Persönlichkeitsbeschreibung aus selbstdarstellungs- und eigenschaftstheoretischer Perspektive

Inaugural-Dissertation
in der Fakultät Pädagogik, Philosophie, Psychologie
der Otto-Friedrich-Universität Bamberg

vorgelegt von

Georg Merzbacher

aus

Bamberg

Bamberg, den 20.09.2007

Tag der mündlichen Prüfung: 13. Dezember 2007

Dekan:	Universitätsprofessor Dr. Heinrich Bedford-Strohm
Erstgutachter:	Universitätsprofessor Dr. Lothar Laux
Zweitgutachterin:	Universitätsprofessorin Dr. Astrid Schütz

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 6

Zusammenfassung 7

1 Einführung und Problemstellung 12

2 Theoretischer Hintergrund 17

2.1 Person und Persönlichkeit 18
2.2 Eigenschaften in der Persönlichkeitspsychologie 22

2.2.1 Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit 24
2.2.2 Die lexikalische Hypothese und das Zwischenmenschliche 31

2.3 Selbst 34
2.4 Selbstkonzept 36

2.4.1 Strukturen des Selbstkonzepts 37
2.4.2 Selbstaufmerksamkeit 38
2.4.3 Symbolische Selbstergänzung 40

2.5 Selbstdarstellung 41

2.5.1 Goffmans dramaturgisches Modell des Selbst 44
2.5.2 Eindruckssteuerung durch Selbstdarstellungstechniken 47
2.5.3 Weiterentwicklungen der Selbstdarstellungsforschung 53
2.5.4 Motive und Ziele der Selbstdarstellung 57
2.5.5 Self-Monitoring 63
2.5.6 Persönlichkeitsdarstellung 67
2.5.7 Selbstinterpretation 69
2.5.8 Sozial erwünschte Darstellung 71

3 Empirische Zielsetzungen und Fragestellungen 80

3.1 Rahmenkonzeption 80
3.2 Skalen habitueller Selbstdarstellung 84
3.3 Stabilität von Selbstdarstellung 85
3.4 Dimensionale Struktur habitueller Selbstdarstellung 85
3.5 Komparative Perspektive – Selbstdarstellungstypen 87
3.6 Persönlichkeitseigenschaften als habituelle Selbstdarstellung 89
3.7 Referenzmerkmale der Selbstdarstellung 90

3.7.1 Selbstdarstellung und sozialer Einfluss 91
3.7.2 Self-Monitoring - akquisitive und protektive Selbstdarstellungsmotive 92
3.7.3 Persönlichkeitsdarstellung 93
3.7.4 Soziale Erwünschtheit der Selbstdarstellung 93

4 Methoden 95

4.1 Stichprobenbeschreibung und Erhebungsabschnitte 95
4.2 Erfassung von Persönlichkeitsbeschreibungen im Fünf-Faktoren Modell 97
4.3 Erfassung sozialen Einflusses 102
4.4 Erfassung sozialer Erwünschtheit 114

4.5 Erfassung akquisitiven und protektiven Self-Monitorings....116
4.6 Erfassung von Persönlichkeitsdarstellung....121
4.7 Erfassung habitueller Selbstdarstellungstechniken....122

4.7.1 Revision der Self-Presentation Tactics Scale (SPTS)....123
4.7.2 Empirische Überprüfung in der Vorstudie....128
4.7.3 Faktorenstruktur der ursprünglichen SPT-Skalen....133

4.8 Neukonstruktion der Skalen habitueller Selbstdarstellung....134

4.8.1 Entwicklung des neuen Itempools zur Erfassung habitueller Selbstdarstellung....134
4.8.2 Komponentenstruktur habitueller Selbstdarstellungen....136

5 Ergebnisse und Diskussion zu den einzelnen Fragestellungen....143

5.1 Skalen habitueller Selbstdarstellung – SHSD....143

5.1.1 Eigenwerbung (*self-promotion*)....145
5.1.2 Entschuldigung (apology)....148
5.1.3 Untertreibung (understatement)....150
5.1.4 Selbstoffenbarung (self-disclosure)....151
5.1.5 Einschüchterung (intimidation)....153
5.1.6 Beispielhaftigkeit (exemplification)....154
5.1.7 Abwerten (blasting)....155
5.1.8 Liebenswürdigkeit (kindness)....157
5.1.9 Selbstbehinderung (self-handicapping)....159
5.1.10 Rechtfertigung (justification)....160
5.1.11 Einschmeicheln (ingratiation)....163
5.1.12 Deskriptive und Korrelationen der Skalen habitueller Selbstdarstellung....164

5.2 Dimensionale Struktur habitueller Selbstdarstellung....167

5.2.1 Selbstdarstellungsfaktor Freundlichkeit....169
5.2.2 Selbstdarstellungsfaktor Assertivität....170
5.2.3 Selbstdarstellungsfaktor Selbstabwertung....170
5.2.4 Sekundärstruktur habitueller Selbstdarstellung....171
5.2.5 Diskussion der Taxonomie habitueller Selbstdarstellung....172

5.3 Die Identifikation von Selbstdarstellungstypen....176
5.4 Beschreibung der fünf Selbstdarstellungscluster....181

5.4.1 Cluster 1: Die Selbstdarstellung des wenig-präsentierenden Typs....184
5.4.2 Cluster 2: Die Selbstdarstellung des selbstabwertenden Typs....185
5.4.3 Cluster 3: Die Selbstdarstellung des freundlichen Typs....185
5.4.4 Cluster 4: Die Selbstdarstellung des assertiven Typs....186
5.4.5 Cluster 5: Die Selbstdarstellung des präsentierenden Typs....186

5.5 Das Fünf-Faktoren Modell und Selbstdarstellungstechniken....190

5.5.1 Korrelationen von Persönlichkeitseigenschaften mit Selbstdarstellungstechniken....190
5.5.2 Gemeinsame Hauptkomponentenanalyse der Facetten des NEO-PI-R und der Selbstdarstellungstechniken....199
5.5.3 Regressionsanalytische Befunde und Zusammenfassung der Ergebnisse....206

5.6 Selbstdarstellungstypen in Eigenschaftsbeschreibungen der Big Five 208

5.6.1 Varianzanalysen über die Skalen des NEO-PI-R.....208
5.6.2 Zusammenfassung der Typenunterschiede in ihren Persönlichkeitsbeschreibungen im NEO-PI-R.....229

5.7 Self-Monitoring und habituelle Selbstdarstellung.....234

5.7.1 Zusammenhangsanalysen der Self-Monitoring-Skalen mit den Skalen habitueller Selbstdarstellung.....235
5.7.2 Typenunterschiede im Self-Monitoring.....237

5.8 Sozial erwünschte Darstellung.....239

5.8.1 Soziale Erwünschtheit und Self-Monitoring Komponenten.....244
5.8.2 Komponenten sozialer Erwünschtheit in Eigenschaftsbeschreibungen des NEO-PI-R.....247
5.8.3 Korrelative Analysen sozialer Erwünschtheit und Selbstdarstellungstechniken.....249
5.8.4 Typenunterschiede der sozialen Erwünschtheit.....250

5.9 Persönlichkeitsdarstellung und habituelle Selbstdarstellung 252

5.9.1 Korrelative Analysen der Skalen zur Persönlichkeitsdarstellung und habitueller Selbstdarstellung.....255
5.9.2 Typenunterschiede der Persönlichkeitsdarstellung und ihrer Subskalen.....257

5.10 Sozialer Einfluss und habituelle Selbstdarstellung 259

5.10.1 Korrelative Analysen sozialer Einflussressourcen und habitueller Selbstdarstellung.....261
5.10.2 Typenunterschiede über die Power-Bases 265

6 Gesamtdiskussion 268

6.1 Selbstinterpretation und habituelle Selbstdarstellung 269
6.2 Habituelle Selbstdarstellung als intentionales Handeln 271
6.3 Selbstdarstellungstypen und ihre Merkmalskonfigurationen.....273

6.3.1 Der wenig-präsentierende Typ (Typ-WP) 274
6.3.2 Der selbstabwertende Typ (Typ-S).....278
6.3.3 Der freundliche Typ (Typ-F) 282
6.3.4 Der assertive Typ (Typ-A).....286
6.3.5 Der präsentierende Typ (Typ-P) 290

6.4 Weiterführende Diskussionen und Kritik.....295

6.4.1 Differenzierte Begriffsdefinition der Selbstdarstellung.....295
6.4.2 Selbstdarstellung, Big Five und die lexikalische Hypothese 296
6.4.3 Persönlichkeitsdarstellung – Authentizität und Mitteilungsbedürfnis ..298
6.4.4 Implikationen für die selbstdarstellungs- und eigenschaftstheoretische Perspektive.....300

7 Abbildungsverzeichnis 303

8 Tabellenverzeichnis 304

9 Literaturverzeichnis.....307

Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen meiner Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Persönlichkeitspsychologie der Universität Bamberg. Sie profitierte durch die gemeinsamen Forschungsbemühungen unseres Wissenschaftlerteams zum Thema Selbstdarstellung.

Daher möchte ich mich zunächst bei meinem Doktorvater und meinen Kollegen, aber auch bei weiteren Personen bedanken, die alle auf ihre eigene Art und Weise eine wichtige Rolle bei der Entstehung dieser Arbeit gespielt haben.

Mein vordringlichster Dank gilt Prof. Dr. Lothar Laux, der mir die Bearbeitung dieses interessanten Themas ermöglicht hat und mich durch die Betreuung in Form von konstruktiven Gesprächen wesentlich bei der Verwirklichung dieser Arbeit unterstützte. Seine Rückmeldungen, Anregungen und Hinweise während der Erstellung der Dissertationsarbeit trugen zur Bewältigung dieses weiten Forschungsthemas bei. Für ihre Hilfsbereitschaft und Unterstützung danke ich meinen Kollegen Dr. Karl-Heinz Renner, Anja Geßner und Kerstin Schorch.

Prof. Dr. Astrid Schütz (Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik an der Technischen Universität Chemnitz) sage ich Dank, die sich bereit erklärte, die Begutachtung der Arbeit neben dem Erstgutachter Prof. Dr. Lothar Laux zu übernehmen.

Mein besonderer Dank gilt Utta Kiesant für ihre motivierende Haltung und ihren unermüdlichen Zuspruch in den beschwerlichen Phasen der Fertigstellung der Dissertation. Erika Kiesant und Prof. Dr. Knut Kiesant sowie Prof. Dr. Herbert Selg danke ich für die Durchsicht dieser Arbeit und die hilfreichen Anmerkungen sowie ihren stärkenden Beistand.

Georg Merzbacher

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit verfolgt das Ziel, Beschreibungen der Persönlichkeit aus der selbstdarstellungstheoretischen Perspektive auf Persönlichkeitseigenschaften des Fünf-Faktoren-Modells (FFM) zu beziehen. Es wird der Frage nachgegangen, in welchem Zusammenhang die Selbstdarstellung von Menschen mit den Beschreibungen ihrer Persönlichkeitseigenschaften der Big Five, wie sie das FFM repräsentiert, steht.

Persönlichkeitsbeschreibung im selbstdarstellungstheoretischen Rahmen:
Ausgangspunkt der Arbeit ist die Auffassung, dass sich der selbstdarstellungs- und der eigenschaftstheoretische Ansatz miteinander vereinbaren lassen (vgl. Laux, 1992). Selbstdarstellung bzw. Selbstinterpretation umfasst alle Versuche, anderen mitzuteilen, wie wir uns selbst sehen oder gesehen werden möchten, um intra- und interpersonelle Ziele zu erreichen. Durch die Auswahl, Gestaltung und Wiedergabe von Selbstbildern bemühen sich Menschen in interindividuell unterscheidbarer Intensität und Form, den vermittelten Eindruck der eigenen Person zu kontrollieren und zu steuern. Damit wird nicht nur beeinflusst, wie andere Menschen uns wahrnehmen und auf uns reagieren, sondern gegebenenfalls auch unsere Sicht auf die eigene Person. Die Bezeichnung Selbstinterpretation ist der Versuch, eine vorurteilsfreie Formulierung des Begriffs Selbstdarstellung für die Eindruckssteuerung der eigenen Person zu finden, die sich auf alle Formen des selbstbezogenen Impression Managements beziehen, ob diese nun sozial abgewertet werden oder nicht. Selbstinterpretation ist im Gegensatz zur Selbstdarstellung in der Alltagssprache nicht mit negativen Konnotationen wie Manipulation, Oberflächlichkeit und Unredlichkeit verknüpft. Da Selbstinterpretation alle Formen der Selbstdarstellung umfasst, die Vermittlung authentischer Merkmale wie auch Präsentationen, die eine Erweiterung des Selbst durch Übertreibung, cleveres Bluffen etc. einschließen, werden beide Begriffe, soweit sie inhaltlich Identisches meinen, synonym gebraucht.

In der Selbstdarstellung werden Selbstbilder, d.h. subjektive selbstbezogene Einschätzungen über die eigene Person oder auch vorgestellte mögliche Merkmale u. a. durch verbales Verhalten, besonders direkt aber durch selbstbezogene Aussagen vermittelt. Werden dauerhaft Selbstbilder in einer bestimmten Form vorgestellt, wird von habitueller Selbstdarstellung gesprochen, die sich im intentionalen Einsatz von Selbstdarstellungstechniken äußert. Techniken der Selbstdarstellung sind in der Selbstdarstellungsforschung kategorisierte Verhaltensweisen, wie z.B. *Liebenswürdig erscheinen* (*kindness*), *Entschuldigungen verwenden* (*apologies*) oder *Eigenwerbung betreiben* (*self-promotion*). Bei der letztgenannten Technik weist der Akteur – die selbstdarstellende Person – z.B. durch Selbstextension (z.B. Erweiterung eines kompetenzbezogenen Bildes der eigenen Person) auf eigene Leistungen besonders hin (*enhancement*) oder fordert durch verbale Statements von Interaktionspartnern Würdigung eigener Erfolge ein (*entitlement*). Selbstdarstellungstechniken sind als intentionale und selbstinitiierte Handlungsschemata zu sehen, die der eigenen Person zugänglich sind und in ihrer Aus-

richtung auf ein Ziel über die bloße Selbstwahrnehmung eigenen Verhaltens hinausgehen. Der intentionale, d.h. bewusste, zielbezogene bzw. absichtsvolle Einsatz von Selbstdarstellungstechniken muss nicht zwingend dem subjektiven Empfinden authentisch zu agieren entgegenstehen.

Bei eigenschaftsorientierten Persönlichkeitsmodellen wie dem Fünf-Faktoren-Modell werden die Dispositionen häufig durch die Methode der Selbstbeurteilung in Fragebogenverfahren erhoben. Reaktionen auf Fragebogenitems werden bei ausreichender Konsistenz und relativer Stabilität als Ausprägungen von Persönlichkeitseigenschaften des selbstbeurteilenden Probanden aufgefasst. Persönlichkeits-Selbstbeschreibungen im Fragebogen bieten für Probanden eine ausgezeichnete Möglichkeit, ihre jeweiligen Selbstdarstellungstendenzen umzusetzen und bestimmte habituelle Selbstbilder zu präsentieren. Für den Vergleich habitueller Selbstdarstellung mit den Ausprägungen auf Persönlichkeitseigenschaften des Fünf-Faktoren-Modells bietet sich das Selbstbeschreibungsverfahren NEO-PI-R (Ostendorf & Angleitner, 2004) aufgrund seines hierarchischen Aufbaus mit detaillierter Facettenstruktur sowie der zahlreichen konstruktvalidierenden Belege vorzugsweise an.

Eine Hauptfragestellung dieser Arbeit war es, ob und wie sich die als grundlegende Persönlichkeitseigenschaften propagierten Dimensionen des Fünf-Faktoren Modells der Persönlichkeit (vgl. Angleitner, Ostendorf & John, 1990; McCrae & Costa, 1987; Goldberg, 1990, 1993) mit intentionaler habitueller Selbstdarstellung verknüpfen lassen. Die als *Big Five* bezeichneten Dimensionen *Neurotizismus*, *Extraversion*, *Offenheit für Erfahrungen*, *Verträglichkeit* und *Gewissenhaftigkeit* wurden durch das Selbstbeschreibungsverfahren NEO-PI-R (Ostendorf & Angleitner, 2004) erfasst.

Zeigen Personen langfristige und konsistente Selbstdarstellungsbemühungen durch den wiederholten Einsatz spezifischer Selbstdarstellungstechniken, wird erwartet, dass sich diese habituelle Selbstdarstellung in charakteristischen Persönlichkeitsbeschreibungen äußert, z.B. in der Selbstbeschreibung bei der Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften des Fünf-Faktoren Modells. Wenn mit den Big Five Unterschiede in wesentlichen Persönlichkeitsdimensionen im zwischenmenschlichen Umgang beschrieben werden und durch Selbstdarstellung Selbstbilder vermittelt werden, die zentral für soziale Interaktionen sind, sollten sich funktional interpretierbare Bezüge zwischen Ausprägungen der Persönlichkeitseigenschaften und der Selbstdarstellung von Personen nachweisen lassen.

Habituelle Selbstdarstellung und Persönlichkeitseigenschaften – Methoden und Ergebnisse

Um Selbstdarstellung als habituellen Einsatz von Selbstdarstellungstechniken sowie weitere relevante Selbstdarstellungskonstrukte (z.B. Self-Monitoring, soziale Einflusserwartung, soziale Erwünschtheit, Persönlichkeitsdarstellung) erfassen und auf die Persönlichkeitseigenschaften des Fünf-Faktoren-Modells beziehen zu können, wurden mehrere Fragebogenuntersuchungen durchgeführt. Die Datenerhebung fand im Rahmen

einer Voruntersuchung (N = 44), der Hauptuntersuchung (N = 325) und einer Retest-Studie (N = 66) statt.

Auf der Grundlage der neu konstruierten Skalen der Persönlichkeitsbeschreibung konnten Häufigkeitseinschätzungen im Einsatz von Selbstdarstellungstechniken als Messung habitueller Selbstdarstellung realisiert werden. Hierzu wurden aus theoriegeleiteten Taxonomien die 11 Selbstdarstellungstechniken *Eigenwerbung*, *Beispielhaftigkeit*, *Abwerten anderer*, *Untertreibung*, *Einschmeicheln*, *Selbstbehinderung*, *Liebenswürdigkeit*, *Selbstoffenbarung*, *Entschuldigen*, *Einschüchtern* und *Rechtfertigen* in Verhaltensbeschreibungen überführt, faktorenanalytisch überprüft und skaliert. Die 11 Skalen habitueller Selbstdarstellung wiesen gute bis sehr gute psychometrische Kennwerte auf.

Die Ausprägungen der Selbstdarstellungsskalen ließen sich anhand der konsistenten Erfassung und der temporären Stabilität einer Test-Reteststudie als Merkmale habitueller Selbstdarstellung auffassen. Anhand der Reteststudie mit 66 Probanden, die auch an der Hauptstudie (N = 325) teilgenommen hatten, wurde nach 11 bis 12 Monaten (nach 337 bis 358 Tagen) für alle neuen Skalen eine ausreichend hohe Stabilität habitueller Selbstdarstellung nachgewiesen. Die Rangordnungspositionen der einzelnen Selbstdarstellungstechniken, d.h. die Häufigkeiten, mit der Probanden die verschiedenen Selbstdarstellungstechniken nutzten, blieben nach über 11 Monaten zu 100% konstant.

Mit Hilfe einer sekundären Faktorenanalyse konnten die erfassten Techniken in die Dimensionen *assertive*, *selbstabwertende* und *freundliche* Selbstdarstellung zusammengefasst werden. Aus multivariaten Ausprägungsmustern der drei habituellen Selbstdarstellungsdimensionen ließ sich eine Klassifikation von Personen durch clusteranalytische Methoden bilden, die als Selbstdarstellungstypen verstanden werden. Die Probanden der Haupt- und Reteststudie konnten als *wenig-präsentierender*, *selbstabwertender*, *freundlicher*, *assertiver* und *präsentierender* Selbstdarstellungstyp klassifiziert werden. Diese wurden in ihren Unterschieden beschrieben und in ihren weiteren Persönlichkeitsbeschreibungen verglichen.

Habituelle Selbstdarstellung wurde mit den Persönlichkeitseigenschaften aus dem Selbstbeschreibungsverfahren des NEO-PI-R (Ostendorf & Angleitner, 2004) korreliert. So konnte der Frage nachgegangen werden, ob und wie die Beschreibungen im Fragebogen zur Erfassung von grundlegenden Persönlichkeitseigenschaften mit intentionalen Bemühungen verbunden sind, ein bestimmtes Bild der eigenen Person zu vermitteln. Ausprägungen auf Eigenschaftsdimensionen des Fünf-Faktoren Modells wurden zunächst mit der Einsatzhäufigkeit von Selbstdarstellungstechniken korreliert. Persönlichkeitseigenschaften im Fünf-Faktoren-Modell weisen sowohl auf den Hauptskalen des NEO-PI-R, den so genannten Big Five, wie auch in der differenzierteren Eigenschaftsstruktur der Facetten substantielle Zusammenhänge mit einzelnen Selbstdarstellungstechniken auf.

Doch nicht allein die Selbstbeschreibungen auf den Eigenschaftsdimensionen des NEO-PI-R sind für die Interpretation intentionaler Selbstdarstellung relevant. Hypothesen der Selbstdarstellungsforschung verweisen wiederholt (vgl. z.B. Tedeschi & Nor-

man, 1985) auf das Motiv, durch Selbstdarstellung den persönlichen Einfluss auf andere Personen zu erhöhen. Zur Prüfung dieser Annahme wurden neben den Skalen habitueller Selbstdarstellung soziale Einflussressourcen (Power-Bases) in fünf Selbstbeschreibungsskalen operationalisiert. Sie erfassen sozialen Einfluss getrennt nach Durchsetzungs-, Identifikations-, Belohnungs-, Experten- und Legimimationsmacht.

Es konnte gezeigt werden, dass lediglich assertive und freundliche Selbstdarstellungstechniken mit der Überzeugung zusammenhängen, sozialen Einfluss zu besitzen. Der Einsatz selbstabwertender Techniken, wie *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*), *Einschmeicheln* (*ingratiation*) oder *Untertreibung* (*understatement*), weist keinen systematischen Zusammenhang mit sozialen Einflussüberzeugungen auf. Für das Motiv soziale Macht bzw. sozialer Einfluss zeigen diese Ergebnisse, dass eine differenzierte Interpretation der Beweggründe für Selbstdarstellung angemessen erscheint.

Mit den primär selbstdarstellungsrelevanten Persönlichkeitsmerkmalen Self-Monitoring, soziale Erwünschtheit und Persönlichkeitsdarstellung konnten die elf neu erstellten Skalen habitueller Selbstdarstellung (SHSD) beurteilt werden. Hierbei zeigten sie die erwarteten konvergenten und diskriminativen Bezüge zu den eingeführten Selbstdarstellungskonzepten. So wies z.B. Self-Monitoring als Maß der Überwachung des eigenen Selbstdarstellungsverhaltens in der Komponente des *akquisitiven Self-Monitorings* positive korrelative Zusammenhänge mit *freundlicher Selbstdarstellung* auf, *protektives Self-Monitoring* korrelierte positiv sowohl mit *freundlicher*, als auch mit *selbstabwertender Selbstdarstellung*. *Assertive Selbstdarstellung* zeigte lediglich schwache oder Nullkorrelationen mit den Self-Monitoring Variablen.

Der Einsatz von Selbstdarstellungstechniken konnte durch die parallele Erhebung der sozialen Erwünschtheitsskala nach Stöber (1999) hinsichtlich der sozialen Akzeptanz bewertet werden. Weitgehend negative Korrelationen zwischen der Skala soziale Erwünschtheit und den Selbstdarstellungstechniken verwiesen auf eine größtenteils sozial missbilligende Bewertung intentionaler Selbstpräsentation. Als sozial erwünscht erscheint lediglich die Selbstdarstellungstechnik *Entschuldigen* (*excuse*). Weitere freundliche Selbstdarstellungstechniken, wie *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) und *Liebenswürdigkeit* (*kindness*), sind durch Nullkorrelationen indifferent hinsichtlich ihrer sozialen Erwünschtheit.

Neben dem variablenorientierten Vorgehen durch korrelative Methoden stand eine empirisch untermauerte personenzentrierte Klassifikation von Selbstdarstellung im Mittelpunkt dieser Arbeit. Eine Clusteranalyse mit den drei Dimensionen assertiver, freundlicher und selbstabwertender Selbstdarstellung als Klassifikationsvariablen ergab die folgenden fünf Selbstdarstellungstypen: 1. den *wenig-präsentierenden Typ*, der kaum intentionale Einflussbemühungen zeigt, 2. den *selbstabwertenden Typ*, der vor allem durch *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*), *Untertreibung* (*understatement*) und *Schmeicheleien* (*ingratiation*) von anderen Hilfe und Aufwertung sucht, 3. den *freundlichen Typ*, der vorwiegend durch den Einsatz von *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*), *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) und *Entschuldigungen* (*apologies*) den eigenen Wert in interpersonellen Beziehungen aufbaut, 4. den *assertiven Typ*, der großen Wert auf die

Präsentation der eigenen Überlegenheit durch *Eigenwerbung* (*self-promotion*), eigene *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*) und *Abwertung anderer* (*blasting*) legt und 5. den präsentierenden Typ, der als vielfältiger „Schauspieler“ mit einem Höchstmaß im Einsatz unterschiedlichster Selbstdarstellungstechniken Einfluss bei anderen erzielen möchte.

Wird Selbstdarstellung als intentionaler, also absichtsvoller Einsatz von Selbstdarstellungstechniken aufgefasst, weisen distinkte Ausprägungsmuster habitueller Selbstdarstellung spezifische Eigenschaftskonstellationen im Fünf-Faktoren-Modell auf. Die Selbstdarstellungstypen unterscheiden sich bedeutsam hinsichtlich ihrer Persönlichkeitsbeschreibungen auf den so genannten Big Five.

Zwischen den fünf Selbstdarstellungstypen zeigen sich Unterschiede in den Ausprägungen auf vier der fünf Hauptskalen des NEO-PI-R – Neurotizismus, Extraversion, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit. Lediglich auf der Hauptskala Offenheit für Erfahrungen können keine differentiellen Selbstdarstellungseffekte nachgewiesen werden. Die Persönlichkeitsausprägungen der Selbstdarstellungstypen auf den Hauptskalen (Persönlichkeitsdimensionen) und besonders differenziert auf den Subskalen (Facetten) des NEO-PI-R lassen sich funktional stimmig den intendierten Selbstbildern zuordnen. Diese Hauptergebnisse werden durch konsistent interpretierbare Typenunterschiede in den Ausprägungen selbstdarstellungsrelevanter Persönlichkeitsmerkmale wie soziale Erwünschtheit, Self-Monitoring und Persönlichkeitsdarstellung bestätigt.

In einer generellen Diskussion (vgl. Abschnitt 6) werden die zentralen Resultate der variablen- und personenzentrierten Methoden der Arbeit dargelegt und erörtert. So sind in Persönlichkeitsbeschreibungen sowohl die charakteristischen Präferenzen als auch der Verzicht auf bestimmte Selbstdarstellungen deutlich mit spezifischen Eigenschaftszuschreibungen verbunden. Auf der Datengrundlage von Selbstbeschreibungen lässt sich nicht beantworten, ob intentionale Handlungen, wie sie sich in verschiedenen Selbstdarstellungstechniken ausdrücken, ggf. post hoc Begründungen darstellen, die sich aus Verhaltensdispositionen erklären ließen.

Aus einer generalisierenden dramaturgischen Perspektive menschlichen Verhaltens kann sowohl der bewusste und inszenierte Einsatz als auch die Distanzierung von Selbstdarstellungstechniken als spezifische Selbstinterpretation bzw. Selbstdarstellung in einem weiten Sinn verstanden werden. Persönlichkeitsbeschreibungen der Selbstdarstellung im Rahmen persönlichkeitspsychologischer Eigenschaftsmodelle beruhen immer auf der subjektiven Konstruktion der Selbstbilder. So werden Möglichkeiten der Selbstgestaltung und -verantwortung dieser Kognitionen bzw. Illusionen, wie sie sich in der Selbstdarstellung i. w. S. äußern, von herausragendem Interesse für die Persönlichkeitspsychologie sein.

1 Einführung und Problemstellung

Mit dieser Arbeit möchte ich Persönlichkeitsbeschreibungen aus der Perspektive des selbstdarstellungs- und eigenschaftstheoretischen Ansatzes aufeinander beziehen und in ihren Zusammenhängen interpretieren. Die Selbstbeschreibung in Fragebogenverfahren wird dabei als gemeinsame empirische Basis sowohl zur Erfassung von Eigenschaften als auch zur intentionalen Präsentation von Selbstbildern herangezogen.

Wenn Personen über sich berichten, stellen sie sich auf verschiedene Weise selbst dar. Sie zeigen durch unterschiedliche Inhalte und Häufigkeiten ihrer Darstellungen ein individuelles Bild ihrer Person. So stellen etwa einige Personen häufiger als andere ihre Erfolge in den Mittelpunkt, andere reden verstärkt von ihren aktuellen Empfindungen und wieder andere Personen fallen z.B. dadurch auf, dass sie begründen, warum wieder etwas nicht so erfolgreich verlaufen ist, wie sie es planten. Jeder von uns zeichnet mit seinen Selbstberichten – sich selbst und anderen gegenüber – ein einzigartiges Bild seiner eigenen Person. Selbstberichte können mit der Intention verbunden sein, einen bestimmten Eindruck bei anderen zu hinterlassen. Es scheint für kaum jemanden vollkommen gleichgültig zu sein, welchen Eindruck er bei anderen hinterlässt – wenn auch das Ausmaß und die Form des Bemühens um einen bestimmten Eindruck interpersonell verschieden sind.

Das zielbezogene und absichtsvolle, also intentionale Bemühen, bestimmte Bilder der eigenen Person zu vermitteln, wird in der Psychologie unter dem Begriff der Selbstdarstellung subsumiert (vgl. Leary & Kowalski, 1990; Mummendey, 1995; Schlenker, 2003). Selbstdarstellung kann womöglich im Alltagsverständnis schnell den Anschein von „Gewieftheit“ und „Ablenkungsmanövern“ erwecken. In der psychologischen Forschung werden unter dem Begriff der Selbstdarstellung alle Formen der Eindruckslenkung zusammengefasst, ob diese nun durch Verstellung und Täuschung oder den wahrhaftigen Ausdruck von als echt empfundenen Merkmalen der eigenen Person umgesetzt werden. Laux (1992) sowie Laux und Renner (1994) möchten den Begriff Selbstdarstellung von einer negativen alltagssprachlichen Bedeutung entlasten und schlagen deshalb den Begriff der *Selbstinterpretation* vor.

Als *Selbstinterpretation* wird der produktive Gestaltungsvorgang der *Auswahl, Wiedergabe* und *Auslegung* von *Selbstbildern*, also von Vorstellungen darüber, wer wir sind oder auch sein möchten, verstanden (vgl. Laux, 1992). Selbstbilder enthalten unse-

re Einstellungen und Meinungen über die eigene Person, sie sind bereichsspezifisch im *Selbstkonzept* repräsentiert (vgl. Mummendey, 1995). Der Begriff der Selbstinterpretation (*self-interpretation*) wird auch von Cheek und Hogan (1983) verwendet, jedoch in einer engeren Bedeutung, da er sich bei diesen Autoren auf die Vermittlung habitueller und weitgehend unbewusster Selbstbilder bezieht.

Auffassungen über uns selbst, die wir durch wiederkehrende Erfahrungen überprüfen und durch soziale Rückmeldungen absichern konnten, werden *faktische Selbstbilder* genannt. *Potenzielle Selbstbilder* repräsentieren dagegen selbstbezogene Inhalte, wer und wie wir in Zukunft sein könnten. Hierbei wird zwischen erhofften Selbstbildern – wer wir sein möchten – und gefürchteten Selbstbildern – wer bzw. wie wir nicht sein möchten – unterschieden (vgl. Oyserman & Markus, 1996).

In vermittelten faktischen Selbstbildern können überdauernde Charakteristika unserer Persönlichkeit dargestellt sein. So kann eine Person durch situative Erfahrungen des eigenen Handelns und eigener Leistungen sowie durch Rückmeldungen aus ihrer sozialen Umgebung zu der Überzeugung gelangt sein, über bestimmte Eigenschaften, wie z.B. Durchsetzungsfähigkeit, Geselligkeit oder Selbstdisziplin zu verfügen. Vermittelt sie diese faktischen Selbstbilder in ihrer Selbstdarstellung, kann dies mit dem Ziel geschehen, damit einen vorteilhaften Eindruck erzeugen zu wollen. So ist es möglich, dass vermittelte Selbstbilder wiederum zu Erfahrungen der eigenen Person führen und schließlich zu zentralen Selbstbildern kondensieren. Zentrale Selbstbilder können als „Kern des Selbst“ aufgefasst werden, soweit sie bedeutsame *Identität*sdimensionen beinhalten (vgl. Hogan, 1982; Laux, 1992). Der Begriff der *Identität* wird dabei als Gegenbegriff zum soziologischen Konzept der vielfältigen und heterogenen sozialen Rollen eines Individuums aufgefasst, auch wenn diese Übernahme von Rollenmustern eine starke identitätsstiftende Funktion besitzen kann. Über die verschiedenen sozialen Rollen (berufliche, familiäre), kann eine Person ihre Identität als die gleiche empfinden. Ein Individuum sieht sich in den bedeutsamen Identitätsdimensionen als mit sich selbst identisch, soweit eine Kontinuität zentraler Selbstbilder aufrechterhalten bleibt. (vgl. Mummendey, 1995).

Werden Selbstbilder in vergleichbarer Weise ausgewählt und präsentiert und die damit verknüpften Selbstwahrnehmungen und sozialen Rückmeldungen über lange Zeit und viele Situationen hinweg erfahren, kann es zur Habituierung der Selbstdarstellung, zu langfristigen stabilen Gewohnheiten in der Darstellung der eigenen Person kommen (vgl. Renner, 2002). Die Vorstellung ist einleuchtend, dass in Folge von Lernprozessen

situative Selbstdarstellungen zu einem individuellen habituellen Selbstdarstellungsstil, -muster, -typ bzw. Selbstinterpretationsstil „gerinnen“ können. „Die habituelle Selbstdarstellung kann dann zu Recht als zeit- und situationskonsistente Eigenschaft interpretiert werden“ (vgl. Laux, 1992, S. 28).

Als Gründe für die Selbstdarstellung werden verschiedene motivationale Erklärungsansätze vorgeschlagen. Die Selbstdarstellungsforschung geht seit ihren ersten Anfängen von einem zentralen Motiv des sozialen Einflusses bzw. der Machtausweitung aus. Durch ein bestimmtes vermitteltes Bild der eigenen Person soll eine Wirkung auf Interaktionspartner erreicht werden, um deren Haltung und Handeln auf eigene Ziele hin auszurichten (vgl. Jones & Pittman, 1982; Tedeschi & Norman, 1985). Neben diesem Motiv, durch Selbstdarstellung Interaktionen zu beeinflussen, werden auch selbstregulierende Motive angenommen, also der Wunsch, den Ansprüchen des eigenen Selbst zu genügen (vgl. Laux & Weber, 1993). Eine Anforderung gegenüber der Selbstdarstellung kann sich im Bemühen zeigen, authentische Selbstbilder vermitteln zu wollen; Interaktionspartner sollen die eigene Person so wahrnehmen, wie man sie selbst sieht (vgl. Leary & Kowalski, 1990). Authentische Selbstdarstellung kann als Widerspruch in sich empfunden werden, solange Selbstdarstellung als unechtes Verhalten verstanden wird. Der psychologische Begriff der Selbstdarstellung umfasst jedoch alle Formen der Eindruckslenkung, authentischen Ausdruck ebenso wie Täuschung. Authentizität und Verstellung müssen daher nicht als Gegensatz verstanden werden. Personen etwa, die sich selbst als „clevere“ Taktierer und geschickt bluffende Selbstdarsteller sehen, können sich mit diesem Selbstbild durchaus in jeder Form ihrer Darstellung als authentisch, echt und damit kongruent mit ihren Vorstellungen über sich selbst empfinden. Durch vermittelte Selbstbilder der eigenen Person sollen antizipierte Wirkungen bei anderen kontrolliert werden. So können Eindrücke, die bei anderen erzeugt werden sollen, mehr oder weniger mit dem Ziel verbunden sein, Interaktionspartner dazu zu veranlassen, der darstellenden Person entsprechende Dispositionen, also Persönlichkeitseigenschaften zuzuschreiben.

Persönlichkeitseigenschaften dienen in der Psychologie einerseits als deskriptive Konstrukte zur Beschreibung des Verhaltens und Erlebens von Personen, andererseits nehmen sie, als grundlegende Verhaltensdisposition aufgefasst, erklärenden Charakter ein. Als weit verbreitete Struktur von Persönlichkeitsbeschreibungen hat sich in den letzten Jahrzehnten das Fünf-Faktoren Modell mit den Hauptdimensionen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit –

die so genannten Big Five – in der psychometrischen Persönlichkeitsforschung etabliert. Im häufigsten Fall werden diese Persönlichkeitseigenschaften aus Selbstberichtdaten abgeleitet, die durch Selbstbeschreibung in Fragebogenverfahren erfasst werden. Hierzu wird dem Probanden die Beschreibung von Selbstbildern über das Ausmaß seiner Zustimmung zu Aussagen, wie z.B. „Ich bin als eine herzliche und freundliche Person bekannt“, abverlangt. Beschreiben bedeutet für die Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften, dass mit Hilfe der Fragebogenitems Selbstbilder zum Ausdruck gebracht werden. Daher kann argumentiert werden, dass die Beschreibungen im Persönlichkeitsfragebogen durchaus etwas mit Selbstdarstellung zu tun haben (vgl. Laux & Merzbacher, 2003).

Damit sind zwei Sichtweisen auf die Darstellung von Persönlichkeit angesprochen: Der Selbstdarstellungsansatz sieht den Menschen als aktives und zielbezogen handelndes Wesen, der Eigenschaftsansatz als „Träger“ von dispositionellen Eigenschaften, die seine Neigung zu bestimmten situationsgebundenen Verhaltensweisen beschreiben. Beide Bereiche der Psychologie nutzen vermittelte Selbstbilder einer Person als wichtige Datenquelle oder als Teil der zentralen theoretischen Aussagen. So lassen sich vermittelte Selbstbilder aus den persönlichkeitstheoretischen Perspektiven des Selbstdarstellungs- wie des Eigenschaftsansatzes betrachten.

Das methodische und theoretische Vorgehen in den beiden Forschungsbereichen – zum einen in Bezug auf Selbstdarstellung, zum anderen auf Persönlichkeitseigenschaften – entstammt weitgehend unabhängigen Forschungstraditionen innerhalb der Psychologie. Verkürzt können die beiden Forschungsrichtungen einander in folgender Weise gegenüber gestellt werden: Das Forschungsbemühen, allgemein gültige und grundlegende Eigenschaften der Persönlichkeit zu finden, liegt in der Tradition der psychometrisch orientierten differentiellen Psychologie. Theorien der eigenschaftsbezogenen Psychologie versuchen durch basale Persönlichkeitseigenschaften, die als Verhaltenstendenzen aufgefasst werden, Struktur und Stabilität von Persönlichkeit zu beschreiben, zu erklären sowie Verhalten vorherzusagen. So sind Selbstbeschreibungen aus der Sicht des Eigenschaftsansatzes Ausdruck der zugrunde liegenden Traits, also dispositioneller Eigenschaften.

Unter dem Blickwinkel der Selbstdarstellung hingegen dienen Selbstbeschreibungen dazu, Reaktionen und Eindrücke bei Interaktionspartnern zu steuern. Damit wird die Erwartung, durch kommunizierte Merkmale einer Person einen bestimmten Eindruck zu erzeugen, als eine Erklärung von Selbstdarstellung herangezogen. Interperso-

nelle Unterschiede in der Selbstdarstellung werden durch eine Vielfalt von Motiven erklärt, die der Selbstdarstellung zugrunde liegen (vgl. Schlenker & Weigold, 1992; Schlenker, 2003). Die aufgeführten Motive reichen z.B. vom Bestreben, aufrichtig und unverfälscht in Erscheinung zu treten (vgl. Cheek, 1982) über affiliative Motive, wie Zustimmung und Akzeptanz von anderen zu erreichen (vgl. Gergen, 1965) bis zur Maximierung sozialer Macht bzw. sozialen Einflusses (vgl. Tedeschi & Norman, 1985). Sind diese Motive dauerhaft für die Selbstdarstellung wirksam, zeigen sie sich in automatisch ablaufenden zielbezogenen Handlungsskripten für Selbstdarstellungsaktivitäten (vgl. Bargh, 1989; Schlenker, 2003). Zur Gewohnheit gewordene Selbstdarstellungsskripte äußern sich in langfristig und häufig eingesetzten Techniken der Selbstdarstellung. Selbstdarstellungstechniken wurden in ihrer Funktion, bestimmte Interaktionsziele durch Selbstdarstellung zu erreichen, in kategorialen Gruppen von Verhaltensweisen gegliedert und beschrieben (vgl. Jones & Pittman, 1982; Tedeschi et al., 1985; Mummendey, 1995; Schütz, 1998). Werden Selbstdarstellungstechniken gewohnheits- und routinemäßig eingesetzt, wird in dieser Arbeit von habitueller Selbstdarstellung gesprochen.

Eine Prämisse dieser Arbeit ist die Auffassung, dass in Selbstbeschreibungsverfahren zur Persönlichkeitserfassung den Probanden Raum zur Selbstdarstellung gegeben wird. Zeigen sich Bezüge zwischen der Selbstdarstellung und der Selbstbeschreibung von Personen zur Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften, sollte es möglich sein, diese aus der Perspektive des Selbstdarstellungsansatzes zu interpretieren (vgl. Laux & Merzbacher, 2003). Zur Überprüfung dieser Annahme sollen interindividuelle Unterschiede auf den Persönlichkeitsdimensionen des Fünf-Faktoren Modells mit habitueller Selbstdarstellung verglichen werden. Selbstdarstellung sollte nicht nur in ihrem Ausmaß, sondern auch in ihren unterscheidbaren Formen untersucht und empirisch überprüft werden können. Ziel dieser Arbeit ist es, die Vielzahl der Darstellungsmittel, wie sie theoretisch in verschiedenen Taxonomien von Selbstdarstellungstechniken geordnet wurden, empirisch begründet zusammenzufassen und in ihren Bezügen zur Persönlichkeitseigenschaftsbeschreibung darzustellen.

2 Theoretischer Hintergrund

In diesem theoretisch einleitenden Abschnitt wird zunächst auf die Begriffsbestimmung von *Person*, *Persönlichkeit* und *Persönlichkeitseigenschaften* sowie deren Verwendung in der Persönlichkeitspsychologie eingegangen (vgl. Abschnitt 2.1 und 2.2).

In den darauf folgenden Abschnitten 2.3 bis 2.5 werden theoretische Auffassungen dargestellt, die mit dem Begriff *Selbst* und *Selbstkonzept* verbunden sind. Über die soziologische Bühnenmetapher Goffmans (1959), die das individuelle Selbst als Produkt seiner Darstellungen in sozialen Situationen auffasst, wird zu der funktionalen Sichtweise des Selbst in psychologischen Theorien der Selbstdarstellung übergeleitet. Mit Definitionen von Selbstdarstellung wird der umfangreiche Begriffshorizont dieser Thematik dargelegt und auf die unterschiedlichen Forschungsschwerpunkte eingegangen.

Was Menschen dazu bewegt, Selbstdarstellung zu betreiben, wird im Abschnitt 2.5.4 aufgezeigt. Mit dem Persönlichkeitskonstrukt Self-Monitoring, das sich auf Kognitionen zur Überwachung der eigenen Selbstdarstellung bezieht, wird eine besondere Persönlichkeitseigenschaft als Erklärung von interpersonellen Selbstdarstellungsunterschieden herangezogen (vgl. Abschnitt 2.5.5). Die Überlegung, dass Inszenierungen der eigenen Person auch Ausdruck eines Bedürfnisses sein können, sich authentisch zu zeigen, wird im Abschnitt 2.5.6 dargestellt. Da der psychologische Begriff der Selbstdarstellung alle Formen der Eindruckslenkung umfasst, werden ihm alltagssprachliche Auffassungen, die ihn auf Täuschung und Verstellung reduzieren, nicht gerecht. Als alternativer Begriff für Selbstdarstellung wird daher im Abschnitt 2.5.7 Selbstinterpretation vorgeschlagen.

In menschlichen Gesellschaften existieren Normen über wünschenswertes und unerwünschtes Verhalten. Die sozial erwünschte Darstellung der eigenen Person wird unter Abschnitt 2.5.8 aus drei theoretischen Perspektiven erläutert: Sozial erwünschte Darstellung als systematische Verzerrung in der empirischen Erfassung von Einstellungen, als Persönlichkeitsmerkmal und als Ausdruck einer motivationalen Grundhaltung von Personen. Schließlich werden im Abschnitt 2.8 Erklärungsansätze betrachtet, die sozialen Einfluss als Machtressource und Ziel von Selbstdarstellung verstehen.

2.1 Person und Persönlichkeit

Der Begriff Persönlichkeit – mit seinem Wortstamm *Person* – leitet sich vom lateinischen *persona* ab. Der Begriff umfasste im antiken Latein Gegensätzliches: Maske, äußerer Schein, das Nichtwesenseigene, die Rolle genauso wie das Innere, das Wahre, das Wesentliche (vgl. Laux et al., 2004). Mit diesem Begriff gehen auch in unserer heutigen Gesellschaft gegensätzliche Bedeutungen einher. Wie lässt sich erklären, dass die Person des Darstellers und seine Rolle im Begriff *persona* gleichgesetzt wurden? Allport (1949) nimmt an, dass der antike Theaterbesucher die Schauspieler mit ihrer Rolle gleichgesetzt oder verwechselt hat.

Eine Möglichkeit, diese unterschiedlichen Bedeutungen zu diskutieren, sieht der deutsche Romanist Hans Rheinfelder (1928) in seiner psychologischen Begriffsanalyse von *persona*. Er unterscheidet dabei zwischen zwei Betrachtungsmöglichkeiten: einer theatertechnisch-kritischen und einer eher naiven. Die erste kritisch-analysierende Auffassung sieht in *persona* – verstanden als Maske, Inszenierung – etwas Äußeres, ein Täuschungsmittel: Ein Schauspieler bleibt trotz seiner *persona*, was er im Verborgenen ist. Die *persona* entspricht einer Hülle, die den eigentlichen Kern, das Wesenseigene verbirgt. Die zweite Auffassung geht vom naiven, also gutgläubigen Zuschauer aus, für ihn ist die Maske und Inszenierung etwas, das die dargestellte Figur ausmacht. „So wird persona aus der Schale zum eigentlichen Kern der Sache" (Rheinfelder, 1928, S. 8; nach Laux et al., 2004). Aus der unkritischen Zuschauersicht erscheint das Dargestellte als das Wesentliche, als das Eigentliche der Person, das mit ihrem Inneren verknüpft wird. Laux bemerkt dazu, dass

> „mit dieser Bedeutungsverlagerung von ‚außen' nach ‚innen' … zudem die Auffassung verbunden [ist], dass nun nicht mehr die Maske das Wesentliche der Persönlichkeit oder des Selbst ausmacht. Wenn man aber annimmt, dass wir in unserer sozialen Lebenswelt generell in der Position eines naiven Theaterbesuchers sind, dann können die personae auch hier, außerhalb des Theaters, zum eigentlichen Kern der Sache werden: Was wir nämlich bei unseren Interaktionspartnern wahrnehmen, sind Masken bzw. Außenbilder, die wir nicht einfach als Schein interpretieren können" (Laux et al., 2004, S. 85).

Aus der Perspektive, persona als Maske *und* Kern aufzufassen, kann der Darstellende ein Regisseur, Schauspieler und Zuschauer seiner selbst zugleich sein. Dabei er-

scheint es zunächst gleichgültig, ob es sich bei „Aufführungen“ in der sozialen Umwelt um geplante und intentionale Inszenierungen oder weitgehend nicht-bewusste Darstellungen (vgl. Soeffner, 1998) handelt. Übertragungen aus dem Theaterbereich haben soziologische Theorien (vgl. Mead, 1963) und Bereiche der *Persönlichkeitspsychologie*, die sich mit dem Thema der *Selbstdarstellung* (vgl. Abschnitt 2.5) befassen, beeinflusst.

In der Psychologie wird der Begriff Persönlichkeit für überdauernde und verhaltensrelevante Merkmale von Personen verwendet. Diese Persönlichkeitsmerkmale beziehen sich auf empirisch erfassbare Unterschiede zwischen Personen (interindividuell), aber auch auf Merkmalsdifferenzen innerhalb einzelner Personen (intraindividuell). Um Definitionen des Begriffs *Persönlichkeit* und den darauf bezogenen Forschungsbereich haben sich zahlreiche Lehrbuchautoren in der Persönlichkeits- und Differentiellen Psychologie bemüht. Eine allgemein anerkannte Definition findet sich allerdings nicht. Herrmann (1991) führt in seinem Lehrbuch aus, dass

> „das Wort ‚Persönlichkeitsforschung’ seinen Sinn nur dann verraten würde, wenn Einigkeit darüber bestehen würde, was unter ‚Persönlichkeit’ zu verstehen ist. Das ist aber nicht so“ (S.19).

Angesichts der Vielfalt der von ihm aufgeführten Persönlichkeitsdefinitionen wagt Herrmann in einer Rahmendefinition eine Zusammenfassung bzw. ein Konzentrat von Persönlichkeitsdefinitionen:

> „Einigkeit besteht bei der Mehrheit der Autoren darüber, daß die Persönlichkeit ein bei jedem Menschen einzigartiges, relativ überdauerndes und stabiles Verhaltenskorrelat ist“ (Herrmann, 1991, S. 25).

Persönlichkeit bezieht sich nach dieser abstrakten Definition nicht auf konkretes Verhalten und Erleben selbst, sondern auf deren Hintergründe, Entsprechungen und Bedingungen. Diese Betrachtung betont, dass Persönlichkeit nur indirekt aus dem Verhalten in konkreten Situationen erschlossen und demzufolge nicht direkt beobachtet werden kann.

Eine in ihren Begriffen aufeinander aufbauende Definition von Persönlichkeit nennt Hobmair (1997), indem er Persönlichkeit als Definitionskette, bestehend u. a. aus Persönlichkeitsmerkmalen, Eigenschaften und Verhaltensbereitschaften beschreibt, die sich in der einzigartigen Struktur des Menschen ausdrückt:

> „Die Persönlichkeit besteht aus relativ konstanten Merkmalen, die nicht starr und unveränderbar, sondern verhältnismäßig flexibel und bis zu einem gewissen Grad veränderbar sind. … Persönlichkeitsmerkmale sind situationsübergreifende und relativ zeitstabile Eigenschaften, Wesenszüge und Verhaltensbereitschaften von Personen. Diese können von Individuum zu Individuum unterschiedlich stark entwickelt und ausgeprägt sein. … Persönlichkeitsmerkmale stehen in einer bestimmten Anordnung zueinander. Die Kombination und der Ausbildungsgrad der einzelnen Merkmale machen die jeweils einzigartige und spezifische Struktur der Persönlichkeit eines Menschen aus. … Seine Herangehensweise an Probleme, seine Äußerung von Wünschen und Bedürfnissen, seine Einstellungen und Meinungen sowie seine Denkweise machen die spezifische Struktur eines Menschen aus. Die einzigartige Struktur jeder Person hat eine Summe von Verhaltens- und Erlebensweisen zur Folge. Mit diesen reagiert ein Individuum in verschiedenen Lebenssituationen charakteristischerweise und beständig“ (vgl. Hobmair, 1997, S. 417f.).

Da Hobmair für die Definition von Persönlichkeit auf eine Kaskade von weiteren zu definierenden Begriffen zurückgreift, führt ihn diese Definition von relativ stabilen Merkmalen zu beständigen transsituativen Reaktionsweisen. Persönlichkeit ist demnach ein hypothetisches Konstrukt, ein gedanklich konstruiertes Gefüge von Merkmalen innerhalb einer Person, die das Verhalten mit verursachen.

Für Persönlichkeitspsychologen ist es daher nicht ausreichend, lediglich die Ausprägungen und Unterschiede bestimmter Verhaltens- und Erlebensweisen zu messen und zu bewerten; sie möchten die dahinter liegende Struktur, den Aufbau und die Funktionsweise dieser Ausprägungen erfassen und erklären. Es sollen also beschreibende und erklärende Merkmale für die Verhaltenszusammenhänge gefunden werden. Demnach ist die Persönlichkeitsforschung mehr als die Suche nach interindividuellen Verhaltensunterschieden. Dem trägt eine umfassende Definition von Persönlichkeit Rechnung, die Pervin (1996) vorgeschlagen hat. Diese berücksichtigt mehrere Perspektiven und bringt vor allem das besondere Spezifikum von Persönlichkeit zum Ausdruck:

> „Persönlichkeit ist die komplexe Organisation von Kognitionen, Emotionen und Verhalten, die dem Leben der Person Richtung und Zusammenhang gibt. Wie der Körper, so besteht auch Per-

> sönlichkeit aus Strukturen und Prozessen und spiegelt ‚nature' (Gene) und ‚nurture' (Erfahrung) wider. Darüber hinaus schließt Persönlichkeit die Auswirkungen der Vergangenheit ein, insbesondere Erinnerungen, ebenso wie die Konstruktionen der Gegenwart und der Zukunft" (1996, S. 414).

Pervins Definition betont damit explizit das funktionale Zusammenspiel von Einzelkomponenten der Persönlichkeit zu einem Gesamtsystem. Da für Pervin Untersuchungen individueller Unterschiede nur ein Teilziel innerhalb der Persönlichkeitspsychologie ausmachen, ist die individuelle Persönlichkeit mehr als die Summe ihrer Unterschiede zu anderen Personen. Darüber hinaus sind für die Genese von Struktur und Prozess der Persönlichkeit die Erfahrungen aus der Vergangenheit angesprochen. Über den Zeitverlauf entsteht durch die Wechselwirkungen zwischen Veranlagung und Erfahrungen mit der Umwelt die Komplexität unserer individuellen Persönlichkeit. Unsere Erwartungen und Zielsetzungen gegenüber unserer Zukunft beeinflussen auch, wie wir uns in der Gegenwart fühlen und handeln. Zum Prozesscharakter unserer Persönlichkeit gehört damit auch die Gestaltung unserer eigenen Gegenwart und Zukunft.

Auch Fiedler (2000) geht vom handelnden Individuum in Interaktionen aus, wenn er die Persönlichkeit und Persönlichkeitseigenschaften eines Menschen definiert als den Ausdruck der

> „für ihn charakteristischen Verhaltensweisen und Interaktionsmuster, mit denen er gesellschaftlich-kulturellen Anforderungen und Erwartungen zu entsprechen und seine zwischenmenschlichen Beziehungen zur Entwicklung einer persönlichen Identität mit Sinn zu füllen versucht" (Fiedler, 2000, S. 3).

Diese vom aktiv handelnden Menschen ausgehende Definition, die sein Bemühen um sinnerfüllte Identität, um anforderungs- und erwartungsgeleitete Entsprechung und um interpersonelle Beziehung in den Mittelpunkt rückt, bleibt nicht bei Verhaltenstendenzen stehen. Persönlichkeit drückt sich nach Fiedler auch darin aus, in sozialen Interaktionen in einem spezifischen Muster zu agieren und zu reagieren. Demnach ist der Versuch jeder Person, Anforderungen gerecht zu werden und für die eigene Identität sinnerfüllt zu handeln ein intentionaler Akt des Menschen, der auch als Selbstdarstellungsmotiv aufgefasst werden kann. Persönlichkeitseigenschaften und Persönlichkeit werden zusammen als der Ausdruck dieser kennzeichnenden Verhaltensweisen und Interaktionsmuster des Menschen aufgefasst, die sein Bemühen im Leben ausmachen.

Für dispositionelle Persönlichkeitstheorien und Eigenschaftstheorien der Persönlichkeit werden dagegen *Persönlichkeitseigenschaften* als Beschreibung der menschlichen Persönlichkeit angenommen.

2.2 Eigenschaften in der Persönlichkeitspsychologie

Persönlichkeitseigenschaften werden als hypothetische Konstrukte verstanden, die Verhalten und Erleben von Personen beschreiben und in Abhängigkeit von Situation und Kontext gegebenenfalls vorherzusagen erlauben. Diese Funktion, Persönlichkeitseigenschaften für die Beschreibung und Erklärung von menschlichem Verhalten in den psychologischen Wissenschaften heranzuziehen, findet sich auch in der alltagspsychologischen Verwendung von Eigenschaftszuschreibungen.

Zur Beschreibung von uns und anderen Menschen verwenden wir Eigenschaftsbegriffe, wie z.B. fleißig, sensibel, freundlich.

> „Hinter diesen Zuschreibungen steckt die implizite oder manchmal auch explizite Annahme, eine Eigenschaft sei etwas, was einem Menschen fest zukommt, ein Merkmal, das ihm anhaftet, Bestandteil seines Wesens, ihm zueigen ist“ (Sader & Weber, 2000, S. 95).

Wir schreiben uns oder anderen Menschen Eigenschaften zu, um unsere Beobachtungen und Erfahrungen mit uns oder ihnen zu organisieren und zu erklären. Wenn wir Eigenschaften als Begründung von Verhalten heranziehen, so attribuieren wir kausale Erklärungen auf internale Merkmale des Handelnden.

Unsere Einschätzungen bilden sich vor dem Hintergrund unserer *impliziten Persönlichkeitstheorien*, sind also abhängig von gesammelten Erfahrungen und Hypothesen darüber, wie Eigenschaften in uns und anderen Menschen organisiert sind. Aufgrund unserer Erfahrungen ist jedoch weder entscheidbar, ob diese Theorien auf andere Menschen generalisierbar sind, noch ob sie in Bezug auf einzelne Personen überhaupt zutreffen. Sie werden allenfalls geprüft und verändert, wenn neue Erfahrungen durch die bisherige „Theorie“ nicht mehr erklärt werden können. Implizite Persönlichkeitstheorien spiegeln die von uns genutzten Persönlichkeitsmerkmale unseres subjektiven Menschenbildes wider.

Die meisten Persönlichkeitstheorien verwenden Persönlichkeitsmerkmale, die durch die subjektiv gefärbte Auffassung der Theoriebegründer über die menschliche Natur mitbedingt sind. Ausgangspunkte für jedes theoretische System sind nach At-

wood und Tomkins (1976) Perspektiven und persönliche Erfahrungen, die von demjenigen abhängig sind, der es aufgestellt hat. So ist „die Entwicklung von Persönlichkeitstheorien … im hohen Maße von subjektiven Faktoren geprägt. Dazu gehören Menschenbilder, kulturelle Einflüsse, der „Zeitgeist", aber auch ganz persönliche Lebenserfahrungen der Persönlichkeitstheoretiker" (Laux, 2003, S. 108f).

Der Einsatz empirischer Methoden wird vom Eigenschaftsansatz als Weg genutzt, um möglichst unabhängig von individuellen Auffassungen der einzelnen Persönlichkeitstheoretiker zu allgemein gültigen Aussagen über Persönlichkeitseigenschaften zu gelangen. Quantitativ orientierte Psychologen versuchen seit den Anfängen des vergangenen Jahrhunderts statistische Ansätze zu entwickeln und einzusetzen, um objektivierte und vereinfachte Strukturen von Persönlichkeitseigenschaften zu entwickeln. So hat William Stern in seinem Grundlagenwerk der differentiellen Psychologie 1911 hervorgehoben:

> „Wir haben das Recht und die Pflicht, einen Begriff der Eigenschaft als eine definitive Lehre zu entwickeln; denn in jeder Aktivität der Person gibt es neben einem variablen Anteil ebenso auch einen konstanten, zielorientierten Anteil. Diesen letzteren isolieren wir im Begriff der Eigenschaft" (S. 14).

Die Konsistenz von Eigenschaften hängt eng mit der Kovariation von erfassten Verhaltensweisen zusammen. Der „konstante Anteil" sollte sich in der zeitlichen Stabilität und situationsunspezifischen Konsistenz zeigen, der sich in wiederholtem Auftreten charakteristischer Verhaltensausrichtungen äußert. Grundlegende Persönlichkeitseigenschaften, auch Wesenszüge (*traits*) genannt, werden als Begriffe in Persönlichkeitseigenschaftsmodellen verwendet, um kongruente (einheitliche) und konsistente (beständige) Verhaltenstendenzen von Personen zu beschreiben.

Werden zeitlich stabile und situationsübergreifende Eigenschaften als Verhaltensdispositionen aufgefasst, bilden sie die Grundlage für Eigenschaftstheorien als eigene Klasse von Persönlichkeitstheorien. *Eigenschaftstheorien* betrachten die Persönlichkeit vorwiegend durch relativ abstrakte Persönlichkeitseigenschaften mit hoher zeitlicher Stabilität. In der Persönlichkeitspsychologie haben sich die Eigenschaftstheorien mit der vorwiegend psychometrisch-quantitativen Herangehensweise unter der Nutzung faktorenanalytischer Methoden zur Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften hervorgetan. Die psychometrische Persönlichkeitsforschung dominiert mit dimensionalen Eigen-

schaftsmodellen die differentielle Psychologie, das theoretische Verständnis von Persönlichkeit und deren Diagnostik.

In ihrer Interpretation stehen Persönlichkeitseigenschaften allerdings im Dienste recht unterschiedlicher theoretischer Modelle. In den so genannten Eigenschaftstheorien wird der Frage nachgegangen, welche Persönlichkeitseigenschaften differenziell für möglichst alle Menschen verwendet werden können. Da Sparsamkeit im Umgang mit theoretischen Konstrukten ein zentrales Kriterium für den Erfolg von Theorien darstellt, sollte durch relativ wenige Persönlichkeitseigenschaften soviel Verhaltensvariation wie möglich zwischen Personen beschrieben werden.

Ausgehend von der Tatsache, dass Menschen ein gemeinsames biologisches und kulturelles Erbe teilen, woraus sich vergleichbare psychische Organisationsstrukturen im Laufe der Menschheitsentwicklung herausgebildet haben, ist die Suche nach diesen basalen Persönlichkeitseigenschaften ein wichtiger Auftrag der quantitativen Persönlichkeitspsychologie. Allport (1961) bezeichnet sie als allgemeine Eigenschaften, die als grundlegende Persönlichkeitsdimensionen verstanden werden. Welche und wie viele grundlegende Dimensionen für eine umfassende Beschreibung der Persönlichkeit angenommen werden müssen, wird in der faktorenanalytisch orientierten Persönlichkeitspsychologie durch die Methode bestimmt.

2.2.1 Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit

Die faktorenanalytische Persönlichkeitsforschung hat noch in den achtziger Jahren den Eindruck erzeugt, dass sie über Jahrzehnte nur ein Bild der Verwirrung und kaum Konsistenzen in der Befundlage erbracht hätte (vgl. Kline & Barrett, 1983; Kline, 1987; nach Amelang & Bartussek, 2001). Auf die Fragen, wie viele und welche Faktoren eine umfassende Beschreibung der Persönlichkeit ermöglichten, konnten keine einheitlichen Antworten gefunden werden. Doch in den neunziger Jahren zeigten sich vermehrt Studien, die in einem Modell aus fünf breiten Persönlichkeitsfaktoren höherer Ordnung ein einheitliches Beschreibungssystem der Persönlichkeit faktorenanalytisch begründeten. Das Fünf-Faktoren Modell (FFM) besteht aus den Persönlichkeitsdimensionen Extraversion, Neurotizismus, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit (vgl. Amelang & Bartussek, 2001).

Dieses Modell der Persönlichkeit hat innerhalb der letzten Jahrzehnte auf dem Gebiet der Persönlichkeitspsychologie eine exponierte Stellung und beachtliche Bedeutung

erreicht. Hierzu hat vor allem die große Konvergenz unterschiedlicher persönlichkeitspsychologischer Forschungsansätze in der Struktur des FFM beigetragen, sodass das Fünf-Faktoren Modell eine integrierende Funktion der über Jahrzehnte inhomogenen Begriffsverwendungen in persönlichkeitspsychologischen Eigenschaftskonzepten einnimmt. Forschungsbemühungen, die sich auf psychometrisch-dimensionale Persönlichkeitsdefinitionen stützen, können durch das Sammeln von Persönlichkeitsbeschreibungen und deren systematische Ordnung über den faktorenanalytischen Weg mögliche Strukturen der Persönlichkeit ableiten. Für explorative faktorielle Analysen muss beachtet werden, dass der eingehende Itempool, also die Auswahl der zu strukturierenden Elemente, den bei weitem größten Einfluss auf die Ergebnisse hat. Sind in der Itemstichprobe wichtige Elemente nicht enthalten, können sie sich auch in den resultierenden Faktoren nicht niederschlagen (vgl. Gorsuch, 1983; Ostendorf, 1990). Doch wie kommt die Persönlichkeitsforschung zu möglichst umfassenden Elementen für die Persönlichkeitsbeschreibung? Eine Möglichkeit bestünde darin, Fachleute der Psychologie nach beschreibenden Begriffen zu befragen. Dabei ist allerdings davon auszugehen, dass deren theoretische Vorbildung die Auswahl deutlich mit bedingen dürfte und daher kaum die Gesamtheit von möglichen Personenbeschreibungen repräsentiert. Wörterbücher enthalten dagegen ein von psychologischen Theorien unbeeinflusstes Reservoir an beschreibenden Begriffen.

Nach der Auffassung von Hofstee (1994) ist Francis Galton (1884) wohl der erste gewesen, der Wörterbücher nach personbeschreibenden Begriffen durchsuchte. Die erkenntnistheoretische Grundlage hat nur einige Jahre später Rümelin geleistet, wenn er mit der lexikalischen Hypothese postuliert:

> „… wir dürfen wohl mit Recht davon ausgehen, dass das die einfachsten, der Beobachtung zuerst und am häufigsten sich aufdrängenden Begriffe sind, welche die Sprache durch ein besonderes Wort auszuzeichnen ein Bedürfnis empfindet…“ (Rümelin, 1890, S. 397; nach Hofstee, 1994, S. 152f).

Das „Bedürfnis der Sprache“, Wörter für sich aufdrängende Beobachtungen an Personen zu finden, wird in der so genannten Sedimentationshypothese im psycholexikalischen Ansatz genutzt, um eine Ordnungsstruktur personbeschreibender Begriffe abzuleiten. Borkenau und Ostendorf (1993) nennen den deutschen Philosophen und Psychologen Ludwig Klages als Begründer des lexikalischen Forschungsansatzes. Mit den charakterologischen und sprachphilosophischen Abhandlungen wie „Grundlagen

der Wissenschaft vom Ausdruck“ von 1936 und „Die Sprache als Quell der Seelenkunde“ von 1948 legte er die Grundlage für die Sedimentationshypothese. Klages forderte, auf die Weisheit der Sprache einzugehen, da sie das seelenkundliche Wissen von Generationen enthalte. So hat er die auffordernde Frage gestellt:

> „Hieße es nicht, Jahrtausende alte Verwitterungen leugnen, die Vorgeschichte auslöschen wollen und sich den Anschein geben, als finge man ein tatsächlich schon Abgelaufenes von vorne an, wenn man abzustreifen oder auszuscheiden gedächte, was man mit der Sprache, in der man aufwuchs, an wirklicher oder vermeintlicher Seelenkunde vererbt hat?“ (Klages, 1936; nach Thomae, 1996, S. 5).

Im Sprachschatz finden demnach die Elemente wichtiger personbeschreibender Begriffe ihren Niederschlag. Der lexikalische Ansatz in der Persönlichkeitspsychologie versucht nun, grundlegende Wesenszüge – also Persönlichkeitseigenschaften, die gemeinsam variieren und unabhängige Persönlichkeitsdimensionen bilden – in der Alltagssprache zu finden.

Die in der Sprache enthaltenen persönlichkeitsbeschreibenden Begriffe werden hierzu gesammelt, sprachinhaltlich geordnet und reduziert und eine Auswahl schließlich nach dimensionalen Mustern faktoriell analysiert. In der Regel sind es einzelne Adjektive, die auf diesem Weg zu persönlichkeitsbeschreibenden Dimensionen zusammengefasst wurden, es können aber in gleicher Weise auch Nomina analysiert werden (vgl. Henss, 1995).

Erkenntnistheoretisch liegt dem lexikalischen Ansatz die Auffassung zugrunde, dass Persönlichkeit sprachlich repräsentiert wird. Diese theoretische Annahme ermöglicht und legitimiert es, die Sprache nach Persönlichkeitsdeskriptoren abzusuchen, um der Psychologie eine einheitliche Taxonomie im Umgang mit Persönlichkeitsbeschreibungen zu geben.

Mit der Auswahl der personbeschreibenden Begriffe beginnt allerdings bereits ein wesentlicher und sehr problematischer Analyseschritt: Sicherlich sind die Zahlen der aus den Wörterbüchern extrahierten Adjektive recht eindrucksvoll. So entnehmen Allport und Odbert (1936) dem Webster´s New International Dictionary aus dem Jahr 1925 von insgesamt 550.000 verfügbaren Begriffen eine Auswahl von 18.000 Begriffen, die ihrer Meinung nach geeignet sind, interindividuelle Unterschiede zu beschreiben. Die Allport-Odbert-Liste gliedert sich in vier Kategorien, von denen die erste 4.500 persön-

lichkeitsbeschreibende Adjektive enthält. Diese Liste ist für den Eigenschaftsansatz in der Persönlichkeitspsychologie von besonderem Interesse, da sie generalisierende Begriffe personalisierter Tendenzen umfasst, die als konsistente und stabile Arten individueller Anpassung des Individuums gegenüber seiner Umgebung aufgefasst werden können. Doch schon bei der Auswahl der Eigenschaftswörter nahm man unakzeptable Beschränkungen vor. So wurden mit geschlechtstypischen bzw. geschlechtsbezogenen sowie sexualbezogenen Adjektiven Bereiche von unzweifelhaft hoher interpersoneller Relevanz ausgelassen.

Zur Verwendung in Selbst- und Fremdbeschreibungsfragebögen müssen die Begriffslisten reduziert werden. Häufig wird dieser Arbeitsschritt von einer überschaubaren Anzahl an Ratern durchgeführt, die sprachliche Synonyme erkennen und zusammenfassen sowie übergeordnete Begriffe auswählen. Die Reduktion personbeschreibender Begriffe ist nach Hofstee (1990) aber sogar innerhalb einer Wortart – z.B. der Adjektive – alles andere als eindeutig. Der Überschneidungsbereich zwischen zwei unabhängigen Auswahlmöglichkeiten von Begriffen liegt bei etwa 50 Prozent. Darüber hinaus scheint es unmöglich zu sein, objektive Kriterien für Eigenschaften von Personen zu definieren, die entscheiden, ob zum Beispiel der Begriff „konservativ“ nur eine Einstellung beschreibt oder ob das Adjektiv „bezaubernd“ lediglich eine soziale Wirkung hat. Hier werden also gemittelte Einschätzungen von ausreichend vielen Ratern benötigt, um replizierbare Ergebnisse zu erhalten. Eine objektiv einheitliche Zuordnung und Entscheidung ist – wie in fast allen qualitativen Forschungsschritten – auch hier nicht möglich.

Korrelative Methoden haben bei der Suche nach grundlegenden Eigenschaften den gleichen Ausgangspunkt. Korrelieren zwei oder mehrere Merkmale, Indikatoren oder Items – in diesem Falle Bewertungen von Adjektiven – über viele Personen zum gleichen Zeitpunkt und in einer vergleichbaren Situation hoch miteinander, messen sie demnach das Gleiche: nämlich eine latente Variable. Aus den Ergebnissen wird geschlossen, dass es die entsprechende Eigenschaft „gibt“. In multivariaten Korrelationsmatrizen zeigen sich Eigenschaften in Komponenten oder Faktoren explorativer Faktorenanalysen und lassen sich, wenn stabile korrelative Strukturen vorhanden sind, in konfirmatorischen Analysen replizieren.

Nachdem Cattell (1946) durch Faktorenanalysen seine 12 Beurteilungsfaktoren (L-Datenfaktoren) identifizierte, führte auch Fiske (1949) Faktorenanalysen des Cattellschen Materials durch. Er benutzte 22 der 35 Trait-Variablen von Cattell und erhielt mit

dieser Methode fünf Faktoren. Tupes und Christal (1961) führten Reanalysen mit Cattells Variablen an verschiedenen Versuchspersonengruppen durch. Auch sie fanden fünf relativ starke und wiederkehrende persönlichkeitsbeschreibende Faktoren.

Die Allport-Odbertsche Forschungsbemühung, persönlichkeitsbeschreibende Adjektive aus Wörterbüchern zu extrahieren, ist vor allem von Norman (1963), Norman und Goldberg (1966) und Goldberg (1990) für den amerikanischen Sprachraum weitergeführt worden. Sie stellten auf der Grundlage der Allport-Odbert-Liste eine aktualisierte Auswahl von 8081 personbeschreibenden Begriffen zusammen, wovon sich 1.566 auf als stabil aufgefasste Merkmale beziehen. Diese bildeten letztlich auf der Basis von Fremdeinschätzungen von Personen die fünf übergeordneten Faktoren der Big Five. Diese sind *extraversion* (bei Norman, 1963, *surgency* genannt), *agreeableness*, *conscientiousness* (bei Norman, 1963, *dependability* genannt), *emotional stability* und *intellect* (bei Tupes und Christal, 1961, *culture* genannt). Der Faktor surgency bzw. extraversion umfasst Persönlichkeitsattribute wie Machtstreben, Selbstsicherheit, Konkurrenzneigung, Geselligkeit und Entschiedenheit. Agreeableness kann mit sozialer Verträglichkeit übersetzt werden; Personen mit hohen Ausprägungen auf diesem Persönlichkeitsfaktor werden als rücksichtsvoll, großzügig, freundlich, hilfsbereit und uneigennützig beschrieben. Auf dem Faktor dependability bzw. conscientiousness laden Persönlichkeitsbeschreibungen, die sich auf die Zuverlässigkeit und den Eifer beim Erledigen von Aufgaben und Verpflichtungen beziehen. Der Persönlichkeitsfaktor emotional stability wird im Wesentlichen durch Personenbeschreibungen gebildet, die das Ausmaß der Stimmungsstabilität und die Widerstandsfähigkeit beschreiben, also die Tendenz, gegenüber Stressoren und Belastungen, wie etwa Rückschlägen, Misserfolgen und anderen Schwierigkeiten weniger mit negativen Affekten zu reagieren. Der fünfte Faktor Culture bzw. Intellect umfasst Adjektive wie intellektuell, gebildet, fantasievoll oder auch die Sensitivität gegenüber Kunst.

Die Fünf-Faktoren-Struktur wird in der Regel in Studien dieser Forschungstradition bestätigt. Nach Ostendorf und Angleitner (2004) gilt dies nicht nur für das amerikanische Englisch (Goldberg, 1990), sondern auch für die deutsche Taxonomie persönlichkeitsbeschreibender Adjektive (Angleitner & Ostendorf, 1994; Ostendorf, 1990). Die in diesen Taxonomien untersuchten Dispositionsbegriffe zeigen eine relativ klare Struktur von fünf Faktoren, die mit den von Goldberg (1981) beschriebenen „Big Five" vergleichbar sind.

Neben der Forschungstradition, die Kovariation der Beurteilungen von Personen über einzelne personbeschreibende Adjektive faktoriell zu reduzieren, existiert ein vergleichbares Modell von fünf Persönlichkeitsfaktoren in Persönlichkeitsfragebogen. Elemente der Personenbeschreibung sind hier nicht einzelne Adjektive, sondern personbezogene Aussagen, die in ganzen Sätzen den Beurteilern vorgelegt werden. Das Fünf-Faktoren Modell (FFM) basiert auf Faktorenanalysen von Persönlichkeitseigenschaften, die durch die Fragebogenmethode erhoben werden.

Das Fünf-Faktoren Modell von Costa und McCrae, wie es in den Persönlichkeitsfragebogen NEO Personality Inventory (NEO-PI) (1985) und in seiner revidierten Form des NEO-PI-R von 1992 sowie in der deutschen Übertragung von Ostendorf und Angleitner (2004) operationalisiert wurde, geht nur indirekt auf die lexikalische Forschungstradition der Big Five zurück. Costa und McCrae entwickelten 1980 einen Fragebogen zur Messung der Faktoren N: Neurotizismus (*neuroticism*), E: Extraversion (*extraversion*) und O: Offenheit für Erfahrungen (*openness to Experience*). Nachdem Costa und McCrae auf die lexikalische Forschungstradition mit den Ergebnissen der Big Five aufmerksam wurden, integrierten sie die Persönlichkeitsdimensionen A: Verträglichkeit (*agreeableness*) und C: Gewissenhaftigkeit (*conscientiousness*) ergänzend in ihre Fragebogenkonstruktion.

Ostendorf und Angleitner (2004) sehen die „Konvergenz zwischen Adjektivfaktoren und Faktoren aus den Fragebögen [unterschiedlicher theoretischer Ansätze auf den Faktoren des NEO-PI-R als] … beeindruckend“ (S. 23). Dennoch wird darauf hingewiesen, dass „eine völlige Entsprechung zwischen dem Big-Five-Modell und Costa und McCraes Fünf-Faktoren Modell nicht erwartet werden kann, da zumindest für die Offenheitsdimension eine unterschiedliche Herkunft und Akzentuierung anzunehmen ist“ (Ostendorf & Angleitner, 2004, S.8). Sie bemerken hierzu:

> „In der lexikalischen Tradition wird dieser Merkmalsbereich meist mit Kultur oder Kultiviertheit (Norman, 1963), Intelligenz oder Intellekt (z. B. Digman & Takemoto-Chock, 1981; Peabody & Goldberg, 1989; Goldberg, 1990) umschrieben. Offenheit ist als Merkmalsbereich mit Erziehung, Schulbildung (Ostendorf & Angleitner, 2000) und gemessener Intelligenz assoziiert. Insbesondere divergentes Denken oder Kreativität als ein Aspekt im Intelligenzstrukturmodell von Guilford (1959) scheint mit Offenheit zu korrespondieren (McCrae, 1987). Allerdings sind die Zusammenhänge keineswegs perfekt: auch hoch intelligente

> Personen können niedrige Offenheit und hoch offene geringe Intelligenz zeigen“ (S. 28).

Auch in der Dimension Extraversion sollte für die inhaltliche Interpretation Folgendes berücksichtigt werden: Zwar entspricht die Konzeption der Extraversion bei Costa und McCrae (1992) weitgehend der von Eysenck und Eysenck (1987, S. 16), doch weichen beide Entwürfe von der Extraversionsauffassung nach C. G. Jung (1921) ab. Für Jung ist die Libidoorientierung hin zur Innenwelt des Individuums bei introvertierten Personen charakteristisch, nach der Auffassung von Costa und McCrae (1992, S. 15) ist diese Introspektion eher ein Kennzeichen von Personen mit hohen Ausprägungen auf der Dimension Offenheit für Erfahrungen (vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004, S. 27).

Im Handbuch des Fragebogens NEO Personality Inventory wird eine Reihe von bestätigten oder teilweise bestätigten Taxonomien hinsichtlich der Struktur des FFM aufgelistet, die sich auf den europäischen Sprachraum beziehen. Einen Überblick zu den umfangreichen Untersuchungen, das Fünf-Faktoren Modell in verschiedenen Kultur- und Sprachräumen nachzuweisen, gibt de Raad (2000).

Das Selbst- und Fremdbeschreibungsverfahren des NEO-PI-R ist im Gegensatz zu Goldbergs Big Five als hierarchisches System zur Erfassung der Persönlichkeitsbeschreibungsdimensionen des FFM konzipiert. Die fünf Dimensionen werden seit der revidierten Version des NEO-PI, also der Fassung NEO-PI-R von 1992, jeweils durch sechs spezifische Eigenschaften (Facetten) definiert. Die Facetten wiederum ergeben sich aus den Beschreibungen gewohnheitsmäßiger Erlebens- und Verhaltensweisen einer Person. Die Fragebogenitems umfassen sowohl Verhaltensorientierungen im zwischenmenschlichen Umgang als auch interindividuelle Unterschiede im Einstellungs-, Erlebens- und Motivationsbereich (vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004, S. 23).

In Tabelle 2.2-1 sind zur Veranschaulichung des Aufbaus des Fragebogens die Hauptskalen des NEO-PI-R bzw. die Big-Five-Faktoren sowie die jeweils sechs hierarchisch untergeordneten Facetten dargestellt. Die insgesamt 30 Facetten werden im Fragebogen mit jeweils acht Items erhoben, woraus sich der Gesamtumfang von 240 Einzelfragen ergibt. Die Erfassung auf Facettenebene ermöglicht u. a., individuelle Differenzen innerhalb der Persönlichkeitsbereiche der Big Five als zeitlich relativ stabile charakteristische Persönlichkeitszüge zu interpretieren. Für ein umfassendes und detailliertes Verständnis der individuellen Persönlichkeit sind Beschreibungen auf der breiten gobalen Ebene der fünf Faktoren allein unzureichend. Zahlreiche Befunde verweisen

auf die höhere prädiktive Kraft der Facettenstruktur bzw. feinere Auflösungsgrade der Persönlichkeitsbeschreibung für bestimmte Kriterien, als es die abstrakteren Dimensionen des FFM leisten (vgl. Ashton, Helmes, Rothstein, Jackson & Paunonen, 1995; Costa & Widiger, 2002; Mershon & Gorsuch, 1988; Paunonen & Ashton, 2001). Unterschiede auf Facettenebene sind durch Bekanntenbeurteilungen validiert worden und gelten als zeitlich relativ stabil (McCrae & Costa, 1990, 1992), sodass es sich bei den spezifischen Mustern innerhalb der Hauptskalen um abgesichert vorhandene charakteristische Persönlichkeitsprofile handelt.

Tabelle 2.2-1 Hauptskalen und Facetten des NEO-PI-R

Hauptskalen	Facetten
Extraversion	Herzlichkeit, Geselligkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Aktivität, Erlebnishunger, Frohsinn Beispielitem: Ich habe gerne viele Leute um mich herum.
Neurotizismus (Emotionale Labilität)	Ängstlichkeit, Reizbarkeit, Depression, soziale Befangenheit, Impulsivität, Verletzlichkeit Beispielitem: Ich fühle mich oft angespannt und nervös.
Offenheit für Erfahrungen	Offenheit für Fantasie, Offenheit für Ästhetik, Offenheit für Gefühle, Offenheit für Handlungen, Offenheit für Ideen, Offenheit für Werte- und Normensysteme Beispielitem: Ich finde philosophische Diskussionen langweilig. (Invertiert: Zustimmung zu dieser Feststellung spricht für geringe Offenheit.)
Verträglichkeit	Vertrauen, Freimütigkeit, Altruismus, Entgegenkommen, Bescheidenheit, Gutherzigkeit Beispielitem: Ich versuche, zu jedem, dem ich begegne, freundlich zu sein.
Gewissenhaftigkeit	Kompetenz, Ordnungsliebe, Pflichtbewusstsein, Leistungsstreben, Selbstdisziplin, Besonnenheit Beispielitem: Ich arbeite hart, um meine Ziele zu erreichen.

Wie oben erwähnt, enthält die Operationalisierung des Fünf-Faktoren Modells im Fragebogenformat des NEO-PI-R auch Verhaltensorientierungen im zwischenmenschlichen Umgang. Mit diesem von Ostendorf und Angleitner (2004) erstgenannten Inhaltsbereich des NEO-PI-R wird der direkte Bezug zur Goldbergschen Interpretation der Big Five (vgl. Goldberg, 1981) hergestellt.

2.2.2 Die lexikalische Hypothese und das Zwischenmenschliche

Goldberg (1990) vermutet in den Big Five besonders relevante Merkmale für alltägliche Interaktionen. Damit betont er die Bedeutung des Zwischenmenschlichen in der lexikalischen Hypothese (fundamental lexical hypothesis), indem er in der Reformulierung der Rümelinschen Hypothese pointiert herausstellt, dass

> "… the fundamental lexical hypothesis – namely that the most important individual differences in human transactions will come to be encoded as single terms in some or all of the world's languages" (Goldberg, 1990, S. 1216).

Diese Hypothese ist es, die die Tür für sozialpsychologische Ansätze öffnet, um Theorien und Erkenntnisse mit der Persönlichkeitspsychologie zu teilen. So können Forschungsergebnisse aus den Bereichen der Persönlichkeitspsychologie herangezogen werden, die Persönlichkeit aus ihren Funktionen in sozialen Interaktionen erklärt. Sie können helfen, die zunächst theoriefreie Ordnungsstruktur von Persönlichkeitsbeschreibungen theoriebezogen zu erörtern.

Die personbeschreibenden Merkmalsbereiche, auf denen die fünf Faktoren beruhen, haben sich nach Goldbergs Interpretation aus einem evolutionären Anpassungsprozess heraus in der Sprache niedergeschlagen. Sie ermöglichen, andere Menschen im Hinblick auf besonders wichtige und nützliche Interaktionsmerkmale beurteilen zu können. Sprachliche Differenzierungen in Bezug auf Persönlichkeitseigenschaften haben sich demnach entwickelt, weil sie den zentralen evolutionären Aufgaben, wie etwa dem Überleben oder der erfolgreichen Fortpflanzung dienen. Nach dieser Lesart sind z.B. Eigenschaften wie Dominanz, Verträglichkeit und emotionale Stabilität für die Partnerwahl, Merkmale wie Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit für den Erfolg der Gruppe von besonderer Bedeutung.

Die Struktur der Big Five hat sich nach Goldbergs evolutionspsychologischer Auffassung in der Sprache dazu herausgebildet, um Verhaltensmerkmale aufgrund ihrer interpersonellen Bedeutsamkeit schnell beurteilen zu können. Ein gutes persönlichkeitsbeschreibendes Modell, wie es sich in der Sprache repräsentiert, kann vor allem bei der Beurteilung von bislang fremden Personen relevant sein. Goldberg (1981) leitet daraus fünf Fragen ab, die man sich bezüglich fremder Personen stellen und durch beschreibende Begriffe beantworten kann. In diesen Fragen spiegelt sich auch die Struktur der Big Five wieder (Goldberg, 1981, S. 161):

(1) Ist X aktiv und dominant oder passiv und unterwürfig?
(2) Ist X verträglich oder unverträglich?
(3) Kann ich mich auf X verlassen?
(4) Ist X emotional labil oder stabil?
(5) Ist X klug oder dumm?

Mit dieser Auflistung unterstreicht Goldberg die Sedimentationshypothese im lexikalischen Ansatz der Forschungsbemühungen um grundlegende Persönlichkeitseigenschaften. Die Sedimentationshypothese bietet jedoch keine ursächliche Erklärung für die Unterschiede zwischen Individuen an, wie sie sich in den Ausprägungen auf den Big-Five-Dimensionen zeigen, sondern lediglich den Hinweis, dass sich Merkmalsunterschiede in der Sprachstruktur niedergeschlagen haben können.

Der lexikalische Ansatz geht zunächst nicht von Selbstbeurteilungen, sondern von Fremdbeurteilungen aus, da zuerst Personen durch mehrere Bekannte auf Adjektivlisten eingeschätzt wurden. Die fünf unabhängigen Faktoren Extraversion, Neurotizismus, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Erfahrung resultierten jedoch auch, wenn sich die Probanden mit Hilfe der Adjektive selbst beurteilten (vgl. Amelang & Bartussek, 2001).

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Definition von Persönlichkeitsstruktur im Fünf-Faktoren Modell (FFM) sehr gut die implizite Persönlichkeitsauffassung einer durchschnittlichen Person reflektiert. Die wissenschaftlichen Leistungen sind zunächst ohne jeden weiteren theoretischen Bezug. Sie lassen sich vorwiegend auf das sehr überzeugende verfahrenstechnische Arbeiten beziehen – die Datensammlungen, die aufwändige Verarbeitung und die faktorenanalytischen Techniken, die aus Persönlichkeitsbeschreibungen eine generelle Taxonomie der Persönlichkeitseigenschaften konstruieren und zwar in relativ gut replizierbarer Form.

Viele Autoren sehen einen Vorteil des Fünf-Faktoren Modells gerade darin, dass es sehr robuste und offenbar grundlegende Bereiche der Persönlichkeit erfasst, die ursprünglich im Rahmen explorativer Analysen aus den Beschreibungen von Personen gefunden wurden. Das Modell ist somit keiner einzelnen Theorie verpflichtet. Trull und Widiger (1997) sehen genau in dieser theoretischen Unabhängigkeit den Grund für die hohe Akzeptanz und Verbreitung des FFM. Es kann in seiner Taxonomie als Basis und Orientierungsrahmen von Persönlichkeitsbeschreibungen dienen und leistet eine Komplexitätsreduktion und Strukturierung der unbegrenzten Beschreibungsmöglichkeiten von Personen. Als Analogie hierzu kann das Vorgehen in der frühen Biologie dienen, welche zunächst alle Phänomene ihres Gegenstandsbereiches klassifizieren und systematisieren musste, um überhaupt handlungsfähig zu sein.

Im Big-Five-Ansatz einen wichtigen Ausgangspunkt für die Definition von Persönlichkeit zu sehen, wird zum einen widerwillig (vgl. Pervin, 1994), zum anderen begeistert (vgl. Digman, 1990) anerkannt. Der Durchbruch der Big Five als repräsentative

Taxonomie von Persönlichkeitsbeschreibungen erfolgte nach Amelang und Borkenau (1982) wohl auch deshalb, weil die fünfdimensionale Struktur von Adjektivgruppen in Persönlichkeitsfragebogen unterschiedlichster Provenienz gefunden wurde. Mit Hilfe der fünf Faktoren werden diese in einer Ordnungsstruktur wissenschaftlicher Persönlichkeitseigenschaftsauffassungen zusammengefasst. Da es sich dabei zunächst um ein rein deskriptives Modell grundlegender Persönlichkeitsbeschreibungen handelt, sind die Begriffe und Konzepte des Fünf-Faktoren-Modells mit den unterschiedlichsten theoretischen Modellen vereinbar. Demgegenüber steht die radikal nomothetisch-dispositionistische Zielsetzung mancher Big Five Forscher, die versuchen, die Persönlichkeitspsychologie wieder auf einen eigenschaftstheoretischen Pfad zurückzubringen. Die Relevanz des FFM für die Persönlichkeitsmessung in der Arbeits- und Organisationspsychologie hebt Hogan (1991) hervor. Hogan und Ones (1997) sehen im FFM ein sehr brauchbares Modell für die Prädiktion von Leistungen im beruflichen Kontext. Hier hat der Big-Five-Ansatz einen Erklärungsanspruch, der Vorhersagen im Einzelfall anstrebt. Ein Hauptnutzen besteht in jeder Hinsicht darin, ein umfangreiches und einheitliches System der Persönlichkeitsbeschreibung vorliegen zu haben.

Die darin erfassten Personenmerkmale, die sich im Fünf-Faktoren-Modell auf Verhalten im zwischenmenschlichen Umgang, aber auch auf den Einstellungs-, Erlebens- und Motivationsbereich beziehen, repräsentieren Inhalte, die uns selbst bzw. unser „*Selbst*“ betreffen.

2.3 Selbst

Das *Selbst* als Substanzbegriff gehört nicht zu den Grundkonzepten aktueller psychologischer Forschung. So wird innerhalb der Psychologie immer wieder davor gewarnt, dem Selbst essentiellen Charakter zuzuschreiben (vgl. Mummendey, 2002). Mit dem Thema des Selbst werden Forschungsfragen und -probleme zusammengefasst, die sich auf die spezifisch menschliche Beschäftigung mit Vorgängen „innerhalb“ der eigenen Person beziehen (vgl. Greve, 2000; Mummendey, 2002). Diskutiert werden häufig dynamische Inhalte unseres Selbstbewusstseins – des *phänomenalen Selbst*. Es entspricht dem in der Alltagssprache verwendeten Begriff des Ich und bezieht sich auf das subjektive Erleben des unmittelbar gegebenen Inhalts über sich selbst. Das bewusste Empfinden und Handeln geschieht demnach aus der „Ich-Perspektive“ bzw. der „phänomenalen Erste-Person-Perspektive“ (Metzinger, 2000), die als Inhalte unseres Bewusstseins

sprachlich repräsentiert sein können, wie z.B. „Ich bin müde.“, „Ich erinnere mich gern an glückliche Momente der Vergangenheit.“, „Da ich Durst habe, nehme ich mir etwas zu trinken.“ etc..

Psychologische Forschungsansätze unterscheiden zwischen Inhalten und Prozessen des Selbst, wie es auch die Definition bei Greve (2000) deutlich werden lässt. Nach dieser Definition ist Selbst zu verstehen als:

> „... ein dynamisches System (Markus & Wurf, 1987), das einerseits auf die jeweilige Person bezogene Überzeugungs- und Erinnerungsinhalte in hochstrukturierter Form und andererseits die mit diesen Inhalten und Strukturen operierenden Prozesse und Mechanismen umfasst“ (Greve, 2000, S. 17).

Bereits William James (1892) hat den Inhalts- und Prozesscharakter des Begriffs Selbst mit dem „self as known“ und dem „self as knower“ unterschieden. Während das „self as known“ die Summe der semantischen Inhalte des Selbst darstellt, ist das „self as knower“ der fortlaufende Bewusstseinsfluss. Das „self as knower“ ist in jedem bewussten Moment vorhanden. Das „self as known“ ist einer der Aspekte, derer sich das „self as knower“ bewusst ist. In der kognitionspsychologischen Betrachtung wird diese Unterteilung von Linville und Carlston (1994, S. 161) beschrieben. Sie sehen „self as known“ als den Inhalt der Selbstrepräsentation, das „self as knower“ als die mentalen Prozesse, die zu jedem Moment diese Selbstrepräsentationen überwachen und regulieren. Hierbei wird die Selbstrepräsentation des „self as known“ im „self as knower“ verfügbar, wenn unser psychisches System diese Funktion aktiviert, z.B. wenn ein Mensch morgens aufwacht oder seinen Bewusstseinsstrom nach einer Vollnarkose wiedererlangt. Es kann nicht ignoriert werden, dass das bewusste Erleben des eigenen Selbst als Ergebnis kognitiver Informationsverarbeitung aufzufassen ist.

Die Tatsache, dass das „self as knower“ sich selbst als Inhalt des „self as known“ erkennt, wird als kognitives Unterscheidungsmerkmal des Menschen gegenüber anderen Säugern angenommen. Zwar wissen wir, dass einige höhere Säugetiere über ein gewisses Maß an Selbstbewusstsein verfügen. So konnte mit Hilfe von so genannten Spiegeltests gezeigt werden, dass einige Schimpansen, Delphine, Elefanten, aber auch Elstern sich in ihrem eigenen Spiegelbild erkennen (vgl. de Waal, 2006; Prior, Pollok & Güntürkün, 2000). Wir unterscheiden uns jedoch, soweit das zu klären ist, von diesen Tieren darin, dass wir nicht nur über eine Repräsentation unseres Körpers aus einer „Innenperspektive“ verfügen, sondern uns eine Vorstellung davon machen können, dass wir We-

sen mit einer subjektiven Innenperspektive sind. Diese kognitive Selbstbezugnahme ist mit ihren Inhalten und Prozessen sowohl Datenquelle als auch Gegenstand psychologischer Fragestellungen und Probleme – häufig ist die Erhebung von Selbstauskünften die einzige Datenquelle in diesen Forschungsbemühungen – die sich darauf beziehen,

> „wie wir selbst uns sehen, beschreiben, bewerten und verstehen, wie – und inwieweit – wir etwas über uns wissen oder herausfinden können, wie wir uns in die Zukunft projizieren, welche Möglichkeiten wir für uns selbst wahrnehmen und wie wir uns retrospektiv erleben, aus der Vergangenheit heraus rekonstruieren" (Greve, 2000, S. 16).

Soweit eine Person Selbstbeschreibungen abgibt, werden stets Inhalte des „self as known“ herangezogen, auch dann, wenn bewusst prozessuale Akte des „self as knower“ erfragt werden, da diese im Rückblick zu Inhalten des *Selbstkonzepts* geworden sind.

2.4 Selbstkonzept

Das „self as known“ steht mit dem Begriff des *Selbstkonzepts* im Einklang, das als „subjektives Bild der eigenen Person bzw. subjektive Theorie über die eigene Person oder Summe selbstbezogener Einschätzungen“ (Schütz, 2000, S. 3) verstanden wird. Es bezieht sich primär auf die „subjektive Sicht des Individuums“ und existiert ausschließlich „als Begriff von sich selbst, als Konzept von der eigenen Person“ (Mummendey, 1995, S. 54).

Das Selbstkonzept stellt eine dynamische innere Struktur und Regulationsinstanz dar, die viele intrapersonale Prozesse, wie etwa Motivation oder Emotion, sowie interpersonale Prozesse, wie soziale Wahrnehmung, interpretiert und zwischen ihnen vermittelt. Es entsteht bzw. entwickelt sich, indem sich eine Person z.B. bestimmte Eigenschaften zuschreibt. Unter dem Selbstkonzept wird die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Beurteilungen verstanden (Mummendey, 1995). Diese Beurteilungen sind das Abbild der Wahrnehmungen der eigenen Person aus der subjektiven Perspektive, sodass Selbstkonzepte auch als Einstellungen aufgefasst werden können, deren Einstellungsobjekt die eigene Person ist (Rosenberg, 1979; Mummendey, 1983).

Die Theorien zum Selbstkonzept befassen sich u. a. mit der Selbstaufmerksamkeit und -wahrnehmung des Individuums (Duval & Wicklund, 1972), der Selbstüberwachung (Snyder, 1987), der Selbstwerterhaltung (Schlenker & Weigold, 1992) und der

Selbstregulation (Carver & Scheier, 1981). Eine ausführliche Darstellung dieser (und weiterer) Theorien findet sich bei Mummendey (1995, Kapitel 5).

2.4.1 Strukturen des Selbstkonzepts

Selbstbeschreibungen sowie die Zuschreibung und Bewertung von Merkmalen der eigenen Person entspringen immer der jeweiligen subjektiven Perspektive des Individuums. Folglich müssen Inhalte des *Selbstkonzepts* nicht den tatsächlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten entsprechen, sie sind die subjektive Wahrnehmung, Vorstellung und Bewertung dieser Merkmale. Ähnlich wie Einstellungen gegenüber äußeren Objekten, Dingen und Personen umfasst das Selbstkonzept eine *kognitive*, eine *affektive* und eine *konative*, d.h. verhaltens- bzw. handlungsleitende Komponente. Der kognitive Anteil enthält Überzeugungen darüber, was und wer wir sind und sein können, unsere Meinungen, z.B. wie diese Überzeugungen zu werten sind und Begründungen, die uns zu diesen Urteilen bringen. Gegenüber den rationalen Inhalten des Selbstkonzepts stehen affektive Inhalte, die emotionale Einstellungen und gefühlte Bewertungen im Hinblick auf unsere eigene Person beinhalten. Kognitiv abgeleitete Begründungen, die intellektuell abgesichert sein müssen, und affektive Wertungen haben eine *evaluative* Funktion im Selbstkonzept. Man bewertet Erfahrungen, die sich auf die eigene Person beziehen, und schätzt sie mehr oder weniger günstig hinsichtlich der eigenen Bewertungsmaßstäbe ein. Die affektiven Urteile einer Person äußern sich im Selbstwert bzw. Selbstwertgefühl oder der Selbstwertschätzung. Hierbei kann sich die Wertschätzung der eigenen Person zum einen auf einzelne *Teilbereiche des Selbstkonzepts* beziehen oder sich im *globalen Selbstwert* auf die gesamte Person generalisieren (vgl. Schütz, 2000). Die konative bzw. intentionale Komponente des Selbstkonzepts ist es, die Anregungen zu intendiertem, beabsichtigtem Verhalten enthält. Mummendey (1995) weist darauf hin, dass diese Verhaltenskomponente, also die Einstellung gegenüber bestimmten intendierten Handlungen der eigenen Person, gewissermaßen „im Kopf“ stattfindet und nicht mit Verhalten selbst verwechselt werden darf.

Das Selbstkonzept kann als Ansammlung und Verknüpfung situations- (z.B. Rede-, Prüfungssituation) und bereichsspezifischer (z.B. Unabhängigkeit, Begabung) *Selbstschemata* (vgl. Markus & Nurius, 1986; Markus & Cross, 1990) aufgefasst werden. Unter Schemata werden kognitive Strukturen verstanden, die im Rahmen von Informati-

onsverarbeitungsprozessen gebildet werden und damit die Verarbeitung weiterer Informationen steuern.

Ein hierarchisches Selbstkonzeptmodell stellten Shavelson, Huber & Stanton (1976) vor, das sich in eine mehrdimensionale Struktur unterscheidbarer Teilbereiche aufgliedert. Das „Allgemeine Selbstkonzept“ unterteilt sich in diesem Partialmodell in leistungsbezogene, soziale, emotionale und körperliche Selbstkonzepte, die sich wiederum in verschiedene Unterkonzepte aufspalten lassen. Mummendey erörterte mehrere dieser kaum aufeinander bezogenen Strukturmodelle (1995, S. 58ff.). Er stellte vor dem Hintergrund der von ihm dargelegten Modellvorstellungen ernüchternd fest, dass die „Art und Weise, wie ein Autor Selbst und Selbstkonzept definiert, … manchmal weniger etwas über das Selbstkonzept als solches, als vielmehr etwas über die theoretische und methodische Orientierung des Autors“ auszusagen scheint (Mummendey 1995, S. 63). Die verschiedenen Forschungstraditionen und methodologischen Ansätze führten Markus und Wurf zur Überzeugung, das Selbst(-konzept) verstärkt aus einer multidimensionalen und dynamischen Sicht aufzufassen:

> „What began as an apparently singular, static, lump-like entity has become a multidimensional, multifaceted dynamic structure that is systematically implicated in all aspects of social information processing“ (1987, S. 301; nach Mummendey, 1995. S. 58).

Ein sowohl struktureller als auch dynamischer Aspekt des Selbstkonzepts wird in der Theorie der *Selbstaufmerksamkeit* repräsentiert.

2.4.2 Selbstaufmerksamkeit

Die Theorie der *Selbstaufmerksamkeit* geht von einer Dichotomie der Aufmerksamkeitsausrichtung aus, sobald sich der Mensch selbst zum Gegenstand seiner Wahrnehmung macht. In der Analyse des eigenen Verhaltens hat er die Möglichkeit, sich selbst als Objekt seiner Umwelt zu betrachten und daraus Informationen für die *Selbstwahrnehmung* zu schöpfen (vgl. Bem, 1972). Unterschieden wird in der Theorie der Selbstaufmerksamkeit zwischen der Ausrichtung auf die eigene Person (auf die eigene Wahrnehmung) und der Ausrichtung auf die Umwelt (Interaktionspartner, soziale Normen etc.). Duval und Wicklung (1972) postulieren in ihrer Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit, dass ein Mensch seine Aufmerksamkeit immer nur entweder auf die eigene Person *oder* die Umgebung richten kann. Fokussiert eine Person sich selbst, wird

der Zustand der Selbstaufmerksamkeit erreicht, aus dem heraus sie ihr eigenes Verhalten ähnlich beurteilt, als ob sie es als außen stehender Beobachter tut. Diese Selbstaufmerksamkeit einer Person kann sich sowohl auf ihre gesamte Persönlichkeit als auch auf Teilaspekte, wie Erwartungen, Ziele, innere Standards oder Gefühle, beziehen. Der Zustand der Selbstaufmerksamkeit wird durch Wahrnehmung von eigenem Verhalten erreicht, das die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Induziert wurde dieser Zustand bei Experimenten zur Selbstbeschreibung mit Hilfe von Spiegeln bzw. Videokameras, um die Person in ihrem eigenen Verhalten zum Inhalt der Aufmerksamkeit werden zu lassen.

Befindet sich eine Person im Zustand der Selbstaufmerksamkeit, finden Vergleichsprozesse statt, die Selbstüberzeugungen und aktuelles Verhalten einander gegenüberstellen. Der Person werden Diskrepanzen zwischen ihrem idealen Selbst und tatsächlichem Verhalten (Realselbst) stärker bewusst. Hierbei entsteht bei Diskrepanzen häufig eine aversive emotionale Stimmung, die durch Verhaltensanpassung des Individuums an seine internen Standards oder aber durch Vermeidung erhöhter Selbstaufmerksamkeit reduziert werden kann. Duval und Wicklund (1972) nahmen mit der Selbstaufmerksamkeit (*self-awareness*) als Zustandsvariable eine eher sozialpsychologische Perspektive ein. Fenigstein, Scheier und Buss (1975) versuchen, Selbstaufmerksamkeit als dispositionelles Merkmal (*self-consciousness*) zu erfassen. Nach Filipp und Freudenberg (1989) werden dabei zur Operationalisierung dieses Konstrukts folgende Merkmale herangezogen: Personen mit hoher dispositioneller Selbstaufmerksamkeit sind häufig mit Gedanken über das eigene Verhalten beschäftigt und zeigen eine hohe Bewusstheit gegenüber der Bewertung eigener Eigenschaften, eigener Gefühlszustände, der eigenen körperlichen Erscheinung und der Selbstdarstellung sowie deren Wirkung.

Das Konstrukt der Selbstaufmerksamkeit wurde von Fenigstein, Scheier und Buss (1975) faktoriell in eine private und eine öffentliche Komponente zergliedert – damit wurde die Unidimensionalität, wie sie Duval und Wicklund postulierten, widerlegt. Die private Selbstaufmerksamkeit bezieht sich auf innere, von anderen Personen nicht beobachtbare Aspekte des Selbst, wie Gefühle, subjektive Normen, Ziele oder Einstellungen. Private Selbstaufmerksamkeit rückt die internen Standards und privaten Überzeugungen in den Vordergrund und führt so zu einer erhöhten Konsistenz zwischen Einstellung und Verhalten. In der öffentlichen Selbstaufmerksamkeit wird der Fokus auf Merkmale der Person und Präsentation im sozialen Kontext gelegt. Erwartete oder befürchtete Bewertungen anderer oder auch allgemeine soziale Normen bestimmen die Ausrichtung der Selbstbeschreibung hin zu Konformität.

Wicklund und Gollwitzer (1987) zweifeln die Schlüssigkeit der Trennung zwischen den beiden Aspekten jedoch nachhaltig an, aufbauend auf der Argumentation, dass die öffentliche Komponente nicht mehr als Selbstkonstrukt im engeren Sinne gelten kann, da deren Inhalte nicht als solide Inhalte des Selbstkonzepts aufzufassen sind.

Für Fenigstein et al. (1975) dagegen ist vor allem die Komponente der öffentlichen Selbstaufmerksamkeit, die sich auf die von anderen Menschen beobachtbaren Selbstaspekte bezieht, in ihrer regulativen Funktion für die Stabilisierung und Aufwertung des Selbstkonzepts elementar. Ist bei Personen die öffentliche Selbstaufmerksamkeit stark ausgeprägt, könnte es durchaus sein, dass sie vermehrt Anstrengungen unternehmen, das Bild von sich in der Öffentlichkeit, vor allem hinsichtlich ihrer sozialen Attraktivität, zu verbessern. Das Motiv, eine vorteilhafte soziale *Identität* zu erreichen, gehört demnach in der Funktion der Selbstaufmerksamkeit zu den wichtigsten dynamischen Elementen und Zielen des Selbstkonzepts (vgl. Herkner, 1996). Selbstdarstellungstendenzen scheinen durch erhöhte öffentliche Selbstaufmerksamkeit angeregt zu werden, da mit einer gesteigerten Selbstzentrierung auch eine Konzentration auf die Wirkung in der Öffentlichkeit erfolgt (vgl. Mummendey, 1995).

2.4.3 Symbolische Selbstergänzung

Für die weiteren theoretischen Erörterungen ist der Bezug zwischen Selbstkonzept und der Verfolgung selbstbezogener Ziele, die dem Ausbau und der Aufrechterhaltung einer gewünschten *Identität* dienen (vgl. Abschnitt 2.5), wichtig. Mit der Theorie der *symbolischen Selbstergänzung* betonen Wicklund und Gollwitzer (1985; Gollwitzer, 1986) soziale Bedürfnisse von Personen, z.B. über bestimmte Merkmale und Fähigkeiten zu verfügen oder bestimmten Personenkategorien (z.B. erfolgreicher Forscher, attraktiver Partner) anzugehören. Eine selbstbezogene *Zielidentität* wirkt dann wie ein Quasi-Bedürfnis, das befriedigt werden muss.

Selbstbezogene Ziele sind in der Regel mit beobachtbaren Indikatoren, d.h. *Symbolen der Selbstdefinition* verbunden, die sich in sprachlichen Äußerungen, Verhaltensweisen und materiellen Dingen ausdrücken lassen. Welche Symbole zu welchem Ziel gehören, wird unter anderem auch von sozialen Normen festgelegt. Ist das Ziel selbst noch nicht erreicht worden oder kann es auch nie erreicht werden, ist es für die Person möglich, als „Ersatzziel“ Symbole der Selbstdefinition zur Schau zu stellen, z.B. jugendliche Sportkleidung zu tragen, um das Ziel „Jugendlichkeit“ zu symbolisieren. Ins-

gesamt können drei Arten von Symbolen der Selbstdefinition unterschieden werden (Wicklund & Gollwitzer, 1985): Objekte, Selbstbeschreibungen und soziale Beeinflussungen – drei Möglichkeiten der *Selbstdarstellung*.

In den beschriebenen Theorien der Selbstaufmerksamkeit und der symbolischen Selbstergänzung spielt das Bestreben, eine bestimmte Sicht von der eigenen Person zu konstruieren und damit für sich und andere eine bestimmte Identität zu repräsentieren, eine zentrale Rolle. Auch wenn in den bislang genannten Theorien die Ausrichtung der Aufmerksamkeit und die Demonstration von Symbolen der Selbstergänzung als motivationspsychologische Theorien des Selbst angesehen werden, sind die Funktionen der „Außenwirkung" als gerichtete Eindrucksbildung in sozialen Situationen gegenüber Interaktionspartnern wohl nicht zu unterschätzen. Mummendey beobachtet, dass in den Theorien zum Selbst und Selbstkonzept seit Jahren immer häufiger Aspekte der Einflussnahme durch Präsentationen des Selbst berücksichtigt werden: „Die Theorien zum Selbst und Selbstkonzept sind *sozialpsychologischer* geworden. Es wird immer weniger danach gefragt, *was* möglicherweise das Selbst *ist* und welche Begriffe eine Person von sich selbst *hat*, sondern es wird in zunehmendem Maße gefragt, was jemand unter welchen Bedingungen als Konzept von sich selbst *nach außen (...) präsentiert"* (Mummendey, 1995, S. 82).

Diese Beobachtung kann allerdings auch mit der Entwicklung und Ausweitung des Bedeutungsrahmens der im Folgenden dargelegten Theorien zur *Selbstdarstellung* erklärt werden. So werden Theorien zum Selbst nicht nur immer sozialpsychologischer, sondern sozialpsychologische Selbstdarstellungstheorien beziehen sich immer mehr auch auf persönlichkeitspsychologische und differentielle Belange. Selbstdarstellung wird nicht nur in ihrer sozialpsychologischen Funktion als Eindrucksbildung „nach außen" erklärt und verstanden, sondern auch in ihrer Funktion für das Individuum bzw. das Selbst des einzelnen Menschen.

2.5 Selbstdarstellung

Der Austausch von Bildern der Personen, die in kommunikativer Wechselbeziehung zueinander stehen, ist ein universelles und allgegenwärtiges Merkmal sozialen Lebens. Durch alle Verhaltensweisen, Äußerungen und Formen des Auftretens werden Selbstbilder vermittelt – in diesem Sinne ist die Vermittlung von Bildern der eigenen Person allgegenwärtig und unausweichlich. Personen bilden sich Eindrücke von anderen und es

bedarf keiner speziell wissenschaftlichen Methode, um zu erfahren, dass einige Personen sich zumindest zeitweise darum bemühen, diese Eindrücke zu beeinflussen. In der Psychologie werden diese alltäglichen Bemühungen von Personen unter dem Begriff der Selbstdarstellung als umfassendes Konzept der individuellen Eindrucksbildung betrachtet.

> „Selbstdarstellung umfasst alle Versuche, mithilfe von verbalem und nonverbalem Verhalten, Formen des Auftretens oder der äußeren Erscheinung Bilder der eigenen Person zu vermitteln. Wenn wir uns selbst darstellen, versuchen wir, den Eindruck zu kontrollieren und zu steuern, den wir auf andere Menschen machen. Damit beeinflussen wir, wie sie uns wahrnehmen und behandeln – und als mögliche Folge davon auch, wie wir uns selbst sehen. Selbstdarstellung kann in hoch bewusster Form, aber auch weitgehend ohne bewusste Kontrolle ablaufen. Selbstdarstellung erfolgt nicht nur gegenüber realen Personen, sondern auch gegenüber bloß vorgestellten Interaktionspartnern, z. B. wenn sich Personen auf einer privaten Homepage im Internet darstellen (vgl. Machilek, Schütz & Marcus, 2004). Selbstdarstellung gegenüber realen Personen ist nicht nur auf öffentliche oder formelle Situationen beschränkt (z. B. Bewerbungsgespräche), sondern betrifft auch private und intime Interaktionen mit Freunden, Familienmitgliedern, Therapeuten etc. Über die übliche Auffassung hinausgehend kann sich die Darstellung sogar primär an das eigene Selbst und somit an ein inneres Publikum richten (vgl. Schlenker, 2003)“ (Laux & Renner, 2005, S. 486).

Demnach wird Selbstdarstellung in ihrem weitesten Sinn als unausweichliche Funktion inter- und intrapersoneller Prozesse beschrieben, die jeden Austausch personrelevanter Informationen in seiner potentiell beeinflussenden Wirkung in einer theoretischen Modellvorstellung zusammenfügt. Jegliches soziale oder auch vorgestellte soziale Handeln, ob es bewusst oder unbewusst geschieht, sich selbst oder anderen gegenüber gilt, wird unter dem Dach des einen Begriffs Selbstdarstellung subsumiert. Aus dieser Sicht ist Selbstdarstellung universell, allgegenwärtig und unvermeidlich, aber daher auch nicht mehr sehr spezifisch.

Ein engerer Sinn erschließt sich, wenn Selbstdarstellung auf das Bemühen bzw. die „Versuche“ bezogen wird, mit dem Personen ihre interpersonellen Eindrücke zu kon-

trollieren und zu steuern beabsichtigen. Wird also der intentionale Aspekt von Selbstdarstellung betont, der das zielgeleitete und absichtsvolle Handeln von Personen meint, können auch diese Bemühungen sinnvoll erfragt werden. Damit bezieht sich Selbstdarstellung auf die reflektierten Anstrengungen einer Person, einen bestimmten Eindruck bei anderen oder indirekt auch sich selbst gegenüber zu erzeugen. Aus dieser engeren Sicht beschreibt Selbstdarstellung den Prozess im Selbstkonzept von Menschen, sich als aktives Subjekt in ihrer sozialen Wirklichkeit wahrzunehmen (vgl. Abschnitt 2.4) und in ihr intentional zu handeln.

Selbstdarstellung ist in diesem engeren Sinn ein subjektives Erklärungs- und Handlungsmodell im Selbstkonzept, das mehr oder weniger explizit als individuell angepasste Interpretation der eigenen Person in der jeweiligen subjektiven sozialen Wirklichkeit dem einzelnen Menschen zur Verfügung steht. So besteht eine gewisse Nähe zwischen der alltäglichen Interpretation der Funktionen menschlichen Handelns in sozialen Interaktionen und den hypothetischen Erklärungskonzepten in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung zum Thema Selbstdarstellung in der o. g. weiten Auffassung. Die Selbstdarstellungsforschung nutzt demnach die naiven und subjektiven Erwartungs- und Handlungsmodelle, um sie innerhalb von Selbstdarstellungstheorien auf ihre Gültigkeit zu prüfen.

In der Vergangenheit haben sich vorwiegend soziologische und zum Teil auch sozialpsychologische Selbstdarstellungsforscher mit der Außenwirkung zielgerichteter Handlungen bzw. intentionaler Darstellung von Personen in sozialen Interaktionen auseinandergesetzt. Indem Erving Goffman die Selbstdarstellung des Einzelnen aus Alltagsbeobachtungen aufnimmt und in ihrer Regelhaftigkeit beschreibt, leitet er aus seiner Sicht der sozialen Wirklichkeit eine generalisierte Metapher der Selbstdarstellung ab, die der Aussage Jacques: „Die ganze Welt ist Bühne, und alle Frauen und Männer bloße Spieler“ in William Shakespeares Stück „Wie es euch gefällt“ sehr nahe kommt.

