

# „Zum Teufel ja, ich spendiere meinem Freund einen Lapdance, denn das ist genau mein Ding“ – Gegenseitiges Interesse und Konformität im Partnerschaftskontext

Melanie Henschel, Luisa Heydt, Luca Küster und Melanie Treige

Leitung: Franziska Meißner

## 1. Einleitung

Wer kennt es nicht, das *Frühphasenmitmachsyndrom* ("How I Met Your Mother", Staffel 7, Folge 14): Man trifft einen besonderen Menschen, es funkt und prompt geht *sie* mit *ihm* zum Fußball und *er* macht nichts lieber, als mit *ihr* eine romantische Komödie anzuschauen. Normalerweise ist uns Autonomie wichtig, aber besonders in frühen Beziehungsphasen scheint es funktionaler zu sein, sich fremdbestimmen zu lassen, um Konflikte zu reduzieren und die Bindung zu stärken.

Verschiedene Studien haben gezeigt, dass bei Singles diverse Regulationsmechanismen einsetzen, sobald von einer attraktiven anderen Person Interesse an einer Beziehung signalisiert wird (z.B. Reduzierung des Attraktivitätsbias, Koranyi & Rothermund, 2012). Meißner und Koranyi (2014) zeigten in diesem Zusammenhang mit einem impliziten Einstellungsmaß, dass nach Imagination gegenseitigen Interesses Fremdbestimmung weniger negativ bewertet wird. Die akzeptierte Fremdbestimmung ermöglicht die Anpassung des eigenen Verhaltens an den Partner, was sich wiederum positiv auf die Beziehungsentwicklung auswirken sollte. Bisher wurden jedoch nur die Effekte gegenseitigen Interesses auf Regulationsprozesse untersucht und noch kein Bezug zum alltagsnäheren Verhalten hergestellt.

Deshalb untersuchten wir, inwiefern gegenseitiges Interesse im Kontext der Partnersuche dazu beiträgt, dass partnerschaftsförderliches Verhalten wahrscheinlicher wird. Wir setzten dazu Szenarios ein, in denen gegenseitiges bzw. unspezifisches Interesse einer attraktiven anderen Person manipuliert wird und erfassten anschließend Verhalten: 1. die Bereitschaft, sich eingehender mit Interessen des potentiellen Partners zu beschäftigen und 2. die Konformität mit Interessen des potentiellen Partners. Wir erwarteten, dass beide Verhaltensweisen bei gegenseitigem Interesse stärker auftreten als bei unspezifischem Interesse.

## 2. Methode

*Stichprobe:* 56 Studierende der FSU Jena (davon 16 Männer), die Single und unter 30 Jahre alt waren, nahmen an der Studie teil (Durchschnittsalter in Jahren  $M = 21.84$ ;  $SD = 2.85$ ).

*Ablauf:* Die Studie bestand aus 3 Teilen: Auswahl des potentiellen Partners, Manipulation des gegenseitigen Interesses und Verhaltensmessungen. Nach einigen demographischen Angaben sollten die Versuchspersonen (Vpn) aus 6 verschiedenen Datenbankgesichtern (männlich oder weiblich, je nach sexueller Orientierung) die Person wählen, die sie am attraktivsten fanden. Danach wurden die Vpn zufällig der Experimental- (EG) oder Kontrollgruppe (KG) zugewiesen. Beiden Gruppen wurde nun ein Szenario vorgestellt, in dem der EG gegenseitiges Interesse durch die von ihnen gewählte Person signalisiert wurde und bei der KG die Interessensfrage offen blieb. Anschließend notierten die Vpn ihre Gedanken und Gefühle zu dem Szenario. Als nächstes wurde den Vpn eine Datingprofil-"Website" der ausgewählten Person gezeigt, die sich die Vpn aufmerksam durchlesen sollten. Unter anderem wurden darin Lieblingsautor und Liebblingssportarten genannt. Die Vpn bewerteten diese (und jede folgende) "Website" anhand von verschiedenen Fragen, die jedoch nicht in die Analyse gingen. Danach erschien die Datingprofil-Seite ein weiteres Mal, diesmal konnten sich die Vpn zu 16 verschiedenen Inhalten der Seite (z.B. Musiker, Filme) per Link weitere Informationen anzeigen lassen. Diese Links waren zur Hälfte personenbezogen, d.h. sie entsprachen den Interessen der ausgewählten Person und zur anderen Hälfte nicht personenbezogen (Links in einer Werbeleiste am Rand der Website). Die Vpn hatten 3

