

BIELEFELDER ARBEITEN ZUR SOZIALPSYCHOLOGIE

Psychologische Forschungsberichte,
herausgegeben von Hans Dieter Mummendey
Universität Bielefeld

Nr.170 (Mai 1994)

Hans Dieter Mummendey
und Stefanie Eifler:

**Ein Fragebogen zur Erfassung
"positiver" Selbstdarstellung
(Impression-Management-Skala)**

Zusammenfassung:

Es wird über die Konstruktion eines Fragebogens zur Messung der Tendenz, sich selbst als "positiv" darzustellen, berichtet. Mit einer internen Konsistenz von $\alpha = .82$ und einer Reliabilität von $r_{12} = .83$ erscheint die Skala als gut geeignet, bei Studierenden Impression-Management-Tendenzen zu erfassen.

1. Die differentielle Erfassung des Selbstdarstellungsverhaltens

Selbstdarstellungsprozesse sind vor allem allgemein- und sozialpsychologisch erforscht worden, aber bislang nur sporadisch differentiell- und persönlichkeitspsychologisch. Es ist üblich, daß ein psychologischer Vorgang zunächst *allgemein*, und anschließend erst *differentiell* behandelt wird - insofern stellt die Untersuchung von Selbstpräsentation und Impression-Management keine Ausnahme gegenüber anderen psychologischen Forschungsgebieten dar.

Es hat eine Reihe von Bemühungen gegeben, individuelle Unterschiede in der Tendenz von Personen zu erfassen, sich selbst in sozialen Situationen zum Gegenstand der eigenen Beobachtung und Bewertung zu machen. Hier sind vor allem die Arbeiten im Anschluß an *Snyder (1974)* zum *Self-Monitoring* zu nennen. Dabei scheint für die meisten Autoren die Erfassung interindividueller Differenzen mit Hilfe der *Self-Monitoring-Skala* bereits zur Ermittlung von Selbstdarstellungstendenzen auszureichen (vgl. *Mummendey*, im Druck). Gegen eine solche Operationalisierung spricht allerdings, daß es sich beim Self-Monitoring zunächst lediglich um einen *kognitiven* Prozeß handelt und noch gar nicht um *Selbstdarstellung*, also die Selbstpräsentation gegenüber Interaktionspartnern. Der Zusammenhang solcher Kognitionen mit tatsächlich gezeigtem *Verhalten* bleibt ungeklärt.

Ähnliches gilt für Bemühungen, individuelle Unterschiede in der Selbstpräsentation durch Skalierungen von *Self-Awareness* zu erfassen, vor allem durch die Skalen von *Fenigstein, Scheier & Buss (1975)* im Anschluß an die Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit von *Duval & Wicklund (1972)*. Die von diesen Autoren unterschiedenen Faktoren *Private* und *Öffentliche Selbstbewußtheit* und der dritte vorgeschlagene Faktor *Social Anxiety* können nicht als Maße des Selbstdarstellungsverhaltens angesehen werden. Auch mit Sozialer Ängstlichkeit eng verknüpfte Skalen wie die *Fear of Negative Evaluation Scale (Watson & Friend, 1969; Leary, 1983b)* oder die *Interaction Anxiousness Scale* von *Leary (1983a)* beziehen sich eher auf *Emotionen* als auf offen beobachtbares *Verhalten*. Das gilt auch für die Skalen zur Erfassung von *Publikumsängstlichkeit* und *Schüchternheit (Buss, 1980)*

und deutschsprachige Fragebogen zur *Furcht vor sozialen Konsequenzen* (Jerusalem, 1984) oder zur *Sozialen Ängstlichkeit* von Schwarzer, Jerusalem & Sarason (1986).

Die von Paulhus (z.B. 1984) veröffentlichten Skalen zur Erfassung von *Social Desirability* werden ebenfalls häufig als Selbstdarstellungsskalen verwendet. Sie gliedern sich zwar in die beiden Komponenten *Self-Deception* und *Impression Management*, doch handelt es sich bei der "*Impression Management*"-Skala (mit Items wie "Do you tell the truth?" oder "Once in a while I laugh at a dirty joke") eher um eine klassische "Lügen-Skala", also um einen Versuch zur Erfassung eines spezifischen Response Set, als um ein Meßinstrument, das das Ausmaß der Neigung zur Selbstdarstellung eines Individuums erfassen soll.