Das dramaturgische Modell sozialer Interaktionen nach Goffman (1959, 2003) ist als Konzept der externen Wirkung charakteristisch für soziologische und z. T. auch für sozialpsychologische Auffassungen des Selbst bzw. der Identität einer Person in sozialen Interaktionen.

2.5.1 Goffmans dramaturgisches Modell des Selbst

Die Identität einer Person wird aus soziologischer Sicht als eine Funktion der Rollen, die diese Person in verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen spielt aufgefasst. Besonders deutlich wird diese Sichtweise bei Goffman, der von der radikalen Metapher einer Theateraufführung ausgeht, in welcher der Schauspieler in seiner Rolle dem Publikum gegenüber eine Identität Wirklichkeit werden lässt. Aus dieser Metapher heraus wird das Selbst einer Person als Produkt der Szenerie und nicht als Ausgangspunkt betrachtet. In seinem Buch „The presentation of self in everyday life“, das zum soziologischen Klassiker geworden ist, wird das *Selbst* als Produkt einer „erfolgreichen Szene“ und nicht als dessen Ursache verstanden. Die soziologische Deutung der Selbstdarstellung geht von der „wirklicheren“ Realität der sozialen Situation aus. Begriffe wie Fassade, Bühne etc. lassen für den undifferenzierten Leser die Vorstellung einer ständigen „unwirklichen Wirklichkeit“ aufkeimen. Der Mensch könnte aus diesem Missverständnis heraus ausschließlich als täuschender, sich selbst verstellender Schauspieler betrachtet werden.

Diese Metapher des Schauspiels wird soziologisch auch auf die Selbstwahrnehmung des „Darstellers“ übertragen. So kann ein Darsteller vollständig von seinem Spiel gefangen genommen und ehrlich davon überzeugt sein, dass die Realität, die er inszeniert, „wirkliche“ Realität ist. Nach Goffman zweifeln an dieser Realität des Dargestellten sozial Desillusionierte und Sozialwissenschaftler, die soziale Interaktionen unter dieser Schauspielmetapher betrachten. Dies ist der eine extreme Pol einer kontinuierlichen Reihe in den Vorstellungen über Selbstdarstellung in der sozialen Wirklichkeit. Goffman nennt diese Darsteller „aufrichtig“, soweit sie an ihren Eindruck glauben, den ihre „Aufführung“ hervorruft. Auf der anderen Seite lassen sich Schauspieler finden, die von ihrer eigenen Rolle nicht überzeugt und auch nicht ernsthaft an der Überzeugung des Publikums interessiert sind. Goffman bezeichnet diese als „zynische“ Darsteller, die ihre Präsentation – gleichfalls wie die soziologische Schauspielmetapher selbst – als Schauspiel auffassen und in dem Bewusstsein darüber das Publikum täuschen (vgl. Goffman, 2003, S. 19 f).

Der Begriff Darstellung wird als Bezeichnung des Gesamtverhaltens eines Einzelnen verwendet, welches er in Gegenwart einer bestimmten Gruppe von Zuschauern zeigt und mit dem er Einfluss auf diese Zuschauer hat. Als Fassade wird hingegen das

standardisierte Ausdrucksrepertoire gesehen, das der Einzelne im Verlauf seiner Vorstellung bewusst oder unbewusst anwendet.

In den meisten Gesellschaften mit verschiedenen sozialen Schichten ist eine Idealisierung der sozial höher Stehenden üblich. Dies führt meist zu einem gewissen Ehrgeiz der Menschen, aus einer empfundenen niedrigeren Position in höhere soziale Schichten aufzusteigen. Dazu gehört jedoch immer auch die Notwendigkeit, auf Personen Einfluss auszuüben, die diesen Aufstieg ermöglichen. Daraus entsteht ein Imperativ an Aufstiegsmotivierte, eine effektive Selbstdarstellung zu betreiben.

Es gibt in der Theatermetapher Goffmans sowohl unehrliche als auch vollkommen aufrichtige Verhaltensweisen, die zum Erfolg führen. Für den Schauspieler trifft jedoch keines dieser beiden Extreme dauerhaft zu. Zusammenfassend bedeutet dies für Goffman Folgendes:

> „Ein Status, eine Stellung, eine soziale Position ist nicht etwas Materielles, das in Besitz genommen und dann zur Schau gestellt werden kann; es ist ein Modell kohärenten, ausgeschmückten und klar artikulierten Verhaltens. Ob es nun geschickt oder ungeschickt, bewusst oder unbewusst, trügerisch oder guten Glaubens dargestellt wird, auf jeden Fall ist es etwas, das gespielt und dargestellt werden, etwas, das realisiert werden muss“ (Goffman, 2003, S. 70).

Für die Darstellung von Rollen gibt es im Modell Goffmans nur die Vorderbühne. Zurückziehen kann sich der Darsteller ausschließlich im Bereich der Hinterbühne, wo es den Zuschauern nicht gestattet ist, Einblick zu nehmen. Will man die Eindrucksmanipulation beobachten, ist einer der interessantesten Zeitpunkte daher der Augenblick, in dem der Darsteller die Hinterbühne verlässt und dem Publikum begegnet oder der Moment, in dem er von der Vorder- zur Hinterbühne zurückkehrt. Denn in diesen Augenblicken wird deutlich, auf welch erstaunliche Weise der Rollencharakter an- oder abgelegt wird.

> „Die allgemeine Vorstellung, dass wir uns selbst vor anderen darstellen, ist kaum neu; was zum Abschluss betont werden sollte, ist die Tatsache, dass gerade die Struktur unseres Selbst unter dem Gesichtspunkt der Darstellung verstanden werden kann. In dem vorliegenden Bericht wurde der Einzelne stillschweigend zweigeteilt: Er wurde als Darsteller betrachtet, als ein geplagter Erzeuger von Eindrücken, der mit der allzu menschlichen Auf-

> gabe beschäftigt ist, ein Schauspiel zu inszenieren; und er wurde als eine Schauspielfigur, im typischen Fall als eine gute Figur, betrachtet, deren Geist, Stärke und andere positive Eigenschaften durch die Darstellung offenbart werden soll. Die Eigenschaften des Darstellers und die seiner Rolle gehören grundlegend verschiedenen Bereichen an, und doch haben beide ihre Bedeutung für das Schauspiel. [...] Eine richtig inszenierte und gespielte Szene veranlasst das Publikum, der dargestellten Rolle ein Selbst zuzuschreiben, aber dieses zugeschriebene Selbst ist ein Produkt einer erfolgreichen Szene, und nicht ihre Ursache“ (Goffman, 2003, 230f).

Goffman geht es also unter anderem um den Nachweis, dass die Darstellung des Einzelnen ein notwendiges Element unseres menschlichen Daseins in der Gesellschaft ist, wobei er den unterschiedlichen Einfluss von Eigenschaften des Akteurs und seiner Funktion für das Publikum betont. So ist es aus der Sicht Goffmans angeraten, die Metapher des Schauspiels in ihrer Gültigkeit als „rhetorisches Manöver“ richtig einzuschätzen und ihr gegenüber insofern tolerant zu sein, dass sie „nicht zu ernst genommen werden darf“ (Goffman, 2003, S. 232).

Er spricht dabei nicht vom Individuum als ganzer Person oder von der Persönlichkeit des Menschen, sondern in der soziologischen Funktion vom „Individuum als Rolle“ bzw. vom „Individuum als Darsteller einer Rolle“ – er unterscheidet deutlich zwischen dem sozialen Selbst: „es ist eine dramatische Wirkung, die sich aus einer dargestellten Szene entfaltet“ und dem Individuum in seiner Lebensrealität als Mensch, „dessen Schicksal es ist, geboren zu werden, zu reifen und zu sterben“ (vgl. Goffman, 2003, S. 231).

Die dramaturgische Metapher Goffmans, die zunächst im soziologischen Bereich bleibt, indem sie die Funktion der Selbstdarstellung für soziale Interaktionssituationen beschreibt, wurde bald von Psychologen auf das einzelne, handelnde Individuum übertragen. Die Metapher der Theateraufführung, die Goffman als soziologischen Erklärungsansatz für soziale Situationen heranzog, nach der wir uns wie Schauspieler verhalten, wurde als psychologisches Modell weitergeführt. Wird die radikale Auffassung Goffmans in die Psychologie übernommen, kann eine Ableitung der soziologischen Thesen für jeden einzelnen darin münden, dass wir als „selbst“-lose Wesen die soziale Szene betreten und erst in der Selbstdarstellung und der Interaktion mit anderen wesentliche Teile unseres Selbst entwickeln.

In der *sozioanalytischen Theorie* von Hogan, Jones und Cheek (1985) wird Selbstdarstellung als typisch menschliche Tendenz aufgefasst. Um am sozialen und kulturellen Leben einer Gruppe teilnehmen zu können, muss man seinen Part in dieser Gruppe spielen. Ist dieser Part in einer sozialen Identität etabliert, ist es notwendig, diese durch Selbstdarstellung aufrecht zu erhalten (Hogan, Jones & Cheek, 1985). So wird zwar die Art und Weise der Selbstdarstellung auf veränderliche Umweltgegebenheiten zurückgeführt, doch Selbstdarstellung zu betreiben sei ein archaisches, unbewusstes und charakteristisches Merkmal unserer Spezies. Jeder von uns bildet durch seine Selbstdarstellung eine oder mehrere *Identitäten* in seiner gesellschaftlichen Umgebung aus. Durch Selbstdarstellung erzeugte *Identitäten* werden in der sozialpsychologisch geprägten Selbstdarstellungsforschung gleichbedeutend mit Konzepten wie Motiven, Dispositionen, Traits, Charakter oder Persönlichkeit aufgefasst (vgl. Tedeschi & Norman, 1985, S. 299).

2.5.2 Eindruckssteuerung durch Selbstdarstellungstechniken

Schlenker (2003) verweist auf die sich explosionsartig entwickelnde psychologische Forschung zum Thema Selbstdarstellung, die durch Goffmans Buch *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) angeregt wurde. Im Unterschied zu Soziologen wie Goffman, dessen Untersuchungen auf anthropologischen Feldstudien basieren, zogen psychologische Forschungen das Laborexperiment vor. Forschungen zur Thematik der Selbstdarstellung gingen in der Sozialpsychologie der 60er Jahre aus der allgemeineren *Impression-Management-Theorie* (Theorie der Eindruckssteuerung) hervor. Die Impression-Management-Theorie bezieht sich als wertneutrale Beschreibung und Erklärung der Sozialpsychologie auf das menschliche Bemühen, Vorstellungen und Bilder der eigenen Person zu entwickeln, aufrecht zu erhalten und in Interaktionen zu vermitteln, wobei dieser Prozess erwünschte und unbeabsichtigte Folgen für die soziale Wahrnehmung durch andere nach sich ziehen kann (vgl. Snyder, 1987; Schneider, 1981). Eindruckskontrolle definiert Schlenker (1980) als den Versuch, die vermittelten Bilder in realen oder vorgestellten sozialen Interaktionen zu kontrollieren. Schlenker (2003) grenzt die Selbstdarstellung als Teilbereich von Impression Management ab, indem sich die Eindruckslenkung in der Selbstdarstellung auf die Person des Akteurs selbst bezieht im Gegensatz zur Kontrolle des Eindrucks für andere Personen, Gruppen, Organisationen, Ideen oder Dinge:

> „Impression management is the goal-directed activity of controlling information in order to influence the impressions formed by an audience. Through impression management, people try to shape an audience's impressions of a person (e.g., self, friends, enemies), a group (e.g., a club, a business organization), an object (e.g., a gift, a car), an event (e.g., a transgression, a task performance), or an idea (e.g., prolific versus pro choice policies, capitalism versus socialism). When people try to control impressions of themselves, as opposed to other people or entities, the activity is called self-presentation" (Schlenker, 2003, S. 492).

Nach der Auffassung von Tedeschi, Lindskold und Rosenfeld (1985) bilden die Arbeiten des Sozialpsychologen Edward Jones (1964) das Fundament genuin psychologischer Ansätze im Bereich der Selbstdarstellung und des Impression Managements. Jones war der erste experimentell orientierte Sozialpsychologe, der Aspekte der Selbstdarstellung als soziales Verhalten erforschte. Sein Hauptaugenmerk lag in seiner Studie auf der Technik des *Sich-beliebt-machens* (*ingratiation*). Er beschreibt *ingratiation* als eine Klasse von strategischem Verhalten, das darauf abzielt, die eigene Attraktivität zu beeinflussen. Jones und Pittman (1982) sehen strategische Selbstdarstellung

> „… as those features of behavior affected by power augmentation motives designed to elicit or shape others' attributions of the actor's dispositions. 'Features' of course include the most subtle aspects of style and nonverbal expressions, as well as the contents of overt verbal communications. The definition also makes clear that we are unlikely to find a given response or set of responses that are intrinsically or universally self-presentational. Rather, self-presentation is likely to be intimately intertwined in social responses that have other significances as well. It is also by no means implied that strategic selfpresentational features are necessarily false, distorted, or seriously discrepant from the phenomenal self" (Jones & Pittman, 1982, S. 240).

Der Begriff der Selbstdarstellung bezieht sich auf die Auffassung, dass ein Akteur durch geplante Präsentationen einer bestimmten Identität langfristig für ihn günstige interpersonelle Positionen oder für ihn vorteilhafte Ziele anstrebt. Auch diese Definition betont, dass strategische Selbstdarstellung nicht notwendigerweise verfälschend, verzerrend oder widersprüchlich zum *phänomenalen Selbst* sein muss, das der subjektiv erlebten, tatsächlichen Identität entspricht. Das phänomenale Selbst wurde von Jones und

Gerard als die Bewusstheit der eigenen Meinungen, Werte und Einstellungen sowie deren Zusammenhänge und Auswirkungen auf das eigene Verhalten definiert, das durch soziale Interaktionen entsteht (vgl. Jones & Gerard, 1967, S. 716).

Jones und Pittman (1982) klassifizieren Selbstdarstellungstechniken in ihrem Modell der strategischen Selbstdarstellung in fünf Kategorien. Das zentrale Motiv in diesem Modell ist die Vergrößerung von Macht und Einfluss. Jede Kategorie definiert sich über die Attributionen (Zuschreibungen), die der Darsteller bei seinem Publikum zu erreichen sucht – z.B. als sympathisch, kompetent oder moralisch eingeschätzt zu werden. Um diesen Eindruck zu erreichen, nutzt der Darsteller bestimmte Verhaltensformen, die von Jones und Pittman als „prototypische Handlungen" bezeichnet werden. Zu diesen Strategien gehören, wie in Tabelle 2.5-1 aufgeführt: *ingratiation* (sich beliebt machen), *intimidation* (andere einschüchtern), *self-promotion* (sich als kompetent darstellen), *exemplification* (sich als Vorbild darstellen) und *supplication* (sich als hilfsbedürftig darstellen). Dieses inszenierte und strategische Verhalten ist mit der Gefahr verbunden, neben der eigentlichen, intendierten Wirkung auch sekundäre, vom Akteur eher unerwünschte Nebenwirkungen hervorzurufen (vgl. Schneider, 1981). So kann jemand, der sich als kompetent darstellt, bei Interaktionspartnern den nicht erwünschten Eindruck einer eingebildeten und angeberischen Person vermitteln. Nach Jones und Pittman (1982) sind diese riskierten Nebenwirkungen mit negativen Attributionen verknüpft, wie sie in Spalte drei der Tabelle 2.5-1 aufgeführt sind:

Tabelle 2.5-1 Strategische Selbstdarstellungskategorien nach Jones und Pittman (1982)

Bezeichnung der Strategie	Angestrebte Attributionen	Riskierte negative Attributionen	Prototypisches Verhalten
sich beliebt machen (ingratiation)	sympathisch, liebenswert	kriecherisch, konformistisch, unterwürfig	Meinungskonformität, loben, schmeicheln, Gefallen tun
sich als kompetent darstellen (self-promotion)	kompetent, effektiv	eingebildet, angeberisch, betrügerisch	eigene Leistungen und Fähigkeiten herausstellen
sich als Vorbild darstellen (exemplification)	moralisch überlegen, wertvoll, vorbildlich, selbstaufopfernd	heuchlerisch, scheinheilig	Selbstverleugnung, helfen
andere einschüchtern (intimidation)	gefährlich, stark	großmäulig, kraftlos	drohen, Ärger zeigen, Imponierverhalten
sich als hilfsbedürftig darstellen (supplication)	hilflos, glücklos, behindert	faul, fordernd, stigmatisiert	Selbstabwertung, Hilfegesuche

Jones und Pittman (1982) weisen darauf hin, dass Selbstdarstellung ein Zusammenspiel der verschiedenen Techniken bzw. Taktiken ist. Einige bauen aufeinander auf: So können zum Beispiel *ingratiation*, *self-promotion* und *exemplification* als eine „konsequente Reihe“ (Mummendey, 1990, S. 167) gesehen werden. Personen können, nachdem sie sich eine gewisse Basis an Sympathie bei anderen aufgebaut haben, vorsichtig Eigenwerbung betreiben. Wird auch diese akzeptiert, können die hervorgehobenen Leistungen als Grundlage der Präsentation der eigenen Beispielhaftigkeit (*exemplification*) herangezogen werden. Andere Strategien schließen sich gegenseitig regelrecht aus, wie Eigenwerbung (*self-promotion*) und Hilfegesuche (*supplication*). Es ist nachvollziehbar, dass man sich innerhalb einer bereichsspezifischen Identität nicht kompetent und hilfsbedürftig zugleich darstellen kann. Innerhalb verschiedener Teilbereiche des Selbstkonzepts kann eine gemischte Strategie allerdings vor dem Eindruck von Überheblichkeit bewahren, indem man in einzelnen Bereichen, bei denen man sich nicht gut auskennt, auch um Hilfe bittet. Jones und Wortman (1973) nutzen den Begriff der Strategie als Oberbegriff für das geplante, kalkuliert zielorientierte Handeln von Personen, um ein einheitliches theoretisches Gebäude zu entwickeln, das motivationale, kognitive und evaluative Merkmale der Selbstdarstellung verbindet.

Tedeschi und Melburg (1984) schlagen die Unterscheidung in taktische und strategische Formen der Selbstdarstellung vor. Diese Unterscheidung entspricht militärischen Kategorien der Kriegsführung: Taktiken sind dort kurzfristige Operationen für abgegrenzte Ziele, während strategische Unternehmungen auf umfassende oder langfristige Ziele ausgerichtet sind. Wenn Militärs Maßnahmen ergreifen, um ein Gefecht zu gewinnen oder Verluste zu minimieren, gelten diese als taktisch, wobei die geplanten Unternehmungen, die darauf abzielen, einen Krieg zu gewinnen, strategischer Natur sind.

In Bezug auf Selbstdarstellung lässt sich nach Tedeschi und Melburg (1984) ebenfalls eine Reihe taktischer und strategischer Unterscheidungsmerkmale finden: So bezieht sich taktische Selbstdarstellung auf kurzfristige Zielsetzungen in sozialen Interaktionen, wobei strategisches Eindrucksmanagement zeitlich und situativ übergreifende Ziele anstrebt. Wird etwa das eigene Verhalten im Bewerbungsgespräch zweckbezogen kontrolliert, um damit als erfolgreichster Bewerber hervorzugehen, kann dies als taktisch betrachtet werden, da sowohl Ziel als auch Situation eingegrenzt sind.

Auch wenn langfristige Resultate einer gezeigten Identität bei strategischer Selbstdarstellung im Vordergrund stehen, kann sie dem Akteur ebenfalls helfen, kurzfristige Ziele zu erreichen. Eine dauerhafte Wirkung ist hierbei mit dem Aufbau eines Renom-

mees bzw. Images verbunden, das mit der handelnden Person verknüpft werden soll. Das Image beeinflusst aufgrund der Langfristigkeit auch zukünftige Interaktionspartner in Situationen, die dem Akteur noch gar nicht bekannt sind. Selbstdarstellungsstrategien sind somit situationsübergreifend angelegt.

Strategische Selbstdarstellung subsumiert gewöhnlich eine Reihe von taktischen Verhaltensweisen, die kumulativ die Herstellung einer bestimmten Identität unterstützen. Häufig genutzte taktische Selbstdarstellung kann gleichzeitig die Bildung langfristiger Identitäten bedeuten: So kann z.B. häufig betriebene Eigenwerbung langfristig zur unbeabsichtigten Bildung einer arroganten Identität führen. Fährt die Person fort, mit taktischem – situativ zunächst durchaus wirksamem – Selbstdarstellungsverhalten Gewinne zu erlangen, wirkt sich die dadurch entstandene Identität eventuell negativ auf die Erreichbarkeit langfristiger Ziele aus: Kann sich eine Person etwa durch das Einschüchtern anderer kurzfristig erfolgreich durchsetzen, beeinträchtigt die damit erreichte Identität einer unverträglichen Person jedoch langfristige Vorhaben, die dem Wohlwollen und die Zuneigung anderer bedürfen.

Ein zweiter inhaltlich besonders relevanter Klassifikationsaspekt für Selbstdarstellung besteht nach Tedeschi und Norman (1985) in der Unterscheidung *assertiver* und *defensiver* Selbstdarstellung. Im Gegensatz zu defensivem Verhalten, das darauf ausgerichtet ist, bedrohte Selbstbilder zu verteidigen und die eigene Identität zu bewahren und zu schützen (z. B. durch Entschuldigungen, Rechtfertigungen, Ausreden etc.), wenn diese von anderen in Frage gestellt, kritisiert oder bedroht wird, zielen assertive Selbstdarstellungstechniken darauf ab, aktiv und selbstsicher eigene Interessen durchzusetzen. Das folgende Vierfelderschema verdeutlicht die vier Kombinationen für Selbstdarstellungstechniken nach den genannten Differenzierungen:

Tabelle 2.5-2 Vierfelderschema der Selbstdarstellungstechniken nach Tedeschi und Norman (1985)

	Assertiv	Defensiv
Strategie	Assertive Strategie: Versuche, eine langfristige vorteilhafte Identität aufzubauen	Defensive Strategie: „Chronische“ Versuche, sich gegen Bedrohungen der eigenen Identität zu schützen
Taktik	Assertive Taktik: Versuche, für eine konkrete Situation eine Identität aktiv aufzubauen	Defensive Taktik: Versuche, eine vorteilhafte Identität wiederherzustellen, Stigmatisierung zu vermeiden

Assertive strategische Formen der Selbstdarstellung dienen der *Selbstkonstruktion* (*self-construction*), indem eine langfristige Identität einer Einzelperson hergestellt werden soll, die situationsübergreifend wirksam ist (vgl. Baumeister, 1982). Tedeschi et al. (1985) nennen als assertive Strategien *competence* und *expertise* (Kompetenzen unterstreichen und Expertenschaft hervorkehren), *attractiveness* (Attraktivität herausstreichen), *status* und *prestige* (Status und Prestige betonen), *credibility* and *trustworthiness* (glaubwürdig und vertrauenswürdig erscheinen) sowie *self-disclosure* (Selbstoffenbarung). Defensive Strategien können als der habituelle Einsatz defensiver Selbstdarstellungstechniken verstanden werden, zu denen Tedeschi und Norman die Präsentation von Schüchternheit, sozialer Angst, Abhängigkeit und psychischen Krankheiten zählen. Die damit vermittelten Selbstbilder werden im Allgemeinen von der sozialen Umgebung als unvorteilhaft aufgefasst und sind für den Akteur langfristig wohl eher mit Nachteilen verbunden.

Mit assertiven Taktiken versucht der Akteur kurzfristige interpersonelle Ziele durch entsprechende Eindrucksbildung zu erreichen, sie entsprechen weitgehend den Kategorien der oben genannten Selbstdarstellungstechniken nach Jones und Pittman (1982). Allerdings unterscheiden Tedeschi und Norman (1985) nicht explizit zwischen den angestrebten Attributionen, den Interaktionszielen und dem Selbstdarstellungsverhalten, sondern sehen die eingesetzten Techniken – was eine Person tut – in direkter Verbindung zur gezielten Eindrucksbildung – was sie damit erreichen möchte. Hierzu gehören *Eigenwerbung* (*self-promotion*) mit dem Ziel, als kompetent zu gelten, *Beispielhaftigkeit präsentieren* (*exemplification*), um vorbildlich zu wirken, *Liebenswürdig erscheinen* (*ingratiation*), um als sympathisch zu gelten, *Einschüchtern* (*intimidation*), um von anderen als gefährlich wahrgenommen zu werden und – wenn keine anderen Einflussmöglichkeiten vorhanden sind – sich *hilfsbedürftig zeigen* (*supplication*), um durch die Präsentation von Schwäche und Abhängigkeit Hilfe und Mitgefühl von anderen zu erhalten.

Defensive Taktiken werden eingesetzt, um beschädigte oder bedrohte Selbstbilder zu verteidigen und Ablehnung oder Schuldzuschreibungen zu vermeiden. Die eigene Verantwortung für missliche soziale Situationen, so genannte *predicaments*, soll durch den Einsatz defensiver Taktiken reduziert werden. Tedeschi und Riess (1981) zählen dazu: *Ausreden* (*excuse*): Gründe, warum man nicht schuld ist; *Rechtfertigungen* (*justifications*): Begründungen, warum man so handeln musste; *Metaerklärungen* (*meta-accounts*): übergeordnete Erklärungen vorbringen, die das eigene Verhalten vor einem

anderen Hintergrund als gerechtfertigt erscheinen lassen; *Vorwarnungen* (*disclaimers*): Dementis, die anderen ihre mögliche Verurteilung des Verhaltens im Vorhinein abschwächen; *sich entschuldigen* (*apologies*): indem die eigene Schuld als Lehre für zukünftig besseres Verhalten angenommen wird; und *andere beschuldigen* (*blame*): den Fokus der Schuld auf andere richten, um nicht selbst verurteilt zu werden.

Diese Einteilungen von Tedeschi et al. (1981, 1985) wurden hinsichtlich der kaum eindeutigen Unterscheidbarkeit zwischen Taktiken und Strategien kritisiert (vgl. Mummendey, 1995); so lässt sich kaum klären, wo Taktiken aufhören und Strategien beginnen. Auch die Unterteilung in assertive und defensive Selbstdarstellungen muss nach Schütz (1998) als zu undifferenziert erkannt werden. Das Ziel, durch assertive Techniken bestimmte positive Selbstbilder aufzubauen, wird bei Tedeschi et al. dem Zweck defensiver Techniken, negative Selbstbilder zu vermeiden und positive wiederherzustellen oder zu schützen, gegenübergestellt. Schütz (1998) verweist darauf, dass der Schutz und Erhalt bestimmter Selbstbilder eine wichtige Funktion auch assertiver Selbstdarstellungstechniken ist, da bereits bestehende Eindrücke durch sie im Alltag stabilisiert werden.

2.5.3 Weiterentwicklungen der Selbstdarstellungsforschung

Aufgrund des bisher Genannten könnte es scheinen, als ob die psychologische Selbstdarstellungsforschung mit ihren prominenten Vertretern E. Jones, T. S. Pittman, James T. Tedeschi und B. Schlenker ein rein US-amerikanisches Produkt sei. Europäische oder deutsche Vorläufer lassen sich in keiner Beschreibung der kurzen Geschichte der Selbstdarstellungsforschung bei Leary (1996) finden. Doch ist der dramaturgische Ansatz, wie Goffman ihn als Metapher für soziale Interaktionen heranzog, schon lange vor der Selbstdarstellungsforschung in der Psychologie diskutiert worden. Laux (2000) belegt in seinem Artikel „Persönlichkeitspsychologie in interaktionistischer Sicht“, dass bereits in den zwanziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts der Berliner Psychologe und Philosoph Richard Müller-Freienfels (1882-1949) in seiner Schriften zur „Dramaturgie des Lebens“ teils sehr detailliert Inhalte der theoretischen Ansätze aktueller Selbstdarstellungsforschung vorwegnahm:

> „Jeder Mensch trägt, wenn auch vage und kaum bewusst, ein Ideal von sich in der Seele, dem er entsprechen möchte. Und wiederum (oft ohne dass er das weiß) sucht er sich zu überzeugen, dass er diesem Ideal entspräche. Sicherlich hat Robinson

> auf seiner Insel nicht bloß vegetativ dahingelebt; er fühlte sich als Held und kühner Jäger, hat sich Beifall geklatscht, wenn ihm ein guter Schuss gelang, kurz, er hat eine Rolle gespielt, zum mindesten vor sich selbst, wenn nicht vor einem imaginären Publikum. - All das kompliziert sich noch außerordentlich, sobald wir den Menschen nicht in Einsamkeit, sondern innerhalb gesellschaftlicher Beziehungen sehen. Denn die anderen sind nicht bloß passive Zuschauer, sie stellen höchst energische Forderungen an jeden, dem sie zuschauen. Sie verlangen zwar, dass man sie nicht betrüge; aber sie sind höchst erbost, wenn man nicht so ist, wie sie es fordern. Damit aber zwingen die Zuschauer ihr Objekt zum Schauspiel, sie zwingen ihm eine Rolle, vielleicht sogar mehrere Rollen nebeneinander auf“ (Müller-Freienfels, 1927, S. 198, zitiert nach Laux, 2000, S. 248-249).

Aus diesem Zitat lässt sich schließen, dass Müller-Freienfels nicht nur andere Personen als Adressaten von Selbstdarstellung ansieht, sondern auch vorgestellte reale Interaktionspartner – ein imaginäres Publikum, das in der subjektiven Rückbeziehung auf das eigene Selbst vor einer inneren Bühne steht (vgl. 1921, 1927). Neben imaginierten realen Personen (z.B. Eltern, Lehrer, Freunde, Vorgesetzte etc.) kann auch das eigene Selbst als ein inneres Publikum aufgefasst werden. Dies entspricht den Vorstellungen von Vertretern jüngerer Ansätze in der Selbstdarstellungsforschung, die ausdrücklich betonen, dass die Darstellung auch gegenüber einem inneren Publikum, also gegenüber dem eigenen Selbst erfolgen kann – „Robinson ... hat sich Beifall geklatscht...“ – (vgl. Laux, 2000; Schlenker & Weigold, 1992). Findet die Selbstdarstellung lediglich vor diesem inneren Adressaten statt, was auch dann möglich ist, wenn ein externes Publikum vorhanden ist, so kann dies als Selbstdialog bezeichnet werden. Im Gegensatz dazu wird in der „klassischen“ psychologischen Selbstdarstellungsforschung ausschließlich die an andere Personen gerichtete Darstellung nach außen thematisiert (vgl. Schütz & Tice, 1997; Tedeschi et al., 1985).

Diese bislang genannten „klassischen“ Ansätze der Selbstdarstellungsforschung, die eng an die radikale Schauspielmetapher Goffmans geknüpft sind, werden von Scheibe (1985) in mehreren Punkten als einseitig kritisiert. Selbst und Identität einer Person werden durch Forschungen, die vorwiegend auf „*soziale Identitäten*“ bzw. das „*öffentliche Selbst*“ gerichtet sind, nur reduziert wahrgenommen, da das „*private Selbst*“ vernachlässigt wird. So hat die Konzentration auf bewusst kalkulierte Taktiken der Ein-

druckslenkung ein „kaltes neues Licht auf das Selbst in Interaktionen“ geworfen (Scheibe, 1985, S. 56, nach Laux, 1992). Innerhalb der Psychologie wurde in den letzten Jahrzehnten diesen Kritikpunkten durch die Ausweitung des Selbstdarstellungsbegriffs begegnet.

Die radikale Auffassung Goffmans, Selbstdarstellung als konstitutiv für die (soziale) Identität und das (soziale) Selbst zu sehen, ist ein Ansatzpunkt, um Selbstdarstellung auf das private Selbst auszuweiten. So scheint letztlich kaum etwas vom Individuum übrig zu bleiben, wenn sein Selbst, seine Identität, mit seiner Selbstdarstellung nicht nur weitgehend gleichgesetzt wird, sondern aus ihr hervorgeht. Würde man von Selbstdarstellungen absehen, bliebe kaum etwas von der „eigentlichen” Persönlichkeit übrig: „Wir sind oft sehr wenig und auch am wenigsten wir selbst, wenn wir ganz wir selbst sein wollen: maskenlos” (Kaltenbrunner, 1982, S. 35, zitiert nach Laux et al. 2004).

Selbstdarstellung ist nicht nur eine oberflächliche oder manipulative Handlung, vielmehr kann sie auch mit dem Versuch verbunden sein, ein besonders „treffendes“ („accurate“) (Schlenker, 2003, S. 493, Hervorhebung im Original) Bild der eigenen Person zu zeichnen (vgl. Baumeister, 1982; Cheek & Hogan, 1993; Leary, 1996; Schlenker, 1980, 1985; Schlenker & Pontari, 2000). Baumeister (1982, 1986) zufolge gibt es zwei grundlegende Typen von Selbstdarstellern: Die einen versuchen sich in der Art darzustellen, wie es das Publikum am liebsten mag. Im anderen Fall ist der Akteur von seinen eigenen Werten gelenkt und versucht, im Rahmen seiner Selbstdarstellung die *Identität* – wie er sie sich wünscht – zu behaupten und zu bestätigen.

Der Begriff *Identität* wird vor allem in der soziologischen und der Literatur zur Selbstdarstellungsforschung kaum abgrenzbar von den Begriffen Selbst, Selbstkonzept oder Selbstbildern verwendet. Auch in der Alltagssprache lassen sich die Bedeutungsbereiche in der Verwendung des Begriffs Identität kaum von jenen in der Literatur dem Selbst oder Selbstkonzept zugeschriebenen Inhalten unterscheiden (vgl. Haußer, 1983). Als soziale Identität wird im Sinne des Impression Managements das an die sozialen Interaktionspartner angepasste Bild der eigenen Person verstanden (vgl. Tedeschi et al., 1985; Baumeister, 1986).

Ist eine langfristige Identität gegenüber den Interaktionspartnern vorhanden, können verschiedene Formen von Selbstdarstellungstechniken ggf. wirksamer genutzt werden. Gilt eine Person z.B. als durchsetzungsstark, könnte diese Reputation auf mehrere Ziele hin eine effektive Grundlage schaffen. Eine Person mit dem Ruf, durchsetzungsstark zu sein, wird wohl mit weniger Aufwand taktische Ziele gegenüber anderen

durchsetzen können als eine Person ohne dieses Image. Expertenschaft auf einem bestimmten Sachgebiet kann beispielsweise eine Identität sein, die einer Person Zutritt zu diesem Sach- und damit Sozialbereich sowie Kontrolle über Meinungen von Personen oder Entscheidungen über Sachfragen ermöglicht. Kontrolle wird von Personen, wenn sie sich auf die eigene Person bezieht, als Kontrollüberzeugung und Selbstwirksamkeit wahrgenommen. Die Selbstdarstellungsforschung konnte Selbstdarstellung auch auf das menschliche Bestreben nach sozialer Kontrolle und sozialer Macht beziehen.

Rothbaum, Weisz und Snyder (1982) schlugen die Aufteilung in *primäre* und *sekundäre* Kontrolle vor. *Primäre Kontrolle* ist der Versuch einer Person, die Umgebung auf eine Linie mit ihren Wünschen zu bringen. Im Fall von Selbstdarstellung wird direkt versucht, die Eindrücke anderer zu beeinflussen. Dies kann unterschiedlichen sozialen Motiven dienen, z.B. dem sozialen Einfluss oder sozialer Zustimmung. Der Begriff der *sekundären Kontrolle* bezieht sich auf das Bemühen von Personen, sich selbst in Einklang mit der sozialen Umgebung zu bringen. Während primäre Kontrollmotivation offenes Verhalten meint, indem Selbstdarstellung mittels verschiedenster Selbstdarstellungstechniken gezeigt wird, läuft die sekundäre Kontrolle als Interpretation der Wirklichkeit innerhalb der Person ab (*interpretative Kontrolle*), die kognitive Strategien nutzt, um sich selbst an unerwünschte soziale Sachverhalte anzupassen und diese als gegeben zu akzeptieren.

Arkin (1982) betont, dass *interpretative Kontrolle* jedoch nicht als Unterordnung oder eine Form der Hilflosigkeit betrachtet werden darf, wie es Rothbaum seiner Meinung nach getan habe. Interpretative Kontrolle dient der Wirksamkeitsüberzeugung eines Individuums, gegebene widrige Umstände auszuhalten, um in der Zukunft die eigenen Möglichkeiten umsetzen zu können – so illusorisch diese Überzeugung in der aktuellen Situation auch sein mag. Interpretative Kontrolle wird somit genutzt, um den Wunsch nach Kontrolle aufrechterhalten zu können. Auf diese Weise bewahrt sich ein Individuum die Glaubhaftigkeit seiner eigenen Selbstwirksamkeit, wenn aktuelles, aktives Selbstdarstellungsverhalten nicht erfolgversprechend erscheint. Wenn eine Person ihren Glauben an die eigene Wirksamkeit verliert, wird sie möglicherweise lohnendes Verhalten und Bemühungen überhaupt nicht mehr aufbringen (vgl. Seligman, 1984).

Interpretative Kontrolle setzt voraus, dass die Zurückhaltung der eigenen Fähigkeiten und deren Aufschub in die Zukunft nicht auf einen Mangel an Fähigkeitszuschreibungen, fehlendes Glück oder auf mächtige Andere zurückgeführt wird. Wirksamkeitserwartungen können dagegen durch interpretative Kontrolle aufrechterhalten werden,

wenn der zurückhaltende Einsatz von Selbstdarstellungstechniken z.B. als Anstrengungsvermeidung interpretiert werden kann (vgl. Arkin, 1986).

2.5.4 Motive und Ziele der Selbstdarstellung

Wie bereits oben beschrieben, verknüpfen Tedeschi und Norman (1985) mit einzelnen Selbstdarstellungstechniken konkrete Attributionsziele, also die Absicht, bestimmte Bilder der eigenen Person bei anderen hervorzurufen. Diesen Interaktionszielen, wie sie durch Selbstdarstellung erreicht werden sollen, liegt ihrer Auffassung nach ein zentrales Motiv zugrunde. Tedeschi et al. (Tedeschi, 1972, 1983; Tedeschi & Lindskold, 1976; Tedeschi & Norman, 1985) sehen im Erhalt und der Ausweitung sozialen Einflusses ein zentrales Ziel des Menschen, dem durch die Selbstdarstellung nachgegangen wird. Sie postulierten damit ein Grundmotiv im menschlichen Sozialverhalten, andere zu beeinflussen, d.h. soziale Macht bzw. sozialen Einfluss zu maximieren.

Tedeschi, Schlenker und Bonama, (1972, 1975) deuten einige Phänomene intrapsychischer Natur auf ihre sozialen Funktionen in interpersonellen Interaktionen um. So sehen sie die durch Selbstdarstellung geschaffenen Identitäten als Machtressourcen an, die die Effektivität verschiedener Einflussversuche erleichtern. Langfristige Reputationen, wie bestimmte Persönlichkeitseigenschaften, werden als praktikabel gegenüber unterschiedlichem Publikum und verschiedenen Zielsetzungen angesehen, um die Effizienz und Wirksamkeit bestimmter Selbstdarstellungstechniken zu erhöhen (vgl. Tedeschi et al., 1985, S. 299).

Aus dem generellen Motiv zur Maximierung des sozialen Einflusses präsentieren Personen Identitäten, die ihren Einfluss erhöhen. Mit der Analyse verschiedener Studien listen Tedeschi und Norman (1985) mehrere Merkmale auf, die für den sozialen Einfluss einer Person relevant erscheinen. Zur Ausweitung des sozialen Einflusses nutzen Personen Selbstdarstellungstechniken, die dem Zielpublikum die Identität von Glaubwürdigkeit, Vertrauenswürdigkeit, Attraktivität, Kompetenz, Status und Prestige vermitteln sollen; weitere Attributionsziele sind, als gefährlich, hilflos oder beispielhaft zu gelten (Tedeschi & Norman, 1985).

Einflussmotivierte Selbstdarstellung gründet wiederum auf der Prämisse, dass menschliches Verhalten durch Verstärker bedingt wird. Eine grundlegende Annahme der Lernpsychologie ist, dass Menschen Verhaltensweisen vermehrt zeigen, die in der Vergangenheit verstärkt wurden, und jene Verhaltensweisen vermeiden, die früher nicht

verstärkt oder gar bestraft wurden. Vereinfacht kann gesagt werden, dass jeder Mensch danach strebt, möglichst zahlreiche Belohnungen und möglichst wenig Bestrafungen zu erhalten. Da jede Person bezüglich der meisten Verstärker von anderen abhängig ist und nur wenige Ziele ohne andere Personen erreicht werden können, sei das grundlegende Motiv menschlichen Verhaltens darauf gerichtet, Identitäten darzustellen, die den sozialen Einfluss sichern und wenn möglich ausbauen, um von den Interaktionspartnern das zu erhalten, was die jeweilige Person von diesen benötigt. Verstärker sind im sozialen Prozess z.B. Zuneigung, Respekt, Status, Anerkennung und als umfassender Verstärker: finanzielle Mittel (vgl. Tedeschi et al., 1985). Ein Akteur hat demnach sozialen Einfluss, wenn er das Verhalten, die Meinungen, Urteile oder Entscheidungen des anderen beeinflussen kann, um damit selbst Verstärker zu erhalten oder zur weiteren Machtausweitung anderen geben zu können.

Typische Ziele von Selbstdarstellung sind nach Schlenker (2003) üblicherweise die Gewinnung von Freunden, die Förderung psychischen und materiellen Wohlergehens oder auch die Sicherung einer herausragenden öffentlichen Identität. Er betont jedoch, dass diese nur einen Teil der Selbstdarstellungsziele repräsentieren. Selbstdarstellung ist nicht nur oberflächliche, täuschende oder manipulative Aktivität, sondern kann vom Akteur als Versuch genutzt werden, ein besonders treffendes Bild seiner Person zu liefern. Die Vielfalt der Gründe für Selbstdarstellung kann zwar nicht vollständig wiedergegeben werden, jedoch werden alle Gründe auf die Verfolgung von Zielen zurückgeführt, die ausschließlich oder besser erreicht werden, indem die auf die eigene Person bezogenen Reaktionen anderer – der Entscheider – beeinflusst werden.

Blumer (1969) fasste bereits in den ersten Jahren systematischer Selbstdarstellungsforschung einige zentrale Erklärungsmodelle für strategische Selbstdarstellung zusammen. Wie er sieht auch Schlenker (2003) für die sozialpsychologische Selbstdarstellungsforschung den *symbolischen Interaktionismus* als eine maßgebliche theoretische Basis an. Selbstdarstellung umfasst darin eine große Bandbreite von sozialen Aktivitäten, die sich aus der zentralen Leitidee ergeben, dass interpersonelles Verhalten eine *Darstellungsleistung (performance)* ist, die anderen Informationen über das eigene Selbst symbolisch mitteilt.

Vertreter des *symbolischen Interaktionismus* wie Cooley (1902) und Mead (1963) betonten, dass Handlungen symbolische Bedeutungen tragen, die – durch die Reaktionen anderer darauf – das Selbst beeinflussen. Die handelnde Person richtet sich an der Bedeutung von „Dingen“, die Gegenstände, Menschen, Institutionen, Leitideale etc.

sein können, aus. Die Bedeutung entsteht oder leitet sich aus der sozialen Interaktion mit anderen Menschen ab. Es bleibt jedoch nicht bei Bedeutungszuschreibungen von „Dingen“, wie z.B. erstrebenswerten Idealen oder etwa gegenüber Leistungsorientierung; diese werden in einem interpretativen Prozess geändert oder teilweise im eigenen Handeln aufgezeigt. Die *Identität* des Einzelnen leitet sich aus der gemeinsamen Bedeutungszuschreibung mit anderen ab, die sich auf verschiedene Gesichtspunkte sozialer Prozesse bezieht. Indem er „Dinge“ zeigt, ihnen nacheifert, sich selbst auf diese aufmerksam macht, interagiert der Handelnde in einem internalisierten sozialen Prozess mit sich selbst und gewinnt daraus seine Identität.

Ein zweites Erklärungsmodell, das Blumer (1969) nennt, geht aus dem Motivpaar „Glaubwürdigkeit gewinnen“ und „Schuld vermeiden“ hervor. Diese beiden Aspekte, die auch durch Arkin (1981) in der Unterscheidung von *akquisitiver* und *protektiver* Selbstdarstellungsmotivation beschrieben werden (vgl. Abschnitt 2.5.2), beruhen auf dem bekannten Motivpaar „*Hoffnung auf Erfolg*“ und „*Furcht vor Misserfolg*“. Die akquisitive Motivation ist mehr mit der Tendenz verknüpft, aktiv soziale Gewinne zu machen; die protektive Selbstdarstellungsmotivation wird dadurch veranlasst, soziale Ablehnung zu vermeiden. Für die Aufrechterhaltung der akquisitiven und protektiven Selbstdarstellungsmotivation wird von Arkin allerdings ein externales Erklärungsmodell verwendet. Die dauerhafte Motivation zu einer bestimmten Selbstdarstellung ist demnach von den Belohnungen aus der Umwelt, also den Interaktionspartnern, abhängig.

Laux und Weber (1993) sehen in der Selbstdarstellung ein Mittel zur Erreichung von vier Regulationszielen. Hierzu gehören die Bedürfnisse nach *Selbstkongruenz und Selbstkonsistenz*, der *Selbstwertmaximierung* und der *Selbstidealisierung* sowie der *Interaktionsregulation*. Bedeutung kommt daher der Selbstdarstellung sowohl hinsichtlich der Selbstregulation als auch der Regulation von Interaktionen und Beziehungen zu. In beiden Fällen kann sich die Selbstdarstellung an ein externes Publikum richten, wobei die eigenen Anforderungen bei der Selbstregulation die Bewertungsgrundlage für das erzeugte Bild der eigenen Person ist:

> „Während es jedoch bei der Regulation der Interaktion primär um die Beeinflussung anderer Personen geht, steht bei der Selbstregulation der Ausdruck und die Gestaltung des eigenen Selbst im Vordergrund, das aber gleichfalls externer Adressaten bedarf. Die Prämisse ist, daß die Regulation des Selbst in erheblichem Maße sozial bedingt ist. Kriterium für den Erfolg der

> Selbstdarstellung ist dabei weniger, bei anderen ‚anzukommen', als den ‚Selbst'-Ansprüchen zu genügen. Die Trennung zwischen selbst- und interaktionszentrierten Selbstdarstellungen ist konzeptuell sinnvoll, obwohl in der ‚Praxis' der Selbstdarstellung beide Formen meist verwoben sind" (Laux & Weber, 1993, S. 231f).

Für die Selbstregulation sind die Wiederherstellung, der Schutz, die Beibehaltung oder die Erweiterung von einzelnen Teilen des Selbstkonzepts oder des Selbstwertgefühls bedeutsame Ziele. Laux (1993) nimmt für die Selbstdarstellung ein grundsätzliches Bedürfnis nach Übereinstimmung des eigenen Verhaltens, d.h. Kongruenz zum eigenen Selbstkonzept an. Im Gegensatz zur klassisch-strategischen Auffassung (vgl. Jones & Pittman, 1982) wird hier vom Grundbedürfnis ausgegangen, sich so darzustellen, dass die Interaktionspartner den Selbstdarsteller möglichst so wahrnehmen, wie er sich selbst sieht (vgl. Laux & Weber, 1992; Leary & Kowalski, 1990). Diese *Kongruenz* zwischen Selbstbild und Verhalten wird in der humanistischen Psychologie als ein Merkmal psychischer Gesundheit aufgefasst, das mit Echtheit (Rogers, 2000), einem transparenten Selbst (Spitznagel & Schmidt-Atzert, 1986) sowie Selbstenthüllung bzw. Selbstoffenbarung konzeptualisiert wurde.

Inhalte der Selbstdarstellung können Selbstbilder sein; sie werden nach Laux und Weber als Teilbereiche des Selbstkonzepts aufgefasst. Selbstbilder werden als Vorstellungen über die eigene Person verstanden, die sich auf mittlerem Abstraktionsniveau befinden und bei Bedarf zu abstrakteren Bildern, wie dem des Selbstkonzepts, verknüpft werden (Laux & Weber, 1993, S. 51). Zentral sind sie dann, wenn sie bedeutsame Identitätsdimensionen des Selbst beinhalten.

Eine Aufteilung von Aspekten des Selbst wird in der Unterscheidung zwischen *faktischen* und *potenziellen* Selbstbildern durch Markus (1977) vollzogen. Merkmale der eigenen Person, die in der Vergangenheit durch Erfahrungen und soziale Rückmeldungen (*self-defining-feedback*) verfestigt wurden, sind Inhalte der faktischen Selbstbilder einer Person. Handelt es sich um zentrale, für die Identität bedeutsame Dimensionen, entsprechen sie den *Selbstschemata* bei Markus (1977). Gegenüber den faktischen Selbstbildern, die vergangenheitsbezogene und durch Erfahrungen abgesicherte Komponenten des Selbstkonzepts repräsentieren, verweisen potenzielle Selbstbilder auf mögliche und damit zukunftsbezogene, dynamische Elemente der Selbstrepräsentation. Zu diesen potenziellen Selbstbildern (possible selves nach Markus & Nurius, 1986) zäh-

len angestrebte ideale Selbstbilder (z.B. ein erfolgreiches, akzeptiertes Selbst) wie auch gefürchtete Bilder (z.B. einsames, unfähiges Selbst). Sie können als selbstbezogene Ziele einer Person verstanden werden und sind im Gegensatz zu breiten und abstrakten Motiven eher konkretisierte und personalisierte Ziele einer Person (Wurf & Markus, 1991).

Das Bemühen um *Selbstkonsistenz* bezieht sich auf die „rechtschaffene" Vermittlung von aktuellen faktischen Selbstbildern des Darstellers. Wenn er sich bei der Darstellung aber am *Idealselbst* orientiert, bringt er potenzielle, nicht faktische Selbstbilder zum Ausdruck. Auch wenn diese *Selbstidealisierung* lediglich angestrebte Rollen beinhaltet, kann sie dennoch als echt oder authentisch bewertet werden: Nach Park (1950) ist das gewünschte und angestrebte Selbst unser wahres Selbst (vgl. Laux & Weber, 1993).

Wenn diese Form einer idealbildgestützten, nicht selbstkongruenten Darstellung gelingt und häufig angewandt wird, sind Erweiterungen des Selbstkonzepts – ausgerichtet auf größere Selbstsicherheit und Kompetenzüberzeugung – wahrscheinlich. Laux (1986) hat daher vorgeschlagen, von der *Extension des Selbstkonzeptes* – oder kürzer – der *Selbstextension* zu sprechen. Einer solchen Erweiterung in Richtung eines Idealselbst zur *Selbstwertsteigerung* sind allerdings Grenzen gesetzt. Nach Schlenker (1985) neigen Personen zwar dazu, Selbstbilder zu vermitteln, die ihren Selbstwert erhöhen, doch diese Selbstdarstellung muss zusätzlich glaubwürdig sein, um erfolgreich zu sein. So wird ein Gleichgewicht zwischen den Bedürfnissen nach *Selbstkongruenz* und *Selbstwertmaximierung* angestrebt, um diesen einander widersprechenden Handlungstendenzen in der Selbstdarstellung gerecht zu werden (vgl. Laux & Weber, 1993).

Die *Theorie der Handlungsveranlassung* (*Theory of Reasoned Action*) (vgl. Ajzen & Fischbein, 1980; Ajzen, 2002) geht davon aus, dass die Intention, ein bestimmtes Verhalten auszuüben, der stärkste Prädiktor des Verhaltens ist. Diese Intention selbst wird durch die Einstellung sowie durch die subjektive Norm beeinflusst, die sich mehr oder weniger an allgemeinen sozialen Normen orientiert. Die Einstellung ist den Autoren zufolge eine affektive Bewertung des eigenen Verhaltens. Im Zusammenhang mit der subjektiven Norm interpretiert eine Person, welche Erwartungen für sie wichtige Menschen (vgl. significant others, Mead, 1963) an sie herantragen. Es wird angenommen, dass die Erwartungen anderer Menschen einen Einfluss auf die Intentionsbildung einer Person haben. Sobald es jedoch um die Vorhersage von Verhalten geht, bei dem bestimmte Schwierigkeiten auftreten, hat die Theorie der Handlungsveranlassung ihre

Grenzen erreicht. Weiterführend ist hier die Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen & Madden, 1986), da sie einen zusätzlichen Prädiktor für die Intention einbezieht: die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Sie ist definiert durch die subjektiv wahrgenommene Schwierigkeit, ein Verhalten tatsächlich kontrollieren und ausführen zu können.

Mummendey (2006) stellt in seinem Handbuchartikel zur Selbstdarstellung fest, dass Forschungsbemühungen, die auf dem Postulat der Eindruckssteuerung aufbauen, demzufolge Individuen in sozialen Interaktionen den erzeugten Eindruck bei anderen kontrollieren, keine eindeutige Lokalisation des Motivs zulassen. Es werden demnach zunächst keine Aussagen darüber gemacht, ob dieses Bemühen der Individuen als innen- oder – etwa durch soziale Verstärkungsprozesse – als eher außengeleitet aufgefasst werden kann. So gehen die Ausführungen verschiedener Selbstdarstellungsforscher darin auseinander:

> „Während etwa Arkin (1981) hervorhebt, dass Selbstdarstellungsverhalten unter der Kontrolle von Verstärkungsprozessen stehe, betonen Schlenker, Britt und Pennington (1996) den Aspekt einer zielgerichteten Aktivität des Individuums. Andere motivationspsychologische und konsistenztheoretische Ansätze postulieren z.B. ein Selbstdarstellungs-‚Motiv' im Sinne des Strebens nach der Aufrechterhaltung, Verteidigung und Erhöhung des Selbstwertes oder nach der Herstellung von Konsistenz zwischen dem Selbstbild und sozialem Feedback. So nimmt etwa Swann in seiner Theorie der Selbstverifikation an, dass Individuen bereits bei der Informationssuche danach streben, das Bild, das sie von sich selbst gewinnen, von anderen Personen bestätigt zu finden – ‚bringing social reality into harmony with the self' (vgl. Swann, Rentfrow & Guinn, 2002)" (Mummendey, 2006, S. 50f).

Hogan, Jones und Cheek (1985) kritisieren die außengeleiteten Ansätze der Selbstdarstellungsforschung, indem sie sozialpsychologischen Selbstdarstellungstheorien vorhalten, interindividuelle Unterschiede sozialer Motivation und Variationen der Selbstdarstellung zu ignorieren. Nach Hogan simplifizieren diese Theorien das Selbstdarstellungsverhalten, da sie es als sozial bedingt betrachten. Differenziertere Ansätze gehen dagegen von Eigenschaften aus, die Unterschiede im Selbstdarstellungsverhalten auf interindividuell trennende Merkmale wie z.B. Self-Monitoring zurückführen.

2.5.5 Self-Monitoring

Personen unterscheiden sich stark darin, wie und wie häufig sie sich selbst darstellen. Schütz (1992) schreibt hierzu:

> „Selbstdarstellung im Sinne des bewussten und geplanten Einsatzes von eigenem Auftreten im Dienste der Eindruckslenkung (vgl. Jones, 1964) im Gegensatz zu spontanem, ‚echten' Verhalten nimmt bei unterschiedlichen Personen unterschiedlich viel Raum in ihrem Verhalten ein" (S. 31).

Als ein Persönlichkeitsmerkmal, das als Prädiktor dieser Unterschiede in der Selbstdarstellung fungieren kann, ist in erster Linie *Self-Monitoring* zu nennen. Der amerikanische Psychologe Mark Snyder (1972, 1974) unterscheidet mit dem Konzept des Self-Monitoring Personen danach, in welchem Ausmaß sie ihren performativen Ausdruck und damit ihre Selbstdarstellung kontrollieren. Der Ausgangspunkt von Snyders (1974, 1979, 1987) Self-Monitoring-Theorie bestand in seiner Beobachtung, dass Menschen in sozialen Situationen durch vorsätzliche und bewusste Verhaltensstrategien ihre wirklichen Meinungen, Absichten, Eigenschaften und Einstellungen überdecken und verbergen, um bei anderen einen möglichst vorteilhaften Eindruck zu erzeugen. Sie scheinen in ihrer Selbstdarstellung das soziologische Modell Goffmans internalisiert zu haben und beschreiben sich wie Theaterspieler, die je nach Anforderung ihre eigene Person möglichst gut zur Geltung bringen möchten. Andere Personen dagegen orientieren sich an inneren Werten und Prinzipien und überwachen ihre eigene Darstellung weniger. Sie lassen sich von Erwartungshaltungen sozialer Situationen weniger beeindrucken und streben eher nach Selbstkonsistenz. Um diese Personengruppen voneinander zu unterscheiden und eine Verbindung zwischen soziologischer und psychologischer Selbstdarstellungsforschung zu erreichen, entwickelte Snyder das Self-Monitoring-Konzept.

Snyder veröffentlichte im Rahmen seiner Dissertation 1974 eine 25 Items umfassende Selbstbeschreibungsskala zur Erfassung des Konstrukts Self-Monitoring. Nach Snyder soll Self-Monitoring fünf Merkmale erfassen: (A) concern for appropriateness of social behavior, (B) attention to social comparison information, (C) ability to control or modify self-presentation, (D) use of this ability in particular situations, and (E) cross-situational variability of social behavior (Snyder, 1974, p. 529).

Häufig wurde Self-Monitoring mit Selbstüberwachung übersetzt. Allerdings kann diese Übersetzung eine verzerrte Sicht dieses Konzepts vermitteln, da nicht eine Überwachung des „Selbst“ Inhalt des Konstrukts ist, sondern die Kontrolle der Selbstdarstellung. Doch nicht nur die Konnotation des Konstruktbegriffs Self-Monitoring ist kritisiert worden; in der letzten Revision des Self-Monitoring-Konzepts (vgl. Gangestad & Snyder, 2000) wurde die Diskrepanz zwischen dem theoretischen Postulat der Selbstdarstellungskontrolle und der empirischen Realität deutlich. So konnte die zentrale Aussage des Self-Monitoring-Ansatzes nicht bestätigt werden, da zwischen den Ausprägungen auf der Self-Monitoring-Skala und der kontinuierlich auf das Verhalten der Interaktionspartner ausgerichteten Überwachung (monitoring) des eigenen Selbstdarstellungsverhaltens kein Zusammenhang gefunden wurde.

Im ursprünglichen theoretischen Modell von Self-Monitoring beschrieb Snyder (1974, 1987) zwei radikal polarisierte Persönlichkeitstypen anhand von Extremausprägungen der gleichnamigen Skala: Zum einen handelt es sich bei Personen mit hohen Skalenausprägungen um High-Self-Monitorer. Von ihnen wird erwartet, dass sie ihre Ausdrucksweise stark überwachen und sich bemühen, den Anforderungen der jeweiligen Situation gerecht zu werden, indem sie ihr Selbstdarstellungsverhalten den jeweiligen Interaktionspartnern anpassen. Sie leiten in verschiedenen Situationen aus Hinweisreizen Handlungserwartungen ab, die ihr Verhalten lenken sollen, um daraus persönliche Vorteile ziehen zu können. Bei diesen Personen nimmt man ein großes Repertoire an Rollen an, die sie in verschiedenen Situationen inszenieren, wobei sie für einen Beobachter wie unterschiedliche Personen wirken können. Ihre Identität scheint geradezu die des Schauspielers zu sein, da sie in unterschiedlichen Situationen verschiedenste Rollen gut zu spielen wissen. Als grundlegendes Bedürfnis von High-Self-Monitorern kann die Beherrschung möglichst vieler Rollen betrachtet werden (vgl. Snyder, 1987). High-Self-Monitorer scheinen sich die Frage zu stellen: „Who does this situation want me to be and how can I be that person?“ (Snyder, 1987, S. 32).

Im Gegensatz dazu nennt Snyder Personen mit niedrigen Ausprägungen Low-Self-Monitorer, die sich in ihrem Verhalten vorwiegend von eigenen Wertvorstellungen und Befindlichkeiten leiten lassen und weniger Aufmerksamkeit auf die Informationen ihrer Interaktionspartner richten. Ihr Verhalten soll von Situation zu Situation im Vergleich zu High-Self-Monitorern konsistenter sein. Sie müssen sich deshalb nicht situativ unangemessener verhalten, versuchen aber nicht wie die High-Self-Monitorer sich durch den sozialen Situationsdruck und die situativen Normen leiten zu lassen. Ihr Verhalten spie-

gelt ihre Einstellung wieder, sie sind eher „sie selbst“ und weniger eine Person, die situativ angepasste Rollen darstellt. Da sie sich eher an eigenen Einstellungen und persönlichen Eigenschaften orientiert und weniger an der Situation, wird erwartet, dass zwischen innerer Befindlichkeit und ihrem expressiven Verhalten eine höhere Kongruenz besteht. Low-Self-Monitorer scheinen in ihrer Selbstdarstellung die Frage zu beantworten: „Who am I and how can I be me in this situation?“ (Snyder, 1983, S. 33) Mit ihrer ausgeprägten Kongruenz- und Konsistenzneigung benötigen Low-Self-Monitorer ein weniger umfangreiches Repertoire an Selbstdarstellungskompetenzen, um sich möglichst treu zu bleiben („true to himself“) (S. 33).

High-Self-Monitorer werden demnach als publikumsorientierte Selbstinszenierer beschrieben, die in Interaktion mit anderen zu dramatischen Aufführungen neigen. Low-Self-Monitorer stehen dagegen für innenorientierte Personen, deren Befindlichkeit und Verhalten sich weitgehend entsprechen. Der Self-Monitoring-Ansatz impliziert nicht, dass sich Low-Self-Monitorer inadäquat verhielten oder ihr Verhalten weniger reflektierten als High-Self-Monitorer, wie es die Bezeichnung Self-Monitoring fälschlicherweise suggerieren könnte (vgl. Kim, JongHan, 2004).

Vor dem Hintergrund zahlreicher Studien haben Gangestad und Snyder (2000) die Frage erörtert, ob Self-Monitoring mit den theoretisch postulierten Kriterien tatsächlich korrelativ zusammenhängt. So wurden die beiden Extremtypen einander gegenübergestellt und auf Zusammenhänge mit anderen Variablen und Außenkriterien überprüft. Inzwischen lässt sich belegen, dass mit diesem Konstrukt ein Merkmal gefunden wurde, das weitreichende Konsequenzen hat:

Es konnte gezeigt werden, dass Self-Monitoring unter anderem mit der Kontrolle expressiven Verhaltens, der Verhaltensvariation in unterschiedlichen Situationen, und mit der Fähigkeit, nonverbale Signale zu entschlüsseln, positiv korreliert. Die Unterscheidung zwischen High- und Low-Self-Monitorern zeigt sich auch in deren interpersonellen Prioritäten. Freunde wählen High-Self-Monitorer eher unter der Berücksichtigung gleicher Freizeitgestaltungen aus, Low-Self-Monitorer dagegen achten mehr auf gegenseitige Sympathie. Auch bei der Wahl möglicher gegengeschlechtlicher Partner zeigten sich Unterschiede. High-Self-Monitorer orientieren sich eher an der physischen Attraktivität, Low-Self-Monitorer dagegen mehr an inneren Merkmalen der Person.

Mit der Revision des ursprünglichen Self-Monitoring-Ansatzes legen Gagestad und Snyder (2000) besonderen Wert auf die Motive. High-Self-Monitorer sind in ihrem ausgeprägten Eindrucksmanagement darum bemüht, ihren sozialen Status zu erhöhen. Sie

nehmen ihre interpersonelle Umwelt verstärkt als Konkurrenzsituation wahr, die sie vorwiegend durch Statusungleichheit und die Unverbindlichkeit sozialer Beziehungen bestimmt sehen. Demgegenüber liegt dem Low-Self-Monitorer mehr daran, innerhalb statusgleicher sozialer Strukturen stabile und vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen und zu erhalten.

Als grundlegende Änderung zum ursprünglichen Self-Monitoring-Ansatz, der den Low-Self-Monitorern ein Desinteresse an ihrer Außenwirkung zuschrieb, wurde im Gegensatz dazu die Vermutung geäußert: „As much as high self monitors are concerned with constructing social images, low self-monitors may be equally motivated to establish and protect reputations of being earnest and sincere" (Gangestad & Snyder, 2000, S. 533). Demnach stellt sich auch für Low-Self-Monitorer die Frage, ob ihnen die Meinung der Interaktionspartner tatsächlich gleichgültig ist, wenn sie sehr daran interessiert sind, „that they have reputations of being genuine and sincere people who act on their beliefs?" (S. 547). Wenn dem so ist, tendieren beide Gruppen zu einer publikumszentrierten Selbstdarstellung, wobei sich deren Ziele, Darstellungsmittel und Inhalte der vermittelten Selbstbilder unterscheiden.

Bereits vor dieser Revision durch Gangestad und Snyder wurde das Self-Monitoring Konzept von anderen Selbstdarstellungsforschern kritisch analysiert und auf Verbesserungen hingewiesen. So hat sich die eindimensionale Konzeption von Self-Monitoring mit ihrer Aufteilung in High- und Low-Self-Monitorer empirisch nicht durchgehend bewährt (vgl. Schmitt, 1990). Novack und Kammer (1987) verweisen darauf, dass Self-Monitoring ein komplexes Phänomen ist. Synders eindimensional konzeptualisierte Skala zerfällt in zwei Komponenten, die als *soziale Fertigkeiten* (*acting*) und *Inkonsistenz* (*other-directness*) aufgefasst werden können.

Auf der Basis weiterer Untersuchungen, die immer wieder auf die niedrige interne Konsistenz der ursprünglichen Self-Monitoring-Skala Snyders verweisen, wird die Mehrdimensionalität des Self-Monitoring-Konstrukts gefordert (Briggs, Cheek & Buss, 1980; Lennox, 1987; Lennox & Wolfe, 1984; Wolfe, Lennox & Cutler, 1986; Mielke & Kilian, 1990; Shuptrine, Bearden & Teel, 1990). Ein weiteres zweifaktorielles Modell von Wolfe, Lennox und Cutler (1986) erfasst Self-Monitoring in einer *akquisitiven* und einer *protektiven* Komponente. Die *akquisitive* Komponente ist dabei mehr mit dem Motiv verbunden, aktiv soziale Gewinne zu erzielen, bei der *protektiven* Komponente wird das Motiv zugrunde gelegt, soziale Ablehnung zu vermeiden:

> „Der akquisitive Selbstdarsteller betritt die soziale Szene mit der Annahme, belohnt zu werden, wenn er es schafft, die ‚richtige Person' zu sein, d.h. sich so darzustellen, wie es die Umstände verlangen. Dem protektiven Stil liegt das Motiv zugrunde, Missbilligung in sozialen Interaktionen zu vermeiden. Der protektive Selbstdarsteller betritt die soziale Szene mit Pessimismus und der Furcht, dass falsches Verhalten soziale Ablehnung nach sich ziehen könnte. Eine Aufteilung von Self-Monitoring in diese beiden Komponenten erweist sich als unumgänglich, da akquisitive Selbstüberwachung mit Extraversion und hohem Selbstwertgefühl, protektive Selbstüberwachung mit Ängstlichkeit und niedrigem Selbstwertgefühl korreliert ist" (vgl. Laux & Renner, 2002; nach Laux & Renner, 2003, S. 245f).

Aus der Kritik am Self-Monitoring-Konstrukt wurde über die Aufteilung in eine akquisitive und protektive Komponente hinausgehend mit dem Konstrukt *Persönlichkeitsdarstellung* von Laux et al. (2001) eine weitere Differenzierung entwickelt.

2.5.6 Persönlichkeitsdarstellung

Unter der extremen Polarisierung im ursprünglichen Self-Monitoring-Ansatz von Snyder geht nach der Kritik von Laux und Renner (2002) die Auffassung verloren, dass Selbstdarsteller mit ausgeprägtem Self-Monitoring auch darum bemüht sein können, zentrale Merkmale ihrer Persönlichkeit oder ihrer emotionalen Befindlichkeit darzustellen. Nach dem Konzept Snyders (1987) findet sich hohe Kongruenzneigung lediglich beim Low-Self-Monitorer, der nur wenige Selbstdarstellungskompetenzen benötigt. Demgegenüber werden dem High-Self-Monitorer ausgeprägte Selbstdarstellungskompetenzen, jedoch eine niedrige Kongruenzneigung zugeschrieben. Laux und Renner kritisieren, dass Personen mit ausgeprägten Selbstdarstellungskompetenzen und einem hohen Motiv, sich so darzustellen, wie sie sich selbst sehen, im Self-Monitoring-Ansatz nach Snyder nicht berücksichtigt werden. Laux bezeichnet diese Personen als Persönlichkeitsdarsteller, um zu betonen, dass bei ihnen nicht, wie bei den High-Self-Monitorern „der chamäleonartige Wechsel im situationsangepassten Verhalten im Vordergrund steht, sondern die bewusste Vermittlung zentraler Merkmale ihrer eigenen Persönlichkeit" (Laux, 2003, S. 246).

Die Vermittlung der selbst wahrgenommenen eigenen Persönlichkeit in der Selbstdarstellung wird dabei als dramaturgischer Vorgang betrachtet, da mit dem Philosophen

und Psychologen Müller-Freienfels vermutet wird, dass auch „das Echte theatralischer Hilfen bedarf, um zur Geltung zu kommen“ (1927, S. 233; zitiert nach Laux, 2000). Persönlichkeitsdarstellern geht es bewusst darum, einem Publikum gegenüber ein authentisches Bild der eigenen Person zu vermitteln, sich also so darzustellen, wie sie sich selbst sehen. Bei ihnen dominiert daher das Motiv, „zentrale Merkmale der eigenen Persönlichkeit und der eigenen Befindlichkeit zu vermitteln“ (Laux, Spielhagen & Renner, 2003, S. 248).

Eine erste Skala zur Erfassung von Authentizitätsneigung wurde von Laux et al. (1996) erstellt. Überarbeitungen führten schließlich zu einer Skala für die Erfassung der Authentizitätsneigung in der Selbstdarstellung bzw. der Persönlichkeitsdarstellung. So können gegenüber der defizitären Ausrichtung im Self-Monitoring-Konzept auch Personen erfasst werden, die sowohl hohe Self-Monitoring Ausprägungen, als auch ein hohes Motiv aufweisen, sich so darzustellen, wie sie sich selbst sehen. Beispielitems der Skala zur Operationalisierung des Konzepts Persönlichkeitsdarstellung sind: *„Ich möchte vermitteln, wer ich wirklich bin.*“ oder „*Ich stelle sicher, dass andere meine Gefühle verstehen.*“.

In Verhaltensbeobachtungen im Rahmen einer Studie mit 102 Probanden konnte die Validität des Motivs Persönlichkeitsdarstellung nachgewiesen werden. Die Erweiterung der Fähigkeitskomponente des Self-Monitoring-Konzepts um eine spezielle Motivkomponente erwies sich als prädiktiv bedeutsam (Laux et al., 2001). Die Neigung zur Persönlichkeitsdarstellung, sich also anderen als authentisch zu zeigen, steht einer wahrgenommenen „Echtheit“ eher entgegen. Personen mit hohen Ausprägungen auf der Motivskala Persönlichkeitsdarstellung wurden in Fremdbeurteilungen von Präsentationen im experimentellen Setting als weniger expressiv wahrgenommen; ihre Darstellung wirkte paradoxerweise zudem weniger „echt“. Persönlichkeitsdarsteller äußerten gegenüber ihren eigenen Darstellungen häufiger negative Affekte und übten mehr Selbstkritik, als weniger authentizitätsgeneigte Personen (vgl. Laux, Spielhagen & Renner, 2003).

Die Vermittlung von authentischen Selbstbildern, Meinungen, Haltungen und Gefühlen ebenfalls als Selbstdarstellung zu bezeichnen, kann unter einer naiven alltagspsychologischen Sicht als widersprüchlich empfunden werden, sofern mit Selbstdarstellung der überzogene, aufwertende oder manipulative Aspekt der Interaktionskontrolle im Vordergrund steht. Offen bleibt, ob zwischen Authentizitätsneigung bzw. Persönlichkeitsdarstellung und bestimmten Intentionen der Selbstdarstellung ein systemati-

scher Zusammenhang besteht bzw. dieser gegebenenfalls in bestimmten Konstellationen von Selbstdarstellungstechniken auftritt.

Trotz der wiederholten Versuche der Selbstdarstellungsforschung klar zu stellen, dass Selbstdarstellung nicht im Widerspruch zur Vermittlung authentisch empfundener Selbstbilder stehen muss (vgl. z.B. Jones & Pittman, 1982; Leary & Kowalski, 1990; Schlenker, 2003), scheinen sich die starken Assoziationen mit Täuschung und Manipulation nicht leicht ausräumen zu lassen.

2.5.7 Selbstinterpretation

Laux (1992) sowie Laux und Renner (1994) haben den Begriff *Selbstinterpretation* vorgeschlagen, wobei dieser alle Formen der Selbstdarstellung miteinbezieht und zugleich vom eher negativ gefärbten alltagssprachlichen Verständnis der Eindruckslenkung losgelöst sein soll. Selbstinterpretation beschreibt einen

> „... Prozess, der die Einzigartigkeit der Persönlichkeit betont: Grundsätzlich kann man aus dem Facettenreichtum individueller möglicher Selbstbilder einzelne oder eine Kombination von Selbstbildern auswählen“ (Laux & Renner, 1994, S. 107).

Der Akteur ist zugleich Regisseur und Protagonist seiner eigenen Person und interpretiert unterschiedliche Selbstbilder in einem sozialen Rollenspiel, d.h. er wählt bestimmte Selbstbilder aus und setzt sie um. Selbstinterpretation wird somit

> „als ein produktiver und kreativer Prozess verstanden, bei dem eine Person, der ‚Selbstinterpret’, aus einer Vielzahl von privaten Selbstbildern einzelne auswählt oder kombiniert und ‚veröffentlicht’, d.h. in Verhalten umsetzt (vgl. Laux, 1992; Laux & Renner, 1994). Bei dieser Explikation wird offen gelassen, ob die Selbstinterpretation vor einem realen, imaginierten oder internen Publikum stattfindet“ (Renner, 2000, S. 14).

Das Modell der Selbstinterpretation bezieht sich auf alle Formen vermittelter Selbstbilder, da sowohl taktisch täuschende, bewusst verzerrende, aber auch authentische, unbewusste oder auch intentionale Inszenierungen vermeidende Mitteilungen der Person als Selbstdarstellung aufgefasst werden. Die Einzigartigkeit der Person kommt durch die Auswahl und Gestaltung der Selbstbilder zum Ausdruck, die wiederum auf dynamisch-interaktive Prozesse bestimmter Personmerkmale (Selbstbilder, Motive, Kompetenzen) bezogen ist. Welche „Drehbücher“ aus dem Repertoire der möglichen

Selbstbilder umgesetzt werden, hängt des Weiteren von dem damit zusammenhängenden Verhalten sowie den Normen, Rollenerwartungen und Zwängen in bestimmten Situationen ab. Laux resümiert zum Begriff der Selbstinterpretation:

> „Somit eignet sich der Begriff für die Benennung von authentischer und selbstidealorientierter Darstellung, also für alle Versuche, anderen mitzuteilen, wie wir uns selbst sehen oder wie wir gesehen werden möchten“ (Laux, 1992, S. 20).

Selbstinterpretation ist daher eine verträgliche Reformulierung des Selbstdarstellungsbegriffs, der nach der Auffassung von Laux (2000) in der Alltagssprache mit manipulativ-taktierendem Handeln sowie mit sozialpsychologischen bzw. soziologischen Forschungsschwerpunkten des machiavellistischen Impression Managements assoziiert wird. Die soziologische Grundidee der dramaturgischen Metapher Goffmans wurde in ihren psychologischen Aussagen nicht nur zur Entstehung des sozialen bzw. „öffentlichen Selbst“ (vgl. Abschnitt 2.5.1) weitergeführt, sondern auf Funktionen und Inhalte des „privaten Selbst“ ausgedehnt.

Unter Selbstdarstellung werden so alle Formen von Eindruckslenkung subsumiert – ob dieser Einfluss nun bewusst oder unbewusst durch den Ausdruck von „wahren“ inneren Eigenschaften und Affekten oder durch Täuschungen und Verstellungen ausgelöst wird (vgl. Leary & Kowalski, 1990; Laux, 1992). So sieht es Laux (1992) als theoretisch reizvolle Aufgabe an, dimensionsanalytische Ansätze unter dem Leitgedanken der Selbstinterpretation (vgl. Abschnitt 2.5.7) neu auszulegen. Theorien aus der Selbstdarstellungsforschung sind aufgrund ihrer Modelle in der Lage, Vorschläge zu unterbreiten und Unterschiede auf Persönlichkeitseigenschaften aus einer eigenständigen Perspektive zu diskutieren.

Wird Selbstdarstellung auf die vorteilhafte Eindrucksbildung gegenüber Interaktionspartnern bezogen, muss auch nach der Ausrichtung an allgemeinen sozialen Normen und Werten der Gesellschaft gefragt werden. So kann sich Selbstdarstellung an den Erwartungen einer Allgemeinheit ausrichten oder mehr an subjektiven Normen, die den sozialen Erwartungen nicht entsprechen müssen. Die Forschungsergebnisse zur sozialen Erwünschtheit mit ihren wesentlichen Konsequenzen für die Selbstdarstellung werden im folgenden Abschnitt erörtert.

2.5.8 Sozial erwünschte Darstellung

Die Erkenntnis, dass Personen in der Lage sind, ihre Antworten bei Persönlichkeitstests, z.B. bei der Beschreibung der eigenen Person in Persönlichkeitsfragebogen, sozialen Erwartungen anzupassen und dementsprechend in eine erwünschte Antwortrichtung zu lenken, hat eine große Anzahl Kritiker auf den Plan gerufen. Die Tatsache der signifikanten Veränderung der Messwerte in Richtung erwünschter Merkmalsausprägungen wirft bei einigen Psychologen weit reichende Zweifel am diagnostischen Nutzen von Selbstbeschreibungsverfahren auf (Hofmann & Kubinger, 2001; Kubinger, 2002; Kubinger, Karner & Menghin, 1999).

Trotz der klaren Position von Selbstbeschreibungsverfahren, die immer eine Erfassung des Selbstkonzepts bedeuten müssen und grundsätzlich keine unmittelbare Erfassung einer „wahren“ Persönlichkeit sein können, werden Antwortverzerrungen durch den Probanden befürchtet. Die Durchschaubarkeit klassischer Selbstberichts-Fragebogen zur Persönlichkeitsbeschreibung scheint bei einer Reihe von Autoren, gestützt durch allgemeine bzw. sozialpsychologische Argumente der Antworttendenz zur „sozialen Erwünschtheit“, Zweifel an der Validität der Daten aufkommen zu lassen. Dabei wird von einer Vorstellung ausgegangen, dass sich Selbstberichtsdaten aus „wahrer Persönlichkeit“ plus „sozialer Erwünschtheit“ zusammensetzen – als ob die Selbstaufmerksamkeit der Probanden beim Erstellen einer Persönlichkeitsbeschreibung Zugriff auf etwas hätte, das „wahre Persönlichkeit“ impliziert.

Unabhängig davon bleibt natürlich die Annahme der klassischen Messtheorie unberührt, dass das Messergebnis sich aus wahrem Wert und unsystematischem Messfehler zusammensetzt. Hier liegt offensichtlich eine ungerechtfertigte Gleichsetzung zwischen dem statistischen wahren Wert und der Vorstellung eines „wahren“ oder „echten Persönlichkeitswertes“ vor. Die Folgen dieser Gleichsetzung gehen mit einer Undifferenziertheit in der begrifflichen Verwendung von Selbstdarstellungstendenzen in den Fragebogenbeantwortungen einher. Sie werden üblicherweise unter Begriffen wie „soziale Erwünschtheit“, „Verstellung“, „Verfälschung“, „Verzerrungstendenzen“, „Faking“, „Impression Management“ oder gar „Lügen“ abgehandelt. Begriffe, denen zum großen Teil entweder der Beigeschmack des moralisch Verwerflichen anhaftet oder die nicht weniger unerwünschte Konnotation eines methodischen Fehlers, nicht selten auch beides. Sozial erwünscht zu antworten kann aber auch als Disposition und stabiles Motiv

der Selbstdarstellung verstanden werden, das etwa der positiven Interaktionsregulation dient und als Kompetenz aufgefasst werden kann (vgl. Marcus, 2003).

Für den Begriff „soziale Erwünschtheit“ gibt es keine allgemein akzeptierte Definition. Allerdings wird eine Vielzahl ähnlich lautender oder sinnverwandter Begriffe in der englischsprachigen Literatur aufgeführt: social desirability, social desirability response set, need for approval, faking good. In der deutschen Literatur ist die Begriffsvielfalt vergleichbar (vgl. Hartmann, 1991). Sozial erwünscht sind nach Edwards (1967) Merkmale von Personen, die von den Mitgliedern einer Gesellschaft positiv bewertet werden. Als Bewertungsbasis für Beurteilungen, was wünschenswerte bzw. positive Merkmale sind, gelten soziale Normen und Werte, also die sozialen Vorstellungen darüber, was gut und richtig ist (vgl. Hartmann, 1991).

2.5.8.1 Sozial erwünschte Darstellung als systematische Verzerrung

In der sozialwissenschaftlichen Methodenforschung wurde soziale Erwünschtheit im Zusammenhang mit systematischen Verzerrungen bei der Datenerhebung durch reaktive Messinstrumente erörtert. Zum einen wird sie als Merkmal von Items bzw. den damit implizit erfassten Personmerkmalen, zum anderen als Antworttendenz bei Befragten betrachtet, worauf an späterer Stelle näher eingegangen wird. Bei der Erfassung der sozialen Erwünschtheit von Items bzw. den damit implizit angesprochenen Merkmalen lässt sich über die Zusammenfassung individueller Bewertungen für jedes Item ein Skalenwert der Erwünschtheit angeben. Dies kann bei Fragebogenverfahren dazu führen, dass Skalen, die sich durch größere Nähe zum Konstrukt der sozialen Erwünschtheit auszeichnen, stärker in ihrer Konstruktvalidität bedroht erscheinen als Skalen ohne solche Zusammenhänge. Hinter dieser Vorstellung, soziale Erwünschtheit als potenziell validitätsmindernde Einflussgröße zu sehen, steht das Konzept eines response bias oder auch response error als systematisch verzerrender Einfluss auf die Messwerte. In diesen Bereich fallen die Diskussionen zur systematischen Verzerrung von Messwerten vom wahren Wert. Sie werden in Bezug auf das Messergebnis „*response bias*“ genannt, zufällige Abweichungen mit dem Erwartungswert Null dagegen „Messfehler“. Werte des response bias sind im Fall fremdbeobachtbaren Verhaltens oder durch externe Beobachter verifizierbare Gegebenheiten, so genannter platonischer wahrer Werte (vgl. Bohrnstedt, 1983, S. 71), durch geeignete Messoperationen leicht als Differenz zwischen selbst- und fremdberichteten Werten identifizierbar. Bei Daten aus Selbstauskünften zu psychologischen Konstrukten, die vorwiegend durch Selbstreflexion zustande

kommen, ist die Definition eines „wahren“ Werts nicht eindeutig (vgl. Hartmann, 1991). Ein Problem der Konstruktvalidität ergibt sich aufgrund der Messung psychologischer Konstrukte unter den Axiomen der Klassischen Testtheorie. Dort ist ein systematischer Fehler, wie etwa eine erwünschte Antwort (*desirability response*), nicht mehr direkt als Fehler zu erkennen, da er, soweit er eben nicht zufällig ist, dem „wahren“ Wert zugerechnet wird (vgl. Steyer & Eid, 1993). Verzerrungen können allerdings gegenüber externen Kriterien resultieren, die etwa durch Fremdurteile zustande kommen.

2.5.8.2 Sozial erwünschte Darstellung als Eigenschaft

Die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben, kann, wie bereits oben angesprochen, als Persönlichkeitsmerkmal der befragten Person betrachtet werden. Hierbei ist die Antworttendenz zur Sozialen Erwünschtheit (auch social desirability response set genannt) die Bezeichnung für die Tendenz von Versuchspersonen, bei der Beantwortung von Persönlichkeitsfragebögen oder anderen Selbsteinschätzungsverfahren, ihre Ängste, Befürchtungen, Gefühle, Feindseligkeit und Vorurteile nicht zu äußern oder sogar ihre eigenen Verhaltensweisen zu „zensieren“ (Stroebe, 2003). Erfasst wird diese Tendenz im Allgemeinen durch Selbstzuschreibungen von Merkmalen, die auf einem Kontinuum sozialer Erwünschtheit erfasst werden. Die vom speziellen Beurteilungsgegenstand unabhängige, sog. „allgemeine“ Tendenz lässt sich durch sog. soziale Erwünschtheitsskalen oder „Lügenskalen“ kontrollieren, indem man nach der Ablehnung wahrscheinlicher, aber sozial unerwünschter Eigenschaften und nach der Zustimmung zu unwahrscheinlichen, aber sozial erwünschten Eigenschaften fragt. Zur Messung der Tendenz sozial erwünschten Antwortverhaltens wurde in den letzten fünfzig Jahren eine Vielzahl unterschiedlicher Skalen erzeugt. Eine der wohl am häufigsten verwendeten Skalen sozialer Erwünschtheit dürfte die 1964 erschienene „need for approval“-Skala von Marlowe und Crowne sein, die als deutsche Version von Lück und Timaeus 1969 veröffentlicht wurde. Nach den Arbeiten von Crowne und Marlowe (1960, 1964) werden inhaltlich heterogene Items, die stark sozial erwünschte bzw. unerwünschte Merkmale erfassen, erst als mögliches Item aufgenommen, wenn sie zusätzlich eher als nicht „wahre“ Antwort interpretierbar sind. Daher sollten Items bei der Konstruktion der Skala solche Verhaltensweisen erfragen, die sozial erwünscht sind, aber mit geringer Wahrscheinlichkeit auftreten oder sozial unerwünscht sind, aber mit hoher Wahrscheinlichkeit auftreten. Um der Kritik der Konfundiertheit durch Neurotizismus zu entgehen, der die soziale Erwünschtheitsskala von Edwards (1957) ausgesetzt war, sollten die Items

aber möglichst wenig psychopathologische Implikationen haben, da die Skala nicht durch die Abwesenheit psychopathologischer Symptome konfundiert sein soll. Auf diesen Prämissen der Itemgenerierung basiert das Verfahren SDS-CM (Social desirability scales) von Crowne und Marlowe (1960) ebenso wie die Soziale-Erwünschtheits-Skala-17 (SES-17) von Stöber (1999).

Im Stil der Marlowe-Crowne-Skala, die sich auf Items aus bestehenden Persönlichkeitsfragebögen stützt, wurde von Stöber (1999) durch Konsens der Itempool für eine soziale Erwünschtheits-Skala erstellt, indem Personen Verhaltensweisen nannten, die sozial erwünscht sind, aber selten vorkommen und vice versa. Die Selbstzuschreibungen auf Skalen dieser Konstruktion entsprechen der Definition des Personmerkmals „soziale Erwünschtheit“ nach Edwards (1957), da sie

> „die Tendenz von Subjekten, sich in Selbstbeschreibungen solche Persönlichkeitsstatements zuzuschreiben, die positive Social Desirability Skalenwerte haben und solche abzulehnen, die negative SD Skalenwerte haben.“ (Edwards, 1957; nach Hartmann, 1991).

So lange die Tendenz bei allen Urteilern gleich stark ist, wirkt sie sich auf die interindividuellen Unterschiede über verschiedene Eigenschaften nicht aus. Zum Problem wird diese Tendenz jedoch dann – da sie die Konstruktvalidität abhängiger Variablen, wie z.B. Selbstbeschreibungen von Persönlichkeitseigenschaften bedroht – wenn sie bei unterschiedlichen Urteilern unterschiedlich stark ist. Bereits 1957 wurde durch Edwards festgestellt, dass einige Personen mehr, andere weniger dazu neigen, bestimmte Eigenschaften als sozial erwünscht zu betrachten. Asendorpf (2004) spricht hierbei von der differentiellen Tendenz zur sozialen Erwünschtheit.

In der Vergangenheit haben Autoren im Zusammenhang mit der reaktiven Antworttendenz zur sozialen Erwünschtheit auch von Lügentendenz gesprochen; angemessen scheint dieser Begriff allerdings nicht zu sein. Er impliziert die Vorstellung einer objektiven und dem Probanden verfügbaren wahren Antwort, von der durch grobes Simulieren und Falschaussagen abgewichen wird. In Situationen, in denen starke Motive zum Lügen angenommen werden können, muss der sinnvolle Einsatz der Fragebogenmethode ohnehin angezweifelt werden (Mummendey, 1981).

Indem soziale Erwünschtheitsskalen als Kontrollvariablen eingesetzt werden, soll gezeigt werden, dass die gefundenen Korrelationen nicht auf sozial erwünschtes Antwortverhalten zurückzuführen sind. Unter dieser Betrachtung wird sozial erwünschtes

Antworten nicht vorwiegend als Verfälschungstendenz von Befragten im Sinne von Lügen betrachtet, sondern als möglicherweise konfundierendes Merkmal bei der Erfassung psychologischer Konstrukte in der Selbstbeschreibung.

Werden selbstberichtete Persönlichkeitsmerkmale als individuelle Auffassungen der Person von sich selbst, d.h. als Selbstkonzept erfasst, sind auch sozial erwünschte Antworten Teil dieses Selbstkonzepts. Bei ausreichender Stabilität kann soziale Erwünschtheit als Persönlichkeitseigenschaft aufgefasst werden. Diese Sichtweise kann insbesondere dann angenommen werden, wenn für persönlichkeitspsychologische Konstrukte in der Selbstbeschreibung kein Außenkriterium oder keine gültigen Wahrheiten im Sinne platonisch wahrer Werte existieren, die vollständig durch externe Beobachter verifiziert werden könnten (vgl. Bohrnstedt, 1983, S. 71). Dies trifft für alle Merkmale zu, die lediglich der Introspektion zugänglich sind.

Dass Personen bei der Beantwortung von Fragebogen unter bestimmten Umständen motiviert oder in der Lage sind zu simulieren, ist fraglos gegeben. Untersuchungen mit instruierter Aufforderung zum Täuschen zeigen, dass persönlichkeitsbeschreibende Verfahren für faking-good- wie auch für faking-bad-Instruktionen „anfällig“ sind (vgl. Paulhus, Bruce & Trapnell, 1995).

Eine Frage, die den Forschungsaufwand gegenüber dem Konstrukt sozialer Erwünschtheit vorangetrieben hat, ist vor allem deren Suppressor- oder Moderatoreigenschaft. Im ersteren Fall könnte in einem multivariaten linearen Regressionsmodell soziale Erwünschtheit die Vorhersagekraft anderer Prädiktoren durch die Unterdrückung irrelevanter Varianz auf Kriteriumsvariablen erhöhen. Dies geschieht, wenn der Wert sozial erwünschten Antwortverhaltens zwar mit einem selbstbeschriebenen Persönlichkeitsmerkmal, nicht aber mit einem Kriterium, wie etwa dem fremdeingeschätzten Persönlichkeitsmerkmal, einhergeht. Im zweiten Fall hat soziale Erwünschtheit moderierenden Einfluss auf die Höhe des Zusammenhangs von Prädiktor und Kriterium in der Form, dass Richtung und Stärke der Korrelation, d.h. der prädiktiven Validität, merklich durch den Moderator beeinflusst werden.

In einer Untersuchung von Borkenau und Ostendorf (1992) wurden Personmerkmale durch Selbst- und Fremdurteile unter Berücksichtigung der sozial erwünschten Antworttendenz der Selbstbeurteiler erhoben. Ein Einfluss der sozialen Erwünschtheitsmaße als Suppressorvariable zeigte sich dabei nicht. Eine Suppressorvariable ist eine Variable, die den Vorhersagebeitrag einer oder mehrer anderer Variablen erhöht, indem sie irrelevante Varianzen unterdrückt (vgl. Bortz, 1999, S. 444). Die partiellen Prädiktor-

Kriteriums-Korrelationen (Fremd-Selbstbild-Korrelationen) nach der Auspartialisierung der sozialen Erwünschtheit waren gegenüber der Korrelation nullter Ordnung (zero-order correlation), d.h. der ursprünglichen Fremd-Selbstbild-Korrelation nicht höher.

Die so bestimmten partiellen Validitäten sind also bei den meisten der untersuchten Skalen niedriger als die einfachen Kriteriumskorrelationen. Die Höhe der Tendenz zur sozial erwünschten Antwortgabe wirkt sich demnach auf die Selbst- wie auf die Fremdbeschreibung nicht differenzierend validitätssteigernd, sondern sowohl auf Selbstauskünfte als auch auf Fremdratings signifikant aus. Personen mit unterschiedlicher Tendenz, sozial erwünscht zu antworten, beschreiben sich offensichtlich nicht nur selbst in unterschiedlicher Weise, sie werden auch in vergleichbarer Weise von anderen unterschiedlich wahrgenommen.

Auf die Frage der Moderatorfunktion der sozialen Erwünschtheitsskalen zeigte sich die Validität von hoch- gegenüber niedrig-sozial-erwünscht antwortenden Personen nicht auf allen Skalen als gleich groß. Soziale Erwünschtheitsmaße erwiesen sich fast durchgängig als effizienter Moderator für Korrelationen zwischen Selbst- und Fremdurteil für die Neurotizismusvariable des NEO Personality Inventory von Costa und McCrae. Niedrige soziale Erwünschtheitswerte gingen mit höheren Selbst-Fremd-Interkorrelationen der Trait-Einschätzungen auf der Variable Neurotizismus einher. Darüber hinaus wiesen Probanden sowohl in Selbst- wie auch in Peerberichten, die sich in sozial erwünschter Weise darstellten, geringere Neurotizismus- und erhöhte Gewissenhaftigkeitswerte auf (Borkenau & Ostendorf, 1989). In diesem Zusammenhang bedeutet soziale Erwünschtheit die Tendenz von Personen, sich im Sinne sozialer Normen zu beschreiben. Diese Antworttendenz geht sowohl im Fremd- wie auch im Selbstbild mit der Zuschreibung emotionaler Ausgeglichenheit und hoher Gewissenhaftigkeit einher. Dagegen zeigten die Untersuchungen, dass die Dimension Verträglichkeit in diesen Untersuchungen lediglich in den Selbstbeschreibungen der Probanden mit sozialen Erwünschtheitsmaßen deutlich korrelierten, nicht dagegen in der Fremdbeschreibung. So kann soziale Erwünschtheit als Antworttendenz bei den Befragten als besondere Form einer Reaktionseinstellung, eines response set, betrachtet werden (vgl. Schnell, Hill & Esser, 1988). Diese und andere Untersuchungen zur Moderatorwirkung von sozialen Erwünschtheitsskalen (vgl. Amelang & Borkenau, 1981; McCrae & Costa, 1983), die ausnahmslos Fremdratings als Kriterien zur Validitätsbestimmung heranziehen, gehen zunächst jeweils von der Voraussetzung aus, dass die Fremdeinschätzungen gültigere Daten liefern als die Selbstauskünfte. McCrae und Costa (1983) betonen allerdings, dass

die Fremdratings ebenfalls einem vergleichbaren Bias unterliegen können, wie er durch das soziale Erwünschtheitsmaß bei der Selbstbeschreibung zu erfassen versucht wird.

2.5.8.3 Sozial erwünschte Darstellung als motivationale Disposition

Nach Crowne und Marlowe (1960) ist die soziale Erwünschtheit weniger ein formaler Antwortstil als vielmehr eine motivationale Disposition. Als Ergebnis aus ihren Untersuchungen folgerten sie, dass Personen mit hohem Bedürfnis nach sozialer Anerkennung sozial akzeptierten Aussagen über sich selbst zustimmten, sozial unerwünschte Merkmale dagegen leugneten. Im Ansatz von Crowne und Marlowe wird ein response set der sozialen Erwünschtheit demnach nicht einfach als Verfälschungstendenz verstanden, sondern als „ein Verhalten, das motiviert ist durch ein Bedürfnis nach Anerkennung und die Erwartung, dass Anerkennung dadurch erlangt werden kann, dass man sich in kulturell akzeptabler Weise verhält“ (Crowne & Marlowe, 1964, S. 40; vgl. Hartmann, 1991).

Crowne und Marlowe (1964) haben wohl auch das zugrundeliegende Motiv ihrer sozialen Erwünschtheitsskala als defensive Form der Selbstbildverteidigung verstanden, das sie entsprechend diesem Konstrukt „Suche nach sozialer Anerkennung“ genannt haben:

> „Persons dependent on the approval of others seem to maintain defensive, encapsulated pictures of themselves. Another piece of their defensive armor appears to be the use of repressive defenses against hostility (…) self-evaluation, dependence on the favorable esteem of others, and lack of assertiveness act in the service of self-protection, avoidance and defense. Taken together, the studies of the approval motive suggest a set of self-reflexive attitudes – a self-conception – in which an idealized version of the self … is maintained and defended“ (Crowne & Marlowe, 1964, S. 150, 190).

Offensichtlich überschneidet sich das Konzept des so verstandenen response set in sozial erwünschter Richtung mit dem des konformen Handelns, das kulturell akzeptiert und mit einer Reihe gesellschaftlicher Normen und Werte übereinstimmt. So berichtet Mummendey (1987) von Untersuchungen, die Personen mit hohen Werten auf Skalen sozialer Erwünschtheit gegenüber Personen mit niedrigen Werten in Lernexperimenten als besser konditionierbar, aber auch beeinflussbarer und konformer zeigten. Zwar hat sich ein einheitliches Persönlichkeitsmerkmal „Soziale Erwünschtheit“ nicht weiter

durchgesetzt, doch weisen eine Reihe von Untersuchungsergebnissen dieser Art auf ein differenzierendes Merkmal hin, das sich allerdings aufgrund seiner uneinheitlichen Erfassung nicht als homogenes Konstrukt zeigt. So wurde das Konzept mehrfach faktoriell sowie situations- und personenspezifisch ausdifferenziert und fortentwickelt.

Sackeim und Gur (1978) zeigten, dass diese Eigenschaft bei genauer Analyse aus zwei relativ unabhängigen Faktoren besteht: der Tendenz zur (eher unbewussten) Selbsttäuschung (*self deception*) und der Tendenz zur (eher bewussten) Fremdtäuschung (*other deception*). Die Tendenz zur Selbsttäuschung wird durch Ablehnung häufig auftretender, aber psychisch bedrohlicher Eigenschaften gemessen und von den Autoren als defensive Abwehrtendenz gewertet (wie auch Crowne und Marlowe (1964) ihr Konstrukt verstanden). Die Tendenz zur Fremdtäuschung (other deception) dagegen wird durch die Zustimmung zu unwahrscheinlichen, aber sozial erwünschten Eigenschaften erhoben und von den Autoren als eher bewusster Versuch, vor anderen gut dazustehen, interpretiert (Asendorpf, 2004). Ein Ansatzpunkt, die zugrundeliegende Struktur sozialer Erwünschtheitsskalen zu klären, konzentriert sich auf die Unterscheidung von zuschreibenden und verneinenden Antworten in Selbstberichtsitems (vgl. Millham & Jacobson, 1978). Zustimmende Antworten betreffen dabei sozial erwünschte Merkmale der Person, ablehnende Antworten zielen auf die Leugnung sozial unerwünschter Merkmale. Ramanaiah und Martin (1980) konnten zeigen, dass die beiden Subskalen, die sich als zustimmende und ablehnende Teile der Marlowe-Crowne Skala bilden lassen, auf gleicher Höhe miteinander korrelierten, wie die Reliabilität der Gesamtskala. Paulhus, 1984, kritisierte dagegen die Aufteilung in ablehnende und zustimmende Subskalen und verfolgte einen faktorenanalytischen Weg zur Unterscheidung von Selbst- und Fremdtäuschung.

Eine explorative Faktorenanalyse über sechs soziale Erwünschtheitsskalen verwies auf ein zweifaktorielles Modell, wobei interessanterweise die Marlowe-Crowne Skala auf beiden Faktoren, (self deception sowie other deception – Paulhus (1984) nennt letzteren Faktor *impression management*) lud. Durch konfirmatorische Faktorenanalysen konnte die Unabhängigkeit dieser beiden Faktoren bestätigt und experimentell aufgezeigt werden, wobei nur die Tendenz zur Fremdtäuschung zu Verfälschungen von Fragebogenantworten in Richtung sozial erwünschter Antworten führte. Unter den zehn höchsten Ladungen auf dem Faktor Selbsttäuschung (self deception) ergaben sich dabei allerdings ausschließlich sozial unerwünschte Selbstzuschreibungen bzw. in sozial erwünschte Richtung als zu verneinende Aussagen (vgl. Paulhus, 1984).

Selbsttäuschung wird unter dem Gesichtpunkt der klassischen Affektverdrängung wirksam. Bedrohungen und Ängste werden unterdrückt und gelangen nicht ins Bewusstsein, um ein idealisiertes Selbstbild zu schützen. Geht es dagegen um gezieltes und eher bewusstes Aufwerten der eigenen Person, wird damit die Fremdtäuschung angesprochen. Nach Asendorpf (2004) erfassen der Other-Deception Questionnaire von Sackeim und Gur (1978) und die Marlow-Crowne-Skala (SDS-CM) von 1960 sowie die deutsche Fassung von Lück und Timaeus (1969) diese Verfälschungstendenz eher als die Selbsttäuschung. Stöber veröffentlichte 1999 mit der 17 Items umfassenden „Soziale-Erwünschtheit-Skala-17“ (SES-17) ein aktuelles und der SDS-CM vergleichbares Erhebungsinstrument. Die SES-17 wurde jedoch hinsichtlich der Aufteilung in Fremd- und Selbsttäuschung noch nicht untersucht.

Diese abgrenzbaren Formen von sozialer Erwünschtheit verweisen durch ihre Funktion für das Selbstbild zurück auf die Fragestellung dieser Arbeit. Unter einer Selbstdarstellungsperspektive lassen sich auch Fehlerfaktoren wie sog. „Lügen“-Tendenzen und die Tendenz zur sozialen Erwünschtheit neu interpretieren (vgl. Marcus, 2003; Laux, 2000). Stellt diese Antworttendenz ein differentielles und stabiles Persönlichkeitsmerkmal dar, könnte sie nicht nur als eine "fehlerhafte" Form der Selbstbeschreibung im Vergleich zur Fremdbeurteilung, sondern auch als eine habituelle Form von Selbstdarstellung in sozial-evaluativen Situationen aufgefasst werden.

3 Empirische Zielsetzungen und Fragestellungen

Der Analyse von Zusammenhängen zwischen Persönlichkeitsbeschreibungen und langfristiger Selbstdarstellung wurde nach meiner Auffassung bislang noch wenig Aufmerksamkeit in der Persönlichkeitspsychologie beigemessen. So resümierte auch Mummendey (1995) über die defizitäre empirische Erforschung des Zusammenhangs zwischen Selbstdarstellung und Persönlichkeitsmerkmalen:

> „Beziehungen zwischen klassischen Persönlichkeitsmerkmalen und Selbstdarstellungsverhalten sind (mit Ausnahme der Geschlechtsvariablen) nicht oft und kaum systematisch untersucht worden; wenn solche Beziehungen untersucht wurden, so sind nur selten Zusammenhänge gefunden worden.“ (1995, S.222)

Wenn aber Selbstdarstellung die intentionale Vermittlung von Bildern der eigenen Persönlichkeit bedeutet, sollte die Persönlichkeitspsychologie besonderes Interesse daran zeigen, wie Menschen in ihrem Bemühen, auf eine bestimmte Weise sich selbst und anderen gegenüber in Erscheinung zu treten, Persönlichkeitsbeschreibungen nutzen. Laux beklagt, dass Selbstdarstellung – „verstanden als Mitteilung von Personen, die ja ‚Experten' ihrer bisherigen Persönlichkeit sind … nicht zu den favorisierten Fragestellungen der Persönlichkeitspsychologie“ (1992, S. 2) gehört. So wurde Selbstdarstellung, soweit sie als gewohnheitsmäßig eingesetztes Repertoire von Selbstdarstellungstechniken verstanden wird, bislang kaum systematisch mit Eigenschaftsbeschreibungen klassischer eigenschaftstheoretischer Modelle wie dem Fünf-Faktoren Modell verknüpft. Mit der empirischen Bearbeitung und Beantwortung der folgenden Fragestellungen soll ein Beitrag geleistet werden, den Selbstdarstellungsansatz auf Persönlichkeitseigenschaften des Fünf-Faktoren Modells, soweit sie über Selbstbeschreibungen erfasst werden, zu beziehen.

3.1 Rahmenkonzeption

Die Hauptfragestellung lautet: Kann die Selbstbeschreibung in Persönlichkeitsfragebogen, wie dem NEO-PI-R mit den daraus abgeleiteten Ausprägungen von Persönlichkeitseigenschaften, als habituelle Selbstdarstellung aufgefasst werden? Lassen sich also interindividuelle Unterschiede in den Selbstbeschreibungen auf den Persönlichkeitsfaktoren und Facetten des Fünf-Faktoren Modells der Persönlichkeit als Ausprägungen

intentionaler habitueller Selbstdarstellung interpretieren? Eine empirisch begründete und ausdifferenzierte Beantwortung dieser Fragestellung ist ein Ziel dieser Arbeit.

Selbstbeschreibungen im Fragebogen werden neben Fremdeinschätzungen als empirische Methode zur Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften im Fünf-Faktoren Modell (z.B. im NEO-PI-R) verwendet. Zur Erfassung der Eigenschaftsmerkmale müssen im NEO-PI-R Aussagen dahingehend beantwortet werden, inwieweit diese auf die eigene Person zutreffen. Hierzu müssen durch die beschreibende Person neben Beschreibungen ihrer Emotionen und Motive auch Selbstbilder zum Ausdruck gebracht werden. Die intentionale Auswahl bei der Vermittlung bestimmter Selbstbilder stellt hierbei einen Bezug zur Selbstdarstellung dar. Selbstbeschreibungen, wie sie zur Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften genutzt werden, sollten in einem systematischen Zusammenhang mit den Eindrücken stehen, die eine Person in ihrer Selbstdarstellung zu vermitteln sucht (vgl. Laux & Merzbacher, 2003).

Werden Persönlichkeitsmerkmale durch Selbstbeschreibungen in Fragebogenverfahren erfasst, stellt diese Form der Erhebung eine Möglichkeit direkter oder auch impliziter Selbstdarstellung dar (vgl. 2.2 Eigenschaften in der Persönlichkeitspsychologie). Intentionale Formulierungen von Fragebogenitems des NEO-PI-R machen deutlich, dass darstellungsbezogene habituelle Bemühungen bereits in der Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften Verwendung finden.

Durch Formulierungen von Items, wie z.B. „Ich versuche, alle mir übertragenen Aufgaben gewissenhaft zu erledigen.“ (Item 015, Facette Pflichtbewusstsein des NEO-PI-R, vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004) oder „Ich bemühe mich, bescheiden zu sein.“ (Item 114, Facette Bescheidenheit des NEO-PI-R, vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004), wird in der Persönlichkeitsbeschreibung eine jeweilige Intention angesprochen. Das Bemühen, bestimmten Merkmalen, wie Gewissenhaftigkeit oder Bescheidenheit, zu entsprechen, stellt eine explizite Form der Selbstdarstellung dar. In diesen Beispielen kann Zustimmung zu diesen Items auch das Streben nach Authentizität, der Übereinstimmung zwischen dem Selbstbild und dem Verhalten ausdrücken.

Andere Formulierungen implizieren die erfolgreiche Vermittlung bestimmter Selbstbilder, wie z.B. „Ich bin für meine Umsicht und meinen guten Menschenverstand bekannt.“ (Item 005, Facette Kompetenz des NEO-PI-R, vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004). Kerninhalte von Selbstdarstellungstechniken (vgl. Abschnitt 2.5.2), die im Rahmen sozialpsychologischer Untersuchungen vollkommen unabhängig von der Forschungstradition der Eigenschaftsauffassung in den Big Five entwickelt wurden, ähneln

inhaltlich Items zur Erfassung der Big Five. So sind Techniken der Selbstdarstellung sprachlich den Fragebogenitems des NEO-PI-R vergleichbar, z.B. entspricht auf rein sprachlich-inhaltlicher Ebene die Facette *Kompetenz* des Faktors *Gewissenhaftigkeit* (Itembeispiel: „Ich bin eine in vielem kompetente Person“ – Item 185, Ostendorf & Angleitner, 2004) der Selbstdarstellungstechnik *Kompetenz signalisieren* (*competence*), womit die Identität einer leistungsfähigen und effektiven Person präsentiert werden soll. Laux und Merzbacher (2003) stellten diese hypothetisch inhaltliche Nähe in einigen Beispielen (vgl. Tabelle 3.1-1) zusammen.

Tabelle 3.1-1 Inhaltliche Ähnlichkeiten zwischen Selbstdarstellungstechniken und den Faktoren bzw. Facetten des NEO-PI-R

Strategien der Selbstdarstellung		Facetten und Items der Fünf Faktoren	
Bezeichnung der Technik	Verhalten	Facette/ Faktor	Item aus dem NEO-PI-R
Kompetenz signalisieren (competence)	sich als kompetent und effektiv darstellen	Kompetenz/ Gewissenhaftigkeit	Ich bin eine in vielem kompetente Person.
Beispielhaft erscheinen (exemplification)	sich als vorbildlich, beispielhaft, integer darstellen	Pflichtbewusstsein/ Gewissenhaftigkeit	Ich versuche, alle mir übertragenen Aufgaben gewissenhaft zu erledigen.
Sich beliebt machen (ingratiation)	schmeicheln, Gefallen tun, freundlich sein, loben	Altruismus/ Verträglichkeit	Ich versuche zu jedem, dem ich begegne, freundlich zu sein.
	sich kooperativ zeigen	Entgegenkommen/ Verträglichkeit	Ich würde lieber mit anderen zusammenarbeiten, als mit ihnen zu wetteifern.
	Understatement betreiben	Bescheidenheit/ Verträglichkeit	Ich bemühe mich, bescheiden zu sein.

Es muss allerdings angemerkt werden, dass es sich hier lediglich um einen intuitiven sprachlichen Vergleich handelt. Der Hauptunterschied zwischen der Selbstbeschreibung im Persönlichkeitsfragebogen und der Selbstdarstellung einer Person liegt in der expliziten Motivation des Probanden, bestimmte Interaktionsziele durch Selbstdarstellungstechniken zu erreichen. Der Selbstdarsteller versucht, einen bestimmten Eindruck beim Gegenüber zu erwecken, indem er Techniken anwendet, um seinen Interaktionszielen

näher zu kommen. Im Persönlichkeitsfragebogen soll sich der Proband „nur“ beschreiben.

Aus der Sicht einiger radikaler Vertreter des Big-Five-Modells werden die Ergebnisse von Persönlichkeitsbeschreibungen als biologisch begründete Einheiten der Persönlichkeit aufgefasst (vgl. John, 1999; McCrae & Costa, 1999; McCrae & Costa, 1996). Faktorenanalytische Dimensionen der alltagssprachlichen Personbeschreibung werden zu den Naturgegebenheiten gezählt. Thomae (1996) kritisiert die Folgen dieser Betrachtungsweise als „vermögenspsychologische Rückorientierung“, die der Wiederkehr einer im 18. Jahrhundert vertretenen Auffassung nahe kommt. Nach dieser Auffassung sind fundamentale Bereiche der Psyche nach Kräften und Vermögen, wie z.B. Empfindung, Erkenntnis, Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Einbildungskraft, Verstand, Wille unter alltagssprachlichem Verständnis in Gattungsbegriffe untergliedert. Aussagen über kulturelle Prozesse, soziale Interaktionen und die Sozialisation des Individuums müssten mit der Auffassung starrer Persönlichkeitseigenschaften für die Persönlichkeitspsychologie als unnötige Begleiterscheinungen der menschlichen Existenz aufgefasst werden. Interpretationsoffen lässt sich das Fünf-Faktoren Modell als faktorielle Struktur der Persönlichkeitsbeschreibung in der Alltagssprache verstehen, deren Anordnung mit Selbstdarstellungsbemühungen von Personen verbunden sein kann.

Wenn die lexikalische Hypothese richtig ist, nach der sich besonders relevante Merkmale alltäglicher Interaktionen in der Sprache niedergeschlagen haben (vgl. 2.2.2 Die lexikalische Hypothese), müssten sich Zusammenhänge zwischen Eigenschaftsbeschreibungen im Fünf-Faktoren Modell der Persönlichkeit und habitueller Selbstdarstellung, soweit beide Aspekte für das Zwischenmenschliche in gleicher Weise relevant sind, als relativ stabile und funktional interpretierbare Konstellationen beschreiben lassen. Habituelle Selbstdarstellung, also die relativ dauerhafte Form der intentionalen Präsentation der eigenen Person, sollte in Struktur und Funktion mit Persönlichkeitsbeschreibungen des Fünf-Faktoren Modells (FFM) vereinbar sein. Persönlichkeitsbeschreibende Dimensionen und Facetten des FFM könnten bei entsprechender Übereinstimmung mit Selbstdarstellungstechniken aus ihrer interpersonellen Funktion beschrieben werden.

Auf der Grundlage der theoretischen Vorüberlegungen im Abschnitt 2 werden im empirischen Teil dieser Arbeit (vgl. Abschnitt 4 Methoden) die in den folgenden Abschnitten konkretisierten empirischen Zielsetzungen angestrebt. Mit der Klärung der einzelnen Fragestellungen verfolge ich das Ziel, Eigenschaftsausprägungen auf person-

spezifisch favorisierte Selbstdarstellung zu beziehen und damit eine in der Persönlichkeitspsychologie bislang stark vernachlässigte Interpretationsperspektive aufzuzeigen.

3.2 Skalen habitueller Selbstdarstellung

Um die Bedeutung der Selbstdarstellung in ihrer habituellen Form für die Persönlichkeitsbeschreibung hervorzuheben, soll gezeigt werden, dass die gewohnheitsmäßige Selbstdarstellung interindividuell differenzierend und zeitlich relativ stabil erfassbar ist. Hierzu wird im Rahmen dieser Arbeit Selbstdarstellung stets als Selbstinterpretation (vgl. 2.5.7 Selbstinterpretation) aufgefasst.

Es wird also davon ausgegangen, dass Personen Zugriff auf die Auswahl, Wiedergabe und Auslegung von Selbstbildern haben und diese Interpretation ihrer selbst in Interaktionen und demnach auch in Selbstbeschreibungen motiviert umsetzen. Habituelle Selbstdarstellung kann danach durch selbsteingeschätzte Häufigkeitsratings empirisch erfassbar gemacht werden, indem in der Vergangenheit verwirklichte selbstdarstellungsbezogene Verhaltensweisen quantifiziert werden. Die Erhebung von Selbstdarstellung durch Selbstbeschreibung stellt die Vergleichbarkeit von ebenfalls durch retrospektive Selbstberichtsdaten erfassten Merkmalen des FFM im NEO-PI-R auf gleicher empirischer Ebene her.

Die Erfassung von Selbstdarstellung setzt voraus, dass die verschiedenen beschriebenen Techniken als eigenständige Merkmale bestimmt und gemessen werden können. Hierzu sollen die Selbstdarstellungstechniken, wie sie im Abschnitt 2.5 aufgezeigt wurden, in Selbstbeschreibungen zur quantitativen Erhebung habitueller Selbstdarstellung umgesetzt werden. Im deutschsprachigen Bereich stehen bislang keine differenzierten Skalen zum habituellen Einsatz von Selbstdarstellungstechniken zur Verfügung. Aus bestehenden englischsprachigen Skalen (vgl. Lee et al., 1999) sollen deutschsprachige Skalen habitueller Selbstdarstellung abgeleitet bzw. neu entwickelt werden.

Im Rahmen der Skalenentwicklung ist zu prüfen, inwieweit inhaltlich unterschiedene Selbstdarstellungstechniken als faktoriell trennbare Formen im Selbstdarstellungsverhalten kognitiv repräsentiert sind. Es soll also die Frage geklärt werden, ob Selbstdarstellungstechniken, wie sie in Taxonomien bei Jones und Pittman (1982), Tedeschi, Lindskold und Rosenfeld (1985) und in der Zusammenfassung von Mummendey (1995) genannt sind, in empirisch trennbaren Skalen operationalisiert werden können.

3.3 Stabilität von Selbstdarstellung

Wenn habituelle Selbstdarstellung als Interpretationshintergrund von Eigenschaftszuschreibungen dienen soll, muss auch die relative zeitliche Stabilität gewährleistet sein. Denn um Selbstdarstellung in ihrer habituellen Ausprägung als zentrales Merkmal der Persönlichkeit ansehen zu können, sollte eine relative Dauerhaftigkeit belegbar sein. Wenn dagegen Selbstdarstellung lediglich als ein situatives Merkmal von Verhalten in Interaktionen beschrieben werden kann, wäre eine Interpretation als habituelle Form ausgeschlossen. Durch die Überprüfung der zeitlichen Stabilität der Skalen soll geklärt werden, ob interindividuelle Differenzen im Einsatz bestimmter Selbstdarstellungstechniken über einen längeren Zeitraum erhalten bleiben. Diese Kontrolle soll über Test-Retestkorrelationen der zu bildenden Skalen habitueller Selbstdarstellung geschehen.

