

## 6 STUDIE 2: DIE GESCHENKE-STUDIE

In dieser Studie werden die Auswirkungen des semantischen und prozeduralen Mechanismus des SPI-Modells auf Entscheidungssituationen innerhalb eines experimentellen Designs untersucht. Dazu wählten die Probanden zu einem ersten Messzeitpunkt aus drei oder sechs Geschenken und hatten dabei entweder eine freie Wahlmöglichkeit, die Illusion einer Wahl oder aber ihnen wurde eines der Geschenke zugewiesen. Zum zweiten Messzeitpunkt konnten dagegen alle Probanden aus sechs Geschenken frei wählen.

Entsprechend der Hypothese 1 zum semantischen Mechanismus sollten unabhängige Personen motivierter als interdependente Personen in Entscheidungssituationen sein, in denen autonome Ziele verwirklicht werden können. Im Gegensatz dazu sollten Interdependente im Vergleich zu unabhängigen Personen Situationen präferieren, welche die Möglichkeit bieten, ein soziales Selbst zu realisieren. Um diese Hypothese zu testen, wurde die Wahlfreiheit in dieser Studie experimentell manipuliert, sodass Probanden entweder eine freie Wahlmöglichkeit, die Illusion einer Wahl oder aber keine Wahlmöglichkeiten hatten. Genauer sollten unabhängige Personen in den beiden Bedingungen, in denen sie ihr autonomes Selbst darstellen können (freie Wahl, Illusion einer Wahl), zufriedener sein und ihr Geschenk als attraktiver beurteilen als interdependente Personen. Diese sollten wiederum in Situationen zufriedener sein und ihr Geschenk positiver als unabhängige Personen bewerten, wenn sie ihr soziales Selbstwissen verwenden können (keine Wahl).

Außerdem sollten unabhängige Personen kontextunabhängiger entscheiden als interdependente Personen (Hypothese 2). Für die Bestätigung dieser Hypothese zu den Auswirkungen des prozeduralen Mechanismus wurde der Kontext zwischen den beiden Messzeitpunkten verändert oder aber konstant gehalten. Erwartet wurde, dass die Veränderung des Kontextes einen Einfluss auf die Entscheidungen interdependenter Probanden hat, da sie Entscheidungen stärker von der Situation abhängig machen als unabhängige Personen. Das sollte sich darin äußern, dass interdependente Personen nach der Kontextveränderung zum zweiten Messzeitpunkt eher zu einem anderen Geschenk wechseln, während unabhängige Personen ihr bereits gewähltes Geschenk erneut wählen. Wurde dagegen der Kontext nicht verändert sollte sich kein Unterschied zwischen unabhängigen und interdependenten Personen in ihren Entscheidungen zeigen.

## **6.1 Voruntersuchung**

Zunächst wurde eine Vorstudie in den USA durchgeführt, in der die Eignung kleiner Geschenke für die Hauptstudie getestet wurde. Es handelte sich dabei um Geschenke die einen Wert von \$ 2 nicht überstiegen. Für die Hauptuntersuchung sollten ähnlich attraktive und voneinander möglichst verschiedene Geschenke ausgewählt werden, damit den Probanden der Hauptstudie die Wahl für eines der Geschenke erschwert wurde.

### **6.1.1 Methode**

#### **➤ Versuchsteilnehmer**

Auf dem Campus der Columbia University, New York wurden 39 Studierende für diese Voruntersuchung gewonnen. Aus Zeitgründen wurden keine demographischen Daten erhoben. Als Dankeschön erhielten die Teilnehmer eine kleine Süßigkeit.

#### **➤ Versuchsdurchführung**

Den Probanden wurde ein kurzer Fragebogen ausgehändigt, auf dem 30 kleine Geschenke aufgelistet waren, die jeweils weniger als \$ 2 kosteten. Der Fragebogen ist im Anhang auf Seite 144 abgebildet. Zu jedem der kleinen Geschenke sollten die Probanden angeben, wie gern sie dies geschenkt bekommen würden („On a scale of 1 to 10, how much would you like to receive this item for free?“).

