser Abwandlung der Persona-Methode werden bestimmte (Haupt-)Attribute der Persona, beispielsweise das Geschlecht und das Alter, weggelassen und durch die Person, die mit der beschriebenen Situation konfrontiert wird, bewusst oder unbewusst ergänzt. Dieses Vorgehen kann genutzt werden, wenn einzelne Personen, Beispielsweise in Tests mit einem Szenario konfrontiert werden, und die weggelassenen Attribute in der Gruppe von Testpersonen entsprechend verteilt sind. Ein weiterer Einsatz wäre die Kommunikation von Zukunftsszenarien, zum Beispiel in der Öffentlichkeitsarbeit von Forschungsinstituten. Durch die direkte Ansprache wird für die Empfängerinnen und Empfänger die Distanz zu den Szenarien verringert.

Möglicherweise führt jedoch gerade das Hineinversetzen der eigenen Person in die Situation dazu, dass bei mit der eigenen Lebenssituation schwer vorstellbaren Szenarien ein abschreckender Effekt entsteht, und die Vorstellung "zu nahe geht". Gerade beim Entwickeln von Szenarien kann dieser Effekt wiederum gezielt herbeigeführt werden, um mögliche Hindernisse und Beschränkungen aufzudecken, die wenn es "nur" um eine Persona ginge, vielleicht hingenommen würden. Das Engagement mit der Beschreibung wäre also sehr hoch, für manche Zwecke aber vielleicht zu hoch.

Für die Diskussion von Requirements in einem Entwicklungsteam ist dieser Ansatz vermutlich weniger geeignet, da der Vorteil, eine Persona beim Namen nennen zu können anstatt zu beschreiben wegfällt, und die Gruppe vermutlich auch trotz geschlechtsneutraler Bezeichnung wie z.B. "Azubi" oder der Verwendung eines geschlechtsneutralen Namens wie "Chris"

der fiktiven Person ein Geschlecht zuordnen würde, da das Umdenken einen gewissen Aufwand darstellt, da persönliche Erfahrungen mit Personen die der Persona ähnlich sind mit hineinspielen, und da es bisher kaum möglich ist sich (umgangs-)sprachlich geschlechtsneutral auszudrücken.

1.4.2 Gleichgeschlechtliches Persona-Set

Beim Einsatz von Personas in Testsituationen könnte den Testpersonen ein Set an Personas präsentiert werden, das dem eigenen Geschlecht entspricht. Da in unserer Gesellschaft weitgehend ein binäres Geschlechtersystem angenommen wird, würde in der praktischen Umsetzung Männern eine Anzahl verschiedener Männer präsentiert werden, den Frauen dieselben Personas in ihrer weiblichen Form.

Dabei kann es passieren, dass sowohl beim Erstellen, als auch im Umgang mit der Persona festgestellt wird, dass eine Persona mit einem anderen Geschlecht "nicht funktioniert". An diesen Stellen lohnt es sich besonders genau hinzuschauen, welches die Ursachen dafür sind – ob durch eigene (Vor-)Urteil und Stereotypen die Kombination ungewohnt aussieht, ob die Gründe die sozialen, mehr oder weniger wandelbaren Geschlechterrollen liegen oder ob wirklich die Geschlechtszuordnung eine Kombination ausschließt.

Es ist zu beachten, dass stark von gewohnten Rollen abweichende Personas einerseits vom Entwicklungsteam als wenig glaubhaft wahrgenommen werden können, andererseits die Aufmerksamkeit erhöhen.

Es wäre zu untersuchen, ob sich die Testpersonen bei gleichgeschlechtlichen Personas besser in die Situationen einfühlen können – zum Beispiel bei der Berufswahl von Jungen und Mädchen, wird die Wichtigkeit von "role-models" betont, vielleicht ist dieses Konzept auf so konkrete Bereiche wie den Einsatz von Personas übertragbar. Was die Direktheit der Ansprache betrifft wäre diese Variante ein Kompromiss zwischen der Formulierung in direkter Ansprache und einem Persona-Set in dem verschiedene Geschlechter vertreten sind.