3.4 Dimensionale Struktur habitueller Selbstdarstellung

In der Selbstdarstellungsforschung (vgl. Abschnitt 2.5.2) werden innerhalb der Taxonomien von Selbstdarstellungstechniken unterschiedliche Strukturierungsvorschläge unterbreitet. So werden von Jones und Pittman (1982) fünf Selbstdarstellungskategorien genannt. Sie trennen Selbstdarstellungsverhalten kategorial in *ingratiation* (*sich beliebt machen*), *intimidation* (*andere einschüchtern*), *self-promotion* (*sich kompetent darstellen*), *exemplification* (*sich als Vorbild darstellen*) und *supplication* (*Hilfsbedürftigkeit signalisieren*). Für ihre Unterteilung allerdings gibt es offenbar neben der hohen Augenscheinvalidität und Beobachtbarkeit keine faktorielle Überprüfung.

Lee et al. (1999) begründen empirisch eine zweifaktorielle Lösung anhand der Dimensionen der „self-presentation tactics scale“ (SPTS). Die 12 Selbstdarstellungstechniken, erfasst durch Selbstbeschreibungen, konnten einem *assertiven* und einem *defensiven* Faktor zugeordnet werden. Diese faktorielle Trennung entspricht der inhaltlichen Separation von Tedeschi et al. (1985), wobei in der Lösung von Lee et al. (1999) lediglich von Taktiken, nicht aber von Strategien ausgegangen wird. Damit wird die Ordnungsstruktur nach dem Vier-Felder-Schema Tedeschis (vgl. Abschnitt 2.5.2), das zwischen *assertiven* und *defensiven*, daneben aber auch zwischen (kurzfristig eingesetzten) *Taktiken* und (langfristig angelegten) *Strategien* unterteilt, lediglich auf Ebene der Taktiken repräsentiert.

Ferner ist zu klären, ob die eindeutige Zusammenfassung assertiver Selbstdarstellungstechniken bei Lee et al. (1999) repliziert werden kann. So soll geprüft werden, ob

etwa Selbstdarstellungstechniken, wie *self-promotion* (*Eigenwerbung*) tatsächlich mit *ingratiation* (hier: Schmeicheleien nutzen) unter einer gemeinsamen assertiven Selbstdarstellungsdimension vereinbar sind. Es bleibt bei der Interpretation assertiver Techniken offen, ob eine Person, die versucht, sich als kompetent, leistungsfähig und überdurchschnittlich zu präsentieren, wirklich darum bemüht ist, sich durch diese Selbstdarstellungen beliebt zu machen. Offensichtlich konnte mit den Stichproben in den Vereinigten Staaten in der Untersuchung Lees (1999) neben *self-promotion* (*Eigenwerbung*) und *intimidation* (*Einschüchtern*) auch *supplication* (*Hilfsbedürftigkeit signalisieren*) unter einem Faktor *assertiver* (wörtlich: kraftvoller, ausdrücklicher, aggressiver) Selbstdarstellung zusammengefasst werden. Diese faktorielle Zuordnung ist zweifellos mit der Klassifikation Tedeschis (1985) theoriekonform, doch inhaltlich erstaunlich, da Selbstdarstellungstechniken wie *self-promotion* (*Eigenwerbung*) und *supplication* (*Hilfsbedürftigkeit signalisieren*) einer gegenläufigen Interaktionsfunktion und Identität entspringen. Bei der ersteren zeigt sich der Akteur als „stark“, in der anderen als „schwach“. In wieweit diese augenscheinlich divergierenden Interaktionsstile unter einem Faktor zusammengefasst und damit theoriekonform für den deutschsprachigen Bereich repliziert werden können, ist empirisch zu prüfen.

Mummendey (1995) teilt Selbstdarstellungstechniken vorsichtig in „eher positive“ und „eher negative“, abhängig davon, „ob sich jemand in günstiger, sich selbst erhöhender und sozial gebilligter Weise oder aber in eher ungünstiger, sich selbst herabsetzender und sozial wenig gebilligter Weise präsentiert“ (vgl. Mummendey, 1995, S. 140). Fraglich an dieser Aufteilung ist, ob denn „positive“ Selbstdarstellungstechniken tatsächlich beiden Zuordnungsmerkmalen, sowohl der Selbsterhöhung als auch der sozialen Akzeptanz gleichermaßen genügen.

Die aufgeführten Strukturierungsversuche von Selbstdarstellungstechniken basieren bis auf die Dimensionsanalyse von Lee et al. (1999) nicht auf empirisch-faktoriellen Analysen. Für diese Arbeit soll die Frage nach der dimensionalen Struktur der Selbstdarstellungstechniken explorativ beantwortet werden. Ausgehend von der Fragestellung, welche korrelativen Strukturen zwischen Selbstdarstellungstechniken zu finden sind, ist zu klären, ob über die Skalenebene hinaus noch weitere empirisch belegbare Ordnungsstrukturen nachgewiesen werden können. Dabei ist auch zu prüfen, ob diese dimensionale Struktur der Aufteilung Tedeschis in assertive und defensive Techniken entspricht. Mittels Komponentenanalysen wird hierzu die Dimensionalität erfasster habitueller Selbstdarstellungstechniken exploriert.

Darüber hinaus wird ebenfalls untersucht werden, ob Techniken der Selbstdarstellung als faktoriell von den fünf Hauptdimensionen des FFM weitgehend unabhängige Konstrukte betrachtet werden können. Nur aus dieser Prämisse kann einer möglichen Kritik entgegengewirkt werden, mit der Erfassung habitueller Selbstdarstellung lediglich eine Sonderform von Eigenschaftsbeschreibungen innerhalb des FFM zu erfassen.

3.5 Komparative Perspektive – Selbstdarstellungstypen

Ausgangs- und Zielpunkt persönlichkeitspsychologischer Forschung ist das Individuum. Als Einheiten wissenschaftlicher Betrachtungen wird die einzelne Person jedoch häufig nur als Datenpunkt herangezogen, der in den erfassten Merkmalsausprägungen lediglich einen Beitrag für die Verteilung von Variablen liefert. In variablenorientierten Forschungsansätzen, wie der Variations- und Korrelationsforschung wird nicht die Person in ihrem besonderen Gefüge von Merkmalsausprägungen, sondern Verteilungen von Variablen als Grundlage der Analysen angesehen.

William Stern hat 1911 neben der Psychographie die Komparationsforschung als individuumszentrierten Forschungsansatz innerhalb der vier Teildisziplinen der Differentiellen Psychologie beschrieben. Gegenüber den merkmalsorientierten Teildisziplinen der Variations- und Korrelationsforschung steht das Studium von Merkmalsprofilen in der Psychographie bzw. der Vergleiche von Individuen in Bezug auf mehrere Merkmale in der Komparationsforschung. Eine Variante der Komparationsforschung ist die Typologie. Den Ausgangspunkt der Forschung bilden hierbei Individuen mit einander ähnlichen Merkmalskombinationen, so genannte Typen. Stern versteht unter einem Individuum nicht nur eine einzelne Person, sondern auch „Kollektivindividuen“, also Gruppen von Menschen, wenn sie z.B. dem gleichen Typus zugehörig aufgefasst werden können. Personengruppen ähnlicher Merkmalskonfigurationen können als Typen beschrieben und mit anderen Gruppen in deren Merkmalsmustern verglichen werden. Asendorpf (2000) sieht in der Komparationsforschung, also dem Vergleich der Merkmalsmuster verschiedener Personen in Bezug auf dieselben Merkmale, einen komplementären und dem variablenorientierten Vorgehen nicht widersprechenden Ansatz der Differentiellen Psychologie.

Da Selbstdarstellung vom Menschenbild aktiv handelnder Individuen ausgeht – denn nicht Eigenschaften oder Traits verhalten sich und entscheiden über Handlungen, sondern die jeweilige Person – sind demnach Individuen in ihren typischen Konfigura-

tionen ihres Einsatzes von Selbstdarstellungstechniken Ausgangspunkt dieser Arbeit. Indem Typen habitueller Selbstdarstellung ins Zentrum der Betrachtungen gerückt werden, soll quer zur variablenorientierten Taxonomie von Selbstdarstellungstechniken eine personenzentrierte Typologie entwickelt werden, um Aussagen über Personen mit spezifischen Selbstdarstellungsmustern treffen zu können. Auch Arkin (1981) weist auf mögliche individuelle Differenzen habitueller Selbstdarstellung hin, allerdings bleibt die Unterteilung in akquisitive und protektive Selbstdarstellung variablenbezogen. Merkmalskombinationen bzw. Clusterstrukturen werden von Arkin nicht explizit ausgeführt.

Eine spezifische Konfiguration von Selbstdarstellungsdimensionen macht die Besonderheit eines Typs aus. Bei einer Typisierung von Selbstdarstellern handelt es sich um ein multidimensionales Konstrukt (vgl. Amelang & Bartussek, 1997), das empirisch mit Hilfe der Clusteranalyse geprüft werden kann (vgl. 5.3 Die Identifikation von Selbstdarstellungstypen). Sowohl Arkin (1981) als auch Jones & Pittmann (1982) verweisen auf interindividuelle Differenzen habitueller Selbstdarstellung, also auf die Möglichkeit, dass sich bei verschiedenen Individuen jeweils charakteristische langfristige Selbstdarstellungen im Sinne von bestimmten Konstellationen der eingesetzten Selbstdarstellungstechniken herausbilden könnten.

Empirisch stellt sich die Frage, ob sich Personengruppen mit einheitlichen Mustern habitueller Selbstdarstellung zeigen, wobei die Voraussetzung für eine Selbstdarstellungstypologie gegeben sein muss. Ausprägungsmuster sollten voneinander abgrenzbar erfasst werden können, um sie als Selbstdarstellungstypen zu interpretieren.

Daran schließt sich folgende Fragestellung an: Repräsentieren diese distinkten Muster der Nutzung von Selbstdarstellungstechniken aufeinander abgestimmte Kombinationen? Etwa lässt sich vorstellen, dass eine Person sich selbst und anderen gegenüber das Selbstbild einer überragenden Person anstrebt und dieses zu stabilisieren sucht. Das kann funktional z.B. dadurch geschehen, dass sie in ihrem Selbstdarstellungsverhalten selbstüberhöhende Techniken nutzt, indem sie häufig *Eigenwerbung* (*self-promotion*) betreibt und zugleich *andere* Personen schroff *abwertet* (*blasting*), ohne dabei auf selbstbehindernde Selbstdarstellungstechniken, wie *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) oder *Untertreibung* (*understatemen*t), zurückzugreifen. Denkbar sind viele derartig funktionale Konstellationen bei der Nutzung von Selbstdarstellungstechniken – in dieser Arbeit sollen allerdings lediglich empirisch belegbare Typisierungen beschrieben werden.

Welche Konfigurationen von Selbstdarstellungsdimensionen angenommen werden können, wird durch die empirischen Typenbildungsprozeduren der Clusteranalyse exploriert (vgl. 5.3 Die Identifikation von Selbstdarstellungstypen) und anschließend inhaltlich-theoretisch geklärt.

3.6 Persönlichkeitseigenschaften als habituelle Selbstdarstellung

Die zentrale Fragestellung dieser Arbeit zielt auf die Interpretation von Selbstbeschreibungen auf den Dimensionen und Facetten des Fünf-Faktoren Modells als habitualisierte Selbstdarstellung ab. Zeigen sich hinreichend hohe korrelative Bezüge zwischen langfristig genutzter Selbstdarstellung und Ausprägungen der Big Five, ist damit eine Interpretation von Eigenschaftszuschreibungen aus der Sicht der Selbstdarstellung möglich.

Jones und Pittman (1982) konstatieren in ihrer Taxonomie der Selbstdarstellungstechniken, dass Selbstdarstellung beim Interaktionspartner Dispositionszuschreibungen erzeuge. Die Fragestellungen, die Persönlichkeitsbeschreibungen im FFM als habituelle Selbstdarstellung interpretierbar machen, beziehen sich zunächst auf korrelative, variablenorientierte Gegenüberstellungen. So ist zu klären, welche Selbstbeschreibungen auf Dimensionen und Facetten des Fünf-Faktoren Modells der Persönlichkeit mit welchen Selbstdarstellungstechniken einhergehen. Sind inhaltsgebundene Ähnlichkeiten zwischen den Big Five und Selbstdarstellungstechniken auch empirisch reproduzierbar? Wie bedeutsam sind Ausmaß und Art bzw. Inhalt der Selbstdarstellung für die Interpretation von Persönlichkeitsbeschreibungen auf den Hauptdimensionen und Facetten des Fünf-Faktoren Modells?

Die Selbstdarstellungsinterpretation der Eigenschaftsdimensionen des Fünf-Faktoren Modells der Persönlichkeit durch empirische, korrelative Belege kann eine Integrationsebene von Erkenntnissen eigenschaftszentrierter Persönlichkeitsforschung mit Resultaten der Selbstdarstellungsforschung bieten. Auch umgekehrt können Erklärungsansätze aus der Perspektive der Selbstdarstellung für die Persönlichkeitspsychologie auf der Ebene des FFM verknüpft werden.

Neben Hypothesen inhaltlicher Art, wonach bei variablenorientiertem Vorgehen korrelative Ähnlichkeiten (vgl. Erste Ausgangshypothese im Abschnitt 3 Empirische Zielsetzungen und Fragestellungen) zwischen der Nutzungshäufigkeit bestimmter Selbstdarstellungstechniken und der Selbstbeschreibung zu belegen sein müssten, sind

auf der Grundlage komparativer Vergleiche vor allem die Merkmalsausprägungen möglicher Selbstdarstellungstypen zu überprüfen. Funktional interpretierbare Merkmalsausprägungen auf Facetten und Dimensionen des NEO-PI-R können die zentrale Bedeutung des Zusammenhangs von Eigenschaftszuschreibungen und ggf. zwischen funktionalen Typen der Selbstdarstellung mit den Selbstbeschreibungen im FFM belegen.

Aus einer Typenbetrachtung der Selbstdarstellung kann in der Gegenüberstellung unterschiedlicher Konfigurationen von Selbstdarstellung ein Erkenntnisgewinn durch die Kombination von Darstellungsmotivation, -mittel und -ziel resultieren. Typen von Selbstdarstellern müssten sich auch hinsichtlich sozial-funktional interpretierbarer Merkmale des FFM unterscheiden. Selbstaufwertende Darsteller müssten etwa gegenüber Personen, die eher Understatement betreiben, in varianzanalytischen Gruppenvergleichen Unterschiede hinsichtlich ihrer Durchsetzungsstärke aufweisen. Diese Beschreibungen im Fragebogen zur Erfassung der Big Five sollen daher als „abhängige“ Variablen betrachtet werden, da sie zur Typenbildung nicht aktiv herangezogen werden. Eine Projektion der Merkmalsprofile aus der Selbstdarstellung auf Ausprägungen der Big Five soll die Interpretation der Selbstdarstellungstypen ermöglichen.

3.7 Referenzmerkmale der Selbstdarstellung

Neben den unter Abschnitt 3.6 aufgelisteten Fragestellungen sollen zur Absicherung und weiterführenden Erklärung der Vergleiche von Eigenschaftsbeschreibungen und Selbstdarstellungen weitere Persönlichkeitsmerkmale zur Validierung herangezogen werden. Wie in den Abschnitten 2.5.5 bis 2.5.8 deutlich gemacht wurde, kann auf die genauere Analyse der dort dargestellten Persönlichkeitsmerkmale nicht verzichtet werden. Die im Folgenden aufgeführten Personmerkmale erweisen sich theoretisch zur Konstruktvalidierung der Selbstdarstellungsskalen und der evtl. erzeugbaren Typisierung als wertvolle Variablen für die Fragen nach funktional interpretierbaren Zusammenhängen:

- Sozialer Einfluss (vgl. Abschnitt 2.5.4)
- Self-Monitoring (vgl. Abschnitt 2.5.5)
- Persönlichkeitsdarstellung (vgl. Abschnitt 2.5.6)
- Sozial erwünschte Darstellung (vgl. Abschnitt 2.5.8)

3.7.1 Selbstdarstellung und sozialer Einfluss

Selbstdarstellung dient nicht nur dazu, einen bestimmten Eindruck über Eigenschaften des Akteurs zu erzeugen, sondern über dieses Bild auch Interaktionsziele zu erreichen, indem durch Selbstdarstellungstechniken der Versuch unternommen wird, den eigenen sozialen Einfluss zu erhöhen (vgl. Tedeschi & Norman, 1985). Wenn eine Person durch ihre Selbstdarstellung, Eigenschaften und persönliche Attribute eine Identität vermittelt, die verschiedene Formen der Einflussnahme erleichtert, sollte sie über mehr soziale Einflussüberzeugung verfügen, als jene Personen, die sich um diese Identität nicht bemühen.

French und Raven (1959) haben durch ihre fünf sozialen Einflussressourcen (*Power-Bases*) ein Kategorienschema entworfen, das für die Fragestellungen dieser Untersuchung herangezogen wird, um Selbstdarstellung in ihrem Zusammenhang mit sozialem Einfluss zu überprüfen. Als Quellen bzw. Ressourcen sozialen Einflusses (Power Bases) werden nach French und Raven (1959) fünf Bereiche unterschieden: *Reward-Power* (*Einfluss durch Belohnung*), *Coercive-Power* (*Einfluss durch Zwang*), *Expert-Power* (*Einfluss durch Expertenschaft*), *Referent-Power* (*Einfluss durch Identifikation*) und *Legitimate-Power* (*Einfluss durch Legitimation*). Nesler et. al (1993) haben diese Power-Bases skaliert und für die differentielle Forschung herangezogen. Durch Skalen, die sich an die Operationalisierungen von Nesler et al. (1993) anlehnen, soll hier die soziale Einflussüberzeugung eingeschätzt und auf die Selbstdarstellung bezogen werden. Aus den Vorannahmen der Selbstdarstellung werden korrelative Hypothesen abgeleitet. So ist z.B. zu erwarten, dass Selbstdarstellungstechniken, die den eigenen Einfluss, Unabhängigkeit und Überlegenheit signalisieren, mit der Zuschreibung von Einflussressourcen höher korrelieren als verteidigende, entschuldigende oder einschmeichelnde Techniken.

Im Hinblick auf eine Typologie von Selbstdarstellung ist zu klären, ob Bemühungen, bestimmte Bilder der eigenen Person bei anderen hervorzurufen, auch mit Überzeugungen einhergehen, sozialen Einfluss zu besitzen. Die Zuschreibung selbstdarstellungsbezogenen Handelns ist als intentionaler Akt aufzufassen, der von einem funktionalen Modell ausgeht, in dem soziale Ziele durch sozialen Einfluss über angepasste Selbstdarstellung erreicht werden können.

3.7.2 Self-Monitoring - akquisitive und protektive Selbstdarstellungsmotive

Das unterschiedliche Ausmaß, in dem jemand sein eigenes Verhalten in sozialen Umgebungen zu überwachen und zu kontrollieren versucht, steht im Zentrum der Self-Monitoring-Theorie nach Snyder (1974). Als „Selbstdarsteller“ im alltagssprachlichen Sinn lassen sich wohl nur Personen mit sehr theatralen oder inszenierendem Selbstdarstellungsverhalten benennen, wobei die Inszenierung der eigenen Person ebenfalls einen Bestandteil des Selbstbildes und damit Teil des Selbstkonzepts darstellt (vgl. 2.5.5 Self-Monitoring).

Die Unterteilung des Self-Monitoring-Konstrukts in einen akquisitiven und protektiven Teil nach Wolfe, Lennox und Cutler (1986) kann sowohl als ein motivationaler (vgl. Arkin, 1981) Erklärungsansatz als auch aus einer Kompetenzperspektive betrachtet werden, wonach Selbstdarstellung als eine performative Leistung aufgefasst wird (vgl. Tangney, Baumeister & Boone, 2004). Die Unterteilung in eine akquisitive und protektive Kontollkomponente der Selbstdarstellung setzt sich wiederum aus jeweils zwei Subskalen zur Erfassung eines Wahrnehmungs- und Handlungsaspekts zusammen (vgl. Abschnitt 2.5.5 Self-Monitoring).

Selbsteinschätzungen der eigenen Fähigkeiten zur Selbstdarstellung können als Wahrnehmungs- und Handlungsüberzeugungen der akquisitiven Selbstdarstellung (vgl. Wolfe, Lennox und Cutler, 1986; Arkin, 1981) aufgefasst werden, die bestimmend für das Selbstbild und die Selbstdarstellung von Personen bzw. Selbstdarstellungstypen sind. Daraus ergeben sich Fragen zum Zusammenhang von Self-Monitoring-Variablen und Selbstdarstellungstechniken, die variablenorientiert durch korrelative Methoden überprüft werden. Andererseits können selbsteingeschätzte Wahrnehmungs- und Handlungskomponenten aus den beiden zu erfassenden Self-Monitoring-Variablen – der *Revised Self-Monitoring scale* und *der Concern for Appropriateness scale* (Lennox & Wolfe, 1984) – auch zur Erklärung möglicher Selbstdarstellungstypen herangezogen werden. So muss geklärt werden, ob akquisitive und protektive Selbstdarstellungsmotivationen (Arkin, 1981), wie sie durch die Self-Monitoring-Skalen erfasst werden (vgl. Wolf, Lennox & Culter, 1986), mit den Darstellungsmustern einer Selbstdarstellungstypologie einhergehen.

3.7.3 Persönlichkeitsdarstellung

Das Bedürfnis, anderen gegenüber ein authentisches Bild der eigenen Person vermitteln zu wollen, wurde im Abschnitt 2.5.6 eingeführt. Wenn Selbstdarstellung mit dem Bemühen verbunden ist, Selbstbilder zu vermitteln, dann kann Persönlichkeitsdarstellung als eine besondere Form der Selbstdarstellung aufgefasst werden, sich als authentisch zu präsentieren (vgl. Laux, 2000; Leary & Kowalsky, 1990). Laux und Renner (2002) weisen darauf hin, dass durch Selbstdarstellung auch der Versuch unternommen werden kann, zentrale Merkmale der Persönlichkeit zu vermitteln und dieses Merkmal nicht nur bei Personen mit geringen Self-Monitoring Neigungen auftritt. Als eigenständiges Motiv der Selbstdarstellung könnte Persönlichkeitsdarstellung mit bestimmten Selbstdarstellungstechniken verknüpft sein und gegebenenfalls bei einer Typologie als differenzierendes Merkmal zwischen einzelnen Selbstdarstellungstypen auftreten. Es soll geklärt werden, welche Zusammenhänge Persönlichkeitsdarstellung mit habitueller Selbstdarstellung aufweist und ob das Merkmal, sich als authentische Person zu zeigen, in einer Selbstdarstellungstypologie differenzierende Ausprägungsunterschiede zeigt.

3.7.4 Soziale Erwünschtheit der Selbstdarstellung

Soziale Erwünschtheit wird unter Selbstdarstellungsgesichtspunkten nicht als Fehlervariable, sondern vielmehr als Form der gerichteten Vermittlung darstellungsbezogener Inhalte verstanden. Sozial erwünschtes Antworten kann als Ausrichtung an Normen der Gesellschaft aufgefasst werden. Mit der SES-17 (Soziale-Erwünschtheits-Skala-17) hat Stöber (1999) ein Selbstbeurteilungsverfahren erstellt, das in der vorliegenden Arbeit einen direkten Vergleich zu Selbstdarstellungstechniken in der Selbstbeschreibung ermöglicht.

Sozial erwünschtes Antwortverhalten soll in dieser Arbeit als ein Teilaspekt der Selbstdarstellung, als sozial akzeptierte Darstellung der eigenen Person aufgefasst werden. Für die Validität und Interpretierbarkeit der Selbstdarstellungstechniken sollen korrelative Gegenüberstellungen zur sozialen Erwünschtheit vorgenommen werden.

Zur Analyse sozial erwünschter Selbstdarstellung bietet die Literatur zwei Formen der Erklärung an. In der Diskussion zur sozialen Erwünschtheit unterscheidet sie Komponenten der (eher bewussten) Eindruckssteuerung oder Fremdtäuschung und der (eher unwillkürlichen) Selbsttäuschung (vgl. Paulhus, 1984; sowie theoretische Hintergründe im Abschnitt 2.5.8 Sozial erwünschte Darstellung). Zur validen Erfassung des Kon-

strukts sozial erwünschter Selbstdarstellung werden jedoch immer beide Komponenten von Bedeutung sein, auch wenn lediglich die gezielte Eindruckssteuerung situativ als verzerrende Darstellung aufgefasst wird. Ausmaß und Art der sozialen Erwünschtheit sollen zur funktionalen Interpretation von Selbstdarstellungstechniken und der Beurteilung der zu erschließenden Dimensionalität und Typologie der Selbstdarstellung dienen. So ist die Frage zu klären, in welchem Zusammenhang sozial erwünschte Selbstbeschreibungen mit Persönlichkeitsbeschreibungen stehen. Gehen bestimmte Selbstdarstellungstypen mit spezifischen sozial erwünschten Antwortrichtungen einher?

4 Methoden

Die Beschreibung der Stichprobenziehung sowie die Entwicklung, der Inhalt, der strukturelle Aufbau und der Einsatz von Fragebogenskalen sind in den folgenden Unterkapiteln 4.1 bis 4.6 dargestellt. Vorstrukturierende Analysen zur Erfassung habitueller Selbstdarstellung und die Revision der self-presentation tactics scale nach Lee et al. (1999), die bis zur Forderung einer Neukonstruktion führen, finden sich im Abschnitt 4.7. Im Abschnitt 4.8 wird die Neukonstruktion der Skalen habitueller Selbstdarstellung (SHSD) dargelegt.

4.1 Stichprobenbeschreibung und Erhebungsabschnitte

Zur empirischen Bearbeitung der Fragestellungen wurden insgesamt drei Studien durchgeführt. Studie 1 war als Vorstudie angelegt, um Skalen habitueller Selbstdarstellung zu konstruieren (vgl. Tabelle 4.1-1 Stichproben der Studien 1 bis 3). Studie 2 bildet die zentrale Datenbasis für fast alle querschnittlichen Datenauswertungen. In Studie 3, die als Testwiederholung ausgelegt war, wurden Probanden der Studie 2 elf bis zwölf Monate nach der ersten Erhebung für die Retestuntersuchung rekrutiert. Auskunft über die wichtigsten soziodemografischen Charakteristika der Stichproben gibt Tabelle 4.1-1.

Tabelle 4.1-1 Stichproben der Studien 1 bis 3

	Voruntersuchung Studie 1 N = 44	Hauptstudie Studie 2 N = 325	Reteststudie Studie 3 N = 66
Geschlecht			
männlich	16	72	17
weiblich	28	253	49
Alter in Jahren			
Minimum – Maximum	20 - 43	18 - 42	19 - 34
Median	22	21	21
Mittelwert / SD	25.82 / 5.29	21.94 / 2.86	21.83 / 2.96

Für die Hauptstudie (Studie 2) wurden 1024 Fragebögen an allen Fakultäten der Otto-Friedrich-Universität Bamberg an Studierende verteilt. Der Rücklauf betrug 335 auswertbare Fragebögen, das entspricht der erwartbaren Quote von knapp 32%. Die

Analysen der Fragebogenuntersuchung basieren auf den Angaben von Studierenden aus 22 verschiedenen Studiengängen der Universität Bamberg.

Tabelle 4.1-2 Verteilung der Teilnehmer in Studie 2 über verschiedene Studienfächer

Studiengang	Anzahl
Diplomstudiengang Betriebswirtschaft	45
Diplomstudiengang Europäische Wirtschaft	30
Diplomstudiengang Geographie	7
Diplomstudiengang Germanistik	1
Diplomstudiengang kath. Theologie	1
Diplomstudiengang Pädagogik	47
Diplomstudiengang Politologie	1
Diplomstudiengang Psychologie	61
Diplomstudiengang Soziologie	18
Diplomstudiengang Wirtschaftsinformatik	6
Lehramt Berufsschule	19
Lehramt Grundschule	33
Lehramt Gymnasium	22
Lehramt Hauptschule	2
Lehramt mit schulpsychologischem Schwerpunkt	10
Lehramt Realschule	8
Magisterstudium Anglistik	4
Magisterstudium Germanistik	2
Magisterstudium Philosophie	5
Magisterstudium Psychologie	3
Magisterstudium Romanistik	1
Magisterstudium Slavistik	1
Missing (keine Angabe)	8
Gesamt	335

Explorative Datenanalysen ließen erkennen, dass einige Probanden als Ausreißer die Variablenverteilungen ungünstig verzerren. Darüber hinaus wiesen einzelne Fälle vermehrt fehlende Werte (*missing values*) auf. Zehn der zunächst 335 Fälle wurden daraufhin ab einem Zwei-Prozent-Kriterium an fehlenden Werten bzw. aufgrund ihrer Ausreißercharakteristik aus dem Analysedatensatz entfernt. Ausreißerkriterium war das Auftreten von z-Werten > 3 über mehr als 3% der Itemratings und die jeweilige Häufung von z-Werten > 2.5 von mehr als 7%. Verbleibende fehlende Werte – weniger als 1% – wurden durch die SPSS-Prozedur *missing value analysis* über die Option Regression aus den vorhandenen Werten geschätzt und ganzzahlig gerundet ergänzt.

Bei den verbleibenden 325 Probanden handelt es sich um 253 Frauen und 72 Männer im Alter von 18 bis 42 Jahren bei einem Altersdurchschnitt von 21.94 Jahren.

Die Probanden waren mit 72,5% vorwiegend Studierende im Grundstudium ihres Fachs, 20,2% befanden sich zum Zeitpunkt der Datenerhebung in den ersten Semestern ihres Hauptstudiums, lediglich 7,3% der teilnehmenden Studierenden waren 9 und mehr Semester im Studium. Die Verteilung der Teilnehmer über die Studienfächer zeigt die Tabelle 4.1-2.

Zur Nachuntersuchung, die vorwiegend zur Überprüfung der Merkmalsstabilitäten habitueller Selbstdarstellung durchgeführt wurde, konnten aus den 325 Probanden der Hauptudie 66 Probanden zur wiederholten Teilnahme gewonnen werden. Damit ergibt sich ein Datensatz mit zwei parallelen Fallgruppen. Beide Messzeitpunkte sind in den folgenden Abschnitten mit den Kennzeichnungen (t_1) für Testzeitpunkt eins bzw. (t_2) für Testzeitpunkt zwei markiert.

Bei allen Stichproben sind der erhöhte Frauenanteil und die nicht bevölkerungsrepräsentative Altersverteilung kritisch zu sehen. Diese Merkmalsausprägungen waren aufgrund der Stichprobenziehung an Studierenden zu erwarten. Sämtliche Ergebnisse können demnach lediglich auf der Grundlage dieser Stichprobenziehungen interpretiert werden. Für die Vergleichbarkeit der Ergebnisse sind diese objektiven Kritikpunkte allerdings keine nachteiligen Kennzeichen der Stichprobenziehung, da für vergleichbare Studien mit studentischen Stichproben weitgehend entsprechende soziodemografische Merkmale gelten.

4.2 Erfassung von Persönlichkeitsbeschreibungen im Fünf-Faktoren Modell

Um Persönlichkeitseigenschaften aus der Selbstdarstellungsperspektive zu interpretieren, soll diese Gegenüberstellung auf einer möglichst umfassenden und validen Erfassung von Persönlichkeitsbeschreibungen im Fünf-Faktoren Modell (FFM) beruhen. Das Fünf-Faktoren Modell (FFM) der Persönlichkeit gilt als konstruktvalide für eine eigenschaftsbezogene Persönlichkeitsbeschreibung (vgl. Ostendorf, 1990; Borkenau & Ostendorf, 1989). Als Operationalisierung steht mit dem NEO-PI-R (Ostendorf & Angleitner, 2004) ein gelungenes Fragebogenverfahren zur Verfügung, das anhand von Selbstbeurteilungen die fünf relativ unabhängigen Dimensionen des FFM erfasst. Die Konzeption des NEO-PI-R entspricht dabei einem hierarchischen Persönlichkeitsbeschreibungssystem, wobei die fünf Hauptbereiche durch jeweils sechs spezifische Eigenschaften (Facetten) definiert werden. Diese Eigenschaften ergeben sich wiederum aus gewohnheitsmäßigen Erlebens- und Verhaltensweisen von Personen. Mit diesem

System lassen sich differentielle Verhaltensorientierungen im zwischenmenschlichen Umgang, aber auch interindividuelle Unterschiede im Motivations-, Erlebens- und Einstellungsbereich erfassen (vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004).

Mit der deutschen Übersetzung (NEO-PI-R, Ostendorf & Angleitner, 2004) des revidierten mehrdimensionalen Persönlichkeitsfragebogens NEO Personality Inventory von Costa und McCrae (1992) lassen sich die fünf breiten Persönlichkeitsbereiche Neurotizismus (*Neuroticism,* N), Extraversion (*Extraversion,* E), Offenheit für Erfahrungen (*Openness to Experience,* O), Verträglichkeit (*Agreeableness,* A) und Gewissenhaftigkeit (Conscientiousness, C) durch Selbstbeschreibung in der Form S erfassen. Das NEO-PI-R stellt mit seinem hierarchischen Persönlichkeitssystem aufgrund der Facettenebene als Beschreibungsstufe geringerer Generalität ein differenziertes und für diese Analyse möglicherweise besonders geeignetes Persönlichkeitsbeschreibungsverfahren dar.

Die für jeden der fünf Merkmalsbereiche zugrundeliegenden sechs Subskalen, so genannte Facetten, ermöglichen eine genauere Erfassung spezifischer Aspekte der fünf Persönlichkeitsbereiche. Alle der insgesamt 30 Subskalen bzw. Facetten enthalten je acht Items, d.h. jede Persönlichkeitsdimension wird durch insgesamt 48 Items erfasst. Die insgesamt 240 Items des NEO-PI-R sind auf einer fünfstufigen Rating-Skala mit den Bezeichnungen „Starke Ablehnung – Ablehnung – Neutral – Zustimmung – Starke Zustimmung“ zu beantworten.

In Studie 2, der Hauptuntersuchung, wurde der gesamte NEO-PI-R in der deutschen Übersetzung vorgelegt, wobei alle im Folgenden dargestellten Skalen – außer den Selbstdarstellungstechniken – , den Items des NEO-PI-R mit gleichen Ratingsskalen untergemischt wurden, um durch ein möglichst homogenes Antwortformat den Probanden die Durchführung zu erleichtern.

Da allerdings die Belastung durch die insgesamt über 500 Items des Gesamtfragebogens in der Hauptuntersuchung (Studie 2) von Probanden beklagt und als Hemmnis für die Akzeptanz einer Folgeuntersuchung aufgefasst werden musste, wurden für die Erfassung des FFM in Studie 2 neben den vollständigen Fragebogenitems des NEO-PI-R eine in Studie 1 konstruierte Kurzskala mit Adjektivbeschreibungen eingesetzt, die auch in der Nachuntersuchung in Studie 3 verwendet wurde. Jede Dimension des FFM wurde durch sechs Items repräsentiert, die wiederum in einem möglichst hohen inhaltlichen Zusammenhang mit den Facetten des NEO-PI-R stehen sollten.

Bei der Auswahl der Adjektive zur Erfassung des FFM durch Selbstbeschreibung wurde auf Adjektivlisten bei Ostendorf (1990) und Inhalte der Items des NEO-PI-R zurückgegriffen. In den folgenden Skalenübersichten in der Tabelle 4.2-1 bis Tabelle 4.2-5 sind die jeweils in der Hauptuntersuchung (Studie 2) und der Nachuntersuchung (Studie 3) verwendeten 30 Adjektive, zugeordnet zu den Big Five-Dimensionen, aufgeführt. Bei einem durchschnittlichen Cronbach-Alpha-Wert von .73 kann bei den meisten Skalen noch von befriedigender Reliabilität ausgegangen werden (Range von α = .64 bis α = .83). In den letzten Spalten der Tabelle 4.2-1 bis Tabelle 4.2-5 sind die Itemkennwerte (Mittelwert, Standardabweichung und Trennschärfe) zu finden.

Tabelle 4.2-1 Adjektivskala Neurotizismus

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
n1_sit	angespannt (für Ängstlichkeit)	4.52	1.76	.45	4.58	1.71	.43
n2_sit	launenhaft (für Reizbarkeit)	2.95	1.79	.27	4.15	2.04	.43
n3_sit	deprimiert (für Depression)	2.70	1.73	.41	3.14	2.08	.54
n4_sit	verlegen (für soziale Befangenheit)	4.02	1.86	.57	4.20	1.91	.33
n5_sit	unbeherrscht (für Impulsivität)	2.12	1.45	.43	2.71	1.90	.26
n6_sit	empfindlich (für Verletzlichkeit)	4.43	1.75	.54	5.77	1.84	.33
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .71; α_{t2} = .65 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .60							

Tabelle 4.2-2 Adjektivskala Extraversion

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
e1_sit	gesprächig (für Herzlichkeit)	5.84	1.47	.65	5.52	1.69	.49
e2_sit	gesellig (für Geselligkeit)	6.07	1.52	.62	5.67	1.67	.67
e3_sit	durchsetzungsfähig (für Durchsetzung)	4.87	1.58	.46	5.18	1.73	.44
e4_sit	energiegeladen (für Aktivität)	5.36	1.51	.55	5.30	1.62	.57
e5_sit	unternehmungslustig (für Erlebnishunger)	5.70	1.60	.60	5.65	1.37	.64
e6_sit	ausgelassen (für Frohsinn)	4.53	1.76	.55	4.80	2.07	.57
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .81; α_{t2} = .80 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .77							

Tabelle 4.2-3 Adjektivskala Offenheit für Erfahrungen

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
o1_sit	phantasievoll (für O. f. Phantasie)	5.46	1.59	.28	6.35	1.51	.46
o2_sit	kultiviert (für O. f. Ästhetik)	6.02	1.20	.35	5.64	1.51	.40
o3_sit	feinsinnig (für O. f. Gefühle)	5.28	1.33	.36	6.02	1.51	.53
o4_sit	neugierig (für O. f. Handlungen)	6.33	1.33	.42	6.59	1.20	.43
o5_sit	wissbegierig (für O. f. Ideen)	6.43	1.15	.52	6.41	1.29	.45
o6_sit	aufgeschlossen (für O. f. Normen- u. Wert.)	6.60	1.22	.35	6.32	1.53	.22
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .64; α_{t2} = .68 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .64							

Tabelle 4.2-4 Adjektivskala Verträglichkeit

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
a1_sit	vertrauensvoll (für Vertrauen)	5.79	1.42	.27	6.17	1.79	.38
a2_sit	gutmütig (für Freimütigkeit)	5.85	1.33	.45	6.23	1.29	.61
a3_sit	selbstlos (für Altruismus)	4.17	1.65	.28	4.05	1.73	.60
a4_sit	kooperativ (für Entgegenkommen)	6.68	0.99	.32	6.39	1.01	.45
a5_sit	bescheiden (für Bescheidenheit)	5.23	1.54	.32	4.73	1.54	.50
a6_sit	mitfühlend (für Gutherzigkeit)	5.76	1.28	.45	6.52	1.27	.65
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .66; α_{t2} = .77 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .61							

Tabelle 4.2-5 Adjektivskala Gewissenhaftigkeit

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
c1_sit	kompetent (für Kompetenz)	5.23	1.19	.21	5.20	1.23	.20
c2_sit	ordentlich (für Ordnungsliebe)	5.69	1.60	.61	4.47	2.14	.64
c3_sit	pflichtbewusst (für Pflichtbewusstsein)	6.48	1.17	.73	6.06	1.41	.59
c4_sit	fleißig (für Leistungsstreben)	6.22	1.24	.78	4.80	1.86	.72
c5_sit	diszipliniert (für Selbstdisziplin)	5.93	1.38	.63	4.70	1.89	.68
c6_sit	sorgfältig (für Besonnenheit)	6.18	1.23	.75	5.24	1.55	.67
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .83; α_{t2} = .80 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .73							

Um die Konstruktvalidität der fünf neuen Adjektivskalen mit der faktoriellen Struktur des NEO-PI-R zu überprüfen, wurde eine Hauptkomponentenanalyse durchgeführt. In die Analyse gingen die fünf Faktorwerte aus den Facetten des NEO-PI-R und die

Skalenwerte der FFM-Adjektiv-Kurzskalen ein. Die durch den Eigenwertverlauf von 2.61; 1.73; 1.45; 1.19; 1.06; 0.67; 0.67; 0.35 etc. klar indizierte Fünf-Faktoren-Lösung wurde nach Varimax rotiert. Die fünf Faktoren erklären 80.42% der Gesamtvarianz. In der Tabelle 4.2-6 wird das Ladungsmuster der Merkmale in der fünffaktoriellen Lösung wiedergegeben.

Tabelle 4.2-6 Varimax-rotierte Faktorenstruktur der fünf Adjektiv-Kurzskalen und der NEO-PI-R Faktoren

		Komponenten				
NEO-PI-R Hauptskalen	h^2	**N**	**E**	**O**	**A**	**C**
Xt1tb5ng Neurotizismus (N)	.81	**0.89**	-0.04	-0.10	0.06	0.03
Xt1tb5eg Extraversion (E)	.80	0.05	**0.88**	-0.11	-0.06	-0.09
Xt1tb5og Offenheit (O)	.91	0.06	0.00	**0.95**	-0.03	-0.06
Xt1tb5ag Verträglichkeit (A)	.76	-0.10	-0.11	-0.04	**0.86**	-0.06
Xt1tb5cg Gewissenhaftigkeit (C)	.77	-0.01	-0.01	0.00	-0.08	**0.87**
Adjektiv Kurzsskalen						
Xt1b5sitn Neurotizismus Adjektivskala	.75	**0.82**	-0.18	0.15	-0.03	-0.11
Xt1b5site Extraversion Adjektivskala	.85	-0.32	**0.85**	0.10	0.09	0.05
Xt1b5sito Openness Adjektivskala	.78	-0.21	**0.58**	**0.43**	0.30	0.36
Xt1b5sita Agreeableness Adjektivsk.	.79	0.18	0.23	0.04	**0.82**	0.19
Xt1b5sitc Conscientiousness Adjektivskala	.83	-0.06	0.03	-0.04	0.18	**0.89**

Anmerkung: N=325. Ladungen > .40 sind zur besseren Übersichtlichkeit fett gedruckt

Aufgrund der starken Ladung der FFM-Adjektiv-Kurzsskala Offenheit auf der Dimension Extraversion muss die Offenheitsskala besonders vorsichtig interpretiert werden.

Die Korrelationen der fünf NEO-PI-R-Hauptskalen mit den Adjektiv-Kurzskalen zur Erfassung des Fünf-Faktoren Modells ergaben folgende auffällige Ergebnisse: Die Skalen für Offenheit korrelieren mit r = .32 niedriger (vgl. Tabelle 4.2-7) als die Hauptskala Extraversion mit der Adjektiv-Skala Offenheit (r = .40.). Darüber hinaus korreliert die Hauptskala Extraversion des NEO-PI-R mit der Neurotizismus FFM-Adjektiv-Kurzsskala bedeutsam negativ mit r = -.36.

Tabelle 4.2-7 Korrelation der NEO-PI-R Hauptskalen mit den Big Five Adjektiv-Kurzskalen

Pearson-Korrelationen (N = 325)	**Adjektiv Kurzsskalen**				
NEO-PI-R Hauptskalen	N	E	O	A	C
xt1tb5ng Neurotizismus (N)	**0.54**	-0.25	-0.17	0.10	-0.09
xt1tb5eg Extraversion (E)	**-0.36**	**0.70**	**0.40**	0.03	0.01
xt1tb5og Offenheit für Erfahrungen (O)	0.00	0.23	**0.34**	0.05	-0.10
xt1tb5ag Verträglichkeit (A)	-0.05	-0.01	0.14	**0.46**	0.11
xt1tb5cg Gewissenhaftigkeit (C)	-0.16	0.00	0.17	0.06	**0.61**

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; Korrelationen über .3 sind fett dargestellt.

Insgesamt kann von einer bedingt brauchbaren Umsetzung des FFM durch die Adjektiv-Kurzsskalen ausgegangen werden, wobei vor allem auf die problematische Ladung der Offenheitsskala auf der Extraversions-Dimension hingewiesen werden muss.

4.3 Erfassung sozialen Einflusses

Ein Ziel dieser Untersuchung ist es, die Bedeutung von Selbstdarstellung für interpersonelle Einflussmöglichkeiten aufzuzeigen. Ausgangspunkt ist die Funktion der Selbstdarstellung als Mittel zum Ausbau des sozialen Einflusses. Sozialer Einfluss ist im Wesentlichen als Verstärker menschlichen Verhaltens zu betrachten. Tedeschi et al. (1983) postulierten die Maximierung des eigenen Beeinflussungspotenzials als ein grundlegendes Motiv menschlichen Sozialverhaltens, welches sich im Bestreben zeigt, den sozialen Einfluss auf andere Menschen zu steigern. Soziale Macht wird von Tedeschi und den mit ihm assoziierten Forschergruppen in einem sehr weiten Rahmen sozialer Einflussmöglichkeiten gesehen, sodass im Folgenden der Begriff der Sozialen Macht immer unter einer breiteren Perspektive interpersonalen Einflusspotenzials betrachtet werden muss, in der Macht einen interdependenten Charakter annimmt.

Eine Reihe von intrapsychischen Phänomenen und Verhaltensweisen wurden als Einflussfunktionen sozialer Interaktion reinterpretiert: Tedeschi und Riordan (1981) betrachteten z.B. negative Affekte als defensive Selbstdarstellungstechniken. Auch Humor wurde unter der Perspektive der Machtausweitung und -stabilisierung (Kane, Suls & Tedeschi, 1976) als soziale Einflussstrategie interpretiert. Zusammenfassend haben Tedeschi und Norman (1985) Selbstdarstellungsformen als machtstrategische Taktiken aufgefasst, die eingesetzt werden, um Richtung und Verlauf sozialer Interakti-

onen zu steuern. Diese funktionale Interpretation menschlichen Verhaltens geht von einer Verstärkerperspektive sozialen Einflusses aus, da Menschen bezüglich des Erlangens von Anerkennung, Belohnung und Bestätigung voneinander abhängig sind. Es gibt wenig materielle und soziale Ziele, die nicht die Unterstützung oder die Vermittlung durch Andere erfordern. Daher können der Erwerb und die Aufrechterhaltung sozialen Einflusses in Interaktionen, die durch Selbstdarstellung reguliert und gesteuert werden, als ein zentrales Motiv von Personen verstanden werden, sofern ein Bedarf an sozialen Verstärkern besteht.

Wird Selbstdarstellung als funktionale Einflussnahme betrachtet, sind bei Personen mit spezifischen Selbstdarstellungskonfigurationen auch entsprechende motivationale Selbstkonzepte zu erwarten. Ihre Überzeugung, soziale Einflussmöglichkeiten zu besitzen, sollte mit dem Einsatz von entsprechenden Selbstdarstellungstechniken einhergehen. Mit Hilfe der Selbsteinschätzung des eigenen sozialen Einflusses, die in Beziehung zu den jeweiligen Selbstdarstellungstechniken zu setzen ist, könnte diese Interpretation von Selbstdarstellung als Machtressource bestätigt werden. Konfigurationen von Selbstdarstellungsverhalten müssten sich in Überzeugungen, bestimmte soziale Machtressourcen zu besitzen, äußern.

Soziale Einflussmöglichkeiten bzw. Machtressourcen sind durch eine Vielzahl von Perspektiven, z.B. in Wirtschaftsorganisationen, beschrieben worden (z.B. McClelland, 1975; Pfeffer, 1981). Insgesamt existieren zahlreiche Kategorisierungen und Konzepte sozialen Einflusses; als die einflussreichste Kategorisierung gilt jene von French und Raven (1959).

French und Raven (1959) unterschieden zwischen *reward* (Belohnung), *coercive* (Durchsetzung), *legitimate* (Legitimierung), *referent* (Referenz) und *expert* (Expertenschaft) als Quellen sozialer Macht. Ihre Typologie wird in den meisten Lehrbüchern ausführlich dargestellt und ist wahrscheinlich die am häufigsten benutzte Konzeption der Einflussforschung. Häufig wurde kritisiert, dass French und Ravens Typologie psychometrisch nicht angemessen erfasst wurde, woraufhin in den 80er und 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts einige Neuentwicklungen zu verzeichnen sind. (vgl. Hinkin & Schriesheim, 1989; Podsakoff & Schriesheim, 1985; Nesler et. al, 1999). Daher wurde in der Haupt- und Reteststudie der vorliegenden Arbeit zur Erfassung des sozialen Einflusses auf Skalen von Hinkin und Schriesheim (1989) bzw. Nesler et al. (1999) zurückgegriffen. Hinkin und Schriesheim (1989) konstruierten fünf Fremdbeschreibungs-

skalen mit jeweils vier Items – basierend auf den Grundlagen sozialer Macht nach French und Raven (1959).

Nesler und Kollegen (1999) erweiterten und veränderten in ihrer Untersuchung diese fünf Skalen zur Erfassung der *bases of power* nach Hinkin und Schriesheim (1989) und fügten zudem weitere Macht- bzw. soziale Einflussskalen hinzu. Denn obgleich die fünf Machtbasen nach French und Raven als extrem einflussreich gelten, griff Nesler auch auf andere Definitionen sozialer Macht zurück.

Tedeschi und Nesler (1994) nannten nach der Rezeption mehrerer alternativer Definitionen machiavellistischer Theorieansätze Durchsetzungsmacht als die Fähigkeit einer Person, das Verhalten Anderer so zu beeinflussen, dass es den Wünschen der durchsetzenden Person entspricht. Diese Form der sozialen Macht wird von Tedeschi und Nesler (1994) unter Bezugnahme auf andere Sozialwissenschaftler als unsozialer Aspekt in Einflussbeziehungen betrachtet, wie Nesler et al. (1999) durch den höchsten Zusammenhang mit dem auf Zwang aufbauenden sozialen Einfluss (*coercive-power*) bestätigten. Durch die Skalierung der Durchsetzungsmacht (*control-power*) bei Nesler et al. (1999) konnte die zu erwartende Verzerrung durch die sozial unerwünschten Formulierungen von *coercive-power* vermieden werden, die negativ zur Validierungsgröße einer universellen Einflussfähigkeit (*global-power*) korrelierte (Nesler et al., 1999).

Die zur Messung angestrebten fünf Dimensionen sozialen Einflusses sollten auf den Definitionen für die Skalen *legitimate-power* (Legitimierung), *expert-power* (Expertise), *reward-power* (Belohnung), *referent-power* (Referenz) und *control-power* (Durchsetzung) von Nesler et al. (1994) aufbauen. Sie entsprechen daher nicht den power-bases nach French und Raven (1959), die basierend auf den Grundlagen sozialen Einflusses Belohnung und Bestrafung trennten, wobei sie die eher eigenschaftsbezogene Quelle der Durchsetzung in dieser Form nicht explizit beachteten. Die fünf Quellen sozialen Einflusses, die in dieser Untersuchung erfasst wurden, sind demnach wie folgt definiert:

Tabelle 4.3-1 Definitionen der fünf Einflussmöglichkeiten (*power-bases*)

1.	Einfluss durch **Durchsetzung / Zwang** ist die Fähigkeit, andere durch soziale Kontrolle, Druck und Überzeugung in ihrem Verhalten auch gegen deren eigenen Willen in Richtung selbst gewünschter Ziele zu beeinflussen.
2.	Einfluss durch **Expertise** ist die Fähigkeit, anderen benötigte Informationen, Wissen und Expertise zukommen zu lassen.
3.	Einfluss durch **Legitimierung** ist die Fähigkeit, anderen das Gefühl von Verpflichtung und Verantwortung gegenüber ihrem Handeln zu geben.
4.	Einfluss durch **Referenz** ist die Fähigkeit, anderen das Gefühl von persönlicher Achtung und Wertschätzung durch deren Akzeptanz und Bewunderung der damit mächtigen Person zu vermitteln.
5.	Einfluss durch **Belohnung** ist die Fähigkeit, andere durch die Bereitstellung von Sachen, Mitteln oder Dienstleistungen, die diese wünschen, zufrieden zu stellen.

Auf der Grundlage der von Nesler et al. (1999) verwendeten Vier-Item-Skalen, die in ihrer Untersuchung zur Erfassung des wahrgenommenen Einflusses durch Dritte Verwendung fanden, wurde ein neuer Itempool generiert. Sämtliche Items der fünf Skalen von Nesler et al. (1999) wurden übersetzt, von der dritten auf die erste Person umformuliert und teilweise durch neukonstruierte Items ergänzt.

Insgesamt wurden auf dieser Basis zunächst 40 Items erstellt, je acht für jede angestrebte Dimension. Eine varimaxrotierte Komponentenanalyse zur Festlegung der fünf Faktoren und die üblichen Itemanalysen im Rahmen der Vorstudie (N=44) erforderten eine Reduzierung der Skalen auf lediglich vier bis sechs Items pro Dimension.

In der Hauptstudie (N=325) wurden die verbleibenden 27 Items mit Hilfe einer explorativen Faktorenanalyse überprüft, um die Skalenkennwerte und ihre faktorielle Reinheit zu überprüfen. Die 27 Items laden deutlich auf den jeweiligen Faktoren ihrer Dimension (vgl. Tabelle 4.3-2). Zur Interpretation der Komponenten lassen sich die auf ihnen ladenden Items problemlos den Quellen sozialen Einflusses zuordnen. Der erste Faktor repräsentiert sozialen Einfluss durch Legitimierung und wird durch sechs Items dominiert. Beziehung als Grundlage sozialen Einflusses ist mit sechs Items auf dem zweiten Faktor vertreten. Mit lediglich vier Items, die ihre Hauptladungen auf dem dritten Faktor zeigen, ist Expertise wiedergegeben. Kontrolle zeigt sich mit sechs Items auf dem vierten Faktor, Einfluss durch Belohung im fünften Faktor mit fünf Items (vgl. Tabelle 4.3-2). Sämtliche Komponenten sind deutlich voneinander unterscheidbar: Die Items können durchgehend eindeutig der erwarteten Komponente zugeordnet werden, substanzielle Nebenladungen treten nicht auf. Die Kommunalitäten sind mit durchschnittlich .55 bei einer Stichprobengröße von N=325 als gut zu bezeichnen.

Tabelle 4.3-2 Obliminrotierte Mustermatrix über die 27 Items zur Erfassung der Quellen sozialen Einflusses

		Komponenten				
	h^2	Legiti-mierung	Bezie-hung	Experti-se	Durch-setzung	Beloh-nung
legp2 Ich kann anderen das Gefühl vermitteln, ihre Aufgaben ernst zu nehmen.	.56	**.72**	-.02	-.11	-.02	-.18
legp1 Ich bringe andere dazu, zu erkennen, dass ihre Aufgaben wichtig sind.	.55	**.70**	-.03	.00	-.18	-.23
legp3 Ich kann andere dazu bringen, ihre Verpflich-tungen zu erfüllen.	.59	**.64**	.04	.03	.25	.03
legp5 Ich kann anderen die Einsicht vermitteln, das Notwendige zu tun.	.68	**.61**	.21	-.00	.28	.05
legp6 Durch mein Einwirken auf andere nehmen diese ihre Pflichten ernst.	.67	**.60**	.16	.29	.11	.12
legp0 Andere erhalten durch mich die Einsicht, ihren Verpflichtungen nachzukommen.	.63	**.56**	.09	**.36**	.12	.17
refp7 Die Wertschätzung, die ich anderen Personen gegenüber zeige, bedeutet diesen viel.	.58	-.04	**.73**	.10	.07	-.03
refp4 Anderen Menschen ist meine Zuneigung, die ich ihnen gegenüber zeige, wichtig.	.54	-.16	**.71**	-.00	.08	-.12
refp5 Andere schätzen den Respekt, mit dem ich ih-nen begegne.	.51	.03	**.71**	.14	-.16	.03
refp0 Ich kann anderen das Gefühl vermitteln, dass sie wichtig und achtenswert sind.	.56	.24	**.61**	.04	-.05	-.07
refp1 Wenn ich jemanden lobe, kommt dieses Lob auch an.	.41	.07	**.59**	-.16	.19	.15
refp6 Ich kann anderen Anerkennung und Wertschät-zung vermitteln.	.51	.13	**.55**	-.10	-.05	-.27
expp0 Andere sind von meinen Fähigkeiten abhängig.	.68	.02	.04	**.83**	-.01	.14
expp6 Andere sind von den Kenntnissen aus meiner fundierten Ausbildung abhängig.	.68	.12	-.14	**.82**	-.08	.04
expp5 Andere brauchen mich wegen meiner Kennt-nisse und Erfahrung.	.61	-.12	.23	**.55**	.13	-.32
expp1 Andere brauchen meine Kompetenzen.	.39	-.04	.14	**.47**	.03	-.26
conp1 Wenn ich etwas von anderen verlange, dann erreiche ich, dass sie es auch tun.	.67	.01	.12	-.15	**.82**	.01
conp2 Was ich von anderen will, bekomme ich auch.	.61	-.03	.08	-.05	**.78**	.00
conp4 Ich habe Einfluss darauf, dass sich andere so verhalten, wie ich es will.	.54	.00	-.09	.16	**.61**	-.23
conp5 Wenn ich ein Ziel mittels anderer erreichen möchte, kann ich Menschen von diesen Zielen so überzeugen, dass sie entsprechend handeln.	.52	.34	-.03	.05	**.52**	-.03
conp6 Ich habe großen Einfluss auf andere.	.55	-.01	-.01	.36	**.46**	-.25
conp7 Ich bin in der Lage, andere dazu zu bringen, auch das zu tun, was sie sonst nicht tun würden.	.44	.24	-.02	.24	**.45**	.20
rewp0 Andere fühlen sich durch mich akzeptiert.	.53	.04	.24	-.03	-.11	**-.62**
rewp1 Ich habe viele Einflussmöglichkeiten, mit denen ich andere unterstützen kann.	.56	.03	-.12	.14	**.33**	**-.60**
rewp3 Ich habe die Mittel zu bewirken, dass es ande-ren besser geht.	.43	.18	.03	.04	.22	**-.48**
rewp2 Ich bin in der Lage, durch meine Unterstützung andere zufriedener zu machen.	.40	.22	.18	-.06	.04	**-.44**
rewp7 Ich bin in der Lage, Belastungen anderer zu reduzieren.	.38	.26	.22	.05	-.08	**-.37**

Anmerkung: zur besseren Übersichtlichkeit sind Ladungen < .30 fett gedruckt

Aus den jeweils vier bis sechs auf den Faktoren am stärksten ladenden Items wurden Skalen gebildet. Hierzu wurden per Itemanalyse die Schwierigkeitsindizes, Item-Skalen-Korrelationen und Konsistenzen für die Untersuchungsstichprobe zum Zeitpunkt eins (t_1) mit N = 325 und zwei (t_2) mit N = 66 berechnet. Die psychometrische Qualität der Skalen ist durchgängig gut bis sehr gut. Von Tabelle 4.3-3 bis Tabelle 4.3-7 werden die Kennwerte der Items aus den Skalen sozialer Einflussmöglichkeiten wiedergegeben. Die Spalten drei bis fünf beziehen sich dabei auf die Stichprobe N = 325 der Hauptuntersuchung (Studie 2), die Spalten sechs bis acht auf die Stichprobe N = 66 der Nachuntersuchung (Studie 3). Skalengesamtwerte, Alpha-Cronbach-Werte als Schätzungen der internen Konsistenz und die Retestreliabilitäten auf der Grundlage der 66 Fälle finden sich in der jeweils untersten Zeile der Tabellen.

Unter den Skalen zur Erfassung der sozialen Einflussmöglichkeiten steht der Bereich Durchsetzung dem Eigenschaftsansatz am nächsten. Inhaltlich ist Einfluss mittels Durchsetzung den Konstrukten Dominanz, Maskulinität und Machiavellismus recht ähnlich. Tedeschi und Nesler (1994) verstehen diese Form des sozialen Einflusses als *overpowering*, also als eine Durchsetzung der eigenen Ziele durch Überreden, Überzeugen und Überwältigen auch gegen den Widerstand des Beeinflussten. Dieses Konzept von Durchsetzung mit Hilfe von Druckmitteln greift demnach weiter als der von French und Raven beschriebene Einfluss durch Zwang (*coercive-power*). Häufig wurde Zwang reduziert auf den Einsatz von Bestrafung oder die Möglichkeit, Verstärker zu entziehen. Zwang als Einsatz von Druckmitteln beschränkt sich jedoch nicht auf Bestrafung, sondern impliziert vielmehr einen machiavellistischen Eigenschaftsansatz (vgl. Tedeschi & Nesler, 1994), der auf einer grundlegenden Machtmotivation beruht.

Einfluss mittels Durchsetzung zeigt in beiden vorliegenden Studien (Haupt- und Nachuntersuchung – bzw. Studie 2 und 3) sehr zufrieden stellende interne Konsistenzen mit Alpha-Cronbach-Werten von jeweils .86. Die Retestreliabilität gehört mit $r_{t1/t2}$ =.74 zu den stabilsten unter den Skalen sozialen Einflusses. Die Orientierung an der Konzeption von Nesler et al. (1999), in deren Untersuchung *control-power* mit *coercive-power* am stärksten korrelierte, ermöglichte eine Skala der Durchsetzungsmacht zu konstruieren, die beide Aspekte beinhaltet. Die Itemschwierigkeiten sind dabei ausgewogener, da zur Erfassung von Durchsetzungsmacht auf Formulierungen verzichtet wurde, die sich auf den direkten Einsatz von Bestrafung beziehen. Sozial stark unerwünschte Formulierungen von Zwang und Gewalt und die damit verbundenen extrem hohen Itemschwie-

rigkeiten führten in den Untersuchungen von Nesler et al. (1999) zu einem deutlichen Bodeneffekt, der in den vorliegenden Studien vermieden werden sollte und konnte.

Tabelle 4.3-3 Skalenwerte: Einfluss mittels Durchsetzung

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
conp1	Wenn ich etwas von anderen verlange, dann erreiche ich, dass sie es auch tun.	2.38	.81	.59	2.21	.81	.68
conp2	Was ich von anderen will, bekomme ich auch.	2.12	.79	.58	2.15	.77	.70
conp4	Ich habe Einfluss darauf, dass sich andere so verhalten, wie ich es will.	1.94	.79	.56	2.09	.82	.58
conp5	Wenn ich ein Ziel mittels anderer erreichen möchte, kann ich Menschen von diesen Zielen so überzeugen, dass sie entsprechend handeln.	2.15	.76	.57	2.23	.86	.68
conp6	Ich habe großen Einfluss auf andere.	1.87	.75	.56	1.91	.80	.68
conp7	Ich bin in der Lage, andere dazu zu bringen, auch das zu tun, was sie sonst nicht tun würden.	1.93	.77	.48	1.94	.89	.56
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .80; α_{t2} = .86 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .74		2.06	.55		2.08	.55	

Einflussmöglichkeit durch Expertise wurde lediglich mit vier Items erfasst, die dennoch akzeptable Reliabilitäten zu beiden Erhebungszeitpunkten der Skala lieferten (vgl. unterste Zeile der Tabelle 4.3-4). Mit .73 gehört die Stabilität der Einflussmöglichkeit durch Expertise neben der Beeinflussung durch Durchsetzung zu den zeitlich stabileren Ressourcen sozialen Einflusses. Einflussmöglichkeit durch Expertise steht inhaltlich im engen Zusammenhang mit Kompetenz- und Informationsmacht: Die Definition zur Skalierung der ursprünglichen Skala *expert-power* beinhaltet „the ability to administer to another information, knowledge, or expertise." (Hinkin & Schriesheim, 1989, S. 562). Der Kompetente bzw. Informierte, der über Mittel zur Zielerreichung verfügt, von denen andere abhängig sind, hat die Macht, die Informationen für eigene oder gemeinsame Ziele effizient einzusetzen, sie taktisch zurückzuhalten und damit andere von sich abhängig zu machen.

Expertise wird austauschtheoretisch von Thibaut und Kelley (1959) als unbalancierte, asymmetrische Informationslage dargestellt, die die Abhängigkeit bzw. Dependenz der Interaktionspartner fördert, da deren Ziele erst durch Informationen und Kenntnisse des Akteurs erreicht werden können. Durch die einseitige Informationsressource besteht eine Verhaltenskontrolle über die abhängigen Personen.

Tabelle 4.3-4 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Expertise

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
expp0	Andere sind von meinen Fähigkeiten abhängig.	1.62	.73	.57	1.44	.99	.49
expp1	Andere brauchen meine Kompetenzen.	2.33	.76	.45	2.44	.79	.51
expp5	Andere brauchen mich wegen meiner Kenntnisse und Erfahrung.	2.29	.68	.52	2.23	.76	.63
expp6	Andere sind von den Kenntnissen aus meiner fundierten Ausbildung abhängig.	1.46	.81	.55	1.48	.85	.72
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .73; α_{t2} = .77 – Retestkorrelation $_{t1/t2}$ = .73		1.93	.55		1.90	.66	

Einflussmöglichkeit durch Legitimierung (vgl. Tabelle 4.3-5) erzielte sehr zufrieden stellende interne Konsistenzwerte. Die Retestreliabilität von .63 verweist auf eine relativ stabile Einschätzung der Skala über zwölf Monate hinweg. Die Items der Skala Einflussmöglichkeit durch Legitimierung geben deutlich die Inhalte der entsprechenden Definition von Hinkin und Schriesheim (1989) wieder, die die Beeinflussung von Verpflichtungs- und Verantwortungsgefühl anderer betont. Macht durch Legitimität basiert damit auf der Einstellung der Beeinflussten, normativen Erwartungen gerecht werden zu müssen. Diese Erwartungen werden durch die Person des Akteurs vermittelt oder treten in der Wahrnehmung des Akteurs durch die Beeinflussten auf. Somit wurde auf die rein formale Positionsmacht, wie sie aus soziologischer Perspektive im Gesellschaftsleben auftritt, verzichtet. Diese Funktion, die häufig in Bezug auf die *legitimate-power* nach French und Raven (1954) in prototypischen Gesellschaftsrollen beschrieben wurde, konnte weitgehend von gesellschaftlichen und rechtlichen Begründungen abstrahiert werden. Prototypische legitimierte Macht, die sich rechtlich auf ein Amt oder eine Satzung stützt – z.B. als funktionale Autorität eines Polizeibeamten oder Richters etc. – sollte für diese Studien keine Vorbedingung darstellen. Durch die Konzentration auf die Beeinflussung des Verpflichtungs- und Verantwortungsgefühls des Gegenübers konnte auf die Wurzeln des Konzepts legitimierter Macht zurückgegriffen werden, die einen stärkeren Bezug zu Persönlichkeitsmerkmalen ermöglichen.

Tabelle 4.3-5 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Legitimierung

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
legp0	Andere erhalten durch mich die Einsicht, ihren Verpflichtungen nachzukommen.	2.08	.77	.62	2.18	1.04	.76
legp1	Ich bringe andere dazu, zu erkennen, dass ihre Aufgaben wichtig sind.	2.53	.67	.51	2.74	.77	.66
legp2	Ich kann anderen das Gefühl vermitteln, ihre Aufgaben ernst zu nehmen.	2.58	.69	.57	2.74	.71	.70
legp3	Ich kann andere dazu bringen, ihre Verpflichtungen zu erfüllen.	2.39	.66	.65	2.41	.82	.78
legp5	Ich kann anderen die Einsicht vermitteln, das Notwendige zu tun.	2.48	.66	.70	2.58	.68	.76
legp6	Durch mein Einwirken auf andere nehmen diese ihre Pflichten ernst.	2.17	.69	.71	2.15	.95	.83
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .84; α_{t2} = .91 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .63		2,37	.52		2.47	.69	

Einflussmöglichkeit durch Beziehung geht auf die *Referenzmacht* (*referent-power*) von French und Raven (1954) zurück, die vom Akteur als wichtige Bezugsperson ausgeht, indem Andere wesentliche selbstwertrelevante Gewinne aus der Beziehung zum Akteur ziehen (vgl. Tabelle 4.3-6). Bestehen auf der Seite der beeinflussten Personen hohe Affiliationsbedürfnisse und damit Dependenz, kann die Einflussmöglichkeit durch Beziehung – je nach Intention des Akteurs – gemeinsame oder private Ziele vorantreiben. Fischer und Wiswede (2002) sehen im Rahmen der Beziehungsmacht die charismatische Macht als Sonderform an. In einer stark empfundenen Affiliation zum Akteur kann sich die Abhängigkeit des Beeinflussten bis zum emotionalen Identifikationsbedürfnis steigern, sodass der Beziehungsmächtige etwa als Idol wahrgenommen wird.

Die Skala Einflussmöglichkeit durch Beziehung konnte mit Alpha-Werten von .78 zum Zeitpunkt t_1 und .83 in Studie 3 (t_2) reliabel erfasst werden. Die Skalengesamtmittel (vgl. unterste Zeile der Tabelle 4.3-6) sind im Vergleich zu den anderen erfassten Einflussmöglichkeiten am höchsten. Das bedeutet, Beziehungsmacht tritt insgesamt unter den power-bases am häufigsten auf.

Tabelle 4.3-6 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Beziehung

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
refp0	Ich kann anderen das Gefühl vermitteln, dass sie wichtig und achtenswert sind.	2.85	.61	.60	3.05	.57	.60
refp1	Wenn ich jemanden lobe, kommt dieses Lob auch an.	2.95	.64	.43	3.14	.52	.47
refp4	Anderen Menschen ist meine Zuneigung, die ich ihnen gegenüber zeige, wichtig.	2.97	.64	.52	3.05	.54	.65
refp5	Andere schätzen den Respekt, mit dem ich ihnen begegne.	2.64	.64	.51	2.77	.60	.47
refp6	Ich kann anderen Anerkennung und Wertschätzung vermitteln.	2.90	.53	.56	3.03	.63	.71
refp7	Die Wertschätzung, die ich anderen Personen gegenüber zeige, bedeutet diesen viel.	2.62	.61	.61	2.77	.60	.68
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .78; α_{t2} = .83 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .64		2.82	.42		2.97	.42	

Einflussmöglichkeiten durch Belohnung zu besitzen, meint hier die Fähigkeit, Personen durch Dinge oder eigenes Handeln zu belohnen und zu erreichen, dass diese sich z.B. zufriedener fühlen. Zur Belohnungsmacht zählen Verstärker jeder Form, also auch, Belastendes bzw. Strafreize abwenden zu können.

Fischer und Wiswede (2000) postulieren für den forcierten Einsatz von Belohnung als Machtmittel eine im sozialen Leben häufig anzutreffende Kette von Bedingungen. Wenn für den Akteur die Belohnungen „kostengünstig“ verfügbar sind und der Bedarf beim Beeinflussten gegenüber diesen Mitteln wiederholt vorhanden ist, wird ein Akteur mit Interesse an längerfristigen Interaktionen mit dem Beeinflussten eher Belohnungs- als Durchsetzungsmacht nutzen. Belohnungsmacht kann häufig als sozialer Kitt zwischen Akteur und Abhängigen betrachtet werden.

Die Skala der Einflussmöglichkeit durch Belohung ist mit fünf Items die zweitkürzeste, wodurch die relativ niedrigen Cronbach-Alpha-Werte von α_{t1} = .70 bzw. α_{t2} = .76 allerdings nur teilweise zu erklären sind. Trotz ausreichend hoher Trennschärfen erreichen die quadrierten multiplen Korrelationen der Einzelitems nur niedrigere Ausprägungen (alle < .3) als die der anderen Skalen (dort überwiegend. > .4). Die Homogenität dieser Skala ist demnach geringer als die anderer Skalen zur Erfassung der Power-Bases, was sich wohl auch auf den niedrigsten Retestkorrelationskoeffizienten von r t_1/t_2 = .59 ausgewirkt haben könnte.

Tabelle 4.3-7 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Belohnung

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
rewp0	Andere fühlen sich durch mich akzeptiert.	2.70	.65	.44	2.92	.62	.24
rewp1	Ich habe viele Einflussmöglichkeiten, mit denen ich andere unterstützen kann.	2.07	.90	.44	2.36	.87	.56
rewp2	Ich bin in der Lage, durch meine Unterstützung andere zufriedener zu machen.	2.77	.58	.43	2.80	.66	.61
rewp3	Ich habe die Mittel zu bewirken, dass es anderen besser geht.	2.32	.82	.49	2.67	.77	.69
rewp7	Ich bin in der Lage, Belastungen anderer zu reduzieren.	2.48	.67	.43	2.70	.66	.57
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .70; α_{t2} = .76 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .59		2.47	.49		2.69	.51	

Tabelle 4.3-8 stellt die korrelativen Zusammenhänge der erfassten power-bases dar. Wie erwartet sind die Machtquellen in keinem Fall negativ korreliert. Tedeschi und Norman (1985) sehen in der Selbstwertschätzung (*self-esteem*) eine Art Barometerfunktion für den Besitz von Machtressourcen. Im vorliegenden Fall kann nach der Vorgehensweise Tedeschis (1981) demnach auch die Selbstzuschreibung von Machtquellen als ein Indikator für die Selbstwertschätzung reinterpretiert werden.

Tabelle 4.3-8 Interkorrelation der Skalen Sozialer Einfluss (N=325)

	Pearson Korrelation				
	Durchsetzung	Expertise	Legitimierung	Beziehung	Belohnung
Durchsetzung		**0.44**	**0.56**	0.30	**0.46**
Expertise	**0.44**		**0.43**	0.25	0.39
Legitimierung	**0.56**	**0.43**		**0.46**	**0.51**
Beziehung	0.30	0.25	**0.46**		**0.53**
Belohnung	**0.46**	0.39	**0.51**	**0.53**	

Anmerkung: alle Korrelationen sind hoch signifikant ($p < 0.01$)

Die Korrelationsmatrix in Tabelle 4.3-8 verweist auf zwei miteinander verwandte Gruppen sozialer Macht. Zum einen korrelieren drei der fünf Machtquellen – Durchsetzung (*control-power*), Expertise (*expert-power*) und Legitimierung (*legitimate power*) – jeweils mit $r > .40$ miteinander. Diese Gruppe beinhaltet Einflussüberzeugungen, die auf einer Asymmetrie zwischen Akteur und Beeinflussten basieren: Diese Asymmetrie könnte im Sinne von McClelland als personalisierte Macht interpretiert werden und

rückt die Durchsetzung von Zielen zum eigenen Vorteil in den Vordergrund. Es besteht bei diesen power-bases ein deutliches Ressourcengefälle zugunsten des Beeinflussers; der Akteur besitzt einseitig Information, normative Kraft und Entscheidungsfähigkeiten, die die Handlungen des Gegenübers beeinflussen können. Demgegenüber stehen die beiden Machtquellen Beziehung und Belohnung, die untereinander mit .51, nicht aber durchgängig mit Durchsetzung und Expertise korrelieren. Diese Machtquellen gründen stärker auf einem sozialen Kontrakt zwischen den Interaktionspartnern, da der Wert der Ressourcen deutlicher von der Akzeptanz durch den Beeinflussten abzuhängen scheint. Items aus der Skala Einfluss durch Beziehung, z.B. „Anderen Menschen ist die Zuneigung, die ich ihnen gegenüber zeige, wichtig“, unterstreichen die stärkere Interdependenz der Machtressourcen Beziehung und Belohnung.

Legitimierung als Machtquelle weist durchgängig die höchsten Korrelationen mit allen anderen Quellen sozialen Einflusses auf. Legitimationsmacht besitzt auch inhaltlich beide Aspekte der oben beschriebenen Einflussmerkmale, da sie nicht nur das Bewirken von Handlungen Anderer, sondern auch die Änderung der motivationalen Lage des Beeinflussten impliziert, wie das Item „Durch mein Einwirken auf andere nehmen diese ihre Pflichten ernst“ verdeutlicht.

4.4 Erfassung sozialer Erwünschtheit

Das Bestreben, ein Publikum auf spezifische Ziele hin zu beeindrucken, und der Einsatz entsprechender Selbstdarstellungstechniken setzen die Anpassung an soziale Normen und Erwartungen nicht zwingend voraus (vgl. Mummendey, 1990; Tedeschi, 1981). Um den Bezug zwischen Selbstdarstellung und sozialer Erwünschtheit dahingehend zu beleuchten, welche Selbstdarstellungstechniken stärker mit sozialer Anpassung einhergehen, wurde sowohl zur Haupt- (t_1) wie auch zur Nachuntersuchung (t_2) mit der SES-17 von Stöber (1999) eine aktuelle Skala zur Erfassung sozialer Erwünschtheit vorgelegt.

Stöber (1999) entwickelte mit der Sozialen-Erwünschtheits-Skala (SES-17) eine neue Skala im Stil der *social-desirability-scale* nach Crowne und Marlowe von 1960 (SDS-CM) mit zeitgemäßen Items zur Erfassung der sozialen Erwünschtheit. Sowohl die Reliabilität als auch die konvergente Validität seiner 17-Item-Skala erkennt Stöber (1999) als zufrieden stellend an: Die internen Konsistenzen liegen bei .72 bis .75, die Retest-Stabilität beträgt über einen Zeitraum von vier Wochen .82. Die Korrelationen mit der SDS-CM bestätigen mit r = .67 bis r = .74 die Konstruktvalidität des Verfahrens. Damit ist die SES-17 ein der SDS-CM von Crowne und Marlowe (1960) vergleichbares Verfahren, das jedoch mit 17 statt 23 Items ökonomischer ist. Zusätzlich zeigt es eine höhere Augenscheinvalidität. So überprüfte Stöber (1999) die *face-validity*, indem beide Skalen sozialer Erwünschtheit (SES-17 und SDS-CM) von 49 Ratern eingeschätzt wurden. Die SES-17-Items erhielten dabei signifikant höhere Ratings als die SDS-CM-Items.

Für die vorliegenden Studien wurden die 17 Items der Skala unverändert integriert, jedoch im Antwortmodus der Erfassung des NEO-PI-R auf fünf Stufen (Starke Ablehnung, Ablehnung, Neutral, Zustimmung, Starke Zustimmung) angepasst, um die Items der SES-17 mit einem homogenen Antwortformat unter die anderen Skalen in zufälliger Reihenfolge einzugliedern.

Mit α_{t1} = .71 bzw. α_{t2} = .74 entsprechen die internen Konsistenzen den Ergebnissen nach Stöber (1999). Auch die Stabilität der Messwerte ist nach einem Zeitraum von durchschnittlich 11,5 Monaten mit r t_1/t_2 = .75 als zufrieden stellend zu bezeichnen. Vergleiche mit den Retest-Stabilitäten nach Stöber (1999) können nur bedingt gezogen werden, da sich die Messwiederholung dort auf einen Zeitraum von lediglich vier Wochen bezieht.

In den Studien zwei (t_1) und drei (t_2) (der Haupt- und der Reteststudie) dieser Untersuchung erzielte die Itemanalyse dieser Skala folgende Kennwerte (vgl. Tabelle 4.4-1):

Tabelle 4.4-1 Soziale Erwünschtheitsskala (SES-17) nach Stöber (1999)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
ses1i	inv Manchmal werfe ich Müll einfach in die Landschaft oder auf die Straße.	3.22	1.06	.28	3.19	0.91	.35
ses2	Eigene Fehler gebe ich stets offen zu und ertrage gelassen etwaige negative Konsequenzen.	2.03	0.97	.27	2.20	0.95	.29
ses3	Im Straßenverkehr nehme ich stets Rücksicht auf die anderen Verkehrsteilnehmer.	2.73	0.86	.32	2.83	0.74	.17
ses4i	inv Ich habe schon einmal Drogen (Haschisch oder „ähnliches“) konsumiert.	2.62	1.65	.31	2.36	1.55	.27
ses5	Ich akzeptiere alle anderen Meinungen, auch wenn sie mit meiner eigenen nicht übereinstimmen.	2.58	0.97	.38	2.83	0.83	.34
ses6i	inv Meine Wut oder schlechte Laune lasse ich hin und wieder an unschuldigen oder schwächeren Leuten aus.	2.14	1.15	.35	2.30	1.25	.38
ses7i	inv Ich habe schon einmal jemanden ausgenutzt oder übers Ohr gehauen.	2.42	1.13	.41	2.27	1.10	.36
ses8	In einem Gespräch lasse ich den anderen stets ausreden und höre ihm aufmerksam zu.	2.64	0.87	.32	2.64	0.80	.22
ses9	Ich zögere niemals, jemandem in einer Notlage beizustehen.	3.02	0.69	.16	3.01	0.60	.43
ses10	Wenn ich etwas versprochen habe, halte ich es ohne Wenn und Aber.	2.98	0.66	.30	2.97	0.74	.36
ses11i	inv Ich lästere gelegentlich über andere hinter deren Rücken.	1.52	0.98	.41	1.73	1.10	.49
ses12	Ich würde niemals auf Kosten der Allgemeinheit leben.	2.62	0.86	.18	2.55	1.06	.27
ses13	Ich bleibe immer freundlich und zuvorkommend anderen Leuten gegenüber, auch wenn ich selbst gestresst bin.	2.23	0.99	.37	2.26	0.88	.29
ses14	Im Streit bleibe ich stets sachlich und objektiv.	1.73	0.94	.22	1.65	1.05	.39
ses15i	inv Ich habe schon einmal geliehene Sachen nicht zurückgegeben.	2.38	1.27	.27	2.44	1.42	.33
ses16	Ich ernähre mich stets gesund.	1.76	1.01	.31	1.82	1.08	.46
ses17i	inv Manchmal helfe ich nur, weil ich eine Gegenleistung erwarte.	2.66	0.93	.33	2.45	1.09	.31
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .71; α_{t2} = .74 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .75		2.46	0.44		2.48	0.45	

4.5 Erfassung akquisitiven und protektiven Self-Monitorings

Als eine der zentralen Eigenschaftskonzepte im Zusammenhang mit Selbstdarstellung wurde im Abschnitt 2.5.5 das zweifaktorielle Self-Monitoring-Modell nach Wolfe, Lennox und Cutler (1986) genannt. Empirisch erfassbar sind diese beiden unterscheidbaren Formen des Self-Monitoring durch die von Lennox und Wolfe (1984) konstruierten Skalen der *Revised Self-Monitoring Scale* für die akquisitive Komponente und der *Concern for Appropriateness Scale* für die protektive Komponente der Selbstdarstellungsmotivation. Die Kontrolle der Selbstdarstellung wird in diesem Modell bimodal aufgefasst, indem zwei unabhängige Faktoren, eine akquisitive und eine protektive Komponente, angenommen werden. Diese beiden Selbstdarstellungskonstrukte wurden als vier Subskalen in der deutschen Übertragung von Laux und Renner (2002) in der Haupt- und Reteststudie vorgelegt (vgl. 2.5.5 Self-Monitoring).

Die *Revised Self-Monitoring Scale* zur Erfassung der akquisitiven Komponente und die *Concern for Appropriateness Scale* zur Erfassung der protektiven Komponente setzen sich jeweils aus zwei Subskalen zusammen (vgl. Tabelle 4.5-1). Die *Revised Self-Monitoring Scale* umfasst zum einen eine Wahrnehmungskomponente mit der Skala *Sensitivity to expressive behavior of others* (SEBO, 6 Items), zum anderen eine Handlungskomponente mit der Skala *Ability to modify self-presentation* (AMSP, 7 Items). Die protektive Komponente, erfasst durch die *Concern for Appropriateness Scale,* beinhaltet die Wahrnehmungskomponente *Attention to social comparison information* (ASCI, 13 Items) und die Handlungskomponente *Cross-situational-variability* (CSV, 7 Items).

Tabelle 4.5-1 Komponenten der Self-Monitoring Konstrukte

	Pearson Korrelation	
	Revised Self-Monitoring Scale	*Concern for Appropriateness Scale*
	Akquisitive Selbstdarstellung	*Protektive Selbstdarstellung*
Wahrnehmungs-komponente	Sensitivity to expressive behavior of others (SEBO)	attention to social comparison information (ASCI)
Handlungskomponente	Ability to modify self-presentation (AMSP)	cross-situational-variability (CSV)

In der deutschen Übertragung (vgl. Laux & Renner, 2002) wurden die Itemzahlen auf jeweils sechs pro Subskala reduziert und die protektiven Aussagen sprachlich präzisiert. Die deutsche Bezeichnung der Wahrnehmungskomponente des akquisitiven Faktors lautet *Wahrnehmungssensitivität* (Beispielitem: „Ich kann normalerweise an den Augen

meines Gesprächspartners ablesen, ob ich etwas Unangemessenes gesagt habe."),die der Handlungskomponente *Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung* (Beispielitem: „Wenn ich in sozialen Situationen den Eindruck habe, dass eine andere Verhaltensweise angebracht ist, dann kann ich mein Verhalten problemlos umstellen."). Die dem protektiven Faktor zuzuordnende Wahrnehmungskomponente wird in der Übersetzung *Protektiver Sozialer Vergleich* genannt (Beispielitem: „Der geringste Hinweis für Missbilligung in den Augen einer anderen Person genügt, damit ich mein Verhalten ändere."). Die Handlungskomponente wird als *Protektive Variabilität* bezeichnet (Beispielitem: „Um nicht aufzufallen, verhalte ich mich in verschiedenen Situationen und mit verschiedenen Leuten oft wie ganz unterschiedliche Personen.").

In den Fragebogenbatterien wurden die Antwortskalierungen der fünfstufigen Ratingskala des NEO-PI-R (Starke Ablehnung, Ablehnung, Neutral, Zustimmung, Starke Zustimmung) angepasst. Die insgesamt 24 Items und Indizes der vier Skalen zur Erfassung der akquisitiven und protektiven Self-Monitoring-Komponente sind in der Tabelle 4.5-2 bis Tabelle 4.5-5 dargestellt

Tabelle 4.5-2 Selbstdarstellungskompetenz (Ability to modify self-presentation – amsp)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
amsp1	Wenn ich das Gefühl habe, dass das Bild meiner Persönlichkeit, welches ich in sozialen Situationen vermitteln will, nicht ankommt, dann kann ich es jederzeit in ein angemesseneres umwandeln.	2.10	0.96	.62	2.11	0.93	.59
amsp2	Wenn ich in sozialen Situationen den Eindruck habe, dass eine andere Verhaltensweise angebracht ist, dann kann ich mein Verhalten problemlos umstellen.	2.46	0.89	.64	2.41	0.84	.61
amsp3	Wenn ich einen ganz bestimmten Eindruck von mir vermitteln will, dann kann ich das auch entsprechend steuern.	2.48	0.86	.55	2.61	0.76	.38
amsp4	Ich habe die Erfahrung gemacht, dass ich mein Verhalten so steuern kann, dass ich den Anforderungen jeder Situation gerecht werden kann.	2.23	0.87	.51	2.23	0.99	.52
amsp5 inv	Es fällt mir schwer, mein Verhalten unterschiedlichen Situationen und Leuten anzupassen.	2.66	0.84	.56	2.89	0.64	.61
amsp6	Sobald ich weiß, welches Verhalten eine bestimmte Situation erfordert, kann ich mich problemlos darauf einstellen.	2.39	0.78	.62	2.32	0.86	.65

Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2
α_{t1} = .82; α_{t2} = .80 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .71

Tabelle 4.5-3 Wahrnehmungssensibilität (Sensitivity to expressive behaviour of others - sebo)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
sebo1	Normalerweise merke ich den Leuten an, dass sie einen Witz geschmacklos finden, selbst wenn sie darüber lachen.	2.86	0.76	.39	3.05	0.64	.44
sebo2	Ich kann normalerweise an den Augen meines Gesprächspartners ablesen, ob ich etwas Unangemessenes gesagt habe.	2.85	0.73	.56	3.02	0.64	.74
sebo3	Wenn mir jemand eine Lüge erzählt, dann merke ich das sofort an seiner / ihrer Ausdrucksweise.	2.14	0.83	.47	2.03	0.91	.50
sebo4	Ich kann mich ziemlich gut auf meine Intuition verlassen, wenn es darum geht, die Gefühle und Motive anderer zu verstehen.	2.90	0.82	.45	2.95	0.89	.59
sebo5	In Unterhaltungen registriere ich bereits die kleinste Veränderung im Gesichtsausdruck meines Gesprächspartners.	2.56	0.88	.57	2.70	0.91	.67
sebo6	Ich kann oft die wahren Gefühle einer Person an ihren Augen ablesen.	2.48	0.85	.68	2.70	0.78	.71

Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2
α_{t1} = .78; α_{t2} = .83 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .71

Tabelle 4.5-4 Protektiver sozialer Vergleich (Attention to social comparison information – asci)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
asci1	Wenn sich alle anderen Personen in einer Gruppe auf eine bestimmte Art und Weise verhalten, dann habe ich das Gefühl, dass das die richtige Art, sich zu verhalten, sein muss.	1.15	0.96	.43	1.39	1.04	.46
asci2	Wenn ich nicht weiß, wie ich mich in einer bestimmten Situation verhalten soll, orientiere ich mich am Verhalten anderer.	2.40	0.99	.52	2.58	0.84	.38
asci3	Ich versuche, die Reaktionen anderer auf mein Verhalten zu registrieren, damit ich mich nicht selbst ins Abseits stelle.	2.68	0.89	.49	2.73	0.69	.51
asci4	Der geringste Hinweis für Missbilligung in den Augen einer anderen Person genügt, damit ich mein Verhalten ändere.	1.46	0.94	.54	1.17	0.82	.42
asci5	Es ist wichtig für mich, mich in die Gruppe, in der ich mich gerade aufhalte, einzupassen.	2.32	0.85	.43	2.47	0.77	.36
asci6	Mein Verhalten ist oft so, wie andere es sich wünschen.	1.90	0.89	.52	2.06	0.89	.49

Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2
α_{t1} = .75; α_{t2} = .70 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .67

Tabelle 4.5-5 Protektive Variabilität (Crossituational variability)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
csv1	Um Missbilligung zu vermeiden, stelle ich gegenüber verschiedenen Leuten ganz unterschiedliche Aspekte meiner Persönlichkeit dar.	1.96	1.09	.60	2.03	1.12	.56
csv2	Um nicht aufzufallen, verhalte ich mich in verschiedenen Situationen und mit verschiedenen Leuten oft wie ganz unterschiedliche Personen.	1.56	1.06	.64	1.33	0.98	.64
csv3	Verschiedene Situationen bringen mich dazu, mich wie sehr unterschiedliche Personen zu verhalten.	1.96	1.09	.65	1.73	0.97	.70
csv4	Oftmals wage ich es nicht, mich gegenüber anderen Personen so zu verhalten, wie ich wirklich bin.	1.71	1.10	.58	1.48	1.07	.61
csv5	Ich bin nicht immer die Person, die ich vorgebe zu sein.	2.10	1.16	.61	1.89	1.08	.69
csv6	Ich habe manchmal das Gefühl, dass die Leute nicht wissen, wer ich wirklich bin.	2.41	1.10	.50	2.38	1.03	.41

Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2
α_{t1} = .83; α_{t2} = .83 – Retestkorrelation t_1/t_2 = .70

Tabelle 4.5-6 Rotierte Komponentenmatrix der Self-Monitoring Variablen

N = 325	h^2	Fähigkeit zur Veränderung der SD (AMSP)	Wahrnehmungssensitivität (SEBO)	Protektive Variabilität (CSV)	Protektiver sozialer Vergleich (ASCI)
amsp1	.55	**.72**	.10	.13	.05
amsp2	.60	**.76**	-.03	.04	.12
amsp3	.50	**.66**	.23	.11	.04
amsp4	.43	**.64**	.15	.00	.01
amsp5i	.55	**.72**	-.08	-.04	.14
amsp6	.57	**.74**	.07	.08	.11
sebo1	.34	-.07	**.58**	.03	-.04
sebo2	.55	.16	**.71**	-.08	.12
sebo3	.43	.04	**.63**	.01	-.17
sebo4	.41	.28	**.56**	-.12	-.03
sebo5	.58	-.01	**.75**	.13	.06
sebo6	.66	.12	**.80**	-.07	.01
csv1	.54	.19	-.12	**.61**	.34
csv2	.59	.15	-.08	**.66**	.35

N = 325	h^2	Fähigkeit zur Veränderung der SD (AMSP)	Wahr-nehmungs-sensitivität (SEBO)	Protektive Variabilität (CSV)	Protektiver sozialer Vergleich (ASCI)
csv3	.64	.33	-.04	**.72**	.13
csv4	.58	-.13	.06	**.66**	.36
csv5	.58	.08	.02	**.75**	.12
csv6	.57	-.14	.04	**.74**	-.06
asci1	.38	-.04	-.07	.13	**.60**
asci2	.49	.06	-.15	.27	**.63**
asci3	.48	.13	.18	.17	**.63**
asci4	.53	.02	.06	.36	**.63**
asci5	.49	.10	-.08	.02	**.69**
asci6	.43	.20	.02	.02	**.62**

Anmerkungen: Zur besseren Übersichtlichkeit wurden Ladungen ≥ +/- .55 fett dargestellt.

Die korrelative Struktur (vgl. Tabelle 4.5-7) zeigt zwischen den protektiven Skalen im Vergleich zu den akquisitiven einen höheren Zusammenhang. Dieser engere Zusammenhang zwischen den protektiven Subskalen entspricht den Ergebnissen sowohl der Originalskalen bei Lennox und Wolfe (1984) und der Untersuchung bei Renner und Laux (2002).

Tabelle 4.5-7 Korrelation der vier Subskalen akquisitiver und protektiver Selbstdarstellung

N = 325	Pearson Korrelation			
	Akquisitive Selbstdarstellung		Protektive Selbstdarstellung	
	Wahrneh-mungssensiti-vität	Fähigkeit zur Verände-rung der SD	protektive Variabilität	Protektiver sozialer Ver-gleich
Subskalen akquisitiver Selbstdarstellung				
Wahrnehmungssensitivität		**.25**	.00	.01
Fähigk.z.Veränd.d.SD	**.25**		**.21**	**.25**
Subskalen protektiver Selbst-darstellung				
protektive Variabilität	.00	**.21**		**.51**
Protekiver sozialer Vergleich	.01	**.25**	**.51**	

Anmerkung: Positive wie negative Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Da eine Überprüfung der Items der *Revised Self-Monitoring Scale (RSM)* und der *Concern for Appropriateness Scale (CAS)* auch in der mit 325 Probanden durchgeführ-

ten Hauptkomponentenanalyse eine klare Vier-Faktoren-Struktur zeigt (Tabelle 4.5-6), wurde in den Analysen des Zusammenhangs der Selbstdarstellungscluster mit den Dimensionen akquisitiver und protektiver Selbstdarstellung stets auch die Subskalenbetrachtung miteinbezogen.

Tabelle 4.5-8 Hauptachsen-Faktorenanalyse mit den vier Skalen

N = 325	h^2	Protektiver Faktor	Akquisitiver Faktor
protektiver sozialer Vergleich	.56	**.75**	.07
protektive Variabilität	.32	**.67**	.08
Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung	.23	.27	**.50**
Wahrnehmungssensitivität	.46	-.07	**.47**

Der Eigenwerteverlauf mit 1.654; 1.146; .707; .493 verweist auf die theoriekonforme Zweifaktorenstruktur. Im ersten Faktor wird die protektive Selbstdarstellungsmotivation mit der Sorge um angemessenes Selbstdarstellungsverhalten (*Concern for Appropriateness*) und im zweiten Faktor die akquisitive Selbstdarstellungsmotivation mit den Veränderungs- und Wahrnehmungsüberzeugungen widergespiegelt.

4.6 Erfassung von Persönlichkeitsdarstellung

Selbstdarstellung kann mit dem Motiv verknüpft sein, die eigene Persönlichkeit möglichst authentisch und unverzerrt anderen zu vermitteln. Das Bemühen, ein authentisches Selbstbild darzustellen, wurde mit Hilfe einer bereits erprobten (vgl. Laux, Trapp, Schütz, Limmer, Burda-Viering & Vogel, 1996) und in Forschungsprojekten zum Thema Theatralität und Persönlichkeit am Lehrstuhl für Persönlichkeitspsychologie der Universität Bamberg weiterentwickelte Skala erfasst. Zentrales Anliegen ist die Erfassung von individuumszentrierten Motiven der Selbstdarstellung, die sich z.B. im Konzept der self-construction (vgl. Baumeister, 1982) äußern. Selbstkonstruktion wird hierbei als Bemühen verstanden, sich den Idealbildern der eigenen Person anzunähern (vgl. Baumeister & Tice, 1986). Dabei orientiert sich die Konstruktion der Selbstbilder primär an Identitätsvorstellungen des eigenen Selbst, also am so genannten internen Publikum (self-as-audience) (vgl. Greenwald & Beckler, 1985; Schlenker, 1986). Unter der Self-Monitoring-Betrachtung von Snyder wird diese Form der Authentizität dem Low-Self-Monitorer zugeschrieben (vgl. Self-Monitoring 2.5.5).

Der Kerninhalt der Items bezieht sich auf die Tendenz, ein als wirklich empfundenes (authentisches) Selbstbild auszudrücken, indem die „wahre“ Persönlichkeit gezeigt und die eigenen Gefühle vermittelt werden (vgl. Tabelle 4.6-1). Erfasst wurden diese Items lediglich in der Nachuntersuchung (Studie 3), da sich zum Zeitpunkt der Hauptuntersuchung die Skala noch in der Entwicklungsphase im Rahmen anderer Projekte befand.

Tabelle 4.6-1 Skala Persönlichkeitsdarstellung

Item-Nr.	Item	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
pd1	Ich versuche meist, mich so zu verhalten, wie ich wirklich bin.	2.91	.91	.33
pd2	Es gibt viele Situationen, in denen es wichtiger ist, seine Gefühle einfach auszudrücken, anstatt sie zu unterdrücken.	3.27	.78	.48
pd3	Ich stelle sicher, dass andere meine Gefühle verstehen.	2.80	.77	.46
pd4	Ich möchte meine wahre Persönlichkeit zeigen.	3.08	.71	.69
pd5	Es ist mir wichtig, dass andere wissen, wie ich mich fühle.	2.48	.95	.45
pd6	Ich möchte vermitteln, wer ich wirklich bin.	2.91	.72	.57
pd7	Ich möchte mitteilen, was mich wirklich bewegt.	3.06	.63	.56
α_{t2} = .76		2.93	.51	

4.7 Erfassung habitueller Selbstdarstellungstechniken

Um die Fragestellungen, die sich auf habituelle Selbstdarstellung beziehen, empirisch umsetzen und beantworten zu können, wurde die Methode der Selbstbeschreibung gewählt. Bislang wurde im deutschen Sprachraum so genanntes „positives“ Selbstdarstellungsverhalten anhand von Selbstbeschreibungen in einer recht homogenen Skala (α = .82) durch Mummendey messbar gemacht. Die von Mummendey verwendeten Items repräsentieren Selbstdarstellungstechniken wie Eigenwerbung (self-promotion), Status und Prestige herauskehren (status, prestige), Übertreiben (overstatement) und weitere von ihm unter „positiven“ Selbstdarstellungstechniken zusammengefasste Verhaltensweisen. Um einer Ja-sage-Tendenz (acquienscence response-set) entgegenzuwirken sind 10 der 17 Items der Gesamtskala „Positive Selbstdarstellung“ negativ formuliert. Unter den trennschärfsten Items finden sich Aussagen wie: „Wenn mir eine Person gut gefällt, verzichte ich darauf, meine Vorzüge in den Vordergrund zu stellen.“ (für die Skalierung zu invertieren) oder „In einer ungewohnten Umgebung versuche ich möglichst, mit intelligenten oder witzigen Kommentaren zu glänzen.“ (vgl. Mummendey, 1995, S. 286-

291). In der Literatur zu Selbstdarstellung und Impression Management sind dagegen einzelne inhaltlich abgrenzbare Selbstdarstellungstechniken beschrieben worden (Jones & Pittman, 1982; Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld, 1985 etc.), die sich nicht eindeutig unter der Klassifikation „positiv“ vs. „negativ“ als Zuschreibung sozial akzeptierter oder abgelehnter Merkmale subsumieren lassen. Mit der Entwicklung der Self-Presentation-Tactic-Scale (SPT) durch Lee et al. (1999) wurde im amerikanischen Sprachraum der Versuch unternommen, die Nutzung bestimmter Selbstdarstellungstechniken mit Hilfe von 12 Selbstbeschreibungsskalen quantitativ zu erfassen. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit James T. Tedeschi während seines längeren Deutschlandaufenthalts im Jahr 2000 wurde eine deutsche Übertragung und Anpassung der SPTS geplant und schließlich mit dieser Arbeit durchgeführt.

4.7.1 Revision der Self-Presentation Tactics Scale (SPTS)

Lee et al. (1999) veröffentlichten mit den Self-Presentation-Tactics-Scales nach eigenen Angaben die ersten mehrdimensionalen Selbstdarstellungsskalen auf der Basis von Selbstbeschreibungen. Im Rahmen dieser Arbeit sollten die Qualität der Skalen und deren Eignung für den deutschsprachigen Bereich untersucht werden.

Zunächst wurden sämtliche 64 Items der 12 SPTS-Skalen ins Deutsche übersetzt und zur Überprüfung der Übersetzungsgüte der deutschen Version zurückübersetzt. Hierbei war Herr Keith Kennetz als „native speaker“, der als Lektor der Englischen und Amerikanischen Sprach- und Literaturwissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg das vorliegende Forschungsvorhaben unterstützte, eine große Hilfe. Durch eine Rückübersetzung ins amerikanische Englisch konnten Begriffe und Itemschwerpunkte des Originals identifiziert werden, soweit sie vom Bedeutungsgehalt der Rückübersetzung abwichen (vgl. Tabelle 4.7-1). Diese Abweichungen sind allerdings nicht als Mängel unserer Übersetzung oder der Rückübersetzung anzusehen, sondern vielmehr als sprachliche Unzulänglichkeiten im amerikanischen Original, wie Keith Kennetz als amerikanischer Muttersprachler versicherte.

Tabelle 4.7-1 Items der self-presentation tactics scale

Skala Orig.-Nr.	Originalitems des SPTS	Erstübersetzung	Rückübersetzung
Enhancement			
60.	When I succeed at a task, I emphasize to others how important the task was.	Wenn ich eine Aufgabe erfolgreich abschließe, betone ich gegenüber anderen, wie wichtig diese Aufgabe war.	When I successfully finish a piece of work, I assert to others how important this work was.
30.	I exaggerate the value of my accomplishments.	Ich übertreibe den Wert meiner Leistungen.	I exaggerate the value of my performance.
06.	I tell people when I do well at tasks others find difficult.	Ich erzähle den Leuten, wenn ich bei Aufgaben gut bin, die andere schwierig finden.	I tell people, when I am good at certain things that others find difficult.
19.	In telling others about things that I own, I also tell them of their value.	Wenn ich anderen über Dinge erzähle, die mir gehören, erzähle ich ihnen auch etwas über ihren Wert.	Whenever I talk about things that belong to me, I also tell about their value.
41.	I do correct people who underestimate the value of gifts that I give to them.	Ich korrigiere Personen, die den Wert von Geschenken unterschätzen, die ich ihnen gegeben habe.	I correct people when they false by appraise gifts which I have given them.
Entitlement			
55.	I claim credit for doing things I did not do.	Ich verlange Anerkennung für Dinge, die ich gar nicht getan habe.	I want recognition for things that I didn't ever do.
40.	I point out the positive things I do which other people fail to notice.	Ich mache auf meine Leistungen aufmerksam, wenn andere Personen sie nicht gebührend wahrnehmen.	I draw attention to my achievements when others don't take proper notice.
23.	I tell people about my positive accomplishments.	Ich erzähle den Leuten von meinen Erfolgen.	I tell others of my successes.
46.	When working on a project with a group I make my contribution seem greater than it is.	Wenn ich mit einer Gruppe an einer gemeinsamen Aufgabe arbeite, dann lasse ich meinen Beitrag größer erscheinen, als er ist.	If I am working together with others in a group, I get my contribution appear bigger than it really is.
22.	When telling someone about past events, I claim more credit for doing positive things than was warranted by the actual events.	Wenn ich jemandem über Vergangenes erzähle, beanspruche ich mehr Anerkennung für positive Dinge, als die tatsächlichen Ereignisse es rechtfertigen.	When I tell other about past events, I demand more recognition for positive things than the actual results justify.
Intimidation			
51.	I intimidate others.	Ich schüchtere andere ein.	I intimidate others.
01.	I behave in ways that make other people afraid of me.	Ich verhalte mich so, dass andere Leute sich vor mir fürchten.	I act in such a way as to make others afraid of me.
59.	I do things to make people afraid of me so that they will do what I want.	Ich tue Dinge, die Personen dazu bringen, mich zu fürchten, das zu tun, was ich will.	I do things in order to get people to fear me and get them to do what I want.
02.	I use my size and strength to influence people when I need to.	Wenn es sein muss, benutze ich meine Größe und Stärke, um Personen zu beeinflussen.	If it comes to it, I use my size and strongly to influence others.
32.	I threaten others when I think it will help me get what I want from them.	Ich drohe anderen, wenn ich glaube, dass es mir hilft, von ihnen zu bekommen, was ich will.	I threaten others, if I believe it will get me what I want.
Blasting			
56.	I make negative statements about people belonging to rival groups.	Ich mache negative Aussagen über Personen, die zu gegnerischen Gruppen gehören.	I make negative comments about people who belong to rival groups.
27.	I have put others down in order to make myself look better.	Ich mache andere herunter, um selbst besser dazustehen.	I pot others down, in order to look better.
34.	I say negative things about unpopular groups.	Ich sage negative Dinge über unbeliebte Gruppen.	I say negative things about unpopular groups.
20.	I point out the incorrect positions of the opposing political party.	Ich weise auf die falschen Standpunkte der gegnerischen politischen Partei hin.	I point out the incorrect attitude of the rival political party.
47.	I exaggerate the negative qualities of people who compete with me.	Ich übertreibe die negativen Eigenschaften von Personen, die mit mir konkurrieren.	I exaggerate the negative qualities of those with whom I in competition.

Exemplification			
24.	I try to set an example for others to follow.	Ich versuche anderen ein Beispiel zu geben, nach dem sie sich richten können.	I try to act a good example that people can follow.
15.	I try to serve as a model for-how a person should behave.	Ich versuche als Vorbild dafür zu dienen, wie sich eine Person verhalten sollte.	I try to be a role model that a person can look up to.
26.	I try to get others to act in the same positive way I do.	Ich versuche andere dazu zu bringen genauso vorbildlich zu handeln wie ich.	I try to convince others to behave in the same exemplary fashion as I do.
37.	I act in ways I think others should act.	Ich verhalte mich so, wie ich glaube, dass auch andere sich verhalten sollten.	I act the way, I believe, others should also behave.
21.	I try to induce imitation by others by serving as a positive example.	Ich versuche, andere dazu zu bringen mich nachzuahmen, indem ich mit gutem Beispiel vorangehe.	I attempt to get others to imitate me by setting a good example myself.
Justification			
44.	I offer socially acceptable reasons to justify behaviour that others might not like.	Ich bringe sozial akzeptable Gründe vor, um Verhalten zu rechtfertigen, das andere möglicherweise nicht mögen.	I mention socially acceptable reasons in order to justify what others possibly don´t like.
64.	After a negative action, I try to make others understand that if they had been in my position they would have done the same thing.	Nach einer negativen Handlung, versuche ich anderen verständlich zu machen, dass sie an meiner Stelle genauso gehandelt hätten.	After a negative action, I try to conceive others that they would have done the same thing in my place.
61.	I offer good reasons for my		

Excuse			
39.	When I am blamed for something, I make excuses.	Ich rede mich heraus, wenn mir etwas vorgeworfen wird	When I am blamed for something, I try to talk my way out of it.
48.	I make up excuses for poor performance.	Ich gleiche schwache Leistungen durch Ausreden aus	I compensate for poor achievement, by making excuses.
36.	When things go wrong, I explain why I am not responsible.	Wenn etwas schief geht, dann erkläre ich, warum ich nicht verantwortlich bin	As soon as something goes wrong I explain why I´m not responsible.
62.	To avoid being blamed, I let others know that I did not intend any harm.	Um zu verhindern, beschuldigt zu werden, erzähle ich anderen, dass ich keinen Schaden wollte.	I order avoid blame, I tell others that I did not intend any harm.
35.	I try to convince others that I am not responsible for negative events.	Ich versuche, andere davon zu überzeugen, dass ich nicht für negative Ereignisse verantwortlich bin.	I try to persuade others that I am not responsible for any negative results.
Ingratiation			
52.	When I want something, I try to look good.	Wenn ich etwas will, dann versuche ich, einen guten Eindruck zu machen	If I want something, I try to make a good impression.
38.	I tell others about my positive qualities.	Ich erzähle anderen von meinen positiven Eigenschaften.	I tell others of positive attributes.
11.	I use flattery to win the favour of others.	Ich benutze Schmeicheleien, um die Gunst anderer zu gewinnen.	I flatter others in order to win them over.
63.	I compliment people to get them on my side.	Ich mache Komplimente, um Personen auf meine Seite zu bringen.	I give compliments in order to win others over.
09.	I express the same attitudes as others so they will accept me.	Um akzeptiert zu werden, bringe ich dieselben Einstellungen wie andere zum Ausdruck.	In order to be accepted by others, I take on the attitudes of others.
33.	I express opinions that other people will like.	Ich äußere Ansichten, die andere Personen mögen.	I voice opinion that others are in favour of.
28.	I do favours for people in order to get them to like me.	Ich erweise Personen Gefälligkeiten, um sie dazu zu bringen, mich zu mögen.	I do others favours in order to get them to like me.
43.	I help others so they will help me.	Ich helfe anderen, damit sie auch mir helfen.	I help others so that they, in turn, will help me.
Disclaimer			
04.	I offer explanations before doing something that others might think is wrong.	Bevor ich etwas tue, das andere für falsch halten könnten, bringe ich Erklärungen vor.	Before I do something, that others might find offensive, I attempt to explain, why.
17.	I try to get the approval of others before doing something they might perceive negatively.	Ich versuche die Zustimmung anderer einzuholen, bevor ich etwas tue, das sie negativ auffassen könnten.	I obtain the approval if others before I do something that might see in a negative light.
10.	When I believe I will not perform well, I offer excuses beforehand.	Wenn ich glaube, dass ich keine guten Leistungen erzielen werde, bringe ich im Voraus Ausreden vor.	If I believe I will not achieve my aims, I will make excuses in advance.
25.	I justify beforehand actions others may not like.	Ich rechtfertige im Voraus solche Handlungen, die andere möglicherweise nicht mögen.	I advance I justify certain actions that others possibly don´t agree with.
49.	I offer an excuse for possibly not performing well before taking a very difficult test.	Bevor ich eine sehr schwierige Prüfung ablege, entschuldige ich mich für mögliches schlechtes Abschneiden.	Before I turn in a challenge exam, I excuse for myself for possibly doing badly.
Apology			
13.	I apologize when I have done something wrong.	Ich entschuldige mich, wenn ich etwas falsch gemacht habe.	I apologize whenever I do something wrong.
29.	I accept blame for bad behaviour when it is clearly my fault.	Ich akzeptiere Tadel für schlechtes Verhalten, wenn es eindeutig meine Schuld ist.	I accept criticism for bad behaviour when something is clearly my fault.
50.	I express remorse and guilt when I do something wrong.	Ich bringe Reue und Schuldbewusstsein zum Ausdruck, wenn ich etwas falsch mache.	I show remorse and guilt when I´ve done something wrong.
18.	I try to make up for any harm I have done to others.	Ich versuche, jeden Schaden, den ich anderen zugefügt habe, wieder gut zu machen.	I attempt to right any wrongs that I have done to others.
03.	If I harm someone, I apologize and promise not to do it again.	Wenn ich jemanden verletze, entschuldige ich mich und verspreche es nicht wieder zu tun.	If I hurt someone, I apologize, and promise never to do it again.

Die Übersetzungs- und Rückübersetzungsarbeiten zeigten bereits inhaltlich einen deutlichen Überarbeitungsbedarf der Skalen. An den Itemformulierungen fiel teilweise eine starke Einschränkung der Operationalisierungen durch Voraussetzungen auf, die der jeweiligen Selbstdarstellungstechnik nicht notwendigerweise zugrunde liegen müssen und dem Darstellungscharakter nicht ausreichend gerecht wurden: Items aus den Originalskalen, z.B. aus der Operationalisierung von *self-handicapping*: „Meine schlechte Gesundheit ist Schuld an meinen mittelmäßigen Schulnoten“, erschienen als zu voraussetzungsvoll und damit validitätsmindernd. Diese sehr voraussetzungsvollen Inhalte, z.B. hier die schlechte Gesundheit bzw. die zu konkrete Situationsdefinition, widersprachen den theoretischen Grundvoraussetzungen für weitgehend situationsübergreifenden und für möglichst viele Stichproben nutzbaren Itemformulierungen. Daneben war die Einschränkung auf zwölf Skalen zur Erfassung von Selbstdarstellung unbefriedigend, da mehrere wichtige Selbstdarstellungstechniken aus der Literatur (vgl. Jones & Pittman, 1982; Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld, 1985; Mummendey, 1995) nicht berücksichtigt waren. Zum einen wurden Techniken im Umgang mit Schuld und Verantwortung, wie sie Mummendey (1995) unter so genannten „negativen“ Selbstdarstellungstechniken zusammenfasst, in den SPTS durch separate Skalen für apology (*Entschuldigen durch Schuldübernahme*), justification (*Rechtfertigen*), disclaimer (*Schuld dementieren, vorsorglich abschwächen*) und excuse (*Herausreden*) repräsentiert. Zum anderen wurden aber sehr breite Selbstdarstellungsthemen wie ingratiation (*sympathisch erscheinen, Sich-beliebt-machen*) inhomogen in einer Skala zusammengezogen. Jones und Pittman (1982) betrachteten ingratiation (*sympathisch erscheinen, Sich-beliebt-machen*) als eine eigene Klasse von Selbstdarstellung, die durch verschiedene Selbstdarstellungstechniken versucht, sich als sympathische Person zu präsentieren. Wege zu diesen Fremdattributionen können sein, der Zielperson zu schmeicheln, ihr einen Gefallen tun, ähnliche Einstellungen wie sie zu vertreten oder auch angenehme Merkmale der eigenen Person zu nennen. Diese inhaltlich recht heterogenen Techniken der Selbstdarstellung wurden in den self-presentation tactics scale (SPTS) von Lee et al. zusammengefasst. Dass allerdings Schmeicheleien und das Sprechen über eigene vorteilhafte Merkmale im europäischen und deutschsprachigen Kulturkreis gemeinsam skaliert werden können, erscheint bereits aufgrund der konträren Ausgangspositionen des Akteurs als zweifelhaft.

Weitere wichtige Selbstdarstellungstechniken waren völlig ausgeklammert, wie *self-disclosure* (*Selbstoffenbarung*), *self-promotion* (*Eigenwerbung*), *understatement* (*Untertreibung*) u.a. Die Skalen bedurften bereits aufgrund dieser inhaltlichen Defizite

einer Ausweitung auf eine breitere Basis von Selbstdarstellungstechniken. Auch eine Differenzierung inhomogener Skalen, z.B. der Skala für *ingratiation*, erschien erforderlich. Zur empirischen Überprüfung der übersetzten Items wurde in der Vorstudie eine Fragebogenerhebung mit sämtlichen Originalitems der SPTS von Lee et al. (1999) durchgeführt.

4.7.2 Empirische Überprüfung in der Vorstudie

Gestützt auf eine Fragebogenstudie mit 44 studentischen Probanden wurden die übersetzten 64 Items der ursprünglichen zwölf SPTS-Skalen anhand ihrer psychometrischen Gütekriterien mit den üblichen Faktoren- und Konsistenzanalysen überprüft. Dabei zeigten sich teilweise deutliche Schwächen der internen Konsistenz bei den Originalskalen, wobei in einigen Fällen die 5-Item-Skalen aufgrund ihrer großen inhaltlichen Heterogenität auch kein zufriedenstellendes Ergebnis erwarten ließen. Besonders auffallend waren die Schwächen der Skalen *self-handicapping* ($\alpha = .49$) sowie *blasting*, *supplication* und *apologize* mit $\alpha < .65$. Auch hinsichtlich der Forderung nach faktorieller Reinheit zeigten die Skalen deutliche Schwächen: Die Heterogenität inhaltlicher Art wirkte sich in den explorativen Faktorenanalysen auch auf die Faktorenstruktur des Itempools aus. Eine eindeutige Zuordnung der Items in abgrenzbare Komponenten, wie sie den Skalen nach Lee et al. (1999) entsprechen würden, war nicht durchgängig möglich. Im Folgenden sind die Überprüfungen der Einzelskalen sowohl in ihrer face-validity als auch über den emprischen Weg der Item- und Skalenanalysen dargestellt.

