

## **BIELEFELDER ARBEITEN ZUR SOZIALPSYCHOLOGIE**

Psychologische Forschungsberichte,  
herausgegeben von Hans Dieter Mummendey  
Universität Bielefeld

**Nr.172** (November 1994)

Hans Dieter Mummendey:

### **Differentielle Psychologie der Selbstdarstellung**

**UB BIELEFELD**  
**164/3016878+1**

03.93



#### **Zusammenfassung:**

Die Beziehung zwischen Selbstdarstellungsverhalten und Persönlichkeit wird unter den folgenden drei Gesichtspunkten behandelt: 1) Entwicklung von Taxonomien von Selbstdarstellungstechniken durch eine Deskription von Typen oder zumindest Stilen, 2) Ermittlung von Zusammenhängen zwischen "tautologischen" und klassischen Persönlichkeitsmerkmalen mit dem Selbstdarstellungsverhalten, 3) Interpretation von Persönlichkeitsmerkmalen und -unterschieden als Selbstdarstellungsprodukten. Es handelt sich um die veränderte Fassung eines auf dem 39. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Hamburg 1994 gehaltenen Übersichtsreferats.

(Gegenüber der Titelseite geänderte Postanschrift der Universität Bielefeld:  
Postfach 100131, 33501 Bielefeld)

Der Begriff des "Selbst" hat in der wissenschaftlichen Psychologie eine so große Bedeutung gewonnen, daß man schon fast von einem modischen Begriff sprechen darf. Erforscht man das "Selbst" empirisch-psychologisch, so wird man sich seriöserweise auf *Selbstkonzepte* konzentrieren, also auf subjektive Auffassungen von sich selbst - Wahrnehmungen und Beurteilungen der eigenen Person, *Einstellungen* zur eigenen Person, also Begriffe, die Kognitionen und Bewertungen seiner selbst einschließen und natürlich auch Platz für das Emotionale, Motivationale und Intentionale lassen. Selbstkonzepte also als Inbegriffe von attitudes, von Einstellungen zu sich selbst - darauf kann man sich in der wissenschaftlichen Psychologie gegenwärtig einigen.

Was jemand nun zu sein meint, seine Kognitionen und Bewertungen der eigenen Person, das behält er selten für sich, sondern das *äußert* er ständig. Immer befindet man sich in sozialen Interaktionen, immer kommuniziert man, immer befindet man sich irgendwie in der *Öffentlichkeit*, und auch wenn man ganz allein zu sein glaubt, so reagiert man auf vorgestellte oder antizipierte Andere und schreibt zum Beispiel seine Tagebuchnotizen implizit an bestimmte Adressaten, und sei es an sich selbst. Was man zu sein glaubt, das präsentiert man nach außen, das stellt man dar. *Selbstdarstellung* ist offensichtlich ein nahezu ubiquitäres Phänomen, und man könnte, wenn es nicht so abgegriffen wäre, formulieren: "Man kann nicht sich nicht selbst-darstellen".

Interpretativ vorgehende Soziologen wie George Herbert Mead und vor allem Erving Goffman, und nachfolgend experimentell arbeitende Sozialpsychologen wie Jim Tedeschi und Barry Schlenker haben den Vorgang der Selbstdarstellung als eine *soziale Interaktion*, ähnlich dem von Entwicklungspsychologen beschriebenen Vorgang der Rollenübernahme aufgefaßt und in Begriffen von *Impression-Management*, also von Eindruckssteuerung gedeutet: Individuen kontrollieren, beeinflussen, steuern, in sozialen Interaktionen den Eindruck, den sie auf andere Personen machen, indem sie antizipieren, was diese wohl über sie denken.

Wenn man nämlich annimmt, daß Selbstkonzepte, also Auffassungen von der eigenen Person, wesentlich durch Urteile anderer Menschen über die eigene Person geformt werden, dann liegt es nahe, die Urteile der anderen über einen selbst zu beeinflussen zu versuchen, geschehe dies nun absichtlich oder unabsichtlich. Das Individuum präsentiert also nach außen Selbstbilder, diese Selbstdarstellungen beeinflussen die entsprechenden Fremdbilder, und die rückgemeldeten Fremdbilder können wiederum zur Bestätigung oder zur Veränderung der Selbstkonzepte beitragen.

Man sollte angesichts mancher Mißverständnisse darauf hinzuweisen, daß der geschilderte Vorgang von den meisten Vertretern der Impression-Management-Theorie eher lernpsychologisch als motivationspsychologisch interpretiert wird: Selbstdarstellungsverhalten kann als operante Reaktion aufgefaßt werden, wobei sowohl die soziale Bestätigung durch die Interaktionspartner als auch die soziale Macht (social power) bei der Eindruckssteuerung der Interaktionspartner einen hohen generalisierten Verstärkungswert besitzen (vgl. Arkin, 1980).

Folgerichtigerweise ist neben dem Selbst und Selbstkonzepten, also selbstbezogenen Beurteilungs- und Bewertungsprozessen, deren *Präsentation* gegenüber anderen Personen, also das Selbstdarstellungsverhalten, immer intensiver erforscht worden, und dabei hat man soziales Interaktionsverhaltens zunehmend in Begriffen von *Impression-Management-Prozessen* interpretiert. Die im PsychLit erfaßte psychologische Literatur zum Thema *self-presentation* umfaßte für Zeitschriftenbeiträge von 1974 bis 1983 insgesamt 6.815 und von 1984 bis 1993 insgesamt 11.187 Arbeiten, die "self-presentation" im Titel tragen.

\*

Auch bei der psychologischen Erforschung von Selbstdarstellung erweisen sich *differentiell-* und *persönlichkeitspsychologische* Fragestellungen als den *allgemein-, entwicklungs- und sozialpsychologischen* Fragestellungen zeitlich nachgeordnet. Auch im Falle von Selbstdarstellungsverhalten hat man also vor allem zunächst ein *allgemeines* sozialpsychologisches Phänomen erforscht und noch kaum systematisch unter *differentiell-psychologischen* Gesichtspunkten betrachtet. Erst der Hamburger Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie 1994 mit seiner Schwerpunktthematik "*Persönlichkeit und Verhalten*" hat uns dazu eingeladen, dies einmal im Überblick zu versuchen.

Wenn man eine Übersicht zu geben versucht, dann ist man, wohl wissend, daß man damit bereits erste Voreingenommenheiten schafft, gezwungen, zu gliedern und zu kategorisieren. Differentielle und

persönlichkeitspsychologische Gesichtspunkte in bezug auf die Selbstdarstellung- und Impression-Management-Forschung lassen sich meines Erachtens nach folgenden Kategorien gliedern und zusammenfassen:

- 1) Man hat *Taxonomien unterschiedlicher Selbstdarstellungstechniken* entwickelt und so eine Differentielle Psychologie der Selbstdarstellung durch eine *Deskription von Typen oder zumindest Stilen* suggeriert; die Frage bei diesem Vorgehen ist also, ob es bestimmte Selbstdarstellungs-Persönlichkeiten oder zumindest, ob es stabile interindividuelle Differenzen bevorzugter Selbstdarstellungstechniken gibt.
- 2) Man hat *Zusammenhänge zwischen klassischen Persönlichkeitsmerkmalen und dem Selbstdarstellungsverhalten* ermittelt; die Persönlichkeitsvariablen repräsentieren dabei deskriptive Konstrukte, die die Prädiktion von Selbstdarstellungsverhalten verbessern sollen, zum Beispiel, indem sie als Moderatorvariablen für selbstdarstellungsrelevante Zusammenhänge dienen.