### **6.1.2 Ergebnisse**

Die Beurteilung für jedes der Geschenke wurde gemittelt. In Tabelle 4 sind die zehn Geschenke mit Mittelwerten abgebildet, welche die Probanden am liebsten als Geschenk erhalten hätten. Insgesamt wurden in einer Bedingung der Hauptuntersuchung sechs Geschenke benötigt und hierfür Batterien, ein Schreibblock, Twix, ein Lippenpflegestift, eine Zahnbürste und eine Wasserflasche (rechte Spalte in Tabelle 4) ausgewählt. Für die Bedingung, die nur drei statt der kompletten sechs Geschenke verwendete, wurden ein Lippenpflegestift, ein Schreibblock und eine Zahnbürste mit mittleren Mittelwerten

ausgewählt. Kit Kat, Snickers, die Flasche Snapple (ein Fruchtsaftgetränk) und die Kekse wurden nicht als Geschenke benutzt, obwohl sie teilweise attraktiver als die letztendlich Gewählten waren. Mit dieser Auswahl sollten zu viele essbare Geschenke vermieden und die Vielfalt der Geschenke erhöht werden.

Geschenk	Gefallen der Geschenke (M)	Auswahl für die 3er Bedingung	Auswahl für die 6er Bedingung
Batterien	7.38		✓
Schreibblock	6.54	✓	✓
Twix	6.10		✓
Labello	5.90	✓	✓
Kit Kat	5.85		
Zahnbürste	5.79	✓	✓
Wasserflasche	5.77		✓
Snickers	5.74		
Flasche Snapple	5.72		
Kekse	5.67		

Tabelle 4: Auswahl der Geschenke für die Studie 2

## 6.2 Hauptuntersuchung

### 6.2.1 Methode

#### ➤ Versuchsteilnehmer

An dieser Studie nahmen 60 Studierende der Columbia University, New York und 76 der TU-Berlin teil (n=136; 49 männlich, 87 weiblich). Das Alter der Stichprobe lag bei  $M=22.52$  ( $SD=5.16$ ). Für die Teilnahme erhielten die Probanden jeweils eine ortsübliche Bezahlung (New York: \$ 7, Berlin: 6 € für die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde). Zusätzlich erhielten die Probanden das kleine Geschenk, das sie sich zum zweiten Messzeitpunkt der Untersuchung ausgewählt hatten.

#### ➤ Versuchsdurchführung

Diese Untersuchung fand größtenteils am Computer statt. Die Datenerhebung erfolgte mit Hilfe eines in E-Prime erstellten Programms. Die wichtigsten Instruktionen in Deutsch und Englisch sind im Anhang ab Seite 145 dargestellt. Die deutschen Instruktionen und

Fragebögen wurden zunächst ins Englische übersetzt und anschließend wieder ins Deutsche zurückübersetzt, um sicher zu stellen, dass sie in beiden Ländern die gleiche Bedeutung besaßen. In dieser Studie bearbeitete jeder Proband die verschiedenen Teile der Untersuchung selbstständig. Aus praktischen Gründen wurden allerdings bis zu acht Versuchspersonen gleichzeitig erhoben.

Zu Beginn füllten die Probanden die Selbstkonzept-Skala von Singelis (1994) aus. Anschließend nahmen die Teilnehmer an einem Computer Platz, an dem sie zunächst 20 Fragen beantworteten. Die Probanden konnten jeweils durch eine einfache Tastenbetätigung am Computer zwischen vier vorgegebenen Antwortmöglichkeiten zu jeder Fragen wählen. Bei den Fragen handelte es sich um Schätzfragen über alltägliche Dinge (z.B. „Wie viele Schritte läuft eine Person normalerweise am Tag“), damit die Probanden die Richtigkeit ihrer Antworten nur schwer beurteilen konnten. Mit diesem Vorgehen sollte ein anschließendes Feedback über die korrekt gelösten Fragen realistisch erscheinen, das unabhängig von der eigenen Leistung gegeben wurde (yoked design). Anschließend folgte die für diese Studie relevante Zuordnung zu den experimentellen Bedingungen. Um die Hypothese 1 zu testen, dass independente Personen in Situationen motiviert sind, in denen sie ihr autonomes Selbst anstreben, während interdependente Personen motivierter sind, wenn sie soziale Ziele erreichen können, wurden die Probanden zum ersten Messzeitpunkt einer von drei Wahlbedingungen zugewiesen:

a) Als Dankeschön für das Beantworten der 20 Fragen konnten die Probanden sich frei eins aus drei oder aber sechs Geschenken auswählen, die am Computer dargeboten wurden (*freie Wahl*, n=75),