4.7.2.1 Blasting

Die Technik *blasting*, sich durch das Abwerten und Abgrenzen gegenüber Anderen aufzuwerten, wurde mittels 5 Items erfasst, deren interne Konsistenz mit $\alpha = .62$ auf teilweise schwache Trennschärfen zurückzuführen war. Von Cialdini und seinen Mitarbeitern (1976) wurde die Nutzung von *blasting* als Versuch interpretiert, den eigenen Selbstwert durch die Erniedrigung Anderer zu erhöhen oder wiederherzustellen. Aus dieser sozialpsychologischen Forschungsrichtung stammen vermutlich die Itemformulierungen, die stark auf Gruppenzugehörigkeit bezogen sind. So lassen sich die Items zum einen in Abwertung und Abgrenzung gegenüber gegnerischen Gruppen, zum anderen gegenüber Einzelpersonen trennen, was sich ungünstig auf die Reliabilität der Skala auszuwirken schien. Die Einfachstruktur der Skala war dennoch gewährleistet.

4.7.2.2 Enhancement

Die habituelle Tendenz zum *self-enhancement*, dem Herausstellen und Übertreiben eigener Leistungen, wurde durch fünf Items zwar konsistent erfasst, die inhaltliche Nähe zur Technik *entitlement* (*Ansprüche signalisieren*), (vgl. Abschnitt 4.7.2.3), ist allerdings recht auffällig: Das Item „Ich weise Personen zurecht, die den Wert von Aufmerksamkeiten unterschätzen, die ich ihnen zukommen ließ“ repräsentiert den geforderten Anspruch (*entitlement*) auf Wertschätzung der eigenen Leistungen durch Andere. Diesen Anspruch geben auch Formulierungen wie „Wenn ich anderen über Gegenstände erzähle, die mir gehören, erzähle ich auch, wie wertvoll sie sind“ wieder, die damit inhaltlich der Skala *Ansprüche stellen* (*entitlement*) zuzuordnen wären. Das Herausstellen und Übertreiben des eigenen Wertes (*enhancement*) erscheint durch das Einbinden von *entitlement*-Items eine übergeordnete Klasse von Selbstdarstellungstechniken zu erfassen, die als *self-promotion* bezeichnet werden könnte.

4.7.2.3 Entitlement

Einzelne Items wären inhaltlich auch dem *enhancement* zuzuordnen gewesen (vgl. 4.7.2.2 Enhancement). Diese Einschätzung zeigt sich auch in der Komponentenanalyse, die sowohl jene Items in einem gemeinsamen Faktor zusammenfasst, die das Einfordern von Anerkennung eigener Leistungen (*entitlement*) beinhalten, als auch Items, die sich auf die Betonung des eigenen Anteils am Gelingen einer Aufgabe beziehen (*self-enhancement*). Die beiden Skalen *enhancement* und *entitlement* repräsentieren die übergeordnete Technik der *self-promotion* (*Eigenwerbung*), die als eigene Skala in der SPTS nicht enthalten ist. Aufgrund der inhaltlichen Überschneidungen dieser miteinander verwandten Techniken bietet sich ggf. eine Zusammenfassung zu einer übergeordneten Skala Eigenwerbung an.

4.7.2.4 Ingratiation

Unter den assertiven (wörtlich: wirkungsvollen, kraftvollen, aggressiven) Techniken subsumierten Lee et al. (1999) auch *ingratiation*, die in der Vorstudie aus den acht übersetzten Originalitems der SPTS skaliert wurde. Wie bereits oben erwähnt, erschien diese Operationalisierung des *Sich-beliebt-machens* als besonders inhomogen. Die Skala *ingratiation* wird vor allem dadurch inhaltlich äußerst heterogen, dass sowohl *other-enhancement* (*Aufwerten anderer*) sowie *flattery* (*Einschmeicheln*) als auch gemäßigte *self-promotion* (*Eigenwerbung*) in einer Skala zusammengefasst waren. Es werden also

direkte Formen von Schmeicheleien durch Komplimente, Meinungskonformität und dem Erweisen von Gefälligkeiten mit eher sozial akzeptierten Formen des Sich-beliebt-machens, wie „Ich erzähle anderen von meinen positiven Eigenschaften“, verquickt. Diese Inkonsistenzen schlagen sich in einer explorativen Komponentenanalyse in einer Zweikomponentenlösung nieder. Die Items der Skala *ingratiation* zerfallen inhaltlich und empirisch in einen Bereich des *other-enhancement* (*Aufwerten anderer*) und einen auf Merkmale der eigenen Person bezogenen Bereich, sich sympathisch zu präsentieren. Für die Weiterentwicklung der Erfassung von Techniken des Sich-beliebt-machens unter der Forderung nach Eindimensionalität der jeweiligen Skalen ist eine Trennung dieser Inhaltsbereiche angeraten.

4.7.2.5 Intimidation

Einschüchtern und Bedrohen als habituelle Selbstdarstellungstechnik per Selbstbeschreibung zu erfassen, erscheint aufgrund der offensichtlich sehr starken sozialen Ablehnung von einschüchternden Machtpräsentationen in Interaktionen als problematisch. Unter den fünf Originalitems des SPTS fiel insbesondere das Item „Wenn es sein muss, benutze ich meine Größe und Stärke, um Personen zu beeinflussen“ auf, da auch hier große Voraussetzungen für eine mögliche Zusammenfassung enthalten sind (vgl. auch 4.7.2.11 Self-handicapping). Empirisch erweisen sich diese Bedenken durch eine eher niedrige Trennschärfe dieses Items von r_{it} = .35 als durchaus begründet. Die Hauptproblematik dieser Skala zeigt sich – im Gegensatz zu den Untersuchungen von Lee et al. (1999) – in der ausgesprochen hohen Schwierigkeit der Items, die sich in einem sehr niedrigen Skalenmittelwert ausdrückt. Während *intimidation* auch in den Untersuchungen zur Konstruktion der Originalskalen die niedrigsten Mittelwerte aufwies (M = 3.16 bzw. M = 2.95), liegen die Ausprägungen in der vorliegenden Voruntersuchung trotz vergleichbarer Stichprobenziehung unter Studierenden nochmals deutlich niedriger (M = 2.00). Die resultierende Verteilung muss als deutlich rechtsschief (Schiefe = 1.02) bezeichnet werden, was die Anwendung parametrischer Auswertungsstrategien deutlich erschwert.

4.7.2.6 Exemplification

Inhaltlich erfasst die Technik *exemplification* (*Beispielhaftigkeit*) die Tendenz, Anderen gegenüber als Vorbild und nachahmenswertes Modell aufzutreten: „Ich versuche als Vorbild dafür zu dienen, wie sich eine Person verhalten sollte.“ Damit übertrifft *exemp-*

lification (*Beispielhaftigkeit*) deutlich reine Eigenwerbung, da die Beeinflussung anderer durch Verhalten begründet wird, das den Akteur und seine Wertschätzung des eigenen Verhaltens zur Norm für Andere macht (vgl. Mummendey, 1995). Die gute Homogenität der Items und die hohe interne Konsistenz (α = .90) dieser Skala machte eine Überarbeitung nicht notwendig.

4.7.2.7 Supplication

Erstaunlicherweise wurde im zweifaktoriellen Modell von Lee et al. (1999) die Verdeutlichung von Hilfsbedürftigkeit dem assertiven Faktor zugeordnet. Die inhaltliche Beurteilung der Skala wies bereits auf inhomogene Elemente hin; auch in der Komponentenanalyse zeigten sich zwei Faktoren, die sich in der niedrigen Trennschärfe einzelner Items widerspiegelten. Inhaltlich stark auf *other-enhancement* ausgerichtete Items, wie „Ich erzähle anderen, dass sie überzeugender und fähiger sind als ich, um sie dazu zu bringen, etwas für mich zu tun“, haben zwar einen stark intentionalen Charakter, verhindern aber eine klare Interpretation des Zeigens von Hilfsbedürftigkeit.

Im Folgenden sind jene Skalen aufgeführt, die Lee et al. (1999) unter dem Faktor der defensiven Techniken zusammenfassten. Mit den Skalen *excuse*, *justification*, *disclaimer* und *apology* sind im Wesentlichen der Umgang mit *predicaments* (Schuld und Verantwortung in heiklen sozialen Lagen) im Sinne Schlenkers (1980) thematisiert. Thematisch verknüpft und sinnvoll dem defensiven Charakter dieses Faktors zuzuordnen war die fünfte Skala *self-handicapping*. Auch hier wird eine nach Mummendey (1995) so genannte negative Darstellung genutzt, um unter Verwendung selbstbehindernder Zuschreibungen nicht für eigene Fehlleistungen und Schwächen verantwortlich gemacht zu werden.

4.7.2.8 Excuse

Bereits inhaltlich erschien diese Skala außerordentlich homogen, da sämtliche Items die Kerninhalte der Technik des sich Herausredens und Abstreitens von Verantwortlichkeit klar transportieren. Die Skala zeigt eine Einfachstruktur mit guter interner Konsistenz (α = .81) bei fünf Items. Veränderungsbedarf bestand für diese Skala aus diesen Kriterien heraus nicht.

4.7.2.9 Justification

Neben *excuse* lud *justification* in den Untersuchungen von Lee et al. (1999) am stärksten auf dem Faktor defensiver Selbstdarstellung. Auch diese Items erscheinen in der Vorstudie ausreichend homogen und konsistent genug, um die wesentlichen Inhalte der Selbstdarstellungstechnik Rechtfertigung zu erfassen.

4.7.2.10 Disclaimer

Die Skalierung der Technik vorsorgliches Abschwächen (disclaimer) zeigte sich dagegen heterogen, indem die Items zwei deutlich abgrenzbare Komponenten bildeten. Die beiden Komponenten dieser Skala verweisen zum einen auf das Abschwächen von Schuld, soweit es sich um den Leistungsbereich handelt, zum anderen auf das Eingrenzen von Einstellungs- und Meinungsdivergenzen gegenüber Anderen durch vorweggenommene Rechtfertigungen. Ein Beispielitem für das Abschwächen von Schuld ist „Bevor ich eine sehr schwierige Prüfung ablege, entschuldige ich mich für mögliches schlechtes Abschneiden.“ Markieritem für die Eingrenzung von Meinungsdivergenzen ist die Aussage „Bevor ich etwas tue, das Andere für falsch halten könnten, bringe ich Erklärungen vor.“ Die Konsistenz der Items für diese Skala ist dagegen mit $\alpha = .79$ befriedigend. Um die Eindimensionalität und damit die Interpretationseindeutigkeit zu bewahren, wurden die Inhalte einer weiteren Überprüfung unterzogen und homogener gestaltet.

4.7.2.11 Self-handicapping

Den größten Überarbeitungsbedarf zeigte die Skala *self-handicapping*. Bereits in der ersten inhaltlichen Durchsicht ergaben sich eine Reihe voraussetzungsvoller Formulierungen. Zwar sind diese Aussagen aus der Self-handicapping-Forschung abgeleitet, doch zur Erfassung habitueller Selbstdarstellung teilweise ungeeignet. Diesen Eindruck bestätigten die Analysen der internen Konsistenz und die Überprüfung der Einfachstruktur: Auch diese Skala zerfiel in zwei Komponenten, wobei schon aufgrund der niedrigen Kommunalitäten eine nicht zufriedenstellende Konsistenz der Originalskalierung zu befürchten war, die mit $\alpha = .48$ denkbar schwach ausfiel. Den Bedarf an klaren zentralen Indikatoren machte eine vollständige Überarbeitung um das inhaltliche Markieritem „Ich behindere mich selbst auf meinem Weg zum Erfolg“ herum deutlich.

4.7.2.12 Apology

Auffallend am defensiven Faktor von Lee et al. (1999) ist die schwache Ladung der Skala *apology*. Wenngleich es sich hier um den Umgang mit Schuld handelt, unterscheidet sich apology deutlich von den anderen Strategien in heiklen Lagen dadurch, dass nicht *Entschuldigungen* im Sinne von Ausreden, Rechtfertigungen und Gründen genutzt werden. Schuld und Verantwortung werden hier aktiv von der Person auf sich genommen und der eigenen Person zugeschrieben. Daher ist die schwache Ladung von apology zum defensiven Faktor (vgl. Lee et al., 1999) inhaltlich nicht verwunderlich. Auch eine Kategorisierung zu den so genannten negativen Techniken (vgl. Mummendey, 1995) ist damit fraglich. Die Darstellung von Scham als Element von apology verweist dagegen auf ein soziales Sich-selbst-anklagen, das inhaltlich als defensiv bezeichnet werden kann. Eben jenes Item, das dieses Element zum Ausdruck bringt („Ich bringe Reue und Schuldbewusstsein zum Ausdruck, wenn ich etwas falsch mache.“), muss allerdings als schwächstes Item dieser Skala aufgrund mehrerer Null-Korrelationen und schwacher Trennschärfen kritisch betrachtet werden. Die Heterogenität der Skala zeigt sich in zwei Komponenten, die sich zum einen als passives Schuldeingeständnis – durch Zeigen von Schuldbewusstsein und Scham – zum anderen als aktive Verantwortungsübernahme (z.B. „Ich versuche, jeden Schaden, den ich anderen zugefügt habe, wieder gut zu machen.“) interpretieren lassen.

4.7.3 Faktorenstruktur der ursprünglichen SPT-Skalen

Basierend auf der Theorie von Tedeschi et al. (Tedeschi & Lindskold, 1976; Tedeschi, 1981; Tedeschi & Melburg, 1984) konnten Lee et al. (1999) die oben genannten zwölf Selbstdarstellungstechniken den beiden Dimensionen assertive und defensive Selbstdarstellung zuordnen. Anhand explorativer Faktorenanalysen am Datensatz der Voruntersuchung konnten weder die Zwei-Faktoren-Lösung noch die zugrunde liegenden Skalen homogen repliziert werden. Vielmehr zeigte sich nach dem Kaiser-Kriterium – Eigenwert größer Eins – eine dreifaktorielle Lösung, in der einander inhaltlich nahe stehende assertive Techniken wie enhancement und entitlement sowie blasting und intimidation auf einem Faktor wiederzufinden waren. Entgegen der theoretischen Annahme lud allerdings mit *excuse* (*Herausreden*) auch eine defensive Technik auf dem von assertiven Techniken bestimmten Faktor, nicht aber die assertive Technik *exemplification* (*Beispielhaftigkeit*).

Wurde die Extraktion von zwei Faktoren erzwungen, zeigte sich die Zugehörigkeit der inhaltlich defensiven Technik *excuse* (*Herausreden*) zum assertiven Faktor noch deutlicher. Da es sich hierbei allerdings um eine lediglich explorative Komponentenanalyse, basierend auf einer eher geringen Fallzahl, handelte, müssen diese Ergebnisse vorsichtig interpretiert werden. Die Kommunalitäten liegen für self-handicapping mit einem Wert gegen 0.06 sowie für supplication und exemplification mit Werten < .4 zu niedrig, um bei der eher kleinen Stichprobe von N = 44 in der Vorstudie die Frage nach der Dimensionalität der Selbstdarstellungstechniken befriedigend beantworten zu können. Zweifel am Zwei-Faktoren-Modell von Selbstdarstellungstechniken auf der Grundlage dieser zwölf Skalen lassen sich aus den Ergebnissen der Vorstudie daher nur vermuten. Deutlich problematischer erscheinen dagegen die Inkonsistenzen der gegebenen Skalen, die für weitere Analysen kaum auf klar interpretierbare Ergebnisse hoffen ließen.

4.8 Neukonstruktion der Skalen habitueller Selbstdarstellung

Aufgrund der oben beschriebenen mangelhaften psychometrischen und inhomogenen inhaltlichen Qualität der Self-Presentation-Tactics-Scales (SPTS) nach Lee et al. (1999) erschien eine unveränderte Übernahme des ins Deutsche übertragenen Verfahrens als nicht akzeptabel. Eine Neukonstruktion von Selbstdarstellungsskalen wurde in mehreren Stufen durchgeführt. Aus der Studie 1 mit N=44 Personen wurden 52 Items der SPTS in einen neu zusammengestellten Itempool übernommen. Zudem wurden weitere Items für eine Neukonstruktion von habituellen Selbstdarstellungsskalen generiert.

4.8.1 Entwicklung des neuen Itempools zur Erfassung habitueller Selbstdarstellung

Im Rahmen der Vorstudie zur Entwicklung von Skalen habitueller Selbstdarstellung wurden in zwei Expertengruppen neue Items für die Erweiterung des Itempools generiert. Die erste Gruppe bestand aus sieben Studierenden eines Seminars, die sich in das Thema Selbstdarstellungstechniken eingearbeitet hatten, die zweite aus drei Wissenschaftlern des Lehrstuhls für Persönlichkeitspsychologie der Universität Bamberg.

Zur Entwicklung des Itempools wurden im Wesentlichen die Selbstdarstellungstechniken und ihre Erläuterungen aus der Taxonomie von Jones und Pittman (1982), Tedeschi, Lindskold und Rosenfeld (1985) und der Zusammenfassung von Mummendey (1995) herangezogen.

Neben den zwölf Selbstdarstellungstechniken, die auch in den SPTS erfasst wurden, wurden fünf weitere Techniken in den theoretischen Rahmen der Itemgenerierung einbezogen. Dazu gehörten *self-promotion*, *understatement*, *credibility* und *self-disclosure* sowie eine freundlichere, sozial akzeptiertere Form der sehr breiten Selbstdarstellungskategorie *ingratiation*. Die das Streben als liebenswürdig zu gelten erfassende Selbstdarstellungstechnik *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) sollte möglichst unabhängig von Formen des *Schmeichelns* (*flattery*) durch das *Aufwerten anderer* (*other-enhancement*) sein. Damit wurde eine größere Verhaltensbandbreite erfasst, die sich nunmehr über 17 sprachlich-theoretisch unterschiedene Selbstdarstellungstechniken erstreckt.

Für diese Techniken wurden Indikatoren gesammelt und in Itemform gebracht. Insgesamt wurden nach mehreren inhaltlichen Revisionen 76 neue Items erzeugt. Es wurde allerdings nicht erwartet, dass die 17 sprachlich unterscheidbaren Darstellungstechniken auch empirisch als unabhängige Komponenten auftreten. Aufgrund der empirischen Erfahrungen aus der Vorstudie wurde davon ausgegangen, dass z.B. Techniken der *Eigenwerbung* (*self-promotion*) aus Elementen der *Selbstaufwertung bzw. -erweiterung* (*enhancement*), aber auch des *Ansprüche-Stellens* (*entitlement*) eine gemeinsame Skala bilden werden.

Items aus den SPTS, deren Formulierungen mehr einer eigenschaftsbezogenen als einer intentionalen, selbstdarstellungsbezogenen Beschreibung zuzuordnen waren, wurden eliminiert. Dazu gehörten Items wie: „Andere können sich auf mich verlassen“ und „Wer auf mein Verantwortungsgefühl vertraut, wird nicht enttäuscht werden“, die thematisch der Selbstdarstellungstechnik *Glaubwürdigkeit-betonen* (*credibility*) zugeordnet waren. Diese theoretischen Kriterien mussten auch auf die oben kritisierten Items der Selbstdarstellungsskala *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) aus den SPTS angewandt werden. Selbstdarstellungsitems sollten eine selbst verantwortete, intentionale Darstellung nahe legen – unpassende Beispiele sind die bereits in der Vorstudie kritisierten Items wie „Angst wirkt sich auf meine Leistungen störend aus“ oder „Ich werde krank, wenn ich unter hohem Erfolgsdruck stehe.“ Formulierungen dieser Art können vom Probanden allzu leicht dispositionell und zu wenig selbstinitiiert interpretiert werden, da der selbstdarstellungstheoretisch wichtige Aspekt der Wahlfreiheit fehlt.

Nach dieser inhaltlich-theoretischen Itemauswahl und der Eliminierung sprachlich problematischer Konstruktionen aus allen gesammelten Itemvorschlägen durch die Expertengruppe konnten 107 Items zur Analyse für die Skalenbildung herangezogen wer-

den. Im nächsten Schritt wurden die Auswahl der Items und Schritte zur Skalierung der Aussagen auf der Basis von Item- und Komponentenanalysen fortgeführt.

4.8.2 Komponentenstruktur habitueller Selbstdarstellungen

Anhand der Daten aus der Hauptuntersuchung (Studie 2) mit N=325 wurde mittels Komponenten- und Itemanalysen das Ziel verfolgt, empirisch abgrenzbare Komponenten habitueller Selbstdarstellung zu finden. Die Komponentenzuordnung wurde als Grundlage der daraufhin folgenden Skalenbildung herangezogen. Zunächst wurde überprüft, ob sich die in der Vorstudie generierten 107 Selbstdarstellungsitems auch hinsichtlich ihrer faktoriellen Struktur homogenen Selbstdarstellungstechniken zuordnen ließen.

Zur Überprüfung der Eignung der vorliegenden Korrelationsmatrix für eine Faktorenanalyse wurde das Kaiser-Meyer-Olkin-Maß herangezogen: Mit .87 zeigt sich die Stichprobeneignung als beachtenswert günstig (*meritorious*) (vgl. Backhaus et al., 2003, S. 276). Anhand einer Hauptkomponentenanalyse, die sämtliche 107 Selbstdarstellungsitems einschloss, zeigte sich ein Eigenwertverlauf, der aufgrund des Eigenwertediagramms nach dem „Scree-Test“ von Cattell (1966) sowohl einen interpretierbaren Knick bei 3 als auch bei 11 Komponenten aufwies. Da das Kaiser-Guttman-Kriterium mit dem Eigenwertkriterium größer Eins die Anzahl wirklicher Faktoren (vgl. Zwick & Velicer, 1986, S. 439; Gorsuch, 1983, S. 163) in der Regel überschätzt – im vorliegenden Datensatz 23 nicht mehr interpretierbare Komponenten – und der Scree-Test keine eindeutige Lösung bot, wurde eine Parallelanalyse aus normalverteilten Zufallsvariablen nach Horn (1965) durchgeführt. Um eine zufallskritische Absicherung der Abweichung des empirischen Eigenwertverlaufs von den aus Zufallsvariablen produzierten Eigenwerten auf dem 5% Niveau zu überprüfen, wurden mittels der exakten Variablen- und Probandenzahlen 500 zufällige Datensätze erzeugt. Zur Berechnung des Eigenwerteverlaufs der Zufallsvariablen wurde die SPSS-Syntax von O’Conner (2000) verwendet. Der Vergleich der Eigenwertverläufe verwies klar auf die Elf-Komponenten-Lösung, die auch im Scree-Plot einen bedeutsamen Eigenwertabfall nach der elften Stelle zeigt.

In der 11-Komponenten-Lösung aus einer Oblimin-Rotation der 107 Items bei delta = 0 wurden drei Items aufgrund ihrer geringen Kommunalitäten < .37 und ein weiteres Item aufgrund seiner Zuordnungsproblematik aussortiert. Die anschließend wiederholte Komponentenanalyse mit 103 Items wurde ebenfalls einer Parallelanalyse (vgl. Horn,

1965) mit 500 zufälligen Datensätzen gleicher Variablen- und Probandenanzahlen gegenübergestellt, wobei die Elf-Komponenten-Lösung weiterhin ihre überzufällige Gültigkeit behielt.

Die elf Komponenten decken dabei 54.19% der ursprünglichen Varianz ab, wobei auch der im Eigenwertverlauf erkennbare Sprung von der elften zur zwölften Komponente von 1.98 auf 1.61 im „Scree-Test“ als Kriterium dient. Auf den folgenden Seiten ist die Mustermatrix mit den 11 Komponenten sämtlicher 103 Items aufgeführt.

Tabelle 4.8-1 Mustermatrix der elf Komponenten der 103 Selbstdarstellungsitems

Item	N = 325	h^2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
spro1	Ich erzähle gern von meinem besonderen Können.	0.66	**0.79**	-0.13	0.05	-0.02	-0.05	-0.02	0.00	0.02	0.02	-0.01	-0.01
enti0	Ich erzähle von meinen Leistungen und Fähigkeiten, die mir wichtig sind.	0.65	**0.78**	-0.07	0.01	-0.01	-0.19	-0.03	-0.09	0.10	0.03	0.01	-0.03
spro3	Ich mache aus meinen guten Eigenschaften kein Geheimnis.	0.60	**0.74**	0.10	0.16	-0.09	0.02	0.01	-0.06	-0.01	0.01	0.09	-0.02
enti3	Ich erzähle anderen von meinen Erfolgen.	0.57	**0.72**	0.09	0.05	0.01	-0.12	-0.01	-0.12	-0.01	-0.01	0.05	-0.12
spro2	Ich stelle meine außergewöhnlichen Fähigkeiten in den Vordergrund.	0.70	**0.71**	-0.04	0.07	-0.09	0.17	-0.03	-0.01	0.10	0.15	0.00	-0.05
spro6	Ich rede über meine außergewöhnlichen Kenntnisse.	0.60	**0.70**	-0.01	-0.08	0.03	0.11	-0.10	0.06	0.09	0.01	-0.03	-0.03
enha3	Ich erzähle es den Leuten, wenn ich bei Aufgaben gut bin, die andere schwierig finden.	0.58	**0.70**	0.09	-0.11	0.04	-0.04	-0.07	-0.10	0.01	0.05	0.01	-0.03
enha6	Wenn ich Aufgaben erfolgreich abschließe, betone ich gegenüber anderen, wie wichtig diese Aufgabe war.	0.57	**0.66**	0.05	-0.19	0.08	0.05	-0.03	-0.08	-0.10	-0.12	-0.05	0.00
spro8	Mein umfangreiches Wissen stelle ich in den Vordergrund.	0.62	**0.66**	-0.02	-0.09	0.03	0.22	-0.13	0.02	0.03	-0.08	-0.02	-0.02
enti6	Ich lege besonderen Wert darauf, dass meine Leistungen gebührend wahrgenommen werden.	0.53	**0.63**	0.08	0.05	-0.06	-0.04	-0.01	-0.13	-0.21	-0.02	0.03	-0.01
enti2	Ich mache auf meine Leistungen aufmerksam, wenn andere Personen sie nicht gebührend wahrnehmen.	0.51	**0.63**	0.07	0.15	-0.04	0.04	-0.03	-0.04	0.05	0.10	-0.10	-0.07
enha0	Wenn ich eine Aufgabe erfolgreich abschließe, betone ich gegenüber anderen, wie wichtig diese Aufgabe war.	0.46	**0.59**	-0.03	-0.01	-0.01	0.04	0.01	-0.12	-0.03	-0.10	-0.11	-0.01
enha2	Ich übertreibe den Wert meiner Leistungen.	0.50	**0.58**	-0.07	0.01	0.06	0.26	0.04	0.08	-0.03	0.06	-0.07	-0.03
enha1	Ich betone meine positiven Eigenschaften, indem ich sie ins rechte Licht setze.	0.50	**0.58**	-0.03	0.10	-0.12	-0.03	-0.08	-0.03	-0.10	0.09	-0.14	0.02
spro5	Gern verweise ich auf meine große Erfahrung.	0.51	**0.58**	0.01	-0.03	-0.02	0.15	-0.17	0.06	0.13	0.18	-0.05	0.11
enti1	Ich verlange Anerkennung für Leistungen, selbst wenn ich am Zustandekommen kaum beteiligt war.	0.47	**0.44**	-0.23	-0.17	-0.06	0.16	0.14	0.01	-0.15	0.01	-0.04	-0.06
spro0	In mir wichtigen Lebensbereichen mache ich deutlich, wie leistungsfähig ich bin.	0.38	**0.40**	-0.01	0.00	-0.04	-0.10	-0.36	0.05	-0.08	-0.13	-0.04	0.15
enti5	Wenn ich jemandem über Vergangenes erzähle, beanspruche ich mehr Anerkennung für meinen Beitrag an positiven Ergebnissen, als die tatsächlichen Ereignisse es rechtfertigen	0.40	**0.37**	-0.14	-0.16	-0.12	0.21	0.24	0.00	0.00	0.05	0.02	-0.11
enti4	Wenn ich mit einer Gruppe an einer gemeinsamen Aufgabe arbeite, dann lasse ich meinen Beitrag größer erscheinen, als er ist.	0.46	**0.37**	-0.09	-0.15	-0.06	**0.39**	0.06	0.01	-0.05	0.01	-0.03	-0.03
spro10	Ich verhalte mich so, dass jeder sehen kann, wie tüchtig und fleißig ich bin.	0.48	**0.36**	-0.05	-0.19	-0.08	0.02	-0.19	-0.09	**-0.38**	-0.16	0.07	0.05
apol6	Wenn ich Fehler gemacht habe, gestehe ich meine Schuld ein.	0.61	0.01	**0.77**	-0.01	-0.03	-0.05	0.05	0.04	-0.01	0.00	0.05	-0.02

Item	N = 325	h^2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
apol0	Wenn ich mich jemandem gegenüber nicht korrekt verhalten habe, bitte ich ihn um Verzeihung.	0.51	0.06	**0.69**	0.02	-0.01	0.00	0.10	0.04	-0.11	-0.06	-0.02	-0.05
apol3	Ich bringe Schuldbewusstsein zum Ausdruck, wenn ich etwas falsch gemacht habe.	0.55	-0.09	**0.68**	-0.08	-0.06	-0.01	0.04	-0.12	0.03	0.09	-0.14	-0.04
apol5	Wenn ich jemanden verletze, entschuldige ich mich nachdrücklich dafür.	0.53	0.05	**0.66**	-0.03	-0.03	-0.07	0.03	0.01	-0.10	-0.04	-0.10	0.02
apol2	Ich akzeptiere Kritik für Fehler, die ich verursacht habe.	0.46	0.01	**0.66**	0.08	0.12	0.06	-0.13	0.06	0.14	0.07	0.13	-0.05
apol4	Ich versuche, jeden Schaden, den ich anderen zugefügt habe, wieder gut zu machen.	0.48	0.03	**0.56**	0.00	-0.05	-0.07	0.06	0.02	-0.15	0.03	-0.18	0.17
apol1	Ich entschuldige mich für die geringsten Fehler, die ich mache.	0.49	-0.09	**0.46**	-0.21	-0.07	0.04	0.15	0.17	0.00	0.03	-0.32	-0.09
apol7	Ich zeige, wie peinlich es mir ist, wenn ich Fehler mache.	0.38	-0.02	**0.34**	-0.29	-0.04	-0.12	-0.02	-0.05	0.00	0.03	-0.25	-0.07
under4	Ich spreche von meinen unvollkommenen Leistungen, obwohl ich weiß, dass viele ganz anderer Meinung sind.	0.56	0.06	-0.01	**-0.68**	0.00	-0.06	-0.16	-0.16	0.10	0.06	0.07	-0.03
under0	Ich sage zwar, wenig Ahnung zu haben, erwarte aber mit dieser Aussage nicht ganz ernst genommen zu werden.	0.54	0.19	-0.10	**-0.64**	0.01	0.01	-0.04	-0.07	-0.09	0.01	-0.03	0.08
under6	Ich untertreibe absichtlich den Wert meiner Leistungen.	0.54	0.00	0.04	**-0.62**	0.06	-0.10	-0.14	-0.12	-0.14	0.13	0.00	-0.03
under5	Obwohl andere meine Fähigkeiten als recht gut beurteilen, bezeichne ich selber meine Fähigkeiten als eher gering.	0.44	-0.21	0.06	**-0.60**	-0.05	-0.04	-0.05	-0.03	-0.04	0.14	-0.03	0.08
supp6	Indem ich darauf hinweise, nicht viel von mir und meinen Fähigkeiten zu halten, hoffe ich, von anderen Hilfe zu bekommen.	0.66	-0.01	0.07	**-0.56**	-0.14	0.16	0.03	0.02	0.15	0.02	-0.08	-0.37
under3	Gegenüber kompetenten Personen behaupte ich, nur geringe Kenntnisse zu besitzen, wenn ich mir sicher bin, dass ich dort eigentlich als sehr kompetent gelte.	0.45	-0.09	-0.01	**-0.56**	0.02	0.01	-0.28	-0.06	-0.01	0.01	0.00	-0.10
supp7	Um Zuwendung zu bekommen, weise ich auf meine Schwächen hin.	0.61	0.09	0.13	**-0.49**	-0.12	-0.02	0.06	-0.03	0.16	0.02	-0.10	**-0.41**
supp5	Ich benutze meine Schwächen, damit andere Mitleid mit mir haben.	0.60	0.09	0.03	**-0.44**	-0.11	0.08	0.09	0.03	0.14	0.11	-0.09	**-0.42**
slfdisc1	Ich wirke auf andere liebenswert, da ich ihnen Einblicke in meine Gefühlswelt ermögliche.	0.69	0.04	0.00	-0.11	**-0.83**	-0.05	-0.03	0.09	0.07	0.06	0.00	0.09
slfdisc6	Ich gewähre andern Leuten voller Vertrauen Einblicke in mein Denken und Fühlen, da sie mich deswegen sympathischer finden.	0.72	-0.06	-0.11	-0.08	**-0.82**	0.03	-0.06	-0.01	-0.04	0.02	0.07	-0.13
slfdisc4	Ich zeige, was ich empfinde, da es bei anderen gut ankommt.	0.63	-0.03	-0.04	0.10	**-0.76**	0.10	-0.08	-0.06	-0.05	0.07	0.03	-0.03
slfdisc5	Aus meinen Empfindungen und Gedanken mache ich kein Geheimnis. wenn ich damit die Sympathie anderer gewinnen kann.	0.65	0.02	-0.02	-0.04	**-0.69**	-0.02	-0.04	-0.07	-0.07	0.02	0.06	-0.25
inpos4	Durch meine aufrichtige Herzlichkeit gewinne ich an Sympathie bei anderen.	0.58	0.03	0.22	-0.04	**-0.64**	-0.02	0.02	0.11	-0.13	-0.06	0.03	0.23
slfdisc2	Um bei anderen sympathischer zu wirken, lasse ich sie an meinen Gedanken teilhaben.	0.61	-0.07	-0.09	0.13	**-0.60**	-0.02	-0.06	0.05	-0.15	0.14	-0.12	-0.26
slfdisc3	Ich trage mein Herz auf der Zunge.	0.40	0.06	-0.01	0.00	**-0.59**	0.06	-0.04	-0.11	0.06	-0.02	-0.03	0.19

Item	N = 325	h^2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
inpos5	Indem ich andere Personen mein ehrliches Interesse spüren lasse, mache ich mich beliebt.	0.56	0.08	0.23	-0.05	**-0.50**	-0.01	-0.01	-0.04	-0.26	-0.07	-0.04	-0.07
slfdisc0	Wenn es jemand positiv aufnimmt, zeige ich ohne Scheu, was ich denke und fühle.	0.46	0.12	0.05	0.04	**-0.49**	-0.21	-0.10	-0.09	0.25	-0.06	-0.24	0.05
inti4	Wenn es sein muss, jage ich anderen Angst ein, damit sie tun, was ich von ihnen verlange.	0.81	0.00	-0.01	0.07	-0.01	**0.89**	-0.03	-0.06	-0.02	-0.02	0.02	0.02
inti6	Wenn es mir Vorteile bringt, mache ich anderen Angst.	0.77	0.04	-0.03	0.03	-0.01	**0.84**	-0.08	-0.02	-0.01	0.05	0.03	-0.01
inti3	Ich tue Dinge, die Personen dazu bringen, mich zu fürchten, damit sie das tun, was ich will.	0.76	-0.02	-0.06	0.03	-0.03	**0.82**	-0.11	-0.10	0.02	0.05	-0.04	0.03
inti2	Ich verhalte mich so, dass andere Leute sich vor mir fürchten.	0.61	-0.06	0.07	0.10	0.08	**0.75**	0.04	-0.15	0.07	-0.04	-0.05	-0.02
inti5	Ich drohe anderen, wenn ich glaube, dass es mir hilft.	0.58	0.06	0.10	-0.08	-0.04	**0.73**	0.00	-0.05	0.05	0.08	0.05	0.02
inti0	Ich schüchtere andere ein, wenn ich glaube, damit zu bekommen, was ich will.	0.54	0.04	-0.10	0.11	0.04	**0.58**	-0.14	-0.21	0.01	0.02	-0.03	-0.06
inti1	Ich verunsichere andere, wenn ich glaube, dass es mir Vorteile bringt.	0.51	0.12	-0.10	0.07	0.01	**0.50**	-0.17	-0.04	-0.04	0.00	-0.06	-0.24
exem2	Ich versuche als Vorbild dafür zu dienen, wie sich eine Person verhalten sollte.	0.76	0.02	-0.09	-0.09	-0.08	0.05	**-0.81**	0.04	-0.06	-0.04	-0.11	-0.01
exem3	Ich versuche andere dazu zu bringen, meinem Ideal zu folgen, indem ich mich vorbildlich verhalte.	0.71	0.03	-0.01	-0.11	-0.08	0.18	**-0.74**	-0.04	0.06	0.00	-0.05	-0.10
exem1	Ich versuche anderen durch mein Handeln eine Richtschnur für ihr Tun zu geben.	0.69	0.09	0.03	-0.01	-0.07	0.10	**-0.74**	-0.06	0.05	0.00	-0.10	-0.05
exem0	Ich versuche anderen ein Vorbild zu sein, nach dem sie sich richten können.	0.62	0.11	-0.06	-0.13	-0.07	-0.02	**-0.72**	0.00	-0.02	-0.04	-0.02	0.02
exem5	Ich versuche andere dazu zu bringen, mich nachzuahmen, indem ich mit gutem Beispiel vorangehe.	0.61	0.05	-0.10	-0.10	-0.10	0.15	**-0.65**	-0.01	-0.03	-0.02	-0.10	-0.10
blas3	Wenn ich bestimmte Leute nicht mag, halte ich mich mit negativen Äußerungen über sie nicht zurück.	0.67	-0.03	-0.05	-0.07	0.00	0.01	-0.03	**-0.81**	-0.04	0.07	-0.02	0.12
blas7	Meine ablehnende Haltung unangenehmen Leuten gegenüber äußere ich sehr klar.	0.66	0.02	0.02	0.04	-0.04	0.17	-0.05	**-0.75**	0.07	0.00	0.06	0.19
blas2	Ich äußere mich durchaus abfällig über Menschen, die es nicht anders verdient haben.	0.60	0.07	-0.09	-0.04	0.02	0.06	0.06	**-0.71**	-0.08	0.01	-0.07	0.00
blas0	Ich äußere mich negativ über unangenehme Leute.	0.55	-0.03	-0.10	-0.04	-0.14	-0.04	0.07	**-0.70**	0.01	0.01	-0.05	0.01
blas4	Wenn ich weiß, auf der richtigen Seite zu stehen, halte ich mich mit bissiger Kritik gegenüber Meinungsgegnern nicht zurück.	0.51	0.06	0.14	-0.07	0.03	0.10	-0.07	**-0.65**	0.02	0.08	0.08	-0.05
blas6	Ich weise unnachgiebig auf die falschen Standpunkte meiner Gegner hin.	0.48	0.09	0.13	-0.04	0.10	0.19	0.01	**-0.58**	0.11	-0.11	-0.07	-0.06
blas5	Ich übertreibe die negativen Eigenschaften von Personen, die mit mir konkurrieren.	0.48	0.13	-0.21	-0.20	0.04	0.06	0.00	**-0.42**	-0.07	-0.07	-0.02	-0.20
inpos9	Ich toleriere Werte und Einstellungen anderer, denn ich möchte, dass sie mit mir gut auskommen können.	0.49	0.08	0.12	0.00	-0.06	-0.10	-0.05	0.17	**-0.62**	0.07	0.03	0.05
cred3	Ich halte mein Wort, um das Vertrauen anderer mir gegenüber aufzubauen.	0.40	-0.04	0.18	0.17	-0.05	-0.09	-0.06	-0.19	**-0.50**	-0.05	-0.04	-0.03

Item	N = 325	h^2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
disc5	Damit mein Handeln von anderen nicht abgelehnt wird, versuche ich zuerst, mögliche konträre Meinungen zu erkennen und meine daran anzupassen.	0.47	-0.15	-0.12	-0.14	0.09	0.21	0.01	0.14	**-0.49**	0.11	-0.23	-0.02
inpos8	Damit Leute, die ich treffe, mich mögen, lasse ich sie spüren, dass ich sie wirklich ernst nehme.	0.49	-0.02	0.17	0.09	-0.30	-0.05	-0.05	-0.06	**-0.48**	0.09	0.04	-0.09
inpos0	Ich verhalte mich so, dass man mich sympathisch findet.	0.57	0.07	-0.13	-0.04	-0.32	-0.14	0.04	0.01	**-0.48**	0.03	-0.12	-0.15
ingr4	Ich äußere Ansichten, die andere Personen mögen.	0.46	0.14	-0.02	-0.07	-0.09	-0.01	-0.11	0.07	**-0.46**	0.06	-0.11	-0.16
inpos3	Ich bin liebenswürdig, wenn mir die Gunst anderer wichtig ist.	0.47	-0.05	-0.03	0.05	-0.20	0.05	0.02	-0.22	**-0.44**	0.12	0.02	-0.24
inpos7	Ich gehe freundlich und sensibel mit anderen Menschen um, damit es mir nicht an angenehmer Gesellschaft mangelt.	0.45	0.03	0.10	0.07	-0.33	-0.03	0.10	-0.08	**-0.41**	-0.14	-0.06	-0.12
ingr3	Um akzeptiert zu werden, äußere ich dieselben Meinungen wie andere.	0.48	-0.03	-0.15	-0.29	0.07	0.10	0.04	0.07	**-0.38**	0.07	-0.11	-0.24
cred4	Ich bin anderen gegenüber ehrlich, um ihr Vertrauen zu bekommen.	0.38	0.03	0.29	0.20	-0.14	-0.09	-0.05	-0.06	**-0.36**	-0.02	-0.09	-0.04
spro9	Es ist mir wichtig zu zeigen, dass ich ein guter Mensch bin.	0.44	0.12	0.23	-0.13	-0.21	-0.11	-0.17	0.01	**-0.33**	0.01	-0.03	-0.05
sehc7	Die kleinen, aber dringenden Tätigkeiten nehmen mir allzu oft die Zeit für die tatsächlich von mir erwarteten Aufgaben.	0.66	0.01	0.00	-0.05	0.03	0.03	-0.05	0.03	-0.06	**0.81**	0.05	0.08
sehc2	Wichtige Arbeiten schiebe ich viel zu lange auf, weil ich mich zu sehr auf andere Aktivitäten einlasse.	0.65	0.00	0.07	0.13	-0.05	0.04	0.07	-0.06	0.03	**0.81**	0.08	-0.04
sehc4	Ich gebe mich mit Nebensächlichkeiten ab, bevor ich das eigentlich Wichtige beginne.	0.63	0.09	0.04	0.09	0.02	-0.11	0.05	-0.03	0.05	**0.79**	0.02	-0.09
sehc5	Mir selbst auferlegte Verpflichtungen hindern mich daran, meine tatsächlichen Ziele zu erreichen.	0.43	0.09	0.05	-0.19	-0.02	0.13	-0.09	0.08	-0.08	**0.54**	-0.06	0.20
sehc6	Wenn ich viele Aufgaben vor mir sehe, habe ich schon gar keine Kraft mehr, sie zu bewältigen.	0.48	-0.14	-0.01	-0.24	-0.16	0.02	0.16	-0.07	0.08	**0.53**	-0.07	-0.01
excu4	Ich gleiche schwache Leistungen durch Ausreden aus.	0.50	0.21	-0.17	-0.05	0.04	0.20	0.15	-0.01	-0.14	**0.31**	-0.27	-0.07
just1	Ich bringe akzeptable Gründe vor, um Verhalten zu rechtfertigen, das andere möglicherweise nicht mögen.	0.55	0.04	0.01	0.16	0.01	0.01	-0.17	0.00	0.12	0.03	**-0.71**	-0.05
disc4	Ich rechtfertige im Voraus solche Handlungen, die andere möglicherweise nicht mögen.	0.59	0.00	0.15	-0.08	0.00	0.01	0.02	-0.08	-0.13	0.12	**-0.63**	0.03
disc1	Bevor ich etwas tue, was andere für falsch halten könnten, versuche ich es ihnen zu erklären.	0.53	-0.08	0.16	-0.15	0.04	0.04	-0.06	0.04	-0.16	-0.09	**-0.62**	0.14
disc6	Wenn ich befürchte, dass andere die Umsetzung meiner Vorhaben kritisieren könnten, lege ich lieber vorher meine Argumente dar, um Missstimmungen zu vermeiden.	0.54	0.00	0.20	-0.13	0.00	0.06	-0.02	0.02	-0.15	-0.08	**-0.61**	0.03

Item	N = 325	h^2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
just0	Wenn andere mein Verhalten negativ beurteilen, dann mache ich ihnen verständlich, warum ich so gehandelt habe, damit sie verstehen, dass mein Verhalten gerechtfertigt war.	0.47	-0.02	0.07	0.23	-0.14	-0.05	-0.14	-0.04	0.15	-0.02	**-0.60**	-0.10
just4	Wenn ich mich so verhalten habe, dass andere es als seltsam empfinden, erkläre ich, warum es gut ist, so zu handeln, wie ich es getan habe.	0.46	0.01	0.10	0.12	-0.13	0.07	-0.12	-0.03	0.08	-0.04	**-0.60**	-0.06
just2	Nach Fehlverhalten versuche ich anderen verständlich zu machen, dass sie an meiner Stelle genauso gehandelt hätten.	0.45	0.09	-0.06	-0.07	-0.08	0.07	-0.02	-0.10	0.04	0.10	**-0.52**	-0.05
disc2	Ich versuche die Zustimmung anderer einzuholen, bevor ich etwas tue, was sie negativ auffassen könnten.	0.49	0.00	0.05	-0.18	0.11	0.00	-0.07	0.10	-0.34	-0.04	**-0.49**	0.11
excu2	Wenn etwas schief geht, dann erkläre ich, warum ich nicht verantwortlich bin.	0.38	0.16	-0.15	-0.05	0.01	-0.04	0.04	-0.11	0.02	0.02	**-0.48**	-0.09
disc3	Wenn ich glaube, dass ich keine guten Leistungen erzielen werde, verweise ich im Voraus auf die Gründe.	0.45	0.06	-0.02	-0.18	0.03	-0.04	-0.02	-0.09	-0.18	0.22	**-0.43**	0.05
excu3	Ich rede mich heraus, wenn mir etwas vorgeworfen wird.	0.47	0.10	-0.22	0.00	0.04	0.04	0.20	-0.13	-0.16	0.16	**-0.42**	-0.09
excu0	Ich finde Entschuldigungen für eigene schlechte Leistungen.	0.42	0.20	-0.22	0.04	0.11	-0.14	-0.01	-0.16	0.07	0.24	**-0.37**	-0.15
excu5	Um zu verhindern, für Fehler und Mängel beschuldigt zu werden, erzähle ich anderen, dass es keine Absicht war.	0.46	0.07	-0.01	-0.28	-0.02	-0.01	0.12	-0.02	-0.08	0.00	**-0.32**	-0.30
ingr2	Ich mache Komplimente, um Personen auf meine Seite zu bringen.	0.60	0.08	-0.03	0.10	-0.02	0.21	-0.13	0.02	-0.15	0.06	-0.01	**-0.61**
ingr1	Ich benutze Schmeicheleien, um die Gunst anderer zu gewinnen.	0.52	0.13	0.05	0.08	-0.07	0.24	-0.04	-0.04	-0.03	0.00	0.03	**-0.59**
supp4	Ich zeige meine Hilfsbedürftigkeit, wenn ich erwarten kann, dass andere mich dann unterstützen.	0.48	0.13	0.13	-0.08	-0.12	-0.07	0.06	-0.05	0.03	-0.11	-0.17	**-0.55**
supp3	Ich bringe andere dazu zu glauben, dass ich etwas nicht kann, um ihre Hilfe zu bekommen.	0.58	0.14	-0.07	-0.29	-0.06	0.10	0.03	0.06	0.09	0.08	-0.01	**-0.54**
supp2	Ich erzähle anderen, dass sie überzeugender und fähiger sind als ich, um sie dazu zu bringen, etwas für mich zu tun.	0.46	0.16	-0.07	-0.15	0.02	0.08	-0.07	0.04	0.00	0.06	-0.04	**-0.51**
inpos1	Wenn ich einen guten Eindruck hinterlassen möchte, verhalte ich mich bescheiden.	0.51	-0.08	0.11	0.00	0.16	-0.10	-0.28	-0.02	-0.20	0.20	-0.05	**-0.51**
inpos2	Ich zeige Bescheidenheit, wenn ich bei anderen Menschen gut ankommen möchte.	0.55	-0.11	0.03	-0.04	0.12	-0.10	-0.31	-0.02	-0.27	0.20	-0.01	**-0.50**
ingr5	Ich erweise Personen Gefälligkeiten, um sie dazu zu bringen, mich liebenswert zu finden.	0.57	0.05	-0.04	-0.11	-0.17	0.05	0.03	-0.02	-0.27	0.06	-0.14	**-0.44**
ingr7	Ich schwindle schon mal, damit andere mich mögen.	0.46	-0.05	-0.19	-0.20	-0.08	0.21	0.16	-0.11	-0.14	-0.02	-0.08	**-0.35**

Anmerkung: Hauptkomponentenlösung, Rotationsmethode: Oblimin mit Kaiser-Normalisierung bei delta = 0, Ladungen > .30 wurden der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

5 Ergebnisse und Diskussion zu den einzelnen Fragestellungen

In den folgenden Abschnitten wird auf die einzelnen Fragestellungen von Abschnitt 3 eingegangen. Zunächst werden die Ergebnisse der Konstruktion von Skalen habitueller Selbstdarstellung erörtert sowie ihre Gütekriterien hinsichtlich Konsistenz und Stabilität diskutiert. Im darauffolgenden Abschnitt wird mit Hilfe einer sekundären Komponentenanalyse der Frage nach der dimensionalen Struktur der Selbstdarstellungstechniken und deren Entsprechung zu theoretischen Taxonomien der Selbstdarstellung nachgegangen. In Abschnitt 5.3 werden durch clusteranalytische Methoden Selbstdarstellungstypen identifiziert. Damit wird dem Ziel des personenzentrierten Forschungsansatzes entsprochen, Individuen in ihren spezifischen Merkmalsausprägungen zum Gegenstand der Untersuchung zu machen. Die zentrale Fragestellung der Arbeit (vgl. Abschnitt 3.6) bezieht sich auf die Zusammenhänge von Persönlichkeitsbeschreibungen aus den Perspektiven des selbstdarstellungstheoretischen und eigenschaftstheoretischen Ansatzes in der Persönlichkeitspsychologie. Im Abschnitt 5.5 werden daher Merkmale habitueller Selbstdarstellung mit den im NEO-PI-R erfassten Persönlichkeitseigenschaften verglichen. Aus dem Ansatz komparativer Persönlichkeitsforschung werden im Abschnitt 5.6 die charakteristischen Persönlichkeitsbeschreibungen im FFM für abgrenzbare Selbstdarstellungstypen dargestellt. Als Referenzmerkmale zur Selbstdarstellung werden die Ergebnisse der Fragestellungen aus Abschnitt 3.7 unter Abschnitt 5.7 Self-Monitoring, 5.8 soziale Erwünschtheit, 5.9 Persönlichkeitsdarstellung und unter 5.10 sozialer Einfluss dargestellt und in ihren speziellen Ergebnissen diskutiert.

5.1 Skalen habitueller Selbstdarstellung – SHSD

Im Gegensatz zur Skalenbildung bei Lee et al. (1999), die theoriegeleitet einzelne Verhaltensbeschreibungen zu Skalen aggregierten, wurden die Beschreibungen von Selbstdarstellungsverhalten in dieser Arbeit über ihre faktorielle Struktur zusammengefasst (vgl. Abschnitt 4.8.2). Dieses Vorgehen erweist sich als nachvollziehbarer und deutlicher empiriegeleitet. Hoch korrelierende Selbstdarstellungen in den jeweiligen Komponenten ihrer Einfachstruktur können klare Hinweise auf die Struktur der Selbstdarstellungstechniken geben. Anhand der standardisierten Ladungsgewichte in der Mustermatrix nach einer Oblimin-Rotation mit Kaiser-Normalisierung bei einem delta = 0 (vgl.

Tabelle 4.8-1) ließen sich die 103 Items über die höchsten Ladungen elf Komponenten zuordnen. Lediglich zwei Items der Komponente 3, die als Untertreibung (*understatement*) aufgefasst werden kann, zeigten substanzielle Nebenladungen von > .4 auf der Komponente 11, die als Einschmeicheln (*ingratiation*) zu interpretieren ist. Es handelt sich dabei um die Items: „Um Zuwendung zu bekommen, weise ich auf meine Schwächen hin“ und „Ich benutze meine Schwächen, damit andere Mitleid mit mir haben.“ Theoretisch enthalten beide Items neben der eigentlichen Untertreibung (*understatement*) durch den Hinweis auf die eigenen Schwächen auch die Suche nach Hilfestellung und Zuwendung (*supplication*), die in dieser Studie nicht als eigene Selbstdarstellungstechnik von anderen abgegrenzt werden kann, sondern vorwiegend in der Komponente Einschmeicheln (*ingratiation*) (vgl. Abschnitt 5.1.11) aufgeht. Im Folgenden werden die elf Komponenten, die zugleich Grundlage der Skalenbildung sind, beschrieben und in ihrem Bedeutungsgehalt erklärt.

Zur Ermittlung der Skalenrohwerte aus den Items der jeweiligen Komponenten wurden aufgrund der unterschiedlichen Itemanzahl pro Komponente die aufsummierten Itemwerte durch die jeweilige Anzahl der beantworteten Fragen geteilt – somit wurde das arithmetische Mittel aus den neunstufigen Antwortratings gewählt. Das neunstufige Antwortformat wurde der self-presentation tactics scale von Lee et al. (1999) entlehnt. Der theoretische Range jeder Skala entspricht demnach den möglichen Werten der Häufigkeitsratings der Einzelitems von 0 (nie) bis 8 (fast immer). In der self-presentation tactics scale (vgl. Lee et al, 1999, S. 718) ist die verbale Kennzeichnung des niedrigsten und höchsten Ratings „very infrequently“ und „very frequently“. Die verbale Verankerung des niedrigsten Ratings wurde von „sehr selten“ auf „nie“ geändert, um „Bodeneffekten“ von Items, die in der Vorstudie hohe Schwierigkeiten aufwiesen, entgegen zu wirken.

Die Reihenfolge der dargestellten Skalen stimmt mit der Reihenfolge aus der Mustermatrix der PCA nach der Oblimin-Rotation überein (vgl. Tabelle 4.8-1). Auch die Itemreihenfolge ist nach den absteigenden Ladungswerten in den jeweiligen Komponentenspalten geordnet. Die sich aus den Komponenten ergebenden Skalen werden im jeweiligen Abschnitt behandelt, da sich die inhaltlich-thematischen mit den empirischen Zuordnungen für die Skalenbildung weitestgehend decken – mit Ausnahme der beiden oben genannten Items. Ergänzend wurden die Ergebnisse der Reteststudie (Studie 3, N=66) den Item-Analysen der Hauptstudie (Studie 2) gegenübergestellt, wobei mit den Trennschärfen (r_{it}) und internen Konsistenzen (α-Cronbach-Wert) der Skalen zwei zent-

rale Vergleichsmaße angegeben sind. Die Angabe der Retestreliabilität nach elf bis zwölf Monaten ermöglicht die Einschätzung der zeitlichen Stabilität der jeweiligen Skala habitueller Selbstdarstellung.

5.1.1 Eigenwerbung (*self-promotion*)

Als umfangreichste Skala (20 Items) umfasst Komponente 1 der 11-Komponenten-Lösung Aussagen, die sich thematisch als *Eigenwerbung* (*self-promotion*) bezeichnen lassen. Die in der Vorstudie getrennten Verhaltensbereiche *Übertreiben* (*overstatement*), *Selbsterhöhung* (*enhancements*), *Ansprüche stellen* (*claiming entitlements*) und allgemein Vorzüge hervorzukehren (*self-promotion*), d.h. die *Eigenwerbung* im engeren Sinn, bilden einen gemeinsamen Faktor. Die Skala *Eigenwerbung* lässt sich auf die Beschreibung von Tedeschi et al. (1985) beziehen, wonach bei dieser Selbstdarstellungstechnik vor allem eigene Fähigkeiten und Leistungen präsentiert werden, um als kompetente und intelligente Person wahrgenommen zu werden. Tedeschi et al. (1985) nennen die Techniken *Ansprüche stellen* (*entitlements*) und *Selbsterhöhung* (*enhancements*), aber auch sich im *positiven Licht anderer zu sonnen* (*BIRGing - basking in reflected glory*) und *Abwerten* bzw. *Vernichten anderer* (*blasting*) als spezifische Formen der *Eigenwerbung*. Sie betrachten *Eigenwerbung* als zusammenfassenden Begriff für Selbstdarstellungsverhalten, das auf das Erheischen von Respekt durch andere abzielt.

Die vorliegende Komponente *Eigenwerbung* zeichnet sich jedoch vorwiegend durch verbale Statements zur eigenen Leistungsfähigkeit und nicht durch das *Abwerten anderer* aus. Items aus dem Bereich der Technik *Abwertung anderer* (*blasting*) laden getrennt von *Eigenwerbung* auf Komponente 3 (vgl. Abschnitt 5.1.7 und Tabelle 4.8-1).

Die Iteminhalte der Komponente *Eigenwerbung* (*self-promotion*) bestehen thematisch aus drei bereits in der Vorstudie differenzierten Verhaltensweisen: Etwa ein Drittel der Items repräsentiert die explizite Eigenwerbung, d.h. das direkte verbale und verhaltensbezogene Präsentieren von Leistungen und Kompetenzen (z.B. verbal „Ich erzähle anderen von meinen Erfolgen“ oder nonverbal „Ich verhalte mich so, dass jeder sehen kann, wie tüchtig und fleißig ich bin.“). Mummendey (1995) fasst diese Verhaltensweisen unter den Techniken *Kompetenz* und *Expertentum signalisieren* – „competence“ und „expertise“ – zusammen.

Ein Teil der Items geht jedoch über das Darstellen von Leistungsfähigkeit hinaus: Durch die *Übertreibung* (*overstatement*) und *Selbst-Überhöhung* (*self-enhancement*)

werden erwünschte Leistungsmerkmale in übersteigerter Weise präsentiert. Umgangssprachlich werden derartige Verhaltensweisen schlicht als Angeberei bezeichnet. Dabei ist hervorzuheben, dass es sich hier nicht um Fremdeinschätzungen, sondern um Selbstbeschreibungen handelt, die ein Übertreiben bzw. das deutliche Präsentieren überdurchschnittlicher Leistungsfähigkeit explizit zum Inhalt haben (z.B. „Ich übertreibe den Wert meiner Leistungen“ oder „Wenn ich mit einer Gruppe an einer gemeinsamen Aufgabe arbeite, dann lasse ich meinen Beitrag größer erscheinen, als er ist.“). Der zustimmenden Person ist dabei die Abweichung von ihrer tatsächlichen Leistung bewusst, sie überzeichnet sie absichtlich und damit in prototypischer alltagssprachlicher Weise „selbstdarstellerisch“.

Ein dritter Aspekt der Komponente Eigenwerbung ist als *Ansprüche stellen* (*entitlements* bzw. *entitlings*), (Schlenker, 1980), beschrieben worden: Er bezieht sich auf jene Äußerungen und Verhaltensweisen eines Individuums, die eine Anspruchshaltung gegenüber dem Interaktionspartner aufbauen, die eigenen Vorzüge zu würdigen. Inhaltlich eng verknüpft erscheinen mit dieser Anspruchshaltung die oben genannten Elemente von *Eigenwerbung*, nämlich *Vorzüge hervorkehren* – also Eigenwerbung im engeren Sinn – und *Übertreibung* bzw. *Selbst-Überhöhung*. Der Akteur präsentiert sich als Person, die der Meinung ist, einen Standard bzw. eine Norm für anerkennenswerte Leistungen erfüllt zu haben und fordert implizit ein Recht ein, dafür soziale Anerkennung zu bekommen. Dieser Anspruch, von Interaktionspartnern Achtung und Wertschätzung abzuverlangen, wird hierbei sowohl durch die Technik der Übertreibung eigener Leistungen (z.B. „Wenn ich jemandem über Vergangenes erzähle, beanspruche ich mehr Anerkennung für meinen Beitrag an positiven Ergebnissen, als die tatsächlichen Ereignisse es rechtfertigen“) als auch durch Vorzüge, die sich durch den sozialen Vergleich ergeben (z.B. „Ich erzähle es den Leuten, wenn ich bei Aufgaben gut bin, die andere schwierig finden.“) eingefordert. Daneben wird den Interaktionspartnern auch die Wichtigkeit der eigenen Handlungen vermittelt (z.B. im Item: „Wenn ich eine Aufgabe erfolgreich abschließe, betone ich gegenüber anderen, wie wichtig diese Aufgabe war.“).

Tabelle 5.1-1 Selbstdarstellungstechnik *Eigenwerbung*

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
spro1	Ich erzähle gern von meinem besonderen Können.	2.61	1.70	0.75	3.15	1.99	0.86
enti0	Ich erzähle von meinen Leistungen und Fähigkeiten, die mir wichtig sind.	3.95	1.96	0.71	4.45	1.87	0.70
spro3	Ich mache aus meinen guten Eigenschaften kein Geheimnis.	3.75	1.71	0.68	4.18	1.89	0.66
enti3	Ich erzähle anderen von meinen Erfolgen.	1.63	1.31	0.51	1.71	1.47	0.69
spro2	Ich stelle meine außergewöhnlichen Fähigkeiten in den Vordergrund.	2.34	1.69	0.76	2.56	2.02	0.87
spro6	Ich rede über meine außergewöhnlichen Kenntnisse.	2.29	1.63	0.71	2.48	1.82	0.86
enha3	Ich erzähle es den Leuten, wenn ich bei Aufgaben gut bin, die andere schwierig finden.	3.33	1.84	0.69	3.52	1.82	0.69
enha6	Wenn ich Aufgaben erfolgreich abschließe, betone ich gegenüber anderen, wie wichtig diese Aufgabe war.	2.69	1.66	0.68	3.26	1.83	0.80
spro8	Mein umfangreiches Wissen stelle ich in den Vordergrund.	2.25	1.58	0.72	2.41	1.76	0.78
enti6	Ich lege besonderen Wert darauf, dass meine Leistungen gebührend wahrgenommen werden.	3.81	1.78	0.63	3.94	1.79	0.75
enti2	Ich mache auf meine Leistungen aufmerksam, wenn andere Personen sie nicht gebührend wahrnehmen.	3.93	1.85	0.66	4.18	1.74	0.62
enha0	Wenn ich eine Aufgabe erfolgreich abschließe, betone ich gegenüber anderen, wie wichtig diese Aufgabe war.	3.31	1.92	0.62	3.76	2.04	0.75
enha2	Ich übertreibe den Wert meiner Leistungen.	1.99	1.53	0.61	2.02	1.73	0.71
enha1	Ich betone meine positiven Eigenschaften, indem ich sie ins rechte Licht setze.	3.76	1.77	0.62	3.86	1.81	0.82
spro5	Gern verweise ich auf meine große Erfahrung.	2.52	1.70	0.60	2.65	1.75	0.64
enti1	Ich verlange Anerkennung für Leistungen, selbst, wenn ich am Zustandekommen kaum beteiligt war.	3.05	1.90	0.64	3.38	1.95	0.77
spro0	In mir wichtigen Lebensbereichen mache ich deutlich, wie leistungsfähig ich bin.	5.07	1.80	0.38	5.17	1.78	0.52
enti5	Wenn ich jemandem über Vergangenes erzähle, beanspruche ich mehr Anerkennung für meinen Beitrag an positiven Ergebnissen, als die tatsächlichen Ereignisse es rechtfertigen.	2.26	1.55	0.43	2.30	1.54	0.67
enti4	Wenn ich mit einer Gruppe an einer gemeinsamen Aufgabe arbeite, dann lasse ich meinen Beitrag größer erscheinen, als er ist.	3.60	1.69	0.47	3.64	1.96	0.39
spro10	Ich verhalte mich so, dass jeder sehen kann, wie tüchtig und fleißig ich bin.	1.76	1.49	0.53	1.83	1.69	0.75
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .93; α_{t2} = .96 – Retestkorrelation t1/t2 = .83		3.00	1.14		3.22	1.36	

Die Komponente *Eigenwerbung* (*self-promotion*) ist mit 20 Items die weitaus umfangreichste Skala. Bis auf die Items „Wenn ich mit einer Gruppe an einer gemeinsamen Aufgabe arbeite, dann lasse ich meinen Beitrag größer erscheinen, als er ist“ und „Ich verhalte mich so, dass jeder sehen kann, wie tüchtig und fleißig ich bin“ laden sämtliche Items dieser Selbstdarstellungstechnik ohne erwähnenswerte Nebenladungen auf der gleichen Komponente (vgl. Tabelle 4.8-1 – Komponente 1). Aufgrund der inhaltlich-thematisch eindeutigen Zuordnung wurden diese beiden Items dennoch der Skala Eigenwerbung (self-promotion) zugeordnet.

Mit dieser Skala wurden in beiden Stichproben mit α_{t1} = .93 (Hauptstudie) und α_{t2} = .96 sehr zufriedenstellende interne Konsistenzen erzielt, die sich nicht nur durch die Itemzahl, sondern auch durch hohe bis sehr hohe Trennschärfen ergeben. Schwierigstes Item dieser Skala ist in beiden Stichproben die direkte unverfälschte Eigenwerbung („Ich erzähle anderen von meinen Erfolgen“) mit dem Mittelwert M_{t1} = 1.63 bzw. M_{t2} = 1.71. Als leichtestes Item erwies sich Eigenwerbung in der Formulierung: „In mir wichtigen Lebensbereichen mache ich deutlich, wie leistungsfähig ich bin“ zu beiden Erhebungszeitpunkten mit M_{t1} = 5.07 bzw. M_{t2} = 5.17. Die zeitliche Stabilität der Skala ist mit .83 als hoch zu bezeichnen.

5.1.2 Entschuldigung (apology)

Auf der zweiten Komponente (vgl. Tabelle 4.8-1 Mustermatrix der elf Komponenten der 103 Selbstdarstellungsitems – Komponente 2) laden ausschließlich Items, welche bereits in der Vorstudie der Technik *Entschuldigung* (*apology*) zugeordnet wurden. Thematisch gehört die Skala *Entschuldigung* zu den *Bilanzierungsstrategien* (*accounting strategies*). Schlenker und Weigold (1992) zählen zu den *accounting strategies* neben *Entschuldigungen* (*apologies*) auch *Rechtfertigungen* (*justifications*), *Abstreiten von Schuld* (*defenses of innocence*) und *Ausreden nutzen* (*excuse*). Items, die Verhaltensweisen der Technik Entschuldigung beinhalten, grenzen sich inhaltlich und faktoriell klar von allen anderen im Itempool vorhandenen „Bilanzierungs- oder Abrechnungs-Strategien“ ab, die auf der Komponente zehn der Mustermatrix laden (vgl. 5.1.10 Rechtfertigung (justification)).

Entschuldigungen als Reaktion auf *missliche Lagen* (*predicaments*), die nach Schlenker (1980) aus Ereignissen entstehen, die sich negativ auf das Bild einer Person auswirken können, reichen von Höflichkeiten (z.B. im Item „Wenn ich mich jemandem

gegenüber nicht korrekt verhalten habe, bitte ich um Verzeihung“) bis zu Items etwas höherer Schwierigkeit (z.B. „Ich entschuldige mich für die geringsten Fehler, die ich mache.“). Für Goffman sind *apologies*

> „a gesture through which an individual splits himself into two parts, the part that is guilty of an offense and the part that dissociates itself from the delict and affirms a belief in the offended rule“ (1971, S. 113).

Eine Person, die sich entschuldigt, rechtfertigt sich nicht und streitet auch ihre Schuld nicht ab – sie übernimmt die Verantwortung für Vorgefallenes, gesteht ihre Schuld und bittet um Verzeihung. Damit verbunden sind auch das Präsentieren von Peinlichkeit und Scham sowie die Wiedergutmachung an möglichen Opfern des Fehlverhaltens.

Tabelle 5.1-2 Selbstdarstellungstechnik Entschuldigung (*apology*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
apol6	Wenn ich Fehler gemacht habe, gestehe ich meine Schuld ein.	5.79	1.40	0.63	5.73	1.44	0.56
apol0	Wenn ich mich jemandem gegenüber nicht korrekt verhalten habe, bitte ich ihn um Verzeihung.	6.04	1.48	0.62	6.20	1.08	0.61
apol3	Ich bringe Schuldbewusstsein zum Ausdruck, wenn ich etwas falsch gemacht habe.	5.26	1.56	0.62	5.65	1.56	0.56
apol5	Wenn ich jemanden verletze, entschuldige ich mich nachdrücklich dafür.	6.08	1.37	0.63	6.45	1.15	0.63
apol2	Ich akzeptiere Kritik für Fehler, die ich verursacht habe.	5.72	1.49	0.36	5.74	1.37	0.46
apol4	Ich versuche, jeden Schaden, den ich anderen zugefügt habe, wieder gut zu machen.	5.81	1.37	0.55	5.88	1.31	0.17
apol1	Ich entschuldige mich für die geringsten Fehler, die ich mache.	4.30	2.03	0.50	3.21	2.17	0.40
apol7	Ich zeige, wie peinlich es mir ist, wenn ich Fehler mache.	4.44	1.84	0.42	4.67	1.68	0.14
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .81; α_{t2} = .72 – Retestkorrelation t1/t2 = .74		5.43	1.04		5.44	0.88	

Als Skala zeigt sich Entschuldigung mit acht Items zu beiden Studienzeitpunkten (α_{t1} = .81; α_{t2} = .72) als zufriedenstellend konsistent. Mit Skalenmittelwerten von M_{t1} = 5.43 bzw. M_{t2} = 5.44 erweist sich *Entschuldigung* als die im Vergleich leichteste und damit durchschnittlich am häufigsten genannte Selbstdarstellungstechnik unter den elf

Selbstdarstellungskomponenten. Die Trennschärfen der Items sind mit gut bis ausreichend zu bewerten. Zwischen dem ersten und dem zweiten Messzeitpunkt zeigt sich eine hohe Retestkorrelation von r = .74.

5.1.3 Untertreibung (understatement)

Die dritte Komponente repräsentiert die Selbstdarstellungstechnik *Untertreibung* (*understatement*). Sämtliche Items dieser Technik wurden in der Vorstudie neu erstellt, da die SPTS-Items dieses Selbstdarstellungsverhalten nicht enthielten (vgl. Tabelle 4.7-1 Items der self-presentation tactics scale).

Tabelle 5.1-3 Skala Untertreibung (*understatement*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
under4	Ich spreche von meinen unvollkommenen Leistungen, obwohl ich weiß, dass viele ganz anderer Meinung sind.	3.02	1.86	0.64	2.89	2.08	0.73
under0	Ich sage zwar, wenig Ahnung zu haben, erwarte aber mit dieser Aussage nicht ganz ernst genommen zu werden.	3.22	2.12	0.59	3.61	2.28	0.74
under6	Ich untertreibe absichtlich den Wert meiner Leistungen.	2.96	1.96	0.63	3.02	2.05	0.64
under5	Obwohl andere meine Fähigkeiten als recht gut beurteilen, bezeichne ich selber meine Fähigkeiten als eher gering.	3.90	2.03	0.50	3.65	2.13	0.59
supp6	Indem ich darauf hinweise, nicht viel von mir und meinen Fähigkeiten zu halten, hoffe ich, von Anderen Hilfe zu bekommen.	2.09	1.61	0.65	1.83	1.53	0.58
under3	Gegenüber kompetenten Personen behaupte ich nur geringe Kenntnisse zu besitzen, wenn ich mir sicher bin, dass ich dort eigentlich als sehr kompetent gelte.	2.85	1.75	0.54	2.82	1.78	0.64
supp7	Um Zuwendung zu bekommen, weise ich auf meine Schwächen hin.	2.50	1.71	0.61	2.52	1.72	0.49
supp5	Ich benutze meine Schwächen, damit andere Mitleid mit mir haben.	1.97	1.62	0.56	1.89	1.66	0.48
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .85; α_{t2} = .86 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .65		2.81	1.28		2.78	1.37	

Die vorliegende Skala enthält zwei Bedeutungsfacetten: Zum einen werden Untertreibungen als vordergründige Herabsetzung der eigenen Fähigkeiten und Leistungen erfasst, zum anderen spekulieren Akteure, die Untertreibung einsetzen, eventuell auf eine höhere Einschätzung ihrer eigenen Fähigkeiten und Leistungen durch die Adressa-

ten. In den meisten Aussagen wird die Hoffnung auf eine Wiederaufwertung der eigenen Person durch die Interaktionspartner impliziert.

Untertreibung hat in dieser Selbstdarstellungsskala in der zweiten Bedeutungsfacette aber auch die Funktion eines Hilferufs, auf den die Interaktionspartner mit Mitleid, Zuwendung und Hilfe reagieren könnten. Wenn Untertreibung in der erstgenannten Bedeutung betrieben wird, erscheint sie als Versuch der indirekten Selbstwerterhöhung durch das implizit angenommene Dementi anderer, z.B. „Ich sage zwar, wenig Ahnung zu haben, erwarte aber mit dieser Aussage nicht ganz ernst genommen zu werden." Der Akteur geht davon aus, dass seine Interaktionspartner ein wertvolleres Bild von ihm haben als das von ihm geäußerte: z.B. „Gegenüber kompetenten Personen behaupte ich nur geringe Kenntnisse zu besitzen, wenn ich mir sicher bin, dass ich dort eigentlich als sehr kompetent gelte." Werden relativ hoch eingeschätzte Kompetenzen explizit verleugnet, wird eine Art der Selbstironie oder „british understatement" betrieben, wohl wissend – oder hoffend – von anderen besser eingeschätzt zu werden.

Der zweite inhaltliche Bereich bezieht sich auf Selbstdarstellungsverhalten, das Untertreibung als strategisches Element nutzt, um hilfsbedürftiger zu erscheinen. Mit Hilfe der Präsentation eigener Schwächen und Unzulänglichkeiten wird versucht, Hilfe und Zuwendung von den Interaktionspartnern zu bekommen – wie im Item „Indem ich darauf hinweise, nicht viel von mir und meinen Fähigkeiten zu halten, hoffe ich, von anderen Hilfe zu bekommen" deutlich wird.

Schwierigkeits- und Trennschärfeindizes sind für die 8-Item-Skala gut bis sehr gut, die internen Konsistenzen von α_{t1} = .85 in der Hauptstudie und α_{t2} = .86 in der Retestuntersuchung sind als gut zu bezeichnen. Die Stabilität der Skala über elf bis zwölf Monate hinweg ist trotz der recht guten internen Konsistenzen mit $r_{t1/t2}$ = .65 im Vergleich zu den anderen Selbstdarstellungsskalen nur mittelhoch. In der folgenden Tabelle 4.8-4 sind die Itemkennwerte der Skala Untertreibung aufgeführt.

5.1.4 Selbstoffenbarung (self-disclosure)

Mit der vierten Komponente (vgl. Tabelle 4.8-1, Komponente 4) wurde eine Selbstdarstellungstechnik erfasst, die ebenfalls nicht in den SPTS enthalten war. Inhaltlich sind sämtliche Items dieser Komponente der Selbstdarstellungstechnik Selbstoffenbarung (*self-disclosure*) zuzuordnen. Selbstoffenbarung oder Offenheit hervorkehren (vgl. Mummendey, 1995) ist durch Verhalten gekennzeichnet, das Anderen Einblicke in

sonst unzugängliche Bereiche des eigenen Selbst – wie Empfindungen oder Gedanken – bietet (vgl. Schlenker, 1980). Personen, die Selbstoffenbarung betreiben, schaffen damit einen Raum der Intimität und der eigenen Verletzlichkeit. Die Interaktionspartner müssen dieser Offenheit, sofern sie die Interaktion aufrechterhalten wollen, mit Respekt, eigenem Entgegenkommen und Selbstöffnung begegnen.

Auffallend ist das Nebeneinander intentional-strategischer Formulierungen von Offenheit (z.B. „Um bei anderen sympathischer zu wirken, lasse ich sie an meinen Gedanken teilhaben“) und eher Rechtschaffenheit betonenden Formulierungen (z.B. „Durch meine aufrichtige Herzlichkeit gewinne ich an Sympathie bei anderen.“). Es scheint aufgrund der Konsistenz der Skala *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) wenig Unterschied zu machen, ob die Aussagen intentional und zugleich taktierend oder nur indirekt funktional formuliert sind. Zentrales Interaktionsziel in den Items dieser Selbstdarstellungsskala ist, ein sympathisches und liebenswertes Bild der eigenen Person zu erzeugen – außer in der metaphorischen Itemformulierung „Ich trage mein Herz auf der Zunge.“

Tabelle 5.1-4 Skala Selbstoffenbarung (*self-disclosure*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	S_{t1}	r_{it}	M_{t2}	S_{t2}	r_{it}
slfdisc1	Ich wirke auf andere liebenswert, da ich ihnen Einblicke in meine Gefühlswelt ermögliche.	4.60	1.86	0.72	4.91	1.99	0.75
slfdisc6	Ich gewähre anderen Leuten voller Vertrauen Einblicke in mein Denken und Fühlen, da sie mich deswegen sympathischer finden.	3.74	1.80	0.76	3.83	2.24	0.78
slfdisc4	Ich zeige, was ich empfinde, da es bei anderen gut ankommt.	4.14	1.81	0.71	4.23	1.88	0.85
slfdisc5	Aus meinen Empfindungen und Gedanken mache ich kein Geheimnis, wenn ich damit die Sympathie anderer gewinnen kann.	4.21	1.91	0.71	4.39	1.96	0.79
inpos4	Durch meine aufrichtige Herzlichkeit gewinne ich an Sympathie bei anderen.	5.14	1.65	0.53	5.35	1.61	0.54
slfdisc2	Um bei anderen sympathischer zu wirken, lasse ich sie an meinen Gedanken teilhaben.	4.32	1.83	0.60	4.89	1.99	0.73
slfdisc3	Ich trage mein Herz auf der Zunge.	3.77	2.13	0.48	3.82	2.44	0.64
inpos5	Indem ich andere Personen mein ehrliches Interesse spüren lasse, mache ich mich beliebt.	5.14	1.65	0.58	5.38	1.83	0.63
slfdisc0	Wenn es jemand positiv aufnimmt, zeige ich ohne Scheu, was ich denke und fühle.	6.06	1.68	0.46	6.38	1.60	0.47
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} =.87; α_{t2} = .91 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .74		4.57	1.28		4.80	1.49	

Aufgrund sehr guter Trennschärfen der 9 Items sind in beiden Stichproben hohe interne Konsistenzen zu verzeichnen (α_{t1} =.87; α_{t2} = .91). Die Stabilität der Skalen ist mit $r_{t1/t2}$ = .74 als hoch einzuschätzen.

5.1.5 Einschüchterung (intimidation)

Die Selbstdarstellungstechnik *Einschüchterung* (*intimidation*), die bereits in der Vorstudie repliziert wurde, ist in der Hauptstudie durch alle 7 Einschüchterungsitems vollständig in der fünften Komponente der Mustermatrix (vgl. Tabelle 4.8-1, Komponente 5) vertreten.

Die Erfassung von Intimidation mit Hilfe von Selbstbeschreibungen ist aufgrund der starken sozialen Ablehnung problematisch. Als zentrale Indikatoren für Einschüchterung werden Formen des Bedrohens anderer Personen verstanden, die zum Ziel haben, den Akteur als mächtige und gefährliche Person erscheinen zu lassen. Anderen Personen zu drohen und sie zu verunsichern muss – vor allem aus der Sicht des betroffenen Interaktionspartners – als unerwünscht eingestuft werden. So ist es nicht verwunderlich, dass sämtliche Items dieser Komponente nur sehr niedrige mittlere Häufigkeitsangaben aufweisen – entsprechend einer allgemeinen Tendenz, sozial stark Unerwünschtes nicht auf die eigene Person zu beziehen. Alle Einschüchterungsitems besitzen damit, wie in der Vorstudie (vgl. Abschnitt 4.7.2.5 Intimidation), eine hohe Schwierigkeit. Aufgrund des Bodeneffekts weist die Skala eine rechtsschiefe Verteilungsform auf. Verfahren, die eine Normalverteilung der Grundgesamtheit voraussetzen, können daher bei dieser Skala nur mit größter Vorsicht eingesetzt werden, da ihre Verteilungscharakterisitik mehrere Voraussetzungen parametrischer Verfahren nicht erfüllt.

Die Items dieser Darstellungstechnik wurden aus der SPTS-Skala *intimidation* in ihrer übersetzten Form vollständig übernommen, wobei der intentionale Aspekt teilweise ergänzt wurde: Items wie „I intimidate others“ wurde eine intentionale Zielsetzung hinzugefügt: „Ich schüchtere andere ein, wenn ich glaube, damit zu bekommen, was ich will.“ Fast alle Items enthalten demnach direkte Selbstzuschreibungen, die das Einschüchtern, Drohen, Angst-einjagen und Verunsichern der Interaktionspartner zum Inhalt haben. Darüber hinaus schließt die Skala aber auch zwei Items ein, die das Ziel betonen, durch nicht näher bestimmte Verhaltensweisen als eine von Anderen gefürchtete Person wahrgenommen zu werden: „Ich tue Dinge, die Personen dazu bringen,

mich zu fürchten, damit sie das tun, was ich will“ und „Ich verhalte mich so, dass andere Leute sich vor mir fürchten.“

Tabelle 5.1-5 Skala *Einschüchterung* (*intimidation*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	S_{t1}	r_{it}	M_{t2}	S_{t2}	r_{it}
inti4	Wenn es sein muss, jage ich anderen Angst ein, damit sie tun, was ich von ihnen verlange.	0.77	1.15	0.85	0.64	1.16	0.92
inti6	Wenn es mir Vorteile bringt, mache ich anderen Angst.	0.66	1.03	0.81	0.73	1.22	0.89
inti3	Ich tue Dinge, die Personen dazu bringen, mich zu fürchten, damit sie das tun, was ich will.	0.80	1.13	0.82	0.76	1.33	0.89
inti2	Ich verhalte mich so, dass andere Leute sich vor mir fürchten.	0.88	1.29	0.66	0.77	1.30	0.87
inti5	Ich drohe Anderen, wenn ich glaube, dass es mir hilft.	0.81	1.17	0.63	0.67	1.00	0.75
inti0	Ich schüchtere Andere ein, wenn ich glaube, damit zu bekommen, was ich will.	1.21	1.43	0.64	1.08	1.47	0.80
inti1	Ich verunsichere Andere, wenn ich glaube, dass es mir Vorteile bringt.	1.63	1.54	0.56	1.53	1.64	0.77
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .90; α_{t2} = .95 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .68		0.97	0.99		0.88	1.15	

Die 7-Item-Skala Einschüchterung ist mit α_{t1} = .90 in der Hauptstudie (Studie 2) und α_{t2} = .95 in der Reteststudie (Studie 3) sehr konsistent, was im Wesentlichen auf sehr hohe Trennschärfen zurückzuführen ist (vgl. Tabelle 5.1-5 Spalten r_{it}). Trotz dieser guten Voraussetzungen hinsichtlich der Itemkennwerte ist die Retestkorrelation in Relation zu den Stabilitäten der übrigen Selbstdarstellungsskalen mit r = 68. eher als mittelhoch zu bezeichnen.

5.1.6 Beispielhaftigkeit (exemplification)

In der sechsten Komponente (vgl. Tabelle 4.8-1, Komponente 6) sind alle fünf Items, die inhaltlich der Selbstdarstellungstechnik Beispielhaftigkeit zugeordnet wurden, weitgehend nebenladungsfrei auf einem Faktor zusammengefasst.

Sich selbst als vorbildlich und moralisch integer zu präsentieren kann als eine sehr klare Form so genannter positiver Selbstdarstellung aufgefasst werden (vgl. Mummendey, 2006). Dazu gehört zum einen, die eigene moralische Überlegenheit anzupreisen und sich als nach hoch bewerteten Normen handelnd zu präsentieren. Zum anderen ist

darunter der Anspruch subsumiert, Anderen als Modell zu dienen und zu erwarten, dass sie ihr Verhalten dem des Akteurs anpassen.

Tabelle 5.1-6 Skala *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
exem2	Ich versuche als Vorbild dafür zu dienen, wie sich eine Person verhalten sollte.	3.58	1.90	0.81	3.91	2.09	0.87
exem3	Ich versuche Andere dazu zu bringen, meinem Ideal zu folgen, indem ich mich vorbildlich verhalte.	3.21	1.83	0.80	3.59	2.20	0.89
exem1	Ich versuche Anderen durch mein Handeln eine Richtschnur für ihr Tun zu geben.	3.58	1.78	0.75	4.05	2.06	0.85
exem0	Ich versuche Anderen ein Vorbild zu sein, nach dem sie sich richten können.	4.04	1.88	0.71	4.35	2.06	0.87
exem5	Ich versuche Andere dazu zu bringen mich nachzuahmen, indem ich mit gutem Beispiel vorangehe.	2.90	1.87	0.71	3.09	1.99	0.81
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .90; α_{t2} = .95 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .71		3.46	1.57		3.80	1.90	

Die fünf Items der SPTS-Skala *exemplification* wurden nach der Übersetzung vollständig und unverändert für die Skala Beispielhaftigkeit übernommen. Die Items beinhalten v.a. den Versuch, moralisch zu handeln. Damit ist im Vergleich zur direkten Werbung für die eigene Person – erfasst durch die Skala Eigenwerbung (*self-promotion*) – eine „relative" Bescheidenheit in den Selbstbeschreibungen enthalten. Dennoch ist in den Aussagen zur Beispielhaftigkeit der normative Anspruch impliziert, durch das eigene Handeln Ideal und Modell für andere sein zu können. Es besteht folglich eine subjektive Gewissheit, das einschätzen und erreichen zu können, was als allgemein verbindliche Richtschnur dienen könnte. Die Skalenkonsistenz ist trotz der Kürze der Skala mit α_{t1} = .90 und zum zweiten Messzeitpunkt α_{t2} = .95 erstaunlich hoch, gleichzeitig ist die Retestkorrelation mit .71 für eine 5-Item-Skala als mittelhoch zu bewerten.

5.1.7 Abwerten (blasting)

Die sieben Items der Skala Abwerten bzw. Vernichten anderer (*blasting*), die auf der Komponente sieben (vgl. Tabelle 4.8-1 Mustermatrix der elf Komponenten der 103 Selbstdarstellungsitems, Komponente 7) laden, enthalten Verhaltensbeschreibungen, die andere Personen abwerten, diffamieren und destruktiv kritisieren. Begründungen für dieses Selbstdarstellungsverhalten sind weitgehend intuitive Haltungen des Akteurs, wie

fehlende Sympathie, wertende Aburteilungen und die Überzeugung, „auf der richtigen Seite zu stehen“ (vgl. Tabelle 5.1-7 Skala *Abwerten* (*blasting*)).

Das Abwerten von Personen, mit denen sich der Akteur nicht verbündet fühlt, wird als indirekte Erhöhung des eigenen Selbstwertes angesehen und gilt neben den direkten Eigenwerbungen (vgl. 5.1.1 Eigenwerbung (*self-promotion*)) als Mittel der Selbsterhöhung (vgl. Cialdini & Richardson, 1980).

Weitgehend durchgängig wird in den Items die sichere Haltung ausgedrückt, mit Recht über Andere urteilen zu können. Rechenschaft legt der Akteur für sein Abwerten Anderer (*blasting*) intuitiv und zirkulär ab: Ausgangspunkt ist die Überzeugung, eine Position einzunehmen, die richtig und verteidigungswürdig ist. Meinungsgegner stehen eben auf der „falschen Seite“ (z.B. „Ich weise unnachgiebig auf die falschen Standpunkte meiner Gegner hin.“). Außerdem werden die eigenen abwertenden Handlungen durch eine subjektive Überlegenheit des eigenen Standpunktes gerechtfertigt (z.B. „Ich äußere mich durchaus abfällig über Menschen, die es nicht anders verdient haben.“). In Aussagen dieser Skala wird ein implizites „Recht des Stärkeren und Besseren“ in Anspruch genommen, andere Menschen aus einem subjektiven Überlegenheitsgefühl heraus zu dominieren und abzuwerten.

Tabelle 5.1-7 Skala *Abwerten* (*blasting*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
blas3	Wenn ich bestimmte Leute nicht mag, halte ich mich mit negativen Äußerungen über sie nicht zurück.	4.10	1.97	0.70	3.83	1.87	0.85
blas7	Meine ablehnende Haltung unangenehmen Leuten gegenüber äußere ich sehr klar.	3.88	1.86	0.65	4.17	1.86	0.63
blas2	Ich äußere mich durchaus abfällig über Menschen, die es nicht anders verdient haben.	4.02	2.07	0.65	3.85	2.38	0.77
blas0	Ich äußere mich negativ über unangenehme Leute.	5.00	1.74	0.60	5.15	1.74	0.64
blas4	Wenn ich weiß, auf der richtigen Seite zu stehen, halte ich mich mit bissiger Kritik gegenüber Meinungsgegnern nicht zurück.	4.37	2.04	0.60	4.29	1.97	0.61
blas6	Ich weise unnachgiebig auf die falschen Standpunkte meiner Gegner hin	3.65	1.85	0.54	3.41	2.05	0.73
blas5	Ich übertreibe die negativen Eigenschaften von Personen, die mit mir konkurrieren	2.99	1.81	0.47	2.88	1.78	0.63
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .85; α_{t2} = .89 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .79		4.00	1.37		3.94	1.53	

Vergleichbar mit dem Übertreiben eigener Leistungen in der Skala Eigenwerbung (*self-promotion*) lässt sich auch in den Aussagen der Skala Abwerten ein sozialer Dominanzanspruch erkennen, der eine weniger direkte Form der Selbstaufwertung darstellt. Es findet eine Übertreibung des eigenen Werts mit umgekehrten Vorzeichen statt, indem durch die Abwertung Anderer eigene Leistungen aufgewertet werden (z.B. im Item „Ich übertreibe die negativen Eigenschaften von Personen, die mit mir konkurrieren.“).

Die Itemmittelwerte reichen von M = 2.99 des schwierigsten Items „Ich übertreibe die negativen Eigenschaften von Personen, die mit mir konkurrieren“ bis M = 5.00 des Items „Ich äußere mich negativ über unangenehme Leute“. Insgesamt liegt diese Skala mit einem Skalenmittelwert von M = 4.00 bzw. von M = 3.94 zum zweiten Messzeitpunkt im durchschnittlichen Schwierigkeitsbereich der Selbstdarstellungsskalen.

Die Sieben-Item-Skala Abwerten (*blasting*) zeigt sich über den Zeitraum von durchschnittlich 11,5 Monaten mit $r_{t1t2} = .79$ als zeitlich stabil. Erfreulich hohe Konsistenzwerte von $\alpha_{t1} = .85$ bzw. $\alpha_{t2} = .89$ bestätigen ein reliables Fundament.

5.1.8 Liebenswürdigkeit (kindness)

Jene elf Items, die die achte Komponente bilden, ohne dabei bedeutsame Nebenladungen auf anderen Komponenten aufzuweisen, enthalten die Darstellung von Toleranz, Anpassung und Meinungskonformität (vgl. Tabelle 4.8-1 Mustermatrix der elf Komponenten der 103 Selbstdarstellungsitems, Komponente 8). Die explizite Intention der Selbstdarstellungen ist darauf gerichtet, liebenswürdig, sympathisch und sozial integriert zu wirken. Inhaltliche Abgrenzungen zu anderen Selbstdarstellungskomponenten (vgl. Abschnitt 5.1.4 Selbstoffenbarung (self-disclosure) und Abschnitt 5.1.11 Einschmeicheln (ingratiation)), die ebenfalls auf *Sich-beliebt-machen* (*ingratiation* im weiteren Sinn) ausgerichtet sind, liegen im Wesentlichen auf Unterschieden im „Wie und Warum“ des Wegs dorthin.

Steht bei Items der Skala Selbstoffenbarung (*self-disclosure*) jeweils das Vermitteln des „authentischen Inneren“ der Person als Weg zur sympathisch eingeschätzten Person im Vordergrund, so treten in der Komponente *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) sozialakzeptierte Elemente wie Glaubwürdigkeit, Kompromissbereitschaft, Anpassungsfähigkeit und Toleranz ins Zentrum des beschriebenen Selbstdarstellungsverhaltens. Soziale Integration und Verbundenheit werden dabei forciert angestrebt. Der Akteur versucht,

akzeptiert und angenommen zu werden, was auch gerade durch das Zurückhalten der eigenen Meinung erreicht werden soll. Demgegenüber steht die Selbstdarstellungstechnik *Einschmeicheln* (*ingratiation*) (vgl. Abschnitt 5.1.11), in der der Akteur zwar ebenfalls um Zuneigung ringt, jedoch eher fremdaufwertende Elemente (*other-enhancement*) einsetzt, um daraufhin von hochgeschätzten Interaktionspartnern in eine vorteilhafte Position zu kommen.

Tabelle 5.1-8 *Liebenswürdigkeit* (*kindness*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
inpos9	Ich toleriere Werte und Einstellungen anderer, denn ich möchte, dass sie mit mir gut auskommen können.	5.58	1.50	0.53	5.53	1.29	0.56
cred3	Ich halte mein Wort, um das Vertrauen anderer mir gegenüber aufzubauen.	6.45	1.21	0.41	6.50	1.10	0.38
disc5	Damit mein Handeln von anderen nicht abgelehnt wird, versuche ich zuerst mögliche konträre Meinungen zu erkennen und meine daran anzupassen.	2.72	1.69	0.38	2.47	1.78	0.39
inpos8	Damit Leute, die ich treffe, mich mögen, lasse ich sie spüren, dass ich sie wirklich ernst nehme.	5.57	1.43	0.52	5.71	1.53	0.66
inpos0	Ich verhalte mich so, dass man mich sympathisch findet.	5.15	1.73	0.63	5.32	1.68	0.77
ingr4	Ich äußere Ansichten, die andere Personen mögen.	3.70	1.61	0.56	3.92	1.75	0.64
inpos3	Ich bin liebenswürdig, wenn mir die Gunst anderer wichtig ist.	4.52	2.10	0.50	4.98	2.00	0.65
inpos7	Ich gehe freundlich und sensibel mit anderen Menschen um, damit es mir nicht an angenehmer Gesellschaft mangelt.	5.15	1.70	0.53	5.17	1.71	0.58
ingr3	Um akzeptiert zu werden, äußere ich dieselben Meinungen wie andere.	2.00	1.60	0.41	2.08	1.85	0.45
cred4	Ich bin Anderen gegenüber ehrlich, um ihr Vertrauen zu bekommen.	6.16	1.37	0.37	6.21	1.22	0.34
spro9	Es ist mir wichtig zu zeigen, dass ich ein guter Mensch bin.	5.55	1.60	0.48	5.70	1.65	0.64
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .82; α_{t2} =.86 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .76		4.78	0.96		4.87	1.04	

Die nur scheinbare Ähnlichkeit der Skala *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) zur Skala *Einschmeicheln* (*ingratiation*) lässt sich allerdings genau an der Merkmalskombination von Ehrlichkeit und Meinungskonformität verdeutlichen: *Einschmeicheln* (vgl. Abschnitt 5.1.11) setzt deutlich mehr auf *Schmeicheleien* (*other-enhancement*), *Komplimente machen* (*flattery*) und schwindeln, um die Gunst anderer zu erhalten. Dies bildet

einen Gegensatz zur *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) (vgl. Abschnitt 5.1.4), die einen starken Akzent auf die Präsentation von Ehrlichkeit und Rechtschaffenheit setzt.

Thematisch enthält die Skala *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) auch Selbstdarstellungsverhalten, das als *Glaubwürdigkeit betonen* (*credibility*) bzw. *Vertrauenswürdigkeit herausstellen* (*trustworthiness*) beschrieben wurde (vgl. Mummendey, 1995). Besonders beeindruckend ist die Homogenität von Ehrlichkeit, Toleranz und Meinungskonformität in einer Komponente, wobei die Meinungskonformität ursprünglich als Merkmal der Selbstdarstellungstechnik *Einschmeicheln* (*ingratiation*) betrachtet wurde (vgl. Jones & Pittman, 1982).

Bei der Skala *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) fallen einige Besonderheiten auf: Sie enthält die Items mit den höchsten Mittelwerten, also den geringsten Itemschwierigkeiten (z.B. $M_{t1} = 6.45$ bzw. $M_{t2} = 6.50$ des Items „Ich halte mein Wort, um das Vertrauen anderer mir gegenüber aufzubauen."). Die Gesamtskala *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) weist innerhalb der Selbstdarstellungsskalen zu beiden Erhebungszeitpunkten die insgesamt zweithöchsten Skalenmittelwerte von $M_{t1} = 4.78$ bzw. $M_{t2} = 4.87$ auf. *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) ist nach *Entschuldigung* (*apology*) die am zweithäufigsten berichtete Selbstdarstellungsform (vgl. Tabelle 5.1-12 Aufsteigende mittlere Ausprägungen der Skalen habitueller Selbstdarstellung). Sowohl die Reliabilitäten beider Messzeitpunkte mit $\alpha_{t1} = .82$ bzw. $\alpha_{t2} = .86$ als auch die Retestkorrelation von $r_{t1/t2} = .76$ sind zufriedenstellend (vgl. Tabelle 5.1-8 *Liebenswürdigkeit* (*kindness*)).

5.1.9 Selbstbehinderung (self-handicapping)

Mit sechs Items grenzt Komponente 9 (vgl. Tabelle 4.8-1 Komponente 9) die Selbstdarstellungstechnik *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) von anderen Techniken ab. Sie besteht aus Items, die sich im Wesentlichen auf entschuldigende Argumente gegenüber sich selbst und anderen bezüglich Leistungsversagen und zeitliche Koordinationsprobleme beziehen. In der vorliegenden Skala *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) (vgl. Tabelle 5.1-9) wurde im Gegensatz zur SPTS eine Skalenbildung durch Items erreicht, die weder aus dem pathologischen Bereich stammen noch zu selten vorkommen, sondern durchaus alltäglich erscheinen: Dabei wurde auf Handicaps verzichtet, die voraussetzungsvolle Attributionen gegenüber dem eigenen Leistungsversagen heranziehen, wie Krankheit bzw. schlechte Gesundheit. Nicht mehr enthalten sind daher Items mit

eher belastungsbezogenen Inhalten, wie „Angst wirkt sich auf meine Leistungen störend aus“ oder „Ich werde krank, wenn ich unter Erfolgsdruck stehe.“

Tabelle 5.1-9 Selbstbehinderung (*self-handicapping*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	S_{t1}	r_{it}	M_{t2}	S_{t2}	r_{it}
sehc7	Die kleinen, aber dringenden Tätigkeiten nehmen mir allzu oft die Zeit für die tatsächlich von mir erwarteten Aufgaben.	3.85	1.77	0.67	4.23	1.90	0.73
sehc2	Wichtige Arbeiten schiebe ich viel zu lange auf, weil ich mich zu sehr auf andere Aktivitäten einlasse.	3.97	2.28	0.61	4.41	2.64	0.69
sehc4	Ich gebe mich mit Nebensächlichkeiten ab, bevor ich das eigentlich Wichtige beginne.	3.86	2.03	0.60	4.36	2.24	0.78
sehc5	Mir selbst auferlegte Verpflichtungen hindern mich daran, meine tatsächlichen Ziele zu erreichen.	3.02	1.77	0.43	3.50	1.98	0.33
sehc6	Wenn ich viele Aufgaben vor mir sehe, habe ich schon gar keine Kraft mehr, sie zu bewältigen.	3.07	1.90	0.49	3.32	2.19	0.56
excu4	Ich gleiche schwache Leistungen durch Ausreden aus.	2.15	1.53	0.39	2.24	1.66	0.54
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 $\alpha_{t1} = .78$; $\alpha_{t2} = .83$ – Retestkorrelation $r_{t1/t2} = .72$		3.32	1.31		3.68	1.56	

Mit internen Konsistenzen von $\alpha_{t1} = .78$ und $\alpha_{t2} = .83$ ist die Skala Selbstbehinderung zwar die am wenigsten reliable, doch kann man im Vergleich zur Vorstudie, in der Selbstbehinderung mit lediglich $\alpha = .48$ gemessen werden konnte, von einer durchaus passablen Verbesserung ausgehen. Die Retestkorrelation von r = .72 liegt im Vergleich zu den anderen zehn Selbstdarstellungsskalen im unteren Bereich. Streuung und Mittelwerte der Items repräsentieren den durchschnittlichen Schwierigkeitsgrad der Gesamtskala (vgl. Tabelle 5.1-12 Aufsteigende mittlere Ausprägungen der Skalen habitueller Selbstdarstellung).

5.1.10 Rechtfertigung (justification)

Mit 13 Items zeigt sich die zehnte Komponente aus der Oblimin-Rotation als Repräsentation der Selbstdarstellungstechnik *Rechtfertigung* (*justification*) (vgl. Tabelle 4.8-1 Komponente 10).

Neben der bereits oben angeführten Selbstdarstellungskomponente *Entschuldigung* (*apology*) gehören auch die Rechtfertigungen zu den von Scott und Lyman (1968) als „Bilanzierungsstrategien“ bezeichneten Selbstdarstellungstechniken. *Rechtfertigung*

beschreibt ein Selbstdarstellungsverhalten, das im Gegensatz zur Technik *Entschuldigung* durch Argumente die selbstverantwortete Schuld zu reduzieren oder zu leugnen versucht. Hierzu wird zwar über das eigene problematische Verhalten Rechenschaft abgelegt, jedoch zugleich argumentativ Schuld zu reduzieren versucht.

Tabelle 5.1-10 Skala *Rechtfertigung* (*justification*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	SD_{t1}	r_{it}	M_{t2}	SD_{t2}	r_{it}
just1	Ich bringe akzeptable Gründe vor, um Verhalten zu rechtfertigen, das andere möglicherweise nicht mögen.	4.53	1.77	0.57	4.94	1.81	0.80
disc4	Ich rechtfertige im Voraus solche Handlungen, die Andere möglicherweise nicht mögen.	4.08	1.77	0.67	4.21	1.82	0.72
disc1	Bevor ich etwas tue, was Andere für falsch halten könnten, versuche ich es ihnen zu erklären.	4.97	1.70	0.52	5.18	1.64	0.62
disc6	Wenn ich befürchte, dass Andere die Umsetzung meiner Vorhaben kritisieren könnten, lege ich lieber vorher meine Argumente dar, um Missstimmungen zu vermeiden.	4.57	1.66	0.61	4.71	1.73	0.61
just0	Wenn Andere mein Verhalten negativ beurteilen, dann mache ich ihnen verständlich, warum ich so gehandelt habe, damit sie verstehen, dass mein Verhalten gerechtfertigt war.	5.37	1.67	0.44	5.59	1.75	0.64
just4	Wenn ich mich so verhalten habe, dass Andere es als seltsam empfinden, erkläre ich, warum es gut ist, so zu handeln, wie ich es getan habe.	4.35	1.77	0.51	4.76	1.81	0.58
just2	Nach Fehlverhalten versuche ich Anderen verständlich zu machen, dass sie an meiner Stelle genauso gehandelt hätten.	3.54	1.86	0.56	3.98	1.89	0.70
disc2	Ich versuche die Zustimmung Anderer einzuholen, bevor ich etwas tue, was sie negativ auffassen könnten.	4.91	1.81	0.49	4.71	1.87	0.57
excu2	Wenn etwas schief geht, dann erkläre ich, warum ich nicht verantwortlich bin.	3.35	1.73	0.50	3.29	1.89	0.47
disc3	Wenn ich glaube, dass ich keine guten Leistungen erzielen werde, verweise ich im Voraus auf die Gründe.	4.28	1.96	0.55	4.18	1.81	0.60
excu3	Ich rede mich heraus, wenn mir etwas vorgeworfen wird.	3.49	1.60	0.47	3.32	1.83	0.52
excu0	Ich finde Entschuldigungen für eigene schlechte Leistungen.	3.89	1.80	0.40	4.14	1.77	0.54
excu5	Um zu verhindern, für Fehler und Mängel beschuldigt zu werden, erzähle ich Anderen, dass es keine Absicht war.	3.33	1.86	0.49	3.62	1.94	0.61
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .86; α_{t2} = .90 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .73		4.20	1.08		4.36	1.23	

Rechtfertigung (*justification*) wird dabei genutzt, um für eigenes, möglicherweise von anderen unerwünschtes Verhalten nicht zur Rechenschaft gezogen zu werden. Die Verantwortung für das eigene Handeln wird zwar übernommen, die Gründe jedoch als vernünftig, nachvollziehbar und als Produkte von einleuchtenden Vergleichsprozessen angesehen, die kein „besseres“ Handeln zugelassen hätten. Als gute Gründe werden einerseits allgemein sozial akzeptierte Werte herangezogen, andererseits bei noch nicht geteilten Werten diese durch verschiedene Argumentationen bestärkt und verteidigt.

Zentral für die vorliegende Skala *Rechtfertigung* (*justification*) ist der Appell an Verbündete, das Fehlverhalten als normale Verhaltensweise in der jeweiligen Situation zu akzeptieren (vgl. z.B. das Item „Nach Fehlverhalten versuche ich anderen verständlich zu machen, dass sie an meiner Stelle genauso gehandelt hätten.“). Indirekt ist dieser Appell durch das oben genannte Vorbringen von „guten Gründen“ vermittelt.

Eine weitere Form des sich Herausredens aus *sozial heiklen Lagen* (*predicaments*), für die der Akteur als Verursacher in die Pflicht genommen werden könnte, ist das direkte Leugnen der Verantwortung für unangenehme Resultate (*disclaimer*), bzw. das *Sich-herauszureden* (*excuse*), um andere davon zu überzeugen, die verursachten Verhaltensergebnisse nicht beabsichtigt zu haben. Umgangssprachlich wird die Technik der *Ausrede* (*excuse*) als „sich herausreden“ oder „sich herauswinden“ gebrandmarkt, wenn es sich hierbei um gescheiterte Versuche handelt, die persönliche Schuld abzustreifen. *Ausreden* (*excuses*) implizieren bereits eine Kenntnis des fehlerhaften eigenen Handelns und das Motiv, dieses Wissen um die eigenen Schwächen und Fehlleistungen möglichst Anderen vorzuenthalten, um nicht die Schuld an Ergebnissen des eigenen Verhaltens tragen zu müssen.

Ein drittes inhaltliches Element der Komponente *Rechtfertigung* (*justification*) wird als *vorsorgliches Abschwächen* (*disclaimer*) bezeichnet: Erklärungen und Argumente für das eigene Handeln werden vorsorglich genannt, um eine sozial kritische Situation, wie sie sich durch eine Beschuldigung oder Verurteilung durch andere ergeben könnte, möglichst zu vermeiden. Ziel ist hierbei, sich ein wohlwollendes Umfeld zu schaffen und die Reaktionen Anderer auf das eigene Handeln so günstig wie möglich zu gestalten. Schlenker und Leary (1982) nennen als Funktion des *vorsorglichen Abschwächens* (*disclaimer*) auch das Ausloten möglicher Reaktionen der Interaktionspartner auf eine geplante Verhaltensweise, um diese gegebenenfalls abzuändern bzw. sozial verträglicher zu gestalten.

Die 13 Items umfassende Skala *Rechtfertigung* (*justification*) wies mit α_{t1} = .86 in der Hauptstudie und α_{t2} = .90 in der Retestuntersuchung sehr zufriedenstellende interne Konsistenzen auf. Mit $r_{t1/t2}$ = .72 liegt die Stabilität dieser Selbstdarstellungstechnik im durchschnittlichen Bereich.

5.1.11 Einschmeicheln (ingratiation)

Auf der elften Komponente (vgl. Tabelle 4.8-1 Komponente 11) laden jene Items, die sich zur Skala *Einschmeicheln* (*ingratiation*) zusammenfassen lassen. *Einschmeicheln* ist in dieser Skalierung jedoch keine Reinform von Schmeichelei und Vergabe von Komplimenten (*flattery*). In Annäherung an die Zusammenfassung von Jones und Wortman (1973) entspricht *Einschmeicheln* (*ingratiation*) Verhaltensweisen, die helfen sollen, die Gunst Anderer zu erwerben. *Einschmeicheln* kann bewirken, dass die Zielpersonen den Akteur für die erhaltenen Gefälligkeiten lieber mögen als zuvor (vgl. Tedeschi & Riess, 1981) und ihm helfen, seinen Zielen näher zu kommen. Damit grenzt sich die Technik zur Skala *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) ab, die auf direkte Schmeicheleien (*flattery*) und Komplimente verzichtet und mehr Wert auf die Vermittlung der eigenen Glaubwürdigkeit, Kompromissbereitschaft, Anpassungsfähigkeit und Toleranz gelegt wird (vgl. Abschnitt 5.1.8).

Die Schwierigkeiten, die auftreten, wenn sich eine Person in Interaktionen durch Schmeicheleien und Aufwertungen des Gegenübers beliebt machen möchte, könnten in der Selbstbeschreibung dieser Verhaltensweisen weniger stark ins Gewicht fallen. Gemeint ist das so genannte „Ingratiatior's-Dilemma", in das Personen geraten, wenn ihr einschmeichelndes Verhalten durch den Interaktionspartner als intentionales Taktieren entblößt wird. Die Abhängigkeit vom Interaktionspartner nimmt damit weiter zu, wobei die Wahrscheinlichkeit mit Schmeicheleien und Aufwertungen Erfolg zu haben, abnimmt. *Einschmeicheln* (*ingratiation*) zählt zu den vier schwierigsten Skalen (neben den Komponenten Eigenwerbung, Untertreibung und Einschüchtern).

Tabelle 5.1-11 Skala *Einschmeicheln* (*ingratiation*)

Item-Nr.	Item	M_{t1}	S_{t1}	r_{it}	M_{t2}	S_{t2}	r_{it}
ingr2	Ich mache Komplimente, um Personen auf meine Seite zu bringen.	2.74	1.89	0.67	3.53	2.28	0.78
ingr1	Ich benutze Schmeicheleien, um die Gunst anderer zu gewinnen.	2.43	1.79	0.61	3.21	2.02	0.69
supp4	Ich zeige meine Hilfsbedürftigkeit, wenn ich erwarten kann, dass andere mich dann unterstützen.	3.77	1.88	0.48	3.64	1.79	0.51
supp3	Ich bringe andere dazu zu glauben, dass ich etwas nicht kann, um ihre Hilfe zu bekommen.	2.28	1.64	0.59	2.32	1.91	0.69
supp2	Ich erzähle anderen, dass sie überzeugender und fähiger sind als ich, um sie dazu zu bringen, etwas für mich zu tun.	2.11	1.77	0.58	2.24	1.87	0.58
inpos1	Wenn ich einen guten Eindruck hinterlassen möchte, verhalte ich mich bescheiden.	4.65	1.87	0.50	4.56	1.96	0.61
inpos2	Ich zeige Bescheidenheit, wenn ich bei anderen Menschen gut ankommen möchte.	4.18	1.94	0.52	4.35	2.14	0.66
ingr5	Ich erweise Personen Gefälligkeiten, um sie dazu zu bringen, mich liebenswert zu finden.	3.33	1.90	0.60	3.91	2.24	0.64
ingr7	Ich schwindle schon mal, damit andere mich mögen.	2.43	1.75	0.47	2.70	1.86	0.63
Gesamtskala zu den Messzeitpunkten t_1 und t_2 α_{t1} = .84; α_{t2} = .89 – Retestkorrelation $r_{t1/t2}$ = .78		3.10	1.22		3.38	1.47	

Die Skala *Einschmeicheln* (*ingratiation*) weist mit α_{t1} = .84 in der Hauptstudie und α_{t2} = .89 in der Reteststudie für eine 9-Item-Skala hohe interne Konsistenzen auf. Der Test-Retest-Korrelationswert von $r_{t1/t2}$ = .78 war neben den Stabilitäten der Skalen Eigenwerbung (vgl. Abschnitt 5.1.1) und Abwerten anderer (vgl. Abschnitt 5.1.7) am höchsten.

5.1.12 Deskriptive und Korrelationen der Skalen habitueller Selbstdarstellung

Die Nutzungshäufigkeiten habitueller Selbstdarstellung repräsentieren den durchschnittlichen Einsatz bestimmter Darstellungstechniken in den Stichproben (vgl. Tabelle 5.1-12). Der höchste durchschnittliche Skalenwert wird auf der Skala *Entschuldigung* (*apology*) erreicht, gefolgt von der Skala *Liebenswürdigkeit* (*kindness*). Am dritthäufigsten wird die Selbstdarstellungstechnik *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) verwendet. Mit Abstand am seltensten wird zu beiden Erhebungszeitpunkten von den Probanden angegeben, *Einschüchterung* (*intimidation*) zu verwenden. Mit einem Mittelwert

von < 1 und ihrer extremen Rechtsschiefe liegt eine ungünstige Verteilung für diese Variable vor. Mit Verteilungs-Anpassungstests wurde geprüft, ob Variablen als normalverteilt angesehen werden können. So zeigte sich bei der Skala Intimidation im Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest eine überzufällige Abweichung von der Normalverteilung, sodass anhand der Verteilung dieser Skala in der Stichprobe N = 325 der Hauptuntersuchung (Studie 2) nicht auf eine Normalverteilung der Rohwerte in der Grundgesamtheit geschlossen werden kann.

Tabelle 5.1-12 Aufsteigende mittlere Ausprägungen der Skalen habitueller Selbstdarstellung

Variable	Skalenbezeichnung	M_{t1}	SD_{t1}	α_{t1}	M_{t2}	SD_{t2}	α_{t2}	$r_{t1/t2}$
02apol	Entschuldigung (*apology*)	5.43	1.04	0.81	5.44	0.88	0.72	0.74
08sym	Liebenswürdigkeit (*kindness*)	4.78	0.96	0.82	4.87	1.04	0.86	0.76
04slfd	Selbstoffenbarung (*self-disclosure*)	4.57	1.28	0.87	4.80	1.49	0.91	0.74
10just	Rechtfertigung (*justification*)	4.20	1.08	0.86	4.36	1.23	0.90	0.73
07blas	Abwerten (*blasting*)	4.00	1.37	0.85	3.94	1.53	0.89	0.79
06exe	Beispielhaftigkeit (*exemplification*)	3.46	1.57	0.90	3.80	1.90	0.95	0.71
09sehc	Selbstbehinderung (*self-handicapping*)	3.32	1.31	0.78	3.68	1.56	0.83	0.72
11ingr	Einschmeicheln (*ingratiation*)	3.10	1.22	0.84	3.38	1.47	0.89	0.78
01spro	Eigenwerbung (*self-promotion*)	3.00	1.14	0.93	3.22	1.36	0.96	0.83
03und	Untertreibung (*understatement*)	2.81	1.28	0.85	2.78	1.37	0.86	0.65
05inti	Einschüchterung (*intimidation*)	0.97	0.99	0.90	0.88	1.15	0.95	0.68
	Mittlere Werte über alle Skalen:	3.60			3.74			0.74

Anmerkungen: t_1 = Stichprobe zum Zeitpunkt 1 mit N = 325; t_2 = Stichprobe zum Zeitpunkt 2 mit N = 66

In Tabelle 5.1-12 werden die mittleren Skalenausprägungen der Hauptstudie (Studie 2) und der Reteststudie (Studie 3) in aufsteigender Reihenfolge einander gegenübergestellt. Die hohe zeitliche Stabilität der Selbstdarstellungsskalen wird für den Testwiederholungszeitraum von annähernd einem Jahr bei einem durchschnittlichen Testwiederholungskoeffizienten von $r_{t1/t2}$ = .74 deutlich. Der Range liegt dabei vom niedrigsten

Test-Retestkorrelationskoeffizienten $r_{t1/t2}$ = .65 für die Skala Untertreibung bis $r_{t1/t2}$ = .83 für die Skala Eigenwerbung in Bereichen (vgl. Spalte $r_{t1/t2}$ in Tabelle 5.1-12), die eine zeitlich relativ stabile Erfassung der Nutzung von Selbstdarstellungstechniken unterstreicht.

Auffallend ist darüber hinaus die identische Rangplatzfolge der Selbstdarstellungsskalen zu beiden Untersuchungszeitpunkten. Neben der hohen zeitlichen Stabilität der Merkmale habitueller Selbstdarstellung weist diese Parallelität auf eine konsistente Nutzungshäufigkeit der Selbstdarstellungstechniken untereinander hin. Da die Items aufgrund einer schiefwinkligen Hauptkomponentenanalyse den Skalen zugeordnet wurden, - deren Komponentenachsen demnach korrelieren dürfen - ist zu erwarten, dass auch die daraus gebildeten Skalenvariablen bedeutsam korrelieren.

