



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Das bin ich!
Aspekte der Selbstdarstellung in der Entwicklungsphase Emerging
Adulthood“

verfasst von / submitted by

Mag.(FH) Hannah Rodlauer, BSc

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Science (MSc)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 840

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Psychologie

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Mag. Dr. Ulrike Sirsch

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Emerging Adulthood	2
2.1	Definition	2
2.2	Merkmale	2
2.3	Abgrenzung zu Adoleszenz und Erwachsenenalter	4
2.4	Kritik	5
3	Selbstdarstellung.....	7
3.1	Historische Entwicklung.....	7
3.2	Definition und Abgrenzung	8
3.3	Einflüsse.....	9
4	Zielsetzung und Fragestellungen.....	15
4.1	Zielsetzung.....	15
4.2	Fragestellungen	15
5	Methode.....	17
5.1	Durchführung.....	17
5.2	Stichprobe	18
5.3	Erhebungsinstrument	20
5.4	Statistische Auswertung und Verfahren.....	26
6	Ergebnisse.....	29
6.1	Selbstdarstellung in der Face-to-face-Situation	29
6.2	Selbstdarstellung in der Online-Situation	34
6.3	Selbstdarstellung in der Face-to-face- und Online-Situation im Vergleich.....	39
7	Diskussion	41
7.1	Aspekte der Selbstdarstellung in der Face-to-face- und Online-Situation.....	41
7.2	Unterschiede bzgl. Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus.....	44
7.3	Limitationen	45
7.4	Resümee	46
8	Literaturverzeichnis	47
9	Tabellenverzeichnis	53
10	Abbildungsverzeichnis	54
11	Anhang	55

1 Einleitung

Die vorliegende Arbeit fokussiert auf das, von Arnett (2015) als am deutlichsten erkennbar beschriebene Merkmal der Lebensphase Emerging Adulthood – die Identitätsexploration. Und diese Exploration braucht ihren Raum – und ihr Gegenüber. Noch nie stand jungen Menschen ein so großes Maß an Freizeit zur Verfügung, die zum größten Teil mit Peers verbracht wird. Die Peergroup kann daher (insbesondere gegen Ende der Adoleszenz) als wichtigstes soziales Umfeld der Jugendlichen bezeichnet werden (Gensicke, 2015; Harring, 2011). Im Übergang zum Erwachsenenalter, der Entwicklungsphase Emerging Adulthood, nimmt die besondere Bedeutung der Peers jedoch wieder ab, intime Liebesbeziehungen stehen im Fokus und werden zu bedeutsamen sozialen Kontexten (Arnett, 2015; Harring, 2011, Salisch & Seiffge-Krenke, 2008). Diese Interaktionserfahrungen sind grundlegend für das Wissen über sich als Person (Salisch & Seiffge-Krenke, 2008). Identitätsbildung und das damit verbundene Sich-Ausprobieren in den unterschiedlichen sozialen Kontexten spielen demnach eine wichtige Rolle, sowohl im Fokus auf sich selbst als auch in verschiedenen Arten der Präsentation nach außen – in Form der Selbstdarstellung.

In diesem Sinne erlangt insbesondere die Nutzung neuer Medien (Computer, Internet) an Bedeutung. In der Altersgruppe der Emerging Adults nehmen soziale Medien, wie z. B. Instagram oder Facebook, eine zentrale Rolle in Bezug auf die Vernetzung und den Aufbau des sozialen Umfeldes (Peers, intime Beziehungen) (Leven & Schneekloth, 2015) im Sinne der traditionellen Entwicklungsaufgaben der Adoleszenz und dem Übergang zum Erwachsenenalter ein (Dreher & Dreher, 1985). Bereits in der Adoleszenz zeigen sich Hinweise darauf, dass der entsprechend notwendige *Erwerb von Medienkompetenz* als neue Entwicklungsaufgabe bezeichnet werden könnte (Meckelmann & Dannenhauer, 2014).

Selbstdarstellung ist gleichzeitig bis heute ein umfangreiches Forschungsgebiet der Soziologie und Sozialpsychologie, deren Erkenntnisse dazu, wie z. B. die Einflüsse unterschiedlicher sozialer Umwelten, daher als grundlegend anzusehen sind (Leary, 1996). In der vorliegenden Untersuchung sollen in Folge die Erkenntnisse zu den spezifischen Aspekten der Selbstdarstellung in unterschiedlichen Umwelten (Face-to-face und Online) auf Basis der Selbstbeschreibungen von Emerging Adults aus entwicklungspsychologischer Sicht erweitert werden, da zum aktuellen Zeitpunkt noch wenige diesbezügliche Forschungsergebnisse vorliegen.