b) Die Probanden bekamen immer den Schreibblock aus der Auswahl von drei oder sechs Geschenken als Dankeschön zugeteilt (*keine Wahl*, n=32), oder

c) Den Probanden wurde mitgeteilt, dass sie für jede richtig beantwortete Frage einen Punkt erhalten und dass sie persönlich acht Punkte erreicht hätten. Diese Punktezahl wurde den Probanden unabhängig von ihrer persönlich erreichten Punktezahl rückgemeldet. Mit diesen acht Punkten konnten sie sich eines von drei oder sechs Geschenken aussuchen, wobei für die Wahl der Geschenke jeweils eine bestimmte Punktezahl notwendig war. Beispielsweise brauchte eine Versuchsperson, um den Lippenpflegestift auswählen zu können, drei bis sieben Punkte, um den Schreibblock zu wählen, dagegen sieben bis zehn Punkte. Durch diese

Vorgaben war es allen Versuchspersonen dieser Bedingung nur möglich, den Schreibblock auszusuchen, da er als einziger mit acht Punkten wählbar war (*Illusion einer Wahl*,  $n=29$ ). Damit sollte die Illusion einer Wahl entstehen, indem den Probanden das Gefühl vermittelt wurde, dass die Wahl eines anderen Geschenks möglich gewesen wäre, wenn sie die 20 Fragen besser oder auch schlechter beantwortet hätten.

Um zu erfassen, ob sich diese Manipulation der Wahlfreiheit differentiell auf die Motivation unabhängiger und interdependenter Person auswirkt, wurden die Probanden nach der Wahl oder Zuteilung eines Geschenkes am Computer nach ihrer Zufriedenheit mit ihrem Geschenk gefragt und wie sehr ihnen jedes der drei oder sechs Geschenke gefiel, womit die Attraktivität der Geschenke erhoben wurde. Damit war der Teil der Studie beendet, der am Computer durchgeführt wurde.

Um die Hypothese 2 prüfen zu können, dass unabhängige Personen kontextunabhängig entscheiden, während interdependente Personen ihre Entscheidung in Abhängigkeit vom Kontext treffen, wurde der Kontext zwischen den beiden Zeitpunkten konstant gehalten ( $n=60$ ) oder variiert ( $n=76$ ). Bei konstantem Kontext wurden den Probanden zu beiden Zeitpunkten sechs Geschenke zur Wahl dargeboten. Sollte der Kontext dagegen variiert werden, wurden die drei Geschenke vom ersten Messzeitpunkt zum zweiten nochmals in einem neuen Kontext dargeboten. Genauer präsentierte der Versuchsleiter den Probanden zum zweiten Messzeitpunkt ein Tablett mit insgesamt sechs Geschenken, welche die drei Geschenke vom ersten Messzeitpunkt enthielten. Damit wurden die drei bekannten Geschenke in dem neuen Kontext der drei zusätzlich hinzugefügten dargestellt. Von diesem Tablett konnte sich jede Person ganz unabhängig von der Wahl oder Zuteilung am Computer frei ein Geschenk auswählen (zweiter Messzeitpunkt) und tatsächlich behalten. Zu diesem Zeitpunkt befanden sich demnach alle Probanden in einer identischen Wahlsituation; sie wählten frei aus sechs verschiedenen Geschenken aus. Abschließend gaben die Probanden auf einem Fragebogen (siehe Seite 147 und 150 im Anhang) wiederum ihre Zufriedenheit an und bewerteten die sechs Geschenke bezüglich ihrer Attraktivität und beantworteten demographische Fragen.

Zusammengefasst unterschied sich die Entscheidungssituation zwischen beiden Messzeitpunkten ( $t_1$ ,  $t_2$ ) auf zwei Dimensionen: Erstens besaßen die Probanden zu  $t_1$  eine freie Wahlmöglichkeit, die Illusion einer Wahl oder keine Wahlmöglichkeit. Diese Manipulation der *Wahlfreiheit* sollte sich entsprechend der Annahmen des semantischen Mechanismus