Diese beiden Forschungsperspektiven kann man regelrecht als üblich bezeichnen - sie erscheinen fast wie gute, nämlich im ersten Fall idiographische und im zweiten Fall nomothetische Bekannte. Hinzufügen möchte ich eine dritte, sicherlich für die Selbstdarstellungsforschung eigentümliche Kategorie:

- 3) Selbstdarstellung und Persönlichkeit lassen sich auf gleichsam interaktionistische Weise miteinander verknüpfen, indem *Persönlichkeitsmerkmale und -unterschiede ihrerseits als Selbstdarstellungsprodukte* interpretiert werden.

\*

Zum ersten Ansatz.

Ausgehend von E. E. Jones' Beschreibung des Anbieterns und Einschmeicheln (ingratiatio) sind bis heute etwa zwei Dutzend thematisch unterscheidbare *Impression-Management-Techniken* beschrieben worden. Man kann sie danach auflisten, ob sich das Individuum dabei eher als *günstig/positiv* oder als *ungünstig/negativ* darstellt.

Als eher "*positive*" Selbstdarstellungstechniken hat man beschrieben:

- Eigenwerbung betreiben (self-promotion)
- Hohe Ansprüche signalisieren (entitlements)
- Hohes Selbstwertgefühl herausstellen (self-enhancement) und übertreiben (overstatement)
- Sich über Kontakte aufwerten (BIRGing = basking in reflected glory) und sich über Kontakte positiv abheben (boosting)
- Kompetenz und Expertentum signalisieren (competence, expertise)
- Beispielhaft erscheinen (exemplification)
- Attraktivität herausstellen (personal attraction)
- Hohen Status und Prestige herauskehren (status, prestige)
- Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit herausstellen (credibility, trustworthiness)
- Offenheit hervorkehren (self-disclosure)
- Sich beliebt machen, einschmeicheln (ingratiatio, other-enhancement)

Als eher "*negative*" Selbstdarstellungstechniken hat man beschrieben:

- Entschuldigen, Abstreiten von Verantwortlichkeit (apology, excuses), Rechtfertigen (justification, accounts) in mißlichen Lagen (predicaments)
- Widerrufen, ableugnen, dementieren, vorsorglich abschwächen (disclaimer)
- Sich als unvollkommen darstellen (self-handicapping)
- Understatement
- Hilfsbedürftig erscheinen (supplication)
- Symptome geistiger Erkrankung zeigen
- Bedrohen, Einschüchtern (intimidation)
- Abwerten anderer (blasting)

Es hat mehrere *Klassifikationsversuche* gegeben; am schlüssigsten und vollständigsten scheint derjenige von Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld (1985) zu sein, der einerseits zwischen *Strategien* und *Taktiken*, also längerfristig angelegten versus kurzfristig eingesetzten Selbstdarstellungstechniken, andererseits zwischen

*assertiven* und *defensiven* Techniken, also eher aktiven oder passiven Beeinflussungsversuchen unterscheidet. Auf diese Weise ergibt sich ein Vierfelderschema "strategisch/taktisch vs. assertiv/defensiv". Bei näherer Betrachtung erscheint ein solches Vierfelderschema jedoch als nicht ganz widerspruchsfrei. Zwar lassen sich einzelne Verhaltensweisen noch recht plausibel als entweder assertiv oder defensiv kennzeichnen, doch lassen sich viele von ihnen sowohl strategisch als auch taktisch einsetzen. Man kann beispielsweise Schmeicheleien strategisch anwenden, man kann also habitueller Schmeichler sein, oder man kann Schmeicheleien nur gezielt und taktisch verwenden, um einen Job zu bekommen. Eine empirische Überprüfung des gesamten Schemas gibt es bislang nicht, vielleicht mit einer Ausnahme: Neuerdings haben *Lee, Nesler, Quigley & Tedeschi* (1994) bei der Konstruktion eines Selbstdarstellungsfragebogens gute Anpassungswerte für ein Modell gefunden, das assertives und defensives Selbstdarstellungsverhalten unterscheidet. *Olson & Johnson* (1991) haben in ähnlichem Sinne versucht, Persönlichkeitsunterschiede im Selbstdarstellungsverhalten über die jeweils bevorzugten Impression-Management-Techniken herauszuarbeiten. Mittels Selbstratings unterschiedlich sozial erwünschter Adjektive, mit denen Versuchspersonen ihr alltägliches Selbstdarstellungsverhalten beschrieben, gelangten sie zu drei Gruppen: "Konsistente Persönlichkeiten", "Flexible Selbstdarsteller" und "Rigide Selbstdarsteller".

Der prädiktive Wert solcher Klassifikationsansätze ist sicherlich begrenzt. Es ist unwahrscheinlich, daß man mit noch so plausibel erscheinenden Typisierungen zu guten Verhaltensvorhersagen gelangt. *Tice* (1991) zeigte etwa am Beispiel des *self-handicapping*, daß der Einsatz ein und derselben Selbstdarstellungstaktik bei unterschiedlichen Personen psychologisch ganz unterschiedliche Funktionen erfüllen kann. Insgesamt muß man jedenfalls sagen, daß Aussagen über Persönlichkeitsunterschiede im Selbstdarstellungsverhalten auf der Grundlage von Impression-Management-Taxonomien bislang nur sehr selten und nicht systematisch überprüft worden sind.

\*

Zum zweiten Ansatz.

Es erscheint nicht leicht, die Untersuchungen, in denen Zusammenhänge von Persönlichkeitsmerkmalen mit Selbstdarstellungsmaßen ermittelt wurden, einzugrenzen. Denn Selbstdarstellungsverhalten wird selten in expliziter Weise erfaßt! Weder wird in der Regel direkt das Ausmaß an Selbstpräsentation oder Impression-Management erhoben noch sind *Verhaltensmessungen* als solche die Regel - auch auf diesem Gebiet der Psychologie herrscht also gewissermaßen Verhaltensknappheit, und man zieht indirekte Indikatoren vor. Auf diese Weise begegnen wir der Merkwürdigkeit, daß Persönlichkeitsvariablen, deren Zusammenhang mit Selbstdarstellungsmaßen man gerne wüßte, von vielen Forschern ihrerseits als Selbstdarstellungsmaße genommen werden.

Häufigstes Beispiel hierfür ist *self-monitoring*, also die Selbstüberwachungstendenz, die im Anschluß an *Snyder* (1974) mit Fragebogenitems wie "Ich wäre wahrscheinlich ein ganz guter Schauspieler" oder "Es kommt vor, daß ich nicht meine Meinung sage, um Streit zu vermeiden" erfaßt wird. Obgleich es sich beim *self-monitoring* um einen eindeutig kognitiven Prozeß handelt, wird die *self-Monitoring-Variable* in vielen Arbeiten als Selbstdarstellungsindikator verwendet. Das gleiche, wenn auch seltener, widerfährt den *self-consciousness-Variablen*, die *Fenigstein, Scheier & Buss* (1975) zur Erfassung der *Wicklundschen* Selbstaufmerksamkeit beschrieben haben.