1.4.3 Zufällige Verteilung des Geschlechts

Beim Erstellen der Personas wird das Geschlecht, ähnlich wie beim Erstellen eines Charakters in einem Rollenspiel durch Würfeln, zufällig bestimmt. Hierbei ist vorher festzulegen welche Ausprägungen vorkommen sollen, und ob diese quotiert sind. Beim Festlegen dieser Rahmenbedingungen muss auch diskutiert werden, welcher Einfluss des Faktors Geschlecht auf die Persona im vorliegenden Kontext angenommen wird, und welcher Stellenwert diesem beigemessen wird: Geht es beispielweise in diesem Kontext um das biologische Geschlecht, oder eher um traditionell einem Geschlecht zugeschriebene Rollen wie z.B. Familienernährerin, Familienernährer, Hausfrau, Hausmann?

Auch bei der zufälligen Verteilung kann der Effekt auftreten, dass Teammitglieder der Meinung sind, dass das Geschlecht zu den vorher definierten Eigenschaften nicht "passe". Aus der Diskussion woran das liegt können auch hier wichtige Schlüsse gezogen werden, welchen Einfluss der Faktor Geschlecht im Umgang mit einer Anwendung oder einem System hat, oder angenommen wird.

1.4.4 Normalverteilte, repräsentative Personas

Um in Projekten bei denen nicht auf Marktforschungsdaten zurückgegriffen werden kann, trotzdem eine relativ objektive Basis an demographischen Daten bei der Definition von Personas zugrunde zu legen, wäre eine Möglichkeit die Definition eines Persona-Sets, das z.B. die in Deutschland lebende Bevölkerung in ihrer Gesamtheit repräsentiert, vergleichbar mit den Sinus-Milieus (Walczak, 2008) . Um den Entwickelnden einen Eindruck von der Spannbreite an Lebenssituationen zu geben, müsste ein solches Set sehr umfangreich sein. Um Prozentzahlen gut abbilden zu können, würden sich z. B. 100 Personas anbieten. Typischerweise werden in der Praxis Persona-Sets von ca. 4-10 Personas genutzt. Käme dieses Set für ein konkretes Projekt zum Einsatz, würden je nach Detailierungsgrad der Attribute vom Ursprungssset nur sehr wenige Personas in die Ziel- oder Nutzungsgruppe fallen. Dies könnte durch das Anpassen von Situationen und Attribute auf den Nutzungskontext ausgeglichen werden, und trotzdem würde noch ein guter Teil der Vielfalt und des Realismus des Ursprungsssets erhalten bleiben.

1.5 Fazit

Bei der Gestaltung und dem Einsatz von Personas greifen wir auf Stereotypen und Automatismen der Wahrnehmung zurück, die auch durch das Geschlecht einer Persona beeinflusst werden. Da es sich hierbei häufig um unbewusste Prozesse handelt, sind diese häufig schwer zu fassen und es fällt schwer, im Entwicklungsteam darüber zu sprechen. Die Mechanismen, die hier greifen, sind vor allem automatisierte Informationsverarbeitung, internalisierte Geschlechterstereotypen und die Interpretation von Verhalten und Eigenschaften auf Basis der eigenen Gruppenzugehörigkeit. Es lohnt also das genaue Hinschauen, um vor allem beim Entwickeln von Personas nicht den eigenen Wahrnehmungsfehlern zum Opfer zu fallen und mit Stereotypen oder Sexismen gespickte Personas zu entwerfen.