(Hypothese 1) unterschiedlich auf die Motivation der independenten und interdependenten Probanden auswirken. Zu  $t_2$  hatten dagegen alle Probanden die Möglichkeit frei zu wählen, womit sich die Wahlfreiheit von  $t_1$  zu  $t_2$  entweder erhöhte (von der Illusion der Wahl/keiner Wahl hin zu einer freien Wahl) oder aber konstant blieb (freie Wahl zu beiden Zeitpunkten). Zweitens wurde die *Anzahl der Geschenke* von drei Geschenken zu  $t_1$  auf sechs zu  $t_2$  erhöht oder die Anzahl wurde konstant gehalten, indem zu beiden Zeitpunkten sechs Geschenke verwendet wurden. Die Veränderung des Kontextes sollte entsprechend der Annahmen des prozeduralen Mechanismus (Hypothese 2) die Kontextabhängigkeit interdependenten Personen verdeutlichen.

Die beiden Manipulationen wurden in dieser Untersuchung entweder einzeln verwendet (Bedingungen 2, 3, 6 und 7 in Tabelle 5), wenn beispielsweise die Wahlfreiheit erhöht wurde, aber dennoch zu beiden Zeitpunkten sechs Geschenke präsentiert wurden. In den Bedingungen 1 und 5 wurden dagegen beide Manipulationen zusammen verändert. Das bedeutet sowohl die Wahlfreiheit nahm zu als auch die Anzahl der Geschenke. Schließlich blieb in den Bedingungen 4 und 8 die Wahlsituation völlig konstant, indem zu beiden Zeitpunkten frei aus sechs Geschenken gewählt werden konnte. Durch die Zuordnung independenter und interdependenten Personen zu den einzelnen Bedingungen ergaben sich insgesamt ungleich groß besetzte Zellen. Da aber Interaktionen zwischen den beiden Manipulationen (Wahlfreiheit, Anzahl der Geschenke) nicht bedeutsam wurden, ist die kleinste Zellenbesetzung elf und kann daher als ausreichend groß betrachtet werden.

	Manipulation der Wahlfreiheit von $t_1$ zu $t_2$	Manipulation der Geschenke von $t_1$ zu $t_2$	n=	Bedingung
Personen mit independentem Selbstkonzept	erhöht	erhöht	41	1
		konstant	3	2
	konstant	erhöht	11	3
		konstant	14	4
Personen mit interdependentem Selbstkonzept	erhöht	erhöht	18	5
		konstant	13	6
	konstant	erhöht	6	7
		konstant	30	8

Tabelle 5: Versuchsplan der Geschenke-Studie, Studie 2

### 6.2.2 Ergebnisse

Die Probanden wurden zunächst anhand ihrer Angaben auf der Selbstkonzept-Skala von Singelis (1994) in Personen mit independentem und interdependentem Selbstkonzept eingeteilt. Dazu wurde analog zum Vorgehen in der Studie 1 ein Differenzwert zwischen der independenten und interdependenten Subskala nach z-Standardisierung dieser beiden Subskalen gebildet. Die entstandene Verteilung der Differenzen weicht nicht von einer Normalverteilung ab (nach Kolmogoroff-Smirnov Anpassungstest; größte absolute Differenz=.054;  $p=.83$ ). Die interne Konsistenz der independenten Subskala nach Cronbachs  $\alpha$  ist  $\alpha=.61$ , die der interdependenten ist  $\alpha=.74$ . Die beiden Subskalen sind unabhängig voneinander ( $r=.03$ ;  $p=.72$ ). War der Differenzwert zwischen beiden Subskalen größer als null, wurde die Person als independent klassifiziert ( $n=69$  mit 52 Deutschen und 17 Amerikanern), war der Wert dagegen kleiner als null, wurde die Person als interdependent bezeichnet ( $n=67$  mit 24 Deutschen und 43 Amerikanern).

Die Ergebnisse der Einzelvergleiche sind im Anhang ab Seite 151 nachlesbar, um den Ergebnisteil übersichtlicher zu gestalten. Das Geschlecht und die Nationalität der Probanden hatten keinen Einfluss auf die Ergebnisse und daher werden diese Variablen in den Analysen nicht mit berücksichtigt. Im Folgenden werden zunächst die Ergebnisse zur Zufriedenheit und zur Beurteilung der Attraktivität der Geschenke beschrieben, welche die Auswirkungen des semantischen Mechanismus verdeutlichen (Hypothese 1). Anschließend wird das Wechselverhalten der Probanden betrachtet, um die Konsequenzen des prozeduralen Mechanismus zu überprüfen (Hypothese 2).