Thematisch etwas näher an der Selbstdarstellung ist die Operationalisierung durch Response-Set-Variablen wie *evaluation apprehension*, *demand characteristics*, *self-deception* und *other-deception*, vor allem aber durch *Social-desirability*-Skalen. Auch die so genannte Self-Presentation Scale von *Roth, Snyder & Pace*, (1986) ist nichts anderes als eine Self-deception- und Social desirability-Skala. Nur sehr selten sind Selbstdarstellungsmaße, bei denen gezielt Selbstdarstellungsverhalten erfaßt wird, wie zum Beispiel:

- der Gebrauch von Gesichtskosmetik (*Cash, Rissi & Chapman*, 1985)
- Gestik und Verhalten beim Fotografiertwerden (*Mills*, 1984; *Willson & Lloyd*, 1990)
- sich putzen und zurechtmachen (*preening*) (*Daly, Hogg, Sacks, Smith & Zimring*, 1983)
- Aktenköfferchen tragen (*Trinkauss*, 1982)
- sich mit einer erfolgreichen Person assoziiert wissen wollen (*Giacalone*, 1987)
- sich direkt positive Merkmale zuschreiben (*Roth, Snyder & Pace*, 1986).

Relativ selten sind auch Erfassungen des Selbstdarstellungsverhaltens aufgrund experimentalpsychologischer Manipulation, wie zum Beispiel:

Verhalten nach Instruktion, einen guten Eindruck zu machen (Davies, 1985)

Auswählen störender oder förderlicher Musik beim Ausführen einer Leistung wählen, zur Erfassung von self-handicapping (Shepperd & Arkin, 1989).

Jede Betrachtung von Zusammenhängen zwischen Selbstdarstellung und Persönlichkeitsmerkmalen hat demnach zu berücksichtigen, ob es sich überhaupt um Selbstdarstellungsverhalten im engeren Sinne handelt und wie dieses Verhalten gemessen worden ist.

Während also von vielen Autoren schlicht Merkmale wie self-monitoring oder self-consciousness zur Erfassung von Selbstdarstellungstendenzen herangezogen werden, versuchen andere Autoren Selbstdarstellungsmaße mit ebensolchen Persönlichkeitsmerkmalen wie self-monitoring oder self-consciousness zu korrelieren. Die Zusammenhänge mit solchen gleichsam "tautologischen" Persönlichkeitsvariablen stellen sich wie folgt dar:

#### self-monitoring

Entsprechend dem üblichen Denken in und dem Arbeiten mit Extremgruppen bei den self-Monitoring-Forschern werden erhebliche Unterschiede zwischen High-self-Monitorern und Low-self-Monitorern bezüglich selbstdarstellungsrelevanter Variablen postuliert (Schlenker, 1980; Snyder, 1981); gelegentlich gibt es auch klare empirische Belege dafür.

Zum Beispiel zeigten Cash & Wunderle (1987), daß Studentinnen mit hohen Self-monitoring-Scores (Extraversions-Faktor) signifikant mehr Kosmetik benutzen.

Caldwell & O'Reilly (1982) fanden, daß sich hohe Self-Monitorer opportunistischer verhielten.

Nach Arkin, Gabrenya, Appelman & Cochran (1979) schreiben sich hohe Self-Monitorer im Gegensatz zu Personen mit geringer Neigung zur Selbstüberwachung unter Öffentlichkeitsbedingungen Erfolge stärker selber zu; sie unterliegen also stärker dem self-serving bias.

Die Vermutung von Tedeschi & Norman (1985), daß Personen mit hohen Self-monitoring-Werten eher taktisch, Personen mit niedrigen Self-monitoring-Scores eher strategisch orientiert sind, ist nicht empirisch belegt.

Mielke (1990) findet zwischen der Self-monitoring-Subskala "Soziale Fertigkeiten" und einem Fragebogen der Wirksamkeit der Selbstdarstellung eine recht hohe Korrelation von .81.

#### self-consciousness

Für die Self-consciousness-Variablen im engeren Sinne, also "private" und "öffentliche" Selbstaufmerksamkeit, bietet sich ein ähnliches Bild wie für die Self-monitoring-Variablen.

In einer Arbeit von Greenberg (1983) bemühten sich Personen mit habituell hoher öffentlicher Selbstaufmerksamkeit, bei der Gewinnaufteilung einen besonders gerechten Eindruck zu machen.

Erhebliche Selbstdarstellungstendenzen bei high-public-self-conscious Personen berichten auch Schlenker & Weigold (1990).

#### social anxiety

Auch der von den Self-consciousness-Forschern betonte Aspekt der social anxiety erwies sich in mehreren Arbeiten als mit Selbstdarstellungstendenzen verknüpft (z.B. Turner, 1977).

Nach Arkin, Appelman & Burger (1980) geben sich hoch sozial Ängstliche gegenüber einem Prüfungsgremium bescheidener; sie unterliegen dem self-serving-bias weniger als gering sozial Ängstliche; aber dieser Unterschied zu den wenig sozial Ängstlichen verschwindet unter Bogus-Pipeline-Bedingungen, so daß man sich fragen kann, ob Merkmale wie social anxiety nicht tatsächlich "tautologisch" in bezug auf Selbstdarstellung sind.

Nach Ferrari (1992) bilden Selbstdarstellungs- und Social-anxiety-Maße in einer Faktorenanalyse mehrerer Skalen einen gemeinsamen Faktor; die Korrelationen zwischen Selbstdarstellungs- und Social-anxiety-Maßen bewegen sich zwischen .24 und .30 bei  $n=307$ .

## self-esteem

Auch self-esteem kann man als quasi "tautologische" Persönlichkeitsvariable in bezug auf Selbstdarstellung auffassen, da ja wohl die Äußerung eines hohen Grades an Selbstwertgefühl sehr ähnlich einer hoch positiven Selbstdarstellung sein dürfte. Nach *Roth et al.* (1986) korreliert self-esteem positiv mit der Tendenz, sich selbst unrealistisch positive Eigenschaften zuzuschreiben.

Nach *Baumeister, Tice & Hutton* (1989) sowie *Tice* (1991) ist dieser Zusammenhang allerdings nicht ganz so einfach: Personen mit hohem self-esteem wendeten die self-handicapping-Technik an, um Erfolg zu erhöhen, während Personen mit geringem self-esteem ebenfalls ein solches Selbstdarstellungsverhalten zeigen, allerdings, um Mißerfolgsfolgen abzuschwächen.

Auch nach *Baumgardner, Kaufman & Levy* (1989) wenden Personen mit niedrigem self-esteem verstärkt Selbstdarstellungstechniken an, um sich aufzuwerten und um sich besser zu fühlen.

Self-esteem und einige andere Merkmale erklärten in einer Untersuchung von *Leary & Meadows* (1991) den größten Teil der Varianz des "social blushing", also des Errötens, einer - wenn man so will - Self-handicapping-Variablen, die nach Ergebnissen dieser Autoren im wesentlichen das Ausmaß indiziert, in dem Personen sich damit beschäftigten, wie sie von anderen eingeschätzt werden.