min Zeit, sich mit dieser Seite und den Links zu beschäftigen. Erfasst wurden die Anzahl der personen- und werbebezogenen Klicks sowie die jeweiligen Lesezeiten. Im Folgenden sollte eine andersartige Internetseite, eine Amazon-Website, bewertet werden. Auf dieser waren 4 verschiedene Bücher dargestellt, u. a. auch ein Buch des Lieblingsautors der von der Vpn gewählten Person. Die Vpn sollten von den Büchern eins auswählen, was sie am meisten ansprach (AV: Buch vom genannten Lieblingsautor oder anderes gewählt). Bei der letzten Aufgabe sollten die Vpn aus einer Liste von 10 verschiedenen Sportarten, darunter auch die 2 genannten Lieblingssportarten, 4 verschiedene auswählen, die sie gerne bei einem Sportfest dabeihaben würden (AV: mindestens eine der Lieblingssportarten gewählt oder nicht).

### 3. Ergebnisse

Um herauszufinden, ob die EG sich mehr mit personenbezogenen Links beschäftigte, führten wir zunächst eine Analyse der *Klickzahlen* durch. Eine 2 (Bedingung: KG vs. EG) x 2 (Inhaltsbereich: Person vs. Werbung) ANOVA mit Messwiederholung auf dem letzten Faktor zeigte einen signifikanten Haupteffekt des Inhaltsbereiches ( $F[1,54] = 45.98, p < .001$ ), d.h. insgesamt wurden personenbezogene Links häufiger angeklickt als Werbelinks. Außerdem wurde die Interaktion zwischen den Variablen Bedingung und Inhaltsbereich signifikant ( $F[1,54] = 4.47, p = .039$ ), d.h. die Bevorzugung der personenbezogenen Inhalte zeigte sich in der KG stärker als in der EG. Die gleiche Analyse führten wir mit den aufsummierten *Link-Lesezeiten* durch. Der Haupteffekt für den Inhaltsbereich wurde wieder signifikant ( $F[1,54] = 20.93, p < .001$ ), die Interaktion (Bedingung x Inhaltsbereich) wurde zwar nicht signifikant ( $F[1,54] = 1.76, p = .190$ ), es deutete sich aber das gleiche Muster an wie in der ersten ANOVA.

Anschließend überprüften wir unsere Hypothese, dass sich die Personen aus der EG konformer zu den Inhalten aus dem Steckbrief verhalten. Hierfür haben wir die beiden Variablen *Buch* und *Sport* zu einer gemeinsamen abhängigen Variablen gemittelt. Es zeigt sich ein signifikanter Effekt der Manipulation: Probanden der EG verhielten sich signifikant konformer zur gewählten Person als Probanden der KG ( $U = 298.00, p = .048$  [einseitig]), was unsere Hypothese bestätigt.

### 4. Diskussion

Unsere Hypothesen waren, dass Vpn in der EG 1. stärker Informationen zu den Interessen dieser Person suchen und sich 2. zudem auch eher konform zu diesen verhalten.

Bezüglich der Informationssuche zeigte sich, dass sich beide Gruppen stärker auf personenbezogene Informationen konzentrierten. Das könnte daran liegen, dass Werbung generell negativ empfunden wird, weshalb diese seltener angeklickt wurde. Entgegen unserer Erwartung war die Bevorzugung personenbezogener Informationen bei der KG *höher* als bei der EG. Die offenen Antworten nach der Manipulation liefern eine mögliche Erklärung: Vpn in der KG stellten sich oft vor, die Person selbst anzusprechen. Sie machten sich Hoffnungen auf eine Beziehung, wollten den ersten Schritt machen und haben sich möglicherweise daher besonders über die Person informiert.

Bezüglich der Konformität wurde unsere Hypothese bestätigt: Vpn in der EG verhielten sich tatsächlich konformer mit den literarischen und sportlichen Interessen der Person. Die Rückmeldung gegenseitigen Interesses hat also tatsächlich Auswirkungen auf der Verhaltensebene. Künftige Studien sollten untersuchen, ob die erwähnte Bewertung von Fremdbestimmung diesen Zusammenhang zwischen gegenseitigem Interesse und Konformität mediiert.

### 5. Literatur

- Koranyi, N., & Rothermund, K. (2012). When the grass on the other side of the fence doesn't matter: Reciprocal romantic interest neutralizes attentional bias towards attractive alternatives. *Journal of Experimental Social Psychology, 48*, 186–191. doi:10.1016/j.jesp.2011.06.012
- Meißner, F. & Koranyi, N. (2014). *Regulation der Autonomiepräferenz im Kontext der Partnersuche*. Unveröffentlichte Daten.