Tabelle 5.1-13 Korrelation der Selbstdarstellungsskalen in der Hauptstudie (N = 325) und der Reteststudie (N = 66)

	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**
1. Eigenwerbung (self-promotion)		**0.64** **	**0.39** **	**0.32** **	**0.33** **	**0.54** **	**0.40** **	**0.35** **	-0.12 n.s.	**0.48** **	**0.59** **
2. Abwerten (blasting)	**0.43** **		0.27 *	0.03 n.s.	**0.31** **	**0.53** **	0.28 *	0.29 *	-0.14 n.s.	**0.49** **	**0.42** **
3. Beispielhaftigkeit (exemplification)	**0.44** **	**0.24** **		-0.02 n.s.	0.21 n.s.	**0.54** **	**0.54** **	**0.40** **	0.18 n.s.	**0.41** **	**0.46** **
4. Selbstbehinderung (self-handicapping)	0.19 **	0.18 **	0.07 *		**0.34** **	**0.35** **	0.28 *	0.18 n.s.	0.04 n.s.	0.05 n.s.	**0.40** **
5. Untertreibung (understatement)	**0.29** **	**0.28** **	**0.31** **	**0.37** **		**0.57** **	**0.45** **	0.26 n.s.	0.13 n.s.	0.14 n.s.	**0.49** **
6. Einschmeicheln (ingratiation)	**0.41** **	**0.29** **	**0.35** **	**0.38** **	**0.56** **		**0.73** **	**0.46** **	0.26 n.s.	**0.48** **	**0.61** **
7. Liebenswürdigkeit (kindness)	**0.27** **	0.13 n.s.	0.27 **	0.24 **	**0.34** **	**0.54** **		**0.50** **	**0.45** **	0.23 n.s.	**0.52** **
8. Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.31** **	0.18 **	**0.28** **	0.11 *	0.21 n.s.	**0.32** **	**0.53** **		**0.37** **	0.14 n.s.	**0.42** **
9. Entschuldigung (apology)	-0.09 **	0.10 n.s.	0.04 n.s.	0.04 n.s.	0.13 n.s.	0.08 n.s.	**0.32** *	**0.25** **		-0.16 n.s.	0.19 n.s.
10. Einschüchtern (intimtation)	**0.40** **	**0.42** **	**0.29** **	**0.21** **	**0.20** **	**0.35** **	0.01 **	0.01 **	**-0.25** **		0.22 n.s.
11. Rechtfertigung (justification)	**0.39** **	**0.30** **	**0.34** **	**0.34** **	**0.47** **	**0.53** **	**0.51** **	**0.32** **	**0.30** **	0.18 **	

Anmerkungen: Unter der Diagonale befinden sich die Korrelationen der Hauptstudie, oberhalb die der Reteststudie; * = p < .05, ** = p < .01; sehr signifikante Korrelationen über .25 sind der Übersichtlichkeit halber fett gedruckt.

In Tabelle 5.1-13 sind sämtliche Interkorrelationen der elf Selbstdarstellungsskalen, wie sie sich in der Hauptstudie und der Reteststudie ergaben, dargestellt. Wie aus den Interkorrelationen der Selbstdarstellungsskalen ersichtlich wird, sind die Zusammen-

hänge zwischen den Selbstdarstellungstechniken fast durchgängig positiv. Lediglich die verteilungscharakteristisch kritische Skala *Einschüchtern* (*intimidation*) weist einen negativen Zusammenhang mit *Entschuldigung* (*apology*) auf. Die Korrelationen reichen von Nullkorrelationen bis zu mittelhohen Zusammenhängen von r > .50.

Dieses Korrelationsmuster verweist auf ein Gefüge von engeren und weiteren Beziehungen zwischen den Techniken. Einige Selbstdarstellungstechniken korrelieren relativ hoch miteinander, wie z.B. zwischen den Techniken *Untertreibung* (*understatement*) und *Einschmeicheln* (*ingratiation*) mit r = .56 und auch *Selbstbehinderung* mit diesen jeweils mit r > .37. Auch zwischen *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) und *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) zeigen sich mit r = .53 deutliche Zusammenhänge. Durchgängig positiv korreliert die Technik *Rechtfertigung* in der Hauptstudie mit fast allen anderen Selbstdarstellungstechniken. Andererseits verweisen sehr niedrige und Nullkorrelationen auf eine relative Unabhängigkeit einzelner Skalen von ganzen Gruppen anderer Selbstdarstellungstechniken: So korreliert die Skala *Entschuldigung* (*apology*) nur mit *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) und *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*), kaum aber mit anderen Techniken. Ein völlig paralleles Korrelationsmuster ist in der Reteststichprobe allerdings nicht durchgängig vorhanden, was durch die deutlich geringere Stichprobengröße und durch die kaum zufällige Stichprobenziehung aufgrund der Selbstselektion der Teilnehmer bedingt sein kann. Die Annahme liegt nahe, dass den Selbstdarstellungstechniken eine abstraktere, systematisch ordnende Struktur zugrunde liegt. Dieser Vermutung wurde mit Hilfe einer sekundären Komponentenanalyse nachgegangen, die im folgenden Abschnitt dargestellt wird.

5.2 Dimensionale Struktur habitueller Selbstdarstellung

Aus der Frage nach der dimensionalen Struktur habitueller Selbstdarstellung (vgl. Abschnitt 3.4) ergibt sich das Problem der Ordnungsstruktur von Selbstdarstellungstechniken. In verschiedenen Taxonomien der Selbstdarstellung wurde in den letzten Jahrzehnten versucht, Selbstdarstellungstechniken systematisch zu ordnen (vgl. Jones & Pittman, 1982; Mummendey, 1990; Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld, 1985; Schütz, 1998). Hierzu wurden in erster Linie inhaltliche Plausibilitätsbegründungen sowie funktionale und kontextspezifische Ähnlichkeiten herangezogen, um Selbstdarstellungstechniken zu ordnen und teilweise hierarchisch zusammenzufassen.

Diskussionen über Selbstdarstellung unterstellen häufig dem Akteur in erster Linie das Streben nach einem positiven Image bei Anderen, um soziale Zustimmung von ihnen zu erhalten. Sollte das Streben nach sozialer Zustimmung die Grundlage für den Einsatz von Selbstdarstellungstechniken sein, ist zu erwarten, dass die zugrunde liegende Struktur der Selbstdarstellungsskalen eindimensional ist. Eine zweifaktorielle inhaltliche Struktur wird dagegen von Tedeschi et al. (1985) vorgeschlagen: Neben der Einteilung von Selbstdarstellungstechniken nach ihrem zeitlichen Bezug in Taktiken und Strategien werden sie inhaltlich nach den Begriffen assertiv und defensiv unterschieden (vgl. 2.5 Selbstdarstellung). Lee et al. (1999) bestätigten diese zweifaktorielle Struktur der Selbstdarstellungstechniken mit den zwölf Techniken der „self-presentation tactics scale“ (SPTS). Durch die direkte Umsetzung der SPTS in eine deutsche Fassung (vgl. Abschnitt 4.7.3) konnte allerdings die zweifaktorielle Struktur in der Vorstudie (Studie 1) nicht repliziert werden. Die Interkorrelationen und eine explorative Komponentenanalyse ließen die Zweidimensionalität der zwölf Skalen nach Lee et al. (1999) unsicher erscheinen. Aufgrund der bereits oben kritisierten schwachen Reliabilitäten der Skalen (vgl. Abschnitt 4.7.2 Empirische Überprüfung in der Vorstudie) und der kleinen Stichprobe N = 44 leistet diese Analyse jedoch lediglich schwache Hinweise auf eine ggf. zugrunde liegende faktorielle Struktur der Selbstdarstellungstechniken.

Aufgrund der Schiefwinkligkeit der elf Primärdimensionen und der daraus erwarteten und resultierenden Interkorrelation der Primärskalen (vgl. Tabelle 5.1-13) bietet sich eine Extraktion höherer Ordnung an. Die neu entwickelten Skalen habitueller Selbstdarstellungstechniken der Studie 2 (N = 325), die den geforderten psychometrischen Gütekriterien entsprechen, wurden einer weiteren Faktorenanalyse unterworfen, um deren Sekundärstruktur zu überprüfen.

Um die Korrelationsmatrix möglichst vollständig und mit wenig Informationsverlust zu reproduzieren, wird häufig (vgl. Borg & Staufenbiel, 1993; Steiger & Schönemann, 1978) die Hauptkomponentenmethode mit Oblimin-Rotation vorgeschlagen. Mit Hilfe einer Hauptkomponentenanalyse (PCA) mit nachfolgender Rotation der Faktoren durch die direkte Oblimin Methode mit delta = 0 werden Faktoren höherer Ordnung aus Primärskalen extrahiert (vgl. Bühner, 2004; Revenstorf, 1980). Diese Technik wurde auch durch Schneewind und Graf (1998) zur Konstruktion der Globalfaktoren des 16-PF erfolgreich genutzt und gilt in diesem Fall als Methode der Wahl.

Für die Stichprobe der Studie 2 (N = 325) resultieren für die elf Primärskalen als anfängliche Eigenwerte der Hauptkomponentenanalyse 3.88, 1.75, 1.10, 0.76, 0.72,

0.60, 0.56, 0.53, 0.45, 0.37, 0.30. Eine Wiederholung der Faktorenanalyse zweiter Ordnung mit den Daten der Reteststudie – Studie 3 (N = 66) – erbrachte folgenden Eigenwertverlauf: 4.61, 1.69, 1.23, 0.71, 0.69, 0.58, 0.47, 0.37, 0.28, 0.23, 0.16. Zur Bestimmung der Faktorenzahl weisen alle relevanten Kriterien, wie „Scree-Test", „Eigenwertkriterium > 1" sowie eine Paralleltestanalyse mittels der SPSS-Syntax nach O'Conner (2000), auf drei Komponenten hin. Durch diese drei Komponenten wird in der Hauptstudie 61% der Varianz aufgeklärt. Auch andere Rotationsmethoden, wie die häufig verwendete Varimax-Rotation, führen zu vergleichbaren Ladungsmustern der Selbstdarstellungsskalen.

Tabelle 5.2-1 Mustermatrix aus elf Primärskalen der Selbstdarstellung

N = 325	Komponente		
	1 freundlich	2 assertiv	3 selbstabwertend
Selbstoffenbarung	**.73**	-.27	.11
Liebenswürdigkeit	**.71**	-.06	-.27
Entschuldigung	**.68**	**.42**	-.12
Eigenwerbung	.15	**-.76**	-.03
Einschüchtern	-.37	**-.69**	-.21
Abwerten	-.08	**-.65**	-.14
Beispielhaftigkeit	.33	**-.64**	.10
Selbstbehinderung	-.14	.10	**-.86**
Untertreibung	.15	-.12	**-.67**
Einschmeicheln	.25	-.30	**-.58**
Rechtfertigen	**.43**	-.18	**-.49**

Anmerkung: zur besseren Übersichtlichkeit sind Ladungen > .40 fett dargestellt

5.2.1 Selbstdarstellungsfaktor Freundlichkeit

Die erste Komponente zeichnet sich vorwiegend durch die Variablen *Selbstoffenbarung* und *Liebenswürdigkeit* aus; sie wird durch diese Skalen mit Ladungen > .70 angeführt. Als drittstärkste Variable lädt die Skala Entschuldigung mit .68 auf dieser Komponente, die sich – vergleichbar mit *Selbstoffenbarung* und *Liebenswürdigkeit* – sowohl durch die Anpassung der Selbstdarstellung an äußere soziale Wertmaßstäbe als auch durch präsentierte Integration in sozialen Bezügen auszeichnet.

Als Benennung dieses ersten Faktors bietet sich daher die Bezeichnung Freundlichkeit an. Verankerungen für den Oberbegriff Freundlichkeit leiten sich aus den zentralen Inhalten der drei stark ladenden Skalen *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*), *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) und *Entschuldigung* (*apology*) ab, die jene sprachlichen Konnotationen des Begriffs Freundlichkeit wie Offenherzigkeit, Freimütigkeit, Aufrichtigkeit oder Geständnisbereitschaft beinhalten.

5.2.2 Selbstdarstellungsfaktor Assertivität

Komponente zwei lässt sich aufgrund der Inhaltsähnlichkeiten der sie dominierenden Skalen als assertiven Faktor der Selbstdarstellung benennen. Angeführt wird die zweite Komponente durch die Skala Eigenwerbung, die jene theoretisch voneinander unabhängig beschriebenen Selbstdarstellungstechniken *Übertreibung* (*enhancement*) und *Ansprüche stellen* (*entitlement*) enthält. Die Skala *Abwerten anderer* (*blasting*) wurde bereits von Tedeschi et al. (1985) aus inhaltlichen Gründen den Techniken der *Eigenwerbung* zugeordnet. Durch das Abwerten anderer Personen kann man sich selbst aufwerten, um kompetent und intelligent zu wirken.

5.2.3 Selbstdarstellungsfaktor Selbstabwertung

Die dritte Komponente erweist sich als Zusammenschluss von Selbstdarstellungstechniken, in denen sich der Akteur aus einer Position der Schwäche bzw. sich den Interaktionspartnern unterordnenden Position präsentiert. Schwäche wird besonders in der Skala *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) durch das Bestreiten der Kontrollfähigkeit in Leistungssituationen deutlich. Die Abwertung der eigenen Person zeigt sich vorwiegend in der *Untertreibung* (*understatement*): Leistungen und Fähigkeiten werden in der Selbstdarstellung als wenig wertvoll präsentiert, um von Interaktionspartnern eine aufwertende Korrektur dieser Darstellungen abzutrotzen. Eine indirekte Selbstabwertung geschieht durch *Schmeicheleien* (*ingratiation*), indem andere durch Komplimente aufgewertet, die eigene Person dagegen als schwach, bescheiden und hilfsbedürftig präsentiert wird, um Hilfe zu bekommen. Die Selbstdarstellungstechnik Rechtfertigen, die als typisch defensiv verstanden werden kann, lädt nicht einheitlich auf dieser dritten Komponente, sondern weist eine substanzielle Nebenladung auf der Komponente Freundlichkeit auf.

5.2.4 Sekundärstruktur habitueller Selbstdarstellung

Zur Bildung von Sekundärskalen auf der Basis der Faktorenanalyse zweiter Ordnung wurden jeweils die drei am stärksten ladenden Skalen herangezogen. Durch diese Auswahl sollte die Einfachstruktur der drei extrahierten Selbstdarstellungsdimensionen erreicht werden. Hierzu wurde die Skala *Einschüchtern* (*intimidation*) aufgrund ihrer extremen Verteilungsform nicht genutzt, da deren Verzerrung für eine gute Repräsentation durch Faktoren untragbar erscheint. *Rechtfertigen* (*justification*) wurde aufgrund der Problematik ihrer Doppelladungen ausgeschlossen. Eine weitere daraufhin durchgeführte Komponentenanalyse zweiter Ordnung anhand der übrigen neun Selbstdarstellungsskalen führte zu einer Einfachstruktur der Selbstdarstellungstechniken auf drei Faktoren, wie folgende Tabelle zeigt.

Tabelle 5.2-2 Mustermatrix der neun ausgewählten Selbstdarstellungsskalen

N = 325	Komponente		
	1 assertiv	2 selbst-abwertend	3 freundlich
Eigenwerbung	**.80**		
Abwerten	**.65**		
Beispielhaftigkeit	**.70**		
Selbstbehinderung		**.88**	
Untertreiben		**.69**	
Einschmeicheln	.30	**.60**	
Liebenswürdigkeit			**.70**
Selbstoffenbarung	.37		**.68**
Entschuldigung	-.34		**.78**

Anmerkung: Ladungen < .3 sind der Übersichtlichkeit halber nicht dargestellt

Aus den jeweils drei auf den drei Komponenten ladenden Skalen wurde zur Darstellung der Komponentenausprägungen je ein gemeinsamer Skalenwert gebildet, der durch Summation erzeugt wurde.

Tabelle 5.2-3 Interkorrelation der Komponentenindizes

Komponentenindizes	Komponente 1 assertiv	3 selbstabwertend	2 freundlich
assertive Selbstdarstellung		.43**	.26**
selbstabwertende Selbstdarstellung	.43**		.36**
freundliche Selbstdarstellung	.26**	.36**	

Tabelle 5.2-3 enthält die Interkorrelationen der Komponentenskalen für die folgenden drei resultierenden Faktoren: (1) *assertive Selbstdarstellung* (gebildet aus den Skalen *Eigenwerbung*, *Beispielhaftigkeit* und *Abwerten*), (2) *selbstabwertende Selbstdarstellung* (gebildet aus den Skalen *Selbstbehinderung*, *Untertreiben* und *Einschmeicheln*) sowie (3) *freundliche Selbstdarstellung* (gebildet aus den Skalen *Entschuldigung*, *Liebenswürdigkeit* und *Selbstoffenbarung*). Bemerkenswert ist der höhere Zusammenhang der assertiven mit der selbstabwertenden Selbstdarstellungskomponente. Assertive Selbstdarstellung ist im Wesentlichen darauf gerichtet, sich selbst aufzuwerten. Dagegen steht selbstabwertende Selbstdarstellung für den Einsatz von Techniken, die über den Umweg der Selbstabwertung auf Wiederaufwertung, Verständnis und Hilfestellung durch Interaktionspartner abzielen. Neun der elf Selbstdarstellungstechniken können demnach unter den drei abhängigen Dimensionen assertiver, selbstabwertender und freundlicher Selbstdarstellung als eine faktoriell belegte hierarchische Taxonomie habitueller Selbstdarstellung beschrieben werden.

5.2.5 Diskussion der Taxonomie habitueller Selbstdarstellung

Habituelle Selbstdarstellungen können als differentielle Persönlichkeitsmerkmale erfasst und strukturiert werden. Als habituelle Selbstdarstellung lassen sich Selbsteinschätzungen gegenüber den routinemäßig genutzten Selbstdarstellungstechniken in zweifacher Hinsicht auffassen. Zum einen gaben die Probanden den gewohnheitsmäßigen Gebrauch von Selbstdarstellungstechniken an, wodurch der langfristige Charakter dieser Selbstauskunft durch die Erhebungsmethode immanent ist. Zum anderen verweisen die zeitlich relativ stabilen Ausprägungen dieser Selbstberichte auf die Möglichkeit, Selbstdarstellungsbemühungen als habituelle und damit als Persönlichkeitsmerkmale mit dispositionellem Charakter zu verstehen, hinsichtlich derer sich Personen unterscheiden.

Die offensichtlichen Unterschiede in der Selbstbeschreibung von Selbstdarstellungen und Eigenschaften liegen zunächst in der Itemformulierung. Im ersten Fall beinhalten sie den ausdrücklichen Gebrauch von Selbstdarstellungstechniken zur Verfolgung von Interaktionszielen, im anderen kommen sie weitgehend ohne intentionale Eindrucksbildung aus. Personen sollen sich im Persönlichkeitsfragebogen „nur“ beschreiben. Doch nicht nur diese formale, aber theoretisch wichtige Unterscheidung grenzt Persönlichkeitsbeschreibung von Selbstdarstellung ab: Gegenüber den Eigenschaftsbeschreibungen der Big Five erwies sich habituelle Selbstdarstellung als eigenständig interpretierbare faktorielle Dimension der Selbstbeschreibung. Die Mehrzahl der Skalen habitueller Selbstdarstellung bildete in explorativen faktoriellen Analysen eine abgrenzende eigene Komponente zu den fünf Faktoren der Big Five. Selbstdarstellung unterscheidet sich demnach nicht nur durch die Itemformulierungen von den Selbstaussagen im NEO-PI-R, sondern weist eine eigenständige Varianz auf, die nicht in den Dimensionen der Big Five aufgehen.

Innerhalb der Selbstdarstellungsforschung wurden Selbstdarstellungstechniken in assertive und defensive (vgl. Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld, 1985, Tedeschi & Norman, 1985) unterteilt. Assertive Techniken sollen einen „positiven Eindruck“ hervorrufen, wohingegen defensive Techniken einen „negativen Eindruck“ verhindern sollen. Diese zweigliedrige Struktur, wie sie auch bei Lee et al. (1999) in Selbstbeschreibungen faktoriell nachgezeichnet wurde, konnte in der vorliegenden Arbeit nicht repliziert werden (vgl. 4.7 Erfassung habitueller Selbstdarstellungstechniken).

Schütz (1998) differenzierte Selbstdarstellungstechniken stärker, indem sie assertive, offensive, protektive und defensive unterschied. Die bisherigen Taxonomien von Selbstdarstellung stammen weitgehend aus qualitativen Kategorisierungen fremdbeobachteten Interaktionsverhaltens. In der vorliegenden Arbeit wurden dagegen Selbstdarstellungstechniken empirisch quantitativ anhand selbstberichteter habitueller Selbstdarstellung untersucht.

Bereits die insgesamt 103 Einzelitems zur Erfassung der Selbstdarstellung wurden faktoriell strukturiert, um daraus einzelne Selbstdarstellungstechniken in Skalen zu erfassen. Damit wurde vermieden, vorschnell Zuordnungen der Einzelaussagen auf theoretische Taxonomien von Selbstdarstellungstechniken vorzunehmen. Erst nachdem die einzelnen Fragebogenitems zur Erfassung der Selbstdarstellungstechniken dimensional abgrenzbaren Skalen zugeordnet waren, wurde nach einer übergeordneten, faktoriellen Struktur zweiter Ordnung gesucht.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit wiesen auf eine dreifaktorielle Taxonomie von Selbstdarstellungstechniken hin, die mit keiner der in der Literatur genannten Ordnungsstrukturen vollständig aufgeht. Die gefundenen Selbstdarstellungsdimensionen assertiver, selbstabwertender und freundlicher Selbstdarstellung unterscheiden sich in Inhalt, Motivation und Interaktionsziel deutlich voneinander.

Assertive Techniken zielen direkt auf Selbsterhöhung, indem eigenes Verhalten aufgewertet (*self-promotion*), die eigene Person als beispielhaft präsentiert (*exemplification*) und andere abgewertet werden (*blasting*), die auch der Beschreibung assertiver Selbstdarstellungstechniken nach Schütz (1998) teilweise entspricht. Das Streben, sympathisch zu erscheinen, wie es bei Schütz (1998), Lee (1999) und anderen assertiven Techniken zugeordnet wurde, konnte in der vorliegenden Arbeit jedoch nicht dieser so benannten Dimension zugeordnet werden. Das Bemühen, als sympathische Person wahrgenommen zu werden, spaltete sich in den von mir durchgeführten Studien in die Technik *Einschmeicheln* (*ingratiation*) und *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) auf, die sich empirisch zum einen der selbstabwertenden, andererseits der freundlichen Selbstdarstellungsdimension zuordneten. Die aggressive Form der hier als assertive Selbstdarstellung zusammengefassten Techniken wird durch die direkte Herabsetzung anderer Personen mit der Technik *Abwerten anderer* (*blasting*) deutlich. Schütz (1998) subsumiert diese Formen indirekter Selbstaufwertung unter der eigenständigen Kategorie offensiver Selbstdarstellung. Erhöhte positive Korrelationen der in dieser Arbeit als assertive Selbstdarstellung zusammengefassten Techniken zeigen sich mit personalisierter Macht (vgl. 5.10 Sozialer Einfluss): also den eigenen sozialen Einfluss in der wahrgenommenen Überlegenheit anderen gegenüber zu sehen. Dieses Ergebnis entspricht der aggressiv machtbezogen interpretierbaren offensiven Selbstdarstellung in der Taxonomie nach Schütz (1998).

Im Gegensatz zur sehr breit angelegten assertiven Kategorie von Tedeschi und Mitarbeitern, wonach assertiven Techniken auch *Hilfesuche* (*supplication*) oder auch *Einschmeicheln* (*ingratiation* bzw. *flattery*) beigeordnet werden, sind in der vorliegenden faktoriellen Lösung von assertiver habitueller Selbstdarstellung diese Selbstdarstellungstechniken nicht einzubeziehen. Sie laden auf der eigenen Komponente selbstabwertender Techniken.

Selbstabwertende Techniken sind durch die Aufwertung anderer, durch Einschmeicheln (ingratiation), Selbstrechtfertigungen geringer Leistung, durch Selbstbehinderung (self-handicapping) und Herabsetzung der eigenen Leistungen durch Untertreibung (un-

derstatement) gekennzeichnet. Als Ziel dieser Selbstdarstellungsdimension kann die selbstwertschützende Funktion erkannt werden. Durch eigene Unterordnung wird das Entgegenkommen anderer zu fördern versucht.

In der Dimension freundlicher Selbstdarstellung konnten Selbstdarstellungstechniken zusammengefasst werden, die durch Versuche, *liebenswürdig zu erscheinen* (*kindness*), *sich selbst zu offenbaren* (*self-disclosure*), sich bei Fehlverhalten zu *entschuldigen* (*apology*), Vertrauen zu bilden, Glaubwürdigkeit zu erzielen und soziale Integration zu erreichen geprägt sind. Unter der Taxonomie von Schütz (1998) findet sich das Bestreben, *liebenswürdig zu erscheinen* (*ingratiation*) in der Gruppe assertiver Selbstdarstellungstechniken, *Ausreden finden* (*excuse*) dagegen in der Gruppe defensiver Selbstdarstellungstechniken. Diese Unterschiede in den Zuordnungen kommen wohl durch die Methode zustande. Schütz kategorisierte die Selbstdarstellungstechniken formal inhaltlich, in dieser Studie jedoch wurden die Techniken einzig nach ihrer faktoriellen Struktur kategorisiert.

In den Studien von Lee et al. (1999) wurden Techniken wie *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) oder *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) nicht erfasst, *sich herausreden* (*excuse*) ist dort unter dem defensiven Faktor zu finden.

Keine der Taxonomien aus der Selbstdarstellungsliteratur ist mit der in dieser Arbeit empirisch faktoriell gebildeten Ordnungsstruktur von Selbstdarstellungstechniken deckungsgleich. Eine Erklärung für diese Differenz zwischen theoretischen Positionen in der Selbstdarstellungsliteratur und den vorliegenden empirischen Ergebnissen dieser Arbeit liegt in der Erfassungsmethode. Bis auf die Untersuchungen von Lee et al. (1999) stammen alle weiteren Taxonomien aus qualitativ-kategorialen oder theoretisch vorstrukturierten Zuordnungen. In der vorliegenden Arbeit wurde Selbstdarstellung aus der faktoriellen Struktur der selbsteingeschätzten Häufigkeiten im Einsatz von Selbstdarstellungstechniken strukturiert und innerhalb der faktoriellen Sekundärstruktur untergliedert. Zog man dagegen Selbstbeschreibungen, wie in den Untersuchung von Lee et al. (1999) als Grundlage der Strukturierung heran, wurden zum Teil andere Selbstdarstellungstechniken erfasst, wobei man allerdings die Items zur Skalenbildung nach theoretischen Prämissen zusammenfasste.

5.3 Die Identifikation von Selbstdarstellungstypen

Im nächsten Auswertungsschritt wurde die Frage nach der Identifizierbarkeit von Typen habitueller Selbstdarstellung beantwortet (vgl. Empirische Zielsetzungen und Fragestellungen – Abschnitt 3.5). Selbstdarstellungstypen werden als Personengruppen definiert, die ähnliche Muster in der Nutzung von Selbstdarstellungstechniken aufweisen. Die Ähnlichkeit der Probanden in der Hauptstudie wird im Wesentlichen durch die Ausprägungen auf den Dimensionen assertiver, freundlicher und selbstabwertender Selbstdarstellung abbildbar, wie die vorangehenden Komponentenanalysen zeigten (vgl. Tabelle 5.2-1 Mustermatrix aus elf Primärskalen der Selbstdarstellung). Diese drei in Abschnitt 5.2.4 dargestellten Dimensionsskalen setzen sich aus jeweils drei Selbstdarstellungstechniken zusammen, die in der sekundären Komponentenanalyse jeweils einen der drei Selbstdarstellungsdimensionen repräsentieren.

Empirisch lassen sich anhand der statistischen Methode der *Clusteranalyse* Gruppen (Cluster) von Personen identifizieren, deren Ausprägungsmuster auf den relevanten Variablen innerhalb der Gruppe möglichst ähnlich, zwischen mehreren möglichen Gruppen dagegen möglichst verschieden sind. Hierarchische Clusteranalysen werden in *agglomerative* und *divisive Verfahren* unterschieden:

Die agglomerativen Verfahren gehen von einzelnen beobachteten Merkmalsträgern, hier der einzelnen Person aus und bilden nach aufsteigender Ähnlichkeit – entsprechend des verwendeten Abstandsmaßes – Gruppen. Die divisiven Verfahren gehen den umgekehrten Weg von der trivialen Gesamtgruppe zu den einzelnen Fällen.

In dieser Arbeit wurde die Methode der hierarchischen Clusteranalyse nach dem Ward-Algorithmus als agglomeratives Verfahren verwendet, um Clusterzahl und Clusterzentren zu bestimmen. Im ersten Schritt dieses Verfahrens werden zwei Fälle – nämlich die ähnlichsten – zu einem Cluster vereinigt. Im zweiten Schritt wird je nach Distanz dem Cluster ein weiterer Fall hinzugefügt oder zwei Fälle werden zu einem neuen Cluster vereinigt. In den weiteren Schritten werden entweder den Clustern neue Fälle hinzugefügt oder auch Cluster, deren Abstand geringer ist als der Abstand zu noch ungruppierten Probanden, fusioniert. So entsteht eine Hierarchie der Clusterbildung, abhängig von den Distanz- bzw. Ähnlichkeitsmaßen der Objekte. Als Abstandsmaß wird der quadrierte euklidische Abstand verwendet, der nach folgender Formel ermittelt wurde:

$$EUCLID(x,y) = \sqrt{\sum_i (x_i - y_i)^2}$$

x, y: einzelne Probanden

i: aktive Variablen

Im Folgenden wird beschrieben, wie homogene Selbstdarstellungsmuster mit Hilfe der agglomerativen Prozedur anhand des Ward-Algorithmus identifiziert wurden:

Bei dieser Methode dient die quadrierte euklidische Distanz als Proximitätsmaß (Ähnlichkeits- bzw. Distanzmaß). Hierzu werden die Mittelwerte für jede in der Analyse aktiv verwendete Variable innerhalb der einzelnen Cluster berechnet. Anschließend wird für jeden Fall die quadrierte euklidische Distanz zu den Cluster-Mittelwerten berechnet, diese Distanzen werden für alle Fälle summiert. Da vor der ersten Fusion jedes Objekt ein eigenes Cluster darstellt, besitzt die Fehlerquadratsumme im ersten Schritt noch den Wert Null.

Das Verfahren nach Ward bildet eine aufsteigende Folge von Partitionen der Personen auf unterschiedlichen Proximitätsebenen (hierarchisch). Beginnend bei jeder einzelnen Person, die zunächst jeweils ein eigenes Cluster darstellt, werden sukzessive die zu clusternden Objekte (zunächst einzelne Personen) aufgrund ihrer geringsten euklidischen Distanz zusammengefügt. Bei jedem Schritt werden die beiden Objekte bzw. Gruppen zusammengefasst, die die geringste Zunahme der quadrierten Distanz als Heterogenitätsmaß ergeben. Dieser Fusionierungsvorgang wird bis zur Vereinigung der letzten beiden Cluster fortgeführt. Für das Ward-Verfahren eignen sich ausschließlich normalverteilte Variablen ohne Ausreißer (vgl. Backhaus, Erichson, Plinke & Weibr, 2003; Moosbrugger & Frank, 1992). Beide Bedingungen sind in den drei Dimensionsvariablen assertiver, freundlicher und selbstabwertender Selbstdarstellung erfüllt.

Die erste wichtige Frage nach der Durchführung einer Clusteranalyse ist, wie viele Cluster sich ergeben haben. Zur Festlegung der Clusteranzahl diente das Elbow-Kriterium, wobei mehrere relevante Maßzahlen nach den agglomerativen Ward-Fusionierungsschritten anhand der quadrierten Euklidischen Distanz berücksichtigt werden. Die Streuungsquadratsumme kann im Ward-Verfahren – als Minimum-Varianz-Methode bzw. Fehlerquadratsummenmethode – wie in der Varianzanalyse als Fehlerstreuung interpretiert werden. Sie entspricht jener Streuung der Daten, die nicht durch die Cluster erklärt wird (vgl. Bacher, 1994).

Tabelle 5.3-1 Verlauf der Maßzahlen nach agglomerativer Ward-Fusionierung (N = 325)

Clusteranzahl	Fusionierungsschritt	Streuungsquadratsumme in den Clustern	Erklärte Varianz	Fehlerverbesserung	F-MAX-Wert	Baelscher F-Wert
C		SQ_{in}	ETA^2	PRE^2	$F\text{-}MAX_C$	F-Wert
...	...	...	...	...	...	...
10	315	246.75	0.72	0.07	92.03	0.99
9	316	265.31	0.70	0.07	93.83	0.86
8	317	284.84	0.68	0.07	97.09	0.73
7	318	305.05	0.66	0.07	102.59	0.70
6	319	329.03	0.63	0.08	109.85	0.69
5	320	**358.97**	**0.60**	**0.15**	**119.58**	**1.10**
4	321	423.91	0.53	0.17	119.05	0.95
3	322	510.68	0.43	0.21	121.34	0.85
2	323	647.11	0.28	0.28	124.01	0.65
1	324	895.55	0.00			

In Tabelle 5.3-1 sind die letzten 10 der insgesamt 324 Fusionierungsschritte des Ward-Linkage-Verfahrens mit der Entwicklung der Maßzahlen zur Bestimmung der Clusterzahl dargestellt. Der Verlauf der Streuungsquadratsummen bzw. der quadrierten euklidischen Distanz ist in Spalte 3 aufgelistet. Er stellt die Grundlage für die Berechnung aller folgenden Modellprüfgrößen dar. Spalte 4 zeigt mit dem ETA^2-Wert den erklärten Varianzanteil durch die jeweilige Clusterlösung bzw. die prozentuale Verbesserung gegenüber dem Nullmodell (keine Clusterstruktur liegt vor) an. Die Verbesserung gegenüber einer Clusterlösung mit nächst kleinerer Clusterzahl wird durch das PRE^2-Maß angegeben, das in Spalte 5 dargestellt ist. Es entspricht dem ETA^2-Wert auf der letzten Fusionierungsstufe. Im Unterschied zum Wert der erklärten Streuung und dem PRE-Koeffizienten wird mit der maximalen F-Statistik (vgl. F-MAX-Wert in Spalte sechs) durch Einbezug der Freiheitsgrade berücksichtigt, dass bei größeren Clusterzahlen auch rein zufällig eine kleinere Fehlerstreuung entstehen kann. Auf die Frage, ob die Fehlerstreuung einer bestimmten Clusterlösung kleiner ist als jene eines kleineren Stellenwerts, wird der in Spalte sieben dargestellte Bealesche-F-Wert (vgl. Kendall, 1980) herangezogen.

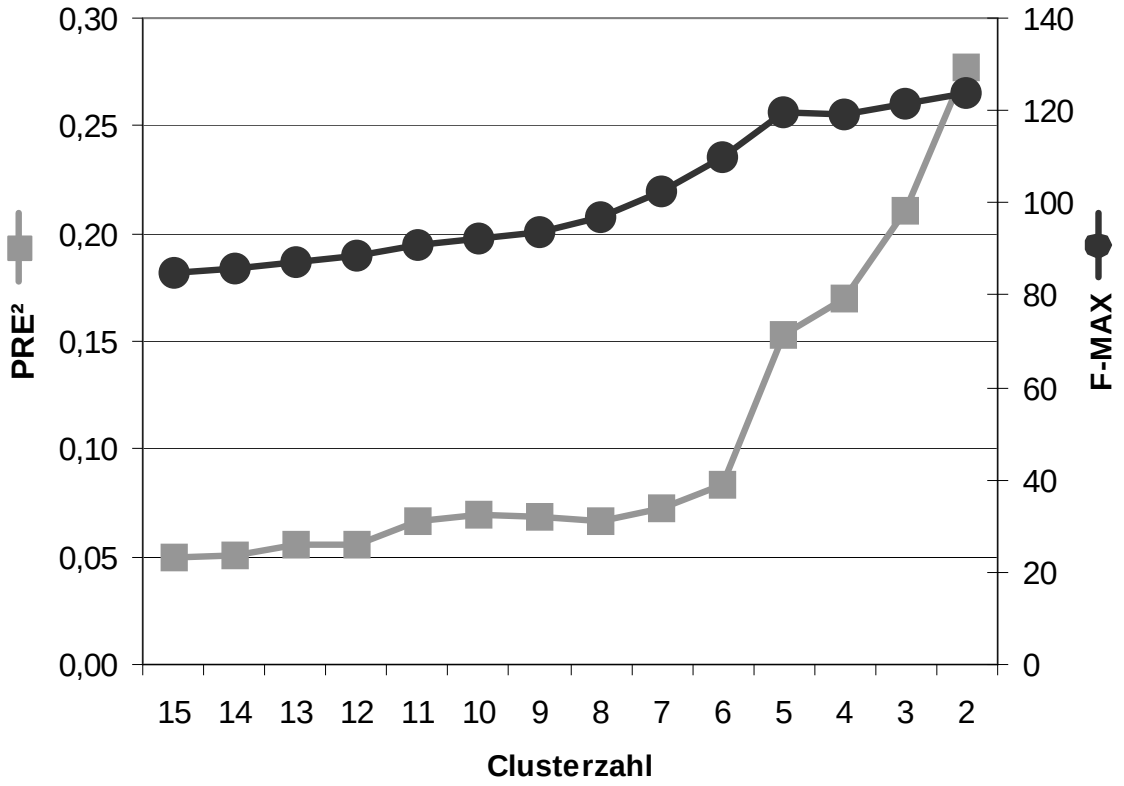

Abbildung 5.3-1 Elbow-Kriterien am F-Max- und PRE2-Wert

Zur Bestimmung der Clusterzahl werden lediglich jene Lösungen ausgewählt, deren Fehlerverbesserung gegenüber der vorhergehenden Fusionierung mehr als 0.14 beträgt, was für die Clusterlösungen bis einschließlich fünf zutrifft. Alle weiteren Clusterlösungen weisen lediglich geringere Fehlerverbesserungen auf. Gleichzeitig wird unter diesem Kriterium nach F-Wert „Peaks“ gesucht, die sich sowohl bei der Zwei- als auch bei der Fünf-Cluster-Lösung zeigen (vgl. Abbildung 5.3-1 Elbow-Kriterien am F-Max- und PRE2-Wert). Das charakteristische Elbow-Kriterium (vgl. Bacher, 1994) ergibt sich im Verlauf der PRE^2-Werte und der F-Max-Werte für die letzten 15 Fusionierungsschritte bei der Clusterzahl fünf. Der größte Bealsche F-Wert zeigt sich ebenfalls bei der Fünf-Cluster-Lösung mit 1.10. Unter dem gleichen Vorgehen konnte auch für die Retest-Stichprobe aus Studie 3 (N = 66) die Fünf-Cluster-Lösung bestimmt werden.

Reklassifizierung der Objekte zu den Clustern

Da die Probanden, die in einem Schritt einem Cluster zugeteilt wurden, auch in allen weiteren Schritten zusammenbleiben und keine Reklassifikation einzelner Fälle stattfindet, sind die einzelnen Objekte nicht optimal den Clusterzentren zugeordnet. Daher wurde zur Verbesserung der Klassifikation der Personen unter Verwendung der Clusterzentren aus der hierarchischen Clusteranalyse eine nichthierarchische k-means-Prozedur

durchgeführt. Mit SPSS 12.5 ist die k-means-Klassifikation unter der Option „Quick Cluster“ verfügbar. Sie wurde mit der Option „Noupdate“ durchgeführt, da ansonsten die Hinzunahme eines Probanden zur Veränderungen der Clusterzentren für den nächsten Fusionierungsschritt geführt hätte. In der k-means-Methode werden alle Probanden dem Cluster zugeordnet, dem sie auf der Basis ihrer euklidischen Distanzen zum ursprünglichen Clusterzentrenwert am ähnlichsten sind. Daraufhin werden neue Clusterzentren aus den nach dieser Prozedur gebildeten Gruppen errechnet. Dieses Vorgehen wird in einem iterativen Prozess solange fortgesetzt, bis es zu einer minimalen Streuungsquadratsumme in den Clustern kommt. Im vorliegenden Fall wurden nach sieben Iterationen endgültige Clusterzentren erreicht, wobei die Änderung der Koordinaten für jedes Zentrum der fünf Cluster weniger als 0.1 Prozent beträgt.

Überprüfung der Replizierbarkeit der Clusterzahl in Zufallsstichproben

Allein aufgrund der F-max- und PRE^2-Werte sowie der Stichprobenabhängigkeit der Fünf-Cluster-Lösung sind grundsätzlich auch andere Clusterzahlen nicht ausgeschlossen. Um allerdings die Replizierbarkeit der endgültigen Fünf-Cluster Lösung an Substichproben zu überprüfen, wurde die Gesamtstichprobe aus Studie 2 (N=325) nach dem Zufallsprinzip in zwei Hälften geteilt. Das zweistufige Verfahren der oben beschriebenen Clusteranalyse – bestehend aus WARD-Analyse zur Bildung der Clusterzentren und die nachfolgende Reklassifikation der Probanden durch die k-means-Methode – wurde an jeder Hälfte angewendet. Damit wurde jedem Probanden eine erste Clusterzuordnung zugewiesen. Die zwei Lösungen wurden dann wie folgt in weiteren Schritten verglichen: Die Teilnehmer jeder Hälfte der Gesamtstichprobe wurden ein zweites Mal Clustern aufgrund ihrer euklidischen Abstände zu den Clusterzentren (aus der WARD-Methode) der anderen Stichprobenhälfte durch das SPSS-Verfahren „QUICK-CLUSTER“ mit der Option „CLASSIFY“ zugeordnet. Diese Prozedur wurde mit Cluster-Lösungen durchgeführt, die zwei bis sechs Gruppierungen ermöglichen. Die zweite Clusterzuordnung, bezogen auf die Clusterzentren der anderen Stichprobenhälfte, wurde nun mit der ursprünglichen ersten Clusterzuordnung verglichen. Häufig war es notwendig, die Clusterziffern neu zu ordnen, da die von SPSS vergebenen Clusterziffern für die beiden Stichproben nicht aufgrund der Musterausprägungen vergeben werden. Die Zuordnungsähnlichkeit wurde mit Cohens Kappa überprüft. Nach Greve und Wentura (1997, S. 111) sollten Werte unter .70 mit Skepsis betrachtet werden. Landis und Koch (1977) bewerten die Übereinstimmung durch Kappa-Wert nach Cohen mit

folgendem Schema: κ-Wert < 0 = poor agreement; 0 - 0.20 = slight; 0.21 - 0.40 = fair; 0.41 - 0.60 = moderate; 0.61 - 0.80 = substantial; 0.81 - 1.00 = (almost) perfect.

Diese Überprüfung wurde mit drei Zufallshalbierungen der Gesamtstichprobe wiederholt. Die Übereinstimmungswerte der jeweils über die beiden Substichproben durchgeführten Überkreuzzuordnung der Clusterzugehörigkeit finden sich in Tabelle 5.3-2. Die Überlegenheit der Fünf-Cluster-Lösung über andere Clusterzuordnungen wird durch die höheren Übereinstimmungswerte deutlich. Auf eine Überprüfung der trivialen Clusterlösung der Hoch-Niedrig-Zuordnung in der Zwei-Cluster-Lösung wurde verzichtet, da diese den Informationsgehalt der drei Dimensionen habitueller Selbstdarstellung ignorieren. In der Abschlusszeile der Tabelle 5.3-2 ist der nach Fishers-z-Transformation gemittelte und retransformierte Durchschnittswert der Cohens-Kappa-Werte aufgezeigt.

Tabelle 5.3-2 Replizierbarkeit der Clusterzahl in Zufallssubstichproben

	3-Cluster-Lösung	4-Cluster-Lösung	5-Cluser-Lösung	6-Cluster-Lösung
Zufallsaufteilung 1	.79	.70	.78	.57
Zufallsaufteilung 2	.56	.56	.61	.50
Zufallsaufteilung 3	.63	.65	.68	.72
gemittelte κ-Werte	.67	.64	.70	.61

Nach den mehrfachen Zufallsaufteilungen der Stichprobe erweist sich die 5-Cluster-Lösung als die robusteste. Der durchschnittliche κ-Wert von .70 kann nach den oben genannten Kriterien als stabil (substantial) benannt werden. Da es sich bei der hierarchischen Clusteranalyse trotz dieser Validierungsmethoden um eine explorative Methode handelt, sind die Ergebnisse immer stichprobenabhängig zu sehen.

5.4 Beschreibung der fünf Selbstdarstellungscluster

Durch die vorangegangenen Clusteranalysen und deren mehrstufige Replikation konnten Personengruppen mit homogenen Ausprägungsmustern in ihren Selbstdarstellungen als Selbstdarstellungstypen identifiziert werden. Die Zuordnung von Personen zu Typen ermöglicht die in den empirischen Zielsetzungen (vgl. Abschnitt 3.5) angestrebte komparative Perspektive auf möglichst homogene Merkmalskonfigurationen habitueller Selbstdarstellung. Nach der endgültigen Zuordnung der Personen mittels der k-means-Methode zu fünf Clustern werden nun in diesem Abschnitt die resultierenden Typen

beschrieben. Dies erfolgt anhand der drei Aktivvariablen (clusterbildende Variablen) assertiver, selbstabwertender und freundlicher Selbstdarstellung sowie der ihnen zugrunde liegenden habituellen Selbstdarstellungstechniken.

Aufgrund der optimierten Anpassung der Personen durch die k-means-Methode an die Clusterzentren wurde eine maximale Abgrenzung der Cluster untereinander erreicht. Einzelne Merkmalsträger, die eventuell in frühen Fusionierungsschritten einem Cluster zugewiesen wurden, sind dem Cluster zugeordnet, zu dessen Zentrum sie den geringsten Abstand aufweisen. Die mittleren Ausprägungen der Personengruppen lassen sich anhand der Aktiv-Variablen als abgrenzbare Selbstdarstellungstypen beschreiben.

In Tabelle 5.4-1 sind die, nach der Reklassifikation der Fälle nach k-Means, endgültigen Clusterzentren auf den aktiven, clusterbildenden Variablen in z-Werten dargestellt. Auffällig ist die relativ systematisch wirkende Permutation der drei Selbstdarstellungsdimensionen über die Cluster. Jede Selbstdarstellungskomponente tritt über die fünf Typen dreimal unterdurchschnittlich und zweimal überdurchschnittlich ausgeprägt auf.

Tabelle 5.4-1 z-Werte der endgültigen Clusterlösung (N=325)

Selbstdarstellungs-dimension	1 Wenig präsentierender Typ	2 Selbstabwertender Typ	3 Freundlicher Typ	4 Assertiver Typ	5 Präsentierender Typ
assertive Selbstdarstellung	-1.27	-.33	-.48	.97	.80
selbstabwertende Selbstdarstellung	-1.19	.64	-.65	-.41	.99
freundliche Selbstdarstellung	-1.07	-.45	.36	-.28	.93
Anzahl	50	70	68	55	82

Die drei Selbstdarstellungskomponenten – repräsentiert in den Dimensionen habitueller Selbstdarstellung – spannen einen dreidimensionalen Raum auf, worin sich alle Probanden in ihren Ausprägungen auf den drei clusterbildenden Variablen positionieren lassen.

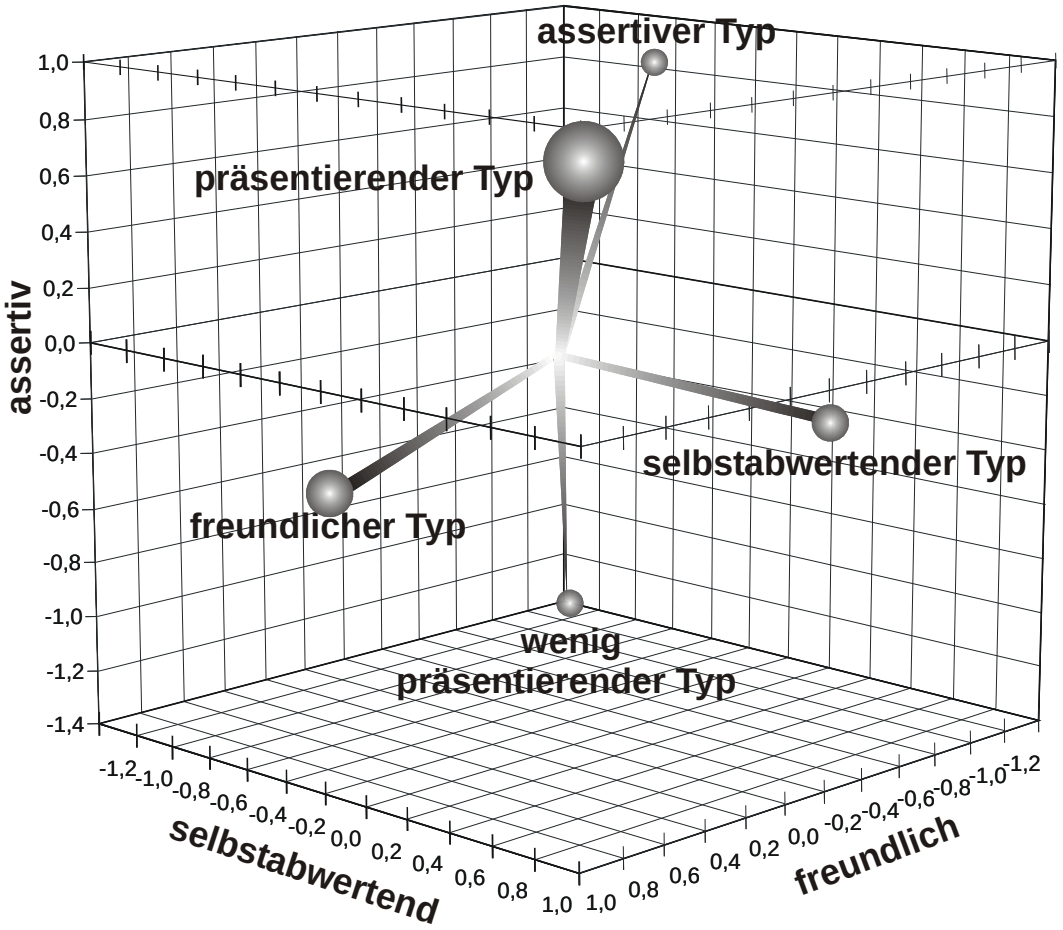

Abbildung 5.4-1 Darstellung der Cluster im dreidimensionalen Koordinatenraum

Anmerkung: Die Rechtwinkligkeit (Orthogonalität) der Dimensionen zueinander wurde lediglich zur besseren Darstellung herangezogen.

Grafisch wird diese Repräsentation des Variablenraumes vereinfacht in Abbildung 5.4-1 umgesetzt. Die Dimensionen habitueller Selbstdarstellung können nicht als orthogonale (rechtwinklige) Achsen aufgefasst werden – sie resultieren aus einer schiefwinkligen (oblimin) Rotation der Komponenten (vgl. Tabelle 5.2-2), deren Korrelation nicht unerheblich (von r = .26 bis r = .43) ist (vgl. Tabelle 5.2-3). Dennoch ist die Darstellung der fünf Typen in einem rechtwinkligen Raum eine wertvolle Veranschaulichung der konträren Positionen der Clusterzentren (vgl. Abbildung 5.4-1) im dreidimensionalen Raum. Es fällt auf, dass die Gruppenzentren nicht gleichmäßig über den gesamten möglichen Raum verteilt sind. Bereiche, wie z.B. hoch assertive, niedrig selbstabwertende und zugleich hoch freundliche Selbstdarstellung werden durch die empirisch gefundenen Clusterzentren nicht berührt. Diese Einsicht geht aus den generell korrelierenden Selbstdarstellungsdimensionen nicht hervor, sie wird erst durch die Methode der personenzentrierten Vorgehensweise sichtbar.

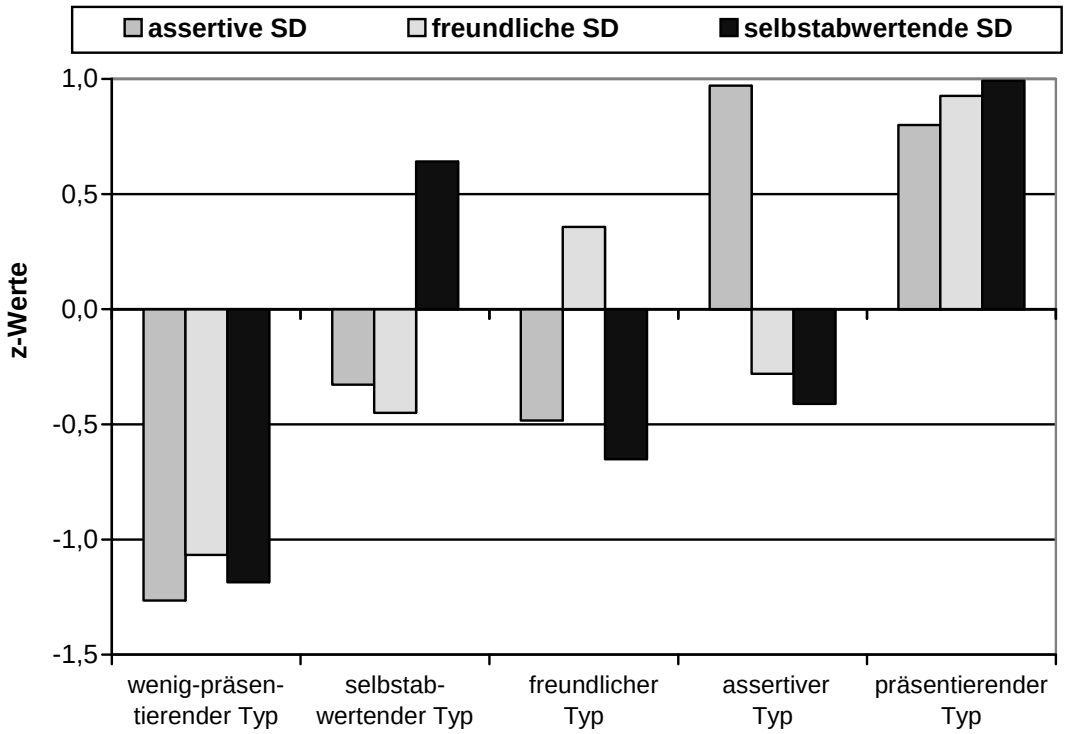

Abbildung 5.4-2 Selbstdarstellungsfaktoren über die fünf Selbstdarstellungscluster

Aus der Abbildung 5.4-2 gehen die Extrempositionen des wenig-präsentierenden und des präsentierenden Typs hervor. Daneben wird deutlich, dass es sich um Kombinationen von Selbstdarstellungen handelt, die nicht alle Permutationen von hohen vs. niedrigen Ausprägungen enthalten. Theoretisch wären allein mit hoch-niedrig-Ausprägungen der Selbstdarstellungskomponenten acht maximal konträre Musterkombinationen denkbar. So zeigen sich keine Merkmalsmuster, die zwei Selbstdarstellungskomponenten in hoher und nur eine in niedriger Ausprägung enthielten.

5.4.1 Cluster 1: Die Selbstdarstellung des wenig-präsentierenden Typs

Eine außerordentliche Position nehmen die 50 Probanden ein, die dem Cluster 1 unter der Bezeichnung „wenig-präsentierender Typ“ zugerechnet werden. Sie zeichnen sich (vgl. Abbildung 5.4-2) durch deutlich unterdurchschnittliche Nutzung sämtlicher Selbstdarstellungstechniken aus. Im Vordergrund steht ein ausnehmend niedriger Wert für assertive Selbstdarstellung, der den seltenen Gebrauch von *Eigenwerbung*, *Beispielhaftigkeit* und *Abwertung anderer* repräsentiert. Der wenig-präsentierende Typus (Typ-WP) fällt demnach vorwiegend durch Zurückhaltung in der Nutzung von Techniken auf,

die darauf ausgerichtet wären, eigene Leistungen in den Vordergrund zu rücken, bzw. andere bei wahrgenommener Gegnerschaft abzuwerten.

Daneben weist dieser Typ auch weit unterdurchschnittliche Werte bei der Präsentation selbstabwertender Techniken auf, zu denen *Selbstbehinderung*, *Untertreibung* oder *Einschmeicheln* zählen.

Auch der Bereich freundlicher Selbstdarstellung, wie er sich in den Selbstdarstellungstechniken *Selbstoffenbarung*, *Liebenswürdigkeit* und *Entschuldigung* zeigt, wird durch den Darstellungsstil dieses Clusters klar unterdurchschnittlich und damit eher selten genutzt. Personen des wenig-präsentierenden Typs (Typ-WP) schreiben sich im Vergleich zu Untersuchungsteilnehmern anderer Cluster seltener Selbstdarstellungen zu, mit deren Hilfe sie bei anderen als sympathisch und soziabel gelten oder ihre Integration in Gruppen fördern wollten. Der Typ-WP distanziert sich damit weitgehend vom Einsatz einer großen Bandbreite von Selbstdarstellungstechniken.

5.4.2 Cluster 2: Die Selbstdarstellung des selbstabwertenden Typs

Die Bezeichnung *selbstabwertender Typ* des Clusters 2 ist aufgrund der Prägnanz der Variable Selbstabwertung nachvollziehbar. Sowohl assertive Verhaltensweisen als auch Techniken der Dimension freundlicher Selbstdarstellung sind dagegen bei diesem Selbstdarstellungstyp unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das zentrale Gewicht der Selbstpräsentation liegt auf dem überdurchschnittlichen Gebrauch von Techniken wie *Einschmeicheln*, *Untertreibung* und *Selbstbehinderung*. Die 70 Personen des selbstabwertenden Typs beschreiben ihr Selbstdarstellungsverhalten im Vergleich zu Personen, die anderen Selbstdarstellungstypen ähnlicher sind, vorwiegend durch Techniken, die auf Mitleid, Hilfe und Aufwertung durch andere abzielen. Personen des selbstabwertenden Typs (Typ-S) setzen sich, ihre Leistungen und Fähigkeiten eher herab, zugleich werten sie Interaktionspartner durch Schmeicheleien und Komplimente auf. Aus dieser selbst zurücksetzenden Position erhoffen sie, von anderen Zuneigung und Wiederherstellung zu erhalten.

5.4.3 Cluster 3: Die Selbstdarstellung des freundlichen Typs

Die 68 Personen des dritten Clusters zeichnen sich durch überdurchschnittliche, jedoch nicht exzessive Werte auf der Dimension *freundlicher Selbstdarstellung* aus. Unterdurchschnittlich dagegen sind die Werte auf den Komponenten assertiver und selbstbe-

hindernder Selbstdarstellung. Dieser Selbstdarstellungstyp nutzt im Vergleich zu den *assertiven* und *präsentierenden Typen* seltener assertive Selbstdarstellungstechniken wie *Eigenwerbung, Beispielhaftigkeit* oder das *Abwerten anderer*. Vor allem ist der eher seltene Gebrauch selbstabwertender Darstellungstechniken wie *Selbstbehinderung*, *Einschmeicheln* oder *Untertreibung* für diesen Typus kennzeichnend. Charakterisierend für den *freundlichen Typ* (Typ-F) ist der häufigere Einsatz von Techniken, die die eigene Sympathie, das Streben nach sozialer Zugehörigkeit und die Eigenverantwortlichkeit für Fehler betonen. So setzt der freundliche Typ relativ häufig *Entschuldigungen*, *Selbstoffenbarungen* und Verhaltensweisen ein, die das Bild einer liebenswürdigen Person aufbauen und stützen können.

5.4.4 Cluster 4: Die Selbstdarstellung des assertiven Typs

Wenn der Begriff Selbstdarsteller als Alltagsbegriff verwendet wird, werden wohl vorwiegend jene Personen damit bezeichnet, die dem *assertiven Typ* zugeordnet werden müssen. Die 55 Personen dieses Clusters zeichnen sich im Wesentlichen durch ihren überdurchschnittlich hohen Gebrauch von assertiven Selbstdarstellungstechniken wie *Eigenwerbung, Abwerten anderer* und der Präsentation von *Beispielhaftigkeit* aus. Gleichzeitig werden selbstabwertende Techniken nur unterdurchschnittlich eingesetzt, *Einschmeicheln, Selbstbehinderung* oder *Untertreibung* sind vergleichsweise selten genutzte Selbstdarstellungen des assertiven Typs. Daneben erweist sich auch die Ausprägung auf der Dimension freundlicher Selbstdarstellung als unterdurchschnittlich, womit ein geringer Einsatz der Techniken *Selbstoffenbarung* und *Liebenswürdigkeit* gemeint ist. Auch die Technik *Entschuldigen* für Fehlleistungen wird von Personen des assertiven Typs (Typ-A) eher selten genutzt. Typ-A zielt demnach verstärkt auf die Vermittlung leistungsbezogener und erfolgsorientierter Selbstbilder ab, wobei die eigene Person als nacheifernswertes Ideal präsentiert, wahrgenommene Rivalen dagegen abgewertet werden.

5.4.5 Cluster 5: Die Selbstdarstellung des präsentierenden Typs

Als *präsentierender Typ* (Typ-P) lassen sich 82 Probanden im fünften Selbstdarstellungscluster aufgrund der häufigen Präsentation verschiedenster Selbstdarstellungstechniken zusammenfassen. Die Personen des Typs-P weisen überdurchschnittliche Ausprägungen auf den drei Selbstdarstellungsdimensionen auf. Sämtliche erfassten Selbstdar-

stellungstechniken werden durch diesen Typus häufig eingesetzt. Angeführt wird dieses Selbstdarstellungsmuster durch die besonders hohen Werte auf der Dimension Selbstabwertung, die Techniken wie *Untertreibung*, *Einschmeicheln* und *Selbstbehinderung* repräsentiert. Obwohl die Selbstdarstellungsdimensionen assertiver und freundlicher Selbstdarstellung in der Gesamtstichprobe nur gering korrelieren (r = .26), treten sie im Cluster des präsentierenden Typs gemeinsam in hoher Ausprägung auf. Zusammen mit dem assertiven Typ unterscheidet sich Typ-P deutlich von den anderen Selbstdarstellungstypen durch den häufigen Einsatz assertiver Techniken. Zugleich wirbt Typ-P mit freundlichen Selbstdarstellungstechniken massiv um Sympathie und Vertrauen.

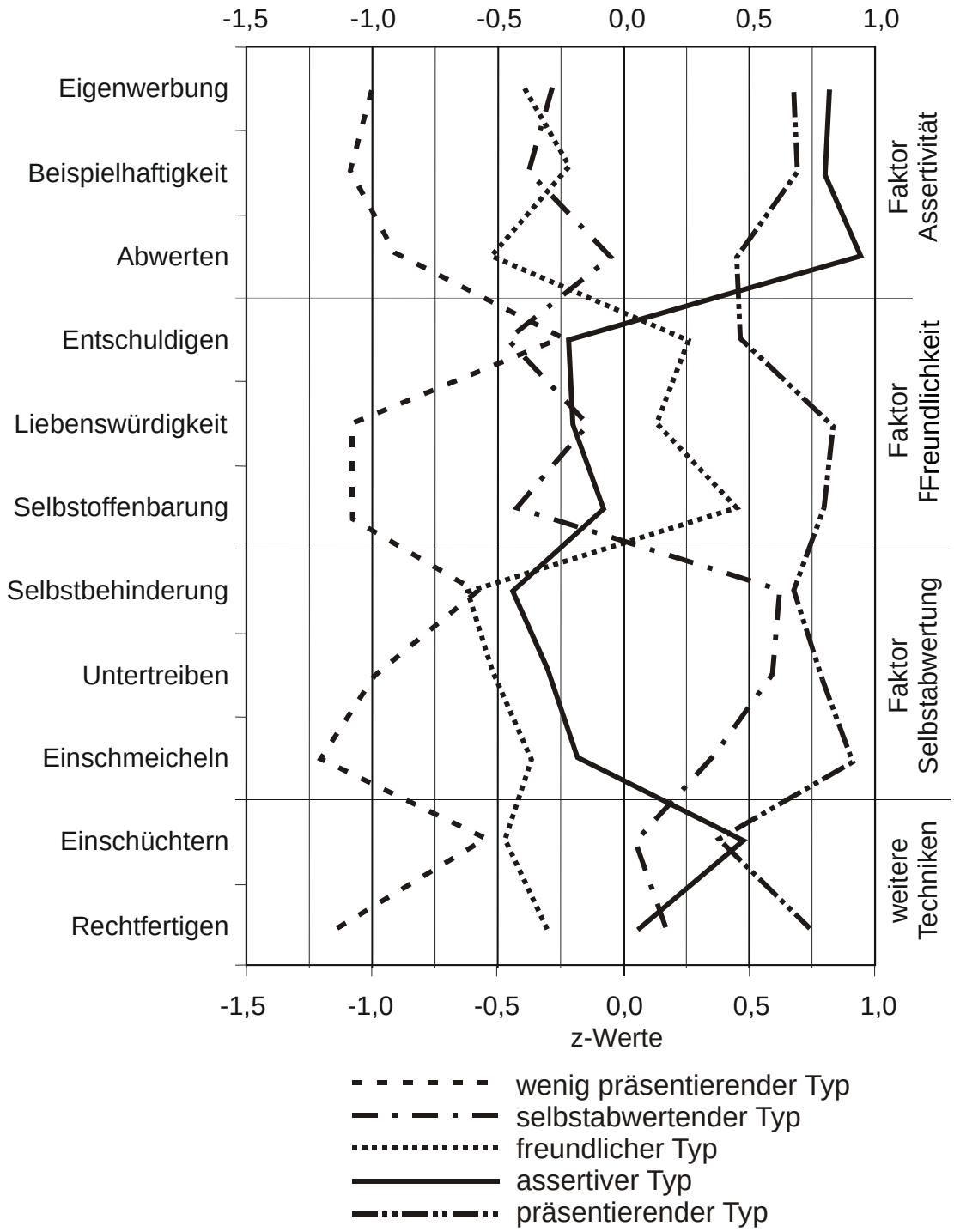

Abbildung 5.4-3 Ausprägungen der elf Selbstdarstellungstechniken über die fünf Cluster

In Abbildung 5.4-3 sind die mittleren Ausprägungen der fünf Cluster auf sämtlichen elf Skalen habitueller Selbstdarstellungstechniken dargestellt. Sie zeigt eine nur relative Homogenität der drei Selbstdarstellungsdimensionen innerhalb der einzelnen Cluster. Für eine differenzierte Beurteilung der Selbstdarstellung innerhalb der Typen sind daher möglichst die einzelnen Selbstdarstellungstechniken zu beachten.

Tabelle 5.4-2 Effektgrößen zwischen den Clustern auf den Selbstdarstellungsvariablen

N = 325	df	F	Effektgröße partielles η^2	keine Unterschiede bei post-hoc Mehrfachvergleichen (Tamhane Korrektur)
Faktorskala Assertivität	4	143.49	.64	Typ-F vs. Typ-S Typ-A vs. Typ-P
Eigenwerbung (self-promotion)	4	52.14	.40	Typ-F vs. Typ-S Typ-A vs. Typ-P
Abwerten (blasting)	4	40.35	.34	Typ-WP vs. Typ-F Typ-A vs. Typ-P
Beispielhaftigkeit (exemplification)	4	56.67	.42	Typ-F vs. Typ-S Typ-A vs. Typ-P
Faktorskala Selbstabwertung	4	164.51	.67	Typ-F vs. Typ-A
Selbstbehinderung (self-handicapping)	4	46.64	.37	Typ-WP / Typ-F / Typ-A
Untertreibung (understatement)	4	70.16	.47	Typ-S vs. Typ-P Typ-F vs. Typ-A
Einschmeicheln (ingratiation)	4	75.06	.48	Typ-F vs. Typ-A
Faktorskala Freundlichkeit	4	72.89	.48	Typ-S vs. Typ-A
Liebenswürdigkeit (kindness)	4	46.29	.37	Typ-S / Typ-F / Typ-A
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	4	57.76	.42	Typ-S vs. Typ-A
Entschuldigung (apology)	4	12.38	.13	Typ-WP / Typ-S / Typ-A
weitere Techniken	4			
Einschüchtern (intimidation)	4	13.70	.15	Typ-WP / Typ-F Typ-S / Typ-A / Typ-P
Rechtfertigen (justification)	4	45.16	.36	Typ-S / Typ-A Typ-F / Typ-A

Wenn auch die Prozedur der Clusteranalyse die Gruppenunterschiede maximal gestaltet, kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich jedes Cluster gegenüber jedem anderen auf allen aktiven (clusterbildenden) Variablen oder den zugrundeliegenden Selbstdarstellungstechniken oder den weiteren SD-Techniken unterscheidet. Selbst die Zwischensubjekteffekte über die Gruppen der Selbstdarstellungstypen hinsichtlich der Selbstdarstellungsdimensionen und -techniken sind durchaus verschieden. Zur Übersicht der differenzierenden Effekte soll mit Tabelle 5.4-2 einer multivariaten Varianzanalyse herangezogen werden, selbstverständlich sind aufgrund der clusteranalytischen Differenzierungsleistung sämtliche Zwischensubjekteffekte signifikant auf dem Niveau von $p < 0.001$.

5.5 Das Fünf-Faktoren Modell und Selbstdarstellungstechniken

Mit der zentralen Fragestellung (vgl. Abschnitt 3.6) wurde auf den intentionalen Gehalt von Selbstdarstellung eingegangen, Dispositionszuschreibungen bei Interaktionspartnern zu erzeugen. So ist zunächst mittels variablenorientierter Vergleiche zu klären, wie Selbstdarstellungstechniken mit der Persönlichkeitsbeschreibung im Fünf-Faktoren Modell bzw. mit den fünf Hauptskalen und den 30 Eigenschaftsfacetten des NEO-PI-R korrelieren.

5.5.1 Korrelationen von Persönlichkeitseigenschaften mit Selbstdarstellungstechniken

Die erhobenen Selbstdarstellungstechniken grenzen sich gegenüber der Eigenschaftserfassung durch den NEO-PI-R vorwiegend in ihrer theoriegeleiteten Konstruktion ab. Items zur Erfassung der Selbstdarstelungstechniken sind weitgehend intentional und funktional formuliert. Damit geht Selbstdarstellung über die reine Beschreibung des eigenen Verhaltens hinaus, da entweder Handlungsgründe oder soziale Funktionen des Verhaltens in die Itemformulierung einfließen.

In den Fragestellungen zur Untersuchung wurde die Erwartung aufgestellt, inhaltliche Parallelen zwischen habitueller Selbstdarstellung und den Dimensionen bzw. Facetten des FFM empirisch belegen zu können. Die persönlichkeitsbeschreibenden Dimensionen des Fünf-Faktoren Modells wurden auf der Basis der lexikalischen Hypothese, nach der sich besonders relevante Merkmale für alltägliche zwischenmenschliche Interaktionen in der Sprache niederschlagen, konstruiert. Wenn Selbstdarstellung für die Vermittlung von Dispositionszuschreibungen relevant ist (vgl. Abschnitt 2.5) und die Persönlichkeitseigenschaften des FFM zentrale interpersonelle Merkmale widerspiegeln (vgl. Abschnitt 2.2.1), werden Zusammenhänge zwischen diesen Selbstbeschreibungen erwartet. Inhaltliche Ähnlichkeiten zwischen Selbstdarstellungstechniken und Eigenschaftszuschreibungen sind für die Persönlichkeitsbeschreibung auf intuitiver sprachlicher Ebene zwar vorhanden, es wäre allerdings naiv anzunehmen, dass sich daraus ein enger linearer Zusammenhang ableiten ließe.

Assertive Selbstdarstellungstechniken

Aus der Selbstdarstellungsperspektive werden assertive Techniken eingesetzt, um Merkmale wie Leistungsfähigkeit und Erfolg zu vermitteln. Die Zuschreibung von Ei-

genschaften wie Kompetenz und Leistungsstreben stellt für die Nutzung assertiver Techniken lediglich eine Oberflächencharakteristik von Selbstbeschreibungen dar.

Assertive Selbstdarstellungstechniken unterstreichen die eigene Überlegenheit, Beispielhaftigkeit und entwerten Meinungsgegner in einer aggressiven Haltung. So wird angenommen, dass selbstaufwertende Selbstdarstellungstechniken wie *Selbsterhöhung* (*enhancement*), *Ansprüche stellen* (*entitlement*) und *Eigenwerbung* (*self-promotion*) mit erhöhter Extraversion sowie geringer Bescheidenheit und Freimütigkeit (Dimension Verträglichkeit) korrelieren. In dieser Studie treten diese theoretisch unterscheidbaren Selbstdarstellungstechniken zusammen in der Skala *Eigenwerbung* (*self-promotion*) auf (vgl. Tabelle 5.1-1). Costa, McCrae und Holland (1984) sehen die Berufsgruppe der Verkäufer als typisch Extravertierte, die mit Begeisterungsfähigkeit, Dominanz und Überschwang auftreten. Aus Beschreibungen der Extraversion ist anzunehmen, dass Personen, die diese Merkmale aufweisen, auch verstärkt assertive Selbstdarstellungstechniken einsetzen. Neben der Funktion, sich durch *Eigenwerbung* (*self-promotion*) ins „rechte Licht“ zu rücken und sich durch die Technik *Beispielhaftigkeit* (*exemplifikation*) als nachahmenswertes Ideal zu präsentieren, enthält assertive Selbstdarstellung mit der Technik *Abwerten anderer* (*blasting*) auch einen sozial aggressiven Anteil (vgl. Abschnitt 5.1.7). Assertive Selbstdarstellung sollte daher im negativen Zusammenhang mit Verträglichkeit und deren Subskalen stehen.

In Tabelle 5.5-1 sind die Korrelationsmaße mit der Hauptdimension Extraversion des NEO-PI-R dargestellt. Assertive Selbstdarstellungstechniken, wie *Eigenwerbung*, *Abwerten anderer* und *Beispielhaftigkeit* – repräsentiert durch die Skala der Selbstdarstellungsdimension Assertivität – korrelieren lediglich mit r = .22 schwach positiv mit der Big-Five-Dimension Extraversion. Deutlicher ist die erwartete negative Korrelation mit der NEO-PI-R Hauptskala Verträglichkeit. Mit r = -.37 besteht ein mittelhoher negativer Zusammenhang zwischen assertiver Selbstdarstellung und Verträglichkeit. Der hohe Abstraktionsgrad, der durch die Zusammenfassung der Selbstdarstellungstechniken auf Dimensionsebene entsteht, reduziert die Klarheit der Interpretation. So besteht eine Nullkorrelation der Selbstdarstellungstechnik Beispielhaftigkeit mit den sonst negativen Zusammenhängen assertiver Techniken zur Hauptskala Verträglichkeit (vgl. Tabelle 5.5-5). Erwartungsgemäß weist die assertive Selbstdarstellungstechnik Eigenwerbung eine positive Korrelation mit Extraversion von r = .29 und eine negative mit Verträglichkeit von r = -.34 auf. Zwar stellen demnach die Selbstdarstellungsdimensionen eine gute Repräsentation der in ihnen zusammengefassten einzelnen Selbstdarstel-

lungstechniken dar, die separaten Techniken können jedoch durch ihre höhere Differenziertheit den Zusammenhang mit den NEO-PI-R-Dimensionen und Facetten stärker wiedergeben.

Selbstabwertende Selbstdarstellungstechniken

Selbstabwertende Techniken betonen die eigene Hilflosigkeit und Schwäche durch Untertreibung eigener Leistungen, selbstbehindernde Erklärungen und Schmeicheleien. Erwartet werden Zusammenhänge mit emotionaler Instabilität (Neurotizismus) und der Zuschreibung geringer Gewissenhaftigkeit.

Die Korrelation von r = .41 unterstreicht die Nähe des Faktors selbstabwertender Selbstdarstellung zur NEO-PI-R Hauptskala Neurotizismus (vgl. Tabelle 5.5-1). Ein positiver Zusammenhang mit Neurotizismus ist unter den selbstabwertenden Selbstdarstellungstechniken durchgängig, wobei *Einschmeicheln* mit r = .28 die niedrigste Übereinstimmung zur Hauptskala Neurotizismus aufweist. Mit den niedrigen bis mittelhohen Korrelationen r = .32 für Selbstbehinderung und r = .37 für Untertreibung wird der Zusammenhang von selbstabwertenden Techniken mit emotionaler Instabilität bestätigt. Eine differenziertere Betrachtung auf Facettenebene zeigt keine bedeutsam höheren Zusammenhänge mit selbstabwertenden Techniken (vgl. Tabelle 5.5-2). Bemerkenswert und inhaltlich schlüssig ist daneben der mittelhohe negative Zusammenhang von Selbstbehinderung mit der NEO-PI-R Hauptskala Gewissenhaftigkeit von r = -.44, der sich auch innerhalb der Subskalen (Facetten) der Hauptskala Gewissenhaftigkeit zeigt (vgl. Tabelle 5.5-6). Die selbstbehindernden Selbstdarstellungen nehmen bereits die Einschätzung explizit vorweg, in Leistungssituationen und Situationen, die einer deutlichen Selbstregulation bedürfen zu scheitern.

Freundliche Selbstdarstellungstechniken

Für die freundlichen Selbstdarstellungstechniken wird ein deutlich positiver Zusammenhang mit dem Big-Five-Faktor *Verträglichkeit* erwartet. Mit r = .36 ist die Korrelation nicht sonderlich hoch. Sie stützt sich vorwiegend auf den mit r = .42 deutlicheren Zusammenhang mit der Selbstdarstellungstechnik *Entschuldigung*, der eine starke Akzeptanz sozialer Normen zugrunde zu liegen scheint. Erwartet wird daneben ein deutlicher Zusammenhang mit dem Faktor Extraversion, der sich vorwiegend bei der Technik der Selbstoffenbarung (r = .42) zeigt.

Weitere Selbstdarstellungstechniken

Ergänzend wurden neben den Selbstdarstellungsskalen, die die Selbstdarstellungsdimensionen repräsentieren, auch die beiden Techniken *Einschüchtern* (*intimidation*) und *Rechtfertigen* (*justification*) betrachtet, die keiner Dimension zugeordnet wurden. Erwartungsgemäß ist der deutlich negative Zusammenhang zwischen *Einschüchtern* (*intimidation*) und *Verträglichkeit* von r = -.47. Da sich die Verteilung der Skala Einschüchtern allerdings als stark rechtsschief zeigt und damit einem Bodeneffekt unterliegt, können Zusammenhänge nur bedingt mit dem Pearson-Korrelationskoeffizienten dargestellt werden. Mit dem nonparametrischen Korrelationskoeffizienten Spearmans rho (ρ) bleibt der Zusammenhang zwischen Einschüchtern (intimidation) und der Hauptskala Verträglichkeit mittelhoch bei ρ = -.45. Den stärksten negativen Zusammenhang weist *Einschüchtern* (*intimidation*) mit der Facette *Freimütigkeit* mit ρ = -.48 auf. Da Ostendorf und Angleitner (2004) Personen mit niedriger Ausprägung auf der NEO-PI-R-Facette *Freimütigkeit* eine Bereitschaft zuschreiben, andere durch Schmeichelei, List oder Täuschung zu beeinflussen, wäre ein besonders hoher Zusammenhang mit intentional-manipulativen Selbstdarstellungstechniken zu erwarten.

Auffallend ist die – bis auf den niedrigen Zusammenhang von r = .28 mit Neurotizismus – durchgängige Nullkorrelation der Selbstdarstellungstechnik *Rechtfertigen* (*justification*) mit den übrigen Hauptskalen des NEO-PI-R.

Wie aus der Tabelle 5.5-1 bis Tabelle 5.5-6 zu entnehmen ist, liegen die Korrelationen zwischen Selbstdarstellungsvariablen und Eigenschaftsbeschreibungen des NEO-PI-R in einem Bereich, der nahelegt, dass einzelnen Konstrukten ein substantieller Anteil gemeinsamer Varianz zugrunde liegt. Der Zusammenhang ist allerdings nicht so hoch, als dass die Aussage gerechtfertigt wäre, es handele sich hier nur um begrifflich unterschiedliche Beschreibungen derselben Konstrukte.

Tabelle 5.5-1 Korrelation zwischen NEO-PI-R Hauptskalen mit den Selbstdarstellungstechniken

N = 325	Pearson Korrelation				
	Neuro-tizismus	Extraversion	Offenheit f. Erfahrungen	Verträg-lichkeit	Gewissenhaf-tigkeit
Faktorskala Assertivität	-0.04	**0.22**	0.01	**-0.37**	0.13
Eigenwerbung (self-promotion)	-0.10	**0.29**	0.02	**-0.34**	0.09
Abwerten (blasting)	**0.16**	0.13	-0.03	**-0.46**	-0.06
Beispielhaftigkeit (exemplification)	-0.15	0.12	0.04	-0.07	**0.24**
Faktorskala Selbstabwertung	**0.41**	**-0.16**	-0.02	-0.10	**-0.22**
Selbstbehinderung (self-handicapping)	**0.32**	-0.12	0.03	-0.03	**-0.44**
Untertreibung (understatement)	**0.37**	**-0.16**	-0.02	-0.02	0.01
Einschmeicheln (ingratiation)	**0.28**	-0.10	-0.07	**-0.20**	-0.07
Faktorskala Freundlichkeit	**0.14**	**0.26**	**0.17**	**0.36**	**0.16**
Liebenswürdigkeit (kindness)	**0.18**	0.07	-0.05	**0.22**	**0.14**
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	0.05	**0.42**	**0.26**	**0.20**	0.07
Entschuldigung (apology)	0.10	0.04	0.13	**0.42**	**0.17**
weitere Techniken					
Einschüchtern (intimidation)	0.04	0.00	-0.02	**-0.47**	**-0.15**
Rechtfertigen (justification)	**0.28**	0.03	0.06	0.01	0.03

Anmerkung: Positive wie negative Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau sehr signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante Korrelationen sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Tabelle 5.5-2 Korrelation zwischen Dimension Neurotizismus und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken

N=325	Pearson Korrelation						
	(Haupt-skala)	Facetten (Subskalen)					
	xb5ng **Neuroti-zismus**	xb5n1 **Ängst-lichkeit**	xb5n2 **Reizbar-keit**	xb5n3 **Depres-sion**	xb5n4 **Befan-genheit**	xb5n5 **Impulsivi-tät**	xb5n6 **Verletz-lichkeit**
Faktorskala Assertivität	-0.04	-0.04	0.11	-0.12	**-0.14**	**0.15**	-0.11
Eigenwerbung (self-promotion)	-0.10	-0.09	0.00	**-0.17**	**-0.14**	**0.15**	**-0.14**
Abwerten (blasting)	**0.16**	0.10	**0.35**	0.04	-0.01	**0.23**	0.06
Beispielhaftigkeit (exemplification)	**-0.15**	-0.10	-0.08	-0.14	**-0.16**	-0.01	**-0.16**
Faktorskala Selbstabwertung	**0.41**	**0.29**	**0.19**	**0.42**	**0.35**	**0.18**	**0.35**
Selbstbehinderung (self-handicapping)	**0.32**	**0.22**	0.11	**0.31**	**0.23**	**0.20**	**0.33**
Untertreibung (understatement)	**0.37**	**0.30**	**0.19**	**0.41**	**0.31**	0.07	**0.31**
Einschmeicheln (ingratiation)	**0.28**	**0.17**	**0.16**	**0.27**	**0.31**	**0.15**	**0.19**
Faktorskala Freundlichkeit	**0.14**	**0.16**	-0.02	0.08	**0.15**	**0.16**	0.09
Liebenswürdigkeit (kindness)	**0.18**	**0.17**	0.02	0.11	**0.29**	0.06	**0.15**
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	0.05	0.07	0.03	-0.07	-0.02	**0.26**	0.00
Entschuldigung (apology)	0.10	**0.15**	-0.10	**0.16**	**0.14**	-0.01	0.08
weitere Techniken							
Einschüchtern (intimidation)	0.04	-0.01	0.18	0.04	-0.10	0.12	-0.04
Rechtfertigen (justification)	**0.28**	**0.21**	**0.14**	**0.21**	**0.31**	**0.14**	**0.20**

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau sehr signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante Korrelationen sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Tabelle 5.5-3 Korrelation zwischen Extraversion und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken

N=325	Pearson Korrelation						
	(Haupt-skala)	Facetten (Subskalen)					
	xb5eg **Extra-version**	xb5e1 **Herzlich-keit**	xb5e2 **Gesellig-keit**	xb5e3 **Durch-setzungs-fähigkeit**	xb5e4 **Aktivität**	xb5e5 **Erlebnis-hunger**	xb5e6 **Frohsinn**
Faktorskala Assertivität	**0.22**	0.05	0.10	**0.28**	**0.16**	**0.22**	0.09
Eigenwerbung (self-promotion)	**0.29**	0.13	**0.16**	**0.27**	**0.19**	**0.25**	**0.17**
Abwerten (blasting)	0.13	-0.06	**0.14**	**0.15**	0.05	**0.24**	-0.01
Beispielhaftigkeit (exemplification)	0.12	0.06	-0.04	**0.22**	**0.14**	0.04	0.07
Faktorskala Selbstabwertung	**-0.16**	-0.10	-0.09	**-0.21**	**-0.18**	0.06	-0.13
Selbstbehinderung (self-handicapping)	**-0.12**	-0.06	-0.06	**-0.16**	**-0.20**	0.04	-0.05
Untertreibung (understatement)	**-0.16**	-0.08	-0.11	**-0.20**	-0.10	0.03	**-0.15**
Einschmeicheln (ingratiation)	-0.10	-0.09	-0.05	-0.12	-0.12	0.06	-0.10
Faktorskala Freundlichkeit	**0.26**	**0.42**	**0.18**	0.01	0.10	0.10	**0.32**
Liebenswürdigkeit (kindness)	0.07	**0.23**	0.10	-0.12	-0.04	0.05	**0.12**
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.42**	**0.47**	**0.28**	**0.17**	**0.21**	**0.23**	**0.43**
Entschuldigung (apology)	0.04	**0.21**	0.00	-0.06	0.03	-0.09	**0.13**
weitere Techniken							
Einschüchtern (intimidation)	0.00	**-0.20**	-0.04	**0.16**	0.01	**0.14**	-0.09
Rechtfertigen (justification)	0.03	0.09	-0.01	-0.05	-0.01	0.07	0.06

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau sehr signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante Korrelationen sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Tabelle 5.5-4 Korrelation zwischen Dimension Offenheit für Erfahrungen und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken

N=325	Pearson Korrelation						
	(Haupt-skala)	Facetten (Subskalen)					
	xb5og **Offenheit für Erfahrungen**	xb5o1 **Offenheit für Phantasie**	xb5o2 **Offenheit für Ästhetik**	xb5o3 **Offenheit für Gefühle**	xb5o4 **Offenheit für Handlungen**	xb5o5 **Offenheit für Ideen**	xb5o6 **Offenheit für Werte/ Normen**
Faktorskala Assertivität	0.01	-0.02	0.00	0.05	-0.07	0.12	-0.06
Eigenwerbung (self-promotion)	0.02	0.00	0.01	0.00	-0.03	0.10	-0.03
Abwerten (blasting)	-0.03	0.03	0.00	0.05	-0.12	-0.04	-0.07
Beispielhaftigkeit (exemplification)	0.04	-0.06	-0.01	0.05	-0.01	**0.19**	-0.04
Faktorskala Selbstabwertung	-0.02	0.09	0.02	0.01	**-0.17**	0.00	-0.07
Selbstbehinderung (self-handicapping)	0.03	**0.15**	0.10	0.02	-0.11	-0.03	-0.03
Untertreibung (understatement)	-0.02	0.06	-0.02	0.03	**-0.14**	0.04	-0.09
Einschmeicheln (ingratiation)	-0.07	0.01	-0.03	-0.02	**-0.17**	-0.01	-0.03
Faktorskala Freundlichkeit	**0.17**	0.05	**0.19**	**0.35**	0.00	0.03	0.02
Liebenswürdigkeit (kindness)	-0.05	-0.07	0.05	**0.13**	-0.12	-0.10	-0.05
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.26**	**0.15**	**0.18**	**0.43**	0.12	0.07	0.03
Entschuldigung (apology)	0.13	0.01	0.18	**0.21**	-0.04	0.09	0.07
weitere Techniken							
Einschüchtern (intimidation)	-0.02	0.07	0.01	-0.12	-0.04	0.05	-0.10
Rechtfertigen (justification)	0.06	0.07	0.11	**0.14**	**-0.14**	0.07	-0.03

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau sehr signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante Korrelationen sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Tabelle 5.5-5 Korrelation zwischen Dimension Verträglichkeit und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken

N=325	Pearson Korrelation						
	(Haupt-skala)	Facetten (Subskalen)					
	xb5ag **Verträg-lichkeit**	xb5a1 **Vertrauen**	xb5a2 **Freimü-tigkeit**	xb5a3 **Altruis-mus**	xb5a4 **Entge-genkom-men**	xb5a5 **Bescheid-enheit**	xb5a6 **Guther-zigkeit**
Faktorskala Assertivität	**-0.37**	0.02	**-0.35**	**-0.17**	**-0.28**	**-0.42**	**-0.16**
Eigenwerbung (self-promotion)	**-0.34**	0.07	**-0.31**	**-0.17**	**-0.16**	**-0.51**	**-0.14**
Abwerten (blasting)	**-0.46**	**-0.18**	**-0.35**	**-0.30**	**-0.45**	**-0.27**	**-0.20**
Beispielhaftigkeit (exemplification)	-0.07	**0.14**	**-0.14**	0.05	-0.03	**-0.22**	-0.04
Faktorskala Selbstabwertung	-0.10	-0.09	**-0.24**	-0.11	0.03	0.07	-0.08
Selbstbehinderung (self-handicapping)	-0.03	-0.03	-0.11	-0.03	0.01	0.04	-0.01
Untertreibung (understatement)	-0.02	-0.08	-0.10	-0.10	0.06	**0.16**	-0.05
Einschmeicheln (ingratiation)	**-0.20**	-0.10	-0.36	-0.14	-0.01	-0.05	-0.12
Faktorskala Freundlichkeit	**0.36**	**0.24**	**0.16**	**0.42**	**0.23**	0.09	**0.27**
Liebenswürdigkeit (kindness)	**0.22**	**0.16**	0.00	**0.27**	**0.20**	0.07	**0.15**
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.20**	**0.26**	0.10	**0.31**	0.04	-0.08	**0.19**
Entschuldigung (apology)	**0.42**	0.13	**0.27**	**0.38**	**0.31**	**0.26**	**0.28**
weitere Techniken							
Einschüchtern (intimidation)	**-0.47**	-0.12	**-0.49**	**-0.39**	**-0.35**	**-0.25**	**-0.20**
Rechtfertigen (justification)	0.01	-0.03	-0.13	0.06	0.05	0.02	0.06

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau sehr signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante Korrelationen sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Tabelle 5.5-6 Korrelation zwischen Dimension Gewissenhaftigkeit und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken

N=325	Pearson Korrelation						
	(Haupt-skala)	Facetten (Subskalen)					
	xb5cg **Gewis-senhaf-tigkeit**	xb5c1 **Kompe-tenz**	xb5c2 **Ord-nungs-liebe**	xb5c3 **Pflicht-bewusst-sein**	xb5c4 **Leis-tungs-streben**	xb5c5 **Selbst-disziplin**	xb5c6 **Beson-nenheit**
Faktorskala Assertivität	**0.13**	**0.22**	0.05	-0.04	**0.19**	0.11	0.01
Eigenwerbung (self-promotion)	0.09	**0.21**	0.02	-0.12	**0.21**	0.12	-0.05
Abwerten (blasting)	-0.06	0.01	0.00	**-0.14**	-0.06	0.04	-0.07
Beispielhaftigkeit (exemplification)	**0.24**	**0.27**	0.08	**0.14**	**0.28**	0.09	0.12
Faktorskala Selbstabwertung	**-0.22**	**-0.29**	**-0.17**	**-0.26**	**-0.18**	-0.07	0.05
Selbstbehinderung (self-handicapping)	**-0.44**	**-0.38**	**-0.33**	**-0.37**	**-0.36**	**-0.28**	-0.11
Untertreibung (understatement)	0.01	**-0.18**	-0.03	-0.07	0.01	0.09	**0.17**
Einschmeicheln (ingratiation)	-0.07	-0.12	-0.02	**-0.17**	-0.08	0.03	0.07
Faktorskala Freundlichkeit	**0.16**	0.11	0.09	**0.16**	**0.20**	**0.19**	-0.04
Liebenswürdigkeit (kindness)	**0.14**	0.02	**0.14**	0.10	0.11	**0.18**	0.07
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	0.07	**0.17**	0.02	0.06	**0.19**	0.11	**-0.19**
Entschuldigung (apology)	**0.17**	0.03	0.06	**0.22**	**0.14**	**0.17**	0.08
weitere Techniken							
Einschüchtern (intimidation)	**-0.15**	-0.07	-0.13	**-0.23**	-0.07	-0.07	-0.07
Rechtfertigen (justification)	0.03	-0.03	0.02	-0.04	0.04	0.09	0.07

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau sehr signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante Korrelationen sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

5.5.2 Gemeinsame Hauptkomponentenanalyse der Facetten des NEO-PI-R und der Selbstdarstellungstechniken

Die Erfassung von Selbstdarstellung durch die Nutzung von Selbstdarstellungstechniken grenzt sich gegenüber der Eigenschaftserfassung des NEO-PI-R vorwiegend durch ihre theoriegeleitete Konstruktion ab. Ausgangspunkt zur Erfassung der Selbstdarstellung waren theoriekonforme inhaltliche Gesichtspunkte von Selbstdarstellungstechni-

ken, wie sie von Jones und Pittman (1982), Tedeschi et al. (1985) und Mummendey (2006) als Mittel der Selbstdarstellung beschrieben werden.

In der Hauptfragestellung (vgl. Abschnitt 3) wird die Unterscheidbarkeit von Beschreibungen der eigenen Person durch Selbstdarstellungstechniken gegenüber den Dimensionen des Fünf-Faktoren Modells der Persönlichkeit auf die Unterschiede in der *Intention* der beiden Selbstbeschreibungsformen bezogen. Beschreiben Personen ihre Selbstdarstellung, vermitteln sie damit ihre explizite Motivation durch Selbstdarstellungstechniken Interaktionsziele erreichen zu wollen. In den Persönlichkeitsbeschreibungen des NEO-PI-R sind Darstellungsintentionen hingegen nicht explizit Inhalt der Items.

Zeigt diese interpersonelle Zielbezogenheit der Selbstdarstellungstechniken sich in einer gemeinsamen Komponentenanalyse mit den Eigenschaften als eigenständige Selbstdarstellungskomponente oder geht Selbstdarstellung in den Persönlichkeitsdimensionen des Fünf-Faktoren-Modells auf? Das Drei-Komponenten-Modell der Selbstdarstellung, gebildet aus assertiven, freundlichen und selbstabwertenden Selbstdarstellungen, wird durch jeweils drei, also insgesamt neun Techniken repräsentiert. Als durchgängig positiv korreliert zeigte sich die Selbstdarstellungstechnik *Rechtfertigen* (*justification*) mit diesen neun Selbstdarstellungstechniken. Die fünf Hauptskalen des NEO-PI-R bestehen aus je sechs untergeordneten Eigenschaften. Somit ergeben sich insgesamt 30 Facetten. Eine gemeinsame Faktorenanalyse der 30 Facetten des NEO-PI-R und der zehn Selbstdarstellungstechniken soll die Hypothese überprüfen, ob Selbstdarstellungstechniken mit ihrem motivationalen Gehalt im Fünf-Faktoren Modell aufgehen oder eine bzw. mehrere eigene Selbstdarstellungskomponenten abbilden.

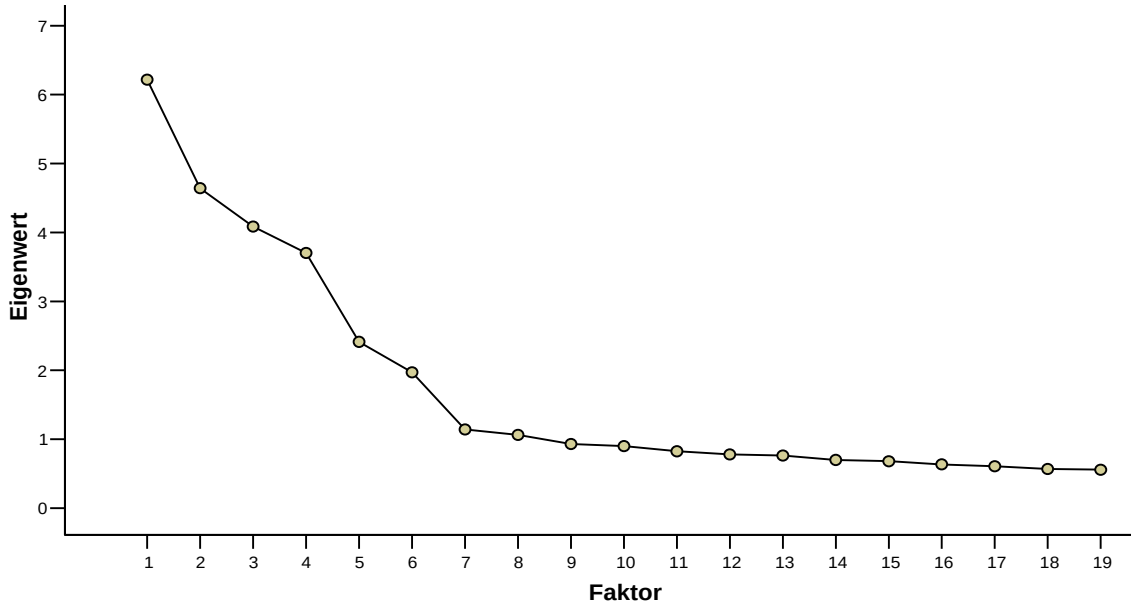

Abbildung 5.5-1 Screeplot der gemeinsamen Faktorenanalyse NEO-PI-R Facetten und Selbstdarstellungsskalen

Zur Überprüfung der Eignung der vorliegenden Korrelationsmatrix der 40 Variablen für eine Komponentenanalyse wurde das Kaiser-Meyer-Olkin-Maß herangezogen; mit .83 zeigt sich die Stichprobeneignung als sehr gut geeignet (*meritorious*) (vgl. Backhaus et. al., 2003, S. 276).

Anhand einer Hauptkomponentenanalyse wurden alle 30 NEO-PI-R Facetten sowie alle 10 Selbstdarstellungstechniken ausschließlich der Skala *Einschüchtern* (*intimidation*) auf ihre faktorielle Struktur hin überprüft. Der Eigenwertverlauf weist im „Scree-Test“ von Cattell (1966) einen interpretierbaren Knick bei 6 Komponenten auf. Die Selbstdarstellungstechnik Einschüchtern wurde auch hier aufgrund ihrer problematischen Verteilungscharakteristik (starke Rechtsschiefe) nicht in die Komponentenanalyse aufgenommen.

Tabelle 5.5-7 Rotierte Komponentenmatrix der gemeinsamen Hauptkomponentenanalyse

N = 325	h^2	N	E	O	A	C	SD
xt1b5n1 Neu - Ängstlichkeit	0.70	**0.82**	-0.05	0.04	-0.02	0.07	0.12
xt1b5n2 Neu - Reizbarkeit	0.71	**0.70**	0.21	0.04	**-0.41**	0.05	0.02
xt1b5n3 Neu - Depression	0.75	**0.82**	-0.21	0.04	0.00	-0.12	0.14
xt1b5n4 Neu – Soz. Befangenh.	0.63	**0.67**	-0.28	-0.12	0.18	-0.05	0.23
xt1b5n5 Neu - Impulsivität	0.59	**0.28**	**0.60**	0.26	-0.13	-0.22	0.10
xt1b5n6 Neu - Verletzlichkeit	0.72	**0.82**	-0.04	-0.03	0.05	-0.18	0.11
xt1b5e1 Extr - Herzlichkeit	0.69	-0.19	**0.66**	0.00	**0.46**	0.08	0.09
xt1b5e2 Extr - Geselligkeit	0.63	-0.12	**0.74**	-0.25	0.04	-0.07	-0.01
xt1b5e3 Extr – Durchsetzungsf.	0.62	**-0.49**	**0.47**	0.15	-0.32	0.16	-0.03
xt1b5e4 Extr - Aktivität	0.53	-0.22	**0.51**	0.24	-0.14	0.37	-0.06
xt1b5e5 Extr - Erlebnishunger	0.38	-0.07	**0.55**	0.06	-0.22	-0.09	0.12
xt1b5e6 Extr - Frohsinn	0.68	-0.29	**0.69**	0.24	0.24	0.05	0.04
xt1b5o1 Offen - für Phantasie	0.52	0.18	0.21	**0.62**	-0.03	-0.24	0.00
xt1b5o2 Offen - für Ästhetik	0.55	0.06	0.07	**0.73**	0.11	-0.05	0.05
xt1b5o3 Offen - für Gefühle	0.65	0.19	0.36	**0.63**	0.24	0.11	0.08
xt1b5o4 Offen - für Handlungen	0.42	-0.26	0.35	**0.42**	0.06	-0.08	-0.20
xt1b5o5 Offen - für Ideen	0.54	-0.25	-0.19	**0.62**	-0.08	0.20	0.11
xt1b5o6 Offen – Werte/Normen	0.26	-0.23	-0.03	**0.42**	0.14	-0.07	-0.05
xt1b5a1 Vertr - Vertrauen	0.48	**-0.46**	0.16	0.01	**0.48**	-0.02	0.11
xt1b5a2 Vertr - Freimütigkeit	0.51	0.01	-0.03	0.07	**0.65**	0.10	-0.26
xt1b5a3 Vertr - Altruismus	0.66	-0.07	0.20	0.07	**0.77**	0.11	0.03
xt1b5a4 Vertr - Entgegenkomm.	0.62	-0.09	-0.30	-0.08	**0.70**	-0.07	0.10
xt1b5a5 Vertr - Bescheidenheit	0.45	**0.43**	-0.15	-0.10	**0.44**	-0.10	-0.19
xt1b5a6 Vertr - Gutherzigkeit	0.40	0.11	0.18	0.23	**0.55**	0.02	-0.04
xt1b5c1 Gew - Kompetenz	0.71	**-0.51**	0.11	0.17	-0.03	**0.63**	0.05
xt1b5c2 Gew - Ordnungsliebe	0.54	-0.03	-0.22	-0.17	-0.02	**0.68**	0.06
xt1b5c3 Gew - Pflichtbewussts.	0.62	-0.01	-0.11	-0.01	0.26	**0.73**	-0.08
xt1b5c4 Gew - Leistungsstreben	0.70	-0.09	0.10	0.24	-0.03	**0.78**	0.07
xt1b5c5 Gew - Selbstdisziplin	0.46	0.06	0.02	-0.23	0.11	**0.61**	0.13
xt1b5c6 Gew - Besonnenheit	0.56	0.11	**-0.55**	-0.14	0.02	**0.46**	0.14
xt1-SP Eigenwerbung	0.66	-0.27	0.22	0.00	-0.33	0.07	**0.65**
xt1-SP Abwerten	0.51	0.11	0.25	-0.05	**-0.51**	0.00	**0.41**
xt1-SP Beispielhaftigkeit	0.50	-0.28	-0.01	0.09	-0.10	0.22	**0.60**
xt1-SP Selbstbehinderung	0.57	0.19	-0.05	0.09	0.00	**-0.56**	**0.47**
xt1-SP Untertreibung	0.54	0.30	-0.14	0.02	-0.03	-0.05	**0.65**
xt1-SP Einschmeicheln	0.69	0.15	-0.06	-0.06	-0.13	-0.14	**0.79**
xt1-SP Liebenswürdigkeit	0.66	0.14	0.15	-0.14	0.34	0.12	**0.69**
xt1-SP Selbstoffenbarung	0.62	0.00	**0.50**	0.14	0.28	0.13	**0.50**
xt1-SP Entschuldigung	0.41	0.16	0.02	0.14	**0.53**	0.19	0.22
xt1-SP Rechtfertigen	0.60	0.19	0.04	0.08	0.07	0.01	**0.74**

Anmerkungen: Zur besseren Übersichtlichkeit wurden Ladungen ≥ +/- .40 fett dargestellt.

Um die zufallskritische Absicherung der Abweichung der empirischen Eigenwerte von den aus Zufallsvariablen produzierten Eigenwerten auf dem 5% Niveau zu überprüfen, wurden mittels der exakten Variablen- und Probandenzahlen 500 zufällige Datensätze erzeugt. Zur Berechnung des Eigenwerteverlaufs der Zufallsvariablen wurde die SPSS-Syntax von O'Conner (2000) verwendet. Der Vergleich der Eigenwertverläufe verwies auf die überzufällige Sechs-Komponenten-Lösung, die auch im Scree-Plot ihren bedeutsamen Eigenwertabfall nach der sechsten Stelle zeigt (vgl. Abbildung 5.5-1).

Außer der Komponente, die sich als Repräsentation der Offenheit für Erfahrungen (O) zeigt, weisen alle weiteren Komponenten Variablen (einzelne Facetten) mit deutlichen Nebenladungen auf anderen Dimensionen auf. Teilweise sind höhere Ladungen von Facetten des NEO-PI-R auf Komponenten zu verzeichnen, die der erwarteten Zuordnung nicht entsprechen. Diese Ergebnisse replizieren allerdings weitgehend die Nebenladungsstruktur der NEO-PI-R Facetten auf den Fünf-Faktoren in der Normstichprobe bei Ostendorf und Angleitner (2004). So zeigt sich auch hier eine höhere Ladung der Facette Impulsivität auf der Extraversionskomponente als auf der ihr ursprünglich (vgl. Costa & McCrae, 1992) zugeordneten Dimension des Neurotizismus. Die deutlich negative Ladung der Facette Reizbarkeit auf der Dimension Verträglichkeit kann ebenfalls in größeren Stichproben (vgl. Ostendorf und Angleitner, 2004) nachgewiesen werden. In der vorliegenden Stichprobe zeigte sich die negative Nebenladung der Extraversionsfacette Durchsetzungsfähigkeit. Bemerkenswert erscheinen die zahlreichen Nullladungen der NEO-PI-R Facetten auf der Selbstdarstellungskomponente.

Unter den 10 einbezogenen Skalen habitueller Selbstdarstellungstechniken laden vier auch substantiell auf Komponenten der Big Five. Das *Abwerten anderer* (*blasting*) zeigt eine höhere negative Ladung auf der Komponente *Verträglichkeit* (-.51) als auf der Selbstdarstellungskomponente (.41). Dieses explorative Ergebnis wird bereits in den mittelhohen Korrelationen (vgl.Tabelle 5.5-5) zwischen der Hauptskala Verträglichkeit und deren Facetten mit der Selbstdarstellungstechnik *Abwerten anderer* (*blasting*) angedeutet. Die durchgängig negativen Korrelationen liegen dabei zwischen niedrigen Zusammenhängen von r = -.18 mit *Vertrauen* bzw. r = -.20 mit *Gutherzigkeit* und mittelhohen Zusammenhängen von r = -.45 mit der Facette *Entgegenkommen*. Andere Menschen gewohnheitsmäßig herabzusetzen spiegelt sich damit relativ klar auf der für den interpersonellen Bereich zentralen Dimension *Verträglichkeit* (Wiggins & Broughton, 1985) wieder. Als deutlich assertive Selbstdarstellungstechnik (vgl. Tabelle 5.2-1) ist mit dem häufigen Abwerten das sozial unverträgliche Moment mangelnden Entge-

genkommens verknüpft (vgl. Tabelle 5.5-7 und Tabelle 2.5-1 Zeile Abwerten (blasting)). Verträglichkeit als Eigenschaftsbeschreibung des NEO-PI-R geht mit r = -.46 umgekehrt proportional mit *Abwerten anderer* einher. Costa und McCrae (1990) sehen in der pathologischen Extremform geringer Verträglichkeit eine Verknüpfung zu Persönlichkeitsstörungen wie „Antisoziale Persönlichkeit", „Narzisstische Persönlichkeit" und „Paranoide Persönlichkeit". Die Verbindung, eine assertive Selbstdarstellungstechnik, wie *Abwerten anderer* (*blasting*) häufig zu nutzen, geht mit der Beobachtung einher, dass Personen mit niedrigen Ausprägungen auf der Dimension Verträglichkeit eine Präferenz wettbewerbsorientierten Handelns aufweisen (vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004).

Innerhalb der selbstabwertenden Selbstdarstellungstechniken lädt *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) stärker negativ (-.56) auf der Dimension Gewissenhaftigkeit als positiv (.47) auf der Selbstdarstellungsdimension (vgl. Tabelle 5.5-7 Spalte SD). *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*) kann als Provokation von Misserfolg zu Attribuierungszwecken betrachtet werden: So können Fehlschläge beim Erreichen von Zielen durch Vorankündigungen – wie z.B. die Ankündigung anderweitiger Verpflichtungen oder unaufschiebbarer anderer Aufgaben – anderen und sich selbst gegenüber entschuldbar und damit weniger leicht verurteilbar erscheinen. Die deutliche negative Ladung der Selbstdarstellungstechnik Selbstbehinderung auf der Dimension Gewissenhaftigkeit kann in zweierlei Hinsicht als „erfolgreiche" Vermittlung selbstbehindernden Darstellungsverhaltens aufgefasst werden. Zum einen ist für eine glaubwürdige Präsentation von gerechtfertigtem Scheitern eine konsistente Darbietung einer geringen Präferenz eigenen Kompetenz- und Leistungsstrebens (vgl. Tabelle 5.5-6 Zeile *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*)) wichtig, um die Unabdingbarkeit der behindernden Nebenziele nicht in Kontrast zur Selbstbeschreibung erscheinen zu lassen. Zum anderen kann die geringe Gewissenhaftigkeit in der Selbstbeschreibung im NEO-PI-R bereits als Resultat internalisierter Interaktionsprozesse aufgefasst werden: Der langfristige Einsatz dieser Selbstbehinderungstechnik kann das eigene Selbstbild direkt oder über die Rückmeldungen durch die Zielpersonen indirekt beeinflussen. So kann beim Akteur die Überzeugung entstehen oder verfestigt werden, über bestimmte Kompetenzen und Leistungspotenziale gar nicht erst zu verfügen, die der Selbstdarsteller durch den Einsatz von Selbstbehinderung zu zeigen vermied.

Aus der Gruppe der freundlichen Selbstdarstellung weist die Technik *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) eine eben so hohe Ladung (.50) auf der Big-Five-Dimension

Extraversion wie auf der Selbstdarstellungsdimension (SD) auf. Dagegen zeigen die beiden anderen Selbstdarstellungstechniken *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) und *Entschuldigen* (*apology*) keine substantiellen Ladungen auf den Dimensionen des NEO-PI-R. Eine differenzierte Interpretationsgrundlage dieser Ladung findet sich in den Korrelationen mit den Facetten der NEO-PI-R Dimension Extraversion (vgl. Tabelle 5.5-3). Selbstoffenbarung steht mit Herzlichkeit und Frohsinn in einem mittelhohen Zusammenhang von r = .47 bzw. r = .43, weist allerdings gegenüber den anderen Extraversions-Facetten lediglich geringe Korrelationen auf. Es ist hinlänglich bekannt, dass Herzlichkeit und Frohsinn innerhalb der Dimension Extraversion eine andere theoretisch interpretierbare Bedeutung z.B. für den Zusammenhang mit psychischem Wohlbefinden aufweisen als die Inhalte der Goldbergschen Extraversionsdimension wie z.B. Erlebnishunger oder Durchsetzungsfähigkeit, (vgl. Ostendorf & Angleitner, 2004; Johnson & Ostendorf, 1993). So weisen Herzlichkeit und Frohsinn innerhalb des Modells im Abridged Big Five Circumplex (AB5C) stärkere Bezüge zur interpersonellen Verträglichkeit auf als zur Extraversion (vgl. Hofstee, De Raad und Goldberg, 1992).

Die Selbstdarstellungstechnik *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) zeigt dagegen kaum substantielle Ladungen und kaum bedeutsame korrelative Bezüge zur Big-Five-Dimension Verträglichkeit. Mit r = .31 besteht lediglich eine schwache Korrelation zur Facette Altruismus (vgl. Tabelle 5.5-5), die sich durch Großzügigkeit, Rücksichtnahme und Hilfsbereitschaft ausdrückt.

Als weitere freundliche Selbstdarstellungstechnik lädt *Entschuldigung* (*apology*) auf einer Big-Five-Dimension. Mit .53 erscheint *Entschuldigung* als Selbstdarstellungstechnik faktoriell regelrecht fehlklassifiziert, da sie auf der Komponente SD lediglich mit .22 lädt. Auch auf rein korrelativer Ebene stehen Entschuldigung und Verträglichkeit in mittelhohem Bezug zueinander. Auf Facettenebene zeigt sich der höchste Zusammenhang gegenüber Altruismus mit r = .38. Inhaltlich lässt sich diese Beziehung nicht klären – es besteht keine ernst zu nehmende semantische Ähnlichkeit zwischen den Items der Selbstdarstellungstechnik Entschuldigung und den Eigenschaftsbeschreibungen der Aussagen im NEO-PI-R. Vielmehr ist hier von einer vergleichbaren interpersonellen Haltung auszugehen, die dem erwarteten Urteil beim Interaktionspartner hohe Bedeutung zuspricht, wenn sowohl Entschuldigung als auch Verträglichkeit hoch ausgeprägt sind.

Wenn auch *Rechtfertigen* (*justification*) nicht eindeutig einer Dimension von Selbstdarstellungsverhalten zugeordnet werden konnte (vgl. Abschnitt 5.2), so ist ihre

Bedeutung für die Abgrenzbarkeit von Selbstdarstellung als eigenständige Beschreibungsform neben den fünf Dimensionen des NEO-PI-R (vgl. Abschnitt 5.5.2) nicht zu vernachlässigen. *Rechtfertigen* (*justification*) lädt neben *Einschmeicheln* (*ingratiation*) mit jeweils > .74 auf der eigenständigen Komponente Selbstdarstellung weitgehend ohne relevante Nebenladungen auf den fünf Faktoren der Big Five.

5.5.3 Regressionsanalytische Befunde und Zusammenfassung der Ergebnisse

Ziel dieses zentralen Teils der Untersuchung von Selbstdarstellung und Eigenschaftsbeschreibung von Personen war die Überprüfung des Zusammenhangs inhaltlicher Ähnlichkeiten (vgl. Tabelle 5.5-1) und der faktoriellen Abgrenzbarkeit von Selbstdarstellung und Persönlichkeitseigenschaften (vgl. 5.5.2 Gemeinsame Hauptkomponentenanalyse der Facetten des NEO-PI-R und der Selbstdarstellungstechniken).

Die Ergebnisse aus dem korrelativ-variablenorientierten Vorgehen verweisen auf einen eher mäßigen, doch gut interpretierbaren Zusammenhang zwischen Variablen habitueller Selbstdarstellung und Eigenschaftsbeschreibungen. Da semantische Ähnlichkeiten von intentional eingesetzten Selbstdarstellungstechniken und Eigenschaftsbeschreibungen im NEO-PI-R vorhanden sind, wurde dieser Zusammenhang zumindest in dieser Höhe erwartet (vgl. Laux & Merzbacher, 2003).

Für die Interpretierbarkeit der Selbstdarstellungsdimensionen sind hierbei vor allem jene Selbstdarstellungstechniken interessant, die nur geringe korrelative Übereinstimmung mit Dimensionen des NEO-PI-R aufweisen ($r < .30$), aber zugleich hohe Bedeutsamkeit für die Selbstdarstellungsdimensionen zeigen (Faktorwert ˜.70). So findet sich in jeder Selbstdarstellungsdimension der assertiven, selbstabwertenden und freundlichen Selbstdarstellung zumindest eine Technik, die mit den beiden anderen Darstellungstechniken deutlich konvergiert. Damit wird eine Selbstdarstellungskomponente gebildet, die aber dennoch weitgehend unkorreliert zu den Persönlichkeitseigenschaften der Big Five ist. Für die assertive Selbstdarstellung ist das die Technik *Eigenwerbung* (*self-promotion*), im Bereich selbstabwertende Selbstdarstellung das *Einschmeicheln* (*ingratiation*) und innerhalb freundlicher Selbstdarstellungstechniken die Präsentation von *Liebenswürdigkeit*. Diese Selbstdarstellungstechniken sind in Regressionsgleichungen aus den Hauptskalen des NEO-PI-R nur in recht geringem Maß zu bestimmen ($R^2 < .13$).