Roth, Snyder & Pace (1986) haben eine *Self-Presentation Scale* vorgelegt, die die Tendenz erfassen soll, sich in unrealistischer Weise selbst positiv zu beurteilen ("to unrealistically attribute positive traits to the self"). Diese Skala wurde in Anlehnung an die "Impression Management"-Konzeption von Paulhus erstellt und erscheint mit Items wie "I argue only when I know I am right" oder "My solutions to problems are always original and effective" als Social-Desirability- oder Lügen-Skala. Es ist somit folgerichtig, daß die Skala von Roth et al. (1986) positiv mit Self-Esteem korreliert. Mit ihr wird keineswegs *Selbstdarstellungsverhalten* im Sinne einer aktiven Einflußnahme des Individuums auf antizipierte Beurteilungen dieses Individuums durch andere gemessen - erst letzteres wäre Selbstdarstellung im klassischen, das heißt, Goffmanschen Sinne.

Um dem offensichtlichen Mangel an Skalen abzuhelpen, die eben diese *Tendenz eines Individuums* erfassen, *andere Personen zu bestimmten Zuschreibungen von Merkmalen an dieses Individuum zu veranlassen*, soll in der vorliegenden Arbeit über eine entsprechende Fragebogenkonstruktion berichtet werden. Diese Selbstdarstellungs-Skala soll sich unmittelbar auf *Selbstpräsentationsverhalten* beziehen. Die antwortende Person soll also darüber Auskunft geben, *wie sehr sie dazu neigt, sich in sozialen Situationen in bestimmter Weise zu präsentieren*.

2. Bestimmung des Konstrukts "'Positive' Selbstdarstellung"

Da in der Literatur zu Selbstdarstellung und Impression-Management mittlerweile eine größere Zahl von Selbstpräsentationstechniken beschrieben worden ist (vgl. z.B. *Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld, 1985*), muß eine Entscheidung darüber getroffen werden, ob das hier zu konstruierende Inventar die Neigung zum Einsatz *sämtlicher* oder nur *einiger* dieser Selbstdarstellungstechniken messen oder ob es sich gar auf die Erfassung einer *einzig*en Technik beschränken soll. (Eine Unterscheidung nach längerfristig angelegten Selbstdarstellungsstrategien und eher kurzfristig wirksamen Selbstdarstellungstaktiken soll im vorliegenden Zusammenhang nicht erfolgen.)

Grundsätzlich wäre es möglich, ausgehend von der Idee einer *generellen*, über-situativ bestehenden Impression-Management-Tendenz, ein Inventar mit *verschiedenen* Selbstdarstellungstechniken, bezogen auf *eine* spezifische Situation, zusammenzustellen. Zum Beispiel könnte danach gefragt werden, ob Personen in Konkurrenz- oder Bewerbungssituationen die Techniken des Einschmeicheln (ingratiation), des Einschüchterns (intimidation), der Eigenwerbung (self-promotion), des Self-Handicapping usw. einsetzen. Oder es ließe sich eine *einzelne* Impression-Management-Technik über *verschiedene* soziale Situationen hinweg erfassen. So könnte man beispielsweise erfragen, ob die Self-Handicapping-Technik, also die Tendenz, sich durch den Hinweis auf eigene Beeinträchtigungen, Hilfsbedürftigkeit, Krankheit usw. durchzusetzen oder in den Vordergrund zu spielen, sowohl im Berufsleben als auch in Familie und Partnerbeziehungen, gegenüber Freunden, Kollegen oder Fremden eingesetzt wird.