2 Emerging Adulthood

2.1 Definition

In den vergangenen Jahren wurde in den industriellen Ländern für die Beschreibung des Übergangs zwischen Adoleszenz und Erwachsenenalter die Entwicklungsphase *Emerging Adulthood* eingeführt. Diese neu definierte Lebensphase wurde zuerst von Jeffrey Jensen Arnett, einem amerikanischen Psychologen, postuliert (Arnett, 2000), konnte jedoch auch in europäischen Ländern, u. a. Österreich, beobachtet und bestätigt werden (Sirsch, Dreher, Mayr & Willinger, 2009). Es handelt sich dabei um keine universelle, sondern eine kulturell bedingte Entwicklungsphase junger Menschen, deren Kultur bzw. Lebensumfeld eine verlängerte Rollenexploration im Übergang von Adoleszenz ins Erwachsenenalter ermöglicht (Arnett, 2000) und insbesondere aufgrund der zum Teil fehlenden Übernahme von Erwachsenenrollen und -verantwortungen die Exploration der Bereiche Arbeit, Liebe und Weltanschauung betrifft (Arnett, 2015). Grundlegend dafür zeigen sich die demographischen Veränderungen der letzten Jahrzehnte wie z. B. längere Ausbildungsdauer, höheres Heiratsalter bzw. höheres Alter der Mutter bei der Geburt des ersten Kindes. Da diese Aspekte in europäischen Ländern später als in den USA bedeutsam werden, wurde der zuerst manifestierte Altersbereich zwischen 18 und 25 Jahren (Arnett, 2000) auf (für z. B. Deutsche) 18 bis 29 Jahre erweitert (Buhl & Lanz, 2007). Personen in diesem Altersbereich bezeichnen sich selbst als nur teilweise (in manchen Bereichen) erwachsen (Arnett, 1994). Emerging Adulthood gibt diesem neuen und spezifischen Weg ins Erwachsenenalter Namen und Bedeutung.

2.2 Merkmale

Folgende fünf Hauptmerkmale erreichen in der Emerging Adulthood im Vergleich zu anderen Lebensphasen ihre größte Bedeutung: Identitätsexploration, Instabilität, Selbstfokus, Dazwischen-Fühlen und Möglichkeiten/Optimismus (Arnett, 2015).

Identitätsexploration

Dies ist das deutlichste Merkmal der Entwicklungsphase Emerging Adulthood und grundlegend für die vorliegende Arbeit. Die Identitätsexploration, die bereits in der Adoleszenz begonnen hat, wird nun weitergeführt. Emerging Adults sind zu einem großen Teil unabhängig von ihren Eltern, haben wenige Verantwortungen und probieren sich aus. Sei es ihre Lebensweise, verschiedene Formen von Liebe oder Arbeit – sie finden heraus wer sie sind und was ihnen wichtig ist bzw. was sie sich im Leben erhoffen (Arnett, 2015).

Insbesondere die zukünftige Arbeitssituation spielt in der Identitätsfindung eine große Rolle, denn sie gilt als besonderer Ausdruck der Identität (Arnett, 2007, 2015).

Instabilität

Emerging Adulthood ist eine intensive Phase der ständigen Veränderungen bzw. Instabilität – nicht zuletzt aufgrund des explorativen Verhaltens der sich in dieser befindenden Personen (Arnett, 2015). Am Weg zu Beständigkeit wird geplant – und wieder verworfen, Ziele werden verfolgt, ausprobiert – und verändert (Seiffge-Krenke, 2015). Ausbildung, Beruf, Wohnort und Beziehungen werden gewechselt (Arnett, 2000, 2015; Seiffge-Krenke, 2015). Die ständige Anpassung an neue Bedingungen, wie z. B. bei einem Wechsel in Partnerschaft oder Job, kann bei den Emerging Adults auch großen Stress verursachen (Arnett, 2007).

Selbstfokus

Der Blick auf sich selbst ermöglicht Entwicklung. Dabei geht es nicht um Egoismus, sondern um Autonomie, die z. B. durch das Ausziehen aus dem Elternhaus entsteht, das Treffen von eigenen Entscheidungen, die Übernahme von Verpflichtungen für sich selbst – (noch) nicht für andere. Es geht darum, die persönlichen Stärken und Schwächen kennenzulernen, sich Kompetenzen anzueignen. Emerging Adults fokussieren wie in keiner anderen Lebensphase auf sich selbst (Arnett, 2015).

Dazwischen-Fühlen

Emerging Adults fühlen, was sie entwicklungspsychologisch gerade erleben: das Dazwischenstehen zwischen dem, was sie waren, Jugendliche, und dem, was sie noch nicht sind: Erwachsene. Ganz fühlen sie sich weder der einen noch der anderen Entwicklungsstufe zugehörig (Sirsch et al., 2009), nur in manchen Aspekten können sie sich zuordnen (Arnett, 2007). Sie können die Kriterien des Erwachsenseins noch nicht komplett ausfüllen, nähern sich jedoch schrittweise an. Dazu gehören z. B. finanzielle und persönliche Unabhängigkeit und Verantwortung (Arnett, 2015).