Für die assertive Selbstdarstellung hebt sich die *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*) durch ihre schwache regressionsanalytische Vorhersagbarkeit von den Persönlichkeitsbeschreibungen der Big Five ab (R^2 = .07). Die beiden anderen assertiven Techniken sind vor allem durch den negativen Zusammenhang mit der Persönlichkeitsdimension Verträglichkeit besser durch die Big Five erklärt, so lässt sich *Eigenwerbung* (*self-promotion*) mit R^2 = .19 und *Abwerten anderer* (*blasting*) mit R^2 = .25 aus einem linearen Modell der fünf Hauptskalen des NEO-PI-R besser vorhersagen als die Selbstdarstellungstechnik *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*).

Im Selbstdarstellungsfaktor Selbstabwertung sind sowohl Selbstbehinderung (*self-handicapping*) als auch Untertreibung (*understatement*) durch Zusammenhänge mit Neurotizismus, bzw. erstere Technik auch durch mangelnde Gewissenhaftigkeit mit den Big Five über r = .3 korreliert. Einschmeicheln (*ingrationation*) dagegen ist durch geringe Vorhersagbarkeit durch die Big Five (R^2 = .10) gekennzeichnet. *Einschmeicheln* (*ingratiation*) besitzt zugleich ein hohes Gewicht auf dem allgemeinen Selbstdarstellungsfaktor und erscheint damit für die Interpretation von Selbstabwertung am geeignetsten, ohne durch zu hohe Zusammenhänge mit Skalen des NEO-PI-R bereits durch diese bestimmt werden zu können.

Aus der Selbstdarstellungsdimension Freundlichkeit ist die Selbstdarstellungstechnik *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) durch die Big Five am geringsten erklärbar (R^2 = .13), wobei die höchsten Beta-Gewichte durch Neurotizismus (β = .29) und Verträglichkeit (β = .24) beigetragen werden.

Einen ebenfalls starken Selbstdarstellungsanteil scheint die Tendenz zum *Rechtfertigen* (*justification*) aufzuweisen, deren korrigiertes R^2 im Vergleich zu anderen Selbstdarstellungstechniken mit .08 ebenfalls nur schwach durch die Big Five erklärt werden kann. Diese Variablen begründen die Interpretierbarkeit von Selbstdarstellung als eigene Erfassungsebene in den Ergebnissen dieser Untersuchung. Bereits die gemeinsame Hauptkomponentenanalyse (vgl. Tabelle 5.5-7) zeigte hierzu einen deutlichen Hinweis. Damit wird die Bedeutung der Selbstdarstellung als erfassbare eigenständige Kategorie der Personenbeschreibung eher unterstützt als widerlegt, wie die Inhaltsähnlichkeiten der beiden Selbstbeschreibungssysteme zunächst vermuten ließ (vgl. Laux & Merzbacher, 2003). Der Zusammenhang im expliziten Einsatz von Selbstdarstellungstechniken kann durch die Selbstbeschreibungen auf der Dimensionsebene der Big Five als nur schwach beurteilt werden.

Wichtig für die Interpretierbarkeit von Selbstdarstellung ist dabei die weitgehende faktorielle Abgrenzbarkeit und der theoretische Ansatz der Selbstdarstellung als Inszenierung der eigenen Person. Die selbsteingeschätzte Nutzungshäufigkeit von Selbstdarstellungstechniken ist als Merkmal von Personen auch über einen längeren Zeitraum von 12 Monaten vergleichsweise stabil und unterstreicht damit deren habituellen Charakter (vgl. Tabelle 5.1-1 bis Tabelle 5.1-11).

5.6 Selbstdarstellungstypen in Eigenschaftsbeschreibungen der Big Five

Ausgehend von den Selbstdarstellungstypen wurde der Fragestellung nachgegangen, ob die spezifischen Muster in der Nutzung von Selbstdarstellungstechniken mit distinkten Eigenschaftsbeschreibungen einhergehen (vgl. Abschnitt 3.6). Die inhaltliche Bandbreite des NEO-PI-R liefert durch die differenziertere Eigenschaftszuschreibung auf Facettenebene im Vergleich zu anderen Big Five-Inventaren hierzu eine besonders geeignete Repräsentationsgrundlage. Dieses Beschreibungssystem sollte bei Unterschieden in der Eigenschaftsbeschreibung der Selbstdarstellungstypen durch die feinere Facettenstruktur relevante Differenzierungen zwischen den Selbstdarstellungstypen erkennbar werden lassen.

5.6.1 Varianzanalysen über die Skalen des NEO-PI-R

Zur Überprüfung der Hypothesen distinkter Selbstbeschreibungsmuster wurden in multivariaten Varianzanalysen die Cluster als unabhängige Faktoren zunächst gegenüber den Hauptskalen des NEO-PI-R getestet. Die Abbildung 5.6-1 stellt die Ausprägungen der fünf Hauptskalen in z-Werte-Balken dar, die jeweils einen Selbstdarstellungstyp in seiner durchschnittlichen Abweichung vom Gesamtstichprobenmittelwert repräsentieren.

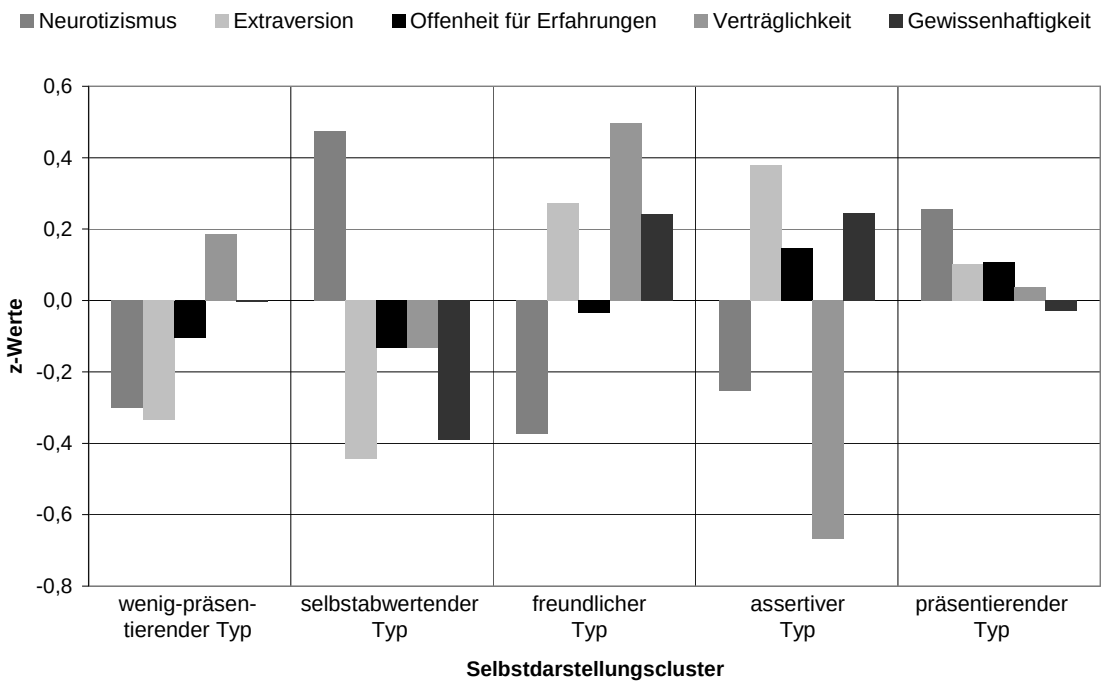

Abbildung 5.6-1 NEO-PI-R Hauptskalen über die fünf Selbstdarstellungstypen

Über vier der fünf Hauptskalen zeigen sich folgende signifikante Zwischensubjekteffekte: Neurotizismus ($F = 10{,}87$, $p = 0.00$, $\eta^2 = .12$); Extraversion ($F = 9{,}17$, $p = 0.00$, $\eta^2 = .10$), Verträglichkeit ($F = 12{,}68$, $p = 0.00$, $\eta^2 = .14$)) sowie Gewissenhaftigkeit ($F = 4{,}71$, $p = 0.00$, $\eta^2 = .06$). Offenheit für Erfahrungen als Hauptskala dagegen zeigt keinen Effekt hinsichtlich der Gruppierung durch die Selbstdarstellungscluster ($F = .99$, $p = .41$, $ETA^2 = .01$). Zur Anpassung des multiplen α-Fehler-Niveaus wurde bei den Einzelvergleichen in Post-Hoc-Analysen der Cluster der Tukey-Test verwendet, der eine höhere Güte als entsprechende andere Anpassungsverfahren des Fehlerniveaus bietet (vgl. Horn & Volland, 1995). Spezifische Muster eigenschaftsbezogener Selbstbeschreibungen können so zwischen den Clustern artefaktbereinigt in ihren Unterschieden beurteilt werden.

Es wurde erwartet, dass sich die Selbstdarstellungstypen auch einzeln voneinander abgrenzen lassen. Um Eigenschaftszuschreibungen der Gruppen voneinander detaillierter unterscheiden zu können, wurden nach den oben beschriebenen Varianzanalysen auf Hauptskalenebene (vgl. Abschnitt 5.6.1) auch Gruppenvergleiche sämtlicher 30 Facetten des NEO-PI-R und Einzelvergleiche zwischen den Clustern durchgeführt. Mittels paarweiser Vergleiche der Ausprägungen auf Facettenebene des NEO-PI-R unter der Verwendung der Tukey-Alpha-Korrektur sollten sich die Besonderheiten des jeweiligen Selbstdarstellungtypen klar von den anderen Typen abgrenzen lassen. Im Folgenden

wird auf die Zwischensubjekteffekte eingegangen. In den entsprechenden fünf Abbildungen (vgl. Abbildung 5.6-2 bis Abbildung 5.6-6) sind die z-Werte-Profile der jeweiligen sechs Facetten der fünf Hauptskalen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit dargestellt. Sie verdeutlichen die nicht immer homogene und daher diskriminativ validierende Facettenausprägung der Dimensionen des NEO-PI-R zwischen und teilweise auch innerhalb der Selbstdarstellungstypen.

Unterschiede auf der Dimension Neurotizismus

Hinsichtlich der Hauptskala Neurotizismus zeigen sich bei den Post-Hoc-Analysen mittels des Tukey-Tests zwei homogene Untergruppen, wovon der präsentierende und der selbstabwertende Typ als Gruppe mit hohen Ausprägungen sich von der Gruppe mit niedrigeren Werten, zusammengesetzt aus dem freundlichen, wenig-präsentierenden und assertiven Selbstdarstellungstyp, signifikant unterscheidet.

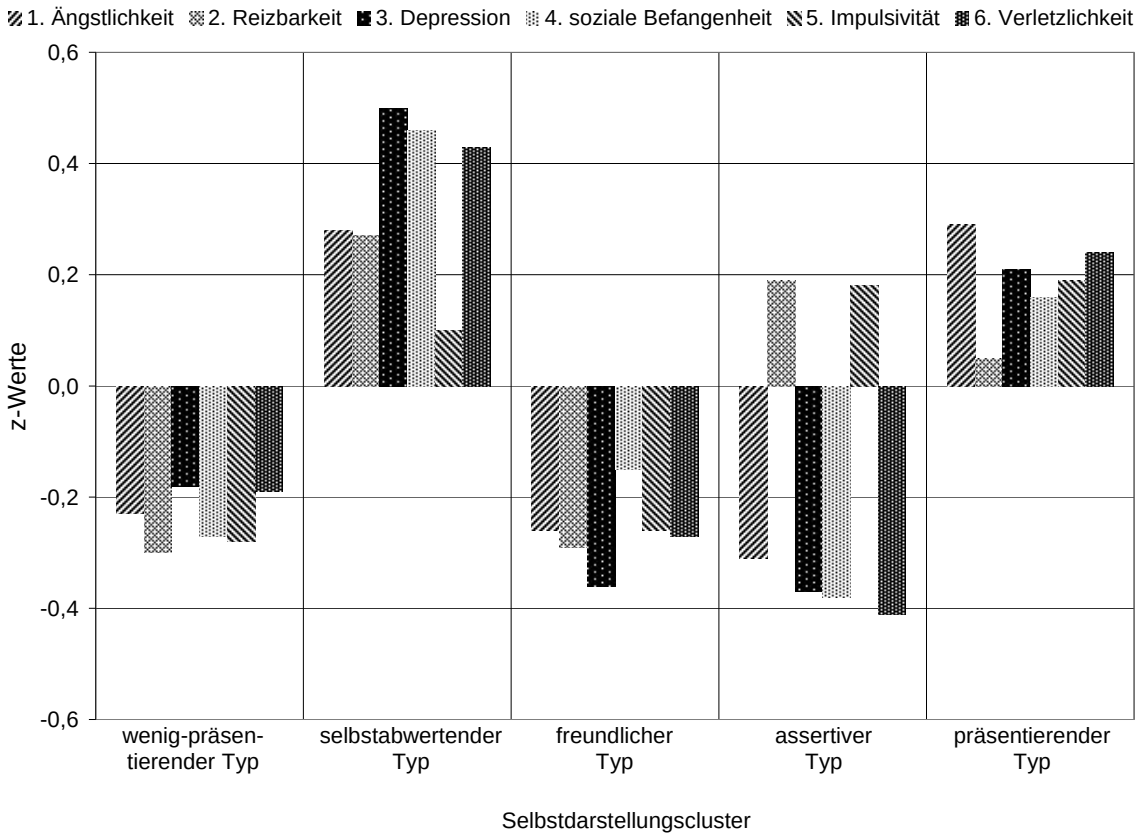

Abbildung 5.6-2 NEO-PI-R Facetten der Dimension Neurotizismus über die Cluster

In den Einzelvergleichen zeigt sich die deutlichste Differenz zwischen dem freundlichen und selbstabwertenden Typ. Lediglich auf dem 5%-α-Niveau zeigt der präsentierende Typ höhere Neurotizismus-Werte als der assertive Typ.

Über sämtliche Subskalen (Facetten) zeigt der Faktor der Selbstdarstellungscluster hoch signifikante Zwischensubjekteffekte, deren η^2-Werte von .05 für die Facette Impulsivität bis .12 für die Subskala Depression reichen.

Unterschiede auf der Dimension Extraversion

Auf der Hauptskala Extraversion weisen der freundliche und der assertive Typ die höchsten Ausprägungen auf. Sie liegen damit jeweils deutlich höher als der wenig präsentierende und der selbstabwertende Typ. Die eher durchschnittliche Ausprägung des präsentierenden Typs unterscheidet sich dagegen sehr signifikant lediglich vom besonders niedrigen Extraversionswert des selbstabwertenden Typs, vom wenig präsentierenden dagegen nur tendenziell. Damit sind die prägnantesten Extraversionsausprägungen beim selbstabwertenden mit niedrigen und beim assertiven Typ mit hohen Werten zu finden.

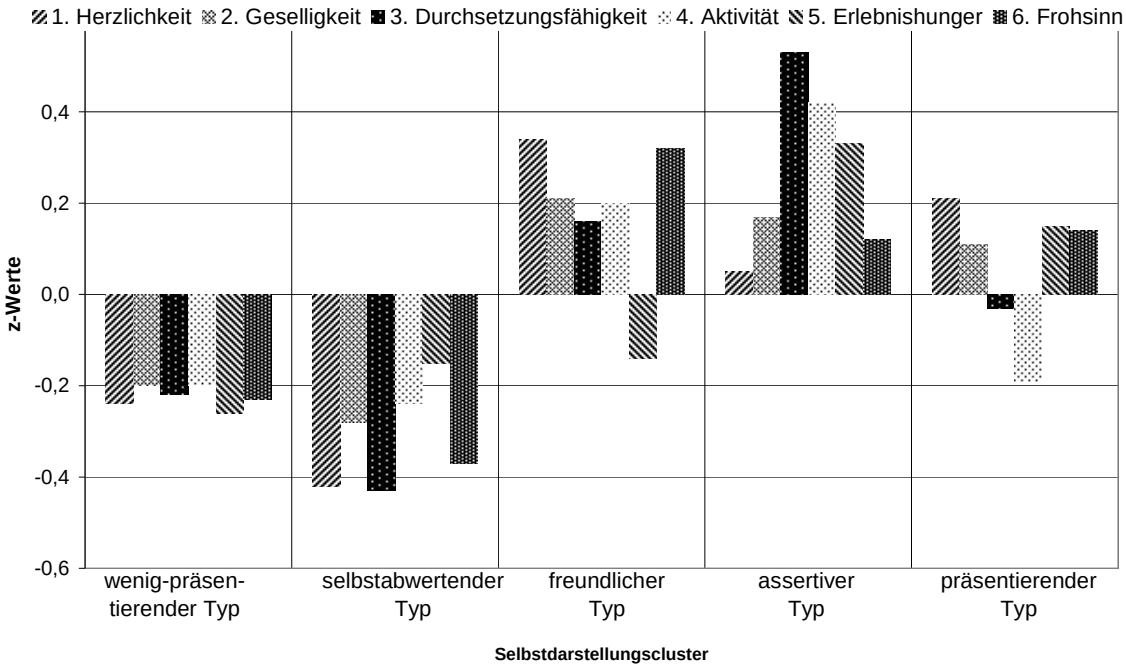

Abbildung 5.6-3 NEO-PI-R Facetten der Dimension Extraversion über die Cluster

Unterschiede auf der Dimension Offenheit für Erfahrungen

Die NEO-PI-R Dimension Offenheit für Erfahrungen zeigt auf der Ebene der Hauptskala keine signifikanten Zwischensubjekteffekte über die Selbstdarstellungstypen. Erwartete Differenzierungen der Selbstdarstellungstechniken gegenüber der Dimension Of-

fenheit für Erfahrungen zeigen sich lediglich auf Subskalenebene und dort nur auf einzelnen Facetten. Lediglich die Facette Offenheit für Ideen zeigt einen Zwischensubjekteffekt auf dem 5%-α-Niveau. Offenheit für Handlungen zeigt auf dem 10%-Fehler-Niveau eine Tendenz auf Gruppenunterschiede.

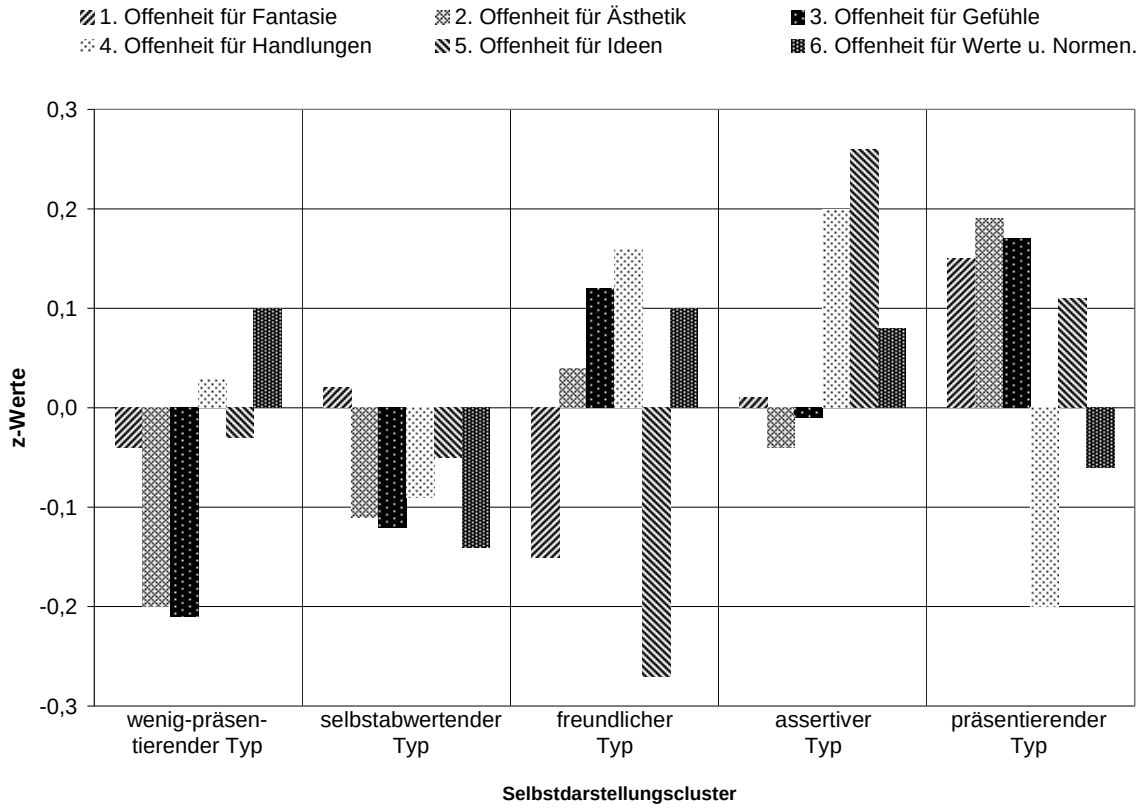

Abbildung 5.6-4 NEO-PI-R Facetten der Dimension Offenheit f. E. über die Cluster

Unterschiede auf der Dimension Verträglichkeit

Mit einer kleinen Effektstärke von $\eta^2 = .14$ weisen die Cluster auf der Hauptskala Verträglichkeit die prägnantesten Unterschiede auf. Hervorstechend sind hier die hohen Verträglichkeitswerte des freundlichen Selbstdarstellungstyps gegenüber den besonders niedrigen des assertiven Typs. Doch auch gegenüber Cluster fünf, dem präsentierenden, und Cluster zwei, dem selbstabwertenden Selbstdarstellungstyp, die eher durchschnittliche Verträglichkeitsausprägungen aufweisen, fällt der Typ-F (freundlicher Typ) durch höhere Ausprägungen auf der Eigenschaftsdimension Verträglichkeit durch seine sozial wenig aggressive Selbstbeschreibung auf. Unter den Mehrfachvergleichen zeigt sich der freundliche gegenüber dem präsentierenden Typ lediglich auf dem 5%-α-Niveau signifikant verträglicher.

Auf Subskalenniveau der Verträglichkeitsdimension weisen die fünf Facetten Vertrauen, Freimütigkeit, Altruismus, Entgegenkommen und Bescheidenheit sehr signifikante Zwischensubjekteffekte hinsichtlich der Selbstdarstellungstypen auf. Die Facette Gutherzigkeit dagegen unterscheidet sich zwischen den Clustern lediglich tendenziell.

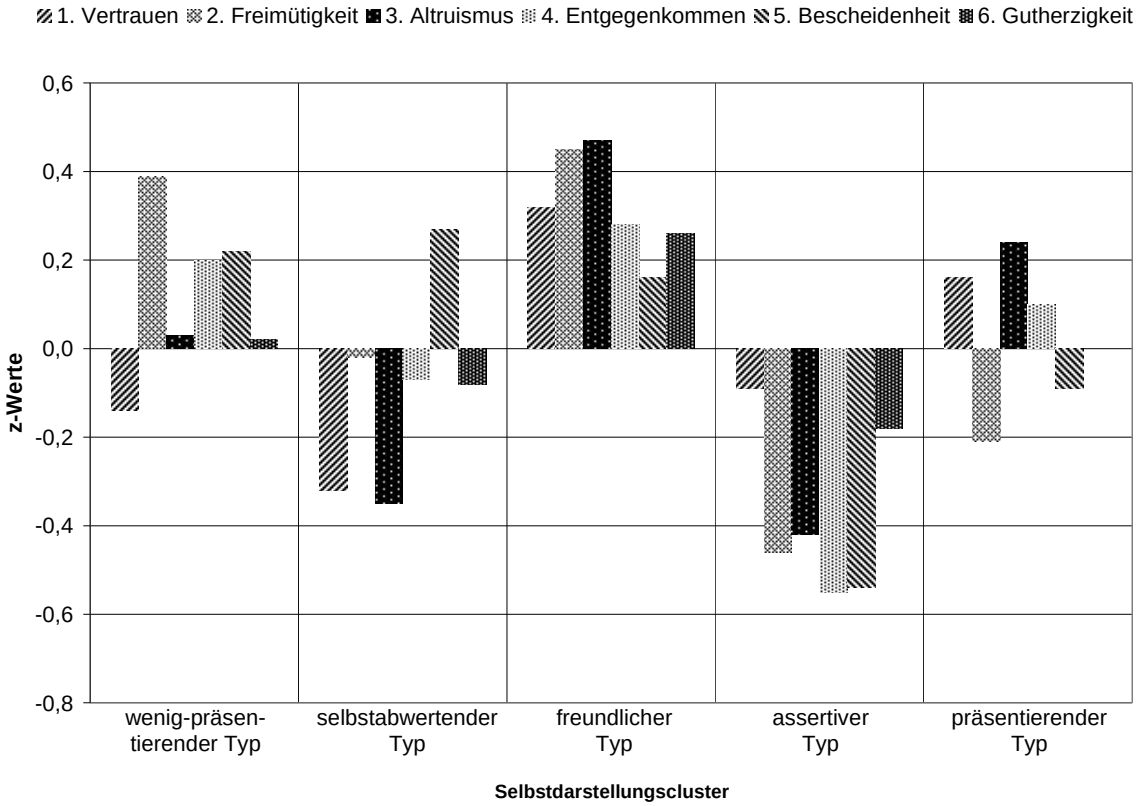

Abbildung 5.6-5 NEO-PI-R Facetten der Dimension Verträglichkeit über die Cluster

Unterschiede auf der Dimension Gewissenhaftigkeit

Als letzte der NEO-PI-R Hauptskalen ist die Gewissenhaftigkeit lediglich mit einem kleinen Effekt von $ETA^2 = .06$ über die Cluster bedeutsam verschieden. Neben den Ausprägungen auf den Dimensionen Neurotizismus und Extraversion weisen auch auf dieser Skala die Cluster freundlicher und assertiver Selbstdarstellungstyp ein gemeinsames Selbstbeschreibungsmuster auf, das sich lediglich durch die deutliche Differenz hinsichtlich der Verträglichkeitsausprägungen unterscheidet (vgl. Abbildung 6.3-1, dritte und vierte Balkengruppe). Gegenüber dem zweiten Cluster, dem selbstabwertenden Typ, der sich auf dieser NEO-PI-R Hauptskala durch besonders niedrige Gewissenhaftigkeitszuschreibungen auszeichnet, beschreiben sich Personen der Cluster des freundlichen und assertiven Typs bedeutsam gewissenhafter. Die durchschnittlichen Gewissenhaftigkeitsausprägungen des präsentierenden und wenig präsentierenden Selbstdarstel-

lungstyps tragen nicht zur Trennung zwischen den Gruppen bei. Betrachtet man die Haupteffekte auf Facettenebene, sind außer auf der Subskala Ordnungsliebe, die mit p = .17 keine signifikanten Zwischensubjekteffekte zeigt, sämtliche Eigenschaften der Dimension Gewissenhaftigkeit durch die Selbstdarstellungscluster sehr signifikant verschieden.

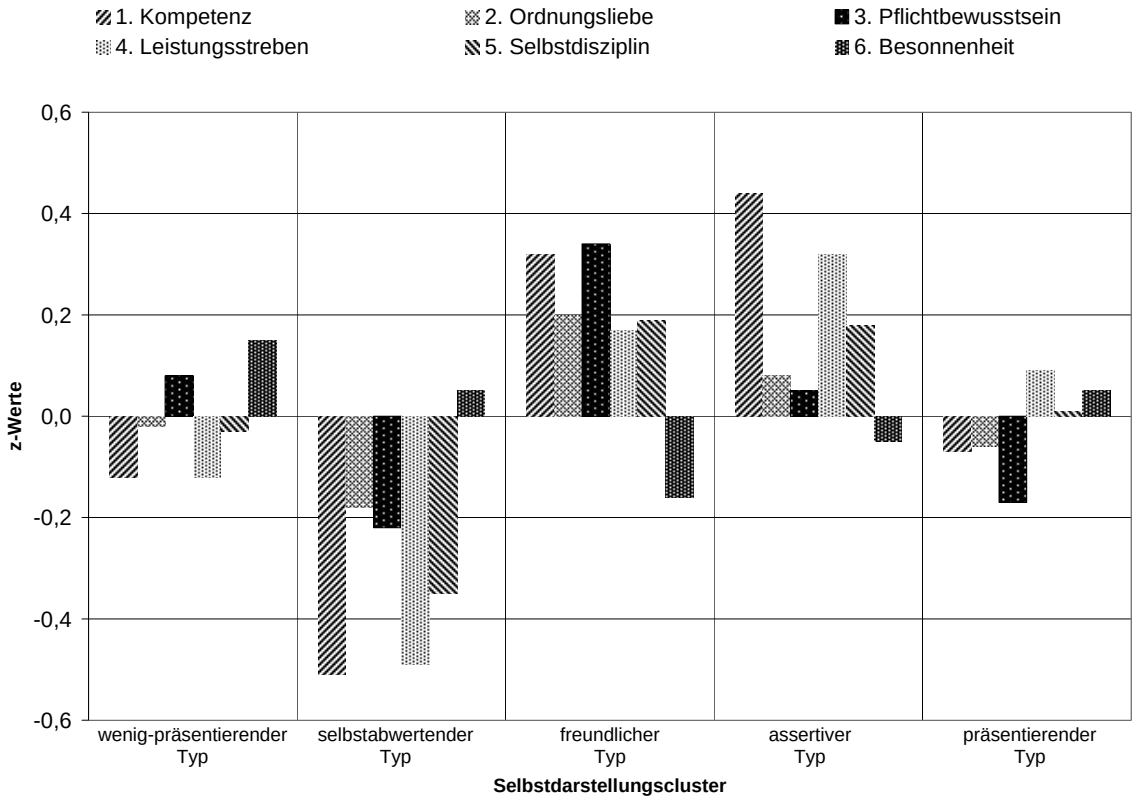

Abbildung 5.6-6 NEO-PI-R Facetten der Dimension Gewissenhaftigkeit über die Cluster

Durch die distinkten Muster über die fünf Hauptskalen des NEO-PI-R, die die Big-Five-Faktoren repräsentieren, werden die spezifischen Selbstbeschreibungen der habituellen Selbstdarstellung über die Typen für ihre Eigenschaftsbeschreibung deutlich. Diese werden in den folgenden Abschnitten dargestellt.

5.6.1.1 Eigenschaftsbeschreibungen des wenig-präsentierenden Typs

Der wenig-präsentierende Typ (Cluster 1) beschreibt sich überdurchschnittlich emotional stabil – vergleichbar dem freundlichen und assertiven Selbstdarstellungstyp. Gegenüber dem selbstabwertenden und präsentierenden Typ grenzt sich der wenig-präsentiertende Typ damit deutlich auf der Hauptskala Neurotizismus durch signifikant

geringere Ausprägungen ab. Auf Subskalenebene zeigt sich dieser Unterschied zu Typ-S und Typ-P lediglich auf der Facette Ängstlichkeit (vgl. Abbildung 5.6-2).

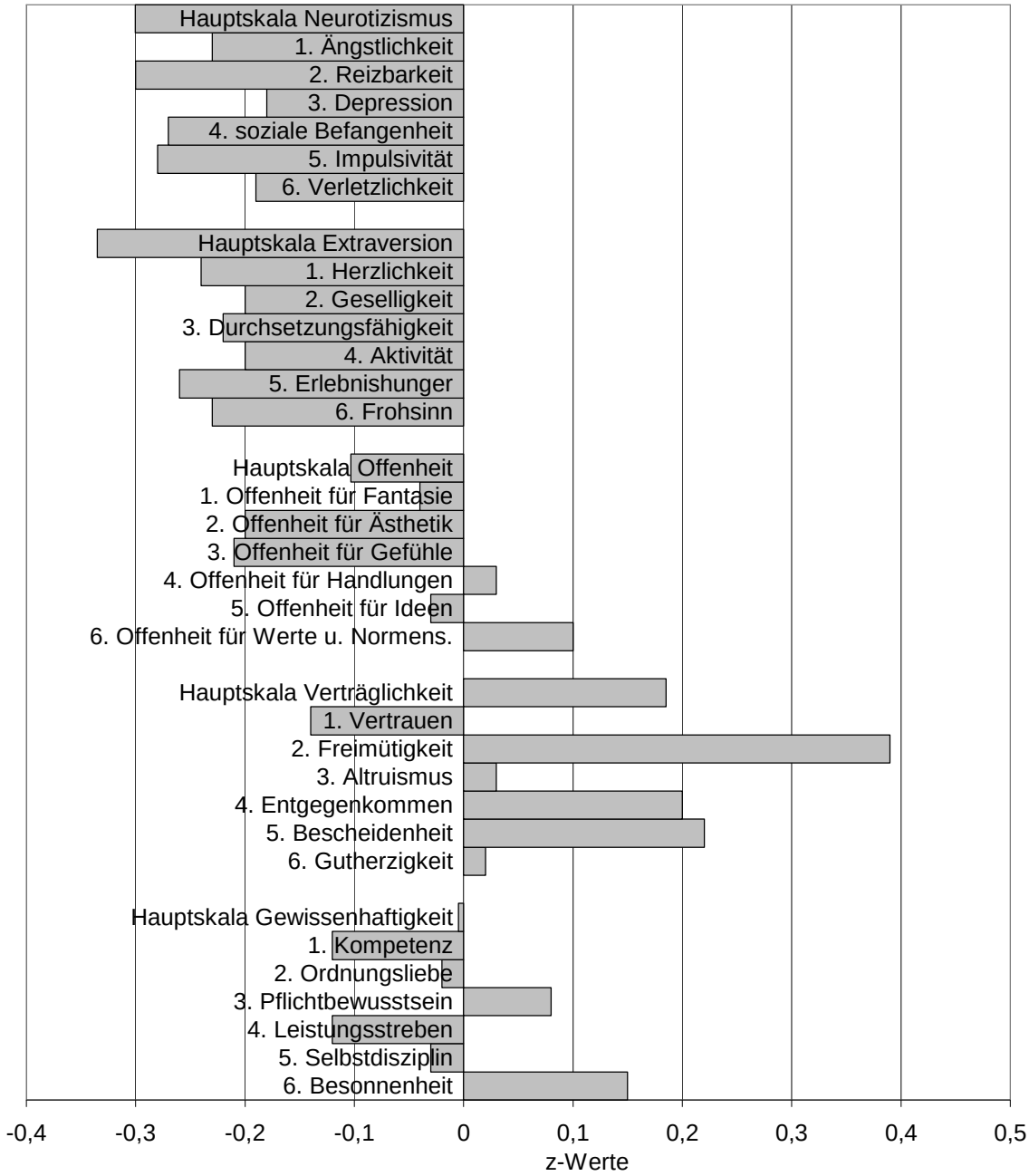

Abbildung 5.6-7 Profildarstellung der Eigenschaften des wenig-präsentierenden Typs

Abweichend von den Hauptskalenergebnissen der Hauptskala Neurotizismus zeigt sich eine signifikant niedrigere Reizbarkeit nicht nur dem selbstabwertenden, sondern auch dem assertiven Typ gegenüber. Ebenfalls überzufällig ist die höhere Frustrationstoleranz und Selbstbeherrschung des ersten Clusters gegenüber den deutlich unkontrollierteren Selbstdarstellungstypen des assertiven und präsentierenden Stils, wie sie sich auf der Skala Impulsivität zeigt.

In Bezug auf die Facette Depression zeigt der wenig–präsentierende Typ wie auch die anderen eher emotional stabileren Selbstdarstellungstypen des assertiven und freundlichen Typs sich als eher optimistisch und weist damit eine signifikant geringere Merkmalsausprägung auf als der selbstabwertende Typ. Die höchste Ähnlichkeit auf den Ausprägungen der Facetten der Dimension Neurotizismus zeigt der wenig-präsentierende Typ mit dem freundlichen Typ.

Von diesen Gruppen grenzt sich der wenig-präsentierende Typ auf den Hauptskalen des NEO-PI-R dagegen aber mit deutlich niedrigeren Extraversionswerten ab. Vor allem beschreibt sich der wenig-präsentierende Typ (Cluster 1) sehr signifikant kühler und zurückhaltender als der freundliche Typ, deutlich erkennbar an der Subskala Herzlichkeit. Auch auf der Eigenschaftsfacette Frohsinn beschreibt sich der Selbstdarstellungstyp des Clusters 1 als emotional zurückhaltender, weniger enthusiastisch und ausgelassen, sondern eher als ernst und beherrscht. Vom assertiven Selbstdarstellungstyp grenzt sich Cluster 1 sehr signifikant durch eine geringere Durchsetzungsfähigkeit ab, indem er sich als unauffälliger und weniger entscheidungsfreudig beschreibt. Auch im Hinblick auf die Facette Aktivität zeigt sich gegenüber dem assertiven Typ eine gravierend geruhsamere und beschaulichere Haltung, indem der wenig-darstellende Typ sich kaum als hektisch und lebhaft beschreibt. Das gleiche Bild verdeutlicht Cluster 1 auf der Skala Erlebnishunger (Excitement-Seeking), das in der Persönlichkeitsbeschreibung betont, Sensationen und Nervenkitzel zu meiden und sich damit vom assertiven Typ abgrenzt.

Wenn auch der Verträglichkeitswert auf der Hauptskala für Cluster 1 nicht das Ausmaß des freundlichen Typs erreicht, so liegt der Wert dennoch in deutlicher Abgrenzung zur eher unverträglichen Selbstbeschreibung des assertiven Typs. Dies wird besonders in der sehr signifikanten Differenz auf der Subskala Freimütigkeit deutlich, indem sich der wenig-präsentierende Typ als deutlich aufrichtiger, geradliniger, weniger berechnend und hinterlistig im Vergleich zu Typ-A beschreibt.

Auch die Facette Entgegenkommen spricht für diese eher gutwillige und sanfte Selbstbeurteilung der Personen des Clusters 1, die sich im Gegensatz zu den Versuchspersonen des Clusters 4 (assertiver Typ) signifikant weniger in Richtung „dickköpfig“ und „rechthaberisch“ beschreiben. Zudem wird der Unterschied zwischen dem wenig präsentierenden und assertiven Typ an der Mittelwertsdifferenz auf der Facette Bescheidenheit deutlich. So beschreibt sich der wenig präsentierende Selbstdarstellungstyp sehr signifikant selbstgenügsamer und uneitler als der assertive, der sich eher als prahle-

risch und selbstgefällig auszeichnet. Gegenüber den anderen vier Selbstdarstellungstypen unterscheidet sich der Typ-WP hinsichtlich der Ausprägung des Gesamtwertes Gewissenhaftigkeit nicht wesentlich.

5.6.1.2 Eigenschaftsbeschreibungen des selbstabwertenden Typs

Der selbstabwertende Selbstdarstellungstyp zeichnet sich in erster Linie durch sein markantes Merkmalsprofil auf den NEO-FFI-Dimensionen Neurotizismus, Extraversion und Gewissenhaftigkeit aus (vgl. Abbildung 5.6-8).

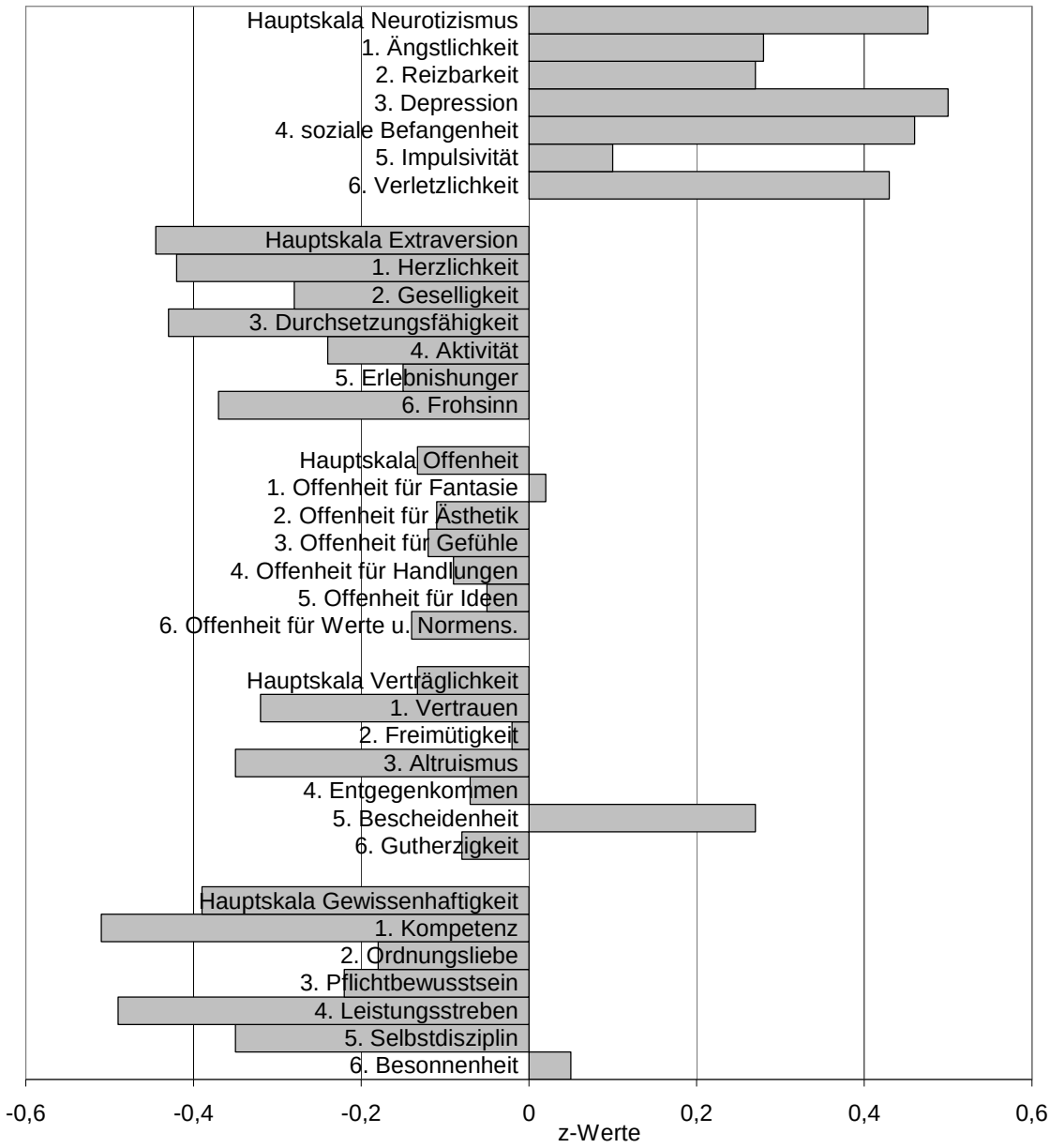

Abbildung 5.6-8 Profildarstellung der Eigenschaften des selbstabwertenden Typs

Auf den Dimensionen Neurotizismus, Extraversion und Gewissenhaftigkeit beschreibt sich Typ-S als direkt gegenläufig zum Cluster 3, dem freundlichen Selbstdarstellungstyp. Der selbstabwertende Typ zeichnet sich durch die höchsten Neurotizismuswerte, die niedrigsten Extraversions- und auch die niedrigsten Gewissenhaftigkeitswerte aus.

Auf der stark ausgeprägten Dimension des Neurotizismus grenzt sich der selbstabwertende Typ sehr signifikant – außer vom präsentierenden Selbstdarstellungstyp – von allen übrigen Clustern ab. Dieses Muster teilt der selbstabwertende Typ mit dem präsentierenden für die Facette Ängstlichkeit, Depression, soziale Befangenheit und Verletzlichkeit. Lediglich auf der Subskala Reizbarkeit und Impulsivität besteht kein signifikanter Unterschied mehr zum assertiven Typ, der hierin ein spezifisches Eigenschaftsmuster aufweist, worauf noch später differenzierter eingegangen wird.

Die höchsten Ausprägungen der Neurotizismus-Facetten werden vom selbstabwertenden Typ erreicht, der auf der Subskala Depression, soziale Befangenheit und Verletzlichkeit Werte bis eine halbe Standardabweichung vom Gesamtmittelwert abweicht. Cluster 2 beschreibt sich damit als vergleichsweise niedergeschlagen, schwermütig, unterlegen, hilflos und sensibel.

Mit stark introvertiert ausgerichteten Werten beschreibt sich der selbstabwertende Typ auf der Dimension Extraversion ähnlich wie der wenig präsentierende Selbstdarstellungstyp. Beide introvertierten Typen stehen damit dem freundlichen und assertiven Typen mit deren stark ausgeprägter Extraversion abgrenzend gegenüber.

Auf der Verträglichkeitsdimension zeigt sich der selbstabwertende Typ bescheidener als der wenig-präsentierende Typ. Weiterhin bringt der selbstabwertende Typ weniger Vertrauen und Altruismus als der freundliche und präsentierende Typ auf. Seine Freimütigkeit grenzt sich in ihrer mittleren Ausprägung vom freundlichen und assertiven Typ signifikant ab. Zum einen ist er im Vergleich zum freundlichen Typ signifikant weniger freimütig, zum anderen ist er deutlich freimütiger als der assertive Typ und damit weniger gerissen, hinterlistig und verschlagen.

Der selbstabwertende Typ ist auf der Dimension Gewissenhaftigkeit mit einer deutlich unterdurchschnittlichen Selbstbeschreibung vertreten. Die geringen Ausprägungen auf dieser Dimension treten vorwiegend durch die sehr signifikant niedrigeren Werte der Facetten Kompetenz und Leistungsstreben im Vergleich zum freundlichen, assertiven und präsentierenden Typ auf. Auch die Ausprägung der Subskala Selbstdisziplin ist signifikant niedriger als die Selbstbeschreibungswerte des freundlichen und assertiven Typs.

5.6.1.3 Eigenschaftsbeschreibungen des freundlichen Typs

Als Gegenprofil zum selbstabwertenden Typ wurde bereits der freundliche Selbstdarstellungstyp genannt, der niedrigste Neurotizismuswerte mit hohen Extraversions- und Gewissenhaftigkeitswerten aufweist.

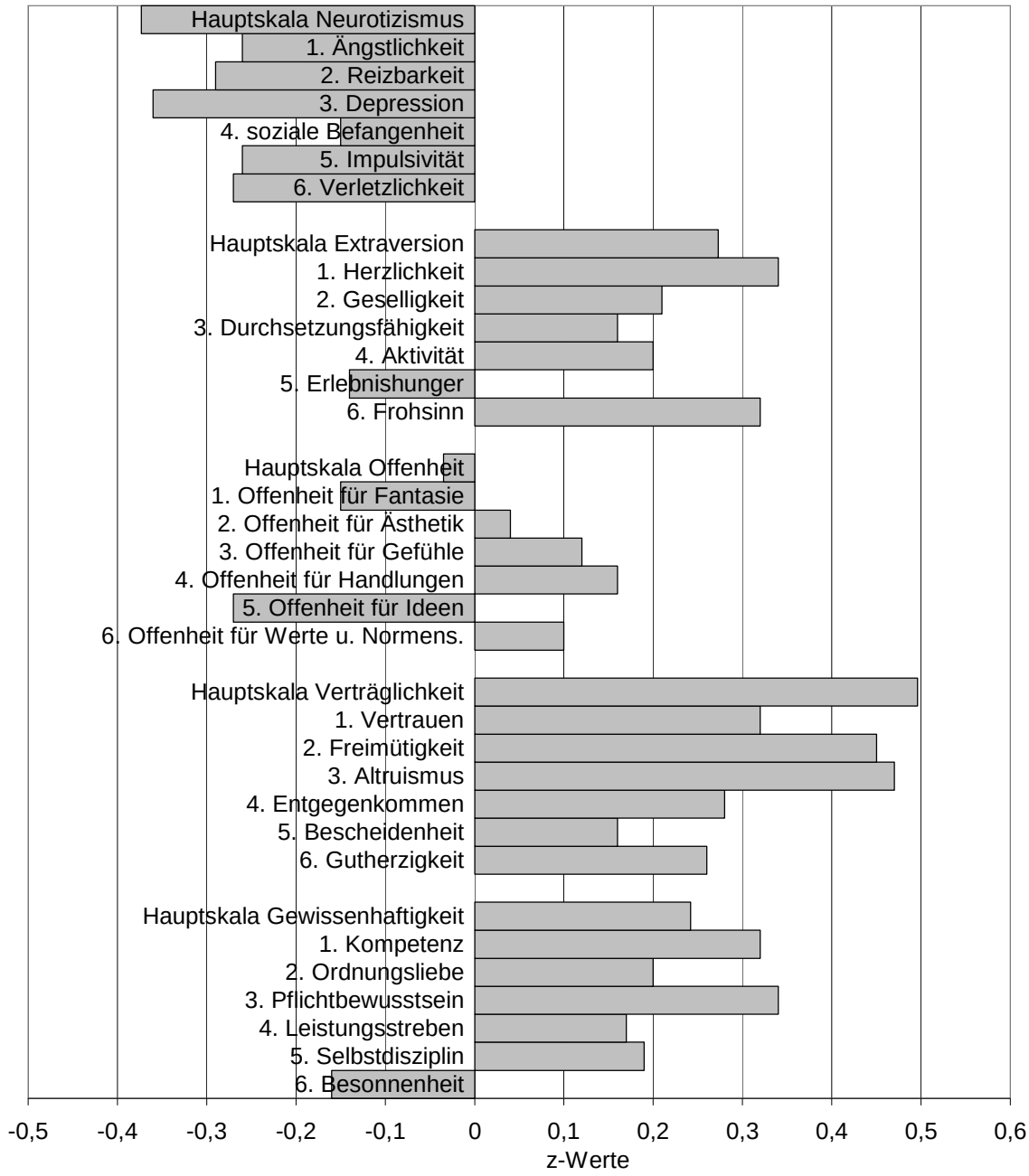

Abbildung 5.6-9 Profildarstellung der Eigenschaften des freundlichen Typs

Am markantesten ist die Dimension der Verträglichkeit stark positiv ausgeprägt, indem nur dieser Typ auf allen Facetten überdurchschnittliche Werte zeigt. Der freundliche Selbstdarstellungstyp weist auf der Hauptskala Neurotizismus niedrige Ausprägungen auf, er beschreibt sich im hohen Ausmaß als emotional stabil. Darin unterschei-

det er sich signifikant sowohl vom präsentierenden, als auch vom selbstabwertenden Typ.

Auf Facettenebene ist diese Differenzierung gegenüber den beiden Selbstdarstellungstypen auf den Skalen Ängstlichkeit, Depression und Verletzlichkeit grundlegend (vgl. Abbildung 5.3.3). Auf der Facette Impulsivität dagegen unterscheidet sich der freundliche Typ mit seinem niedrigen Wert lediglich vom präsentierenden Typ. Im Gegensatz zum selbstabwertenden Typ ist die soziale Befangenheit deutlich geringer. Der freundliche Typ beschreibt sich zudem gegenüber dem selbstabwertenden und assertiven Typ als ausgeglichener und gleichmütiger, was sich im niedrigen Wert für Reizbarkeit ausdrückt.

Neben dem präsentierenden und assertiven Typ weist der freundliche Typ überdurchschnittlich hohe Werte auf der Hauptskala Extraversion auf, die sich sowohl vom wenig präsentierenden wie auch vom selbstabwertenden Typ deutlich unterscheiden. Der freundliche Selbstdarsteller beschreibt sich auf den Facetten Herzlichkeit als liebenswürdiger und mehr aus sich herausgehend als der wenig präsentierende oder auch der selbstabwertende Typ. Zudem ist seine Geselligkeit, Durchsetzungsfähigkeit sowie sein Frohsinn stärker ausgeprägt als die des selbstabwertenden Typs. Der freundliche Typ beschreibt sich als kontaktfreudiger und unterhaltsamer, als selbstbewusster und bestimmender wie auch als ausgelassener und überschwänglicher. Hinsichtlich des Erlebnishungers sind die Unterschiede zum Cluster vier, dem assertiven Typ, lediglich tendenziell ($p = .07$) niedriger.

Auf den Facetten der Dimension Offenheit für Erfahrungen fallen im Wesentlichen die niedrigen Ausprägungen auf den beiden Facetten Offenheit für Fantasie und Offenheit für Ideen auf. Bedeutsame Differenzen liegen allerdings lediglich auf den Werten der letztgenannten Skala gegenüber dem assertiven Typ vor, dessen Offenheit für Ideen die relativ höchste Ausprägung aufweist. Damit beschreibt sich der freundliche Typ eher als pragmatisch und denkfaul, der weniger intellektuelle Herausforderungen mag als der assertive Selbstdarstellungstyp.

Bereits bei den Analysen der NEO-PI-R Hauptskalen zeigte sich die charakteristische Eigenschaftszuschreibung des freundlichen Typs in einer hohen Ausprägung auf der Hauptskala Verträglichkeit, die bis auf den wenig präsentierenden Typ (Cluster 3) alle anderen übertrifft. Bei der genaueren Betrachtung auf der Ebene der Facetten sind die relativ höchsten Werte auf den Eigenschaftsskalen Vertrauen, Freimütigkeit, Altruismus, Entgegenkommen und Gutherzigkeit jedoch spezifisch gegenüber den anderen

Selbstdarstellungstypen differenziert. So übertrifft der freundliche Typ mit seinen hohen Vertrauenswerten, die sich in der Beschreibung mit den Adjektiven arglos, gutgläubig und vertrauensselig charakterisieren, lediglich die Ausprägungen des selbstabwertenden Typs deutlich. Dagegen ist die Freimütigkeit, die vergleichbar hoch beim wenig präsentierenden Typ auftritt, sowohl gegenüber dem präsentierenden, selbstabwertenden und assertiven Typ weit höher ausgeprägt. Eine Selbstbeschreibung als berechnend und manipulierend oder gar verschlagen und arglistig ist vor allem dem freundlichen Selbstdarstellungstyp eher fern. Er beschreibt sich auf der Skala Freimütigkeit vorwiegend als aufrichtig, offenherzig und wahrhaftig. Auch die altruistische Eigenschaftszuschreibung ist für den freundlichen Selbstdarstellungstyp charakterisierend. Wenn auch der präsentierende Typ sich ebenfalls als eher altruistisch beschreibt und daher keine bedeutsamen Unterschiede auf dieser Facette auftreten, so sind die Werte auf der Skala Altruismus zum wenig präsentierenden Typ tendenziell höher, zu den selbstabwertenden und assertiven Typen signifikant höher ausgeprägt.

Wie sich auf der Dimensionsebene bereits gezeigt hat und sich auch im Muster der Facetten widerspiegelt, sind die Selbstdarstellungstypen des freundlichen und assertiven Typs durch ihre konträre Eigenschaftsausprägung der Dimension Verträglichkeit getrennt. Wiewohl sich die Ausprägungen auf den Facetten Bescheidenheit, Entgegenkommen und Gutherzigkeit des freundlichen Selbstdarstellungstyps sonst nicht signifikant von den anderen Typen unterscheiden lassen, gegenüber dem assertiven Typ sind auch diese Eigenschaftszuschreibungen klar differenziert. Der freundliche Typ beschreibt sich im Gegensatz zum assertiven als entgegenkommend, nachgiebig und sanft, wohingegen der assertive sich eher als rechthaberisch, sarkastisch und unversöhnlich auf der Skala Entgegenkommen beschreibt. Auf der Skala Gutherzigkeit sind lediglich wiederum diese beiden Typen voneinander getrennt, indem sich der freundliche Typ im Gegensatz zum assertiven eher als gütig, menschenfreundlich und warmherzig beschreibt, wenngleich der assertive Typ eher durch Adjektive wie hartherzig, kalt und unbarmherzig charakterisiert wird.

Die Selbstdarstellungstypen sind auch auf Hauptskalenebene hinsichtlich der Big-Five-Dimension Gewissenhaftigkeit unterscheidbar. Auch hier findet man einen relativ durchgängigen Gegentyp zum freundlichen Selbstdarstellungstyp, dem selbstabwertenden Typ. Wann immer signifikante Haupteffekte innerhalb der Facetten der Dimension Gewissenhaftigkeit auftraten, der Unterschied ist jeweils auch zwischen den Gruppen des freundlichen und selbstabwertenden Typs zu finden. Keine Haupteffekte zeigten

sich zwischen den Clustern hinsichtlich der Gewissenhaftigkeitsskalen Ordnungsliebe und Besonnenheit. Die eher hohen Werte des freundlichen Typs auf den Facetten Kompetenz, Selbstdisziplin und Pflichtbewusstsein grenzen diesen Typ vom selbstabwertenden, auf der letztgenannten Facette auch vom präsentierenden Typ ab. Damit beschreiben sich Personen des freundlichen Typs häufiger als kompetent, effektiv, ausdauernd und unbeirrbar sowie sorgfältiger und zuverlässiger als der selbstabwertende Selbstdarstellungstyp. Auch die Eigenschaftszuschreibung durch die Skala Leistungsstreben erweist sich gegenüber dem vierten Cluster als höher ausgeprägt. Vergleichbar hohe Werte weist die Skala Leistungsstreben ebenfalls beim Cluster fünf, dem assertiven Typ auf, der nicht nur hinsichtlich der Facetten der Gewissenhaftigkeit Ähnlichkeiten zum freundlichen Typ zeigt.

5.6.1.4 Eigenschaftsbeschreibungen des assertiven Typs

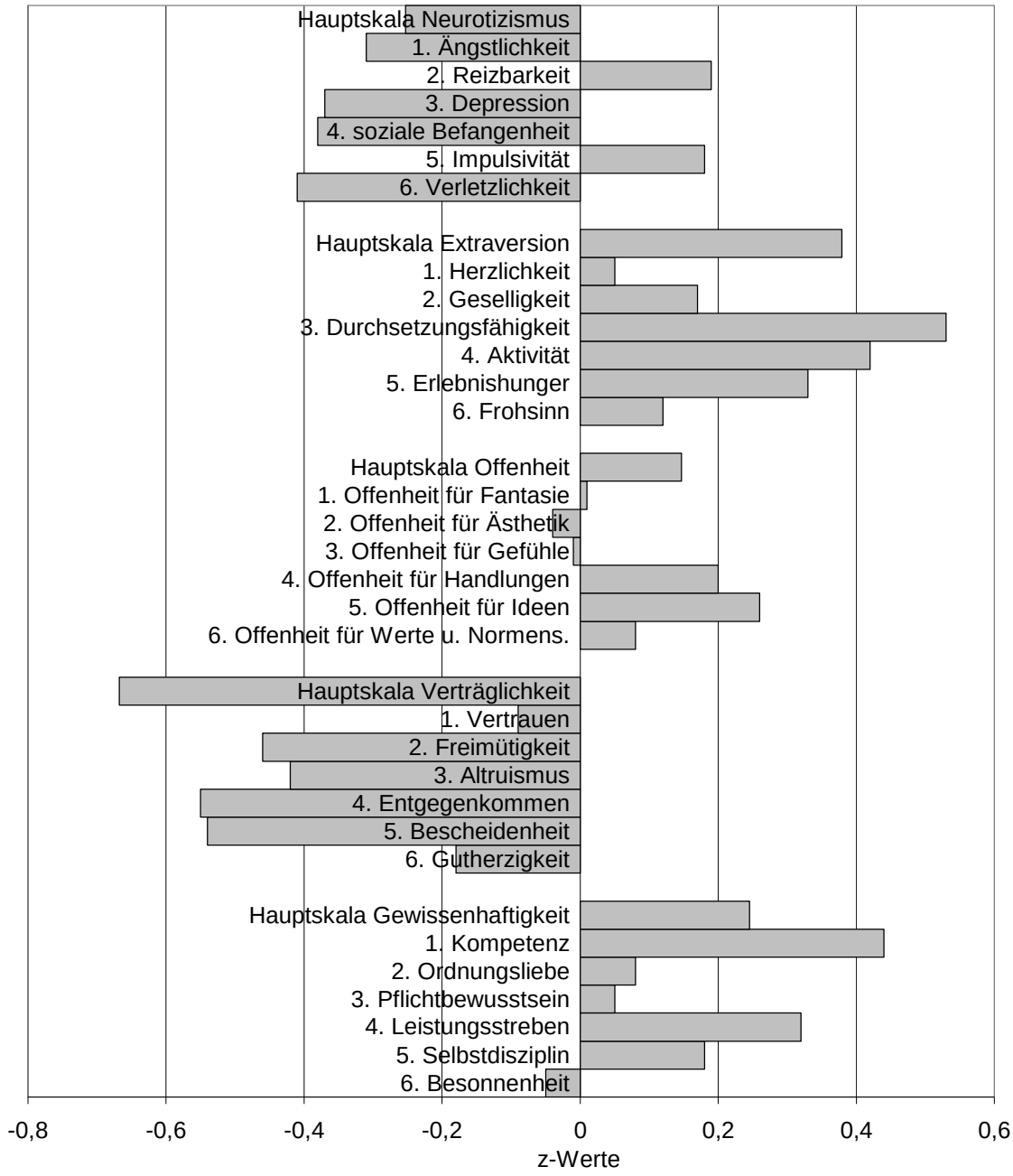

Abbildung 5.6-10 Profildarstellung der Eigenschaften des assertiven Typs

Auf der Hauptskala Neurotizismus weist der assertive Selbstdarstellungstyp neben dem wenig präsentierenden und freundlichen Darstellungsstil eine eher emotional-stabile Selbstbeschreibung auf. Sowohl der selbstabwertende als auch der präsentierende Typ beschreiben sich als überzufällig weniger stabil. Auf der höheren Auflösungsebene der Facetten offenbart sich hingegen die deutliche Diskrepanz zum durchweg emotional stabilen Selbstdarstellungstyp des wenig-präsentierenden und freundlichen Typs. Als

augenfälligster Unterschied weist der assertive Selbstdarstellungstyp ein inkonsistentes Facettenmuster innerhalb der Dimension Neurotizismus auf; eine deutliche M-Form des Facetten-Profils auf der Dimension Neurotizismus (vgl. Abbildung 5.6-10) weist auf die Notwendigkeit dieser differenzierten Betrachtung der Persönlichkeitsbeschreibung auf Facettenebene hin. So zeigt sich der assertive Typ in den Mehrfachvergleichen zwischen den Gruppen gegenüber dem wenig-präsentierenden und freundlichen Typ als reizbarer und impulsiver.

Dieses Ergebnis steht insbesondere den sonst deutlich unterdurchschnittlichen Ausprägungen in den Facetten Ängstlichkeit, Depression, soziale Befangenheit und Verletzlichkeit entgegen, in denen der assertive Selbstdarsteller den Prototyp der unerschrockenen, zuversichtlichen und selbstsicheren Selbstbeschreibung symbolisiert und dabei meist einen kühlen Kopf behält. Die Facetten Reizbarkeit und Impulsivität spiegeln im NEO-PI-R durchaus Merkmale des Ärgers (Itembeispiel Reizbarkeit: „Man hält mich für einen leicht aufbrausenden, temperamentvollen Menschen“) und der spontanen Energiegeladenheit (Itembeispiel Impulsivität (invertiert): „Ich gebe selten meinen spontanen Gefühlen nach“) wider. Sowohl bei Ostendorf et al. (2004) als auch in der gemeinsamen Faktorenanalyse (vgl. Tabelle 5.5-7) zeigt sich die Nähe der Neurotizismusfacette Impulsivität zur Dimension der Extraversion. Dieser korrelative Zusammenhang findet sich beim assertiven Selbstdarstellungstyp in seinen hohen Extraversionswerten wieder (vgl. Abbildung 5.6-10).

Auch die Dimension Extraversion kann auf Facettenebene differenzierter zwischen den Selbstdarstellungsgruppen unterschieden. So erweist sich die Subskala Herzlichkeit wie auch die Facette Frohsinn als differenzierend zwischen den Clustern. Der assertive Typ steht so signifikant unterschieden zwischen der geringen Ausprägung des sich als reserviert und ernst beschreibenden selbstabwertenden Typs und den hohen Ausprägungen des freundlichen Typs, der sich als besonders leutselig und fröhlich beschreibt. Die starke Extraversion des assertiven Selbstdarstellungstyps wird vorwiegend in den Facetten Durchsetzungsfähigkeit und Aktivität deutlich, durch die er sich gegenüber den drei Selbstdarstellungstypen des wenig-präsentierenden (Cluster 1), des selbstabwertenden (Cluster 2) und des präsentierenden Typs (Cluster 5) signifikant dominanter und aktiver zeigt. Der assertive Selbstdarsteller beschreibt sich auf der Skala Erlebnissuche auch als bedeutsam risikofreudiger und sensationshungriger als der eher bedächtige und vorsichtige wenig-präsentierende Selbstdarstellungstyp.

Wenn sich auch auf der Gesamtskala Offenheit für Erfahrungen keine signifikanten Zwischensubjekteffekte zeigen, so weisen doch paarweise Einzelvergleiche auf Facettenebene signifikante Gruppenunterschiede zwischen dem assertiven und dem freundlichen Selbstdarstellungstyp hinsichtlich der Subskala Offenheit für Ideen auf. Das assertive Cluster beschreibt sich mit hohen Merkmalsausprägungen als neugieriger und intellektuell interessierter als der freundliche Selbstdarstellungstyp, der sich deutlich ideenloser und pragmatischer zeigt.

Als herausragendes Merkmal ist die im Vergleich zu allen anderen Clustern niedrigere Verträglichkeit. Bereits auf der Hauptskala ist dieser Effekt durchschlagend, wobei der assertive Stil sich sowohl gegenüber einer Gruppe mittlerer Ausprägung als auch dem hoch verträglichen freundlichen Selbstdarstellungstyp abgrenzt. Auf Subskalenniveau jedoch zeigt sich auch hier ein informativeres Muster (vgl. Abbildung 5.6-5), das den assertiven Typ mit durchschnittlichen Werten auf der Skala Vertrauen beschreibt, sich aber bereits mit mäßig unterdurchschnittlichen Ausprägungen auf der Subskala Gutherzigkeit vom freundlichen Darstellungsstil bedeutsam unterscheidet. Besonders gut differenziert zwischen den einzelnen Selbstdarstellungsclustern, wie zu erwarten, die selbstberichtete Aufrichtigkeit auf der Subskala Freimütigkeit. Personen des assertiven Clusters bilden mit Personen des präsentierenden Clusters die am stärksten kalkulierende, manipulierende und unredliche Gruppe, die sich jeweils deutlich vom zunächst selbstabwertenden, über den wenig präsentierenden, bis zum freimütigen und offenherzigen Charakter des freundlichen Darstellungstyps abhebt. Eine geringe altruistische Haltung zeigt der assertive Typ in hoher Ähnlichkeit zum selbstabwertenden Typ. Als Alleinstellungsmerkmale des assertiven Clusters lassen sich sowohl mangelndes Entgegenkommen (Compliance) als auch äußerst geringe Bescheidenheit anführen. Ein auffälliger Mangel an Bescheidenheit und Großmütigkeit lässt das assertive Cluster gegenüber allen anderen Selbstdarstellungstypen als deutlich unverträglich und aggressiv hervortreten.

An die deutlich hochmütige Selbstbeschreibung auf der Dimension Verträglichkeit knüpft eine besonders hohe Einschätzung eigener Fähigkeiten und der eigenen Zielstrebigkeit an, die sich am stärksten vom selbstabwertenden und wenig präsentierenden Stil abgrenzt. Das Facettenmuster innerhalb der Dimension Gewissenhaftigkeit entspricht weitgehend dem freundlichen Stil.

5.6.1.5 Eigenschaftsbeschreibungen des präsentierenden Typs

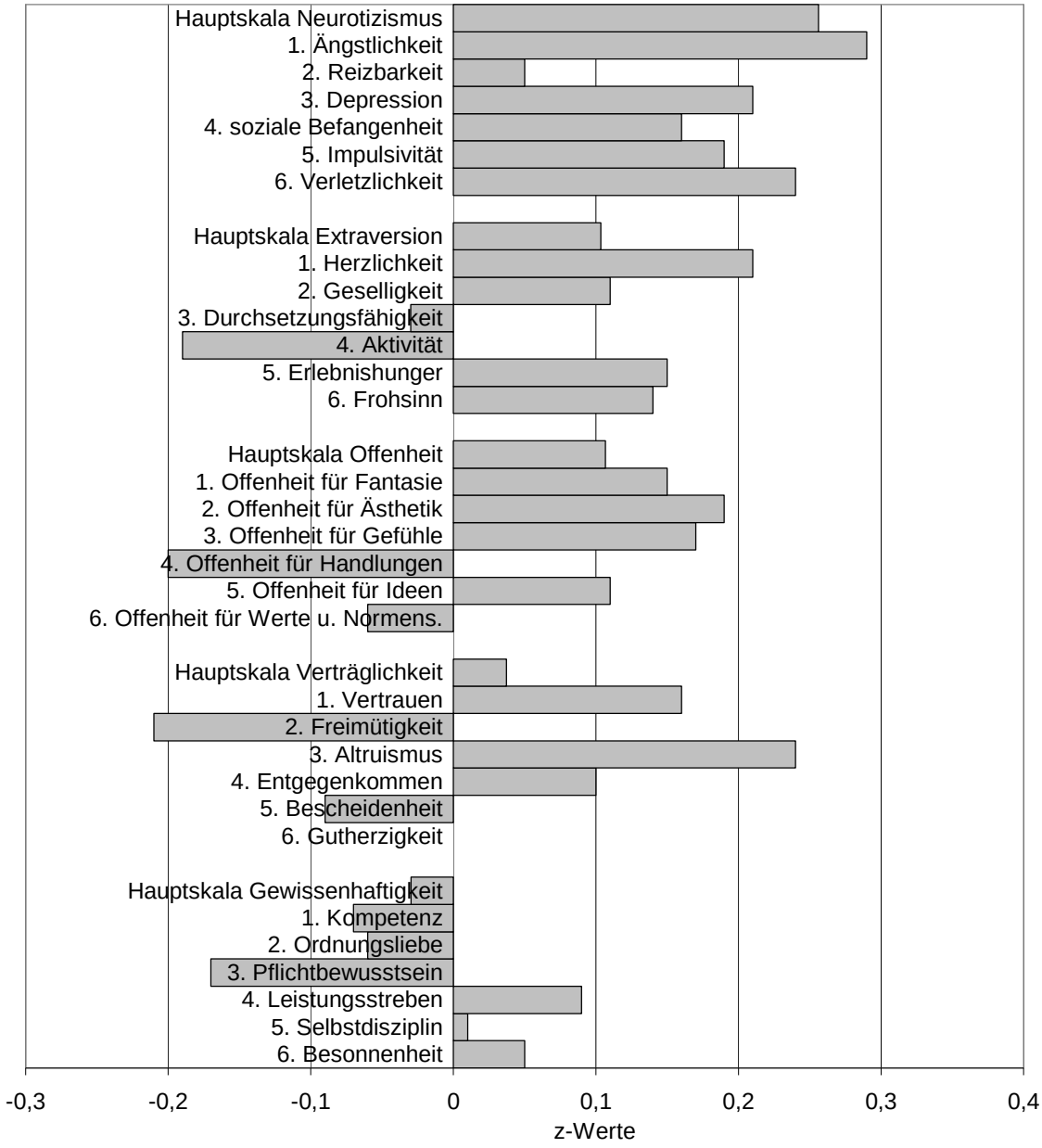

Abbildung 5.6-11 Profildarstellung der Eigenschaften des präsentierender Typ

Cluster fünf stellt den präsentierenden Selbstdarstellungstyp dar, der zunächst hinsichtlich der Eigenschaftszuschreibung im NEO-PI-R auf Hauptskalenebene ein eher schwach profiliertes Ausprägungsmuster aufweist. Lediglich der erhöhte Neurotizismuswert, den sich der präsentierende Typ mit dem selbstabwertenden teilt, unterscheidet ihn von den anderen Selbstdarstellungstypen mit niedrigeren Werten. Die eher durchschnittliche Ausprägung der anderen Hauptskalen lassen signifikante Differenzierungen lediglich als Abgrenzungen zu besonders niedrigen Messwerten anderer Typen zu. So erweist sich die durchschnittliche Höhe des Extraversionswertes lediglich gegen-

über den Ausprägungen des selbstabwertenden Typs als bedeutsam. Aber auch der eher durchschnittliche Wert der Hauptskala Verträglichkeit charakterisiert diesen Typ hinsichtlich der Eigenschaftsbeschreibungen durch Abgrenzung von den deutlich höheren Verträglichkeitszuschreibungen des freundlichen und den besonders niedrigen Ausprägungen des assertiven Typs.

Wie in allen Differenzierungen zwischen den Selbstdarstellungstypen deutlich wird, sind die Globaldimensionen des NEO-PI-R zur Abgrenzung zwischen den Selbstdarstellungsclustern weniger gut geeignet als die Eigenschaftszuschreibungen auf der Facettenebene. Denn obgleich die Facetten die faktorielle Grundlage der fünf Hauptdimensionen des hierarchischen Persönlichkeitsmodells im NEO-PI-R bilden und demnach gezwungenermaßen miteinander korrelieren, so verdeckt doch deren Aggregation zu Hauptskalen teilweise die differenzierenden Muster der Eigenschaftszuschreibungen zwischen den Selbstdarstellungstypen. Dies wird auch im Fall des präsentierenden Typs auf einigen Facetten deutlich.

Das abgrenzende Muster der Hauptskala Neurotizismus gegenüber dem freundlichen, wenig präsentierenden und assertiven Typ mit deren Eigenschaftszuschreibungen in Richtung emotionaler Stabilität spiegelt sich in dieser Form lediglich auf der Facette Ängstlichkeit wieder, wobei sich auch hier eine homogene Untergruppe mit dem selbstabwertenden Typ (Cluster 2) zeigt. Wenn auch im Eigenschaftsbereich der Neurotizismusdimension auf Facettenebene keine gegenläufigen Ausprägungsdifferenzen gegenüber der Hauptskala auftreten, so nimmt dennoch der präsentierende Typ eine Mittelstellung ein: Er liegt zwischen den beiden höher reizbaren Typen, dem selbstabwertenden und assertiven, und den niedrig reizbaren Typen, dem freundlichen und wenig präsentierenden.

Auf den Skalen Depression und Verletzlichkeit weist der präsentierende Typ gegenüber den weniger vulnerablen freundlichen und assertiven Typen deutlich niedrigere Werte auf. Dagegen ist der präsentierende mit dem assertiven Typ einer gemeinsamen Untergruppe hinsichtlich der Ausprägung der Impulsivität zuzuordnen. Gegenüber dem freundlichen und wenig präsentierenden Typ beschreibt sich der präsentierende Typ als impulsiver. Er unterscheidet sich auch deutlich vom assertiven Typ auf der Facette soziale Befangenheit, wobei sich damit letzterer deutlich weniger die Eigenschaft zuschreibt, sich durch soziale Situationen verunsichern zu lassen. Die gemeinsame homogene Untergruppe mit dem Cluster des selbstabwertenden Typs kann die gemeinsame

erhöhte öffentliche Selbstaufmerksamkeit beider Typen verdeutlichen, die mit sozialer Befangenheit einhergeht (vgl. Fenigstein, Scheier und Buss, 1975).

Wie stark die Aggregation der Facetten zu Hauptskalen die Eigenschaftsdifferenzierung zwischen den Clustern zu verdecken in der Lage ist, wird durch die Differenzierung des Extraversionsfaktors in den Mustern auf Subskalenebene deutlich. Diese korrelieren zwar in der Gesamtstichprobe, zeigen dagegen innerhalb der Selbstdarstellungstypen kontrastreiche Ausprägungsmuster . So erscheint die Eigenschaftszuschreibung der Extraversion auf Hauptskalenebene des präsentierenden Typs eher als durchschnittlich ausgeprägt, differenziert allerdings auf Facettenebene etwa durch höhere Ausprägungen hinsichtlich Herzlichkeit und Frohsinn gegenüber dem selbstabwertenden Typ. Bedeutend niedrigere Werte gegenüber dem assertiven Typ zeigen sich dagegen auf den Eigenschaftsbeschreibungen der Facetten Durchsetzungsfähigkeit und Aktivität, eine Abgrenzung, die auf Hauptskalenebene nicht in Erscheinung tritt.

Wenn auch die Eigenschaftsbeschreibungen auf den Facetten der Dimension Offenheit in der multivariaten Varianzanalyse über alle fünf Gruppen keine signifikanten Unterschiede zwischen ihnen zeigen, so erscheint doch der Weg der paarweisen Einzelvergleiche zwischen den jeweiligen Selbstdarstellungstypen unter Berücksichtigung der Alphakorrektur als wertvoll, um die Spezifizierung der Typendifferenzen im Einzelnen darzustellen. So ist die Differenz zwischen dem Typ-P (Cluster 5) und dem Typ-WP (Cluster 1) auch hinsichtlich der Facetten Offenheit für Ästhetik und Offenheit für Gefühle bedeutsam. Der präsentierende Typ beschreibt sich gegenüber dem wenig präsentierenden Typ empfänglicher und interessierter an Kunst und Schönheit sowie innerhalb der Facette Offenheit für Gefühle durch tiefere und differenziertere emotionale Zustände, die für ihn besonders bedeutsam sind. Bedeutsame Differenzen liegen zwischen den Ausprägungen auf der Facette Offenheit für Handlungen des assertiven Typs gegenüber den niedrigeren Werten des präsentierenden Typs im Einzelvergleich der Gruppen vor. Der präsentierende Selbstdarsteller unterscheidet sich vom assertiven, indem er sich eher als veränderungsresistent und dem Altbewährten zugewandt beschreibt.

Eine ähnliche Differenzierung auf Facettenebene, wie sie sich auch innerhalb der Dimension Extraversion für den präsentierenden Typ zeigte, wird ebenfalls erst auf Subskalenbetrachtung der Verträglichkeit deutlich. Die Hauptskalenbetrachtung verdeckt hier durch die Aggregation differenzierbarer Eigenschaftsmerkmale mehr, als sie durch die daraus resultierende geringere Fehlerstreuung aufzudecken vermag. So wird erst auf Facettenebene die höhere Ausprägung auf der Skala Vertrauen im Vergleich

zum selbstabwertenden Typ in der Post-Hoc-Analyse deutlich. Dem gegenüber stehen allerdings die deutlich niedrigeren Werte für Freimütigkeit im Vergleich zu den Selbstdarstellungstypen des freundlichen und wenig präsentierenden Stils. Mit einer eher hohen Ausprägung auf der Skala Altruismus beschreibt sich der präsentierende Typ vergleichbar dem freundlichen Selbstdarstellungstyp großherziger und uneigennütziger als der selbstabwertende und der assertive Typ. Im Unterschied beschreibt sich der präsentierende ausschließlich gegenüber dem assertiven Selbstdarstellungstyp mit eher durchschnittlichen Werten auf der Facette Entgegenkommen als nachgiebiger und versöhnlicher. Ein vergleichbarer Kontrast ist auf der Eigenschaftsskala Bescheidenheit zu verzeichnen, wobei diese Differenz gegenüber der eher durchschnittlichen Ausprägung des präsentierenden durch die besonders niedrigen Werte des assertiven Typs herrührt.

Auf den Facetten der NEO-PI-R Dimension Gewissenhaftigkeit fällt der präsentierende Selbstdarstellungstyp vor allem durch seine durchschnittlichen Werte auf, die vorwiegend durch Post-Hoc-Kontraste gegenüber Typen auffallen, die extremere Ausprägungen auf dieser Dimension aufweisen. So unterscheiden sich die durchschnittlichen Ausprägungen des präsentierenden Typs auf der Skala Kompetenz vom selbstabwertenden durch dessen besonders niedrige, vom assertiven Typ dagegen durch dessen außerordentlich hohe Kompetenzeinschätzung. Das Pflichtbewusstsein ist dagegen niedriger als das des freundlichen Typs. Wenn sich der präsentierende Typ eher durchschnittlich zielstrebig und fleißig beschreibt, so ist er gegenüber dem selbstabwertenden Typ leistungsmotivierter. Dieser beschreibt sich als eher bequem und unmotiviert mit sehr niedriger Motivation, erfolgreich zu sein.

5.6.2 Zusammenfassung der Typenunterschiede in ihren Persönlichkeitsbeschreibungen im NEO-PI-R

Für die Interpretation habitueller Selbstdarstellung in ihren Zusammenhängen mit Eigenschaftsbeschreibungen hat sich der personenbezogene, komparative Auswertungsweg der Clusteranalyse als besonders lohnend erwiesen. Selbstdarstellung kann nach den differenzierenden Ergebnissen im vorangegangenen Abschnitt 5.6.1 im komparativen Ansatz durch den Vergleich der Selbstdarstellungstypen aufschlussreich dargestellt und interpretiert werden.

Die zentralen varianzanalytischen Befunde zeigten, dass vier der fünf Hauptskalen deutlich mit den Selbstdarstellungsmustern bzw. Clustern einhergehen und als nicht unabhängig von den Big-Five-Ausprägungen erscheinen. Lediglich die Hauptskala Of-

fenheit für Erfahrungen zeigt keine ausreichend abgrenzenden Unterschiede zwischen den dargestellten Selbstdarstellungstypen (vgl. Tabelle 5.6-1).

Tabelle 5.6-1 Big-Five-Dimensionen in spezifischen Ausprägungsmustern über die Selbstdarstellungstypen

	F	p	Typ-W Wenig-präsentie-render Typ	Typ-S Selbst-abwerten-der Typ	Typ-F Freundli-cher Typ	Typ-A Assertiver Typ	Typ-P Präsentie-render Typ
Neurotizismus (Hauptskala)	10.87	0.00	-.30	.48	-.37	-.25	.26
			< Typ-S < Typ-P	> Typ-W > Typ-F > Typ-A	< Typ-S < Typ-P	< Typ-S < Typ-P	> Typ-W > Typ-F > Typ-A
Extraversion (Hauptskala)	9.17	0.00	-.33	-.44	.27	.38	.10
			< Typ-F < Typ-A	< Typ-F < Typ-A < Typ-P	> Typ-S	> Typ-W > Typ-S	> Typ-S
Offenheit f.E. (Hauptskala)	0.99	0.41	-.10	-.13	-.03	.15	.11
Verträglichkeit (Hauptskala)	12.68	0.00	.19	-.13	.50	-.67	.04
			> Typ-A	< Typ-F > Typ-A	> Typ-S > Typ-A > Typ-P	< Typ-W < Typ-S < Typ-F < Typ-P	< Typ-F > Typ-A
Gewissenhaftigkeit (Hauptskala)	4.71	0.00	.00	-.39	.24	.25	-.03
				< Typ-F < Typ-A	> Typ-S	> Typ-S	
N			68	82	50	70	55

In Tabelle 5.6-1 sind die varianzanalytischen Befunde nochmals zusammengefasst. Die ersten Zeilen je Hauptskala des NEO-PI-R enthalten die z-Werte der jeweiligen Selbstdarstellungstypen in jeder Spalte. Bei signifikanten paarweisen Gruppenunterschieden, die sich aus den Post-Hoc-Analysen ergaben, wurden diese Abgrenzungen unter den Ausprägungsgrößen hinzugefügt. So unterscheiden sich die Selbstdarstellungstypen von den in den jeweiligen Tabellenzellen angegebenen Gruppen durch niedrigere (<) bzw. höhere (>) Gruppenmittelwerte. Am stärksten unterscheiden die drei Hauptdimensionen Neurotizismus, Extraversion und Verträglichkeit alle Typen. So lassen sich auf der Big-Five-Dimension Neurotizismus der wenig-präsentierende, freundliche und assertive Typ als eher emotional stabil, der selbstabwertende und präsentierende dagegen als eher emotional labil beschreiben. Demgegenüber teilen die Gruppenun-

terschiede auf der Dimension Extraversion die Selbstdarstellungstypen des Typs-WP und Typs-S von den hoch-extravertierten Typ-F und Typ-A ab.

Allein die Ausprägungskonfiguration von Neurotizismus und Extraversion lässt die Selbstdarstellungstypen den vier entstehenden Extremausprägungsfeldern zuordnen. Typ-F und Typ-A, die beide durch relativ hohe emotionale Stabilität und durch hohe Extraversion gekennzeichnet sind, grenzen sich voneinander durch differenzierende Verträglichkeitsausprägungen ab. Zu den übrigen Typen mit eher durchschnittlichen Verträglichkeitswerten grenzen sich diese durch ihre auffallend gegenläufigen Ausprägungen ab, indem sich der assertive Typ sich als deutlich aggressiv und unverträglich, der freundliche Typ dagegen als außerordentlich sozial verträglich beschreibt.

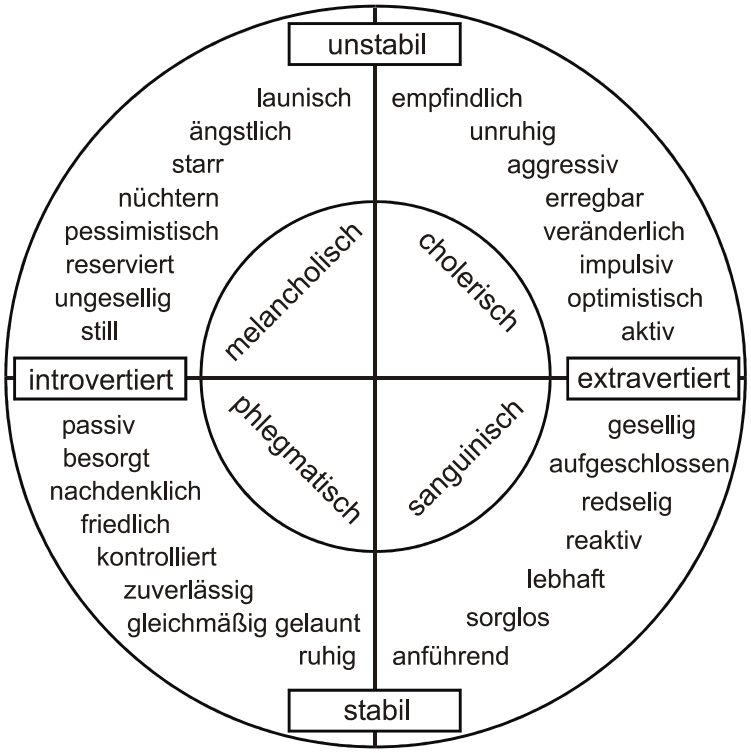

Abbildung 5.6-12 Typenzuordnung der Eigenschaften auf den Dimensionen Extraversion und Neurotizismus (vgl. Eysenck & Eysenck, 1987, nach Laux, 2003, S.)

Zusammenfassend lassen sich sämtliche Selbstdarstellungstypen ohne Interpretationsschwierigkeiten einem erweiterten Vier-Felder-Schema zuordnen, das der Typenbetrachtung des Hypokrates (460 - 370 v.Ch.) in der Eysenckschen Eigenschaftszuordnung (vgl. Eysenck & Eysenck, 1987) ähnlich ist. Die Kombinationen aus den zwei qualitativen Gegensatzpaaren, in der antiken Typologie Galens bilden die jeweils zwei Temperamentspaare „Sanguiniker vs. Melancholiker“ und „Choleriker vs. Phlegmatiker“. Diese Paare unterscheiden sich auf beiden Merkmalen. Sie sind im Vier-Felder-

Schema (vgl. Tabelle 5.6-2) einander diametral engegengesetzt. Andere Paarkonstellationen unterscheiden sich jeweils nur in einem Merkmal und überlappen sich damit partiell.

Tabelle 5.6-2 Beschreibung der Temperamentstypen in der Zuordnung auf den zwei Persönlichkeitsdimensionen Extraversion und Neurotizismus

	Extraversion +	**Extraversion -**
emotionale Stabilität +	**Sanguiniker** gutmütig, gesellig, sorglos, hoffnungsvoll, zufrieden	**Phlegmatiker** vernünftig, von hohen Prinzipien, beherrscht, beharrlich, standhaft, ruhig
emotionale Stabilität -	**Choleriker** schnell erregt, egozentrisch, exhibitionistisch, hitzköpfig, theatralisch, aktiv	**Melancholiker** ängstlich, beunruhigt, unglücklich, misstrauisch, ernst, gedankenvoll

In Tabelle 5.6-3 wird diese Zuordnung der Selbstdarstellungstypen in das Modell Eysencks umgesetzt. Durch die Trennung von Hochverträglichen und Unverträglichen lassen sich innerhalb des Feldes der hoch Extravertierten und emotional Stabilen die Typen des freundlichen Selbstdarstellers und des assertiven Selbstdarstellers voneinander abgrenzen.

Tabelle 5.6-3 Die Fünf Selbstdarstellungstypen eingeordnet im Vier-Felder-Schema

	Extraversion +	**Extraversion -**
emotionale Stabilität +	freundlicher Typ (Verträglichkeit +) **(Sanguiniker)**	wenig-präsentierender Typ **(Phlegmatiker)**
	(Verträglichkeit -) assertiver Typ **(Choleriker)**	
emotionale Stabilität -	präsentierender Typ	selbstabwertender Typ **(Melancholiker)**

Der selbstabwertende Typ, der lediglich durch die häufige Nutzung von Selbstbehinderung, Untertreibung und Einschmeicheln in der Selbstdarstellung hervorsticht, bildet mit ausgeprägtem Neurotizismus und hoher Introversion einen labilen und in sich zurückgezogenen Extremtyp mit hoher Klagsamkeit, der als Melancholiker interpretiert werden kann. Personen, die die Nutzung von Selbstdarstellungstechniken in allen erfassten Formen zurückweisen, sind im Feld Introversion und emotionale Stabilität als wenig-präsentierender Typ wiederzufinden. Sie entsprechen in ihrer Selbstbeschreibung weitgehend den Charakterisierungen des Phlegmatikers, der durch Friedfertigkeit und Kontrolliertheit auffällt. Der präsentierende Typ scheint auf dem ersten Blick der Beschreibung des Cholerikers nahe zu kommen. Vor allem die emotionale Instabilität des präsentierenden Selbstdarstellers unterstreicht durch erhöhte Impulsivität diese Zuordnung zum unausgeglichenen Choleriker. Allerdings sprechen die durchschnittlichen Extraversionswerte nicht sonderlich stark für diese Zuordnung. Merkmale des Cholerikers nach dem Eysenckschen Schema wie erhöhte Aktivität und Aggressivität sind beim präsentierenden Typ nicht sonderlich hoch ausgeprägt. Demgegenüber wird dem cholerischen Charakter der zunächst relativ emotional stabil wirkende assertive Typ deutlich mehr gerecht. Bei genauerer Betrachtung der Facetten der Dimension Neurotizismus fiel das profilierte Ausprägungsmuster dieses Selbstdarstellungstyps auf. Der Eigenschaftsbeschreibung des Cholerikers entspricht die über die Typen einmalige Kombination hoher Ausprägungen auf den Facetten Reizbarkeit und Impulsivität. Als wesentliche Abgrenzung des assertiven zum freundlichen Selbstdarstellungstyp spielte auf der Beschreibungsebene von Eigenschaften, die geringe Verträglichkeit die größte Rolle (vgl. Abschnitt 5.6.1.3 und 5.6.1.4.). Werden nur Extraversion und Neurotizismus als Unterscheidungsdimensionen herangezogen, wird der deutliche Unterschied des freundlichen Selbstdarstellungstyps zum präsentierenden Typ auf der Hauptskalenebene des NEO-PI-R nicht wiedergegeben.

Unter dem komparativen Forschungsansatz, der die Typenbetrachtung habitueller Selbstdarstellung in den Vordergrund rückte, konnten die differenzierten Ausprägungsunterschiede in Eigenschaftsbeschreibungen sehr prägnant dargestellt werden. Erst die Selbstdarstellungstypen ließen klare Interpretationen im gemeinsamen Auftreten von Selbstdarstellungstechniken und Persönlichkeitsbeschreibungen im Eigenschaftsansatz zu. Effekte bei der variablenorientierten Auswertung, wie z.B. der niedrige korrelative Zusammenhang von assertiven Selbstdarstellungstechniken und einer Kompetenzzuschreibung im NEO-PI-R ließen sich darauf zurückführen, dass sich neben dem asserti-

ven Selbstdarstellungstyp auch der freundliche Typ mit hohem Kompetenz- und Leistungsstreben beschreibt. Da allerdings Typ-F deutlich geringere Häufigkeiten angibt, assertive Selbstdarstellungen zu zeigen, kann auf Variablenebene kaum ein hoher Zusammenhang entstehen. Hohe Ausprägungen auf assertiver Selbstdarstellung mit der gleichzeitigen Angabe, über ein hohes Kompetenz- und Leistungsstreben zu verfügen, kommen in dieser Kombination am deutlichsten ausgeprägt beim assertiven Typ vor.

Lassen sich diese Unterschiede in Selbstdarstellung und Eigenschaftsbeschreibung gegebenenfalls auch hinsichtlich motivationaler Differenzen besser erklären? Ein für die Selbstdarstellungsforschung zentrales Referenzmerkmal wurde mit der Fragestellung nach der akquisitiven und protektiven Selbstdarstellungsmotivation (vgl. Abschnitt 3.7.2) mit dem Einsatz von Selbstdarstellungstechniken verknüpft. Im folgenden Abschnitt sollen die Ergebnisse der Self-Monitoring Konstrukte in ihren Zusammenhängen mit habitueller Selbstdarstellung dargestellt und diskutiert werden.

5.7 Self-Monitoring und habituelle Selbstdarstellung

Mit der Fragestellung zur akquisitiven und protektiven Selbstdarstellung (vgl. Abschnitt 3.7.2) geht das Postulat einher, dass zwei unabhängige Motivsysteme für den Einsatz von Selbstdarstellungstechniken zugrunde liegen. Zur Konstruktvalidierung der Selbstdarstellungstechniken und der daraus gebildeten Clusterstruktur habitueller Selbstdarstellung wurde auf die Modellannahme protektiver und akquisitiver Selbstdarstellung nach Arkin (1981) (vgl. 2.5.5 Self-Monitoring) Bezug genommen. Arkin führt diese beiden Stile der Selbstdarstellung auf zwei getrennte motivationale Systeme zurück. Der protektive Stil dient dazu, Missbilligung zu vermeiden und damit soziale Akzeptanz und Einvernehmen zu ermöglichen. Er ist mit sozialer Ängstlichkeit und Schüchternheit verbunden. Akquisitive Selbstdarstellung entsteht aus der Motivation, durch die situative Anpassung des eigenen Verhaltens eine günstige Grundlage für soziale Gewinne zu schaffen, um Macht, interpersonelle Kontrolle und Status zu erlangen (vgl. Arkin, 1981, S. 313; Wolf, Lennox & Cutler, 1986). Die Theorie akquisitiver und protektiver Selbstdarstellungsmotivation ist vor allem durch die Annahme individueller Unterschiede in der Motivstärke als personspezifisches Merkmal für die differentielle Frage in dieser Untersuchung bedeutsam.

Empirisch erfassbar wurden diese beiden Selbstdarstellungskomponenten durch die Skalen nach Lennox & Wolfe (1984). Eine zweifaktorielle Struktur der Skalen unter-

stützt das Modell von protektiver und akquisitiver Selbstdarstellung. Die beiden Faktoren werden durch die *Revised Self-Monitoring Scale* zur Erfassung der akquisitiven Komponente und der *Concern for Appropriateness Scale* zur Erfassung der protektiven Komponente repräsentiert, wobei beide Komponenten aus jeweils zwei Subskalen zusammengesetzt sind. Die *Revised Self-Monitoring Scale* umfasst zum einen eine Wahrnehmungskomponente mit der Skala *Sensitivity to expressive behavior of others*, zum anderen eine Handlungskomponente mit der Skala *Ability to modify self-presentation.* Die protektive Komponente, erfasst durch die *Concern for Appropriateness Scale*, setzt sich aus der Wahrnehmungskomponente *Protective social comparison* und der Handlungskomponente *Protective variability* zusammen (vgl. 4.5 Erfassung akquisitiven und protektiven .

Die insgesamt vier Subskalen wurden in der ins deutsche übertragenen Form von Laux & Renner (2002) sowohl in der Haupt-, wie in der Reteststudie vorgelegt. Die Itemzahl der ursprünglichen Skalen ist in der deutschen Fassung auf jeweils sechs pro Subskala reduziert (vgl. 4.5 Erfassung akquisitiven und protektiven). Entsprechend der Fragestellung im Abschnitt 3.7.2 soll geklärt werden, welche Selbstdarstellungstechniken verstärkt durch einen der beiden Motivkomplexe angeregt werden.

5.7.1 Zusammenhangsanalysen der Self-Monitoring-Skalen mit den Skalen habitueller Selbstdarstellung

Der gehäufte Einsatz bestimmter Selbstdarstellungstechniken kann bei Zusammenhängen mit einem oder beiden Self-Monitoring-Komponenten als akquisitiv, also einflussmotiviert oder als protektiv, also durch die Motivation, soziale Verluste zu vermeiden und auf Zustimmung und Akzeptanz zu zielen, attribuiert werden. In Tabelle 5.7-1 werden die Korrelationen der akquisitiven und protektiven Self-Monitoring-Komponenten mit den Selbstdarstellungstechniken sowie deren Dimensionen dargestellt.

Für das akquisitive Self-Monitoring und dessen Subskalen *Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung* und *Wahrnehmungssensitivität* zeigt sich im Bereich der freundlichen Selbstdarstellungstechniken ein lediglich schwacher Zusammenhang. Die Zusammenfassung der beiden akquisitiven Motivskalen zur Gesamtskala des akquisitiven Self-Monitoring weist mit r = .30 lediglich eine schwache Korrelation mit der Selbstdarstellungstechnik Selbstoffenbarung, bzw. der Dimensionsskala freundliche Selbstdarstellung auf. Die Überzeugung mit höheren Selbstdarstellungskompetenzen in

sozialen Situationen zu agieren, geht demnach kaum dem generell erhöhten Einsatz von Selbstdarstellungstechniken einher.

Tabelle 5.7-1 Korrelation der Self-Monitoring-Skalen mit Selbstdarstellungstechniken

Pearson Korrelation						
	Akquisitives Self-Monitoring			Protektives Self-Monitoring		
N = 325		Subskalen			Subskalen	
	Akquisitive Selbstdar-stellung (RSM)	Fähigkeit z. Veränderung d. SD (AMSP)	Wahr-nehmungs-sensitivität (SEBO)	Protektive Selbstdar-stellung (CAS)	Protektiver sozialer Vergleich (ASCI)	Protektive Variabilität (CSV)
assertive Selbstdar-stellung	.11	**.14**	.02	.09	.09	.06
Eigenwerbung (self-promotion)	.09	**.18**	-.05	.11	**.14**	.07
Abwerten (blasting)	.04	.04	.03	.08	-.00	.12
Beispielhaftigkeit (exemplification)	.12	.12	.05	.02	.08	-.03
selbstabwertende Selbstdarstellung	-.02	.02	-.07	**.48**	**.38**	**.45**
Selbstbehinderung (self-handicapping)	-.04	.01	-.08	**.34**	**.25**	**.33**
Untertreibung (understatement)	-.05	-.02	-.06	**.39**	**.28**	**.38**
Einschmeicheln (ingratiation)	.04	.07	-.01	**.41**	**.37**	**.35**
freundliche Selbst-darstellung	**.30**	**.27**	**.20**	**.27**	**.37**	**.13**
Liebenswürdigkeit (kindness)	**.17**	**.22**	.03	**.49**	**.57**	**.32**
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**.30**	**.24**	**.23**	.11	**.17**	.04
Entschuldigung (apology)	**.20**	**.13**	**.18**	.05	**.16**	-.03
Weitere Techniken						
Einschüchtern (intimidation)	.02	.05	-.03	.08	-.06	**.16**
Rechtfertigen (justification)	.13	.11	.09	**.42**	**.44**	**.31**

Anmerkung: Negative wie positive Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Mit der protektiven Self-Monitoring-Komponente korreliert dagegen der Einsatz selbstabwertender Techniken mit r = .48 in mittlerer Höhe. Die Skalierungen auf höherem Abstraktionsniveau, also die sekundären Faktorskalen für Selbstdarstellungstechniken und Self-Monitoring, sind für den variablenbezogenen Vergleich von Selbstdarstellungsmotivation und -techniken im Bereich selbstabwertender Techniken offenbar ein korrelationssteigernder Schritt. Der höchste Zusammenhang innerhalb der Gesamtstichprobe der Hauptstudie weist die Self-Monitoring-Subskala *protektiver sozialer Ver-*

gleich mit der Selbstdarstellungstechnik *Liebenswürdigkeit* präsentieren (*kindness*) mit r = .57 auf. Mit der Aussage, Verhaltensweisen zu zeigen, die Ehrlichkeit, Toleranz und Meinungskonformität betonen und damit der Selbstdarstellungstechnik *Liebenswürdigkeit* (*kindness*) zugeordnet sind, geht demnach eine deutliche protektive Motivation einher. Ebenfalls mittelhoch, mit r = .44 korreliert die Selbstdarstellungstechnik *Rechtfertigen* (*justification*), die mit dem Motiv soziale Verluste zu vermeiden das Ziel anstrebt, akzeptiert und sozial integriert zu werden oder zu bleiben.

Mit Ausprägungen protektiver Variabilität bzw. transsituativer Variabilität (cross-situational variability), also die gezeigte Persönlichkeit der Situation anzupassen (vgl. 5.7.2 Unterschiede von Selbstdarstellungstypen gegenüber Self-Monitoring-Konstrukten), geht die häufigere Nutzung selbstabwertender Selbstdarstellungstechniken einher, die darauf abzielt, von Interaktionspartnern nach Selbstabwertung rehabilitiert zu werden. Personen, die besonders hohe Aufmerksamkeit für Informationen des sozialen Vergleichs wahrnehmen bzw. hohe Ausprägungen auf der Skala Protektiver sozialer Vergleich (Attention to social comparison information) aufweisen, geben an, häufiger (r = .57) Selbstdarstellungstechniken wie Meinungskonformität anzuwenden, die sie sympathischer, liebenswürdiger erscheinen lassen sollen, um damit sozial integrierter und beliebter zu werden (vgl. 5.7.1 Zusammenhangsanalysen der Self-Monitoring-Skalen mit den Skalen habitueller Selbstdarstellung).

5.7.2 Typenunterschiede im Self-Monitoring

In einer multivariaten, einfaktoriellen Varianzanalyse wurden die Selbstdarstellungstypen als Gruppierungsvariablen eingesetzt und ihre Auswirkungen auf die beiden Self-Monitoring-Komponenten akquisitiver und protektiver Selbstdarstellung als abhängige Variablen verglichen. Es zeigen sich auf beiden Self-Monitoring-Variablen hochsignifikante Haupteffekte. Die Selbstdarstellungstypen unterscheiden sich hinsichtlich der akquisitiven Selbstdarstellung mit $F(4,320) = 6.58$; $p = .000$; $\eta^2 = .08$, protektiver Selbstdarstellung mit $F(4,320) = 13.17$; $p = .000$; $\eta^2 = .14$. Damit sind beide Self-Monitoring-Komponenten mit kleiner Effektgröße zwischen den Selbstdarstellungstypen unterschiedlich ausgeprägt. Den Selbstdarstellungstypen liegen demnach unterscheidbare Darstellungsmotive zugrunde.

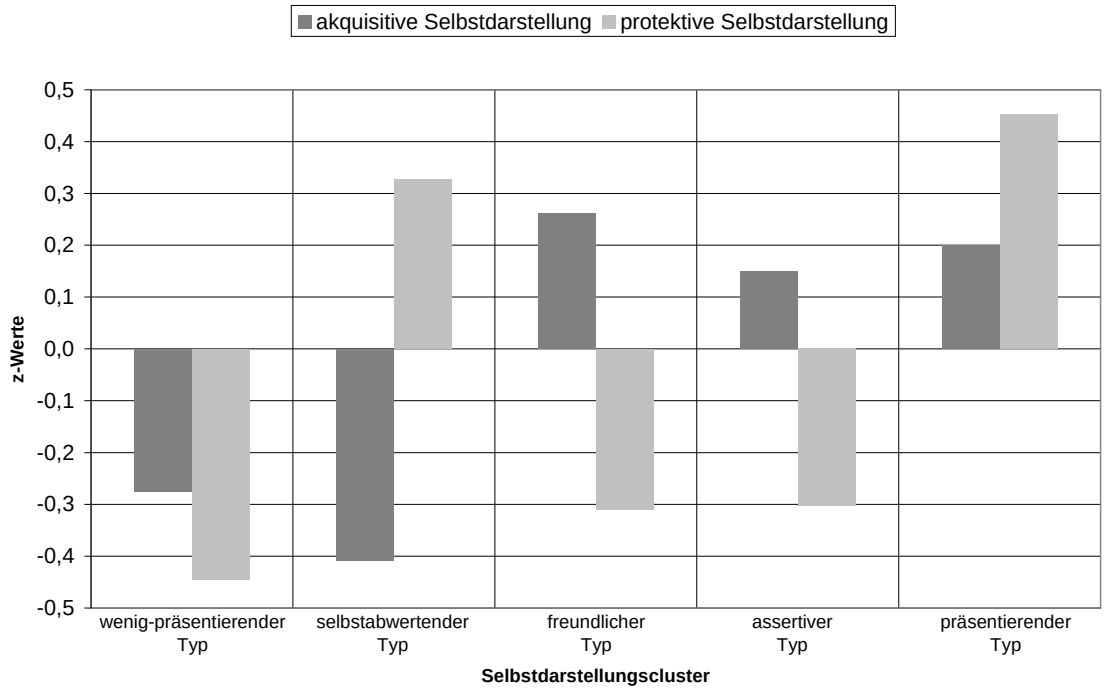

Abbildung 5.7-1 Akquisitive und Protektive Selbstüberwachung über die Selbstdarstellungstypen

In Einzelvergleichen wird deutlich, dass sowohl der wenig-präsentierende wie auch der selbstabwertende Selbstdarstellungstyp deutlich geringere akquisitive Selbstdarstellungsmotivation als die drei Typen freundlicher, assertiver und präsentierender Typ aufweisen. Eine erhöhte protektive Selbstdarstellungsmotivation zeigen sowohl der selbstabwertende wie auch der präsentierende Typ, was durch den korrelativen Zusammenhang mit Neurotizismus und damit der erwarteten Nähe zu Ängstlichkeit und sozialer Befangenheit bereits angedeutet wurde.

Da sich die beiden Darstellungsmotivationen auch in dieser Untersuchung als vier unabhängige Subskalen – Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung, Wahrnehmungssensibilität, Protektiver sozialer Vergleich und protektive Variabilität – zeigen, wurden die Typenspezifischen Unterschiedsanalysen durch eine multivariate Varianzanalyse auch zur Überprüfung über die vier Subskalen durchgeführt.

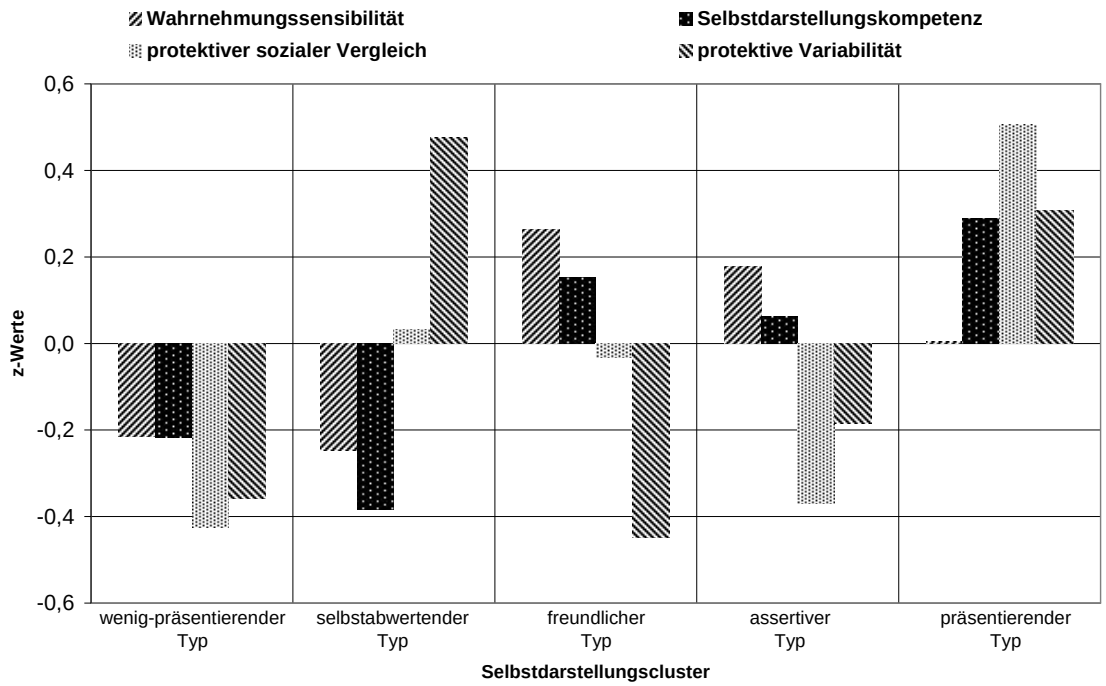

Abbildung 5.7-2 Self-Monitoring-Konstrukte über die Selbstdarstellungstypen

Ein differenzierteres Muster der Motivationen zur Selbstdarstellung weist die Subskalenbetrachtung auf, die v.a. den höheren sozialen Vergleich des freundlichen gegenüber dem assertiven Typ in Erscheinung treten lässt. Der Unterschied protektiver Selbstdarstellungsmotivation zeigt sich in Post-hoc Analysen zwischen selbstabwertendem und freundlichem Typ nur noch auf der Subskala der protektiven Variabilität. So unterscheiden sich Typ-S und Typ-F nicht in der Wahrnehmungs- und Aufmerksamkeitsausprägung des protektiven sozialen Vergleichs, sondern in der Art der Umsetzung, der Handlungskomponente. Der selbstabwertende Typ gibt an, auf die sozialen Vergleiche mit starker Anpassung, der freundliche Typ dagegen mit Konsistenz zu reagieren.

5.8 Sozial erwünschte Darstellung

In einer Reihe von Beiträgen zum Problem der Sozialen Erwünschtheit wird die Meinung vertreten, dass es sich bei der Erfassung sozial erwünschten Antwortverhaltens nicht um ein einheitliches Konstrukt handelt (vgl. Abschnitt 2.5.8). Damit ist die faktorielle Validität angesprochen, die für gewöhnlich anhand der Homogenität der Skala diskutiert wird.

Sackeim und Gur (1978) zeigten, dass die soziale Erwünschtheitstendenz bei genauer Analyse aus zwei relativ unabhängigen Faktoren besteht, die sie als Tendenz zur (eher unbewussten) defensiven Selbsttäuschung (*self deception*) und der Tendenz zur

(eher bewussten) Fremdtäuschung (*other deception* oder auch *impression management*) bezeichneten. Die Tendenz zur Selbsttäuschung wird durch Ablehnung wahrscheinlicher, aber psychisch bedrohlicher Eigenschaften gemessen und von den Autoren als defensive Abwehrtendenz gewertet, wie auch Crowne und Marlowe (1964) ihr Konstrukt verstanden. Die Tendenz zur Fremdtäuschung, *other deception*, dagegen wird durch die Zustimmung zu unwahrscheinlichen, aber sozial erwünschten Eigenschaften erhoben und von den Autoren als eher bewusster Versuch, vor anderen gut dazustehen, interpretiert (vgl. auch Asendorpf, 2004). Ein Ansatzpunkt die zugrundeliegende Struktur sozialer Erwünschtheitsskalen zu klären, konzentriert sich auf die Unterscheidung von zuschreibenden und verneinenden Antworten in Selbstberichtsitems (vgl. Millham & Jacobson, 1978).

Unterschieden wird hierbei i.d.R. zwischen der Zustimmung zu sozial erwünschten und der Ablehnung sozial unerwünschter Iteminhalte. Beim Modell von Jacobsen et. al. (1977) gelangt man durch eine weitere Aufteilung zwischen der Zuschreibung unerwünschter und der Negation erwünschter Merkmale zu einer viergegliederten Aufteilung, die allerdings ebenfalls auf zwei Dimensionen rückführbar ist. Umgesetzt wird das Konzept des Zustimmens vs. Ablehnens durch die Bildung zweier Skalen, wobei eine lediglich aus sozial erwünschten Items besteht, die andere ausschließlich aus sozial unerwünschten.

Ling (1967) nennt die beiden Subskalen sozialer Erwünschtheit Lügen und Leugnen. Von Millham und Kellogg (1980) werden sie als *self-* und *other-deception* in Anlehnung an die von Gur und Sackeim (1978, 1979) gebildeten Skalen *self-deception questionnaire* (SDQ) und das *other-deception questionnaire* (ODQ) bezeichnet.

Tabelle 5.8-1 Beispielitems aus dem self-deception und other-deception questionnaire von Gur und Sackeim (1979)

Beispielitem aus dem SDQ – self-deception (Selbsttäuschung)	Beispielitem aus dem ODQ – other-deception (Fremdtäuschung)
Have you ever thought that your parents hated you?	Do you tell the truth?

Auch die bestehende Skala von Marlowe und Crowne (1964) wurde unter dieser Fragestellung von Millham (1974) betrachtet. Er fand differenzierende Zusammenhänge der zwei Komponenten in Bezug auf Mogeln in experimentellen Situationen.

Tabelle 5.8-2 Beispielitems aus der Marlowe-Crowne Social Desirability Scale (M-CSDS), (1960)

Beispielitem – Ablehnung unerwünschter Merkmale	Beispielitem - Zustimmung zu erwünschten Merkmalen
I sometimes try to get even, rather than forgive and forget.	I am always courteous, even to people who are disagreeable.

Paulhus (1984) kritisierte dagegen das Vorgehen der hypothetischen Trennung von Zustimmung gegenüber Ablehnen und konstruierte zwei Skalen sozialer Erwünschtheit auf dem faktoriellen Weg. Die zweifaktorielle Lösung der von Paulhus aus Sozialen-Erwünschtheitsskalen erzeugten Skalen wird als empirische Lösung für die Aufteilung Sackeim und Gurs *self*- und *other-deception* (Fremdtäuschung), bzw. Impression Management benannt und interpretiert. Ohne dass Paulhus diesen Effekt beabsichtigt hätte, zeigt sich der Effekt abzulehnender und zuzustimmender Items auf den Faktoren des *self-deception* und *impression management* wieder (vgl. Paulhus, 1984, 1998).

Tabelle 5.8-3 Zwei Faktoren des Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR) von Paulhus (1984)

Items des Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR), Paulhus (1984)	
Faktor 1: *self-deception*	Faktor 2: *impression management*
Have you ever enjoyed your bowel movements? (SDQ)	Do you tell the truth? (ODQ)
Have you ever been uncertain as to whether or not you are homosexual? (SDQ)	When you take sick-leave from work or school, are you as sick as you say you are? (ODQ)
People often disappoint me. (SD)	I am always courteous, even to people who are disagreeable. (MC)
Life is a strain for me most of the time. (SD)	Once in a while I laugh at a dirty joke. (SD)
Have you ever doubted your sexual adequacy? (SDQ)	I sometimes try to get even, rather than forgive and forget. (MC)
I worry quite a bit over possible misfortunes. (SD)	I always apologize to others for my mistakes. (ODQ)
Have you ever thought that your parents hated you? (SDQ)	I would you declare everything at customs, even if you knew that you could never be found out? (ODQ)
I have several times given up doing something because I thought too little of my ability. (SD)	I never attend a sexy show if I can avoid it. (SD)
In a group of people I have trouble thinking of the right things to talk about. (SD)	Sometimes at elections I vote for candidates I know little about. (SD)
Have you ever thought of committing suicide in order to get back at someone? (SDQ)	I am sometimes irritated by people who ask favors of me. (MC)

Abkürzungen: SDQ/ODQ: Items des self-, bzw. other-deception questionnaire von Gur und Sackeim (1978); MC/SD: Marlowe-Crowne Social Desirability Scale (1964)

Der Aspekt des Ablehnens unerwünschter Merkmale wird auf der Skala *self-deception* (Selbsttäuschung) sogar durchgängig aufrechterhalten, sämtliche Items sind

also bei sozial erwünschter Antwortrichtung abzulehnen. Die Skala *impression management* dagegen ist überwiegend durch positiv gepolte Soziale-Erwünschtheits-Items bestimmt, die auch die stärksten Ladungen auf diesem Faktor zeigen (vgl. Tabelle 5.8-3).

Aufteilungen der sozialen Erwünschtheitsitems implizieren durch die Benennung der Faktoren oder Subskalen jedoch bereits eine Interpretation, die nicht durchgängig auf empirische Belege trifft. Bezeichnungen der Faktoren und Skalen als Selbst- oder Fremdtäuschung oder gar Lügen erscheinen zumindest als sehr stark und gehen meist über die Interpretierbarkeit der empirischen Ergebnisse hinaus. Tatsächlich kennzeichnend für diese beiden Skalen als Maß sozialer Erwünschtheit ist vorwiegend die Antwortrichtung, zum einen sozial erwünschten Merkmalen zuzustimmen, zum anderen, sozial unerwünschte Merkmale zu leugnen. Daher erscheint es sinnvoll diese beiden Elemente der sozial erwünschten Antwortrichtung rein operational Zustimmen und Ablehnen zu nennen, ohne dabei bereits Interpretationen als Begriffe bei der Skalenbenennung zu verwenden.