In der vorliegenden Arbeit wählen wir, vor allem aus ökonomischen Gründen, die zweite Forschungsstrategie. Wir entscheiden uns dabei für die wohl üblichste Art und Weise der Selbstpräsentation, nämlich die *Tendenz, sich selbst als "positiv" darzustellen*. Eigenwerbung zu betreiben, die eigenen Vorzüge hervorzukehren, sich allgemein in ein günstiges Licht zu setzen usw. erscheint, ohne daß dies hier empirisch nachgewiesen werden könnte, als die im Alltagsleben häufigste Selbstpräsentationstechnik, häufiger jedenfalls als beispielsweise die Technik des Einschmeicheln, Einschüchterns oder des Self-Handicapping.

Während die Erfassung der Tendenz einer Person, eine Vielzahl von Selbstdarstellungstechniken anzuwenden, sicherlich ein komplexeres Meßverfahren erfordern würde, kann die Neigung, eine *einzelne* Impression-Management-Technik in *verschiedenen* Situationen einzusetzen, mit einem *eindimensionalen Persönlichkeitsfragebogen* erfaßt werden.

Die verschiedenen, von *Tedeschi et al.* (1985) und weiteren Autoren (vgl. zusammenfassend *Mummendey*, 1990) erstellten Taxonomien des Selbstdarstellungsverhaltens enthalten übereinstimmend zum einen Selbstpräsentationstechniken, in denen sich das Individuum in einer generell als *'negativ'* aufgefaßten Art und Weise präsentiert, zum anderen solche Techniken, mittels derer man sich in einer als *'positiv'* anzusehenden Art und Weise gegenüber anderen Personen darstellt.

'Negativ' anzusehende Selbstdarstellungstechniken sind beispielsweise das Abwerten von Personen und Gruppen (blasting), Sich-Einschmeicheln (ingratiation), Einschüchtern (intimidation), Hinweisen auf eigene Unzulänglichkeiten (self-handicapping), Untertreiben (understatement). Die entsprechenden Konzepte suggerieren die Zuschreibung sozial eher unerwünschter Merkmale an die sich selbst darstellende Person.

Demgegenüber werden als *'positive'* Selbstdarstellungstechniken immer wieder beschrieben:

Eigenwerbung betreiben (self-promotion), beispielhaft und vorbildlich erscheinen (exemplification), sich im positiven Lichte anderer sonnen (basking in reflected glory = BIRGing), vertrauenswürdig und glaubwürdig erscheinen (trustworthiness, credibility), hohen Status und Prestige herauskehren (status, prestige), hohe Ansprüche stellen (entitlements), Kompetenz und Expertentum signalisieren (competence, expertise), Übertreiben (overstatement).

Es ist ganz offensichtlich, daß sich diese Selbstdarstellungstechniken in vielerlei Hinsicht überschneiden. Daher erscheint es als sinnvoll, sie für die Zwecke der hier beabsichtigten Skalenkonstruktion zu einem globalen Konstrukt "*'Positive' Selbstdarstellung*" zusammenzufassen.

Bitte beantworte diesen Fragebogen so zügig wie möglich und lasse keine Frage aus. Es geht darum, die vorliegenden Fragen zu testen, um eine Auslese vorzunehmen. Es geht nicht darum, Deine Persönlichkeit zu testen oder zu bewerten. Wir werten den Fragebogen anonym aus und bitten Dich um vollständige Ehrlichkeit. In den Fragen geht es darum, wie sehr man dazu neigt, sich in ein günstiges Licht zu setzen. Wir wissen, daß dies schöngefärbte Antworten provozieren kann. Versuche bitte trotzdem, aufrichtig zu antworten. Hinter jedem Satz sind zwischen den Antworten "stimmt nicht" und "stimmt" vier Skalenpunkte angegeben. Kreuze bitte nur einen von ihnen an, Du hast nur vier Möglichkeiten. Mit dem Ausfüllen hilfst Du, einen verbesserten Fragebogen zu konstruieren. Vielen Dank für Deine Mitarbeit!