#### ➤ Auswirkungen des semantischen Mechanismus

Zunächst wurden die abhängigen Variablen Zufriedenheit und Attraktivität der gewählten und der nicht gewählten Geschenke betrachtet, um zu überprüfen, ob independente Personen eine Entscheidungssituation im Vergleich zu interdependenten bevorzugen, in der sie ihr autonomes Selbst verwirklichen können, während interdependente in Situationen motivierter als independente sind, in denen sie keine Wahl haben und in denen sie ihr soziales Selbstwissen anstreben können. Dabei wird jeweils nur der erste Messzeitpunkt untersucht, da zur zweiten Messung alle Probanden frei aus sechs Geschenken wählen konnten. Hohe

Ausprägungen auf diesen Variablen bedeuten dabei eine hohe Zufriedenheit bzw. eine positive Bewertung der Geschenke.

*Zufriedenheit.* Diese Variable wurde nur in einer Teilstichprobe erhoben (n=91). Mit der Zufriedenheit zu  $t_1$  als abhängige Variable wurde eine Varianzanalyse mit den Faktoren Selbstkonzept (independent, interdependent), Wahlfreiheit (frei, Illusion, keine) und Anzahl der Geschenke (erhöht, konstant) berechnet. Es zeigte sich zunächst ein Haupteffekt für die Wahlfreiheit,  $F(2,79)=12.58$ ;  $p<.001$ . Versuchspersonen mit freier Wahl waren zufriedener ( $M=5.13$ ) als Personen mit der Illusion einer Wahl ( $M=3.22$ ) oder auch keiner Wahl ( $M=3.38$ ). Dieser Haupteffekt wird durch eine Interaktion mit dem Faktor Selbstkonzept qualifiziert,  $F(2,79)=4.56$ ;  $p=.013$  (siehe Abbildung 5).

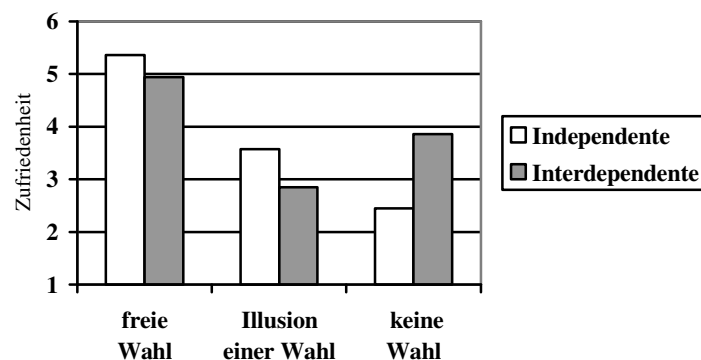


Abbildung 5: Zufriedenheit zu  $t_1$ , Studie 2

In der Bedingung mit freier Wahl waren Independenten tendenziell zufriedener ( $M=5.36$ ) als Interdependente ( $M=4.94$ ). In der Illusionsbedingung zeigt sich das ähnliche, aber abgeschwächte Muster: Independenten waren zufriedener ( $M=3.57$ ) mit ihrem Geschenk als Interdependente ( $M=2.85$ ). In jener Bedingung, in der die Probanden ein Geschenk zugewiesen bekamen, waren dagegen Independenten weniger zufrieden ( $M=2.45$ ) als Interdependente ( $M=3.86$ ).

*Attraktivität.* Zunächst wurde der Spreading Apart Effekt aus den Attraktivitätsangaben der einzelnen Geschenke berechnet. Genauer wurde zwischen der Attraktivitätsbewertung des gewählten Geschenkes und den gemittelten Bewertungen der nicht gewählten Geschenke nach der Entscheidung die Differenz gebildet. Das bedeutet, der Spreading Apart Effekt ist



umso höher, je stärker eine Person ihr gewähltes Geschenk im Vergleich zu den nicht gewählten Geschenken nach der Entscheidung aufgewertet hat.