Möglichkeiten/Optimismus

(Fast) alles ist möglich, (fast) nichts ist fix. Die Zukunft scheint für Emerging Adults offen und voller Optionen. Sie haben diesbezüglich noch wenige Enttäuschungen erlebt und sehen daher voller Optimismus, Hoffnungen und Wünschen dem Leben entgegen, das sie, unabhängig von ihrer Herkunft, selbst gestalten können (Arnett, 2015).

2.3 Abgrenzung zu Adoleszenz und Erwachsenenalter

In Erweiterung der psychosexuellen Entwicklungsstufen von Freud postulierte Erikson (1968, 1982) die psychosoziale Entwicklung von Personen in acht Entwicklungsstufen – u. a. den der Adoleszenz und dem nachfolgenden Erwachsenenalter. Pro Stufe werden Einstellungen und Fähigkeiten erworben, um aktiv an der Gesellschaft teilhaben zu können. In jeder wird ein dominanter psychischer Konflikt beschrieben, der, falls er aufgelöst werden kann, eine selbstwirksame Integration in die Umwelt bewirken soll.

Im Folgenden wird beschrieben, welche Entwicklungsaspekte in Adoleszenz und Erwachsenenalter im Sinne von Erikson (1968, 1982) eine Rolle spielen und inwiefern sich die Entwicklungsphase Emerging Adulthood in dieses allgemein gültige Konzept integrieren lässt.

Adoleszenz

Nach Erikson (1968) wird die Adoleszenz mit einem Altersbereich von 11 bis 21 Jahren abgesteckt. In dieser Entwicklungsstufe erklärt er den psychischen Konflikt Identität vs. Identitätsdiffusion als vorherrschend. Dies manifestiert sich u. a. in der Konstruktion einer Identität (Erikson, 1968) sowie der Entwicklung einer organisierten und stabilen Selbststruktur (Arnett, 2000). Teil der Identitätskonstruktion sind neue Lebensaspekte, wie z. B. sexuelle Orientierung, persönliche Beziehungen, Berufswahl, Ideale und Moral etc. Die Identitätskrise (Erikson, 1968) bzw. aktueller formuliert, Phase der Exploration (Grotevant, 1998), ist gekennzeichnet durch das Experimentieren mit Alternativen in unterschiedlichen Kontexten sowie einer Neubewertung von Persönlichkeitseigenschaften, die in der Kindheit vorherrschend waren, und bewirkt bei Adoleszenten oftmals Verwirrung und Anspannung (Erikson, 1968). Die individuelle Identitätsentwicklung ist zentral in Zeiten starker Veränderungen, vor allem besteht eine erhöhte Anpassungsnotwendigkeit, neue Fähigkeiten und Einstellungen zu erwerben, um in die nächste Entwicklungsstufe eintreten zu können (Levinson, 1978; Shulman & Connolly, 2013).

Nach Arnett (2000) ist der Altersbereich der Adoleszenz auf 10 bis 18 Jahre zu revidieren. Er beschreibt, dass ab dem 18. Lebensjahr keine normativen Gemeinsamkeiten mehr bestehen, die die Zusammenführung der späten Teenagerjahre und der frühen Zwanziger rechtfertigen. Dieses Alter fällt mit dem Bestehen der Volljährigkeit, im Sinne des Erhalts aller Rechte und Pflichten von Erwachsenen vor dem Gesetz, zusammen – auch wenn sich die meisten Personen dieses Alters noch nicht als erwachsen ansehen. Die Phase Emerging

Adulthood ermöglicht somit die Verbindung zwischen der gesetzlichen Definition und dem individuell-persönlichen Gefühl dazu (Arnett, 2015).

Erwachsenenalter

Das frühe Erwachsenenalter wird in der allgemeinen Entwicklungspsychologie auf den Altersbereich zwischen 21 und 40 Jahren festgelegt. Zentral ist hier u. a. der Aufbau einer intimen Partnerschaft sowie in Folge eine Entscheidung für eine langfristige Bindung, Heirat und/oder Kinder. Der psychische Konflikt dieser Phase zeigt sich hier in der Ambivalenz zwischen Intimität vs. Isolation. Themen sind insbesondere die Gedanken und Gefühle in Bezug auf eine dauerhafte Partnerschaft sowie der Spagat zwischen Unabhängigkeit und Nähe und die entsprechende Weiterentwicklung und Neudefinition der in der Adoleszenz aufgebauten Identität (Erikson, 1968).

