

Wer sucht wieviel Rat?

Moritz Ernst, Paulina Lauer, Laura Specker-Mattißen, Tomke Trußner und Tanja Gerlach

Fragestellung

Inwiefern beeinflusst unsere **Persönlichkeit**, ob wir uns bei einem Problem Rat von unseren Mitmenschen holen?

Forschungslücke(n):

- Bisheriger Fokus überwiegend auf der Nutzung von Ratschlägen
- Hauptsächlich im Labor untersucht
- Vernachlässigung von interindividuellen Unterschieden

- Erfassung des **Ratsuche-Verhaltens im Alltag**
- Messung verschiedener Persönlichkeitsmerkmale

Beispiel **Narzissmus**:

- (Problematische) Variante hoher Selbstwertschätzung
- Hohes Anspruchs- und Überlegenheitsdenken
- Empathielosigkeit und Geringschätzung anderer Personen
- Aufteilung in zwei Seiten: **Admiration** und **Rivalry**

Idee: Weil sie sich selbst überschätzen und andere Personen als weniger wertig betrachten, sollten Narzissten weniger an Ratschlägen interessiert sein.

Methode

Online **Wochenbuch-Studie** über 4 Wochen

1. Woche:

Persönlichkeits-Batterie und Abfrage des Netzwerks potentieller Ratgeber



2. - 4. Woche:

Erfassung verschiedener Aspekte der Ratsuche mit Hilfe von drei Wochenbuch-Einträgen auf zwei Ebenen

- **Angelegenheiten** für die Rat geholt wurde:
Wie viele Angelegenheiten? Welches Thema?
Wie ernsthaft war die Angelegenheit? Wie belastend?
- Aufgesuchte **Ratgeber**:
Anzahl von pro Angelegenheit befragten Personen?
- **Ratsuche-Interaktionen**:
Wie ausführlich war das Gespräch? Worin bestand der Rat?
Zufriedenheit mit Ratschlag?

Stichprobe:

N = 378; 74% ♀, 91% Studierende, Alter M = 24.27 J. (SD = 5.49)

Welche Persönlichkeitskonstrukte wurden noch erfasst?

- Big Five (Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus)
- Big Two (Agency und Communion)
- Bindungsstile
- Selbstwert
- Unentschlossenheit

Ergebnisse

Korrelations- und Regressionsanalysen zeigten Zusammenhänge zwischen Ratsuche und diversen Persönlichkeitsmerkmalen.

Beispiel **Narzissmus**:

- Innerhalb von Narzissmus hängt die Facette **Rivalry** tendenziell negativ mit der Suche nach Rat zusammen.
→ Kleine Effekte
- Spezifischer: Rivalry Sub-Facette **Devaluation** (= kognitive Abwertung anderer Personen) hängt konsistent negativ mit Ratsuche zusammen.

Tabelle 1: Uniqueness-Korrelationen von Narzissmus und den Ratsuchemaßen

	Admiration	Rivalry	Uniqueness	Grandiosity	Charmingness	Supremacy	Devaluation	Aggressiveness
Netzwerk	0.02	-0.11*	-0.01	-0.02	0.01	0.09	-0.14**	-0.09
Anzahl	0.11*	-0.11*	0.04	-0.06	0.11*	0.02	-0.15**	0.02
Breite	0.05	-0.13**	0.09	-0.14**	0.07	-0.01	-0.18**	0.04
Tiefe	0.04	-0.02	0.06	-0.04	0.02	0.14**	-0.13*	-0.07
Gesamt-Suche	0.06	-0.12*	0.09	-0.13*	0.07	0.04	-0.18**	0

N = 378, p < 0.05*, p < 0.01**

Weitere Befunde:

- **Extravertierte** Personen suchten **mehr Rat**.
- **Neurotische** Personen empfanden ihre Angelegenheiten als **belastender**.
- **Agentische** Personen suchten **mehr Rat** und waren, trotz ernsterer Angelegenheiten, **zufriedener** mit den erhaltenen Ratschlägen.
- Personen waren **zufriedener**, wenn sie **ausführlichere Gespräche** führten, aber nicht unbedingt, wenn sie sich mehr Ratschläge einholten.
- Je **ernster** die Angelegenheiten waren, desto **mehr Ratschläge** wurden eingeholt.

Diskussion

In der **explorativ angelegten Studie** spiegelten sich einzelne Persönlichkeitsmerkmale in der alltäglichen Suche nach Rat wider.

Viele **erwartete Zusammenhänge blieben** jedoch – trotz der großen Stichprobe – **aus**. Bei den gefundenen Zusammenhängen handelte es sich zudem vorwiegend um **kleine Effekte**. Die tatsächliche Bedeutung von Persönlichkeitsunterschieden für die alltägliche Suche nach Rat bleibt daher zunächst fraglich.

Der methodische Ansatz der Studie, Ratsuche im alltäglichen Leben, statt im Labor zu untersuchen scheint vielversprechend. Allerdings bestehen **Möglichkeiten zur Optimierung**:

- **Tägliche Abfrage** um Gedächtniseffekte auszuschließen
- Für die Gesamtpopulation **repräsentativere Stichprobe**
- **Variation** und **Ausweitung** des Erhebungszeitraums

Referenzen

- Abele, A. E., Uchronski, M., Suitner, C., & Wojciszke, B. (2008). Towards an operationalization of the fundamental dimensions of agency and communion: Trait content ratings in five countries considering valence and frequency of word occurrence. *European Journal of Social Psychology, 38*(7), 1202-1217.
- Armstrong, B. F., & Kammrath, L. K. (2015). Depth and breadth tactics in support seeking. *Social Psychological and Personality Science, 6*(1), 39-46.
- Back, M. D., Küfner, A. C., Dufner, M., Gerlach, T. M., Rauthmann, J. F., & Denissen, J. J. (2013). Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology, 105*, No. 6, 1013-1037.
- Fraley, R. C., Heffernan, M. E., Vicary, A. M., & Brumbaugh, C. C. (2011). The experiences in close relationships—Relationship Structures Questionnaire: A method for assessing attachment orientations across relationships. *Psychological assessment, 23*(3), 615.
- Frost, R. O., & Shows, D. L. (1993). The nature and measurement of compulsive indecisiveness. *Behaviour Research and Therapy, 31*(7), 683-692.
- Rammstedt, B., & John, O. P. (2005). Kurzversion des Big Five Inventory (BFI-K): Entwicklung und Validierung eines ökonomischen Inventars zur Erfassung der fünf Faktoren der Persönlichkeit. *Diagnostica, 51*(4), 195-206.
- Schütz, A., & Sellin, I. (2006). MSWS. Multidimensionale Selbstwertskala. *Zeitschrift für klinische Psychologie und Psychotherapie, 36*, 226-227.
- Treiber, L., Thunsdorff, C., Weis, S., Schmitt, M. (2013, September). Psychometrische Überprüfung und Validierung der deutschen 300-Item-Skala aus dem International Personality Item Pool zur Erfassung der Big Five. Vortrag präsentiert auf der 12. Arbeitstagung der Fachgruppe DPPD, Greifswald.