Verlassen wir die der Tautologie und somit vielleicht der Trivialität verdächtigten Persönlichkeitsmerkmale und wenden uns klassischen Eigenschaften zu, die man häufig mit Selbstdarstellungsverhalten in Verbindung gebracht hat. Es sind vor allem Personmerkmale wie Alter, Geschlecht, Ethnizität, ferner klassische Test-Traits wie Extraversion, Kontrollüberzeugungen, Machiavellianismus. Leider mangelt es an Korrelationsstudien, die Selbstdarstellungsverhalten mit den Ergebnissen mehrdimensionaler Persönlichkeitstests verknüpfen. Am ergiebigsten ist hier noch eine Studie von *Tunnell* (1984), die die Persönlichkeitstestergebnisse von Highscorern und Lowscorern in public self-consciousness à la *Fenigstein et al.* (1975) ermittelte. Personen, die hochgradig auf ihr öffentliches Image bedacht sind, zeigen sich im PRF und einem weiteren Jackson-Fragebogen als ängstlicher, konformer, konventioneller, weniger autonom und weniger innovativ, affiliativer und stärker nach außen orientiert.

## Kontrollüberzeugungen

*Fletcher* (1989) postuliert, daß hochgradig intern-kontrollierte Personen in Interviews effizientere Selbstdarstellungsstrategien verfolgen könnten, kann dies aber nicht belegen.

*Mielke* (1990) findet eine positive Korrelation zwischen einem Fragebogen der Wirksamkeit der Selbstdarstellung und der internen Kontrollüberzeugung von .33 bei 102 Personen.

Nach *Schlenker* (1980) verstehen es hoch intern-kontrollierte Personen, sich in assertiver Weise als kompetent darzustellen. *Tedeschi & Norman* (1985) folgern dementsprechend, daß internal-kontrollierte eher assertive, external-kontrollierte eher defensive Selbstdarstellungstechniken anwenden.

Positive Zusammenhänge zwischen der Selbstpräsentation von weiblichen Bankangestellten und Locus-of-Control-Werten findet auch *Wirt* (1989).

*Beauvois & Dubois* (1988) sprechen in unserem Zusammenhang von einer sozial erwünschten "Norm der Internalität"; internale Erklärungen von Ereignissen sind nach ihren Untersuchungen bei Kindern mit Selbstpräsentation verknüpft und werden bevorzugt von Mittelschichtkindern angewendet.

## Extraversion und Neurotizismus

Extraversion und Neurotizismus sind merkwürdigerweise selten direkt mit Selbstdarstellung korreliert worden. An diesem Beispiel zeigt sich augenfällig, daß die sozialpsychologisch orientierte Selbstdarstellungsforschung klassische Persönlichkeitsvariablen kaum im Blick hat.

*Fletcher* (1990) untersuchte Bewerberinterviews und erhob außer dem Selbstdarstellungsverhalten der Bewerber auch EPI-Maße. Extravertierte lächeln im Interview mehr und geben sich seriöser und weniger nervös; in einer etwa doppelt so großen Zahl von Merkmalen gibt es allerdings keinen Zusammenhang. Neurotizismus korreliert lediglich positiv mit zur Schau getragener Nervosität.

Beide Persönlichkeitsfaktoren korrelieren positiv mit der Darstellung, sich intensiv vorbereitet zu haben. Insgesamt sind die Korrelationen mit Werten um die .20 bei  $n=110$  sehr bescheiden.

Bei "Extraversion" fallen dem methodologisch Spitzfindigen sicherlich sogleich Begriffe wie "Beschönigen", "Lügen" und "Defensiveness" ein. *Plante & Schwartz* (1990) haben Versuchspersonen dazu gebracht, sich am Telefon selbst darzustellen und ihnen bei einer anderen Gelegenheit die Eysencksche Lügenskala und eine Social-Desirability-Skala zur Messung von "Defensiveness" gegeben. Personen mit hohen Defensivitätswerten wiesen danach bevorzugt positive Selbstdarstellungsstile auf.

### Machiavellismus

Die Bedeutung von Machiavellismus für Impression-Management hat besonders *Schlenker* (1980) im Anschluß an *Christie & Geis* (1970) und einige Nachgearbeiten hervorgehoben. Die Befunde hierzu sind zwar überzeugend, doch sind sie jeweils recht indirekt gewonnen worden.

Nach *Kraut & Price* (1976) können Kinder mit hohen Machiavellismus-Scores andere Kinder besser täuschen als solche mit niedrigen Scores, und auch Erwachsene High-Scorer sind gegen Schummeln, Lügen und Stehlen nicht abgeneigt, wenn es um ihren persönlichen Vorteil geht (zusammenfassend *Schlenker*, 1980).

Manager mit hohen Scores zeigen mehr Erfolgsorientierung und Arbeitsanspannung als solche mit niedrigen Scores (*Gemmill & Heisler*, 1972), und überhaupt erweisen sich Machiavellisten als vergleichsweise erfolgreicher im Beeinflussen anderer Personen (*Christie & Geis*, 1970).

*Blumstein* (1973) zeigte, daß von Männern, die sich mit einer Frau zu verabreden suchten, diejenigen mit hohen Machiavellismus-Scores sich schmeichlerischer verhielten. *Braginsky* (1970) konnte zeigen, daß machiavellistische Jungen und Mädchen erfolgreicher darin waren, anderen Kindern bitter schmeckende Cracker aufzuschwatzen.

*Pandey & Singh* (1987) zeigten schließlich, daß der Machavellismus der Person, die das Ziel von Selbstdarstellung ist, das Ausmaß von Schmeichelei der sich selbst darstellenden Person beeinflusst.

### Lebensalter und Erfahrung

*DePaulo* (1992) referiert eine Reihe von Arbeiten, die es nahelegen, daß Kinder mit zunehmendem Alter lernen, nonverbale Reaktionen wie Gesichtsausdruck, z.B. Lächeln, zu Selbstdarstellungszwecken erfolgreich einzusetzen. Die Geschichte dieser Entwicklung nonverbaler Selbstdarstellung beginnt demnach schon im Alter von nur wenigen Monaten.

*Elliott* (1982) untersuchte bei 2000 Personen im Alter zwischen 8 und 19 Jahren den Verlauf von Selbstwertgefühl und Selbstdarstellung, in diesem Fall die Phänomene "presenting a false front" oder "fabrication": Der Zusammenhang zwischen einem niedrigen Selbstwertgefühl und der Selbstdarstellungstendenz nahm danach mit zunehmendem Alter ab, und zwar bei Jungen schneller als bei Mädchen.

*Frankel & Johnson* (1977) untersuchten bei Patienten im Alter von 20 bis 80 Jahren Persönlichkeitsmerkmale, die mit dem Ausmaß an Schmeichelei gegenüber dem Krankenhaus mit dem Ziel der Aufnahme in die Klinik korrelieren. Der einzige gefundene Zusammenhang ergab sich mit dem Lebensalter. Das Schmeichelverhalten nahm mit dem Alter zu, und zwar unabhängig vom Schweregrad der Krankheit.