Aufgrund einer Schwierigkeitsanalyse der Antworten wurden 26 Items eliminiert, die Schwierigkeitsgrade $< .30$ oder $> .70$ aufwiesen. Bei den verbliebenen 34 Items wurde eine Trennschärfeanalyse vorgenommen: Jedes Item wurde mit dem Gesamtscore auf der Basis aller ursprünglichen 60 Items, die das Konstrukt "'Positive' Selbstdarstellung" repräsentieren, korreliert. Daraufhin wurden diejenigen 20 Items mit den höchsten Trennschärfeindizes beibehalten. Diese variierten von $r_{ii} = .34$ bis $r_{ii} = .62$. Unter den verbliebenen Items befanden sich 13 im Sinne des Konstrukts 'negativ' und 7 'positiv' formulierte.

Da sich einige der verbliebenen Items dem Inhalt nach sehr stark ähnelten, wurden drei weitere Items aus der Liste der 20 eliminiert, und zwar jeweils negativ verschlüsselte. Somit bilden insgesamt 17 Items den endgültigen Fragebogen 'positiver' Selbstdarstellung, der im folgenden kurz als *Impression-Management-Fragebogen* bezeichnet wird. 7 von ihnen sind 'positiv' und 10 'negativ' gepolt. In *Tabelle 1* sind alle Items des Fragebogens mit ihren Item-Test-Korrelationen aufgeführt.

Der *Konsistenzkoeffizient* der Impression-Management-Skala (Cronbach) beträgt $\alpha = .82$, die korrigierte *Split-Half-Reliabilität* (Spearman-Brown) des Fragebogens beträgt $r_{12} = .83$.

Tabelle 1: Impression-Management-Skala mit laufenden Nummern, Trennschärfeindices (r_{it}) und Markierung der negativ verschlüsselten Items (-)

Item:	r_{it}	
1. (-)	.62	Wenn mir eine Person gut gefällt, verzichte ich darauf, meine Vorzüge in den Vordergrund zu stellen.
2.	.55	Nach einer Prüfung weise ich gern auf gute Ergebnisse hin.
3. (-)	.52	Wenn ich jemanden kennenlerne, gebe ich nicht allzuviel von mir preis, um mich nicht aufzuspielen.
4.	.51	Bei der Unterhaltung über Kino- oder Fernsehfilme lasse ich meine Kennerschaft durchblicken.
5.	.49	In einer ungewohnten Umgebung versuche ich möglichst, mit besonders intelligenten oder witzigen Kommentaren zu glänzen.
6.	.47	In Studium und Beruf versuche ich, durch qualifizierte Beiträge auf meine Leistungen aufmerksam zu machen.
7. (-)	.44	Ich halte mich lieber am Rand auf als mich in den Mittelpunkt zu stellen.
8.	.41	Ich versuche, auf einer Party durch besondere Kleidungsstücke aufzufallen.
9. (-)	.41	Ich bemühe mich nicht besonders, auf den ersten Blick einen guten Eindruck zu machen.
10. (-)	.38	Wenn ich Prominente oder zum Beispiel bekannte Sportler kenne, gebe ich vor anderen nicht damit an.
11. (-)	.37	Wenn ich mit meiner Freundin/meinem Freund zusammen bin, erzähle ich kaum über meine Leistungen im Studium oder im Beruf, um mich nicht aufzuspielen.
12.	.36	Bei Unterhaltungen über Bücher gebe ich mir gerne den Anschein von Belesenheit.
13. (-)	.35	Einladungen zu Parties erzähle ich unter Kollegen nicht herum.
14. (-)	.34	Beim Essen im Restaurant lege ich keinen Wert darauf, durch besonders gute Manieren Eindruck zu schinden.
15.	.33	Ich bemühe mich um einen geraden und aufrechten Gang, um selbstbewußt zu wirken.
16. (-)	.29	Ich versuche nicht, meine Meinung durch das Zitieren von Fachleuten aufzuwerten.
17. (-)	.29	In einer Kneipe mache ich mir keine Gedanken um mein Auftreten.

5. Diskussion

Der vorgelegte Impression-Management-Fragebogen erscheint aufgrund seiner guten Konsistenzmaße als geeignet, bei studentischen Probanden das Ausmaß "positiver" Selbstpräsentation zu erfassen, das heißt, die Tendenz eines Individuums zu messen, andere Personen zur Zuschreibung von als günstig bewerteten Merkmalen an dieses Individuum zu veranlassen.