In der vorliegenden Untersuchung wurde die Soziale-Erwünschtheit-Skala SES-17 (Stöber, 1999) – benannt nach den siebzehn Items, die diese Skala bilden – eingesetzt. Diese Skala (vgl. Tabelle 5.8-4) setzt sich ebenfalls zusammen aus zuzustimmenden Items in sozial erwünschte Richtung und sozial unerwünschten Items, die für hohe Soziale-Erwünschtheitswerte abzulehnen sind. Beide Antwortrichtungen wurden bei der Konstruktion genutzt, um Antwortmustertendenzen der Akquieszenz, also Jasage- bzw. Neinsagetendenz entgegenzuwirken. Aus der Sicht der Skalenkonstruktion stellen in Skalenkonstruktrichtung zu invertierende Items den Versuch dar, einen als allgemein unerwünscht angesehenen Response-Bias zu eliminieren. Es ist daher vom Skalenkonstrukteur nicht vorgesehen, die beiden Gruppen von Items als separate Teilskalen zu betrachten.

In den vorliegenden Datensätzen zum ersten und zweiten Messzeitpunkt wurde die Soziale-Erwünschtheitsskala SES-17 in der Aufteilung der Items nach Ablehnen und Zustimmen sozial erwünschter Merkmale als Grundlage für die Bildung der beiden Skalen herangezogen. Aus den siebzehn Items wurden zwei Subskalen gebildet. Die erste besteht aus den sieben invertierten Items, in denen die Ablehnung sozial unwillkommener Merkmale soziale Erwünschtheit signalisiert. Die andere Skala enthält die zehn Items, die soziale Erwünschtheit durch die Zustimmung wünschenswerter Merkmale erfasst.

Tabelle 5.8-4 Die Soziale Erwünschtheitsskala (SES-17) nach Stöber (1999), gegliedert nach abzulehnenden und zuzustimmenden Items

	Abzulehnende Items:
s1	Manchmal werfe ich Müll einfach in die Landschaft oder auf die Straße.
s4	Ich habe schon einmal Drogen (Haschisch oder „ähnliches“) konsumiert.
s6	Meine Wut oder schlechte Laune lasse ich hin und wieder an unschuldigen oder schwächeren Leuten aus.
s7	Ich habe schon einmal jemanden ausgenutzt oder übers Ohr gehauen.
s11	Ich lästere gelegentlich über andere hinter deren Rücken.
s15	Ich habe schon einmal geliehene Sachen nicht zurückgegeben.
s17	Manchmal helfe ich nur, weil ich eine Gegenleistung erwarte.

	Zuzustimmende Items:
s2	Eigene Fehler gebe ich stets offen zu und ertrage gelassen etwaige negative Konsequenzen.
s3	Im Straßenverkehr nehme ich stets Rücksicht auf die anderen Verkehrsteilnehmer.
s5	Ich akzeptiere alle anderen Meinungen, auch wenn sie mit meiner eigenen nicht übereinstimmen.
s8	In einem Gespräch lasse ich den anderen stets ausreden und höre ihm aufmerksam zu.
s9	Ich zögere niemals, jemandem in einer Notlage beizustehen.
s10	Wenn ich etwas versprochen habe, halte ich es ohne Wenn und Aber.
s12	Ich würde niemals auf Kosten der Allgemeinheit leben.
s13	Ich bleibe immer freundlich und zuvorkommend anderen Leuten gegenüber, auch wenn ich selbst gestresst bin.
s14	Im Streit bleibe ich stets sachlich und objektiv.
s16	Ich ernähre mich stets gesund.

Die Subskalen erreichen mit .58 für die sieben Ablehnungs-Items unerwünschter Merkmale und .59 für die zehn Zustimmungs-Items erwünschter Merkmale bzw. mit erwarteten .77 bzw. .71 nach der Korrektur mittels der Spearman-Brown-Formel bei Verlängerung auf 17 Items, wie sie die Gesamtskala beinhaltet, keine abweichenden Reliabilitätswerte von der gesamten SES-17, die ein Alpha von .71 erreicht.

Die Korrelation der Zustimmungs- und Ablehnungsskala ist mit .48 nicht allzu hoch. Aus diesen Hinweisen scheinen die beiden Skalen unterschiedliche Aspekte zu erfassen und sollten für die nachfolgenden Analysen als separate Teilskalen verwendet werden. Allerdings konnte mit einem faktorenanalytischen Vorgehen sämtlicher Items, wie es bei Paulhus (1984) mit einer Reihe von Items aus verschiedenen Skalen zur Erfassung sozialer Erwünschtheit durchgeführt wurde, der Befund der Zweidimensionalität nicht bestätigt werden: In der Faktorenanalyse werden vor allem inhaltliche Differenzierungen der Items deutlich – vor allem eine Trennung in interaktionsbezogene (z.B. mit Items ses14 „Im Streit bleibe ich stets sachlich und objektiv.“ oder ses11n

„Ich lästere gelegentlich über andere hinter deren Rücken.“) und nicht interaktionsbezogene Aussagen (z.B. mit Items wie „Ich habe schon einmal Drogen (Haschisch oder „ähnliches“) konsumiert.“ oder „Ich ernähre mich stets gesund.“).

5.8.1 Soziale Erwünschtheit und Self-Monitoring Komponenten

Aufgrund der bereits im Abschnitt (5.7 Self-Monitoring und habituelle Selbstdarstellung) gezeigten Differenzierung der Selbstdarstellungstypen auf der protektiven und akquisitiven Komponente des Self-Monitoring-Konstrukts wird nun der Frage nach der Differenzierungsleistung dieser Selbstdarstellungsmotive der sozialen Erwünschtheit gegenüber nachgegangen. Das Motiv des protektiven sozialen Vergleichs, das beim freundlichen Selbstdarstellungstyp durchschnittlich, beim wenig-präsentierenden Typ dagegen am niedrigsten ausgeprägt ist, sowie die protektive Variabilität, die in diesen beiden hoch sozial erwünscht antwortenden Typen der Selbstdarstellung deutlich geringer als der Durchschnitt ausgeprägt ist, werden von Wolfe, Lennox und Cutler (1996) sowie von Laux und Renner (2002) mit dem Motiv *Furcht vor Misserfolg* in Beziehung gesetzt. Dabei wird protektive Selbstdarstellung als Pessimismus in sozialen Situationen und Furcht, das falsche Verhalten zu zeigen interpretiert. Zu erwarten ist demnach, dass protektive Selbstdarstellung wohl in deutlich negativer Beziehung zu defensiver Zuschreibung sozialer Erwünschtheit durch die Ablehnung sozial nicht gebilligter Merkmale verbunden ist.

Tabelle 5.8-5 Interpretationsaspekte der Bereiche Ablehnen und Zustimmen

Differenzierung der Items von Sozialen-Erwünschtheits-Skalen		
	Zustimmen zu sozial erwünschten Merkmalen *zustimmen*	Ablehnen sozial unerwünschter Merkmale *ablehnen*
Crowne und Marlowe (1964)	Defensive Form der Selbstbildverteidigung	
Sackeim und Gur (1978)	other-deception (*Fremdtäuschung*)	self-deception (*Selbsttäuschung*)
Ling (1967)	Lügen	Leugnen
Paulhus (1984);	Impression Management	self-deception
	Erwartung:	
	Zustimmen akquisitiver Fähigkeiten	Ablehnen situativer Variabilität
	Aktive Form defensiver Selbstbildverteidigung	Passive Form defensiver Selbstbildverteidigung

Mit akquisitiver Selbstdarstellung, die für den freundlichen Typ eine große, für den wenig-präsentierenden Typ dagegen kaum eine Rolle spielen, wird ein hohes Maß an sozial wünschenswerten Eigenschaften, also das Zustimmen zu sozial erwünschten Merkmalen erwartet, um damit soziale Akzeptanz und Bestätigung zu erreichen.

Die defensive Selbstbildverteidigung, die Crowne und Marlowe (1964) auch als das zugrundeliegende Motiv sozialer Erwünschtheit auffassten, nannten sie *need for approval*. Mit sozial erwünschtem Verhalten wird das Bedürfnis nach Anerkennung deutlich, das mit der Erwartung verknüpft ist, dass soziale Bestätigung durch kulturell akzeptiertes Verhalten erlangt werden kann.

Die Prüfung der erwarteten Zusammenhänge der beiden Subskalen sozialer Erwünschtheit – Zustimmen zu sozial erwünschten Merkmalen und Ablehnen unerwünschter Merkmale – mit den Komponenten des Self-Monitoring – akquisitive und protektive Selbstdarstellung – kann auf dieser variablenorientierten Fragestellung korrelativ beantwortet werden. So wurde die Gesamtskala SES-17 und die beiden Skalen *Zustimmen* und *Ablehnen* auf ihre Zusammenhänge mit den Self-Monitoring-Konstrukten protektiver Selbstdarstellung und akquisitiver Selbstdarstellung und ihren Subskalen *protektive Variabilität* und *protektiver sozialer Vergleich* bzw. *selbsteingeschätzte Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung* und *Wahrnehmungssensitivität* überprüft.

Soziale Erwünschtheit weist gegenüber den selbsteingeschätzten Fähigkeiten und Motiven der Selbstdarstellung, erfasst durch die Skalen akquisitiver und protektiver Selbstdarstellung (RSM und CAS) (Laux & Renner, 2002), hier nur sehr schwache Zusammenhänge auf (vgl. Tabelle 5.8-6). Dennoch verweist die Richtung der Korrelationen auf den in der Sozialpsychologie häufig beschriebenen akquisitiven Charakter selbstbeschönigender Aussagen in sozial erwünschte Richtung hin. Protektive Variabilität dagegen korreliert mit r = .25 leicht negativ mit der Gesamtskala der sozialen Erwünschtheit, was als allgemeine soziale Ablehnung der Variabilität der Selbstdarstellung bzw. Inkonsistenz über verschiedene Situationen betrachtet werden kann. Mit dem protektiven sozialen Vergleich besteht eine Null-Korrelation mit sozialer Erwünschtheit.

Die Aufteilung der Skala SES-17 in die beiden Komponenten sozialer Erwünschtheit *Zustimmen* und *Ablehnen* verweist auf die Bedeutsamkeit dieser Differenzierung gegenüber den Zuschreibungen akquisitiver Merkmale und transsituationaler Variabilität. Sowohl die Gesamtskala akquisitiver Selbstdarstellung wie auch die beiden Subska-

len *Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung* und der Skala *Wahrnehmungssensitivität* weisen signifikant höhere Korrelationen mit der Skala Zustimmen sozial erwünschter Merkmale auf als mit der Skala Ablehnen sozial unerwünschter Merkmale.

Tabelle 5.8-6 Korrelation der RSM und CAS mit der Sozialen Erwünschtheitsskala SES-17 und deren Subskalen

Skala		Skalenbezeichnung	Soziale Erwünschtheit		
	Subskalen		Gesamt-skala	Zustimmen	Ablehnen
rsm		revised self-monitoring scale – (akquisitive Selbstdarstellung)	.16**	.28**	.01
	amsp	ability to modify self-presentation – (Fähigkeit zur Veränderung der Selbstdarstellung)	.13*	.22**	.00
	sebo	sensitivity to expressive behaviour of others – (Wahrnehmungssensitivität)	.12*	.22**	.02
cas		concern for appropriateness scale – (protektive Selbstdarstellung)	-.15**	-.01	-.26**
	asci	attention to social comparison information – (protektiver sozialer Vergleich)	.02	.08	-.06
	csv	cross-situational-variability – (protektive Variabilität)	-.25**	-.08	-.35**

Korrelationsdifferenzen zwischen protektiver Selbstdarstellung und den Subskalen sozialer Erwünschtheit zeigen sich nicht auf der Skala *Protektiver sozialer Vergleich.* Zwischen Ablehnen von sozial unerwünschten Merkmalen und dem Zustimmen sozial erwünschter Merkmale weist lediglich die Subksala *Protektive transsituationale Variabilität* signifikante Korrelationsdifferenzen auf. Der negative Zusammenhang der Motivation, protektive Veränderung des Selbstdarstellungsverhaltens zu zeigen mit der Skala *Ablehnen sozial unerwünschter Merkmale* entspricht zunächst nicht der Erwartung. Die protektive Motivation, sich vor Misserfolgen zu schützen hätte erwarten lassen, dass hohe transsituative Variabilität (*protektive Variabilität*) auch unerwünschte Merkmale eher ablehnen lässt, dem ist aber nicht so. Vielmehr ist die Erwartungshaltung Furcht vor Misserfolg, die der protektiven transsituativen Variabilität zugrunde liegen soll (vgl. Arkin, 1981), mit der Angabe verbunden, mehr unerwünschte Merkmale zu besitzen. So scheint die Überzeugung, mehr sozial negativ gewertete Merkmale zu besitzen, die pro-

tektive Variabilität zu fördern, die das Motiv unterstreicht, sich in verschiedenen Situationen möglichst angepasst zu verhalten. Trotz der Aufteilung in Zustimmen und Ablehnen bleibt der Zusammenhang mit protektivem sozialem Vergleich bei beiden Subskalen bei einer Nullkorrelation (vgl. Tabelle 5.8-6).

Aus diesen differenzierenden Korrelationen lässt sich die Richtung sozial erwünschten Antwortens mit den Motiven bzw. Kompetenzüberzeugungen der Selbstdarstellung in Beziehung bringen. Sozial erwünschten Merkmalen zuzustimmen korreliert schwach positiv mit der Überzeugung, Selbstdarstellungskompetenzen zu besitzen. Gegenüber der Komponente des Ablehnens sozial unerwünschter Merkmale besteht dagegen eine Nullkorrelationen. Diese Form der sozialen Erwünschtheit kann als Anpassungsbereitschaft, bzw. nach Marlowe & Crowne auch als defensive Selbstbildverteidigung interpretiert werden.

Protektive Variabilität, die Bereitschaft, sich über Situation inkonsistent und angepasst zu verhalten, steht mit -.35 in einem negativen Zusammenhang mit der Ablehnen-Komponente Sozialer Erwünschtheit. Diese eher passive Form sozialer Erwünschtheit könnte als Konformität betrachtet werden, die negativ mit der insgesamt eher unerwünschten transsituationalen Variabilität in der Selbstdarstellung in Beziehung steht. Personen mit stärkerer Ablehnung sozial unerwünschter Merkmale sehen sich auch weniger motiviert ihre Verhaltensweisen in sozialen Situationen anpassen zu müssen. Dies dürfte vor allem für Personen im Clusters des zurückhaltenden Selbstdartsellungstyps der Fall sein.

5.8.2 Komponenten sozialer Erwünschtheit in Eigenschaftsbeschreibungen des NEO-PI-R

Auf die Frage nach der diskriminativen Validität der Aufteilung sozialer Erwünschtheit in Zustimmen und Ablehnen wurden Korrelationsdifferenzen gegenüber Eigenschaftsbeschreibungen des NEO-PI-R geprüft. Weitreichende Effekte differenzierender Korrelationen zwischen den Subskalen sozialer Erwünschtheit und den Facetten des NEO-PI-R blieben allerdings aus. Unter den insgesamt 30 Korrelationsdifferenzen zwischen den Teilskalen der SES-17 – Zustimmen erwünschter Merkmale gegenüber Ablehnen unerwünschter Merkmale mit den jeweils sechs Facetten der Big-Five-Dimensionen sind lediglich drei statistisch bedeutsam.

So korreliert die Facette Aktivität der Big-Five-Dimension Extraversion mit der Skala Zustimmen signifikant positiver als mit der Ablehnen-Skala (.16 vs. -.01). Sich

als kraftvoll, tempo- und energiegeladen zu beschreiben steht in engerem Zusammenhang, sozial erwünschte Merkmale zu zeigen, als unerwünschte zu verneinen. Ein weiterer diskriminativer Effekt ist innerhalb der Extraversionsdimension gegenüber der Facette Erlebnishunger zu verzeichnen. So steht das Ablehnen sozial unerwünschter Merkmale mit r = -.30 in negativem Zusammenhang mit der Eigenschaft *Erlebnishunger* (*excitement-seeking*), also starke Reize zu suchen. Sich als bedürftig nach intensiver Stimulation zu beschreiben steht demnach eher in Zusammenhang damit, sozial unerwünschten Merkmalen zuzustimmen, als erwünschte zu besitzen.

Tabelle 5.8-7 Korrelationsdifferenzen der Zustimmen-Ablehnen-Skalen gegenüber Persönlichkeitseigenschaften

NEO-PI-R Skalen	Soziale Erwünschtheit		
Facetten	Gesamtskala	Zustimmen	Ablehnen
Facetten aus der Dimension Extraversion			
Facette Aktivität	.07	.16**	-.02
Facette Erlebnishunger	-.17**	.01	-.30**
Facetten aus der Dimension Offenheit für Erfahrungen			
Facette O. für Ästhetik	.04	.11*	-.05
Facette O. für Ideen	.14*	.16**	.09
Facette O. für Handlungen	.10*	.16**	.03

Weitere, wenn auch nur tendenziell bedeutsame Korrelationsdifferenzen zwischen Ablehnen und Zustimmen resultieren gegenüber drei Facetten der Dimension Offenheit für Erfahrungen (vgl. Tabelle 5.8-7). Gegenüber den drei Facetten Offenheit für Ästhetik, Handlungen und Ideen korreliert das Zustimmen zu sozial erwünschten Merkmalen tendenziell höher als das Ablehnen unerwünschter Merkmale.

Nachdem die Zusammenhänge von sozial erwünschten Antworttendenzen mit dem Self-Monitoring-Konstrukten und den Eigenschaftskonstrukten des FFM dargestellt und erläutert wurden, wird im Folgenden die differenzierten Merkmale sozial erwünscht zu antworten auf die Selbstdarstellungsvariablen bezogen. Soziale Erwünschtheit kann aus dem bisher gezeigten Ergebnissen für die Selbstdarstellungsinterpretation von Persönlichkeitsbeschreibungen als ein Verhaltens- bzw. Antwortskript angesehen werden, das Zustimmung und Akzeptanz der Person von möglichst vielen Interaktionspartnern zum Ziel hat.

5.8.3 Korrelative Analysen sozialer Erwünschtheit und Selbstdarstellungstechniken

Da mit sozial erwünschten Selbstbeschreibungen eine Motivation nach Anerkennung und Akzeptanz verknüpft wird (vgl. Abschnitt 2.5.8.3), kann der Zusammenhang zwischen dieser Form der Darstellung und dem Einsatz von Selbstdarstellungstechniken Aufschluss über die allgemeine Erwartungshaltung geben, ob mit diesen Techniken sozial Wünschenswertes verbunden ist.

Tabelle 5.8-8 Korrelationen sozialer Erwünschtheit und Selbstdarstellungstechniken

Pearson-Korrelation	Sozial erwünschte Darstellung			
habituelle Selbstdarstellung N = 325	SES-17 Gesamtskala	Zustimmen	Leugnen	r-Diff z / sign
Selbstdarstellungsfaktor Assertivität	-0.24 **	-0.27 **	-0.12 *	-2.64 **
Eigenwerbung (self-promotion)	-0.21 **	-0.24 **	-0.11 *	-2.19 *
Abwerten (blasting)	-0.42 **	-0.41 **	-0.28 **	-2.50 *
Beispielhaftigkeit (exemplification)	0.05 n.s.	0.00 n.s.	0.09 n.s.	-1.54 n.s.
Selbstdarstellungsfaktor Selbstabwertung	-0.24 **	-0.29 **	-0.14 *	-2.70 **
Selbstbehinderung (self-handicapping)	-0.18 **	-0.21 **	-0.13 *	-1.54 n.s.
Untertreibung (understatement)	-0.13 *	-0.15 **	-0.06 n.s.	-1.59 n.s.
Einschmeicheln (ingratiation)	-0.27 **	-0.32 **	-0.14 **	-3.31 **.
Selbstdarstellungsfaktor Freundlichkeit	0.12 *	0.00 n.s.	0.22 **	-4.03 **
Liebenswürdigkeit (kindness)	0.01 n.s.	-0.09 n.s.	0.13 *	-3.90 **
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	-0.02 n.s.	-0.07 n.s.	0.06 n.s.	-2.32 *
Entschuldigung (apology)	0.30 **	0.17 **	0.35 **	-3.28 **
Weitere Techniken				
Einschüchtern (intimidation)	-0.35 **	-0.38 **	-0.23 **	-2.76 **
Rechtfertigen (justification)	-0.13 *	-0.21 **	-0.01 n.s.	-3.41 **

Korrelationen der Selbstdarstellungsdimensionen und der einzelnen Selbstdarstellungstechniken mit der Gesamtskala sozialer Erwünschtheit und deren Subskalen sind in Tabelle 5.8-8 dargestellt. Über Korrelationsdifferenzen wird geklärt, ob der Zusammenhang sozial erwünschter Darstellungen vorwiegend mit der Tendenz zur Fremd- oder Selbsttäuschung verbunden ist. Aus der Tabelle 5.8-8 geht hervor, dass sieben der elf Selbstdarstellungstechniken eher negativ mit sozial erwünschten Merkmalszuschreibungen korrelieren. Lediglich die Technik *Entschuldigen* geht positiv mit sozial wünschenswerten Antwortrichtungen einher. Mit den freundlichen Selbstdarstellungstechniken sowie der Technik *Beispielhaftigkeit* präsentieren besteht kein systematischer linearer Zusammenhang sozial erwünscht zu antworten.

5.8.4 Typenunterschiede der sozialen Erwünschtheit

Da auf faktorieller Ebene der Sozialen-Erwünschtheitsitems zur Aufteilung nach Ablehnen und Zustimmen kaum von einem differentiellen Konzept gesprochen werden kann und die Korrelationsdifferenzen auf der Variablenebene für klare inhaltliche Interpretationen eher dürftig sind, werden die Typenstrukturen von Selbstdarstellung durch die Aufteilung der Sozialen Erwünschtheit im Folgenden klarer.

Durch eine Anova mit Messwiederholung wurden die Selbstdarstellungstypen als fünffach gestufter Faktor, die beiden gebildeten Subskalen „Sozial Erwünschtem zustimmen“ und „Sozial Unerwünschtes ablehnen“ als abhängiger Messwiederholungsfaktor eingesetzt und über das allgemeine lineare Modell überprüft.

Hierbei zeigte sich ein hochsignifikanter Zwischensubjekteffekt zwischen dem Gruppierungsfaktor und der abhängigen Variable sozialer Erwünschtheit mit $F(4,320) = 5{,}43$; $p=.000$. In einer multivariaten Varianzanalyse mit den abhängigen Variablen Ablehnen (Leugnen, Selbsttäuschung) vs. Zustimmen (Lügen, Fremdtäuschung), führt der Vergleich der Selbstdarstellungstypen zu signifikanten Effekten auf den Subskalen sozial erwünschten Antwortverhaltens. Ablehnen sozial unerwünschter Merkmale zeigt zwischen den Gruppen mit $F(4,320) = 8{,}03$; $p = .00$ deutlichere Unterschiede auf, als Zustimmen sozial erwünschter Merkmale $F(4,320) = 2{,}35$; $p = .05$. Hinsichtlich der post-hoc Einzelvergleiche zwischen den Gruppen weisen der wenig-präsentierende und der freundliche Selbstdarstellungstyp gegenüber den Gruppen Typ-S, Typ-A und Typ-P höhere *Ablehnen-Werte* auf. Die Mittelwerte des selbstabwertenden und freundlichen Typs auf der *Zustimmen-Skala* erweisen sich im post-hoc Einzelvergleich als signifikant

verschieden: Typ-F schreibt sich demnach häufiger als Typ-S Merkmale zu, die als Fremdtäuschung interpretierbar sein können.

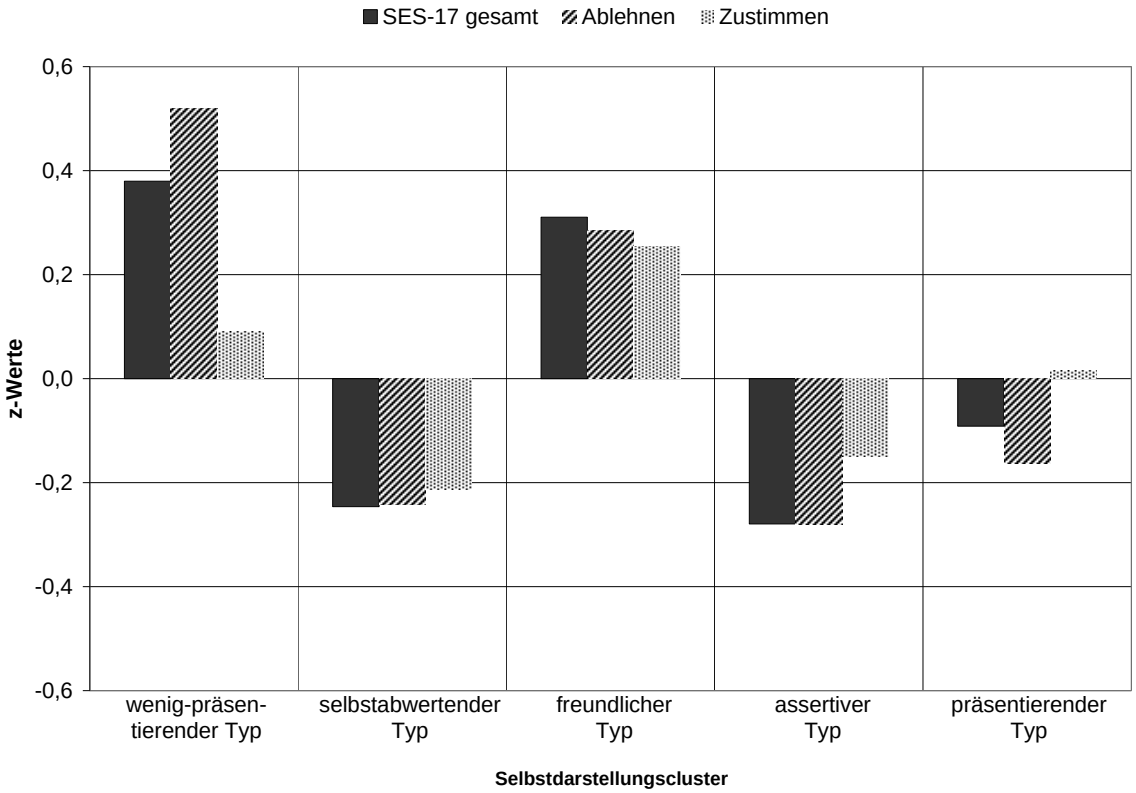

Abbildung 5.8-1 Gruppenunterschiede sozialer Erwünschtheit

Die Ergebnisse der Varianzanalyse über die fünf Gruppen der Selbstdarstellungstypen mit den Skalen *Leugnen* und *Zustimmen* als abhängige Variable weisen darauf hin, dass die eher bewusste Fremdtäuschung (*impression-management, other-deception*) im Sinne der Tendenz, sozial erwünschten Merkmalen zuzustimmen, beim freundlichen Typ zusammen mit der Selbsttäuschung (*self-deception*) für dessen hohe Ausprägung auf der SES-17 bedeutsam ist. Die hohen Ausprägungen sozial erwünscht zu antworten kommen beim wenig-präsentierenden Typ dagegen einseitig durch den höheren Anteil an der Subskala *Ablehnen* zustande. Diese kann auch als Selbsttäuschung (*self-deception*) bzw. als defensiver Selbstbildschutz interpretiert werden (vgl. 2.5.8.3 Sozial erwünschte Darstellung als motivationale Disposition).

Diese differentiellen Effekte weisen auf den eher fremdtäuschenden Einsatz von sozial erwünschter Darstellung beim Typ-F hin. Die verstärkte Selbstdarstellung des freundlichen Typs durch Techniken wie Liebenswürdigkeit, Selbstoffenbarung und Entschuldigung können in dieser Konsequenz als eher fremdtäuschend interpretiert werden. Der hohe Gesamtwert auf der sozialen Erwünschtheitsskala SES17 des wenig-

präsentierenden Selbstdarstellungstyps ist dagegen durch die starke Ablehnen-Komponente als eine Tendenz zur Selbsttäuschung oder Selbstidealisierung (vgl. Abbildung 5.8-1) aufzufassen.

Die drei Selbstdarstellungstypen mit niedrigen sozialen Erwünschtheitswerten, wie sie beim selbstabwertenden, assertiven und präsentierenden Selbstdarsteller der Fall sind, werden durch das Subskalenkonzept des Ablehnens und Zustimmens nicht unterschieden. Sie zeigen sich auf beiden Subskalen mit durchschnittlichen bis niedrigen Tendenzen sozial erwünscht zu antworten.

5.9 Persönlichkeitsdarstellung und habituelle Selbstdarstellung

Das Bedürfnis, zentrale Aspekte der eigenen Person, authentische Merkmale der eigenen Identität, möglichst unverfälscht zum Ausdruck zu bringen, wurde mit der Skala zur Persönlichkeitsdarstellung erfasst. Kerninhalte der Items beziehen sich auf die Tendenz ein subjektiv als echt empfundenes (authentisches) Selbstbild zu leben, indem die „wahre“ Persönlichkeit gezeigt, aktuelle Gefühle ausgedrückt und vermittelt werden (vgl. theoretischer Hintergrund Abschnitt 2.5.6).

Zur Überprüfung der Einfachstruktur der Skala wurde eine Hauptkomponentenanalyse mit anschließender Varimax-Rotation durchgeführt. Der Eigenwerteverlauf der ersten unrotierten Komponenten 3.07; 1.12; 0.78; 0.73; 0.52 etc. verweist auf eine zweifaktorielle Struktur (vgl. Tabelle 5.9-1).

Tabelle 5.9-1 Faktorielle Struktur der Skala Persönlichkeitsdarstellung

Persönlichkeitsdarstellung	Komponenten	
	F1	F2
Es ist mir wichtig, dass andere wissen, wie ich mich fühle.	**.78**	.04
Ich möchte mitteilen, was mich wirklich bewegt.	**.74**	.26
Ich stelle sicher, dass andere meine Gefühle verstehen.	**.70**	.12
Ich versuche meist, mich so zu verhalten, wie ich wirklich bin.	-.21	**.82**
Ich möchte meine wahre Persönlichkeit zeigen.	.48	**.72**
Ich möchte vermitteln, wer ich wirklich bin.	.47	**.59**
Es gibt viele Situationen, in denen es wichtiger ist, seine Gefühle einfach auszudrücken, anstatt sie zu unterdrücken.	.38	**.53**

Anmerkungen: Ladungen >.5 wurden zur besseren Übersichtlichkeit fett dargestellt.
Der Eigenwertverlauf der ersten fünf Komponenten ist: 3.077; 1.121; .783; .730; .518.

Mit den beiden ersten Faktoren werden 59.57% der Gesamtvarianz aller sieben Items aufgeklärt. Betrachtet man die drei bzw. vier am stärksten ladenden Items beider Komponenten, werden die inhaltlichen Unterschiede deutlich. Der erste Faktor lässt sich als Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen, der zweite – trotz substanzieller Nebenladungen auf dem ersten Faktor – als Authentizitätsbedürfnis interpretieren.

Trotz der geringen Anzahl von drei bzw. vier Items wurden für die Beantwortung der Fragestellungen die Subskalen Authentizitätsneigung und Gefühlsdarstellung gebildet. Die erste Subskala Gefühlsdarstellung enthält die subjektive Bedeutsamkeit der Vermittlung eigener Gefühle, persönlicher Motive und das Schaffen von Verständnis für die eigenen Affekte. Mit Alpha = .68 ist Gefühlsdarstellung als Drei-Item-Skala in ihrer internen Konsistenz durchaus vertretbar.

In der Skala Authentizitätsbedürfnis sind jene vier Items der Persönlichkeitsdarstellungsskala enthalten, die das Streben nach Authentizität im Verhalten verdeutlichen. Damit steht die „wahre“ und „wirkliche“ Person als Objekt der Vermittlung inhaltlich im Vordergrund – unabhängig vom Inhalt dieser Authentizität (vgl. Tabelle 5.9-3).

Tabelle 5.9-2 Itemwerte der Skala Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen bzw. Gefühlsdarstellung

Item-Nr.	Item	M_{t2}	S_{t2}	r_{it}
pd3	Ich stelle sicher, dass andere meine Gefühle verstehen.	2.80	.77	.49
pd5	Es ist mir wichtig, dass andere wissen. wie ich mich fühle.	2.48	.95	.52
pd7	Ich möchte mitteilen, was mich wirklich bewegt.	3.06	.63	.50
$\alpha t2 = .68 – N = 66$		2.78	.62	

Tabelle 5.9-3 Itemwerte der Skala Authentizitätsbedürfnis

Item-Nr.	Item	M_{t2}	S_{t2}	r_{it}
pd1	Ich versuche meist, mich so zu verhalten, wie ich wirklich bin.	2.91	.91	.33
pd2	Es gibt viele Situationen, in denen es wichtiger ist, seine Gefühle einfach auszudrücken, anstatt sie zu unterdrücken.	3.27	.78	.43
pd4	Ich möchte meine wahre Persönlichkeit zeigen.	3.08	.71	.67
pd6	Ich möchte vermitteln, wer ich wirklich bin.	2.91	.72	.51
$\alpha t2 = .69 – N = 66$		3.04	.56	

Die Heterogenität des Konstrukts Persönlichkeitsdarstellung wurde mit einer explorativen Faktorenanalyse deutlich, die zwei Komponenten mit drei bzw. vier Items her-

vorbrachte (vgl. Tabelle 5.9-1 Faktorielle Struktur der Skala Persönlichkeitsdarstellung). Aufgrund der Ladungen der Items lässt sich Komponente eins als Gefühlsdarstellung bzw. als Mitteilungsbedürfnis affektiver Selbstwahrnehmungen, Komponente zwei als Authentizitätsbedürfnis interpretieren.

Tabelle 5.9-4 Diskriminative Korrelationsunterschiede der Komponenten von Persönlichkeitsdarstellung

Subskalen der Persönlichkeitsdarstellung	Korrelationen mit NEO-PI-R-Facetten	
Bedürfnis nach authentischer Selbstdarstellung (Authentizitätsbedürfnis) z.B. „Ich möchte meine wahre Persönlichkeit zeigen.“	(N) soziale Befangenheit	-.44
	(E) Durchsetzungsfähigkeit	.34
	(V) Altruismus	n.s.
Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen z.B. „Es ist mir wichtig, dass andere wissen, wie ich mich fühle.“	(N) soziale Befangenheit	n.s.
	(E) Durchsetzungsfähigkeit	n.s.
	(V) Altruismus	.31

Die beiden Subskalen der Persönlichkeitsdarstellung weisen gegenüber mehreren Facetten der Eigenschaftsbeschreibung im NEO-PI-R bedeutsame diskriminative Korrelationsdifferenzen auf (vgl.Tabelle 5.9-4). Das Authentizitätsbedürfnis korreliert negativ mit sozialer Befangenheit, wohingegen das Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen nicht mit diesem Merkmal korreliert. Durchsetzungsfähigkeit, als Eigenschaft der Big-Five-Dimension Extraversion, steht mit dem Authentizitätsbedürfnis in einem positiven korrelativen Zusammenhang, dagegen besteht hinsichtlich des Mitteilungsbedürfnisses eine Nullkorrelation mit der NEO-PI-R Variable, sich als durchsetzungsstarke Person zu beschreiben. Darüber hinaus besteht mit der Komponente von Persönlichkeitsdarstellung, Gefühle mitteilen zu wollen, eine höhere positive Korrelation mit der Selbstbeschreibung auf der NEO-PI-R Facette Altruismus als mit dem Authentizitätsbedürfnis, das keinen signifikanten Zusammenhang mit dieser Eigenschaft aufweist.

Diese differenzierenden Korrelationsunterschiede zwischen den beiden Komponenten der ursprünglichen Skala (vgl. Abschnitt 4.6) unterstreicht die Inhomogenität dieser Operationalisierung des Konstrukts Persönlichkeitsdarstellung. Aus diesem Grund wurden für die Analysen in der Bearbeitung der Fragestellung zur „authentischen“ Selbstdarstellung neben der Gesamtskala Persönlichkeitsdarstellung auch die beiden Bereiche Authentizitätsbedürfnis und Mitteilungsbedürfnis beachtet (vgl. Tabelle 5.9-4).

Tabelle 5.9-5 Korrelationen Big-Five-Adjektivskalen mit Persönlichkeitsdarstellung

N=66	Pearson Korrelation		
	Persönlichkeits-darstellung gpd7	Gefühlsdarstellung	Authentizitätbedürfnis
Neurotizismus	-.03	.13	-.15
Extraversion	**.50**	**.41**	**.44**
Offenheit ggü. Erfahrungen	**.32**	.23	**.31**
Verträglichkeit	**.32**	**.30**	**.25**
Gewissenhaftigkeit	.14	.20	.05

Anmerkung: Korrelationen über .31 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .25 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; signifikante sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Auf der abstrakteren Ebene der fünf Hauptskalen des NEO-PI-R sind im Gegensatz zu den Facetten keine signifikanten Korrelationsunterschiede zwischen den Subskalen von Persönlichkeitsdarstellung zu erkennen. Offensichtlich ist wie in einer Reihe anderer diskriminater Effekte (vgl. Theoretischer Hintergrund Abschnitt 2.2.1, bzw. Ashton, Helmes, Rothstein, Jackson & Paunonen, 1995; Costa & Widiger, 2002; McCrae & Costa, 1990, 1992; Mershon & Gorsuch, 1988; Paunonen & Ashton, 2001) die Facettenstruktur des NEO-PI-R geeigneter, um interindividuelle Besonderheiten zu erfassen.

5.9.1 Korrelative Analysen der Skalen zur Persönlichkeitsdarstellung und habitueller Selbstdarstellung

Mit der Fragestellung zur Persönlichkeitsdarstellung (vgl. Abschnitt 3.7.3) soll geklärt werden, wie Selbstdarstellungstechniken mit dem Ausmaß an Authentizitäts- und Mitteilungsbedürfnis korrelieren. In Tabelle 5.9-6 sind die Pearson-Korrelationskoeffizienten für die Selbstdarstellungskomponenten der assertiven, freundlichen und selbstabwertenden Selbstdarstellung sowie deren konstituierende Techniken mit der Skala Persönlichkeitsdarstellung und ihren Subskalen dargestellt.

Mit der differenzierten Skalierung von Persönlichkeitsdarstellung werden die spezifischen Zusammenhänge der einzelnen Selbstdartellungstechniken deutlich. Mit der Präsentation selbstabwertender Techniken zeigt sich eine leicht negative Korrelation mit dem Bedürfnis, sich authentisch darzustellen.

Tabelle 5.9-6 Korrelationen Selbstdarstellungstechniken mit Persönlichkeitsdarstellung

N=66	Pearson Korrelation		
	t2xgpd7 Persönlichkeitsdarstel-lung gpd7	t2xgpd7a Mitteilungsbedürfnis (aus Items 3,5,7)	t2xgpd7b Authentizitätbedürfnis (aus Items 1,2,4,6)
SD-Komponente Assertivität	0.14	0.23	0.03
Eigenwerbung (self-promotion)	0.09	0.14	0.02
Abwerten (blasting)	0.05	0.09	0.01
Beispielhaftigkeit (exemplification)	0.17	**0.28**	0.03
SD-Komponente Selbstabwertung	-0.18	0.01	**-0.29**
Selbstbehinderung (self-handicapping)	-0.15	-0.05	-0.20
Untertreibung (understatement)	-0.18	-0.05	**-0.25**
Einschmeicheln (ingratiation)	-0.09	0.12	-0.24
SD-Komponente Freundlichkeit	**0.35**	**0.57**	0.07
Liebenswürdigkeit (kindness)	-0.03	0.21	-0.21
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.54**	**0.67**	**0.29**
Entschuldigung (apology)	0.18	**0.37**	-0.01
weitere Techniken			
Einschüchtern (intimidation)	-0.13	-0.07	-0.15
Rechtfertigen (justification)	0.00	0.16	-0.14

Anmerkung: Korrelationen über .31 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .25 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; signifikante sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Der häufige Einsatz selbstabwertender Techniken geht demnach mit einer geringeren Motivation einher, die an sich selbst als echt wahrgenommene Persönlichkeit zu vermitteln. Vorwiegend mit dem Mitteilungsbedürfnis verbunden ist der Einsatz der Techniken *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*), *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) und *Entschuldigung* (*apology*). Mit diesen Selbstdarstellungstechniken wird demnach das Motiv, die eigenen Gefühle und affektiven Wertungen anderen vermitteln zu wollen, in der Selbstdarstellung zu befriedigen versucht.

5.9.2 Typenunterschiede der Persönlichkeitsdarstellung und ihrer Subskalen

Wie im vorhergehenden Abschnitt deutlich wurde, ist vorwiegend die freundliche Selbstdarstellungstechnik der Selbstoffenbarung mit dem Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen positiv korreliert. Daher ist zu erwarten, dass auch Selbstdarstellungstypen, die häufiger Selbstoffenbarung betreiben, ein stärkeres Motiv zur Persönlichkeitsdarstellung aufweisen. Freundliche Selbstdarstellungstechniken werden vorwiegend durch den freundlichen Typ und den präsentierenden Typ verwendet. Da das Authentizitätsbedürfnis dagegen leicht negativ mit selbstabwertenden Techniken korreliert, wird für den präsentierenden und selbstabwertenden Typ eine geringere Motivausprägung erwartet, sich authentisch präsentieren zu wollen.

Tabelle 5.9-7 Z-Werte der Persönlichkeitsdarstellung und ihrer Subskalen über die Cluster

Hauptskala und Subskalen der Persönlichkeitsdarstellung	Cluster 1 wenig präsentierender Typ	Cluster 2 selbstabwertender Typ	Cluster 3 freundlicher Typ	Cluster 4 assertiver Typ	Cluster 5 präsentierender Typ
Persönlichkeitsdarstellung	.14	-.56	.36	-.07	.14
Subskala (Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen)	-.19	-.73	.39	-.34	.42
Subskala (Authentizitätsbedürfnis)	.37	-.28	.23	.18	-.13

In Tabelle 5.9-7 sind die z-Werte auf der ursprünglichen Skala Persönlichkeitsdarstellung und die Subskalenwerte für Mitteilungs- und Authentizitätsbedürfnis dargestellt. Differentielle Ausprägungsmuster auf den Subskalen lassen erkennen, dass eine Trennung der beiden Komponenten für die Interpretation der Selbstdarstellungstypen unerlässlich erscheint. Offensichtlich sind die Werte für das Mitteilungsbedürfnis über die Selbstdarstellungsgruppen hinweg prägnanter. Diese Tatsache liegt wahrscheinlich an der stärker darstellungsintendierten Formulierung der Items für das Mitteilungsbedürfnis, z.B. „Ich möchte mitteilen, was mich wirklich bewegt.“ gegenüber dem deutlicheren „Echtheits-“ oder „Wahrheitsbezug“ der Authentizitätsitems, z.B. „Ich versuche meist, mich so zu verhalten, wie ich wirklich bin.“. Die Probanden scheinen also zwei trennende Bedeutungsschwerpunkte in den Itemformulierungen zu erkennen, woraus wohl die beiden Komponenten der Persönlicheitsdarstellung resultierten.

In einer multivariaten Varianzanalyse weist lediglich die Subskala Mitteilungsbedürfnis einen signifikanten Zwischensubjekteffekt auf F(4) = 4,641; p = .002, wobei sich in Einzelvergleichen lediglich der selbstabwertende Typ mit niedrigerem Mitteilungsbedürfnis vom freundlichen und präsentierenden Typ signifikant unterscheidet. Die Selbstdarstellungstypen sind dagegen auf dem Merkmal Authentizitätsbedürfnis F(4) = .906; p = .47 nicht signifikant voneinander verschieden.

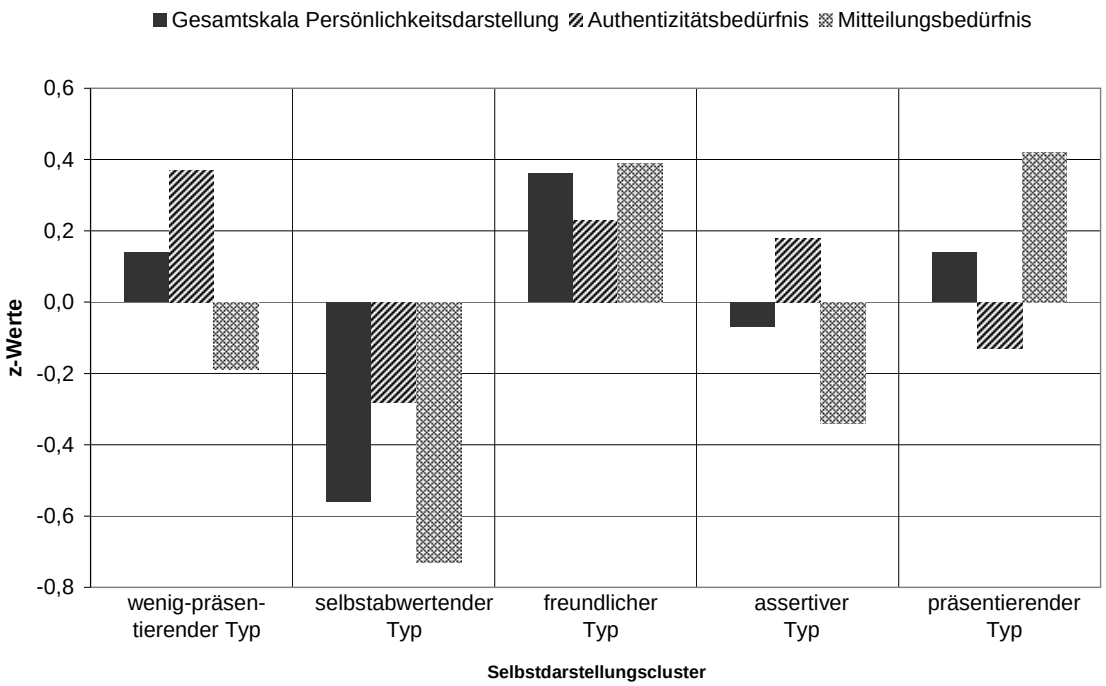

Abbildung 5.9-1 Persönlichkeitsdarstellung, Subskalenwerte Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen und Authentizitätsbedürfnis über die Selbstdarstellungscluster

In Abbildung 5.9-1 sind die Ausprägungsmuster der Gesamt- wie auch der Subskalen von Persönlichkeitsdarstellung auf den Selbstdarstellungstypen abgebildet. Die Kombination des Typs-S, sich vorwiegend durch selbstabwertende Darstellungstechniken herabzusetzen und kaum freundliche Techniken zu nutzen, geht mit der geringen Motivation zur Persönlichkeitsdarstellung einher. Dem steht der freundliche Selbstdarstellungstyp kontrastierend gegenüber, der durch geringe selbstabwertende und dem stärkeren Einsatz freundlicher Darstellungstechniken sich motiviert sieht, Affekte anderen zu vermitteln. Aus der Eigenschaftsbeschreibung im NEO-PI-R sind, wie bereits oben aufgeführt (vgl. Tabelle 5.9-4), Facetten aus den Hauptskalen Neurotizismus, Extraversion und Verträglichkeit prägnante Eigenschaftsbeschreibung, die mit der Motivation verknüpft sind, die eigenen (authentischen) Affekte anderen in der Selbstdarstellung zu vermitteln. Eine Interpretation scheint hier aus der eigenschaftstheoretischen Sicht von der Wahrnehmung interpersonell relevanter Persönlichkeitsmerkmale sich auf

die Motivlage der Persönlichkeitsdarstellung auszuwirken. Befürchten Personen Ablehnung von anderen bei der Vermittlung von an sich selbst wahrgenommenen Gefühlen zu erfahren, scheinen sie (vgl. selbstabwertender Typ) auch kaum ein Bedürfnis zu entwickeln, sich authentisch darzustellen.

5.10 Sozialer Einfluss und habituelle Selbstdarstellung

Im Rahmen dieser Untersuchung wird sozialer Einfluss bzw. soziale Macht in Abgrenzung zu sozialpsychologischen und soziologischen Ansätzen, hier auf der individuellen Ebene als kognitives Merkmal von Personen aufgefasst. Die Überzeugungen einer Person Macht- bzw. Einflussressourcen zu besitzen, wurden als Personmerkmale erhoben (vgl. Theoretischer Hintergrund, Abschnitt 2.5.4 bzw. Methoden, Abschnitt 4.3). Die Skalenbildung und die Erhebung sozialen Einflusses wurde im Methodenkapitel unter dem Abschnitt 4.3 Erfassung sozialen Einflusses dargelegt.

Einschätzungen über sozialen Einfluss zu verfügen, wurden differenziert nach fünf Machtquellen erfasst: Macht durch Zwang bzw. Durchsetzung (*control-power*), Expertenmacht (*expert-power*), Macht durch Legitimation (*legitimate power*), Referenzmacht (*referent-power*) und Belohnungsmacht (*reward-power*). Macht und sozialer Einfluss werden in der gesamten Untersuchung als Synonyme verwendet; damit soll vergleichbar der Gleichsetzung von Selbstdarstellung und Selbstinterpretation (vgl. 2.5.7 Selbstinterpretation) auf eine gegebenenfalls negative Begriffsassoziationen zum Machtbegriff hingewiesen werden, die mit Bezeichnung sozialer Einfluss weniger verknüpft sein könnte.

Tabelle 5.10-1 stellt die korrelativen Zusammenhänge der erfassten Grundlagen sozialen Einflusses dar. Wie erwartet wurde, sind die Zuschreibungen der Machtquellen durchweg positiv miteinander korreliert. Tedeschi und Norman (1985) sehen in der Selbstwertschätzung (*self-esteem*) eine Art Barometerfunktion für den Besitz von Machtressourcen. Im vorliegenden Fall kann nach der Vorgehensweise Tedeschis (1981) demnach auch die Selbstzuschreibung von Machtquellen als differenzierter Indikator für Selbstwertschätzung interpretiert werden.

Die Korrelationsmatrix in Tabelle 5.10-1 weist zwei homogenere Variablengruppen sozialer Machtquellen auf. Zum einen korrelieren drei der fünf Machtquellen – *Durchsetzung* (*coercive* bzw. *control-power*), *Expertise* (*expert-power*) und *Legitimierung*

(*legitimate power*) – jeweils > .40 miteinander. Diese Gruppe lässt sich als Machtgefüge eher asymmetrischer Machtkonstellationen beschreiben.

Tabelle 5.10-1 Interkorrelation der Skalen Sozialer Einfluss (N=325)

	Pearson Korrelation				
	Durchsetzung	Expertise	Legitimierung	Identifikation	Belohnung
Durchsetzung		**.44**	**.56**	.30	**.46**
Expertise	**.44**		**.43**	.25	.39
Legitimierung	**.56**	**.43**		**.46**	**.51**
Identifikation	.30	.25	**.46**		**.53**
Belohnung	**.46**	.39	**.51**	**.53**	

Anmerkung: alle Korrelationen sind hoch signifikant ($p < 0.01$)

Der Einfluss geht von der Überlegenheit des Akteurs in den Formen Durchsetzungsstärke, Wissen und Kompetenzen sowie einer normativen Kraft aus. Demgegenüber stehen die beiden Machtquellen *Identifikation* (*referent-power*) und *Belohnung* (*reward-power*), die untereinander mit .51 aber nicht konsistent mit Durchsetzung und Expertise korrelieren und als Machtquellen stärker des Annehmens des Einflusses durch den Beeinflussten bedürfen. So werden v.a. Elemente des Einflusses durch Identifikation durch die Akzeptanz des Gegenübers z.B. im Item deutlich „Anderen Menschen ist die Zuneigung, die ich ihnen gegenüber zeige, wichtig.“. Legitimierung als Machtquelle weist durchgängig die höchsten Korrelationen mit allen anderen Quellen sozialen Einflusses auf. Sie scheint eine grundlegendere Machtquelle zu sein, als sämtliche anderen, da sie nicht nur das Bewirken von Handlungen anderer, sondern auch die Änderung der motivationalen Lage des Beeinflussten impliziert, z.B. im Item „Durch mein Einwirken auf andere nehmen diese ihre Pflichten ernst.“

In einer explorativen Faktorenanalyse konnten diese beiden Bereiche als zwei Faktoren wiedergegeben werden (vgl. Tabelle 5.10-2). Faktor eins (Spalte F1) lässt sich inhaltlich als direktes Überlegenheitsstreben im Sinne McClellands (1972) als personalisierte Macht „p-Power“ interpretieren. Demgegenüber verdeutlicht der zweite Faktor (Spalte F2 Tabelle 5.10-2), repräsentiert durch die Hauptladungen auf die Machtquelle Identifikation, McClellands Konzept der s-power (sozialisierte Macht).

Tabelle 5.10-2 Promax rotierte Faktorenmustermatrix der Zweifaktoren-Lösung Quellen sozialer Macht (N=325)

Quellen sozialer Macht	h^2	Komponenten F1	F2
Durchsetzung	.58	**.83**	-.11
Expertise	.35	**.61**	-.03
Legitimierung	.58	**.60**	.21
Identifikation	.68	-.11	**.90**
Belohnung	.53	.35	**.45**

Anmerkung: Ladungen >.4 wurden zur besseren Übersichtlichkeit fett dargestellt
Mit den beiden Faktoren werden 81.31% der Varianz der Einzelskalen aufgeklärt

Die Analogie zu der Zuordnung von Luthans (1988) dieses Aspektes auf erfolgreiche und zugleich effektive Führungskräfte ist dabei gut nachvollziehbar. Als erfolgreich wurden dort Manager definiert, die sich bei der Erreichung eigener Interessen wie Gehaltsentwicklung oder Schaffung von Privilegien als besonders leistungsfähig zeigten, also mit p-power zu agieren scheinen. Als effektiv wurden Manager definiert, die durch Außenkriterien wie Abteilungserfolg, Vorgesetzten- und Mitarbeiterbeurteilung als besonders tüchtig galten und damit durch sozialisierte Macht (s-power), die im Dienst des Ganzen steht, operieren.

5.10.1 Korrelative Analysen sozialer Einflussressourcen und habitueller Selbstdarstellung

Mit der Fragestellung nach den korrelativen Beziehungen zwischen Selbstdarstellungstechniken und der Überzeugung sozialen Einfluss zu besitzen bzw. über Machtressourcen zu verfügen (vgl. Abschnitt 3.7.1) wurde wesentlich für die Überprüfung, ob in Selbstkonzepten Machtressourcen in Beziehung zu den Selbstdarstellungstechniken stehen. Damit wäre die Interpretation von Tedeschi und Norman (1985), dass Selbstdarstellung ein Mittel bei der Ausübung sozialer Macht sein könnte, zu überprüfen und die Frage nach der korrelativen Beziehung der Skalen sozialer Macht und der Selbstdarstellungstechniken.

Die hier aufgestellten Hypothesen des Zusammenhangs sozialer Machtressourcen mit Selbstdarstellungstechniken weichen allerdings von einigen Interpretationen Tedeschis und Normas (1985) ab, da diese einige Selbstdarstellungstechniken teilweise v.a. *ingratiation* als einheitliche Selbstdarstellungstechnik betrachteten, in der sowohl Techniken der Freundlichkeit mit Einschmeicheln zusammengefasst werden.

Diese einbezogenen Selbstdarstellungstechniken wie z.B. *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) und *Liebenswürdigkeit* (*kindness*), die unter der Komponente *freundlicher Selbstdarstellung* bzw. *Freundlichkeit* zusammengefasst sind, werden als Grundlage für die Machtquelle Identifikation betrachtet. Sie stellen Interaktionselemente für den sozialen Einfluss bereit, die anderen das Gefühl von persönlicher Achtung und Wertschätzung vermitteln können.

Demgegenüber wird von den assertiven Selbstdarstellungstechniken ein stärkerer Zusammenhang mit denen als p-power interpretierten Ressourcen sozialer Macht erwartet. *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*), *Abwerten* (*blasting*) und *Eigenwerbung* (*self-promotion*) müssten sich aufgrund der selbstbezogenen Ziele vorwiegend in einer individualisierten Machtmotivation, die sich in einem Selbstkonzept direkter Überlegenheitsgewissheit widerspiegelt, zeigen, indem vorwiegend ein positiver Zusammenhang mit den selbst zugeschriebenen Quellen sozialer Macht auf der Grundlage von *Zwang* bzw. *Durchsetzung*, *Expertenschaft*, *Legitimierung* und *Belohnung* zu erwarten sind.

Tabelle 5.10-3 zeigt für den Selbstdarstellungsfaktor Assertivität eine weitgehende Bestätigung der Hypothesen gegenüber den Machtressourcen McClellands personalisierter Macht (p-power). Auf den Einzelskalen der Selbstdarstellungstechniken zeigt sich vorwiegend die Selbstdarstellungstechnik Beispielhaftigkeit verantwortlich für die Korrelation auf Faktorebene, da weitgehend die erwarteten positiven Korrelationen auf der Einzelskala höher ausfallen als auf dem Faktor Assertivität.

Eine bedeutsame Korrelation der Selbstdarstellungstechnik *Eigenwerbung* zeigt sich mit der Zuschreibung der Machtressource *Expertenschaft*. Beide Skalen tragen inhaltlich die Gewissheit der Überlegenheit gegenüber anderen bzw. einer hohen Selbstwertschätzung. Auffallend ist die äußerst schwache und Nullkorreliertheit der assertiven Selbstdarstellungstechnik *Abwerten*, die zwar ebenfalls das Selbstkonzept der Überlegenheit transportiert, allerdings in einer indirekten Form über die Abwertung anderer.

Als Zeichen hoher Selbstwertschätzung, die sich in der Überzeugung größere Machtressourcen auf den Bereichen Zwang und Expertenschaft zu besitzen niederschlägt, besteht allerdings eine zwar um .3 korrelierende Beziehung zur Selbstdarstellungstechnik Einschüchtern, die aufgrund ihrer problematisch rechtsschiefen Verteilung nicht in den Faktor Assertivität übernommen wurde, inhaltlich diesem aber klar zugeordnet werden kann.

Tabelle 5.10-3 Korrelation der Skalen Sozialer Einfluss (N=325) mit den Selbstdarstellungstechniken

	Pearson Korrelation				
	Durchsetzung	Expertise	Legitimierung	Identifikation	Belohnung
SD-Komponente Assertivität	**0.35**	**0.42**	**0.32**	0.13	**0.20**
Eigenwerbung (self-promotion)	**0.23**	**0.33**	**0.21**	0.11	0.13
Abwerten (blasting)	**0.20**	**0.16**	0.10	-0.01	0.01
Beispielhaftigkeit (exemplification)	**0.35**	**0.45**	**0.40**	**0.16**	**0.30**
SD-Komponente Selbstabwertung	-0.00	0.05	-0.01	-0.05	-0.01
Selbstbehinderung (self-handicapping)	-0.07	-0.09	-0.08	-0.03	-0.02
Untertreibung (understatement)	-0.07	0.11	-0.02	-0.08	-0.04
Einschmeicheln (ingratiation)	0.14	0.10	0.07	-0.01	0.03
SD-Komponente Freundlichkeit	0.08	0.14	**0.21**	**0.42**	**0.28**
Liebenswürdigkeit (kindness)	0.03	0.09	0.10	**0.18**	0.06
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.19**	**0.23**	**0.23**	**0.45**	**0.37**
Entschuldigung (apology)	-0.07	-0.03	0.12	**0.29**	**0.18**
weitere Techniken					
Einschüchtern (intimidation)	**0.31**	**0.25**	0.17	-0.10	0.06
Rechtfertigen (justification)	0.11	0.07	**0.15**	**0.17**	0.14

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; sehr signifikante sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

Die Selbstdarstellungskomponente *Freundlichkeit* wie auch sämtliche drei Subskalen zeigen ein recht einheitliches korrelatives Beziehungsmuster zu Identifikations- und Belohungsressourcen sozialen Einflusses. Soziale Anziehung entsteht allerdings erst durch eine Reihe von vorhergehenden Bedingungen, wie Wertähnlichkeit, Belohungserwartung und -bedingungen.

Neben weitgehenden Nullkorrelationen zu fast allen Machtressourcen des Faktors p-power ist lediglich die Selbstdarstellungstechnik Selbstoffenbarung (*self-desclosure*) mit der Machtquelle Belohnung mit .3 korreliert. Selbstoffenbarung als eine Quelle von Belohnungsmacht auszumachen fällt allerdings nicht schwer, wenn die inhaltliche Erfassung von Selbstoffenbarung mit Items wie „Wenn es jemand positiv aufnimmt, zeige

ich ohne Scheu, was ich denke und fühle.“ oder „Ich zeige, was ich empfinde, da es bei anderen gut ankommt.“ die Zufriedenheit oder positive Annahme des Gegenübers direkt angesprochen ist. Mit einer mittelhohen Korrelation von .45 gegenüber der Machtquelle Identifikation und mit .37 gegenüber Belohnung steht die Selbstdarstellungstechnik Selbstoffenbarung im Vordergrund der Identifikations- und Belohnungsmacht als Ziel dieser Selbstdarstellungstechnik. Aber auch die Techniken Entschuldigung und Liebenswürdigkeit sind mit Korrelationen mit .18 und .29 mit der Machtressource Identifikation eher auf diese, als auf andere Machtressourcen bezogen, mit denen im Wesentlichen Nullkorrelationen vorherrschen.

Selbstabwertende Techniken stehen mit einem schwachen Selbstbild in Verbindung, das durch geringe Selbstachtung und -wertschätzung gekennzeichnet ist. Nach dem zweistufigen Konzept von Tedeschi und Norman (1985) sind selbstabwertende Techniken demnach kaum geeignet das Real- dem Idealselbst anzunähern. Diskrepanzen zwischen idealem und realem Selbst können an hohen Idealen oder schlecht bewertetem Selbstkonzept oder an beiden liegen. Wird die intentionale Darstellung als einflussreiche Person jedoch abgelehnt, steht der Pfad über den sozialen Weg, den Selbstwert durch soziale Macht zu erhöhen kaum noch zur Verfügung. Eine Interpretation der selbstabwertenden Selbstdarstellungstechniken steht in einer durchgehenden Nullkorrelation mit sozialem Einfluss.

Die keinem Selbstdarstellungsfaktor zuzuordnende Technik der Rechtfertigung (*justification*) trägt durch Nullkorrelationen ebenfalls nicht zur Klärung als Mittel des Einflusses auf den *Power Bases* bei. Einschüchtern dagegen korreliert mit 0.31 bzw. 0.25 mit Zwang/Durchsetzung bzw. Expertise. In beiden hoch signifikanten Zusammenhängen sind das Ziel der Technik Einschüchtern (*intimidation*), sich als stark und einflussreich zu präsentieren, mit den zu vermittelnden Machtressourcen Durchsetzung und Expertise empirisch schwächer, als inhaltlich vermutet verknüpft. Allerdings ist die geringe Varianzstärke der Variable Einschüchtern ggf. ein Grund für einen eher mäßigen korrelativen Zusammenhang.

In folgender Tabelle 5.10-4 wurden die Korrelate auf den zusammengefassten Items zu den Indizes für *personalisierte Macht* (*p-power*) und *sozialisierte Macht* (*s-power*) entsprechend der faktoriellen Zuordnung (vgl. Tabelle 5.10-4) den Selbstdarstellungstechniken gegenübergestellt.

Als Selbstdarstellungstechniken mit bedeutsamen Zusammenhängen zur *personalisierten Macht* (*p-power*) zeigen sich die Techniken *Beispielhaftigkeit, Eigenwerbung*

und *Einschüchtern*. Wie erwartet konnte der Faktor assertive Selbstdarstellung *personalisierte Macht* mit dem Machtmotiv des direkten Überlegenheitsstrebens am besten repräsentieren. Demgegenüber kann der Selbstdarstellungsfaktor *Freundlichkeit* mit der mittelhohen Korrelation von .40 in Abgrenzung zu den anderen Selbstdarstellungtechniken als Versuch gelten, *sozialisierte Macht* aufzubauen.

Tabelle 5.10-4 Korrelation der Skalen p-power und s-power mit den Selbstdarstellungstechniken

N = 325	Pearson Korrelation	
	p-power	s-power
Faktor Assertivität	**0.45**	**0.19**
Eigenwerbung (self-promotion)	**0.32**	**0.14**
Abwerten (blasting)	**0.19**	0.00
Beispielhaftigkeit (exemplification)	**0.49**	**0.27**
Faktor Selbstabwertung	0.01	-0.03
Selbstbehinderung (self-handicapping)	-0.10	-0.03
Untertreibung (understatement)	0.01	-0.06
Einschmeicheln (ingratiation)	0.13	0.01
Faktor Freundlichkeit	**0.18**	**0.40**
Liebenswürdigkeit (kindness)	0.09	0.13
Selbstoffenbarung (self-disclosure)	**0.27**	**0.45**
Entschuldigung (apology)	0.00	**0.27**
weitere Techniken		
Einschüchtern (intimidation)	**0.30**	-0.02
Rechtfertigen (justification)	0.13	**0.17**

Anmerkung: Korrelationen über .14 sind auf dem 1%-Niveau signifikant; Korrelationen über .10 sind auf dem 5%-Niveau signifikant; Korrelationen über .3 sind der Übersichtlichkeit halber fett dargestellt.

5.10.2 Typenunterschiede über die Power-Bases

Um zu klären, ob bestimmte Einflussmotive bzw. Machtmotive für einzelne Selbstdarstellungscluster spezifisch sind, wurden Multivariate Varianzanalysen mit den fünf Typengruppen als Gruppierungsfaktor und den fünf Variablen sozialen Einflusses

als abhängige Variablen durchgeführt. Die Analysen zeigten hoch signifikante Zwischensubjektffekte auf allen Variablen sozialen Einflusses.

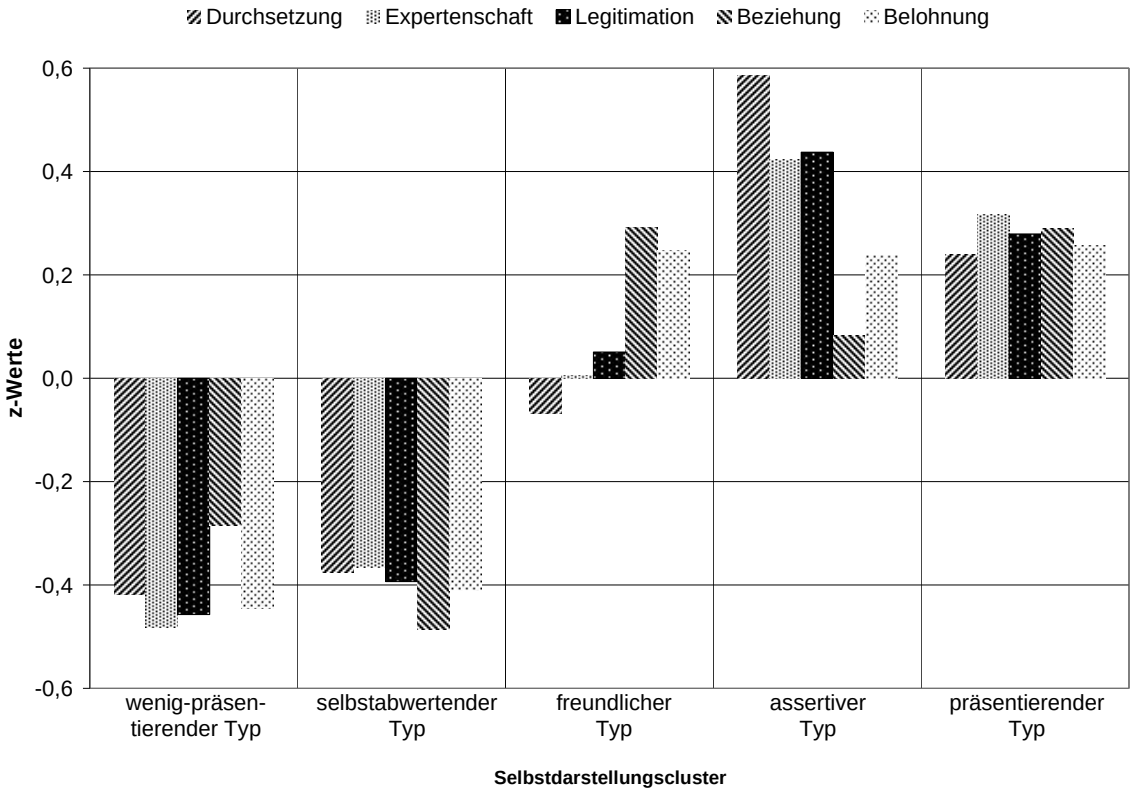

Abbildung 5.10-1 Ausprägungen Power-Bases über die Selbstdarstellungscluster

Ein vergleichbares Bild zeigt die Varianzanalyse bei den Mittelwertsvergleichen zur Einflussdimension Expertenschaft. Wie auch bei Durchsetzung sind assertiver und präsentierender Typ unterschieden vom wenig präsentierenden und selbstabwertenden Typ. Der freundliche Typ erweist sich nur noch tendenziell vom wenig präsentierenden Typ unterschieden.

Der Vergleich der Selbstdarstellungscluster über die Machtressource Identifikation erweist sich trotz geringerer Gesamtmittelwertsunterschiede, die dennoch einen hochsignifikanten Haupteffekt liefern, als aussagekräftig hinsichtlich der Einzelvergleiche. Hier treten sowohl der freundliche, als auch der präsentierende Typ durch ihre hoch ausgeprägte Identifikationsmacht in den Vordergrund. Der assertive Typ unterscheidet sich signifikant vom selbstabwertenden Typ, der sich als weitgehend bar der Einflussmöglichkeiten durch die Ressource Identifikationsmacht zeigt.

Einprägsam zeigen sich die Ergebnisse zur Belohungsmacht, die die Selbstdarstellungscluster klar in zwei Gruppen der Machtüberzeugung unterteilt. Zum einen sind die

ersten beiden Cluster des wenig-präsentierenden Typs und des selbstabwertenden Typs ohne ausgeprägte Überzeugung, für andere durch ihre Leistungen und Handlungen Zufriedenheit zu erzeugen, das gegenteilige Muster zeigen die drei letzteren Selbstdarstellungstypen des freundlichen, assertiven und präsentierenden Typus.

Zusammenfassend sind die Varianzanalysen der Selbstdarstellungscluster gegenüber den Power-Bases von einem recht einheitlichen Erscheinungsbild geprägt, das die Typen des assertiven und präsentierenden Stils als hoch machtmotivierte Selbstdarstellungsformen zeigt.

Eine Darstellung der zusammengefassten Power-Bases in den Indizes für p-power und s-power sensu McClelland legen die Ergebnisse zum sozialen Einfluss übersichtlich dar: Zusätzlich zeigt sich der freundliche Typ als machtmotiviert auf den Skalen sozialen Einflusses, die der sozialisierten Macht zuzuordnen sind (vgl. Abbildung 5.10-2 Personalisierte und sozialisierte Macht der Selbstdarstellungstypen).

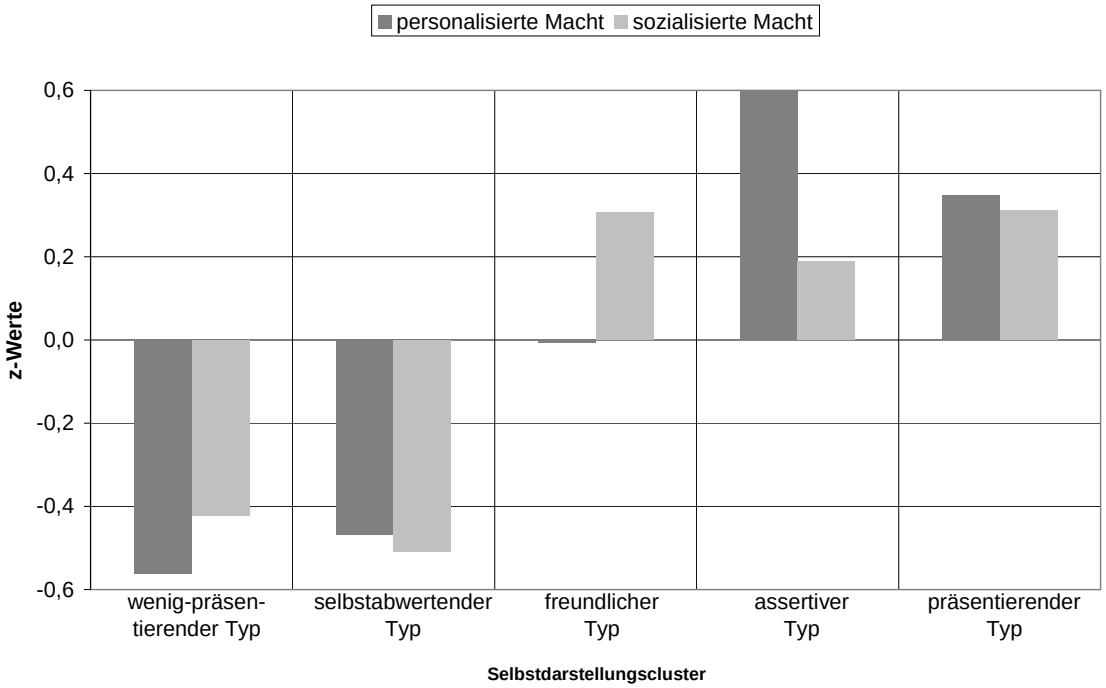

Abbildung 5.10-2 Personalisierte und sozialisierte Macht der Selbstdarstellungstypen

Wenn demnach assertive und freundliche Techniken in verstärktem Maße eingesetzt werden, geht damit die Überzeugung einher, über mehr soziale Einflussressourcen zu verfügen. Hohe Ausprägungen selbstabwertender Techniken wie Untertreibung, Einschmeicheln und vor allem Selbstbehinderung sind mit hoher Einflussüberzeugung dagegen nicht vereinbar.

6 Gesamtdiskussion

Die vorliegende Arbeit ging von der generellen Fragestellung aus, ob sich habituelle Selbstdarstellungen auf die Eigenschaften des Fünf-Faktoren Modells nach Costa und McCrae (1999) beziehen lassen. Prämisse war die Auffassung, dass sich beide Erklärungsansätze menschlichen Verhaltens – der selbstdarstellungs- und der eigenschaftstheoretische Ansatz – miteinander vereinbaren lassen. Ziel meiner Arbeit war es, eine Selbstdarstellungsinterpretation von Eigenschaften zu leisten, indem ich die Beschreibung von Selbstdarstellung mit Persönlichkeitseigenschaften im Fünf-Faktoren-Modell miteinander in Beziehung setze. Auf diese Weise sollte das Vorhaben verwirklicht werden, den Selbstdarstellungs- und Eigenschaftsansatz miteinander zu verbinden, wie es im Selbstinterpretationsansatz nach Laux als „theoretisch reizvolle Aufgabe“ (1992, S. 25) angesehen wird.

Die Eigenschaften des dimensionsanalytischen Ansatzes der Big Five unter dem Leitgedanken der Selbstdarstellung zu interpretieren, bot sich allein deshalb an, da dieser Ansatz zwar durch Fremdurteile entwickelt wurde, doch mittlerweile bei der Erfassung häufig auf Selbstbeschreibungen zurückgegriffen wird. Denn durch die Beantwortung der jeweiligen Fragebogenitems, so die Selbstdarstellungsinterpretation, drückt der Proband aus, wie er sich sieht und gesehen werden möchte (vgl. Laux, 1992). Um differenzierte Aussagen über die Bezüge zwischen Selbstdarstellung und Persönlichkeitseigenschaften treffen zu können, wurde deshalb eine empirisch begründete Taxonomie habitueller Selbstdarstellung erstellt.

Die Bezüge zu klassischen theoretischen Selbstdarstellungstaxonomien wurden im Abschnitt 5.1. dieser Arbeit ausführlich erläutert und diskutiert. Im Ergebnis kann von einer fundierten empirischen Datengrundlage ausgegangen werden, wie sie in dieser Erfassungsbreite habituell eingesetzter Selbstdarstellungstechniken auf der Basis ausreichend großer Stichproben bisher nur selten in der Selbstdarstellungsforschung zu finden ist.

Im Diskussionpunkt 6.1 wird zunächst auf die Einbettung habitueller Selbstdarstellung im Selbstinterpretationsansatz eingegangen, um die Operationalisierung von Selbstdarstellung im theoretischen Rahmen dieser Arbeit zu erörtern. Von Verhaltensbeschreibungen grenzt sich habituelle Selbstdarstellung durch den intentionalen Aspekt ab. Im Abschnitt 6.2 wird die methodische Umsetzung des ziel- und absichtsgeleiteten

Handelns in interpersonell differenzierende Variablen diskutiert. Mit Hilfe variablen- und personenzentrierter Methoden – Korrelationen und Clusteranalysen mit anschießenden varianzanalytischen Verfahren – wurden Aussagen über den Zusammenhang zwischen habitueller Selbstdarstellung und Zuschreibungen von Persönlichkeitseigenschaften getroffen (vgl. Abschnitt 5.5 Das Fünf-Faktoren Modell und Selbstdarstellungstechniken). Die Vergleiche von Personengruppen, die bezüglich ihrer Selbstdarstellung relativ homogen waren, den so genannten Selbstdarstellungstypen, brachten klaren Aufschluss über Eigenschaftszuschreibungen. Die spezifischen Merkmalskonfigurationen werden im Diskussionspunkt 6.3 als zusammenfassende Übersicht der Ergebnisse für die fünf Selbstdarstellungstypen erörtert. Unter Abschnitt 6.4 werden weiterführende Diskussionspunkte wie die Notwendigkeit einer differenzierteren Begriffsdefinition von Selbstdarstellung und Selbstinterpretation dargestellt. Die Beantwortung der Hauptfragestellung dieser Arbeit erfolgt unter Abschnitt 6.4.2 „Selbstdarstellung, Big Five und die lexikalische Hypothese“ und es werden spezielle Schlussfolgerungen diskutiert. Das Merkmal der Persönlichkeitsdarstellung mit dem Motiv, zentrale Merkmale der eigenen Persönlichkeit in authentischer Form zu vermitteln, wird unter 6.4.3 erörtert. Im abschließenden Diskussionspunkt 6.4.4 werden Implikationen für die selbstdarstellungs- und eigenschaftsthoretische Perspektive abgeleitet.

6.1 Selbstinterpretation und habituelle Selbstdarstellung

Als persönlichkeitstheoretischer Rahmen für die Selbstdarstellungsperspektive lag der Ansatz der Selbstinterpretation nach Laux (1992, 2000) zugrunde. Selbstinterpretation wird als persönlichkeitspsychologisches Konzept aufgefasst, das die individuellen Motive, Inhalte, Formen und Kompetenzen der Selbstdarstellung subsumiert (vgl. Abschnitt 2.5.7 Selbstinterpretation). Im Rahmen der Selbstinterpretation deutet die Person ihr Verhalten, versucht es für sich verständlich zu machen und zu begründen, um ein Erklärungsmodell der eigenen Persönlichkeit zu konstruieren. So ist die Selbstinterpretation, die sich auf die Auswahl, Wiedergabe und Auslegung von Selbstbildern bezieht, als produktiver Selbstgestaltungsvorgang aufzufassen (vgl. Laux, 1992). Personen organisieren in der Selbstinterpretation ihre Selbstbilder, Motive und Kompetenzen zu einer in sich stimmigen individuellen Selbstdarstellung, die mit der künstlerischen Wiedergabe eines musikalischen Werkes verglichen werden kann. So können Selbstbilder durch bestimmte Intentionen in der Interpretation, also der Auswahl bzw. Bevorzugung be-

stimmter Selbstdarstellungstechniken besonders hervorgehoben, in den Hintergrund gedrängt, auf bestimmte Ziele hin angepasst etc. werden.

Selbstdarstellung zielt interpersonell darauf ab, bestimmte Dispositionszuschreibungen bei anderen hervorzubringen. Personen nutzen ihre Selbstdarstellung, um ihren selbstwahrgenommenen Eigenschaften Ausdruck zu verleihen. Sie erzeugen sich selbst und anderen ein lebendiges Bild ihrer Person, womit sie sich und ihrem Publikum Wahrnehmungen ihrer Selbstbilder ermöglichen (vgl. Laux & Renner, 1994; 2.5 Selbstdarstellung). Werden wichtige selbstbezogene Repräsentationen in der Selbstdarstellung langfristig erfolgreich umgesetzt, können sie sich als „Kern“ des Selbstkonzepts – als relevante Identitätsdimension – in zentralen Selbstbildern manifestieren (vgl. Laux, 1992, 2000).

Selbstdarstellungsbezogene Inhalte des Selbstkonzepts enthalten prozedurales Wissen über die Möglichkeiten und Funktionen eigenen interpersonellen Verhaltens. Aufgrund verschiedenster Lernprozesse, aus persönlichen Erfahrungen, sozialen Modellen, aus Medien und Umwelt verfügen Personen über Wissen von Funktions- und Wirkungsweisen potenziellen Selbstdarstellungsverhaltens. Darüber hinaus umfasst unser Selbstkonzept auch Einstellungen und Wertungen gegenüber interpersonell funktionalem Handeln, woraus auch Urteile für die eigene intentionale Selbstdarstellung abgeleitet werden. Die Selbstdarstellung der Person orientiert sich damit, wie diese Arbeit zeigt, eng an Konfigurationen von selbst wahrgenommenen Personmerkmalen und Eigenschaften.

Selbstdarstellung kann damit als ein wesentliches personales Merkmal unseres Interaktionsverhaltens aufgefasst werden. Daraus ergab sich eine der Haupthypothesen dieser Arbeit (vgl. Abschnitt 3.6 Persönlichkeitseigenschaften als Korrelate habitualisierter Selbstdarstellung): Lassen sich spezifische Konstellationen zwischen Ausprägungen auf selbstbeschriebenen Persönlichkeitseigenschaften und der Selbstdarstellung aufzeigen?

Die notwendige Voraussetzung für den Vergleich von Selbstdarstellungs- und Eigenschaftsansatz lag in der psychometrischen Erfassbarkeit habitueller Selbstdarstellung. Die selbsteingeschätze Häufigkeit im Einsatz bestimmter Selbstdarstellungstechniken diente als Operationalisierung des intentionalen Bemühens, durch interpersonelles Verhalten Einfluss auf das vermittelte Bild der eigenen Person zu nehmen. Die retrospektive Häufigkeitseinschätzung bezüglich der eigenen Selbstdarstellung ist eine vermittelte Selbstauskunft und damit wiederum ein Selbstdarstellungsakt, den man als

Selbstinterpretation oder Selbstdarstellung zweiter Ordnung bezeichnen könnte. Demgegenüber ist die Handlung der Selbstdarstellung als Selbstdarstellung erster Ordnung aufzufassen. Im theoretischen Rahmen der Selbstinterpretation (vgl. Laux, 1992) ist diese Auswahl, Wiedergabe und Auslegung von Selbstbildern als produktiver Gestaltungsvorgang zu sehen. Mit Blick auf den absichtsvollen und zielgeleiteten Aspekt von Selbstdarstellung – das Bemühen, einen bestimmten Eindruck zu erzeugen – erschienen reflektierte Auskünfte über das eigene Selbstdarstellungsverhalten als einzig mögliche Datenquelle. Zur Erfassung der Intentionalität war es deshalb unausweichlich, Personen danach zu befragen, ob und wie häufig sie ein bestimmtes Selbstdarstellungsverhalten nutzen.

6.2 Habituelle Selbstdarstellung als intentionales Handeln

Verhaltensbeobachtungen im Alltag können zwar sozial wirksames Verhalten gegenüber Interaktionspartnern erfassen, doch allenfalls als intentionale Selbstdarstellung umgedeutet werden, indem aus Verhalten und dessen Wirkung auf mögliche Intentionen des Handelnden geschlossen wird. Im Gegensatz dazu kann die Erfassung habitueller Selbstdarstellung im Fragebogen, wie sie in dieser Arbeit umgesetzt wurde, bereits das absichtsvolle und zielbezogene Handeln in der Formulierung von Selbstdarstellungstechniken beinhalten (vgl. Abschnitt 5.1).

Durch die Intentionalität, d.h. die zielorientierte Absicht, kann habituelle Selbstdarstellung im Fragebogen empirisch erfasst werden. Formulierungen der vorgelegten Items, wie „Ich gehe freundlich und sensibel mit anderen Menschen um, damit es mir nicht an angenehmer Gesellschaft mangelt“, machen den absichtsvollen und zielgerichteten Aspekt von Selbstdarstellung explizit. Andererseits wurden Selbstdarstellungsintentionen, also Bemühungen oder Versuche, bestimmte Selbstbilder zu vermitteln, im Handlungsinhalt selbst formuliert, z.B. „Mir selbst auferlegte Verpflichtungen hindern mich daran, meine tatsächlichen Ziele zu erreichen“ oder „Ich erzähle anderen von meinen Erfolgen.“ In diesen Formulierungen sind Selbstdarstellungstechniken als Verhaltensbeschreibungen umgesetzt, die eine Intention, z.B. Selbstbehinderung bzw. Eigenwerbung im Verhalten selbst implizieren.

Der oben beschriebene Selbstinterpretationsansatz schließt alle Varianten der Selbstdarstellung ein – unabhängig davon, ob es sich beim Dargestellten um authentisch geäußerte Selbstbilder, Übertreibungen oder Täuschungen handelt (vgl. auch 2.5.7

Selbstinterpretation). Manipulative, strategische Selbstdarstellung kann für bestimmte Personengruppen (vgl. Abschnitt 5.4, v.a. assertiver Selbstdarstellungstyp, Abschnitt 5.4.4) mit ihrem Selbstbild kongruent und damit auch authentisch sein. Authentizität und Täuschung müssen daher keine Gegensätze sein, wenn sich eine Person als „cleverer“ und taktierender Schauspieler identifiziert.

Zur Operationalisierung habitueller Selbstdarstellung diente in dieser Untersuchung die Erfassung der Nutzungshäufigkeit von 11 faktoriell unterscheidbaren Selbstdarstellungstechniken. Die retrospektive Einschätzung des eigenen Selbstdarstellungsverhaltens konnte aufgrund der zeitlichen Stabilität dieser Beschreibungen (vgl. Abschnitt 5.1.12) als habituelle Selbstdarstellung aufgefasst werden. Sämtliche Skalen habitueller Selbstdarstellung korrelieren in unterschiedlichem Ausmaß positiv miteinander.

Die Interkorrelationsmatrix der Selbstdarstellungstechniken wurde zur Strukturierung der Zusammenhänge einer sekundären Komponentenanalyse unterworfen. Auf einer dreifaktoriellen Sekundärstruktur zeigen jeweils drei der 11 Selbstdarstellungstechniken eine gemeinsame abstraktere Ordnung. Diese übergeordnete Struktur gliedert sich in assertive, selbstabwertende und freundliche Selbstdarstellung. Als Selbstdarstellungsdimensionen zweiter Ordnung lassen sich die zusammengefassten Selbstdarstellungstechniken auch als Ziele der Selbstdarstellung interpretieren.

Die Selbstdarstellungstechniken *Eigenwerbung* (*self-promotion*), *Abwerten anderer* (*blasting*) und *Beispielhaftigkeit* präsentieren (*exemplification*) bilden die Komponente assertiver Techniken. Assertive Selbstdarstellung kann als selbstidealisierende und selbstaufwertende Klasse von Techniken interpretiert werden, die vorwiegend individuumszentriert motiviert scheinen.

Eine selbstabwertende Komponente von Selbstdarstellung zeigte sich in den Selbstdarstellungstechniken *Selbstbehinderung* (*self-handicapping*), *Untertreibung* (*understatement*) und *Einschmeicheln* (*ingratiation*). Selbstabwertende Selbstdarstellung ist für den interpersonellen *und* den individuumszentrierten Motivbereich relevant. Interpersonell sollen durch den Akteur aufgewertete andere Personen zu einer Wiederherstellung und zum Schutz eines verletzten oder deutlich entwerteten Selbstkonzepts beitragen. Individuumszentriert dienen die verwendeten Techniken dazu, gefürchteten Selbstbildern, wie Unterlegenheit, Fehlverhalten, mangelhafte Gewissenhaftigkeit etc., durch eine Verantwortungsverlagerung auf gravierende Gründe (Selbstbehinderung) und Wiederaufwertung und Integration durch andere (Untertreibung und Einschmeicheln) schuldreduzierend zu begegnen.

Als dritte Komponente innerhalb der erfassten Selbstdarstellungstechniken ist freundliche Selbstdarstellung faktoriell abgrenzbar. Sie fasst die drei Techniken *Liebenswürdigkeit* ausstrahlen (*kindness*), *Selbstoffenbarung* betreiben (*self-disclosure*) und *Entschuldigungen* nutzen (*apologies*) zusammen. Freundliche Selbstdarstellung kann ebenfalls sowohl dem interpersonellen als auch dem individuumszentrierten Motivbereich zugeordnet werden. Mit der freundlichen Selbstdarstellung werden sozial erwünschte Merkmale präsentiert, die ein Bestreben zur Selbstkonstruktion (vgl. Baumeister, 1982) durch interpersonell hoch gewertete Selbstbilder erkennen lassen. Bei diesen Selbstzuschreibungen sind starke soziale Rückmeldungen der Interaktionspartner nötig, um sie als Merkmale faktischer Selbstbilder zu bestätigen. Dispositionszuschreibungen wie Liebenswürdigkeit implizieren aufgrund des reziproken Charakters und der damit notwendigen Fremdzuschreibung ein deutlich publikumszentriertes Motiv der sozialen Beeinflussung.

Aus methodischen Gründen konnten die Techniken *Einschüchtern* (*intimidation*) und *Rechtfertigen* (*justification*) nicht in die Drei-Komponenten-Struktur eingebunden werden (vgl. Abschnitt 5.2 Dimensionale Struktur habitueller Selbstdarstellung). Faktorielle Zuordnungen der Einzelitems verweisen allerdings auf eine erhöhte Affinität sowohl von *Einschüchtern* (*intimidation*) als auch von *Rechtfertigen* (*justification*) zum assertiven Selbstdarstellungsbereich. Dies entspricht der intentionalen Ausrichtung der primären assertiven Selbstdarstellungstechniken, sich individuumszentriert dem Ideal der Überlegenheit bzw. Fehlerfreiheit anzunähern.

6.3 Selbstdarstellungstypen und ihre Merkmalskonfigurationen

Anhand der drei Dimensionen assertiver, selbstabwertender und freundlicher Selbstdarstellung wurden 325 Probanden durch Clusteranalysen fünf unterscheidbaren Gruppen zugeordnet. Diese Personengruppen können als Selbstdarstellungstypen aufgefasst werden, da als Gruppierungsmerkmal einzig die habituelle Selbstdarstellung, d.h. die jeweils berichtete Nutzungshäufigkeit von Selbstdarstellungstechniken, herangezogen wurde.

Die erste Gruppe konnte als *wenig-präsentierender Typ* beschrieben werden: Personen dieses Typs geben an, Selbstdarstellungstechniken vergleichsweise selten zu verwenden. Als *selbstabwertender Typ* traten Personen in Erscheinung, die durch den häufigen Einsatz von selbstabwertenden Darstellungstechniken auffallen, jedoch selten

freundliche und assertive Techniken nutzen. Der dritte Typ ließ sich durch den geringeren Einsatz von assertiven und selbstabwertenden Techniken, jedoch überdurchschnittlicher Nutzung freundlicher Selbstdarstellungstechniken, wie Liebenswürdigkeit, Selbstoffenbarung und häufiger Entschuldigungen, als *freundlicher Typ* von anderen Selbstdarstellern abgrenzen. Eine weitere Gruppe zeigte sich dagegen aufgrund des deutlich überdurchschnittlichen Einsatzes assertiver Techniken, wie verstärkter Eigenwerbung, präsentierter Beispielhaftigkeit und dem Abwerten anderer als *assertiver Selbstdarstellungstyp*. Der *präsentierende Typ*, der im Cluster 5 identifiziert wurde, unterscheidet sich durch die häufige Nutzung sämtlicher Selbstdarstellungstechniken von den anderen Typen. Die personbezogene Typologie von Selbstdarstellung soll in einer funktionalen Interpretation als zentrales Ergebnis dieser Arbeit in den folgenden Abschnitten diskutiert werden. Um einen raschen und klaren Überblick der Diskussionspunkte für die einzelnen Selbstdarstellungstypen zu schaffen, wurden jedem Abschnitt zusammenfassende Grafiken hinzugefügt. Sie enthalten die positiven bzw. negativen korrelativen Bezüge zwischen den Selbstdarstellungstypen in ihrer spezifischen Konstellation mit den jeweiligen abhängigen Variablen. In der Gruppe der Big Five wurde auf die grafische Darstellung der Hauptskala „Offenheit für Erfahrungen“ verzichtet, da keine Effekte zwischen Selbstdarstellung und dieser Dimension des FFM zu verzeichnen waren.

6.3.1 Der wenig-präsentierende Typ (Typ-WP)

Im Typ des wenig-präsentierenden Selbstdarstellers scheint sich der Mensch den Idealen sozialer Unabhängigkeit, Innenorientierung, Selbstverantwortung und Zurückhaltung gegenüber strategischer Selbstdarstellung zu verschreiben. Die Selbstaussagen der Personen des Typs-WP lassen sich in der ethischen Forderung an das eigene Handeln mit einigen primären Begriffen zusammenfassen: Echtheit, Ablehnung publikumswirksamer Inszenierungen, Friedfertigkeit und Toleranz. Einstellungen, die im römisch-klassischen Prinzip „Esse quam videri bonus malebat“ (Er wollte lieber gut sein als scheinen) (Bury, 1999, S. 2688), das Sallust 63 v.Chr. dem Staatsmann Cato zuschrieb, zusammengefasst sind.

Die Vertreter dieser Gruppe verzichten in erster Linie auf assertive Formen der Selbstdarstellung – Eigenwerbung durch das Betonen persönlicher Leistungen lehnen sie ebenso deutlich ab wie das Übertreiben des eigenen Anteils an Erfolgen. Anerken-

nung für erfolgreiche Bemühungen fordern sie nicht von anderen ein. Dabei präsentieren sie ihr Verhalten nicht als das Ideal für andere, an dem diese sich orientieren sollten. Ihre eigenen Meinungen und Standpunkte sind für sie kein Anlass, über die Ansichten anderer zu urteilen, sie zu kritisieren oder abzuwerten. Sie verzichten explizit darauf, sich in eine Position der Überlegenheit zu bringen.

Techniken der Selbstabwertung, durch die Interaktionspartner veranlasst werden sollen, Mitgefühl und Hilfe zu zeigen, werden von Vertretern dieses Typs (Typ-WP) weitgehend abgelehnt. Sie nutzen also kaum Untertreibung der eigenen Leistungen, um Wiederaufwertung, Hilfe, Zuwendung oder Mitleid durch Interaktionspartner hervorzurufen. Selbstbehindernde Interpretationen von Leistungsdefiziten werden – im Gegensatz zum selbstabwertenden und präsentierenden Typ – von ihnen sehr selten genutzt. Vertreter des wenig-präsentierenden Typs stehen zu ihren Fehlleistungen und Schwächen, ohne sie umzuinterpretieren oder selbstrechtfertigend zu begründen.

Der wenig-präsentierende Typ (Typ-WP) zeigt sich als kaum abhängig von den sozialen Rückmeldungen der Interaktionspartner. Anbiederei durch Unterwerfungsgesten und Schmeicheleien in Form von Komplimenten und Freundlichkeiten um des guten Eindrucks Willen lehnt er weitgehend ab. Er buhlt nicht um Akzeptanz und Zuneigung. Er verzichtet eher darauf, eigene Gedanken und Gefühle zu präsentieren, als sich durch Selbstoffenheit beliebt zu machen (vgl. 5.4 Beschreibung der fünf Selbstdarstellungscluster).

Weder die Hoffnung auf Anerkennung in sozialen Situationen, noch die Befürchtung, durch möglicherweise unangemessenes Verhalten Ablehnung zu erfahren (vgl. Abbildung 6.3-1, akquisitive und protektive SD), treibt den Typ-WP zur Inszenierung der eigenen Person. Er vermeidet es, sich als taktierenden Schauspieler auf der „Bühne der Welt“ zu sehen. Die Selbstdarstellung des wenig-präsentierenden Typs äußert sich nicht in publikumszentrierten Motiven. Sowohl in der akquisitiven als auch der protektiven Selbstdarstellungsmotivation (vgl. 2.5.5 Self-Monitoring) weist er unterdurchschnittliche Ausprägungen auf.

Ziel seines Handelns in sozialen Situationen ist es nicht primär, einen erfolgversprechenden Eindruck oder eine gelungene Anpassung an einen wahrgenommenen Situationsdruck zu leisten, sondern – selbst unter der Gefahr, soziale Verluste zu erleiden – von Selbstdarstellungstechniken weitgehend Abstand zu nehmen, um sich nicht „in Szene“ zu setzen.

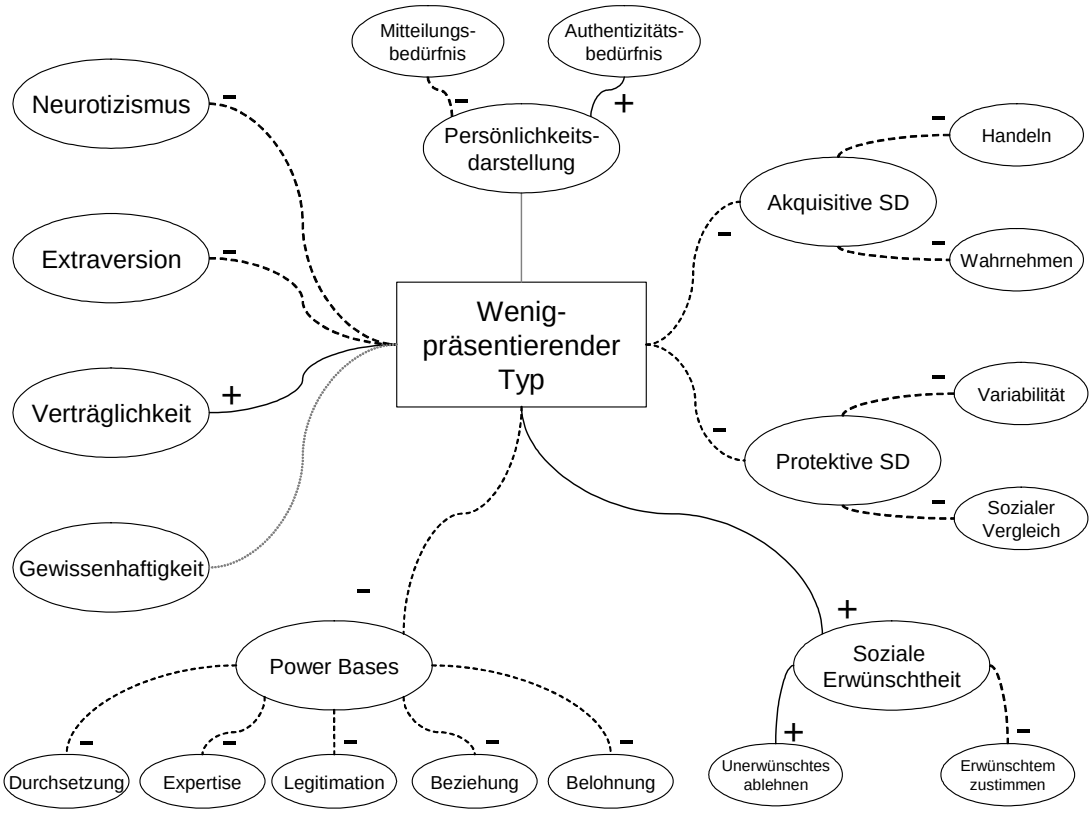

Abbildung 6.3-1 Merkmalskonfiguration des wenig-präsentierenden Typs

Ein durchgängiges Merkmal des wenig-präsentierenden Typs ist in allen Bereichen der Selbstbeschreibung Rechtschaffenheit und Freimütigkeit (vgl. hohe Verträglichkeit in Abbildung 6.3-1 und Abbildung 5.6-7). Nach Aufrichtigkeit und fundamentaler Ernsthaftigkeit zu streben, scheint ein Grundmotiv dieses Selbstdarstellungstyps zu sein. Der Einsatz von Selbstdarstellungstechniken ist in allen erfassten Bereichen im Vergleich zu allen anderen Selbstdarstellungstypen deutlich reduziert. Das erhöhte Authentizitätsbedürfnis und die hohe Freimütigkeit weisen darauf hin, dass damit dem Selbstanspruch genüge getan werden könnte, die Reaktionen anderer nicht als Ergebnis eigener manipulativer Bemühungen deuten zu müssen.

Kriterium für eine erfolgreiche Selbstinterpretation ist offenbar nicht, bei anderen eine große Wirkung durch Selbstdarstellungstechniken zu erreichen, sondern den Selbstansprüchen zu genügen. Der Typ-WP orientiert sich damit eher an inneren Prinzipien, entsprechend dem eigenen Selbstkonzept in der Öffentlichkeit aufzutreten. Das Selbstkonzept, das die Ablehnung von Inszenierung beinhaltet, kann innerhalb seiner Selbstinterpretation nicht durch Inszenierung dargestellt werden.

Damit repräsentiert er im Rahmen der Self-Monitoring-Theorie den klassischen Low-Self-Monitorer, der sich als innenorientierte Person versteht. Gangestad und Snyder (2000) beschrieben die Motivlage des Low-Self-Monitorers

> "As much as high self monitors are concerned with constructing social images, low self-monitors may be equally motivated to establish and protect reputations of being earnest and sincere" (S. 533).

Diese Feststellung scheint auch für die Selbstinterpretation des wenig-präsentierenden Typs zu gelten. Er will in sozialen Alltagssituationen keine Rollen spielen, sondern strebt nach Aufrichtigkeit und Authentizität (vgl. Abbildung 6.3-1, Authentizitätsbedürfnis bzw. Abbildung 5.6-7). Die Persönlichkeitsdarstellung des Typs-WP äußert sich in einem tendenziell höheren Bedürfnis, im Gefühl der Authentizität zu leben, als anderen seine aktuellen Gefühle und Empfindungen zu vermitteln, wie es sich im eher niedrigeren Mitteilungsbedürfnis ausdrückt. Sein wichtigstes Grundbedürfnis scheint die Selbstkongruenz zu sein, d.h. sich so zu verhalten, wie er sich selbst sieht.

Hervortretende Eigenschaften des wenig-präsentierenden Typs auf den Beschreibungsdimensionen des NEO-PI-R sind hohe emotionale Stabilität und niedrige Extraversion. Der Typ-WP beschreibt sich in einem hohen Maß als verträglich. Dies äußert sich vor allem in der Facette Freimütigkeit, indem er sich kaum berechnendes Handeln und raffiniertes Manipulieren zuschreibt. Aus der Merkmalsreihe der Verträglichkeitsfacetten sind Entgegenkommen und Bescheidenheit weitere hervorstechende Hauptcharakteristika dieses Typus. Zur-Schau-stellen von Bescheidenheit ist für den wenig-präsentierenden Typ mit dem Prinzip der Zurückhaltung gegenüber Inszenierungen nicht kompatibel.

Mit dem überwiegenden Verzicht auf intentional-strategische Selbstdarstellung geht eine geringe Überzeugung einher, sozialen Einfluss zu besitzen. Soziale Einflussressourcen erscheinen dem Typ-WP weitgehend unzugänglich (vgl. Abbildung 6.3-1, Power-Bases). Im Vergleich zu anderen Selbstdarstellungstypen – außer dem selbstabwertenden Typ – sind die sozialen Einflussüberzeugungen des Typs-WP in allen fünf Machtressourcen (*power-bases*) gering ausgeprägt.

Hinsichtlich sozial erwünschter Äußerungen weist der Typ-WP ein interpretationskonformes Muster auf: Er stimmt zwar kaum sozial erwünschtem Verhalten zu, lehnt aber sozial unerwünschtes Verhalten auf seine Person bezogen ab. Mit der Differenzierung zwischen Selbst- und Fremdtäuschung sozial erwünschten Antwortverhaltens lässt

sich der Typ-WP eher als Selbsttäuscher interpretieren, der eigenes sozial unerwünschtes Fehlverhalten verneint, ohne dabei erwünschten Äußerungen in gleichem Maß zuzustimmen.

Der Selbstinterpretation des wenig-präsentierenden Typs liegt vorwiegend das Bild der innenorientierten (geringe Extraversion), emotional ausgeglichenen (hohe emotionale Stabilität) und wenig aggressiven Person (hohe Verträglichkeit) zugrunde. In seiner Selbstdarstellung ist dieser Typ von deutlicher Zurückhaltung geprägt, der Einsatz von Selbstdarstellungstechniken ist relativ selten. Weder akquisitive noch protektive Selbstdarstellungsmotive spielen für den Typ-WP eine entscheidende Rolle. Natürlich vermitteln Personen des wenig-präsentierenden Typs auch damit bestimmte Selbstbilder. Adressat der „Selbstdarstellung“ ist aber eher die eigene Person und weniger der Interaktionspartner oder das Publikum. Die indirekt vermittelten Selbstbilder zeichnen sich gerade durch die geringe soziale Einflussnahme und den auffallend seltenen Einsatz von Selbstdarstellungstechniken aus.

6.3.2 Der selbstabwertende Typ (Typ-S)

Das Selbstdarstellungscluster, das den selbstabwertenden Typ (Typ-S) repräsentiert, fasst jene Personen zusammen, die vermehrt selbstabwertende Techniken und eher durchschnittlich häufig assertive und freundliche Selbstdarstellungstechniken angeben. Sie scheinen in einem paradoxen Wirkungskreis gefangen zu sein, der die eigene Leistungsfähigkeit und emotionale Stabilität untergräbt und ihre Abhängigkeit von anderen fördert (Ingratiators Dilemma): Neben einem emotional instabilen, innenorientierten und wenig gewissenhaften Selbstbild, wie es sich in den Eigenschaftsbeschreibungen zeigt, werden Selbstdarstellungstechniken genutzt, die das Bild einer hilfsbedürftigen und von anderen abhängigen Person noch verstärken.

Das Hauptgewicht bei der Selbstpräsentation liegt auf dem überdurchschnittlichen Gebrauch von Techniken wie Einschmeicheln, Untertreibung und Selbstbehinderung. Versuchspersonen dieses Selbstdarstellungsclusters präsentieren Schwäche und Energielosigkeit vor dem Hintergrund eines für sie unerreichten Verhaltensstandards. Eigenes leistungsbezogenes Scheitern wird dem inneren und äußeren Publikum gegenüber durch selbstbehindernde Interpretationen begründet und damit der eigenen Verantwortlichkeit entzogen. Daneben sind Formen der Untertreibung eigener Kompetenzen und Leistungen ein eher häufig genutztes Mittel selbstabwertender Personen, um von Inter-

aktionspartnern Aufwertung, Hilfestellung und Mitleid zu erlangen. Die Neigung, absichtlich den Wert der eigenen Leistungen zu untertreiben und Schwäche zu präsentieren, geht beim Typ-S mit dem Selbstkonzept, schwach und wenig pflichtbewusst zu sein, einher. Vermutlich wegen ihres niedrigen Selbstwertgefühls – sie schreiben sich kaum soziale Einflussmöglichkeiten zu – nutzen die Vertreter des selbstabwertenden Typs vorwiegend Techniken, um sich anderen Menschen anzubiedern und sich einzuschmeicheln. Damit verbunden ist die Aufwertung der Interaktionspartner aus der – wiederum selbstabwertenden – Hoffnung heraus, als Dank Hilfestellung, Sympathie und Wohlwollen zu erhalten.

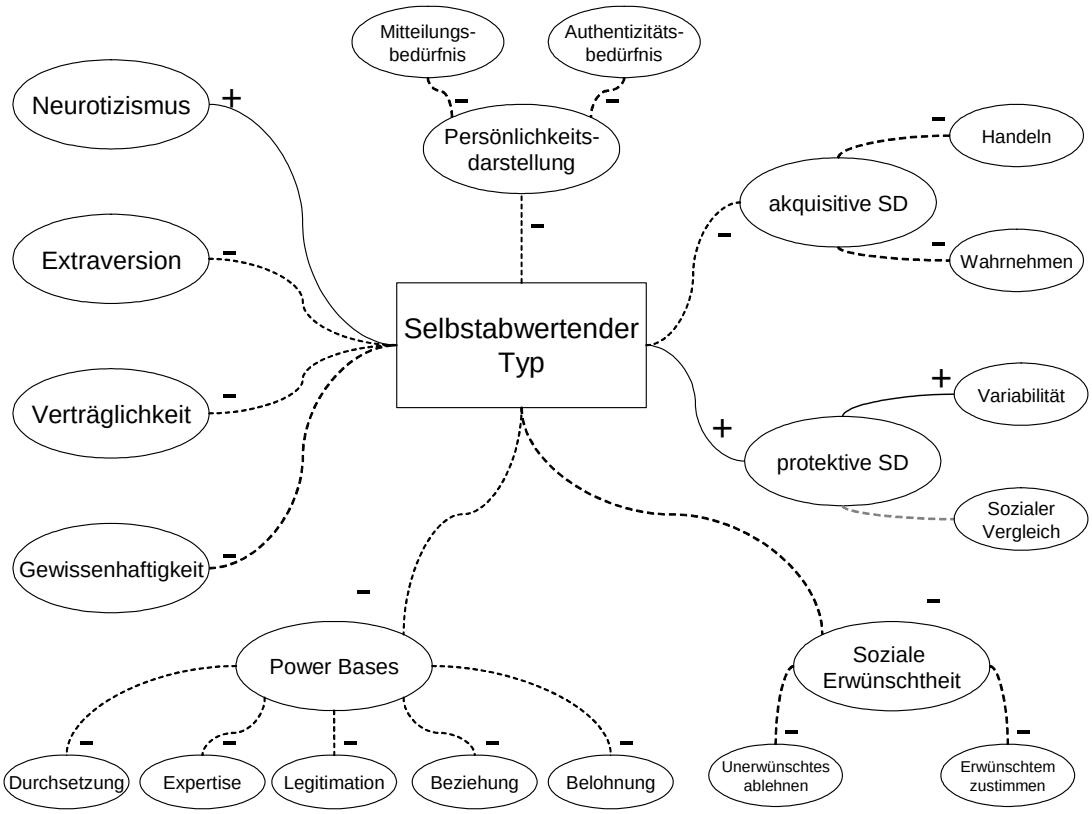

Abbildung 6.3-2 Merkmalskonfiguration des selbstabwertenden Typs

Im Gegensatz zum wenig-präsentierenden Typ, der sich von allen Selbstdarstellungstechniken weitgehend distanziert, nutzen Vertreter des Typs-S durchaus auch Techniken assertiver und freundlicher Selbstdarstellung, jedoch lediglich in eher durchschnittlicher Häufigkeit im Vergleich zu allen Teilnehmern der Untersuchungen.

Aufgrund des positiven korrelativen Zusammenhangs von protektiver Selbstdarstellungsmotivation mit selbstabwertenden Darstellungstechniken lag die Vermutung nahe, dass sich Typ-S durch protektives Self-Monitoring charakterisieren lassen könnte. Diese

Vermutung wurde allerdings nicht einheitlich bestätigt (vgl. Abbildung 6.3-2, protektive SD). Da die differenzierte Erfassung der protektiven Subskalen – protektiver sozialer Vergleich und protektive situative Variabilität – bei sämtlichen Analysen aufrecht erhalten wurde, konnte gezeigt werden, dass der selbstabwertende Typ lediglich auf der Handlungskomponente situativer Variabilität erhöhtes protektives Self-Monitoring aufweist. Im protektiven sozialen Vergleich dagegen schreibt er sich nur durchschnittliche Wahrnehmungs- und Anpassungsleistungen zu. Angepasste Verhaltensweisen werden demnach weniger durch den sozialen Vergleich gesucht und umgesetzt, vielmehr werden durch das Variieren des eigenen Verhaltens und das Verbergen von Merkmalen der eigenen Person soziale Verluste vermieden. Der Typ-S schreibt sich demnach zu, zwar sein Verhalten aufgrund der Situation zu variieren, um Missbilligung zu vermeiden, doch weniger, das eigene Verhalten an den Erwartungen der Umgebung auszurichten. Damit steht weniger die Anpassung des eigenen Verhaltens im Vordergrund, als vielmehr an sich selbst wahrgenommene Aspekte der eigenen Persönlichkeit nicht der Öffentlichkeit preiszugeben. Überproportional häufig wird etwa der protektiven Variabilität in Items, wie „Oftmals wage ich es nicht, mich gegenüber anderen Personen so zu verhalten, wie ich wirklich bin“, zugestimmt. Items des protektiven sozialen Vergleichs hingegen, wie „Mein Verhalten ist oft so, wie andere es sich wünschen“, werden dagegen seltener bejaht.

Wie kein anderer Selbstdarstellungstyp verneint Typ-S, Fähigkeiten und Wahrnehmungssensibilität im Sinne des akquisitiven Self-Monitorings zu besitzen (vgl. Abbildung 6.3-2, akquisitive SD). Über die Sicherheit, Handlungs- und Wahrnehmungskompetenzen zu besitzen, die ihm ermöglichen, aktiv soziale Gewinne zu machen, verfügt er kaum – im Gegensatz etwa zum freundlichen oder assertiven Typ.

Dieser Selbstschutz, unerwünschte eigene Selbstbilder zu verbergen, kann aus dem Motiv hervorgehen, den möglicherweise vorhandenen Ruf, verborgene Kompetenzen zu besitzen, nicht zu gefährden. Dafür werden aus sozialer Angst und der Sorge vor Misserfolgen tatsächliche Leistungspotenziale geopfert, wie es so genannte Underachiever tun, die z.B. unter Alkoholikern zu finden sind (vgl. Baumeister & Schütz, 1997). Underachiever sind Personen, die gemessen an ihren Potenzialen erwartungsniedrige Leistungen zeigen. Sie zeigen nie ihre bestmögliche Leistung, um die mögliche Auffassung, hervorragende Potenziale zu besitzen, aufrecht zu erhalten. Durch Selbstbehinderung und damit Selbstschädigung wird das persönliche Versagen vorweggenommen, um in diesem tragischen Paradox die Angst vor Misserfolg zu bewältigen. Der Typ-S präsen-

tiert sich demnach auch nicht als herausragend, sondern eher als untertreibend. Entsprechend niedrig ist die Tendenz zur Persönlichkeitsdarstellung des selbstabwertenden Typs, sowohl im eher geringen Streben nach Authentizität, vor allem aber auch im besonders niedrigen Bedürfnis, seine Gefühle und Empfindungen anderen deutlich zu machen.

Auf den Eigenschaftsdimensionen Neurotizismus, Extraversion und Gewissenhaftigkeit erweist sich Typ-S als direkt gegenläufig zum freundlichen Selbstdarstellungstyp. Der selbstabwertende Typ zeichnet sich durch die höchsten Neurotizismuswerte, die niedrigsten Extraversions- und auch die niedrigsten Gewissenhaftigkeitswerte aus (Abbildung 6.3-2, links). Dies entspricht den Erwartungen, dass Inhalte der Selbstdarstellung mit entsprechenden Eigenschaftsbeschreibungen einhergehen.

Die starke Ausprägung auf der Dimension Neurotizismus teilt der selbstabwertende Typ mit dem präsentierenden in den Facetten Ängstlichkeit, Depression, soziale Befangenheit und Verletzlichkeit (vgl. Abbildung 5.6-2). Die mitgeteilte Impulsivität weist dagegen nur durchschnittliche Ausprägungen auf. Typ-S beschreibt sich damit als niedergeschlagen, schwermütig, unterlegen, hilflos und sensibel. Die Extraversion des selbstabwertenden Typs ist gering ausgeprägt – vergleichbar mit der des wenig-präsentierenden Typs.

Trotz leicht überdurchschnittlicher Bescheidenheit muss die Verträglichkeit des Typs-S insgesamt als eher gering bezeichnet werden. Vor allem das wenige Vertrauen anderen gegenüber und der unterdurchschnittlich ausgeprägte Altruismus verdeutlichen die sozial pessimistische und distanzierte Haltung des selbstabwertenden Typs.

Als einziger der fünf Selbstdarstellungstypen beschreibt sich der selbstabwertende Typ deutlich unterdurchschnittlich gewissenhaft. Die schwachen Ausprägungen auf dieser Dimension zeigen sich vor allem in geringer Kompetenz und mangelndem Leistungsstreben. Am niedrigsten ist der Wert auf der Subskala Selbstdisziplin im Vergleich zum freundlichen und assertiven Typ.

Wie Typ-WP ist auch der selbstabwertende Selbstdarstellungstyp kaum überzeugt, sozialen Einfluss zu besitzen, ganz gleich auf welchen Einflussbereich sich diese Machtüberzeugung gründen würde (vgl. Abbildung 6.3-2, Power-Bases). Ebenso wenig gibt Typ-S sozial erwünschte Antworten: Weder schreibt er sich in erhöhtem Maß wünschenswerte Merkmale zu, noch lehnt er Unerwünschtes massiv ab. Ein Selbstschutz durch Zuschreibung sozial erwünschter Personmerkmale existiert für den selbstabwertenden Typ kaum.