Mit diesem Spreading Apart Effekt als abhängige Variable und den Faktoren Selbstkonzept (independent, interdependent), Wahlfreiheit (frei, Illusion, keine) und Anzahl der Geschenke (erhöht, konstant) wurde eine Varianzanalyse berechnet. Es zeigte sich ein Haupteffekt für die Wahlfreiheit,  $F(2,121)=32.47$ ;  $p<.001$ . In der freien Bedingung wurde das gewählte Geschenk stärker ( $M=1.89$ ) als in der Illusionsbedingung ( $M=-1.07$ ) und in der Bedingung, in der ein Geschenk zugeteilt wurde ( $M=-0.68$ ) aufgewertet. Die negativen Werte verdeutlichen, dass in den beiden letzteren Bedingungen das erhaltende Geschenk sogar als unattraktiver als die nicht gewählten bzw. nicht zugewiesenen Geschenke beurteilt wurde. Weiterhin war der Haupteffekt für das Selbstkonzept bedeutsam,  $F(1,121)=4.71$ ;  $p=.032$ . Independenten werteten ihr gewähltes Geschenk stärker auf ( $M=1.03$ ) als Interdependente ( $M=0.32$ ).

Zusätzlich wurde, wie bereits für die Variable Zufriedenheit eine Interaktion zwischen den Faktoren Selbstkonzept und Wahlfreiheit bedeutsam,  $F(2,121)=5.54$ ;  $p=.005$  (siehe Abbildung 6). Hatten die Teilnehmer eine freie Wahl war der Spreading Apart Effekt bei Independenten tendenziell höher ( $M=2.04$ ) als bei Interdependenten ( $M=1.66$ ). In der Illusionsbedingung werteten Independenten das von ihnen gewählte Geschenk im Vergleich zu den nicht gewählten weniger ab ( $M= -.16$ ) als Interdependente ( $M= -2.13$ ). In der Bedingung schließlich, in der ein Geschenk zugeteilt wurde, werteten Independenten ihr Geschenk stark ab ( $M= -1.48$ ) während Interdependente das eher nicht taten ( $M= -0.26$ ).

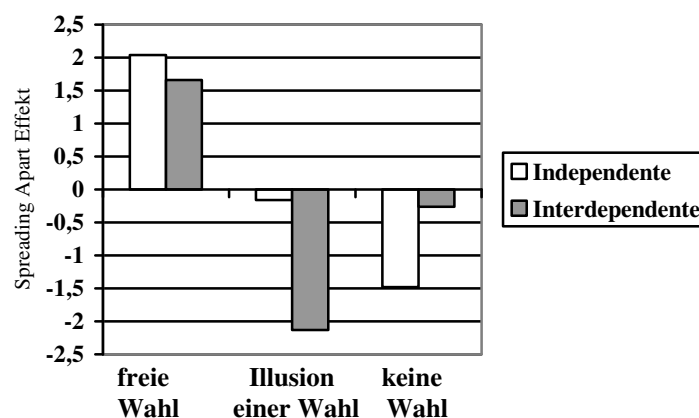


Abbildung 6: Aufwertung des gewählten Geschenkes zu  $t_1$ , Studie 2

### ➤ Auswirkungen des prozeduralen Mechanismus

In diesem Auswertungsteil wird neben dem bisher betrachteten ersten Messzeitpunkt zusätzlich der zweite mit einbezogen, zu dem alle Probanden frei zwischen sechs Geschenken wählen konnten. Es wurde erwartet, dass interdependente Probanden nach der Kontextveränderung durch die Erhöhung der Anzahl der Geschenke von drei auf sechs häufiger zu einem anderen Geschenk wechseln als independente Probanden.

Zunächst wurde überprüft, wie häufig die einzelnen Geschenke gewählt wurden. Die Wahl der Geschenke war zu  $t_1$  ungleich verteilt, da erstens in der Illusionsbedingung und in der Bedingung ohne Wahlmöglichkeit den Probanden immer der Schreibblock zugewiesen wurde. Zweitens wurden die Geschenke häufiger gewählt, die in der Bedingung mit nur drei Geschenken verwendet wurden (Lippenpflegestift, Block, Zahnbürste). Insgesamt wählten über alle Bedingungen zusammengefasst zu  $t_1$  1 Person die Batterien, 19 Personen den Labello, 76 den Schreibblock, 33 die Zahnbürste, 4 das Twix und 1 die Wasserflasche, für zwei Personen fehlt diese Angabe. Zu  $t_2$  konnten alle Personen frei zwischen sechs Geschenken wählen. Das Muster war dementsprechend ausgeglichen: 30 Personen wählten die Batterien, 26 den Labello, 40 den Block, 14 die Zahnbürste, 19 den Twix und 7 die Wasserflasche.