Bei ihrer Betrachtung des Täuschungsverhaltens und des Gebrauchs von Lügen im Arbeitsleben äußerten *DePaulo, DePaulo, Tang & Swaim* (1989) die Vermutung, daß ältere und erfahrenere Personen eher zu Lügen greifen würde, wenn sich die Gelegenheit dazu bietet. Tatsächlich fanden *Parham, Feldman, Oster & Popoola* (1981) dies bestätigt. Die weitere Vermutung, daß erfahrenere Personen dann auch Täuschung besser entdecken können als weniger erfahrene, konnten *DePaulo & Pfeifer* (1986) in einer Untersuchung von Zollbeamten nicht belegen.

### Ethnizität

*Booth-Kewley, Rosenfeld & Edwards* (1992) fanden, daß spanischstämmige (Hispanic!) Rekruten beim Beantworten von Tests eher als nicht-spanische dazu neigten, sich selbst günstig darzustellen.

*Marin, Perez-Stable, Otero-Sabogal, Sabogal et al.* (1989) zeigten in einer raucherpsychologischen Studie ebenfalls, daß sich diese beiden ethnischen Gruppen hinsichtlich eines Selbstdarstellungsfaktors unterschieden, den sie bei der Beurteilung des Rauchens gefunden hatten.

*Lai & Linden* (1993) fanden dagegen keinen solchen Unterschied zwischen kanadischen weißen Studenten einerseits, und asiatischen Studenten verschiedener Akkulturationsstufen andererseits.

*Schumaker & Barraclough* (1989) fanden in einer australischen Untersuchung, daß sich australische Studenten erheblich von in Australien lebenden malayischen Studenten unterschieden; die Einheimischen zeigten erheblich höhere Werte auf der Concern for Appropriateness Scale von *Lennox & Wolfe* (1984), einer revidierten Self-monitoring-Skala, mit der die protektive, defensive Selbstdarstellungstechnik, sich in unterschiedlichen Situationen gut anzupassen, gemessen werden soll.

Schließlich fanden *Hymes & Akiyama* (1991) beim Vergleich amerikanischer und japanischer Studenten, daß sich zwar bei beiden Gruppen eine negative Korrelation zwischen depressiven Tendenzen und der Selbstdarstellungstechnik, sich selbst zu erhöhen, ergab, daß aber die amerikanischen Versuchspersonen erheblich mehr selbstwertdienliche Antworten gaben.

## Geschlecht

Geschlechtsunterschiede im Selbstdarstellungsverhalten sind relativ häufig untersucht worden.

Typisch für die hier zutage geförderten Befunde ist eine Arbeit von *Forsyth, Schlenker, Leary & McCown* (1985) zum Führungsverhalten: Männliche Führungspersonen betonten danach ihren sozialen Einfluß und ihre aufgabenbezogenen Fähigkeiten, während weibliche Führungspersonen ihre interpersonellen und sozial-emotionalen Fähigkeiten herausstellen; die Autoren folgern daraus, daß Geschlechtsunterschiede im Führungsverhalten weitgehend auf eine selbstdarstellerische Konformität gegenüber der Geschlechtsrolle zurückzuführen sei.

Nach *Leary, Robertson, Barnes & Miller* (1986) und *Leary* (1989) unterscheiden sich die Geschlechter auch in ihren Selbstdarstellungsreaktionen auf Gruppensituationen.

Die höhere Meinungskonformität, die man bei Frauen gelegentlich in Untersuchungen zur Meinungsänderung gefunden hat, läßt sich nach einer Studie von *Tuthill & Forsyth* (1982) teilweise auf Selbstdarstellungsverhalten zurückführen; bei Frauen stieg die Konformität mit dem Grad der Notwendigkeit, Impression-Management zu betreiben.

Mehrfach wurde gefunden, daß männliche Personen ein höheres Selbstvertrauen demonstrieren als weibliche (z.B. *Whitehead & Smith*, 1986) und daß Frauen vergleichsweise bescheidener auftreten (*Gould & Slone*, 1982). Frauen scheinen allerdings dann zumindest höhere Self-monitoring-Werte aufzuweisen, wenn es Arbeitstätigkeiten geht, die nicht zum traditionellen weiblichen Rollenbild gehören (*Anderson & Thacker*, 1985).

*Snyder, Ford & Hunt* (1985) fanden unterschiedliche Impression-Management-Techniken des Entschuldigens bei den Geschlechtern - Männer verwenden im Gegensatz zu Frauen seltener Entschuldigungen, die auf Konsensus abzielen.

In bezug auf das *nonverbale* Selbstdarstellungsverhalten wurde eine große Zahl von Geschlechtsunterschieden zutage gefördert (vgl. zusammenfassend *DePaulo*, 1992). Frauen unterscheiden sich von Männern in bezug auf Lächeln, Kopfhaltung, Blickrichtung usw. beim Fotografiertwerden (*Mills*, 1984; *Willson & Lloyd*, 1990).

Bereits im dritten Lebensmonat sollen nach der Übersicht von *DePaulo* (1992) weibliche Babies in Interaktionen mit der Mutter mehr Gesichtsausdruck vom Typus "Interesse" zeigen als männliche, und im Erwachsenenalter sollen sie dann in einer Fülle von Hinsichten der Gesichts- und Körpersprache den Männern überlegen sein.

In Interviews zeigen Frauen ebenfalls ein anderes Selbstdarstellungsverhalten als Männer: Nach *Fletcher & Spencer* (1984) geben sie sich offener und aufrichtiger und präsentieren sich als weniger durchsetzungsfähig; außerdem führt nur bei Frauen die Gegenwart eines gleichgeschlechtlichen Interviewers dazu, daß man sich im Gespräch stärker öffnet.



"Self-disclosure", ein Verhalten, das ja hier als Selbstdarstellungstechnik geführt wird, wurde in mehreren Untersuchungen als bei Frauen stärker ausgeprägt gefunden; Frauen öffnen sich gegenüber Fremden in wesentlich mehr unterschiedlichen Situationen als Männer (vgl. *Fletcher*, 1989).

Die Geschlechter scheinen sich in ihrem Verhalten während der ersten Minuten einer Interaktion mit einer Person des gleichen Geschlechts zu unterscheiden: Positive Zuwendung ist in solchen Interaktionen zwischen Frauen größer als in solchen zwischen Männern (*Ickes & Barnes*, 1977).

*Gonzales & Meyers* (1993) untersuchten die Selbstdarstellung hetero- und homosexueller Männer und Frauen in Annoncen-Texten und fanden zum Beispiel größere Expressivität bei Frauen als bei Männern; Die Kombination von Geschlecht und sexueller Orientierung erwies sich als guter Prädiktor des schriftlichen Selbstdarstellungsverhaltens.

In einer Untersuchung zum "social preening" zeigten *Daly, Hogg, Sacks, Smith & Zimring* (1983), daß Frauen sich in Waschräumen von Restaurants länger zurechtmachen als Männer und daß die Dauer des Sich-Putzens mit der Länge der Bekanntschaft mit dem Tischpartner zusammenhängt. Daß Frauen stärker an Kleidung interessiert sind als Männer (*Solomon & Schopler*, 1982) und daß sie im gesamten Lebenslauf stärker als Männer um ihr Körpergewicht, ihr Aussehen und ihre Eßgewohnheiten besorgt sind, insbesondere in Gegenwart des anderen Geschlechts, wurde ebenfalls empirisch aufgezeigt (*Pliner, Chaiken & Flett*, 1990).