Um vorhandene Geschlechterstereotypen nicht in Personas festzuschreiben, können verschiedene Methoden genutzt werden, die geschlechtsbezogene Wahrnehmung aufdecken und damit diskutierbar machen können oder den Einsatz von Stereotypen unwahrscheinlicher machen, so zum Beispiel die Repräsentation der Persona in direkter Ansprache, die Darstellung der Personas in zur Testperson gleichgeschlechtlichen Persona-Set, eine zufällige Verteilung des Geschlechts über die Personas oder das Entwickeln von normalverteilten, repräsentativen Personas. Ziel ist, durch wirklich engagierten Umgang mit den Personas sicherzustellen, dass die Verarbeitung von Informationen in der Entwicklung und beim Einsatz der Personas ausreichend detailliert geschieht. Und dass durch eine Auseinandersetzung mit dem Faktor Geschlecht im aktuellen Projekt zumindest bewusstes „Doing Gender“ betrieben wird.

Literatur

Alexander, Deborah & Andersen, Kristi (1993). Gender as a Factor in the Attribution of Leadership Traits. *Political Research Quarterly*, 46(3), 527-545. doi: 10.1177/106591299304600305

Banaji, Mahzarin R. & Greenwald, Anthony G. (2013). *Blindspot: Hidden biases of good people*. Random House LLC.

- Banaji, Mahzarin R., Hardin, Curtis & Rothman, Alexander J. (1993). Implicit stereotyping in person judgment. *Journal of personality and Social Psychology*, 65(2), 272.
- Christofides, Emily, Islam, Towhidul & Desmarais, Serge (2009). Gender stereotyping over instant messenger: The effects of gender and context. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 897-901. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.004>
- Correll, Shelley J., Benard, Stephen & Paik, In (2007). Getting a Job: Is There a Motherhood Penalty? 1. *American Journal of Sociology*, 112(5), 1297-1339.
- Devine, Patricia G. (1989). Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 5.
- Dovidio, John F., Evans, Nancy & Tyler, Richard B. (1986). Racial Stereotypes: The Contents of their Cognitive Representations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(1), 22-37. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0022-1031\(86\)90039-9](http://dx.doi.org/10.1016/0022-1031(86)90039-9)
- Dragojevic, Marko & Giles, Howard (2014). The Reference Frame Effect: An Intergroup Perspective on Language Attitudes. *Human Communication Research*, 40(1), 91-111. doi: 10.1111/hcre.12017
- Eckes, Thomas (2002). Paternalistic and Envious Gender Stereotypes: Testing Predictions from the Stereotype Content Model. *Sex Roles*, 47(3-4), 99-114. doi: 10.1023/A:1021020920715
- Elmore, Kristen C. & Oyserman, Daphna (2012). If 'we' can succeed, 'I' can too: Identity-based motivation and gender in the classroom. *Contemporary Educational Psychology*, 37(3), 176-185. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cedpsych.2011.05.003>
- Ely, Robin J., Ibarra, Herminia, & Kolb, Deborah M. (2011). Taking Gender Into Account: Theory and Design for Women's Leadership Development Programs. *Academy of Management Learning & Education*, 10(3), 474-493. doi: 10.5465/amle.2010.0046
- Fiske, Susan T. (2011). The Continuum Model and the Stereotype Content. *Handbook of Theories of Social Psychology: Collection: Volumes 1 & 2*, 267.
- Foschi, Martha. (1996). Double Standards in the Evaluation of Men and Women. *Social Psychology Quarterly*, 59(3), 237-254. doi: 10.2307/2787021
- Glick, Peter & Fiske, Susan T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of personality and social psychology*, 70(3), 491.
- Glick, Peter & Fiske, Susan T. (2001). An Ambivalent Alliance: Hostile and Benevolent Sexism as Complementary Justifications for Gender Inequality. *American Psychologist*, 56(2), 109.
- Glick, Peter & Fiske, Susan T. (2011). Ambivalent Sexism Revisited. *Psychology of Women Quarterly*, 35(3), 530-535. doi: 10.1177/0361684311414832
- Glick, Peter, Lameiras, Maria, Fiske, Susan T, Eckes, Thomas, Masser, Barbara, Volpato, Chiara, . . . Sakalli-Ugurlu, Nuray. (2004). Bad but bold: Ambivalent attitudes toward men predict gender inequality in 16 nations. *Journal of personality and social psychology*, 86(5), 713.
- Hart, Joshua, Hung, Jacqueline A., Glick, Peter, & Dinero, Rachel E. (2012). He Loves Her, He Loves Her Not. Attachment Style As a Personality Antecedent to Men's Ambivalent Sexism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(11), 1495-1505.
- Heilman, Madeline E. & Parks-Stamm, Elizabeth J. (2007). Gender stereotypes in the workplace: Obstacles to women's career progress. *Advances in Group Processes*, 24, 47-77.
- Macrae, C. Neil, Milne, Alan B. & Bodenhausen, Galen V. (1994). Stereotypes as energy-saving devices: a peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(1), 37.
- Marsden, Nicola (2001). Soziale Stereotype über Internet-Nutzer. Norderstedt: BoD.