Für die Überprüfung der Annahme, dass nach einer Kontextveränderung (d.h. nach der Erhöhung der Anzahl der Geschenke) Interdependente häufiger zu einem anderen Geschenk wechseln als Independenten, wurde zunächst eine hierarchische Konfigurationsfrequenzanalyse (KFA) mit den Faktoren Selbstkonzept (independent, interdependent), Wechselverhalten (Wechsel, kein Wechsel) und Anzahl der Geschenke (erhöht, konstant) berechnet. Weder die Zweifach-Interaktion zwischen den Faktoren Selbstkonzept und Wechselverhalten,  $\chi^2(df=1)=1.80$ ,  $p=.18$ , noch die Dreifachinteraktion zwischen den Faktoren Selbstkonzept, Wechselverhalten und Anzahl der Geschenke,  $\chi^2(df=1)=.01$ ,  $p=.91$  wurde bedeutsam. Dafür zeigte sich eine Interaktion zwischen dem Selbstkonzept und der Anzahl der Geschenke,  $\chi^2(df=1)=.20.15$ ,  $p<.001$ . Demnach wurden zu der Bedingung mit konstanter Geschenke-Anzahl mehr interdependente ( $n=41$ ) als independente Personen ( $n=17$ ), zu der Bedingung mit einer Erhöhung der Geschenke-Anzahl dagegen weniger interdependente ( $n=24$ ) als independente ( $n=52$ ) zugewiesen.

In einem nächsten Schritt wurde anstatt der dichotomen Selbstkonzept-Variable (independent, interdependent) auf den kontinuierlichen Differenzwert nach Singelis (1994) zurückgegriffen und als *abhängige Variable* in eine Varianzanalyse aufgenommen. Zur Erinnerung, je größer dieser Differenzwert bei einer Person ist, desto stärker independent gilt diese Person. Je kleiner der Wert dagegen ist, desto interdependent ist das Selbstkonzept einer Person ausgebildet. Bei den im Folgenden berichteten Mittelwerten der abhängigen Variable handelt es sich demnach bei positiven Werten um eher unabhängige Personen, ist der berichtete Mittelwert dagegen negativ, können die Personen als interdependent bezeichnet werden.

Mit den Differenzwerten der z-standardisierten independenten und interdependenten Subskalen von Singelis (1994) als abhängige Variable wurde eine Varianzanalyse mit den Faktoren Wechselverhalten (Wechsel, kein Wechsel), Wahlfreiheit (frei, Illusion, keine) und Anzahl der Geschenke (erhöht, konstant) berechnet. Es zeigte sich zunächst ein Haupteffekt für die Anzahl der Geschenke, der wie bereits in der Darstellung der KFA berichtet, darauf hinweist, dass independente und interdependente Probanden ungleich auf die Bedingungen mit drei und sechs Geschenken verteilt worden waren,  $F(1,122)=13.40$ ;  $p<.001$ .

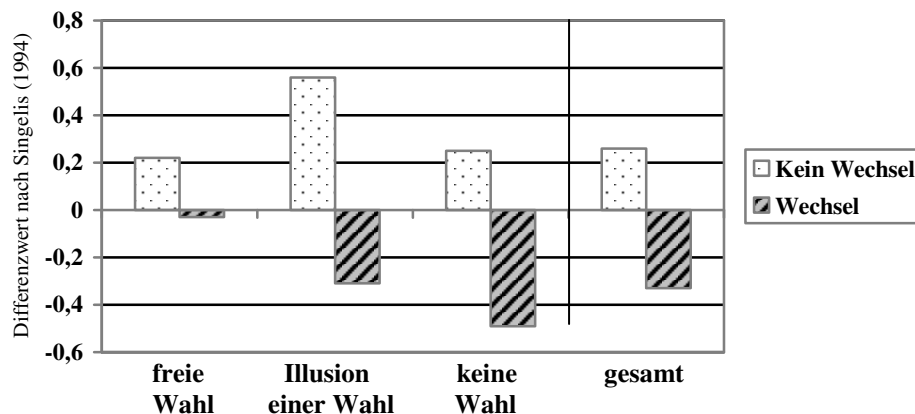


Abbildung 7: Ausprägung des Selbstkonzepts in Abhängigkeit vom Wechselverhalten, Studie 2