Nach einer Untersuchung von *Smith & Adams* (1982) suchen Studentinnen häufiger als Studenten eine Cafeteria in Begleitung auf - eine von mehreren Erklärungen für die Bevorzugung von solchen Gruppenbesuchen könnte sein, daß Frauen höhere Selbstdarstellungstendenzen haben als Männer.

*Gove, Hughes, & Geerken* (1980) zeigten schließlich, daß die Impression-Management-Technik des "playing dumb", also des Sein-Licht-unter-den-Scheffel-Stellens nicht in dem Ausmaß wie üblicherweise angenommen spezifisch weiblich ist, sondern durchaus auch männlich und unabhängig vom Geschlecht stärker mit Variablen des psychischen Wohlergehens und Zufriedenheit zusammenhängt.

Betrachtet man die anderswo in der Literatur diskutierten und etablierten Persönlichkeitszüge - man denke nur an die "Big Five" - und denkt man an die Fülle der möglichen Beziehungen zwischen Selbstdarstellungsverhalten und Persönlichkeitsmerkmalen, so läßt sich zusammenfassend für unseren zweiten Ansatz feststellen: Zusammenhänge zwischen klassischen Persönlichkeitsmerkmalen und Selbstdarstellungsverhalten sind (mit Ausnahme der Geschlechtsvariablen) nicht oft untersucht worden; wenn sie untersucht worden sind, dann sind solche Zusammenhänge nur selten gefunden worden; und wenn Zusammenhänge gefunden wurden, dann waren sie im allgemeinen nicht besonders stark ausgeprägt.

\*

### Zum dritten Ansatz

Man kann sich fragen, ob nicht auch Persönlichkeitsmerkmale, wie sie mit Tests und testähnlichen Instrumenten gemessen werden, als Ergebnisse von Impression-Management aufgefaßt werden können. Zugespitzt formuliert: Ist nicht manches von dem, was wir als Persönlichkeits-, Temperaments- oder Charaktereigenschaften zu erfassen glauben, ein Ergebnis von Selbstdarstellung?

Die erfassbaren Merkmale des Verhaltens, hinsichtlich deren Individuen sich unterscheiden und die nicht nur vorübergehender Art sind, werden als Persönlichkeitseigenschaften bezeichnet. Persönlichkeitseigenschaften werden überwiegend durch Persönlichkeitstests erfaßt, die vom Mittel der Selbstbeschreibung Gebrauch machen. Selbstberichtsdaten haben den Vorteil, daß Verhalten sehr ökonomisch erfaßt werden kann. Am häufigsten verwendet werden Persönlichkeitsfragebogen und Selbstratingskalen.

Als reaktive Meßinstrumente sind alle diese Verfahren zur Messung von Persönlichkeitsmerkmalen anfällig gegenüber "subjektiven" Einflüssen auf das Untersuchungsergebnis. In konventioneller psychodiagnostischer Sicht hat man von "Verfälschung" und "Lügen" gesprochen und solche vermuteten Verfälschungstendenzen mit "Lügenskalen" zu kontrollieren getrachtet. Sie gelten heute als veraltet, da sie von einem rigiden Konzept des "Lügens" oder Verfälschens ausgehen, Reaktionstendenzen nicht differenziert genug angehen und bei einer großen Zahl von Fragestellungen gar nicht anwendbar sind. Viele Feststellungen, auf die bei der Persönlichkeitsmessung geantwortet werden soll, beziehen sich nämlich nicht auf die Feststellung von Fakten,

bezüglich deren man "lügen" und verfälschen kann, sondern erfragen Präferenzen oder Vorlieben, Beurteilungen und Bewertungen.

Die Erfassung "subjektiver" Verzerrungen von Testergebnissen ist immer dann problematisch, wenn keine gültigen Außenkriterien für das Zutreffen einer Antwort vorliegen oder wenn Hinweise auf eine "richtige" Antwort nur sehr indirekt zu beschaffen sind. Dies gilt nun in besonderer Weise für Persönlichkeitsmerkmale, die den Status von Selbstkonzeptmerkmalen haben. Will man unterscheiden, was an der Antwort einer Versuchsperson auf eine "tatsächliche Persönlichkeitseigenschaft" und was auf eine geäußerte und dargestellte Selbstkonzeptualisierung zurückgeht, so kann man allenfalls mühsam empirisch zu ermitteln suchen, ob Versuchspersonen das betreffende Item in bestimmten Situationen so, und in bestimmten anderen Situationen anders beantworten. Damit sind wir aber im Grunde beim Konzept der "situativen Identität" angelangt, mit anderen Worten bei der Darstellung einer Identität abhängig von den Interaktionspartnern, abhängig vom Publikum.

Persönlichkeitsmessung kann also über weite Strecken als Selbstkonzeptmessung aufgefaßt werden, und Selbstkonzepte, die gemessen werden, geschehen stets gegenüber einem Publikum und sind damit Gegenstand von Selbstdarstellungsforschung.

Auch Kenrick & Funder (1988) haben es im Rahmen der Person-Situation-Debatte im *American Psychologist* für eine von sieben dort genannten Möglichkeiten gehalten, daß die Beobachter oder Psychologen bei der Persönlichkeitsmessung hauptsächlich auf die Selbstsicht der Person rekurrieren, diese übernehmen und der Person dann als Meßergebnisse mitteilen; die Autoren finden aber keine ausreichenden Belege hierfür.

Mummendey & Mielke (1989) haben sich die wohletablierten Persönlichkeitsdimensionen *Extraversion und Neurotizismus* vorgenommen und sie bei drei Gruppen von vergleichbaren Versuchspersonen unter drei verschiedenen starken Impression-Management-Bedingungen gemessen: einmal in einer Situation, die es für die Personen nahelegte, Selbstdarstellung zu betreiben, zum zweiten in einer noch verschärften Impression-Management-Situation, und drittens in einer normalen Situation, die nicht gesteigert zur Selbstdarstellung anregte.

Die Versuchspersonen waren Sportler, denen entweder a) bewußt war, daß sie als Sportler angesprochen und untersucht wurden, oder die b) direkt aufgefordert wurden, sich als Sportler zu präsentieren, oder die c) keine Ahnung haben konnten, daß der Persönlichkeitstest etwas mit ihrer Sportlereigenschaft zu tun haben könnte.

Die Untersuchung zeigte erwartungsgemäß, daß vor allem Neurotizismus und eine Reihe weiterer Persönlichkeitsmerkmale in Abhängigkeit von diesen Untersuchungsbedingungen variieren. Es konnten auch Differenzierungen je nach der sozialen Rolle der Personen aufgezeigt werden. Zum Beispiel betrieben Mannschaftssportler viel stärker als Individualsportler Selbstdarstellung in bezug auf die Extraversiondimension, und bei den Individualsportlern ergab sich eine unterschiedliche Darstellung der eigenen Persönlichkeit in Abhängigkeit vom Leistungsniveau.

In weiteren eigenen Untersuchungen (Mummendey, 1990) zeigte sich, daß *Neurotizismus* unterschiedlich hoch ausfällt, je nachdem gegenüber wem man sich äußert, das heißt, je nachdem von wem man untersucht wird oder von dem man erwartet, daß er die Ergebnisse zu sehen bekommt. So stellen sich weibliche Personen in einem wissenschaftlich bestimmten Kontext als weniger neurotizistisch dar als in einem frauenbezogenen sozialen Kontext. Männliche Personen stellen sich dann, wenn sie meinen, von Frauenforscherinnen untersucht zu werden, als neurotizistischer dar als wenn sie meinen, von üblichen Wissenschaftlern getestet zu werden.