Im selbstabwertenden Typ äußert sich eine tragische Selbstinterpretation, indem ein Selbstkonzept, das sich in einer vorwiegend depressiven Eigenschaftsbeschreibung ausdrückt, durch die vorwiegend selbstabwertenden und letztlich selbstwertschädigenden Selbstdarstellungstechniken noch verstärkt wird. In der Selbstdarstellung trotzt Typ-S durch die eigene Abwertung und die Aufwertung anderer Bestätigung und Entgegenkommen von Interaktionspartnern ab.

6.3.3 Der freundliche Typ (Typ-F)

Als Typ des freundlichen Selbstdarstellers lassen sich die Personen des dritten Clusters zusammenfassend beschreiben, deren Darstellung einem an sozialen Erwartungen ausgerichteten Ideal am nächsten kommt. Der freundliche Selbstdarsteller repräsentiert den Schauspieler, der sich selbst in seinen angepassten Präsentationen als Person wiedererkennt und zugleich seine Person – in der Überzeugung, eine Person mit gewünschten Merkmalen zu sein – vorteilhaft und authentizitätsbemüht darzustellen weiß.

Am deutlichsten heben sich im Selbstdarstellungsprofil der Personen des Typs-F die *freundlichen* Selbstdarstellungstechniken, bestehend aus *Liebenswürdigkeit* (*kindness*), *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*) und *Entschuldigen* (*apology*) ab. Noch häufiger setzt zwar der präsentierende Typ diese Selbstdarstellungstechniken ein, daneben kommen bei ihm aber in gleicher Weise assertive und selbstabwertende Techniken vor, die beim Typ-F im Kontrast dazu eher durchschnittlich ausgeprägt sind.

Am häufigsten wird die Technik Selbstoffenbarung eingesetzt, die sehr bewusst zum Zweck des Sympathiegewinns Einblick in Informationen gewährt, die nur der eigenen Person zugänglich sind. Dazu gehören Gefühle, Gedanken, Einstellungen und Meinungen, die offenbart werden, wenn der Akteur vermutet, dass diese Selbstöffnung beim Gegenüber gut ankommt.

Zur Dimension der freundlichen Selbstdarstellung gehört die am zweithäufigsten vom Typ-F eingesetzte Technik der Entschuldigung: Er akzeptiert eigenes Fehlverhalten, bittet um Verzeihung und bringt Schuldbewusstsein zum Ausdruck. Damit kann er dem Publikum oder gar einem Geschädigten gegenüber glaubhaft machen, dass er sich Verpflichtungen und Regeln des Gegenübers bzw. der Öffentlichkeit unterwirft. Das Bemühen, ein sympathisches Bild bei anderen zu hinterlassen, gehört neben den genannten Techniken freundlicher Selbstdarstellung ebenfalls zu den häufiger genutzten Darstellungsmitteln des Typs-F. Hierbei nutzt der freundliche Typ Meinungskonformi-

tät mit Interaktionspartnern sowie seine Toleranz und Akzeptanz, um von ihnen soziale Nähe und Vertrauen zu bekommen. Für den freundlichen Typ scheint der Aufbau der Identität eines sympathischen, glaubwürdigen und „guten“ Menschen besonders wichtig zu sein.

Zu den von Typ-F am seltensten angewandten Techniken gehört das selbstabwertende *Einschmeicheln* (*ingratiation*) zum Zwecke der Aufwertung anderer, um sich damit zunächst selbst im Vergleich zum Interaktionspartner herabzusetzen. Diese sehr riskante Darstellungstechnik, die durchaus in der Selbstdarstellungsliteratur als ein Versuch genannt wird, sich beliebt zu machen, sieht der Typ-F – im direkten Gegensatz zum selbstabwertenden Typ – kaum als nutzenswerte Option. Der freundliche Typ scheint seine Selbstkonstruktion auf möglichst unzweifelhafte Selbstdarstellungstechniken aufbauen zu wollen, die nur seinen „guten“, also sozial erwünschten Dispositionen zugeschrieben werden sollen.

Der Typ-F gibt im Gegensatz zum assertiven Typ an, seltener assertive und damit selbstaufwertende Techniken einzusetzen. Ein Sich-selbst-ins-rechte-Licht-setzen, etwa durch das Abwerten anderer (*blasting*), aber auch durch das Überbetonen eigener Leistungen (*entitlement*) und das Einfordern von Aufmerksamkeit bei Erfolgen (*enhancement*) aus der Gruppe der Technik Eigenwerbung (*self-promotion*) kommt für Personen des Typs-F weniger in Frage.

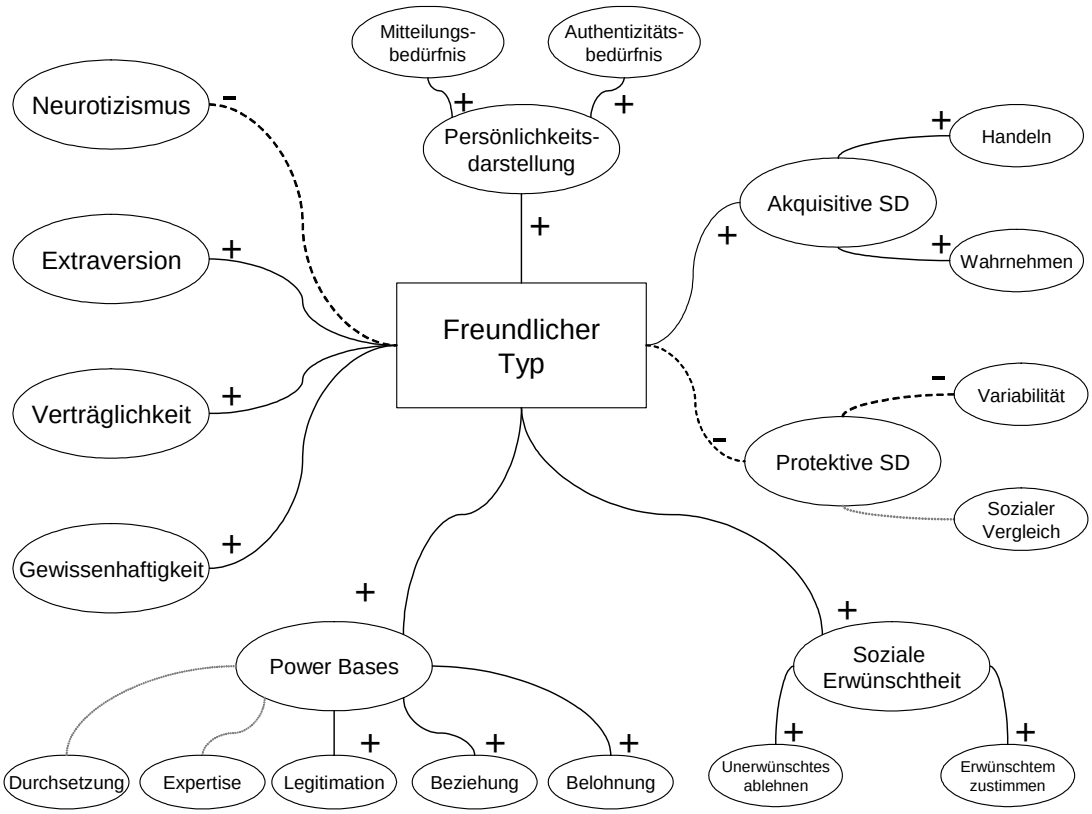

Abbildung 6.3-3 Merkmalsausprägungen des freundlichen Typs

Typ-F scheint durch sein wohldosiertes Selbstdarstellungsmuster besonders geschickt im Umgang mit vermittelten Selbstbildern zu sein. Er stellt selbstüberhöhende, aber auch selbstabwertende Techniken eher zurück und baut auf den Einsatz sozial akzeptierter freundlicher Selbstdarstellungstechniken. Mit dieser Selbstdarstellung geht eine überaus hohe soziale Erwünschtheit im Antwortverhalten einher, die das Streben nach sozialer Akzeptanz unterstreicht.

Nur der wenig-präsentierende Typ weist vergleichbar hohe überdurchschnittliche soziale Erwünschtheitswerte auf. Dennoch unterscheiden sich beide im Anteil der als Selbst- und Fremdtäuschung aufzufassenden Subkomponenten der sozialen Erwünschtheit: Hohe soziale Erwünschtheit zeigt sich beim Typ-WP vorwiegend durch weit überdurchschnittliche Leugnung unerwünschten Verhaltens, der Typ-F stimmt dagegen als einziger Selbstdarstellungstyp überdurchschnittlich erwünschtem Verhalten zu. Die oben dargestellte Subkomponente sozial erwünschten Zustimmens kann in Anlehnung an das Konzept von Sackeim und Gur (1978) unter der motivationalen SE-Perspektive als eher bewusste Eindrucksbildung interpretiert werden. Dieses Merkmal wird im Gegensatz zur Selbsttäuschung des wenig-präsentierenden Typs mit beschönigenden Ver-

zerrungen der Selbstbeschreibungen in Verbindung gebracht, um soziale Akzeptanz zu erlangen. Es ist allerdings zu beachten, dass die Fremdtäuschungshypothese von Crowne und Marlowe (1960) differenziert betrachtet werden muss, denn auch im Fremdurteil wirken Personen mit hoher Zustimmung zu sozial erwünschten Merkmalen vorteilhaft.

Daher beschreibt sich der freundliche Typ besonders einflussreich in Machtbereichen, die vorwiegend auf sozialer Akzeptanz beruhen. Die Einflussressourcen durch Legitimation, Identifikation und Belohnung zeigten sich in der Dimension sozialisierter Macht (vgl. Abschnitt 5.10) als besonderes Merkmal des Typs-F.

Zugleich ist wie bei keinem anderen Selbstdarstellungstyp eine erhöhte Motivation zur Persönlichkeitsdarstellung auf beiden Subskalen gegeben. Sowohl die Gefühlsdarstellung, z.B. eigene Gefühle anderen deutlich zu vermitteln, als auch Authentizität zu zeigen, kommt in dieser Deutlichkeit nur beim Typ-F zum Tragen.

Vertreter des freundlichen Selbstdarstellungstyps *spielen* nicht nur die Rolle des sozial Angepassten überzeugend: Sie sind davon überzeugt und willens, in der Darstellung des sozial Erwünschten sich selbst zu spielen und dieses Spiel gut zu beherrschen. In der Erfahrung, diese Kunst gut – also ohne auf breite Ablehnung zu stoßen – umzusetzen, können sie wiederum das eigene, präsentierte Selbstkonzept bestätigen. Versuchspersonen im Selbstdarstellungscluster des freundlichen Typs scheinen eine aus Innen- und wohl auch aus Außensicht wirksame Selbstdarstellung zu betreiben. Sie schreiben sich neben ihrer sozial wünschenswerten Darstellung konsistente Personmerkmale bzw. Eigenschaften, wie Verträglichkeit, emotionale Stabilität und Extraversion, zu. Die menschliche Doppelrolle, eine Erste- *und* eine Dritte-Person-Perspektive zu besitzen, also in der Theatermetapher als Schauspieler auch sich selbst gegenüber Publikum zu sein, kann für Personen dieser Gruppe zu der Identität führen, sich als geschickte Darsteller einer authentisch empfundenen Rolle zu sehen. Sie entfalten durch ihre aktive Selbstdarstellung – im Gegensatz zum wenig-präsentierenden Typ – ihr authentisch empfundenes Selbst in der Präsentation.

Nicht also die Maximierung der Funktionsausbeute durch den taktisch-massiven Einsatz von Darstellungstechniken ist das primäre Ziel dieser Selbstinterpretation, sondern eine Verschmelzung von gespielter Rolle, Authentizität und gesellschaftlicher Akzeptanz. Für Typ-F scheint seine Selbstdarstellung nicht das reaktive Anpassen an eine soziale Erwartungshaltung zu bedeuten. Die Bewusstheit, ein sehr guter Rollenspieler zu sein, kann durch die Überzeugungskraft eines unschlagbaren Drehbuchs – das der

sozialen Norm – zur selbstbewussten Inszenierung eines sozial angepassten Selbstkonzepts werden.

6.3.4 Der assertive Typ (Typ-A)

Im vierten Selbstdarstellungscluster lassen sich Personen zusammenfassen, deren Selbstdarstellung sich vorwiegend durch den Einsatz assertiver Techniken auszeichnet. Die Bezeichnung *assertiv* liegt bei diesem Typ, der weit überdurchschnittlich assertive Techniken freundlichen und selbstabwertenden vorzieht, auf der Hand. Im Vordergrund stehen damit für ihn die assertiven Techniken: *Eigenwerbung betreiben* (*self-promotion*), die eigene *Beispielhaftigkeit* betonen (*examplification*) und *andere abwerten* (*blasting*).

Die Intention beim häufigen Einsatz dieser Techniken ist in erster Linie, die eigene Person aufzuwerten. Dies geschieht auch über den Weg, andere abzuwerten und aus dem persönlichen Handeln einen normativen Anspruch abzuleiten. Somit wird eigenes Verhalten als Richtschnur und Handlungsnorm für andere betont, woraus dem Zweifel am eigenen Handeln präventiv die Grundlage entzogen wird. Nicht etwa eine extern repräsentierte Norm, an der sich der freundliche Typ orientiert, ist ein angestrebtes Kriterium, sondern der Erfolg gegenüber dem selbstdefinierten Anspruch. Wer selbst die Norm schafft, kann – soweit er in seinem Verhalten konsistent ist – kaum gegen diese Norm verstoßen. Diese Selbstüberzeugung zeigt sich entsprechend auch in den zugeschriebenen Ressourcen personalisierter Macht, die vorwiegend auf die eigene Überlegenheit bauen (vgl. Abbildung 5.10-2 Personalisierte und sozialisierte Macht der Selbstdarstellungstypen).

Die Selbstinterpretation richtet sich zentral auf die Konstruktion und Aufrechterhaltung einer „selbstbewussten“ Identität als Träger herausragender leistungsorientierter Eigenschaften. Verbunden ist damit auf den Komponenten des Self-Monitoring die Überzeugung hoher sozialer Kompetenz (Fähigkeit zur Änderung der Selbstdarstellung), ohne sich dabei von sozialen Rückmeldungen (protektiver sozialer Vergleich) beeinflussen lassen zu wollen. Entsprechend dieser selbstüberzeugten und pragmatischen Ich-zentrierten Normgebung werden Meinungsgegner, Kritiker oder Personen, die als unangenehm empfunden werden, aus einer an sich selbst wahrgenommenen Überlegenheit bekämpft und abgewertet. Wenn auch die Selbstdarstellungtechnik *Einschüchtern* (*intimidation*), also der Einsatz von Verhaltensweisen, die dazu dienen, als mächti-

ge und gefährliche Person wahrgenommen zu werden, nicht als aktive, d.h. clusterbildende Variable einbezogen wurde, so ist doch ihr hoher positiver Zusammenhang mit der Dimension assertiver Selbstdarstellung zu erwähnen. Der assertive Typ unterscheidet sich im häufigeren Einsatz von Einschüchterung deutlich vom wenigpräsentierenden und freundlichen Typ.

Tedeschi und Norman (1985) postulieren als Ziele assertiver Selbstdarstellung den langfristigen Aufbau von Selbstbildern wie Glaubwürdigkeit, Vertrauenswürdigkeit, Attraktivität, Kompetenz, Status und Prestige. Allerdings ist zu beachten, dass Tedeschi und Norman eine deutlich breitere Palette von Selbstdarstellungstechniken unter dem Begriff „assertiv“ zusammenfassen als in dieser vorliegenden empirisch begründeten Kategorisierung. Sie zählen neben den auch in den hier vorliegenden Studien berücksichtigten assertiven Techniken, wie *Eigenwerbung* (*self-promotion*) oder *Beispielhaftigkeit* (*exemplification*), auch Selbstdarstellungstechniken, wie *Einschmeicheln* (*ingratiation*) und *Hilfsbedürftigkeit* (*supplication*), dazu, die in der faktoriellen Klassifikation den selbstabwertenden Techniken zugeordnet wurden.

Es scheint sich beim favorisierten Einsatz assertiver Techniken um eine proaktive Verhaltensweise zu handeln, die das Selbst präventiv stabilisiert (vgl. auch Aspinwall & Taylor, 1997), indem eine Identität mit den Attributen eines hohen Selbstwerts und großer Leistungsfähigkeit in einer offensiven Form vermittelt wird. Das Streben nach sozialer Einbettung oder die Abhängigkeit von Aufwertungen durch andere, umgesetzt durch freundliche oder selbstabwertende Darstellungstechniken, wie *Entschuldigen* (*apology*), *Einschmeicheln* (*ingratiation*) oder *Liebenswürdigkeit* (*kindness*), treten dabei eher in den Hintergrund. Die Widerstandsfähigkeit des Selbstkonzepts gegen inkonsistente Selbstwahrnehmungen wird durch den häufigen Einsatz selbstwertstabilisierender Präsentationen als autarke und effektive Identität unterstützt. Sie zeigt sich darin, persönliche Einflussinteressen unnachgiebig und selbstüberzeugt durchzusetzen. Es ergibt sich daraus eine vereinheitlichte Darstellung von Mitteln und Zielen in einer direkten Präsentation eines hohen Selbstwertgefühls – einer Darstellungsform, die nicht nur auf hohen Einfluss und Überlegenheit abzielt, sondern diese Ziele auch in ungeschminkter oder gar übertriebener Form verdeutlicht.

Schütz (1998) fasst Personen, die sich offensiv, arrogant und überheblich ihren Interaktionspartnern gegenüber verhalten als „egoistische Selbstaufwerter“ zusammen. Sie verfügen über ein besonders hohes Selbstwertgefühl, das in Verbindung mit sozialer Aggressivität zu problematischem Sozialverhalten führen kann. Die Devise, wie sie

Schütz für egoistische Selbstaufwerter formuliert, könnte demnach umformuliert für Personen des Typs-A lauten: „Soweit andere sich nach meinen Wertmaßstäben verhalten, sind sie o.k., aber ich bin besser."

Der häufige Einsatz selbstaufwertender Darstellungstechniken geht dabei weniger aus der Überzeugung hervor, damit sozialen Erwartungen gerecht werden zu müssen (vgl. Abbildung 6.3-4, Soziale Erwünschtheit). Aus selbstbewusst definierten Verhaltensrichtlinien – Typ-A sieht sich selbst als nachahmenswertes Beispiel – handelt er entsprechend der eigenen Norm in seiner Selbstpräsentation korrekt. Eine geringe soziale Erwünschtheit des assertiven Typs erweist sich damit als Gegenmodell zum freundlichen Typ, dessen hohe Fremd- und Selbsttäuschung sich direkt gegenläufig zum Typ-A verhält. Beachtenswert ist die Ähnlichkeit in der niedrigen sozialen Erwünschtheit mit dem selbstabwertenden Typ, die allerdings vor dem Hintergrund der geringen Einflussüberzeugung des selbstabwertenden Typs in einem starken Kontrast zur hoch ausgeprägten personalisierten Macht – Überzeugung der persönlichen Überlegenheit – des Typs-A steht. Aufbau und Aufrechterhaltung eines hohen Selbstwerts, widergespiegelt in hoher personalisierter Macht, gehen im Gegensatz zum präsentierenden Typ beim assertiven mit Verhaltenskonsistenz (vgl. Abbildung 6.3-4 – Protektive SD und v.a. die geringe Variabilität) und einem relativ hohen Bedürfnis nach Authentizität einher.

Lediglich die assertiven Selbstdarsteller schreiben sich neben dem freundlichen Typ überdurchschnittliche Wahrnehmungskompetenzen zu. Sie sind im Gegensatz zum wenig-präsentierenden und selbstabwertenden Typ der Überzeugung, „gute Menschenkenner" zu sein (vgl. Abbildung 6.3-4 – Akquisitive SD, v.a. hohe selbstzugeschriebene Wahrnehmungskompetenz): Sie trauen ihrer Intuition beim Einschätzen von Interaktionspartnern und glauben z.B., die Gefühle und Motive des Gegenübers zu verstehen.

In der Eigenschaftsbetrachtung auf der Hauptskalenebene der Big Five unterscheiden sich die eher akquisitiven Selbstdarsteller des assertiven und freundlichen Selbstdarstellungstyps lediglich in der Verträglichkeit, dort allerdings in einer deutlich gegenläufigen Ausprägung. So weist Typ-A im Vergleich zu allen anderen Selbstdarstellungstypen eine geringere soziale Verträglichkeit auf. Diese äußert sich auf der Facettenebene des NEO-PI-R vor allem in der Zuschreibung von geringer Freimütigkeit, also einer stärker ausgeprägten Tendenz zu manipulieren, raffiniert und gerissen zu sein und über eine kalkulierende Cleverness zu verfügen. Berechnung und Raffinesse grenzt Typ-A am deutlichsten vom wenig-präsentierenden und freundlichen Typ ab. Geringer Altru-

ismus, also Ich-bezogen, egoistisch und selbstsüchtig zu sein, ist ein Merkmal, das der assertive mit dem selbstabwertenden Typ teilt.

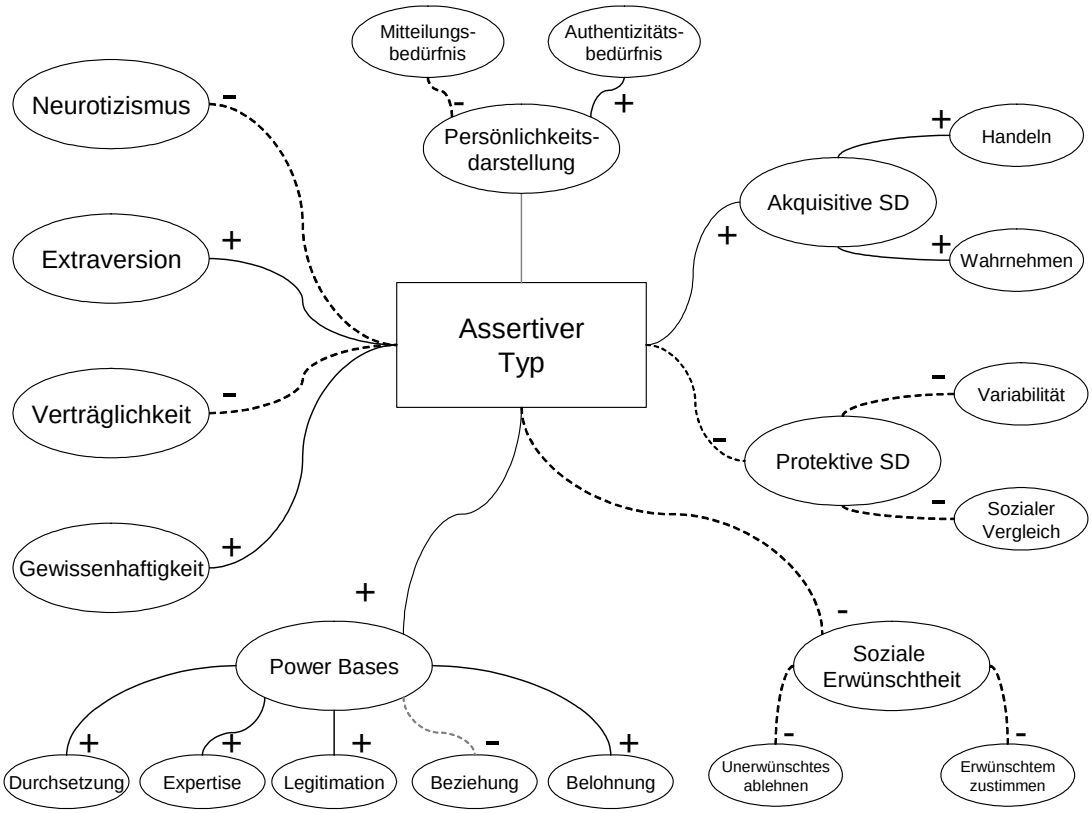

Abbildung 6.3-4 Merkmalsausprägungen des assertiven Typs

Das Merkmal Altruismus ist sowohl beim selbstabwertenden Typ als auch beim assertiven jeweils nur gering ausgeprägt. Dagegen steht Typ-A mit geringer Bescheidenheit dem hochbescheidenen selbstabwertenden Typ konträr entgegen und darüber hinaus unterscheidet er sich auch im geringen Entgegenkommen von allen anderen Selbstdarstellungstypen. So sieht er sich als narzisstisch, eingebildet und wichtigtuerisch, wie auch als dickköpfig, rechthaberisch und zänkisch an (vgl. Abbildung 5.6-10 – Dimension Verträglichkeit).

Mit diesem deutlich unnachgiebigen, antisozialen Selbstbild kann die klare Ausrichtung auf assertive Selbstdarstellung authentisch umgesetzt werden. Es besteht Konsistenz zwischen seiner aggressiv-assertiven Selbstdarstellung und den Eigenschaftsbeschreibungen, unverträglich und selbstbehauptend zu sein, die von Typ-A als Authentizitätsbedürfnis ausgedrückt wird (vgl. Abbildung 6.3-4 – Persönlichkeitsdarstellung). Doch fällt neben der hohen emotionalen Stabilität auf Hauptskalenebene des NEO-PI-R das uneinheitliche Facettenmuster auf: Typ-A nimmt sowohl höhere Reizbarkeit als

auch eine ausgeprägte Impulsivität an sich wahr, obwohl er sich daneben als gelassen, selbstsicher, zuversichtlich und äußerst robust empfindet.

Gegenüber dem wenig-präsentierenden und freundlichen Typ sind damit deutlich Merkmale der Affektkontrolle reduziert, die sich in Gereiztheit, Übellaunigkeit, Verbitterung, aber auch im Empfinden zeigen, genusssüchtig und leicht verführbar zu sein, sowie kaum den eigenen Bedürfnissen widerstehen zu können. Vor dem Hintergrund, aus dem eigenen Handeln einen normativen Anspruch abzuleiten, kann die Selbstinterpretation des Typs-A wohl auch Merkmale der Reizbarkeit und Impulsivität selbstaufwertend umdeuten, soweit die Gründe für diese Empfindungen und Verhaltensweisen extern attribuiert werden können.

Vergleichbar dem freundlichen Typ beschreibt sich Typ-A als hoch gewissenhaft. Das stärkste Unterscheidungsmerkmal gegenüber allen anderen Selbstdarstellungstypen weist er in der höchsten Zuschreibung eigener Kompetenzen auf, die der häufigen Eigenwerbung in der Selbstdarstellung entspricht. Im Vergleich zur schwachen Kompetenzzuschreibung des selbstabwertenden Typs unterscheidet sich Typ-A von diesem durch Selbstzuschreibungen hoher Selbstdisziplin und ausgeprägten Leistungsstrebens. Der assertive Typ lässt sich aus der Selbstdarstellungsperspektive zusammenfassend als herausfordernder Selbstaufwerter bezeichnen.

6.3.5 Der präsentierende Typ (Typ-P)

Personen, die ein weit überdurchschnittliches Maß im Einsatz aller Selbstdarstellungstechniken angeben, sind im fünften Cluster erfasst: Sie können als präsentierender Typ zusammenfassend beschrieben werden. Menschen dieses Typs verstehen sich wohl am deutlichsten als Rollenspieler. Mit großem Aufwand passen sie sich unter Einsatz aller ihnen zur Verfügung stehenden Mittel den jeweiligen Situationen an, um den größtmöglichen Einfluss beim Publikum zu erzielen. Vertreter des Typs-P scheinen dem soziologischen Modell Goffmans zuzuordnen zu sein, weil sie sich besonders stark darum bemühen, ihren sozialen Einfluss durch den vielfältigen und massiven Einsatz interaktional wirksamer Verhaltensweisen zu erweitern.

Orientiert an diesem funktionalen Effektmodell, das eine Steigerung der eigenen Wirkung zum Ziel hat, muss festgestellt werden, dass weder das eigene Subjekt – so wie man sich selbst sieht (vgl. Typ-WP) – noch eine konsistente Objektanpassung – im Sinne einer sozial erwünschten Ausrichtung (vgl. Typ-F) – zum Ausgangspunkt ihrer

Selbstinterpretation werden. Wie in keinem anderen Selbstdarstellungstyp äußert sich diese Darstellungsleistung in einer überragenden sozialen Einflussüberzeugung auf allen fünf Power-Bases. In der personalisierten Macht, die sich in direktem Überlegenheitsstreben äußert, liegt Typ-P gleichauf mit dem assertiven Typ. In Bezug auf sozialisierte Macht, deren Hauptgewicht auf dem sozialen Einfluss durch Identifikation liegt, entspricht Typ-P dem freundlichen Selbstdarstellungstyp. Eine deutliche Abgrenzung zeigt sich daher auf allen fünf Machtbasen gegenüber den sich eher als einflussschwach wahrnehmenden Selbstdarstellungsgruppen des wenig-präsentierenden und selbstabwertenden Typs.

Die Darstellung der eigenen Persönlichkeit ist in den gegenläufigen Ausprägungen der Subskalen Authentizitätsbedürfnis und Mitteilungsbedürfnis deutlich, die dem wenig-präsentierenden und assertiven Typ diametral entgegenstehen. Sowohl Typ-WP als auch Typ-A zeigen ein erhöhtes Authentizitätsbedürfnis bei zugleich geringerer Motivation, ihr affektives Selbst anderen deutlich zu machen. Typ-P äußert ein großes Mitteilungsbedürfnis von aktuellen Emotionen. Eigene Gefühle und Beweggründe zu vermitteln, ist ihm wichtiger, als der Ausdruck dessen, was er „wirklich ist“. Im Gegensatz zum selbstabwertenden Typ bemüht sich Typ-P stärker, die eigenen Gefühle und was ihn bewegt offen zu zeigen.

Im Konzept der „self-construction“ (vgl. Baumeister, 1982) wird auf das Bemühen hingewiesen, Idealbilder der eigenen Person zu vermitteln. Die Vermutung Schlenkers (1986), dass dieses Streben sich vorwiegend am internen Publikum (self-as-audience) orientiert, muss der starken Motivation, Inneres nach außen deutlich zu machen, nicht entgegenstehen. Vielmehr erweist sich die Selbstinterpretation des präsentierenden Typs als direkt kompatibel zum soziologischen Menschenbild Erving Goffmans (1959), für den das Selbst Ergebnis, nicht Ausgangspunkt der sozialen Szenen ist. Die vielfältige Selbstdarstellung des Typs-P wird ihm zur wirklichen Welt, indem er ausdrückt, als wer er in verschiedenen Situationen wirkungsvoll erscheinen möchte, um sich möglichst mit diesem dargestellten Bild zu identifizieren. Typ-P scheint im eigenen selbstdarstellungsbezogenen Selbstkonzept dem Bild des soziologischen Menschen im Effektmodell sehr nahe zu kommen – eine Person zu sein, die ihr Selbst in der Funktion sozialer Interaktionen Wirklichkeit werden sieht.

Dieses Darstellungsmuster entspricht innerhalb des Self-Monitoring-Modells dem High-Self-Monitorer, dem Typ des Selbstdarstellers, der darum bemüht ist, situationsflexibel und publikumszentriert verschiedene Rollen einzunehmen. Darin die Authenti-

zität zu finden bedeutet, sich als Vertreter des Typs-P als denjenigen zu empfinden, den man gerade inszeniert – eine Form der Authentizität ohne objektive Selbstkongruenz. Snyder bezeichnet diese Selbstdarsteller auch als soziale Chamäleons. Der starke Selbstüberwacher, wie er sich im präsentierenden Typ zeigt, passt demnach nicht nur sein Verhalten dem jeweiligen Publikum entsprechend an, er erkennt darin auch seine eigene Identität. Ein präsentiertes Selbst ohne Kern? Typ-P passt sein Auftreten und seine Einstellungen den Erfordernissen der Situation an und achtet darauf, wie er sich in sozialen Situationen ausdrückt und darstellt (vgl. Abbildung 6.3-5, akquisitive und protektive Selbstdarstellung). Ebenso interpretiert Snyder den High-Self-Monitorer:

> „The prototype of the high self-monitor is someone who is particularly sensitive to cues of the situational appropriateness of his or her social behavior and who uses the cues as guidelines for monitoring his or her behavior and self-presentations." (Snyder, 1974, S. 14).

Als motivationale Selbstdarstellungsbasis treiben den präsentierenden Typ sowohl akquisitive als auch protektive Beweggründe an, wie es auch charakteristisch für den High Self-Monitorer ist. Bei genauerer Betrachtung allerdings ist die Wahrnehmungssensibilität des Typs-P – also die Gewissheit, über eine ausgeprägte sozial kompetente Wahrnehmung zu verfügen – lediglich durchschnittlich. Dies entspricht nicht den Erwartungen, die dem klassischen High-Self-Monitorer nach Snyder (1974) zugeschrieben werden (vgl. Abschnitt 3.7.2).

Die Merkmale protektiver Selbstüberwachung des präsentierenden Typs sind dagegen sowohl im Wahrnehmungsbereich – Verhaltensnormen im sozialen Umfeld zu suchen und selbst umzusetzen – als auch im Handlungsbereich – sich situativ als andere Personen zu zeigen, um nicht anzuecken – deutlich. Im protektiven sozialen Vergleich hebt sich der Typ-P von allen anderen Selbstdarstellungstypen ab. Sogar der Typ-S, der zwar aufgrund seiner ausgeprägten protektiven situativen Variabilität ebenfalls stark motiviert ist, soziale Verluste zu vermeiden, richtet deutlich weniger Aufmerksamkeit auf soziale Vergleichsinformationen als der präsentierende Typ.

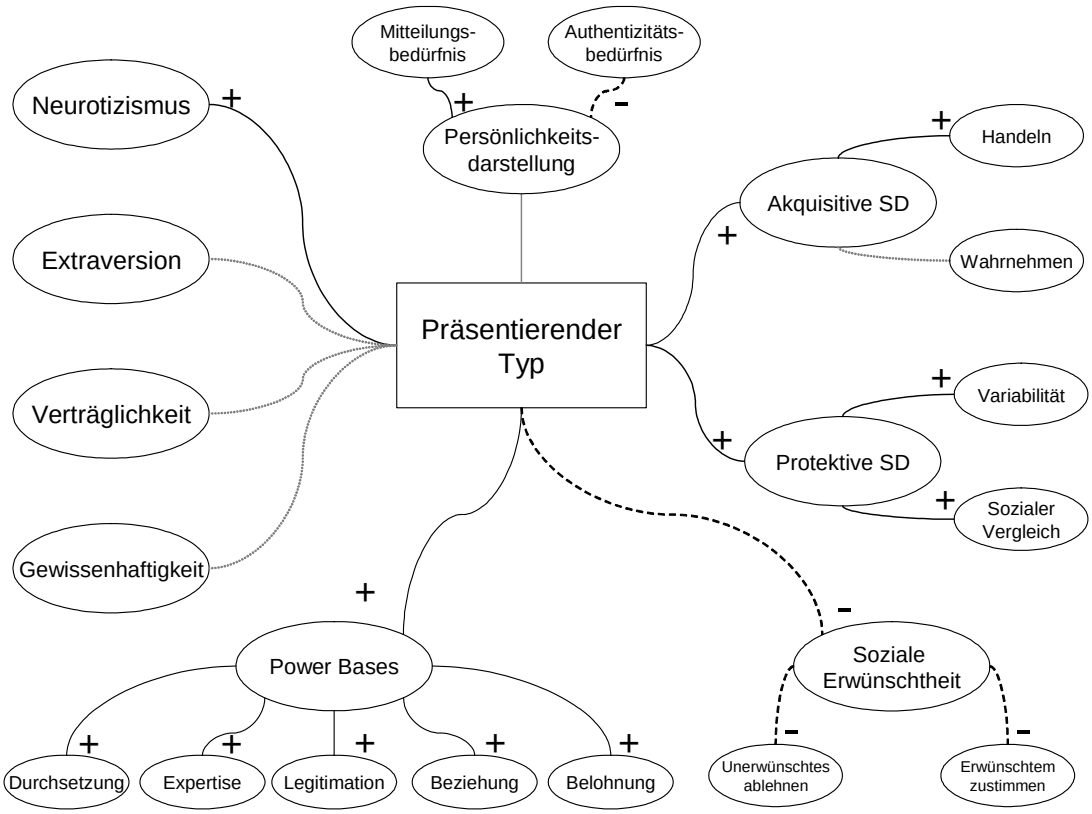

Abbildung 6.3-5 Merkmalskonfiguration des präsentierenden Typs

Kaum erwartet werden konnte aufgrund der hohen protektiven Selbstdarstellungsmotivation die geringe soziale Erwünschtheit der Typs-P. Im Gegensatz zum wenig-präsentierenden Typ und dem freundlichen Typ lehnt Typ-P sozial unerwünschte Merkmale seltener ab. Eine Darstellung, die als Selbsttäuschung interpretiert werden könnte, liegt bei diesem Typ demnach nicht vor.

Das Eigenschaftsmuster auf den Hauptdimensionen des NEO-PI-R ist bis auf den deutlich erhöhten Neurotizismus wenig markant. Merkmale wie Extraversion, Offenheit, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit sind im Verhältnis zu allen anderen Typen eher durchschnittlich ausgeprägt. Die „Normalität“ des Typs, d.h. des Mittelwertprofils dieses Selbstdarstellungs-clusters auf den vier Dimensionen der Big Five (außer Neurotizismus), geht dabei aber nicht auf eine erhöhte Varianz innerhalb der Gruppe zurück, sondern ist charakteristisch für die Gesamtgruppe des präsentierenden Typs.

Eine geringe emotionale Stabilität kommt auch beim selbstabwertenden Typ vor, womit sich Typ-S und Typ-P von den eher emotional stabileren Selbstdarstellungsclustern des wenig-präsentierenden, freundlichen und assertiven Typs deutlich unterscheiden. Wenn auch die Extraversion des Typs-P eher durchschnittlich ausgeprägt ist, so grenzt sie sich doch gegenüber der des selbstabwertenden Typs mit dessen niedriger

Ausprägung deutlich ab. Hinsichtlich der Eigenschaftsausprägung Verträglichkeit nimmt Typ-P eine moderate Position zwischen der hoch verträglichen Eigenschaftsbeschreibung des Typs-F und der besonders niedrigen sozialen Verträglichkeit des Typs-A ein.

Innerhalb des Typs-P zeigt sich somit in der eigenschaftsorientierten Beschreibung durch die Big Five – neben der hohen Ausprägung der emotionalen Labilität – kein weiteres hervorstechendes Mustermerkmal, das den grundsätzlich vorhandenen korrelativen Bezügen zu den verwendeten Selbstdarstellungstechniken nicht entspräche.

Aufgrund der starken interpersonellen Einflussversuche durch Selbstdarstellungstechniken wurde ein erhöhter Extraversionswert erwartet, der sich in erhöhter Aktivität, Geselligkeit und Durchsetzungsstärke zeigen könnte. Entgegen diesen Erwartungen erscheint Typ-P als ein emotional instabiler „Schauspieler“, der sein Rollenspiel weitgehend ohne festes Skript, das ihm durch Ich-bezogene Ziele (vgl. assertiver Typ) oder eine internalisierte soziale Norm (vgl. freundlicher Typ) vorliegen würde, kompetenzüberzeugt (vgl. Abbildung 6.3-5, Self-Monitoring) darzustellen weiß.

Bemerkenswert ist: Trotz der weitgehenden Unauffälligkeit der Eigenschaftsausprägungen – von der erhöhten emotionalen Instabilität abgesehen – schlägt sich die inszenierende und manipulierende Haltung des Typs-P auf der Facettenebene der Selbstbeschreibung im hierarchischen Modell des NEO-PI-R nieder. Wie auch der assertive Typ grenzt sich der präsentierende, der sich seines aktiven Rollenspiels bewusst ist, in der Verträglichkeitsfacette Freimütigkeit von den ersten drei Selbstdarstellungstypen – den Typen-WP, -S und -F – ab. Soziale Aggression scheint in diesem Bereich durch den bewussten Einsatz der Selbstdarstellungstechniken als taktierendes, kalkulierendes und raffiniertes Handeln im Selbstkonzept verankert zu sein und sich entsprechend in der Eigenschaftszuschreibung geringer Verträglichkeit auszudrücken.

6.4 Weiterführende Diskussionen und Kritik

6.4.1 Differenzierte Begriffsdefinition der Selbstdarstellung

Wenn auch die Selbstinterpretation beschönigende und übertreibende Selbstdarstellung beinhalten kann, so ist diese Form von bewusst verzerrender Inszenierung nur eine Variante aus der Vielfalt der vorliegenden Ergebnisse. Dieser Befund gründet sich nicht nur auf den Ergebnissen, dass es Typen von Selbstdarstellern sehr wichtig ist, ihre Selbstinterpretation frei von bestimmten Interaktionsmitteln der Eindruckslenkung zu halten (vgl. 6.3.1 Der wenig-präsentierende Typ (Typ-WP)). Vielmehr ist die habituelle Selbstdarstellung als interindividuell unterscheidbarer und dauerhaft wirksamer Teil der Persönlichkeitsbeschreibung aufzufassen.

Eine Unterscheidung zwischen Selbstinterpretation und der Selbstdarstellung im engeren Sinn, also der expliziten strategischen Eindrucksbildung durch den Einsatz von Selbstdarstellungstechniken, erscheint sinnvoll. Selbstdarstellungstechniken sind der ausdrückliche Versuch, in Interaktionen Einfluss auf Dispositionszuschreibungen zu nehmen. Implizit werden aber auch durch den Verzicht auf Selbstdarstellungstechniken bestimmte Dispositionszuschreibungen nahe gelegt. So wurden in dieser Arbeit negative Korrelationen zwischen assertiven Techniken, wie *Eigenwerbung* (*self-promotion*) oder dem *Abwerten anderer* (*blasting*), und den NEO-PI-R-Facetten Freimütigkeit sowie Bescheidenheit festgestellt (vgl. Tabelle 5.5-5).

Als Ergebnis wurde deutlich, dass Selbstdarstellung nicht auf eine publikumszentrierte Impression-Management-Sichtweise reduziert werden kann, um die differentiellen Ergebnisse erklären zu können. Vielmehr bilden Konfigurationen im Einsatz von Selbstdarstellungstechniken ein in sich schlüssiges funktionales Muster, das sich auch in den Selbstbeschreibungen innerhalb des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit widerspiegelt.

Die in dieser Untersuchung unterschiedenen Selbstdarstellungstypen (vgl. 6.3 Selbstdarstellungstypen und ihre Merkmalskonfigurationen) konnten unter ausgewählten Komponenten der Selbstinterpretation hinsichtlich ihrer Inhalte durch die spezifischen Persönlichkeitsbeschreibungen (vgl. 5.6 Selbstdarstellungstypen in Eigenschaftsbeschreibungen der Big Five), Stile der Selbstüberwachung bzw. Selbstdarstellungsmotivationen (vgl. 5.7 Self-Monitoring und habituelle Selbstdarstellung), Einflussüberzeugungen (vgl. 5.10 Sozialer Einfluss), Orientierung an sozialen Normen (vgl. 5.8.4

Typenunterschiede der sozialen Erwünschtheit) und ihres Motivs der Persönlichkeitsdarstellung (vgl. 5.9 Persönlichkeitsdarstellung) beschrieben und unterschieden werden.

Zur Klärung des funktionalen Zusammenhangs zwischen Persönlichkeitseigenschaften und Selbstdarstellung waren sowohl Inhalt als auch Intensität der Selbstdarstellung, also welche Techniken wie häufig genutzt werden, relevant. Die Konfiguration bestimmter Selbstdarstellungstechniken spielte die zentrale Rolle für die Interpretation der Ausprägungsunterschiede von Persönlichkeitseigenschaften zwischen den Selbstdarstellungstypen.

So zeichnet sich z.B. der wenig-präsentierende Typ im Wesentlichen durch den weitgehenden Verzicht gegenüber der Nutzung von Selbstdarstellungstechniken aus. Andere, wie der selbstabwertende, der freundliche und der assertive Typ charakterisieren sich gerade durch die primäre Nutzung der gleichnamig zusammengefassten Selbstdarstellungstechniken. Der präsentierende Selbstdarstellungstyp dagegen grenzt sich von allen anderen Selbstdarstellungsgruppen durch den intensivierten Einsatz sämtlicher Selbstdarstellungstechniken ab. Selbstdarstellungstypen, die sich in Motiv, Ziel und Stil ihrer Selbstdarstellungsintentionen voneinander trennen lassen, drücken sich auch in ihrer Eigenschaftsbeschreibung auf den Merkmalsdimensionen des Fünf-Faktoren Modells entsprechend verschieden aus.

6.4.2 Selbstdarstellung, Big Five und die lexikalische Hypothese

Ein theoretischer Ausgangspunkt, Selbstdarstellungs- und Eigenschaftsansatz miteinander vereinbaren zu können, lag in der lexikalischen Hypothese, nach der sich besonders wichtige und nützliche Interaktionsmerkmale in der Sprache niedergeschlagen haben (vgl. 2.2.2 Die lexikalische Hypothese und das Zwischenmenschliche). Im Rahmen der lexikalischen Forschungstradition wurden die Big Five entwickelt, die in der psychometrisch orientierten Persönlichkeitsforschung in Selbstbeschreibungsverfahren, beispielsweise im NEO-PI-R, umgesetzt wurden. Unterschiede in Bezug auf die Beschreibung von Persönlichkeitseigenschaften entstanden nach der Auffassung Goldbergs (1981), um zwischenmenschlichen Anforderungen, wie dem Beitrag zum Überleben der Gruppe oder der erfolgreichen Fortpflanzung, zu dienen. Auch Buss (2000) sieht in der Struktur der Big Five eine „social landscape“, die sich als universell erfolgreiche Orientierungshilfe für Persönlichkeitsäußerungen von Menschen etabliert hat. Nach diesen Interpretationen sind z.B. Eigenschaften, wie Dominanz, Freundlichkeit und emotionale

Stabilität, von besonderer Bedeutung für die Partnerwahl – Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit vor allem wichtig für das Überleben der Gruppe.

Wenn Personen motiviert und fähig sind, in ihrer Selbstdarstellung ein aus evolutionspsychologischer Sicht „optimales Reproduktions- und Gesellschaftswesen“ abzugeben, lässt sich aus Goldbergs Fragen gegenüber fremden Personen (vgl. 2.2.2 Die lexikalische Hypothese und das Zwischenmenschliche) leicht ein universelles Skript für eine möglichst wünschenswerte Persönlichkeit konstruieren: Die darzustellende Person ist weder zu dominant noch zu passiv (mäßige Extraversion), eher freundlich als abweisend (hohe Verträglichkeit), eher ausgeglichen als launisch (geringer Neurotizismus), eher zuverlässig als unzuverlässig (hohe Gewissenhaftigkeit) und eher interessiert als stumpf (hohe Offenheit für Erfahrungen).

Ein solches Zerrbild entspricht naiven Vorstellungen gegenüber Selbstdarstellung, die ein universelles Darstellungsmuster implizieren, nach dem sich Menschen generell richten. Eine evolutionspsychologische und vergleichbare soziologische „Monokultur“ als Selbstdarstellungsuniversalie anzunehmen, entspricht nicht der in dieser Arbeit gezeigten empirischen Differenziertheit menschlicher Selbstdarstellung. Sie unterscheidet sich nicht nur im Ziel, sondern auch hinsichtlich ihrer Inhalte, Formen und Motive. So ist es Menschen langfristig meist sehr wichtig, einen ausreichend hohen Zusammenhang zwischen dem wahrgenommenen Selbstbild und dem anderen gegenüber vermittelten Eindruck zu wahren, auch wenn sich diese Parallelität nicht immer in einem Bedürfnis nach Persönlichkeitsdarstellung (vgl. auch Abschnitt 6.4.3 und 5.9) äußern muss.

Unter der Instruktion, ein möglichst positives Bild ihrer Person abzugeben (so genannte faking-good-Instruktionen), sind Menschen auf Anweisung durchaus in der Lage, sich insgesamt als extravertierter, emotional stabiler, offener, gewissenhafter und verträglicher zu beschreiben (vgl. Paulhus, 1995). Die Ergebnisse aus faking-Instruktionen bieten jedoch nur wenig Erklärung an, wie interindividuelle Unterschiede der Selbstdarstellung in Bezug auf Eigenschaftsbeschreibungen auf den Big Five aufzufassen sind.

Wenn Selbstdarstellung Einfluss auf die Dispositionszuschreibung durch andere, aber auch auf das eigene Selbstkonzept hat, daneben jedoch Selbstbilder für unsere Selbstdarstellung ein wesentliches Merkmal unserer Person darstellen, sollte es möglich sein, spezifische Konstellationen zwischen Ausprägungen auf dem Fünf-Faktoren Modell und der Nutzung bestimmter Selbstdarstellungsformen aufzuzeigen – so lautete die

Haupthypothese dieser Arbeit (vgl. 3.6 Persönlichkeitseigenschaften als Korrelate habitualisierter Selbstdarstellung).

Meiner Einschätzung nach wurde in der lexikalischen Forschungstradition kaum berücksichtigt, dass eine Reihe von Persönlichkeitseigenschaften in einigen Ausprägungen besonders eng an die erwartete und ausgelöste Wirkung in Interaktionen gekoppelt sind. Wie kann sich eine Person etwa als besonders gesellig und herzlich beschreiben, wenn sie für diese Überzeugung nicht eine Stabilisierung dieses Selbstkonzepts durch Erlebnisse im eigenen Handeln erfahren hätte? Vor allem einzelne Facetten der Extraversion und Verträglichkeit stehen korrelativ relativ eng mit den wahrgenommenen Resultaten der eigenen Präsentation in Verbindung, so z.B. Verträglichkeit mit der Selbstdarstellungstechnik *Entschuldigen* (*apology*) oder die Zuschreibung von Herzlichkeit mit der Technik der *Selbstoffenbarung* (*self-disclosure*), (vgl. 5.5.1 Korrelationen von Persönlichkeitseigenschaften mit Selbstdarstellungstechniken).

Unterschiede in den Eigenschaftsausprägungen der Big-Five-Dimensionen und die damit eng verknüpften Selbstdarstellungstypen erscheinen daher als Resultat wiederkehrender Interaktionsprozesse und als Korrelate der abgezielten Wirkungen der Selbstdarstellung. Persönlichkeitseigenschaften können aus der Betrachtung der Selbstinterpretation als „geronnene“ Interaktionen gesehen werden (vgl. Laux et al. 2004, S. 90). Selbstinterpretation und Eigenschaftszuschreibungen gehen demnach in einer habituellen Selbstdarstellung ineinander über.

6.4.3 Persönlichkeitsdarstellung – Authentizität und Mitteilungsbedürfnis

Mit dem Anliegen, Selbstdarstellung in ihrer langfristigen Form zu erfassen, lag das Hauptaugenmerk zunächst auf Inhalt und Form des Dargestellten. Eine unweigerlich aufkommende Frage ist die nach der Authentizität: Liegt der Selbstdarstellung die Intention des Akteurs zugrunde, sich selbstkongruent zu verhalten – sich so zu zeigen, wie er sich selbst sieht? Da eine mögliche Prüfung dieser Kongruenz nur im potenziellen Zugriffsbereich des handelnden Menschen steht, ist das Ausmaß der Übereinstimmung zwischen Dargestelltem und „wahrer“ Persönlichkeit für Interaktionspartner eine Unbekannte. Doch für die Selbstinterpretation des Akteurs ist wahrgenommene und präsentierte Echtheit im Ausdruck der eigenen Person häufig von zentraler Bedeutung. Als ein besonderes Selbstdarstellungsmotiv wurde das Bestreben, sich authentisch zu zeigen,

mit dem Konstrukt Persönlichkeitsdarstellung erhoben (vgl. 2.5.6 Persönlichkeitsdarstellung und 4.6 Erfassung von Persönlichkeitsdarstellung).

Persönlichkeitsdarstellung hatte in der Aufteilung in die beiden Subskalen – *Authentizitätsneigung* und *Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen* – differenzierende Funktion auf Beschreibungen von Selbstdarstellung und Persönlichkeitseigenschaften. Eine besondere Neigung zur starken Darstellung von Gefühlen, nicht aber von Authentizitätsneigung, nutzte der präsentierende Typ – er tritt in seiner häufigen und vielfältigen Selbstpräsentation dramatisierend und emotional auf, ohne dabei besonderen Wert darauf zu legen, seine „wirkliche“, „echte“ Persönlichkeit zu präsentieren.

Die Interpretation des Merkmals Persönlichkeitsdarstellung erweist sich jedoch als schwierig. Schon die Bezeichnung und Umsetzung der Skala erscheint problematisch, da die Frageninhalte von der Vorstellung ausgehen, Personen empfänden etwas Einheitliches darin, das sie als wahre oder wirkliche Persönlichkeit auszeichnet – diese drückt sich aber gerade in unterschiedlichen Selbstdarstellungstendenzen einzelner Techniken aus. So kann eine Person darin „wirklich“ und eben authentisch sein, ihre Schauspielernatur zum Besten zu geben. Gerade im Übertreiben und sich aktiv in den Mittelpunkt stellen entsteht für den assertiven Typ Authentizität – ähnlich, wie es dem präsentierenden Typ in starker Gefühlsdarstellung ergeht, wenn er sich im häufigen Einsatz verschiedenster Selbstdarstellungstechniken präsentiert. Es ist also schwierig, eine Grenze zwischen Beschönigung, Selbstidealisierung und authentischer Darstellung zu ziehen. Zweifellos befindet sich selbst der präsentierende Typ noch im authentischen Bereich, wenn er in seinem eher als Bühnenspiel wahrgenommenen Leben aus einem großen Rollenrepertoire die für ihn scheinbar günstigste Rolle auswählt, ohne dabei hohe Authentizitätsneigung zu demonstrieren, denn:

> „He will put his best foot forward, but it is nevertheless his foot“
> (Jones & Pittman, 1982, S. 253).

Wenn das Selbstbild von Personen stark durch freundliche und assertive Formen der Selbstinszenierung definiert wird (vgl. Abschnitt 6.3.3 bis 6.3.5), indem entweder ein hohes Mitteilungsbedürfnis, ein hohes Authentizitätsbedürfnis oder beides angegeben wird, spiegelt sich gerade darin der Ausdruck ihrer Selbstinterpretation gegenüber Authentizität wider.

6.4.4 Implikationen für die selbstdarstellungs- und eigenschaftstheoretische Perspektive

Einen bestimmten Eindruck bei anderen zu erzeugen, ist unausweichlich; ungeachtet dessen, ob wir uns selbst darstellen oder ohne explizite Intention verhalten. Welches Bild wir allerdings von uns langfristig aktiv vermitteln, ist ein Produkt unserer Selbstinterpretation, die sich durch die Auswahl, Gestaltung und Wiedergabe faktischer und potenzieller Selbstbilder im Einsatz von Selbstdarstellungstechniken äußert (vgl. Abschnitt 2.5.7). Selbstdarstellungstechniken konnten als intentionale, d.h. ziel- und absichtsgeleitete Handlungen zur Präsentation von Selbstbildern definiert werden.

Selbstdarstellung wurde als intentional aufgefasst, wenn der Akteur sein Handeln als Bemühen interpretiert, durch den Einsatz von Selbstdarstellungstechniken bestimmte Selbstbilder zu vermitteln. Nur so ist sinnvoll von aktiv intentionaler Selbstdarstellung zu sprechen, die eingesetzt wird, um bestimmte Eindrücke bei anderen oder sich selbst gegenüber zu erzeugen.

Im Ansatz der Selbstinterpretation lassen sich die Ergebnisse dieser Arbeit wie folgt zusammenfassen:

Wenn Personen ihre eigene Selbstdarstellung beschreiben, orientieren sie sich in ihrer Selbstinterpretation an Ausprägungen ihrer Selbstbilder, wie sie sich in den Ausprägungen von Persönlichkeitseigenschaften des FFM zeigen (vgl. Abschnitt 6.3). Personen repräsentieren in ihrer spezifischen Präferenz bzw. Ablehnung gegenüber bestimmten Selbstdarstellungstechniken eine Parallele zu distinkten Ausprägungsmustern in ihrer Persönlichkeitsbeschreibung. Daraus kann geschlossen werden, dass die Selbstwahrnehmung über die vermutete oder erhoffte Wirkung der Selbstdarstellung mit der Selbstbeschreibung von Eigenschaften im Persönlichkeitsfragebogen einhergeht. Menschen tendieren also dazu, an sich selbst wahrgenommene Persönlichkeitseigenschaften in vergleichbarer Weise durch Selbstdarstellung auch anderen gegenüber als Eindruck ihrer Person induzieren zu wollen. Selbstwahrgenommene Merkmale werden in intentionale Selbstdarstellung transformiert. Aus der Perspektive des eigenschaftstheoretischen Modells lässt sich die absichtsvolle Selbstdarstellung in ihren Zusammenhängen spezifischer Merkmalskonfigurationen ebenfalls im Rahmen des Selbstinterpretationsansatzes erklären.

Selbstinterpretation wird als innerpsychischer produktiver Prozess angesehen, in dem Selbstbilder, Motive und Kompetenzen in ihrer individuellen Konfiguration als relativ stabile habituelle Konzepte aufgefasst werden (vgl. Laux, 1992, bzw. Abschnitt 2.5.7 Selbstinterpretation).

Der eigenschaftstheoretische Ansatz allein kann die Variation in der Selbstdarstellung nur sehr bedingt erklären (vgl. Abschnitt 5.5.3). Variablenzentrierte Methoden, wie Regressionsanalysen konnten durch die Eigenschaftsausprägungen des Fünf-Faktoren-Modells auf Hauptskalenebene nur eine relativ geringe Varianz im Einsatz von Selbstdarstellungstechniken aufklären.

Selbstdarstellung als Prozess der Persönlichkeit zu interpretieren, stützt sich auf die aktive Funktion, sich durch Selbstdarstellungstechniken absichtsvoll zu präsentieren. Ob allerdings Selbstdarstellungsziele wahrgenommenem Verhalten im Nachhinein zugeschrieben werden, ist durch das methodische Vorgehen der vorliegenden Untersuchungen dieser Arbeit nicht abschließend zu klären. Vor allem die verwendete Methode, um den Einsatz von Selbstdarstellungstechniken durch Häufigkeitseinschätzungen in der Retrospektive zu bestimmen, kann durch „Filter“ der Selbstwahrnehmung vor dem Hintergrund zentraler Selbstkonzepte gegebenenfalls verzerrend hinsichtlich einer objektivierenden Verhaltensbeobachtung sein. Dagegen kann eingewendet werden, dass eine selektive Selbstwahrnehmung die wichtigen Identitätsdimensionen auch besonders hervortreten lässt, indem persönlichkeitsinkonsistente Erfahrungen mit der eigenen Person automatisiert weniger gut erinnert werden.

So bleibt die Frage für künftige Untersuchungen offen, ob mit den Selbstdarstellungsintentionen, wie sie durch die Persönlichkeitsbeschreibung im Einsatz von Selbstdarstellungstechniken erfasst wurden, zugrunde liegende „wahre“ Motive für das Verhalten erfasst werden oder ob es sich um nachträglich konstruierte Absichten handelt, die „lediglich“ innerpsychisch die Selbstinterpretation abrunden und damit das Selbstkonzept konsistent halten. Unter dieser Perspektive können sowohl Persönlichkeitsbeschreibungen auf Eigenschaftsdimensionen als auch der selbstbeschriebene Einsatz von Selbstdarstellungstechniken gleichermaßen die Illusion einer in sich stimmigen Selbstinterpretation ermöglichen. Laux (2003) zitiert Müller-Freienfels mit den Worten, die

die Selbsttäuschungsmöglichkeit der individuumszentrierten Selbstdarstellung verdeutlichen:

> „Wo er [der Mensch] nicht die Realität einer Harmonie zwischen seinem Ich und der Welt erreichen kann, lässt er sich mit der Illusion genügen. Und um diese Illusion aufrechtzuerhalten, verhält er sich selbst so, als ob die Illusion Wirklichkeit wäre. Das heißt, statt sein Leben in roher Wirklichkeit zu leben, inszeniert er für sich selbst und seinesgleichen ein ideelles Schauspiel, dessen Nichtrealität er „verdrängt“. Es gehört zu den merkwürdigsten Geheimnissen der Seele, dass das möglich ist; die Seele täuscht sich über sich selbst, um diese kunstvolle Illusion durchzuführen. Sie täuscht nicht nur andere, sondern vor allem sich selbst!“ (1927, S. 234; zitiert nach Laux, 2003, S. 252).

7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 5.3-1 Elbow-Kriterien am F-Max- und PRE2-Wert.....179
Abbildung 5.4-1 Darstellung der Cluster im dreidimensionalen Koordinatenraum ...183
Abbildung 5.4-2 Selbstdarstellungsfaktoren über die fünf Selbstdarstellungscluster.184
Abbildung 5.4-3 Ausprägungen der elf Selbstdarstellungstechniken über die fünf Cluster.....188
Abbildung 5.5-1 Screeplot der gemeinsamen Faktorenanalyse NEO-PI-R Facetten und Selbstdarstellungsskalen.....201
Abbildung 5.6-1 NEO-PI-R Hauptskalen über die fünf Selbstdarstellungstypen.....209
Abbildung 5.6-2 NEO-PI-R Facetten der Dimension Neurotizismus über die Cluster.....210
Abbildung 5.6-3 NEO-PI-R Facetten der Dimension Extraversion über die Cluster.....211
Abbildung 5.6-4 NEO-PI-R Facetten der Dimension Offenheit für Erfahrungen über die Cluster.....212
Abbildung 5.6-5 NEO-PI-R Facetten der Dimension Verträglichkeit über die Cluster.....213
Abbildung 5.6-6 NEO-PI-R Facetten der Dimension Gewissenhaftigkeit über die Cluster.....214
Abbildung 5.6-7 Profildarstellung der Eigenschaften des wenig-präsentierenden Typs.....215
Abbildung 5.6-8 Profildarstellung der Eigenschaften des selbstabwertenden Typs ...217
Abbildung 5.6-9 Profildarstellung der Eigenschaften des freundlichen Typs 219
Abbildung 5.6-10 Profildarstellung der Eigenschaften des assertiven Typs.....223
Abbildung 5.6-11 Profildarstellung der Eigenschaften des präsentierender Typ 226
Abbildung 5.6-12 Typenzuordnung der Eigenschaften auf den Dimensionen Extraversion und Neurotizismus.....231
Abbildung 5.7-1 Akquisitive und Protektive Selbstüberwachung über die Selbstdarstellungstypen 238
Abbildung 5.7-2 Self-Monitoring-Konstrukte über die Selbstdarstellungstypen 239
Abbildung 5.8-1 Gruppenunterschiede sozialer Erwünschtheit.....251
Abbildung 5.9-1 Persönlichkeitsdarstellung, Subskalenwerte Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen und Authentizitätsbedürfnis über die Selbstdarstellungscluster.....258
Abbildung 5.10-1 Ausprägungen Power-Bases über die Selbstdarstellungscluster.....266
Abbildung 5.10-2 Personalisierte und sozialisierte Macht der Selbstdarstellungstypen 267
Abbildung 6.3-1 Merkmalskonfiguration des wenig-präsentierenden Typs.....276
Abbildung 6.3-2 Merkmalskonfiguration des selbstabwertenden Typs.....279
Abbildung 6.3-3 Merkmalsausprägungen des freundlichen Typs.....284
Abbildung 6.3-4 Merkmalsausprägungen des assertiven Typs.....289
Abbildung 6.3-5 Merkmalskonfiguration des präsentierenden Typs.....293

8 Tabellenverzeichnis

Tabelle 2.2-1 Hauptskalen und Facetten des NEO-PI-R 31
Tabelle 2.5-1 Strategische Selbstdarstellungskategorien nach Jones und Pittman (1982) 49
Tabelle 2.5-2 Vierfelderschema der Selbstdarstellungstechniken nach Tedeschi und Norman (1985)....51
Tabelle 3.1-1 Inhaltliche Ähnlichkeiten zwischen Selbstdarstellungstechniken und den Faktoren bzw. Facetten des NEO-PI-R....82
Tabelle 4.1-1 Stichproben der Studien 1 bis 3 95
Tabelle 4.1-2 Verteilung der Teilnehmer in Studie 2 über verschiedene Studienfächer 96
Tabelle 4.2-1 Adjektivskala Neurotizismus....99
Tabelle 4.2-2 Adjektivskala Extraversion....99
Tabelle 4.2-3 Adjektivskala Offenheit für Erfahrungen 100
Tabelle 4.2-4 Adjektivskala Verträglichkeit....100
Tabelle 4.2-5 Adjektivskala Gewissenhaftigkeit 100
Tabelle 4.2-6 Varimax-rotierte Faktorenstruktur der fünf Adjektiv-Kurzskalen und der NEO-PI-R Faktoren....101
Tabelle 4.2-7 Korrelation der NEO-PI-R Hauptskalen mit den Big Five Adjektiv-Kurzskalen 102
Tabelle 4.3-1 Definitionen der fünf Einflussmöglichkeiten (power-bases)....105
Tabelle 4.3-2 Obliminrotierte Mustermatrix über die 27 Items zur Erfassung der Quellen sozialen Einflusses 106
Tabelle 4.3-3 Skalenwerte: Einfluss mittels Durchsetzung 108
Tabelle 4.3-4 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Expertise 109
Tabelle 4.3-5 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Legitimierung 110
Tabelle 4.3-6 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Beziehung 111
Tabelle 4.3-7 Skalenwerte: Einflussmöglichkeit durch Belohnung....112
Tabelle 4.3-8 Interkorrelation der Skalen Sozialer Einfluss (N=325) 112
Tabelle 4.4-1 Soziale Erwünschtheitsskala (SES-17) nach Stöber (1999) 115
Tabelle 4.5-1 Komponenten der Self-Monitoring Konstrukte....116
Tabelle 4.5-2 Selbstdarstellungskompetenz (Ability to modify self-presentation – amsp)....117
Tabelle 4.5-3 Wahrnehmungssensibilität (Sensitivity to expressive behaviour of others - sebo) 118
Tabelle 4.5-4 Protektiver sozialer Vergleich (Attention to social comparison information – asci)....118
Tabelle 4.5-5 Protektive Variabilität (Crossituational variability) 119
Tabelle 4.5-6 Rotierte Komponentenmatrix der Self-Monitoring Variablen....119
Tabelle 4.5-7 Korrelation der vier Subskalen akquisitiver und protektiver Selbstdarstellung....120
Tabelle 4.5-8 Hauptachsen-Faktorenanalyse mit den vier Skalen....121
Tabelle 4.6-1 Skala Persönlichkeitsdarstellung 122
Tabelle 4.7-1 Items der self-presentation tactics scale....124
Tabelle 4.8-1 Mustermatrix der elf Komponenten der 103 Selbstdarstellungsitems....138
Tabelle 5.1-1 Selbstdarstellungstechnik Eigenwerbung 147

Tabelle 5.1-2 Selbstdarstellungstechnik Entschuldigung (apology) 149
Tabelle 5.1-3 Skala Untertreibung (understatement) 150
Tabelle 5.1-4 Skala Selbstoffenbarung (self-disclosure) 152
Tabelle 5.1-5 Skala Einschüchterung (intimidation) 154
Tabelle 5.1-6 Skala Beispielhaftigkeit (exemplification) 155
Tabelle 5.1-7 Skala Abwerten (blasting) 156
Tabelle 5.1-8 Liebenswürdigkeit (kindness) 158
Tabelle 5.1-9 Selbstbehinderung (self-handicapping) 160
Tabelle 5.1-10 Skala Rechtfertigung (justification) 161
Tabelle 5.1-11 Skala Einschmeicheln (ingratiation) 164
Tabelle 5.1-12 Aufsteigende mittlere Ausprägungen der Skalen habitueller Selbstdarstellung 165
Tabelle 5.1-13 Korrelation der Selbstdarstellungsskalen in der Hauptstudie (N = 325) und der Reteststudie (N = 66) 166
Tabelle 5.2-1 Mustermatrix aus elf Primärskalen der Selbstdarstellung 169
Tabelle 5.2-2 Mustermatrix der neun ausgewählten Selbstdarstellungsskalen 171
Tabelle 5.2-3 Interkorrelation der Komponentenindizes 172
Tabelle 5.3-1 Verlauf der Maßzahlen nach agglomerativer Ward-Fusionierung (N = 325) 178
Tabelle 5.3-2 Replizierbarkeit der Clusterzahl in Zufallssubstichproben 181
Tabelle 5.4-1 z-Werte der endgültigen Clusterlösung (N=325) 182
Tabelle 5.4-2 Effektgrößen zwischen den Clustern auf den Selbstdarstellungsvariablen 189
Tabelle 5.5-1 Korrelation zwischen NEO-PI-R Hauptskalen mit den Selbstdarstellungstechniken 194
Tabelle 5.5-2 Korrelation zwischen Dimension Neurotizismus und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken 195
Tabelle 5.5-3 Korrelation zwischen Extraversion und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken 196
Tabelle 5.5-4 Korrelation zwischen Dimension Offenheit für Erfahrungen und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken 197
Tabelle 5.5-5 Korrelation zwischen Dimension Verträglichkeit und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken 198
Tabelle 5.5-6 Korrelation zwischen Dimension Gewissenhaftigkeit und deren Facetten mit den Selbstdarstellungstechniken 199
Tabelle 5.5-7 Rotierte Komponentenmatrix der gemeinsamen Hauptkomponentenanalyse 202
Tabelle 5.6-1 Big-Five-Dimensionen in spezifischen Ausprägungsmustern über die Selbstdarstellungstypen 230
Tabelle 5.6-2 Beschreibung der Temperamentstypen in der Zuordnung auf den zwei Persönlichkeitsdimensionen Extraversion und Neurotizismus 232
Tabelle 5.6-3 Die Fünf Selbstdarstellungstypen eingeordnet im Vier-Felder-Schema 232
Tabelle 5.7-1 Korrelation der Self-Monitoring-Skalen mit Selbstdarstellungstechniken 236
Tabelle 5.8-1 Beispielitems aus dem self-deception und other-deception questionnaire von Gur und Sackeim (1979) 240
Tabelle 5.8-2 Beispielitems aus der Marlowe-Crowne Social Desirability Scale (M-CSDS), (1960) 241

Tabelle 5.8-3 Zwei Faktoren des Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR) von Pauhus (1984) 241
Tabelle 5.8-4 Die Soziale Erwünschtheitsskala (SES-17) nach Stöber (1999), gegliedert nach abzulehnenden und zuzustimmenden Items 243
Tabelle 5.8-5 Interpretationsaspekte der Bereiche Ablehnen und Zustimmen 244
Tabelle 5.8-6 Korrelation der RSM und CAS mit der Sozialen Erwünschtheitsskala SES-17 und deren Subskalen 246
Tabelle 5.8-7 Korrelationsdifferenzen der Zustimmen-Ablehnen-Skalen gegenüber Persönlichkeitseigenschaften 248
Tabelle 5.8-8 Korrelationen sozialer Erwünschtheit und Selbstdarstellungstechniken 249
Tabelle 5.9-1 Faktorielle Struktur der Skala Persönlichkeitsdarstellung 252
Tabelle 5.9-2 Itemwerte der Skala Mitteilungsbedürfnis von Gefühlen bzw. Gefühlsdarstellung 253
Tabelle 5.9-3 Itemwerte der Skala Authentizitätsbedürfnis 253
Tabelle 5.9-4 Diskriminative Korrelationsunterschiede der Komponenten von Persönlichkeitsdarstellung 254
Tabelle 5.9-5 Korrelationen Big-Five-Adjektivskalen mit Persönlichkeitsdarstellung 255
Tabelle 5.9-6 Korrelationen Selbstdarstellungstechniken mit Persönlichkeitsdarstellung 256
Tabelle 5.9-7 z-Werte der Persönlichkeitsdarstellung und ihrer Subskalen über die Cluster 257
Tabelle 5.10-1 Interkorrelation der Skalen Sozialer Einfluss (N=325) 260
Tabelle 5.10-2 Promax rotierte Faktorenmustermatrix der Zweifaktoren-Lösung Quellen sozialer Macht (N=325) 261
Tabelle 5.10-3 Korrelation der Skalen Sozialer Einfluss (N=325) mit den Selbstdarstellungstechniken 263
Tabelle 5.10-4 Korrelation der Skalen p-power und s-power mit den Selbstdarstellungstechniken 265

9 Literaturverzeichnis

Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 32*, 1-20.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior.* NJ: Prentice-Hall: Englewood Cliffs.

Ajzen, I. & Madden, T. J. (1986). Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology, 22*, 453-465.

Allport, G. W. (1949). *Persönlichkeit: Struktur, Entwicklung und Erfassung der menschlichen Eigenart.* Stuttgart: Klett.

Allport, G. (1961). *Becoming Basic considerations for a psychology of personality.* New Haven: Yale Univ. Press.

Allport, G. W. & Odbert, H. S. (1936). *Trait-names: a psycho-lexical study.* Princeton, NJ: Psychological Review Comp.

Amelang, M. & Borkenau, P. (1981). Untersuchung zur Validität von Kontroll-Skalen für Soziale Erwünschtheit und Akquieszenz. *Diagnostica, 28*, 295-312.

Amelang, M. & Borkenau, P. (1982). Über die faktorielle Struktur und externe Validität einiger Fragebogen-Skalen zur Erfassung von Dimensionen der Extraversion und emotionalen Labilität. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie, 3*, 119-146.

Amelang, M. & Bartussek, D. (2001). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung.* Stuttgart: Kohlhammer.

Angleitner, A. & Ostendorf, F. (1994). Temperament and the Big Five factors of personality. In C. F. Halverson, G. A. Kohnstamm & R. P. Martin (Hrsg.), *The developing structure of temperament and personality from infancy to adulthood* (S. 69-90). Hillsdale, NY: Erlbaum.

Angleitner, A., Ostendorf, F. & John, O. P. (1990). Towards a taxonomy of personality descriptors in German: A psycho-lexical study. *European Journal of Personality, 4*, 89-118.

Arkin, R. M. (1981). Self-presentation styles. In J. T. Tedeschi (Hrsg.), *Impression management theory and social psychology* (S. 311-333). New York: Academic Press.

Arkin, R. M., Detchon, C. S. & Maruyama, G. M. (1982). Roles of Attribution, Affect, and Cognitive Interference in Test Anxiety. *Journal of Personality and Social Psychology, 43* (5), 1111.

Asendorpf, J. (2000). Idiographische und nomothetische Ansätze in der Psychologie. *Zeitschrift für Psychologie, 208*, 72-90.

Asendorpf, J. (2004). *Psychologie der Persönlichkeit.* Berlin: Springer.

Asendorpf, J. B. & Scherer, K. R. (1983). The Discrepant Repressor: Differentiation Between Low Anxiety, High Anxiety, and Repression of Anxiety by Autonomic-Facial-Verbal Patterns of Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 45* (6), 1334.

Asendorpf, J. B. & Wilpers, S. (1998). Personality Effects on Social Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology, 74* (6), 1531-1544.

Ashton, M. C., Helmes, E., Rothstein, M. G., Jackson, D. N. & Paunonen, S. V. (1995). The Criterion Validity of Broad Factor Scales versus Specific Facet Scales. *Journal of Research in Personality, 29* (4), 432-442.

Atwood, G. E. & Tomkins, S. S. (1976). On the subjectivity of personality theory. *Journal of the History of the Behavioral Sciences, 12,* 166-177.

Bacher, J. (1994). *Clusteranalyse: anwendungsorientierte Einführung.* München: Oldenbourg.

Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weibr, R. (2003). *Multivariate Analysemethoden.* Berlin: Springer.

Bargh, J. A. (1989). Conditional automaticity: Varieties of automatic influence in social perception and cognition. In J. S. Uleman & J. A. Bargh (Hrsg.), *Unintended thought* (S. 3-51). New York: Guilford Press.

Baumeister, R. (1982). A Self-Presentational View of Social Phenomena. *Psychological Bulletin, 91,* 3-12.

Baumeister, R. F. (1986). *Public Self and Private Self.* New York: Springer.

Baumeister, R. F. & Tice, D. M. (1986). How adolescence became the struggle for self: A historical transformation of psychological development. In J. Suls & A.G. Greenwald (Hrsg.), *Psychological Perspectives on the Self* (Bd.3), (S. 183-201). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Baumgardner, A. H., Heppner, P. P. & Arkin, R. M. (1986). Role of Causal Attribution in Personal Problem Solving. *Journal of Personality and Social Psychology, 50* (3), 636-645.

Bem, D. J. (1972). Self-Perception Theory. *Advances in Experimental Social Psychology, 6,* 2.

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: perspective and method.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bohrnstedt, G. W. & Knoke, D. (1983). *Statistics for social data analysis.* Itasca, Ill.: Peacock.

Borg, I. & Staufenbiel, T. (1993). *Theorien und Methoden der Skalierung: eine Einführung.* Bern: Huber.

Borkenau, P. & Ostendorf, F. (1992). Social desirability scales as moderator and suppressor variables. *European Journal of Personality, 6* (3), 199 - 214.

Borkenau, P. & Ostendorf, F. (1993). *NEO Fünf-Faktoren-Inventar (NEO-FFI).* Göttingen: Hogrefe.

Borkenau, P. & Ostendorf, F. (1998). The Big Five as States. *Journal of Research in Personality, 32* (2), 202-221.

Bortz, J. (1999). *Statistik für Sozialwissenschaftler.* Berlin: Springer.

Briggs, S. R., Cheek, J. M. & Buss, A. H. (1980). An analysis of the selfmonitoring scale. *Journal of Personality and Social Psychology, 38,* 679-686.

Bühner, M. (2004). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion.* München: Pearson Studium.

Buss, D. M. (1992). Manipulation in Close Relationships: Five Personality Factors in Interactional Context. *Journal of Personality, 60* (2), 477–499.

Carver, C. S. & Scheier, M. F. (1981). *Attention and self-regulation.* New York: Springer.

Caspi, A. & Bem, D. J. (1990). Personality continuity and change across the life course. In L. A. Pervin (Hrsg.), *Handbook of personality. Theory and research* (S. 549-569). New York: Guilford.

Cattell, R. B. (1946). *Description and measurement of personality.* NY: World Book.

Cattell, R. B. (1966). *Handbook of multivariate experimental psychology.* Chicago: McNally.

Cheek, I. (1982). Aggregation, Moderator Variables, and the Validity of Personality Tests: A Peer-Rating Study. *Journal of Personality and Social Psychology, 43* (6), 1254-1269.

Cheek, J. M. & Hogan, R. (1983). Self-concepts, self-presentations, and moral judgments. In J. Suls & A. G. Greenwald (Hrsg.), *Psychological perspectives on the self* (S. 249-273). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Cialdini, R. B. & Richardson, K. D. (1980). Two indirect tactics of image management: Basking and blasting. *Journal of Personality and Social Psychology, 39,* 406-415.

Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order.* New York: Scribner's.

Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1985). *The NEO personality inventory: manual form S and form R.* Odessa, Fla.: Psychological Assessment Resources.

Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory, NEO PI-R, and NEO five-factor inventory, NEO-FFI: professional manual.* Odessa, Fla.: Psychological Assessment Resources.

Costa, P. T., McCrae, R. R. & Holland, J. L. (1984). Personality and Vocational Interests in an Adult Sample. *Journal of Applied Psychology, 69* (3), 390.

Costa, P. T. & Widiger, T. A. (2002). *Personality disorders and the five-factor model of personality.* Washington, DC: American Psychological Association.

Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16,* 297-334.

Crowne, D. P. & Marlowe, D. (1960). A New Scale of Social Desirability Independent of Psychopathology. *Journal of Consulting Psychology, 24,* 349.

Crowne, D. P. & Marlowe, D. (1964). *The approval motive: studies in evaluative dependence.* New York: Wiley.

De Raad, B. (2000). *The Big Five Personality Factors. The Psycholexical Approach to Personality.* Göttingen: Hogrefe.

De Waal, F. (2006). *Der Affe in uns. Warum wir sind, wie wir sind.* München: Carl Hanser Verlag.

Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology, 41,* 417-440.

Digman, J. M. (1996). The curious history of the five- factor model. In J. S. Wiggins (Hrsg.), *The five-factor model of personality: Theoretical perspectives* (S. 1-20). New York, NY: Guilford Press.

Digman, J. M. & Takemoto Chock, N. K. (1981). Factors in the natural language of personality: Reanalysis, comparison, and interpretation of six major studies. *Multivariate Behavioral Research, 16,* 149-170.

Duval, S. & Wicklund, R. A. (1972). *A theory of objective self awareness.* New York: Academic Press.

Edwards, A. L. (1957). *Techniques of attitude scale construction.* New York: Appleton-Century-Crofts.

Eysenck, H. J. & Eysenck, M. W. (1987). *Persönlichkeit und Individualität - Ein naturwissenschaftliches Paradigma.* München: PVU.

Fenigstein, A., Scheier, M. F. & Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousmess: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 44,* 422-527.

Fiedler, P. (2000). *Integrative Psychotherapie bei Persönlichkeitsstörungen.* Göttingen: Hogrefe.

Fischer, L. & Wiswede, G. (2002). *Grundlagen der Sozialpsychologie.* München: Oldenbourg.

Fischer-Lichte, E. (2003). *Performativität und Ereignis: Theatralität Band 4.* Tübingen: Francke.

Fiske, D. W. (1949). Consistency of the Factorial Structures of Personality Ratings from Different Sources. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 44,* 329-344.

Fleming, S. & Courtney, E. (1984). The Dimensionality of Self-Esteem: II. Hierarchical Facet Model for Revised Measurement Scales. *Journal of Personality and Social Psychology, 2*, 404-421.

French, J. R. P. & Raven, B. (1959). The bases of social power. In D. Cartwright & A. Zander (Hrsg.), *Group dynamics* (S. 150-167). New York: Harper & Row.

Fuhrmann, M. (1979). Persona, ein römischer Rollenbegriff. In Odo Marquard & Karlheinz Stierle (Hrsg.), *Identität. Poetik und Hermeneutik VIII* (S. 83-106). München: Fink.

Galton, F. (1884). Measurement of character. *Fortnightly Review, 36*, 179-185.

Gangestad, S. W. & Snyder, M. (2000). Articles - Self-Monitoring: Appraisal and Reappraisal. *Psychological Bulletin, 126* (4), 530-555.

Gergen, K. J. (1965). Interaction goals and personalistic feedback as factors affecting the presentation of self. *Journal of Personality and Social Psychology, 1*, 413-424.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life.* Garden City, NY: Doubleday Anchor Books.

Goffman, E. (1971). *Verhalten in sozialen Situationen Relations in public: Microstudies of the public order.* New York: Basic Books.

Goffman, E. (2003). *Wir alle spielen Theater.* München: Piper.

Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In L. Wheeler (Hrsg.), *Review of Personality and Social Psychology* (Bd.2), (S. 141-165). Beverly Hills: Sage.

Goldberg, L. R. (1990). An alternative ‘description of personality’: The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology, 59* (6), 1216-1229.

Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist, 48*, 26-34.

Goldberg, L. R. (1994). Basic research on personality structure: Implications of the emerging consensus for applications to selection and classification. In M. G. Rumsey, C. B. Walker & et-al. (Hrsg.), *Personnel selection and classification* (S. 247-259). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Goldberg, L. R. (1995). What the hell took so long? Donald W. Fiske and the Big-Five factor structure. In P. E. Shrout & S. T. Fiske (Hrsg.), *Personality research, methods, and theory: A festschrift honoring Donald W. Fiske.* (S. 29-43). Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates.

Goldberg, L. R. & Digman, J. M. (1994). Revealing structure in the data: Principles of exploratory factor analysis. In S. Strack & M. Lorr (Hrsg.), *Differentiating normal and abnormal personality* (S. 216-242). New York, NY: Springer.

Goldberg, L. R. & Saucier, G. (1995). So what do you propose we use instead? A reply to Block. *Psychological Bulletin, 117* (2), 221-225.

Goldberg, L. R., Sweeney, D., Merenda, P. F. & Hughes, J. E. J. (1998). Demographic variables and personality: The effects of gender, age, education, and ethnic/racial status on self-descriptions of personality attributes. *Personality and Individual Differences, 24* (3), 393-403.

Gollwitzer, P. M. & Wicklund, R. A. (1985). Self-Symbolizing and the Neglect of Others' Perspectives. *Journal of Personality and Social Psychology, 48* (3), 702.

Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis.* Hillsdale, NJ u.a.: Erlbaum.

Greenwald, A. G. & Breckler, S. J. (1985). To whom is the self presented? In B. R. Schlenker (Hrsg.), *The self and social life* (S. 126-145). New York: McGraw-Hill.

Greve, W. & Wentura, D. (1997). *Wissenschaftliche Beobachtung.* Weinheim: Beltz.

Greve, W. (2000a). *Psychologie des Selbst.* Weinheim: Beltz.

Greve, W. (2000b). Konturen eines Forschungsthemas. In W. Greve (Hrsg.), *Psychologie des Selbst* (S. 15-38). Weinheim: Beltz.

Guilford, J. P. (1959). *Personality.* New York: McGraw - Hill.

Hartmann, P. (1991). *Wunsch und Wirklichkeit: Theorie und Empirie sozialer Erwünschtheit.* Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag

Haußer, K. (1983). *Identitätsentwicklung.* New York: UTB.

Henss, R. (1995). From Aal to Zyniker. Personality descriptive type nouns in the German language. *European Journal of Personality, 9*, 135-145.

Herkner, W. (1996). *Lehrbuch Sozialpsychologie.* Bern: Huber.

Herrmann, T. (1991). *Lehrbuch der emprischen Persönlichkeitsforschung.* Göttingen: Hogrefe.

Hinkin, T. R. & Schriesheim, C. A. (1989). Development and Application of New Scales to Measure the French and Raven (1959) Bases of Social Power. *Journal of Applied Psychology, 74* (4), 561-567.

Hobmair, H. (1997). *Psychologie.* Köln: Stam.

Hofmann, K. &. K. K. (2001). Herkömmliche Persönlichkeitsfragebogen und Objektive Persönlichkeitstests im "Wettstreit" um Unverfälschbarkeit. *Report Psychologie, 26*, 298-304.

Hofstee, W. K. B. (1990). The use of everyday personality language for scientific purposes. *European Journal of Personality, 4*, 77-88.

Hofstee, W. K. B. (1994). Who should own the definition of personality? *European Journal of Personality, 8*, 149-162.

Hofstee, W. K. B., De Raad, B. & Goldberg, L. R. (1992). Integration of the big five and circumplex approaches to trait structure. *Journal of Personality and Social Psychology, 63* (1), 146-163.

Hofstee, W. K. B., Goldberg, L. R., Ostendorf, F., Kiers, H. A. & De Raad, B. (1997). A comparison of Big-Five structures of personality traits in Dutch, English, and German. *European Journal of Personality, 11* (1), 15-31.

Hogan, J. & Ones, D. S. (1997). Conscientiousness and integrity at work. In R. T. Hogan, J. Johnson & S. Briggs (Hrsg.), *Handbook of Personality Psychology* (S. 849-870). San Diego: Academic Press.

Hogan, R. T. (1991). Personality and personality measurement. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Hrsg.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (Bd.2), (S. 873-919). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Hogan, R. T., Johnson, J. & Briggs, S. (1997). *Handbook of Personality Psychology.* San Diego: Academic Press.

Hogan, R. T., Jones, W. & Cheek, J. M. (1985). Socioanalytic theory: An alternative to armadillo psychology. In B. R. Schlenker (Hrsg.), *The self and social life* (S. 175-198). New York: McGraw-Hill.

Horn, J. L. (1965). A rationale and test for the number of factors in factor analysis. *Psychometrika, 30,* 179-185.

Horn, M. & Vollandt, R. (1995). *Multiple Tests und Auswahlverfahren.* Stuttgart: Fischer.

James, W. (1890). *The principles of psychology (1).* New York: Henry Holt & Co. Nachdruck (1981). Cambridge: Harvard University Press.

James, W. (1892). *Psychology: Briefer Course.* New York: Holt.

John, O. (1999). Die wahren Grundlagen der Persönlichkeit? *Psychologie heute, 26,* 44-49.

Johnson, J. A. & Ostendorf, F. (1993). Clarification of the Five-Factor Model With the Abridged Big Five Dimensional Circumplex. *Journal of Personality and Social Psychology, 65* (3), 563-575.

Jones, E. E. (1964). *Ingratiation: a social psychological analysis.* New York: Appleton-Century-Crofts.

Jones, E. E. & Gerard, H. B. (1967). *Foundations of social psychology.* New York: Wiley.

Jones, E. E. & Pittman, T. S. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. In Jerry Suls (Hrsg.), *Psychological Perspectives On The Self* (Bd.1), (S. 231-262). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Jones, E. E. & Wortman, C. (1973). *Ingratiation: An attributional approach.* Morristown, N. J.: General Learning Press.

Jung, C. G. (1921). *Psychologische Typen.* Zürich: Rascher.

Jüttemann, G. (2002). *Persönlichkeit und Entwicklung.* Weinheim: Beltz.

Kaltenbrunner, G. (1982). *Macht der Masken. Des Menschen Lust an Theater und Verwandlung.* München: Herder.

Kane, T. R., Suls, J. M. & Tedeschi, J. T. (1976). Humor as a social tool. In A. J. Chapman & H. C. Foot (Hrsg.), *Humor and laughter: Theory, research, and applications* New York: Wiley.

Kendall, M. G. (1980). *Multivariate analysis.* London: Griffin.

Kim, J. (2004). *Investigation of self-presentation among low self-monitors.* College Park: University of Maryland.

Klages, L. (1936). *Grundlegung der Wissenschaft vom Ausdruck.* Leipzig: Barth.

Klages, L. (1948). *Die Sprache als Quell der Seelenkunde.* Zürich: Hirzel.

Kline, P. & Barrett, P. (1983). The factors in personality questionnaires among normal subjects. *Advances in Behaviour Research and Therapy, 5*, 141-202.

Kline, P. (1987). Factor analysis and personality theory. *European Journal of Personality, 1*, 21-36.

Kolditz, T. A. & Arkin, R. M. (1982). An Impression Management Interpretation of the Self-Handicapping Strategy. *Journal of Personality and Social Psychology, 43* (3), 492-506.

Kubinger, K. D. (2002). On faking personality inventories. *Psychology Science, 44* (1), 10-16.

Kubinger, K. D., Karner, T. & Menghin, S. (1999). Multiple moderator effects on a testee´s answer to personality questionnaire items. *Review of Psychology, 6*, 25-31.

Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics, 33*, 159–174.

Laux, L. (1986). A self-presentational view of coping with stress. In M. H. Appley & R. Trumbull (Hrsg.), *Dynamics of stress* (S. 233- 253). New York: Plenum Press.

Laux, L. (1992). *Selbstdarstellung und Selbstinterpretation: Herausforderungen für die Persönlichkeitspsychologie.* Bamberg: Memorandum 20, Lehrstuhl Psychologie IV, Universität Bamberg.

Laux, L. (2000). Persönlichkeitspsychologie in interaktionistischer Sicht. *Zeitschrift für Psychologie, 208*, 242-266.

Laux, L. (2003). *Persönlichkeitspsychologie.* Stuttgart: Kohlhammer.

Laux, L. & Merzbacher, G. (2003). Eine Selbstdarstellungsinterpretation von Eigenschaften. In L. Laux (Hrsg.), *Persönlichkeitspsychologie* (S. 257-264). Stuttgart: Kohlhammer.

Laux, L. & Reinecker, H. (1994). *Mit Leib und Seele: Psychologie in Bamberg.* Bamberg: Otto-Friedrich-Universität.

Laux, L. & Renner, K.-H. (1994). Ich möchte, daß die Leute meine Seele sehen. Selbstdarstellung und Selbstinterpretation. *Forschungsforum. Berichte aus der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, 6*, 105-115.

Laux, L. & Renner, K.-H. (2002). Self-Monitoring und Authentizität: Die verkannten Selbstdarsteller. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie, 23* (2), 129-148.

Laux, L. & Renner, K.-H. (2004). Persönlichkeit in der Inszenierungskultur. In G. Jüttemann (Hrsg.), *Psychologie als Humanwissenschaft – Ein Handbuch* (S. 181–197). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Laux, L. & Renner, K.-H. (2004). Theater als Modell für die Persönlichkeitspsychologie. In E. Fischer-Lichte u.a. (Hrsg.), *Theatralität als Modell in den Kulturwissenschaften* (Bd.6), (S. 83-110). Tübingen: Francke Verlag.

Laux, L. & Renner, K.-H. (2005). Selbstdarstellung. In H. Weber & T. Rammsayer (Hrsg.), *Handbuch der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie* (S. 486-492). Göttingen: Hogrefe.

Laux, L., Renner, K.-H., Schütz, A., Merzbacher, G., Stegmeyer, B. & Spielhagen, C. (2001). Theatralität, Körpersprache und Persönlichkeit - Von Self-Monitoring zur Persönlichkeitsdarstellung. In E. Fischer-Lichte, C. Horn & M. Warstat (Hrsg.), *Verkörperung* (S. 239-255). Tübingen: Francke.

Laux, L. & Schütz, A. (1996). *'Wir, die wir gut sind'.* München: DTV.

Laux, L., Spielhagen, C. & Renner, K.-H. (2003). Persönlichkeitseigenschaften als Selbstdarstellungsprodukte. Vom Ereignis zur Eigenschaft. In E. Fischer-Lichte (Hrsg.), *Performativität und Ereignis* (Bd.4), (S. 243-257). Tübingen: Francke Verlag.

Laux, L., Trapp, W., Schütz, A., Limmer, R., Burda-Viering, M. & Vogel, S. (1996). Personale, familiale und bewältigungsbezogene Ressourcen: Ein Überblick. In L. Laux & A. Schütz (Hrsg.), *Streßbewältigung und Wohlbefinden in der Familie. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Familie und Senioren* (S. 107 -113). Stuttgart: Kohlhammer.

Laux, L. & Weber, H. (1993). *Emotionsbewältigung und Selbstdarstellung.* Stuttgart: Kohlhammer.

Leary, M. R. (1996). *Self-presentation: impression management and interpersonal behavior.* Boulder, Colo.: Westview Press.

Leary, M. R. & Kowalski, R. (1990). Impression management. *Psychological Bulletin, 107*, 34-47.

Leary, M. R. & Tangney, J. P. (2003). *Handbook of self and identity*. New York: Guilford Press.

Lee, S. J., Quigley, B. M., Nesler, M. S., Corbett, A. B. & Tedeschi, J. T. (1999). Development of a self-presentation tactics scale. *Personality and Individual Differences, 26* (4), 701-722.

Lennox, R. D. (1987). Use of the dramturgical metaphor in the measurement of self-monitoring. *Social Behavior and Personality, 15*, 111-114.

Lennox, R. D. & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the self-monitoring scale. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*, 1349-1364.

Linville, P. W. & Carlston, D. E. (1994). Social cognition of the self. In P. G. Devine, D. Hamilton & T. Ostrom (Hrsg.), *Social cognition: Impact on social psychology* (S. 143-193). San Diego: Academic Press.

Lück, H. E. & Timaeus, E. (1969). Skalen zur Messung Manifester Angst (MAS) und sozialer Wünschbarkeit (SDS-E und SDS-CM). *Diagnostica, 15*, 134-141.

Luthans, F. (1988). Successful vs. effective real managers. *Academy of Management Executive, 2* (2), 127-132.

Marcus, B. (2003). Persönlichkeitstests in der Personalauswahl: Sind „sozial erwünschte“ Antworten wirklich nicht wünschenswert? *Zeitschrift für Psychologie, 211* (3), 138–148.

Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 63-78.

Markus, H. & Cross, S. (1990). The interpersonal self. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 63-78.

Markus, H. & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist, 41*, 858-866.

Markus, H. & Wurf, E. (1987). The dynamic self concept: A social psychological perspective. *Annual Review of Psychology, 38*, 299-337.

Mehl, M. R., Gosling, S. D., Pennebaker, J. W. (2006). Personality in Its Natural Habitat. *Journal of Personality and Social Psychology, 90* (5), 862-877.

McClelland, D. C. (1975). *Power The inner experience.* New York: Irvington.

McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 1258-1265.

McCrae R. R. & Costa P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 51*, 882-888.

McCrae, R. R. & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 81-90.

McCrae, R. R. & Costa, P. T. (1990). *Personality in adulthood.* New York: Guilford Pr.

McCrae, R. R. & Costa, P. T. (1996). Toward a new generation of personality theories: Theoretical contexts for the five-factor model. In J. S. Wiggins (Hrsg.), *The five-factor model of personality: Theoretical perspectives* (S. 51-87). New York: Guilford.

McCrae, R. R. & Costa, P. T. (1999). A five-factor theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Hrsg.), *Handbook of personality. Theory and research* (S. 139-153). New York: Guilford Press.

McCrae, R. R., Costa, P. T., de Lima, M. P., Simoes, A., Ostendorf, F., Angleitner, A., Marusic, I., Bratko, D., Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Chae, J. H. & Piedmont, R. L. (1999). Age differences in personality across the adult life span: Parallels in five cultures. *Developmental Psychology, 35*, 466-477.

McKillop, K. J., Berzonsky, M. D. & Schlenker, B. R. (1992). The impact of self-presentations on self-beliefs. *Journal of personality, 60* (4), 789-808.

Mead, G. H. (1963). *Mind, self & society: from the standpoint of a social behaviorist.* Chicago: University of Chicago Press.

Mershon, B. & Gorsuch, R. L. (1988). Number of Factors in the Personality Sphere: Does Increase in Factors Number of Factors in the Personality Sphere: Does Increase in Factors Increase Predictability of Real-Life Criteria? *Journal of Personality and Social Psychology, 55* (4), 675.

Metzinger, T. (2000). Die Selbstmodell-Theorie der Subjektivität. In W. Greve (Hrsg.), *Psychologie des Selbst* (S. 317-337).

Mielke, R. & Kilian, R. (1990). Wenn Teilskalen sich nicht zu dem ergänzen, was die Gesamtskala erfassen soll: Untersuchungen zum Self-Monitoring-Konzept. *Zeitschrift für Sozialpsychologie, 21*, 126-135.

Millham, J. & Jacobson, L. I. (1978). The need for approval. In H. London & J. Exner (Hrsg.), *Dimensions of personality* (S. 365-390). New York: Wiley.

Millham, J. & Kellogg, R. W. (1980). Need for social appraisal: Impression management or self-deception? *Journal of Research in Personality, 14*, 445-457.

Moosbrugger, H. & Frank, D. (1992). *Clusteranalytische Methoden in der Persönlichkeitsforschung.* Göttingen: Verlag Hans Huber.

Müller-Freienfels, R. (1921). *Philosophie der Individualität.* Leipzig: Felix Meiner.

Müller-Freienfels, R. (1927). *Geheimnisse der Seele.* München: Delphin.

Mummendey, H. D. (1981). Methoden und Probleme der Kontrolle sozialer Erwünschtheit. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie, 2*, 199-218.

Mummendey, H. D. (1983). Die Impression-Management-Theorie von J. T. Tedeschi und B. R. Schlenker. *Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie, 100,* 1-26.

Mummendey, H. D. (1987). *Die Fragebogen-Methode: Grundlagen und Anwendung in Persönlichkeits-, Einstellungs- und Selbstkonzeptforschung.* Göttingen: Hogrefe.

Mummendey, H. D. (1995). *Psychologie der Selbstdarstellung.* Göttingen: Hogrefe.

Mummendey, H. D. (1998). Selbstkonzepte als Ergebnis sozialer Interaktion. *Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie, 188,* 1-9.

Mummendey, H. D. (2002). Zur Substantialisierung des "Selbst" Wurzeln und Erscheinungsformen. *Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie, 202*, 1-16.

Mummendey, H. D. (2006). *Psychologie des „Selbst“: Theorien, Methoden und Ergebnisse der Selbstkonzeptforschung.* Göttingen : Hogrefe.

Nesler, M. S., Aguinis, H., Quigley, B. M. & Tedeschi, J. T. (1993). The effect of credibility on perceived power. *Journal of Applied Social Psychology, 23* (17), 1407-1425.

Nesler, M. S., Aguinis, H., Quigley, B. M., Lee, S. J. & Tedeschi, J. T. (1999). The development and validation of a scale measuring global social power based on French and Raven's power. *Journal of Applied Social Psychology, 29* (4), 750-771.

Nesler, M. S., Tedeschi, J. T. & Storr, D. M. (1995). Context effects, self-presentation, and the Self-Monitoring Scale. *Journal of Research in Personality, 29* (3), 273-284.

Norman, W. T. (1963). Relative importance of test item content. *Journal of Consulting Psychology, 27*, 166-174.

Norman, W. T. & Goldberg, L. R. (1966). Raters, ratees, and randomness in personality structure. *Journal of personal and social Psychology, 4*, 681-691.

Nowack, W. & Kammer, D. (1987). Self-presentation: Social skill and inconsistency as in dependent facets of self-monitoring. *European Journal of Personality Psychology, 1*, 61-77.

O'Connor, B. P. (2000). SPSS and SAS programs for determining the number of components using parallel analysis and Velicer's MAP test. *Behavior Research Methods, Instrumentation, and Computers* (32), 396-402.

Ostendorf, F. (1990). *Sprache und Persönlichkeitsstruktur: Zur Validität des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit.* Regensburg: Roderer.

Ostendorf, F. & Angleitner, A. (2004). *NEO-Persönlichkeitsinventar nach Costa und McCrae: NEO-PI-R.* Göttingen: Hogrefe.

Oyserman, D. & Markus, H. (1996). The self as social representation. In S. Moscovici & U. Flick (Hrsg.), *Psychology of the social* (S. 38-70). Berlin: Rowolt.

Ozer, D. & Joseph, M. (1991). *Perspectives in personality.* London: Jessica Kingsley Publishers.

Park, R. E. (1950). *Race and culture.* Glencoe, Ill.: The Fress Press.

Paulhus, D. (1984). Two-component models of social desirability responding. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*, 598-609.

Paulhus, D. L., Bruce, M. N. & Trapnell, P. D. (1995). Effects of Self-Presentation Strategies on Personality Profiles and their Structure. *Personality and Social Psychology Bulletin, 21* (2), 100-108.

Paunonen, S. V. & Ashton, M. C. (2001). Personality Processes and Individual Differences - Big Five Factors and Facets and the Prediction of Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 81* (3), 524-539.

Peabody, D. & Goldberg, L. R. (1989). Some determinants of factor structures from personality-trait descriptors. *Journal of Personality and Social Psychology, 57*, 552-567.

Pervin, L. A. (1994). A critical analysis of current trait theory. *Psychology Inquiry, 5*, 103-113.

Pervin, L. A. (1996). *The science of personality.* New York: Wiley.

Pervin, L. A. & John, O. P. (1999). *Handbook of personality. Theory and research.* New York: Guilford Press.

Peterson, C. & Seligman, M. E. P. (1984). Causal explanations as a risk factor for depression: Theory and evidence. *Psychological Review, 91*, 347-374.

Pfeffer, J. (1981). *Power in Organizations.* Marshfield, MA: Pitman Publishing.

Podsakoff, P. M. & Schriesheim, C. A. (1985). Field Studies of French and Raven's Bases of Power: Critique, Reanalysis, and Suggestions for Future Research. *Psychological Bulletin, 97* (3), 387.

Pontari, B. A. & Schlenker, B. R. (2000). The Influence of Cognitive Load on Self-Presentation. *Journal of Personality and Social Psychology, 78* (6), 1092-1108.

Prior, H., Pollok, B. & Güntürkün, O. (2000). Sich selbst vis-à-vis. *Rubin, 2*, 26-30.

Raad, B. d. & Ostendorf, F. (1996). Quantity and quality of trait-descriptive type nouns. *European Journal of Personality, 10*, 45-56.

Ramanaiah N.V.; Martin H.J. (1980). On the two-dimensional nature of the marlowe-crowne social desirability scale. *Journal of Personality Assessment, 44*, 507-515.

Renner, K.-H. (2002). *Selbstinterpretation und Self-Modeling bei Redeängstlichkeit.* Göttingen: Hogrefe.

Revenstorf, D. (1976). *Lehrbuch der Faktorenanalyse.* Stuttgart: Kohlhammer.

Revenstorf, D. (1980). *Faktorenanalyse.* Stuttgart: Kohlhammer.

Rheinfelder, H. (1928). *Das Wort "persona" - Geschichte seiner Bedeutungen mit besonderer Berücksichtigung des französischen und italienischen Mittelalters. Beiheft 77 zur Zeitschrift für Romanische Philologie.* Halle: Niemeyer.

Rogers, C. R. (2000). *Entwicklung der Persönlichkeit.* Stuttgart: Klett-Cotta.

Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self.* New York: Basic Books.

Rothbaum, F., Weisz, J. & Snyder, S. (1982). Changing the World and Changin Changing the Self: A Two g Two- Process Model of Perceived Control. *Journal of Personality and Social Psychology, 42*, 5-37.

Rümelin, G. (1890). Über die Temperamente. *Deutsche Rundschau, 64*, 397-412.

Sackeim, H. & Gur, R. (1978). Self-deception, self-confrontation and consciousness. In G. Schwartz & D. Shapiro (Hrsg.), *Consciousness and self-regulation: Advances in research* (Bd.2), (S. 139-197). New York: Plenum.

Sader, M. &. W. H. (2000). *Psychologie der Persönlichkeit.* München: Juventa.

Saucier, G. & Goldberg, L. R. (1996). The language of personality: Lexical perspectives on the five-factor model. In J. S. Wiggins (Hrsg.), *The five-factor model of personality: Theoretical perspectives.* (S. 21-50). New York: Guilford.

Saucier, G. & Goldberg, L. R. (1998). What is beyond the Big Five? *Journal of Personality, 66* (4), 495-524.

Saucier, G., Hampson, S. E. & Goldberg, L. R. (2000). Cross-language studies of lexical personality factors. In S. E. Hampson (Hrsg.), *Advances in personality psychology* (Bd.1), (S. 1-36). Philadelphia, PA, US: Psychology Press/Taylor & Francis.

Scheibe, K. E. (1985). Historical perspectives on the presented self. In B. R. Schlenker (Hrsg.), *The self and social life* (S. 33-64).

Schlenker, B. R. (1980). *Impression management.* Monterey, Calif.: Brooks.

Schlenker, B. R. (1985). *The self and social life.* New York: McGraw-Hill.

Schlenker, B. (1986). Self-identification: Toward an integration of the private and public self. In R. Baumeister (Hrsg.), *Public self and private self* (S. 21-62). New York: Springer.

Schlenker, B. R. (2003). Self-Presentation. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Hrsg.), *Handbook of self and identity* (S. 492-518). New York: Guilford Press.

Schlenker, B. R., Britt, T. W. & Pennington, J. (1996). Impression regulation and management: Highlights of a theory of self-identification. In Sorrentino; R. M.; Higgins, R. M.; Higgins & E. T. Higgins (Hrsg.), *Handbook of motivation and cognition: The interpersonal context* (Bd.3), (S. 18-147). New York: Guilford Press.

Schlenker, B. R. & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: a conceptualization and model. *Psychological Bulletin, 92* (3), 641-669.

Schlenker, B. R. & Pontari, B. A. (2000). The strategic control of information: Impression management and self-presentation in daily life. In A. Tesser, R. Felson & J. Suls (Hrsg.), *Perspectives on the self and identity* (S. 199-232).

Schlenker, B. R. & Weigold, M. F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Review of Psychology* (43), 133-168.

Schlenker, B. R. & Wowra, S. A. (2003). Carryover Effects of Feeling Socially Transparent or Impenetrable on Strategic Self-Presentation. *Journal of Personality and Social Psychology, 85* (5), 871-880.

Schmitt, N. (1990). *Konsistenz als Persönlichkeitseigenschaft? Moderatorvariablen in der Persönlichkeits- und Einstellungsforschung.* Berlin: Springer.

Schneewind, K. A. & Graf, J. (1998). *Der 16-Persönlichkeits-Faktoren-Test Revidierte Fassung.* Bern: Verlag Hans Huber.

Schneider, D. J. (1981). Tactical self-presentations. In J. T. Tedeschi (Hrsg.), *Impression management theory and social psychological research* (S. 23-40). New York: Academic Press.

Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. (2005). *Methoden der empirischen Sozialforschung.* München: Oldenbourg.

Schütz, A. (1992). *Selbstdarstellung von Politikern: Analyse von Wahlkampfauftritten.* Weinheim : Dt. Studien-Verl.

Schütz, A. (1998). Assertive, offensive, protective and defensive styles of self presentation: A taxonomy. *Journal of Psychology, 132,* 611-628.

Schütz, A. (1999). Selbstdarstellung in der Politik: Techniken und ihre Wirkung. In P. Winterhoff-Spurk & M. Jaeckel (Hrsg.), *Politische Eliten in der Mediengesellschaft. Rekrutierung, Darstellung, Wirkung* (S. 105-120). München: Fischer.

Schütz, A. (2000). *Psychologie des Selbstwertgefühls.* Stuttgart: Kohlhammer.

Schütz, A. (2003). *Psychologie des Selbstwertgefühls von Selbstakzeptanz bis Arroganz.* Stuttgart: Kohlhammer.

Schütz, A. (2005). *Je selbstsicherer, desto besser?: Licht und Schatten positiver Selbstbewertung.* Weinheim: Beltz.

Schütz, A. & Tice, D. M. (1997). Associative and competitive indirect self-enhancement in close relationships moderated by trait self-esteem. *European Journal of Social Psychology, 27* (3), 257-274.

Scott, M. R. & Lyman, S. M. (1968). Accounts American. *Sociological Review, 33*, 46-62.

Shavelson, R. J., Hubner, J. J. & Stanton, G. C. (1976). Self-concept: Validation of construct interpretation. *Review of Educational Research, 46*, 407-44.

Shuptrine, F. K., Bearden, W. O. & Teel, J. E. (1990). An Analysis of the Dimensionality and Reliability of the Lennox and Wolfe Revised Self-Monitoring Scale. *Journal of personality assessment, 54*, 515-522.

Snyder, M. & Ebbesen, E. B. (1972). Dissonance Awareness: A Test of Dissonance Theory Versus Self-Perception Theory. *Journal of Experimental Social Psychology, 8*, 502.

Snyder, M. (1974). The self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 30*, 526-537.

Snyder, M. (1979). Self-Monitoring Processes. In L. Berkowitz (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology* (S. 85-128). New York: Academic Press.

Snyder, M. (1987). *Public appearances, private realities: the psychology of self-monitoring.* New York: Freeman.

Soeffner, H. G. (1998). *Auslegung des Alltags - der Alltag der Auslegung zur wissenssoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Sorrentino, R. M. & Higgins, E. T. (1996). *Handbook of motivation and cognition: Vol. 3. The interpersonal context.* New York: Guilford Press.

Spitznagel, A. & Schmidt-Atzert, L. (1986). *Sprechen und Schweigen. Zur Psychologie der Selbstenthüllung.* Bern: Hans Huber.

Steiger, J. & Schönemann, P. (1978). A history of factor indeterminacy. In S. Shye (Hrsg.), *Theory construction and data analysis in the behavioral sciences* San Francisco: Jossey-Bass.

Stern, W. (1911). *Die Differentielle Psychologie in ihren methodischen Grundlagen.* Leipzig: Barth (Nachdruck der 2. Aufl., Hrsg. K. Pawlik, Göttingen: Huber, 1994).

Stern, W. (1923). *Die menschliche Persönlichkeit. Person und Sache.* Leipzig: Barth.

Steyer, R. & Eid, M. (1993). *Messen und Testen.* Berlin: Springer.

Stöber, J. (1999). Die Soziale-Erwünschtheits-Skala-17 (SES-17): Entwicklung und erste Befunde zu Reliabilität und Validität. *Diagnostica, 45*, 173-177.

Stroebe, W. (2003). *Sozialpsychologie eine Einführung.* Berlin: Springer.

Swann, W. B., Rentfrow, P. J. & Guinn, J. S. (2002). Selfverification: The search for coherence. In M. Leary & J. Tagney (Hrsg.), *Handbook of self and identity* (S. 367-383). New York: Guilford Press.

Tangney, J. P., Baumeister, R. F. & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality , 72* (2), 271-324.

Tedeschi, J. T. (1981). *Impression management theory and social psychological research.* New York: Academic Press.

Tedeschi, J. T., Bonoma, T. V. & Schlenker, B. R. (1972). *Influence, decision, and compliance.* Chicago: Aldine.

Tedeschi, J. T. & Lindskold, S. (1976). *Social psychology: Interdependence, interaction, and influence.* New York: Wiley.

Tedeschi, J. T., Lindskold, S. & Rosenfeld, P. (1985). *Introduction to Social Psychology.* St. Paul, MN: West Publishing Company.

Tedeschi, J. T. & Melburg, V. (1984). Impression management and influence in the organization. In S.B.Bacharach & E.J. Lawler (Hrsg.), *Research in the sociology of organizations: A research annual. Volume 3: The social psychological processes* (S. 31-58). Greenwich, CT: JAI.

Tedeschi, J. T. & Nesler, M. S. (1994). Bases of social power and social influence. *Inostrannaja Psichologija, 2*, 25-31.

Tedeschi, J. T. & Norman, N. (1985). Social power, self-presentation and the self. In B.R. Schlenker (Hrsg.), *The self in social life* (S. 293-322). New York: McGraw Hill.

Tedeschi, J. T. & Riess, M. (1981). Identities, the Phenomenal Self, and Laboratory Research. In J. T. Tedeschi (Hrsg.), *Impression Management Theory and Social Psychological Research* (S. 3-22). New York: Academic Press.

Tedeschi, J. T. & Riordan, C. A. (1981). Impression management and prosocial behavior following transgression. In J. T. Tedeschi (Hrsg.), *Impression management theory and social psychological research* New York: Academic Press.

Tedeschi, J. T., Schlenker, B. R. & Bonoma, T. V. (1973). *Aldine treatises in social psychology.* Chicago: Aldine.

Tedeschi, J. T., Schlenker, B. R. & Bonama, T. V. (1975). Compliance to Threats as a Function of Source Attractiveness and Esteem. *Sociometry, 38*, 81-98.

Tesser, A., Felson, R. & Suls, J. (2000). *Perspectives on the self and identity.* Washington, DC: American Psychological Association.

Tetlock, P. D. & Manstead, A. S. (1985). Impression management versus intrapsychic explanations in social Impression management versus intrapsychic explanations in social psychology: A useful dichotomy? *Psychological Review, 92*, 59-77.

Thibaut, J. & Kelley, H. (1959). *The social psychology of groups.* NewYork: Wiley.

Thomae, H. (1996). *Das Individuum und seine Welt. Eine Persönlichkeitstheorie.* Göttingen: Hogrefe.

Trull, T. J. & Widiger, T. A. (1997). *Structured Interview for the Five-Factor Model of Personality (SIFFM). Professional Manual.* Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Tupes, E. C. & Christal, R. C. (1961). *Recurrent personality factors based on traitratings (Tech. Report No. ASD-TR-61-97).* Lackland Air Force Base: U.S. Air Force.

Watson, D. & Clark, L. A. (1997). Extraversion and its positive emotional core. In R. Hogan, J. Johnson & S. Briggs (Hrsg.), *Handbook of personality psychology* (S. 767-793). San Diego: Academic Press.

Weber, H. (1991). *Presentation of emotion.* Bamberg: Lehrstuhl Psychologie IV, Univ. Bamberg.

Wicklund, R. A. & Frey, D. (1993). Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit. In Frey D.; Irle M. (Hrsg.), *Theorien der Sozialpsychologie: Kognitive Theorien* (Bd.1), (S. 155-173). Bern: Huber.

Wicklund, R. A. & Gollwitzer, P. M. (1987). The fallacy of the private-public self-focus distinction. *Journal of Personality, 55*, 491-523.

Wiggins, J. S. (1996). *The five-factor model of personality: Theoretical perspectives.* New York, NY: Guilford Press.

Wiggins, J. S. (1997). In defense of traits. In R. Hogan, J. Johnson & S. Briggs (Hrsg.), *Handbook of personality psychology* (S. 95-115). San Diego: Academic Press.

Wiggins, J. S. & Broughton, R. (1985). The interpersonal circle: A structural model for the integration of personality research. In R. Hogan & W. H. Jones (Hrsg.), *Perspectives in personality* (Bd.1), (S. 1-47). Greenwich, CT: JAI Press.

Wolfe, R. N., Lennox, R. D. & Cutler, B. L. (1986). Getting along and getting ahead: Empirical support for a theory of protective and acquisitive self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology* (50), 356-361.

Wurf, E. & Markus, H. (1991). Possible selves and the psychology of personal growth. In D. Ozer & M. Joseph (Hrsg.), *Perspectives in personality* (Bd.3), (S. 39-62). London: Jessica Kingsley Publishers.

Zwick, W. R. & Velicer, W. F. (1986). Comparison of five rules for determining the number of components to retain. *Psychological Bulletin, 99*, 432-442