Die erwartete Interaktion zwischen den Faktoren Wechselverhalten und Anzahl der Geschenke wurde nicht signifikant,  $F(1,122)=1.12$ ,  $p=.29$ . Allerdings war der Haupteffekt für das Wechselverhalten bedeutsam,  $F(1,122)=6.49$ ;  $p=.012$ . Über alle Bedingungen hinweg waren demnach Personen, die sich zu  $t_2$  für ein anderes Geschenk entschieden

interdependenter ( $M=-.33$ ) als Personen die konsistent wählten ( $M=.26$ , rechtes Balkenpaar der Abbildung 7). Die Interaktion zwischen dem Wechselverhalten und der Wahlfreiheit wurde nicht bedeutsam,  $F(2,122)<1$ , zum besseren Verständnis sind die drei Wahlbedingungen in Abbildung 7 aber ebenfalls abgetragen. Die beiden rechten Balken geben das Wechselverhalten wie eben beschrieben über alle drei Bedingungen zusammengefasst wieder.

### 6.2.3 Diskussion

In dieser Studie wurden zwei Hypothesen geprüft. Erstens sollten unabhängige stärker als interdependente Personen entsprechend der Hypothese 1 zum semantischen Mechanismus in Situationen motiviert sein, in denen sie durch eine Wahlmöglichkeit ihr autonomes Selbst verwirklichen können. Interdependente sollten dagegen im Vergleich zu unabhängigen Personen Situationen ohne Wahlmöglichkeiten präferieren, in denen sie ihr soziales angestrebtes Selbst umsetzen können. In Übereinstimmung mit dieser Annahme zeigte sich, dass unabhängige Personen nach einer freien Wahl oder der Illusion einer Wahl tendenziell zufriedener waren und ihr gewähltes Geschenk tendenziell positiver bewerteten als interdependente Personen. Umgekehrt zeigten sich in einer Situation ohne Wahlmöglichkeit für interdependente Personen eine stärkere Zufriedenheit und eine positivere Bewertung der gewählten Alternative als bei unabhängigen Personen.

Außerdem wurde erwartet, dass entsprechend der Hypothese 2 zum prozeduralen Mechanismus unabhängige Personen in Entscheidungssituationen kontextunabhängiger entscheiden als interdependente Personen. Daher wurden die drei Geschenke vom ersten Messzeitpunkt in einem neuen Kontext zum zweiten Messzeitpunkt präsentiert, indem drei zusätzliche Geschenke hinzugefügt wurden. In dieser Bedingung sollten interdependente häufiger zu einem anderen Geschenk wechseln als unabhängige Personen. Wurden dagegen zu beiden Zeitpunkten sechs Geschenke präsentiert, wurde kein Unterschied zwischen unabhängigen und interdependenten Personen erwartet. Entgegen dieser Erwartung zeigte sich aber, dass unabhängige Personen unabhängig von der Kontextmanipulation zum zweiten Zeitpunkt häufiger ihr gewähltes bzw. zugewiesenes Geschenk erneut wählten als interdependente Personen.

Allerdings zeigte sich dieser Haupteffekt für das konsistentere Wahlverhalten independenter im Vergleich zu interdependenten nur, wenn statt der dichotomen Einteilung in independente und interdependente Personen der kontinuierliche Differenzwert nach Singelis (1994) verwendet wurde. Durch die Dichotomisierung gehen die differenzierten Informationen des Differenzwertes nach Singelis (1994) über den Grad der Ausprägung der Independenz/Interdependenz des Selbstkonzeptes einer Person verloren. Beispielsweise kann nach der Dichotomisierung nicht mehr zwischen schwach und stark independenten oder interdependenten Personen unterschieden werden. Möglicherweise waren durch den Informationsverlust bei der Dichotomisierung der Selbstkonzept-Variable die Ergebnisse der KFA nicht bedeutsam.

In dieser Studie hatte die Entscheidung der Probanden immer, wie frei oder weniger frei sie auch getroffen wurde, Konsequenzen für die *eigene Person*. In der dritten Studie wird daher neben einer Wahl für die eigene Person eine Bedingung eingeführt, in der eine Wahl für eine andere Person getroffen werden musste und damit Interdependenz-Ziele verwirklicht werden konnten.