- Neuberg, Steven L. & Fiske, Susan T. (1987). Motivational Influences on Impression Formation: Outcome Dependency, Accuracy-Driven Attention, and Individuating Processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 431.
- Nielsen, Lene (2013). *Personas - User Focused Design*. Springer.
- Plant, E. Ashby & Devine, Patricia G. (1998). Internal and external motivation to respond without prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 811.
- Rudman, Laurie A., & Glick, Peter (2001). Prescriptive Gender Stereotypes and Backlash Toward Agentic Women. *Journal of Social Issues*, 57(4), 743-762. doi: 10.1111/0022-4537.00239
- Rudman, Laurie A., & Mescher, Kris (2013). Penalizing Men Who Request a Family Leave: Is Flexibility Stigma a Femininity Stigma? *Journal of Social Issues*, 69(2), 322-340. doi: 10.1111/josi.12017
- Tajfel, Henri & Turner, John C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In William G. Austin & Stephen Worchel (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall Publishers.
- Turner, Phil & Turner, Susan (2011). Is Stereotyping Inevitable When Designing With Personas? *Design Studies*, 32(1), 30-44. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.destud.2010.06.002>
- Vandello, Joseph A., Hettinger, Vanessa E., Bosson, Jennifer K. & Siddiqi, Jasmine (2013). When Equal Isn't Really Equal: The Masculine Dilemma of Seeking Work Flexibility. *Journal of Social Issues*, 69(2), 303-321. doi: 10.1111/josi.12016
- Wagner, Benjamin C. & Petty, Richard E. (2011). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion: Thoughtful and Non-Thoughtful Social Influence. In Derek Chadee (Ed.), *Theories in social psychology* (pp. 96-116). Wiley-Blackwell.
- Walczak, Dagna (2008). *Sinus-Milieus: Darstellung, Anwendung und Nutzen für die Marketing-Praxis*. GRIN-Verlag.
- Warner, Leah R. & Shields, Stephanie.A. (2013). The Intersections of Sexuality, Gender, and Race: Identity Research at the Crossroads. *Sex Roles*, 68(11-12), 803-810. doi: 10.1007/s11199-013-0281-4

Nicola Marsden ist Professorin für Medien- und Sozialpsychologie in der Fakultät für Informatik an der Hochschule Heilbronn, stellvertretende Direktorin des Heilbronner Instituts für Angewandte Marktforschung, Vorstandsmitglied des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit und wissenschaftliche Leitung des BMBF-Verbundprojekts „Gender-UseIT“, im Rahmen dessen dieser Tagungsband entstanden ist. Sie forscht in den Bereichen computervermittelte Interaktion, Gender, Motivation und Einstellungsänderung.

Jasmin Link ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Web-Application Engineering und Human-Computer-Interaction am Fraunhofer IAO in Stuttgart. Im von ihr geleiteten Interaktionslabor wird die Interaktion mit allen Sinnen erforscht und weiterentwickelt.

Elisabeth Büllesfeld ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Web-Application Engineering und Human-Computer-Interaction am Fraunhofer IAO in Stuttgart. Sie beschäftigt sich mit Zukunftskonzepten von Automaten und der Gestaltung von und Interaktion mit Prozessen im Gesundheitswesen.