Manipuliert man die sozialen Umgebungsbedingungen so, daß Versuchspersonen ihre Testergebnisse entweder privat oder aber öffentlich abzugeben meinen, dann präsentieren sich männliche Probanden unter der Privat-Bedingung "Frauen" gegenüber als neurotizistischer, während in der "Öffentlichkeit" ihr Neurotizismus oder ihre psychische Stabilität unabhängig vom Adressaten der Testuntersuchung ist.

Neurotizismus-Testergebnisse sind auch, wie eine Untersuchung zusammen mit Mielke (vgl. Mummendey, 1990) gezeigt hat, zusätzlich vom Grad der Selbstwirksamkeits-Erwartung der Selbstdarstellung abhängig: Beispielsweise ergeben sich unter der Bedingungskombination "Öffentliche Selbstdarstellung" und "Frauen als Adressaten der Untersuchung" höhere Neurotizisskores bei männlichen Probanden mit niedrigen Selbst-

wirksamkeitserwartungen an die eigene Selbstdarstellungsfähigkeit, geringere Neurotizismuswerte dagegen bei Personen, die sich gute Selbstdarstellungsfähigkeiten zutrauen.

Abschließend zu unserem dritten Ansatz sei bemerkt, daß die berichteten Effekte zwar deutlich, aber niemals beunruhigend hoch sind - beunruhigend für die klassischen Differentiellen Psychologen. In einer der erwähnten Untersuchungen ergab sich in der Varianzanalyse ein Selbstdarstellungsanteil an den klassischen Persönlichkeitsvariablen von ungefähr 10%, allerdings bei methodisch ausgesprochen konservativer Vorgehensweise.

## Literatur

Anderson, L. R. & Thacker, J. (1985). Self-monitoring and sex as related to assessment center ratings and job performances. *Basic and Applied Social Psychology*, 6, 345-361.

Arkin, R. M. (1980). Self-presentation. In D. M. Wegner & R.R. Vallacher (Eds.), *The self in social psychology* (pp.158-182). New York: Oxford University Press.

Arkin, R. M., Gabrenya, W. K., Appelman, A. S. & Cochran, S. T. (1979). Self-presentation, self-monitoring, and the self-serving bias in causal attribution. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 73-76.

Arkin, R., Appelman, A. & Burger, J. (1980). Social anxiety, self-presentation, and the self-serving bias in causal attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 23-35.

Baumeister, R. F., Tice, D. M. & Hutton, D. G. (1989). Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem. *Journal of Personality*, 57, 547-579.

Baumgardner, A. H., Kaufman, C. M. & Levy, P. E. (1989). Regulating affect interpersonally: When low esteem leads to greater enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 907-921.

Beauvois, J. L. & Dubois, N. (1988). The norm of internality in the explanation of psychological events. *European Journal of Social Psychology*, 18, 299-316.

Blumstein, P. W. (1973). Audience, machiavellianism, and tactics of identity bargaining. *Sociometry*, 36, 346-365.

Booth-Kewley, S., Rosenfeld, P. & Edwards, J. E. (1992). Impression management and self-deceptive enhancement among Hispanic and non-Hispanic White Navy recruits. *Journal of Social Psychology*, 132, 323-329.

Braginsky, D. D. (1970). Machiavellianism and manipulative interpersonal behavior in children. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6, 77-99.

Caldwell, D. F. & O'Reilly, C. A. (1982). Responses to failure: The effects of choice and responsibility on impression management. *Academy of Management Journal*, 25, 121-136.

Cash, T. F., Rissi, J. & Chapman, R. (1985). Not just another pretty face: Sex roles, locus of control, and cosmetics use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 246-257.

Cash, T. F. & Wunderle, J. M. (1987). Self-monitoring and cosmetics use among college women. *Journal of Social Behavior and Personality*, 2, 563-566

Christie, R. & Geis, F. L. (1970). *Studies in machiavellianism*. New York: Academic Press.

Daly, J. A., Hogg, E., Sacks, D., Smith, M. & Zimring, L. (1983). Sex and relationship affect social self-grooming. *Journal of Nonverbal Behavior*, 7, 183-189.

Davies, M. F. (1985). The influence of impression-management set on measures of self-consciousness. *Current Psychological Research and Reviews*, 4, 40-45.

DePaulo, P. J., DePaulo, B. M., Tang, J. & Swaim, G. W. (1989). Lying and detecting lies in organizations. In Giacalone, R. A. & Rosenfeld, P. (Eds.), *Impression management in the organization* (pp. 377-393). Hillsdale, NJ.: Erlbaum.

- DePaulo, B. M. & Pfeifer, R. L. (1986). On-the-job experience and skill at detecting deception. *Journal of Applied Social Psychology, 16*, 249-267.
- DePaulo, B. (1992). Nonverbal behavior and self-presentation. *Psychological Bulletin, 111*, 203-243.
- Elliott, G. C. (1982). Self-esteem and self-presentation among the young as a function of age and gender. *Journal of Youth and Adolescence, 11*, 135-153.
- Fenigstein, A., Scheier, M. F. & Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 43*, 522-527.
- Ferrari, J. R. (1992). Procrastinators and perfect behavior: An exploratory factor analysis of self-presentation, self-awareness, and self-handicapping components. *Journal of Research in Personality, 26*, 75-84.
- Finch, J. F. & Cialdini, R. B. (1989) Another indirect tactic of (self-) image management: Boosting. *Personality and Social Psychology Bulletin, 15*, 222-232.
- Fletcher, C. (1989). Impression management in the selection interview. In R. A. Giacalone & P. Rosenfeld (Eds.), *Impression management in the organization* (pp. 269-281). Hillsdale, NJ.: Erlbaum.
- Fletcher, C. (1990). The relationships between candidate personality, self-presentation strategies, and interviewer assessments in selection interviews: An empirical study. *Human Relations, 43*, 739-749.
- Fletcher, C. & Spencer, A. (1984). Sex of candidate and sex of interviewer as determinants of self-presentation orientation in interviews: An experimental study. *International Review of Applied Psychology, 33*, 305-313.
- Forsyth, D. R., Schlenker, B. R., Leary, M. R. & McCown, N. E. (1985). Self-presentational determinants of sex differences in leadership behavior. *Small Group Behavior, 16*, 197-210.
- Frankel, A. & Johnson, C. A. (1977). Seeking admission to a veterans hospital: Impression management. *Journal of Clinical Psychology, 33*, 519-522.
- Gemmill, G. R. & Heisler, W. J. (1972). Machiavellianism as a factor in managerial job strain, job satisfaction, and upward mobility. *Academy of Management Journal, 15*, 51-62.
- Giacalone, R. A. (1987). Management, sex, and symbolic association-dissociation following success and failure. *Basic and Applied Social Psychology, 8*, 45-56.
- Giacalone, R. A. & Rosenfeld, P. (Eds.) (1989). *Impression management in the organization*. Hillsdale, NJ.: Erlbaum.
- Gonzales, M. H. & Meyers, S. A. (1993). "Your mother would like me": Self-presentation in the personals ads of heterosexual and homosexual men and women. *Personality and Social Psychology Bulletin, 19*, 131-142.
- Gould, R. J. & Slone, C. G. (1982). The "feminine modesty" effect: A self-presentational interpretation of sex differences in causal attribution. *Personality and Social Psychology Bulletin, 8*, 477-485.
- Gove, W. R., Hughes, M. & Geerken, M. R. (1980). Playing dumb: A form of impression management with undesirable side effects. *Social Psychology Quarterly, 43*, 89-102.
- Greenberg, J. (1983). Self-image versus impression management in adherence to distributive justice standards: The influence of self-awareness and self-consciousness. *Journal of Personality and Social Psychology, 44*, 5-19.
- Hymes, R. W. & Akiyama, M. M. (1991). Depression and self-enhancement among Japanese and American students. *Journal of Social Psychology, 131*, 321-334.
- Ickes, W. & Barnes, R. D. (1977). The role of sex and self-monitoring in unstructured dyadic interactions. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 315-330.
- Kenrick, D. T. & Funder, D. C. (1988). Profiting from controversy: Lessons from the person-situation debate. *American Psychologist, 43*, 23-34.