Damit wird es möglich, in psychologischen Experimenten Personengruppen mit hohen oder niedrigen Impression-Management-Tendenzen zu selektieren und Selbstdarstellungstendenzen als Variable, beispielsweise als Moderatorvariable bei der Untersuchung sozialpsychologischer Fragestellungen, zu bestimmen.

Selbstverständlich liegt mit dieser Skala nur ein erster Ansatz vor, immerhin aber einer, der unmittelbar *Verhaltenstendenzen*, und nicht nur selbstbezogene Kognitionen und Emotionen behandelt.

Eine wesentliche Einschränkung des Geltungsbereichs der hier konstruierten Selbstdarstellungsskala kann darin gesehen werden, daß unser Impression-Management-Konstrukt "'Positive' Selbstdarstellung" zum einen *die Bejahung der Zuschreibung "positiver" Merkmale*, und zum anderen *die Bejahung des Verzichts auf die Zuschreibung "positiver" Merkmale* thematisiert: Die Bejahung von derart "negativ" formulierten Selbstdarstellungs-Aussagen im vorliegenden Fragebogen (zum Beispiel "Wenn mir eine Person gut gefällt, verzichte ich darauf, meine Vorzüge in den Vordergrund zu stellen") könnte mit Social-Desirability-Tendenzen vermischt sein. Im Gegensatz dazu dürfte die Bejahung "positiv" formulierter Selbstdarstellungs-Aussagen (zum Beispiel "Nach einer Prüfung weise ich gern auf gute Ergebnisse hin") sozial eher ungünstig wirken. Ein Understatement scheint allgemein eher sozial akzeptiert zu sein als ein Overstatement. Wollte man also eine eindimensionale Skala zur Erfassung des Konstrukts "'Positive' Selbstdarstellung" entwickeln, so würde es sich anbieten, sich für eine der beiden Formulierungsmodi zu entscheiden - mit dem Nachteil allerdings, daß man nun wieder stärker mit dem Problem des Acquiescence Response Set konfrontiert wäre.

6. Literatur

- Buss, A. H. (1980). *Self-consciousness and social anxiety*. San Francisco: Freeman.
- Duval, S. & Wicklund, R. A. (1972). *A theory of objective self-awareness*. New York: Academic Press.
- 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.
- Jerusalem, M. (1984). *Selbstbezogene Kognitionen in schulischen Bezugsgruppen. Eine Längsschnittstudie*. (Band I des Berichts über das Forschungsvorhaben "Entwicklung des Selbstkonzepts und selbstbezogener Kognitionen in Abhängigkeit von sozialen Vergleichssituationen in schulischen Umwelten"). Berlin: Freie Universität Berlin.
- Leary, M. R. (1983a). Social anxiousness: the construct and its measurement. *Journal of Personality Assessment*, 47, 66-75.
- Leary, M. R. (1983b). A brief version of the fear of negative evaluation scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, 371-375.
- Mummendey, H. D. (1990). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe (2. Aufl. im Druck).
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 598-609.
- Roth, D. L., Snyder, C. R. & Pace, L. M. (1986). Dimensions of favorable self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 867-874.
- Schwarzer, R., Jerusalem, M. & Sarason, I. G. (1986). *Fragebogen zur Sozialen Ängstlichkeit RSS-G (1984)*. In R. Schwarzer (Hrsg.), *Skalen zur Befindlichkeit und Persönlichkeit (Forschungsbericht Nr. 5. Institut für Psychologie, Pädagogische Psychologie, Freie Universität Berlin)*. Berlin: Freie Universität Berlin.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 526-537.
- Tedeschi, J. T., Lindskold, S. & Rosenfeld, P. (1985). *Introduction to social psychology*. St. Paul: West Publishing Company.
- Watson, D. & Friend, R. (1969). Measurement of social-evaluative anxiety. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33, 448-457.

Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie

Psychologische Forschungsberichte, herausgegeben von Hans D. Mummendey,
Universität Bielefeld, Postfach 100131, 33501 Bielefeld
(pro Heft DM 2,50)

- Nr. 156 R.Mielke: Differentielle Psychologie des Vertrauens (1/91)
- Nr. 157 B.Simon, C.Massau: Soziale Identifikation, Ingroup-Favorisierung und Selbst-Stereotypisierung: Der Fall Oskar Lafontaine und die Saarländer (3/91)
- Nr. 158 B.Leuschner: Der Einfluß von Gruppensymbolen und Symbolverletzung auf das Verhalten gegenüber einer Outgroup (6/91)
- Nr. 159 D.Kammer, J.Sander & M.Arnold: Dyadic Interaction with Partner and Alleged Stranger in an Experimental Game: Depressed, Mixed, and Nondepressed Dyads (9/91)
- Nr. 160 R.Niketka, B.Schröder: Das eigene Aussehen als Anker für die Beurteilung anderer Personen: Welche Rolle spielt hierbei die öffentliche Selbstaufmerksamkeit? (12/91)
- Nr. 161 H.D.Mummendey: Zur Psychologie des kreativen Schreibens: Eine Literaturübersicht (2/92)
- Nr. 162 R.Mielke: Einstellungsverfügbarkeit und Verhaltenswirksamkeit: I. Theorie (5/92)
- Nr. 163 H.D.Mummendey: Eine Skala zum deutschen Nationalstolz (8/92)
- Nr. 164 R.Mielke: Wertvortstellungen männlicher und weiblicher jugendlicher Sportler (11/92)
- Nr. 165 R.Mielke, S.Eifler: Stereotype über Ost- und Westdeutsche in Ost und West: Wer hat die höhere Mauer im Kopf? (2/93)
- Nr. 166 H.D.Mummendey, S.Eifler: Adressatenspezifische Selbstdarstellung: anonym, öffentlich, in der Gruppe (5/93)
- Nr. 167 H.D.Mummendey, S.Eifler: Eine neue Skala zur Messung Sozialer Erwünschtheit (8/93)
- Nr. 168 R.Mielke: A Study of Values Emerging in Soccer and Tennis Playing (11/93)
- Nr. 169 R.Niketka, E.Volke: Lebensstile von Rockmusikern (2/94)
- Nr. 170 H.D.Mummendey, S.Eifler: Ein Fragebogen zur Erfassung "positiver" Selbstdarstellung (Impression-Management-Skala) (5/94)
- Nr. 171 J.Doll, R.Mielke & M.Mentz: Formen und Veränderungen wechselseitiger ost-westdeutscher Stereotypisierungen zwischen 1990 und 1992 (8/94)
- Nr. 172 H.D.Mummendey: Differentielle Psychologie der Selbstdarstellung (11/94)
- Nr. 173 R.Mielke: Der Bildungsgrad und die Einstellung gegenüber Ausländern (2/95)
- Nr. 174 S.Bahlke, R.Mielke: Struktur und Präferenzen fundamentaler Werte bei jungen Sportlern und nicht sporttreibenden Jugendlichen (5/95)
- Nr. 175 R.Mielke, H.D.Mummendey: Wenn Normen zu sehr wirken - Ausländerfeindlichkeit, Bildungsgrad und soziale Erwünschtheit (8/95)
- Nr. 176 B.Leuschner, P.Bensch, J.Krüger, G.Schneider & K.Ziebell: Der Einfluß von Rechtfertigung auf Ärger und Unzufriedenheit von Studenten - Eine Replikation des Experiments von Folger, Rosenfield & Robinson (1983) (11/95)
- Nr. 177 U.Hentschel: Aktualgenetische Psychophysikologie im Spiegel des post-positivistischen Relevanzparadigmas (2/96) (Jubiläumsnummer zum zwanzigjährigen Bestehen der BAZS)
- Nr. 178 T.Witkowski, J.Stiensmeier-Pelster: Performance Deficits Following Failure: Learned Helplessness or Self-Esteem Protection? (5/96)
- Nr. 179 H.D.Mummendey: Dimensionen selbstschädigenden Verhaltens (8/96)
- Nr. 180 S.Eifler: Dimensionen gesundheitsrelevanten Verhaltens (11/96)