- Kraut, R. E. & Price, J. D. (1976). Machiavellism in parents and their children. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 782-786.
- Lai, J. & Linden, W. (1993). The smile of Asia: Acculturation effects on symptom reporting. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 25, 303-313.
- Leary, M. R. (1989). Self-presentational processes in leadership emergence and effectiveness. In R. A. Giacalone & P. Rosenfeld (Eds.), *Impression management in the organization* (pp. 363-374). Hillsdale, NJ.: Erlbaum.
- Leary, M. R. & Meadows, S. (1991). Predictors, elicitors, and concomitants of social blushing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 254-262.
- Leary, M. R., Robertson, R. B., Barnes, B. D. & Miller, R. S. (1986). Self-presentations of small group leaders: Effects of role requirements and leadership orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 742-748.
- Lee, S.-J., Nesler, M. S., Quigley, B. M. & Tedeschi, J. T. (1994). *Development of the Self-presentation Tactic Scale*. (Unveröffentlichtes Manuskript, Department of Psychology, University of New York at Albany)
- Lennox, R. D. & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the self-monitoring scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 1349-1364.
- Marin, G., Perez-Stable, E. J., Otero-Sabogal, R., Sabogal, F. et al. (1989). Stereotypes of smokers held by Hispanic and White non-Hispanic smokers. *International Journal of the Addictions*, 24, 203-213.
- Mielke, R. (1990). Ein Fragebogen zur Wirksamkeit der Selbstdarstellung. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 21, 162-170.
- Mills, J. (1984). Self-posed behaviors of females and males in photographs. *Sex Roles*, 10, 633-637.
- Mori, D., Chaiken, S. & Pliner, P. (1987). "Eating lightly" and the self-presentation of femininity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 693-702.
- Mummendey, H. D. (1990). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe.
- Mummendey, H. D. & Mielke, R. (1989). *Die Selbstdarstellung des Sportlers*. Schorndorf: Hofmann.
- Olson, K. R. & Johnson, D. C. (1991). Individual differences in self-presentation styles. *Journal of Social Psychology*, 131, 495-509.
- Pandey, J. & Singh, P. (1987). Effects of Machiavellianism, other-enhancement, and power-position on affect, power feeling, and evaluation of the ingratiation. *Journal of Psychology*, 121, 287-300.
- Parham, I. A., Feldman, R. S., Oster, G. D. & Popoola, O. (1981). Intergenerational differences in nonverbal disclosure of deception. *Journal of Social Psychology*, 113, 261-269.
- Plante, T. G. & Schwartz, G. E. (1990). Defensive and repressive coping styles: Self-presentation, leisure activities, and assessment. *Journal of Research in Personality*, 24, 173-190.
- Pliner, P., Chaiken, S. & Flett, G. L. (1990). Gender differences in concern with body weight and physical appearance over the life span. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16, 263-273.
- Roth, D. L., Snyder, C. R. & Pace, L. M. (1986). Dimensions of favorable self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 867-874.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Belmont, CA: Brooks Hole.
- Schlenker, B. R. & Weigold, M. F. (1990). Self-consciousness and self-presentation: Being autonomous versus appearing autonomous. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 820-828.
- Schumaker, J. F. & Barraclough, R. A. (1989). Protective self-presentation in Malaysian and Australian individuals. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 20, 54-63.

- Shepperd, J. A. & Arkin, R. M. (1989). Self-handicapping: The moderating roles of public self-consciousness and task importance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 252-265.
- Smith, G. F. & Adams, L. (1982). Sex and time of day as determinants of whether people enter the cafeteria together or alone. *Psychological Reports*, 51, 837-838.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 526-537.
- Snyder, M. (1981). Impression management: The self in social interaction. In L. S. Wrightsman & K. Deaux (Eds.), *Social Psychology in the eighties* (3rd ed.). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Snyder, C. R., Ford, C. E. & Hunt, H. A. (1985). Excuse-making: A look at sex differences. (Zit.n. Whitehead, G. I., III, & Smith, S. H., Competence and excuse-making as self-presentational strategies. In R. F. Baumeister (Ed.) (1986), *Public self and private self* (pp. 161-177). New York: Springer.
- Solomon, M. R. & Schopler, J. (1982). Self-consciousness and clothing. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 508-514.
- Tedeschi, J. T., Lindskold, S. & Rosenfeld, P. (1985). *Introduction to social psychology*. St. Paul, MN: West.
- Tedeschi, J. T. & Norman, N. (1985). Social power, self-presentation, and the self. In B.R. Schlenker (Ed.), *The self and social life* (pp.293-322). New York: McGraw-Hill.
- Tice, D. M. (1991). Esteem protection or enhancement? Self-handicapping motives and attributions differ by trait self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 711-725.
- Trinkaus, J. W. (1982). Carrying document cases: An informal look. *Psychological Reports*, 51, 430.
- Tunnell, G. (1984). The discrepancy between private and public selves: Public self-consciousness and its correlates. *Journal of Personality Assessment*, 48, 549-555.
- Turner, R. G. (1977). Self-consciousness and anticipatory belief change. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3, 438-441.
- Tuthill, D. M. & Forsyth, D. R. (1982). Sex differences in opinion conformity and dissent. *Journal of Social Psychology*, 116, 205-210.
- Whitehead, G. I., III, & Smith, S. H., Competence and excuse-making as self-presentational strategies. In R. F. Baumeister (Ed.) (1986), *Public self and private self* (pp. 161-177). New York: Springer
- Whitehead, G. I., III & Smith, S. H. (1986). Competence and excuse-making as self-presentational strategies. In R. F. Baumeister (Ed.), *Public self and private self* (pp.161-177). New York: Springer.
- Willson, A. & Lloyd, B. (1990). Gender vs. power: Self-posed behavior revisited. *Sex Roles*, 23, 91-98.
- Witt, L. A. (1989) Person-situation effects in the explanation of self-presentation on the job: Locus of control and psychological climate. *Journal of Social Behavior and Personality*, 4, 521-530.