Arnett (2007, S. 69) schlägt demgegenüber vor, Personen im Alter von 30 bis 40 Jahren als „junge Erwachsene“ zu bezeichnen. Er zeigt, dass sich Mitglieder dieser Personengruppe als bereits erwachsen beschreiben. Sie stehen zumeist stabil im Berufsleben, sind verheiratet und haben Kinder, was auch den zu Beginn des Kapitels beschriebenen Kriterien von Erikson (1968) für das Erwachsenenalter entspricht. Dies unterscheidet sich stark von den Lebensumständen der Emerging Adults, die sich im Gegensatz dazu zum Großteil in Ausbildung befinden und weder verheiratet sind noch Kinder haben (Arnett, 2000).

2.4 Kritik

Emerging Adulthood ist ein kulturell bzw. gesellschaftlich abhängiges Phänomen, das dementsprechend nicht universell zu verstehen ist und nicht von allen Menschen im gleichen Ausmaß bzw. überhaupt durchlebt wird (Arnett, 2007). Außerhalb der westlich industrialisierten Gesellschaft, die eine Verlängerung bzw. zeitliche Verschiebung der Ausbildungszeit und anderer soziodemographischer Marker insbesondere aufgrund des gehobenen sozialen Status möglich macht, ist dieser spezielle Übergang von der Adoleszenz ins Erwachsenenalter nur bei wenigen Personen der städtischen Mittelklasse beobachtbar (Arnett, 2007, 2011). Arnett (2000) weist weiters darauf hin, dass der vorliegende Forschungsstand hauptsächlich auf Untersuchungen von Studierenden beruht. Neben und entsprechend den von Arnett selbst angeführten Limitationen kritisiert Bynner (2005), dass die postulierte neue Lebensphase nur Personen miteinschließt, die die Möglichkeit zu einer höheren Ausbildung nutzen können und somit ein großer Teil der gleichaltrigen Bevölkerung ausgeschlossen wird, der weiterhin traditionell früher Eltern

wird und ins Berufsleben einsteigt. Hendry und Kloep (2007) betonen die zeitliche, ökonomische und kulturelle Abhängigkeit und die dementsprechend eingeschränkte Gültigkeit der Emerging Adulthood und stellen sie als eigenständige Entwicklungsphase in Frage. Sie weisen weiters darauf hin, dass die fünf charakteristischen von Arnett postulierten Merkmale der Emerging Adulthood in allen lebensspezifischen Phasen der Veränderung zu beobachten sind (Hendry & Kloep, 2010).

3 Selbstdarstellung

3.1 Historische Entwicklung

Zuerst thematisiert wurde das Konzept der Selbstdarstellung am Ende der 1950er Jahre vom Soziologen (bzw. Anthropologen) Erving Goffman, gefolgt vom Sozialpsychologen Edward Jones in den frühen 1960ern. Die Erkenntnisse aus beiden Fachrichtungen begründen maßgeblich die weitere Entwicklung des Konstrukts bis zu heutigen Erkenntnissen (Leary, 1996).

Goffman konzentrierte sich in seinen Studien zum menschlichen Verhalten vorrangig auf die äußere Erscheinung, die Personen für andere Personen kreieren. Er bezeichnete dies als öffentliche Images, die im sozialen Miteinander eine wichtige Rolle spielen, insbesondere da die Selbstdarstellung einer Person die Bewertungen und Reaktionen durch andere beeinflussen kann. Personen müssen Informationen wie z. B. sozioökonomischer Status, Haltungen, Kompetenzen etc. voneinander zusammentragen und koordinieren, um miteinander in der jeweils gewünschten Weise interagieren zu können. Seine Erkenntnisse bezog Goffman aus der Beobachtung menschlichen Verhaltens in der westlichen Gesellschaft (Goffman, 1959).

Im Rahmen der Sozialpsychologie widmete sich Edward Jones in etwa zur selben Zeit dem Thema Selbstdarstellung. Ursprünglich interessierte ihn die Art und Weise, wie Personen andere Personen wahrnehmen. Dabei fand er heraus, dass Selbstdarstellung eine wichtige Rolle in interpersonellen Wahrnehmungsprozessen spielt. Im Gegensatz zu Goffman, dessen Erkenntnisse auf anthropologischen Feldstudien beruhen, designte Jones Laborexperimente, um jene Faktoren zu ermitteln, die Selbstpräsentation beeinflussen können (Leary, 1996).

Die Relevanz der Selbstdarstellung war im Laufe ihrer Erforschung nicht immer unbestritten. Bis in die 1990er Jahre konnte der Begriff Selbstdarstellung selten in der sozialpsychologischen Literatur gefunden werden. Die Gründe für die Ablehnung des Konstrukts sind unklar – möglich erscheint jedoch u. a., dass Selbstdarstellung als manipulative und unauthentische Tätigkeit gesehen wurde, die dementsprechend negativ bewertet wird, außerdem, dass Selbstdarstellung als neue Erklärung vieler interpersoneller Phänomene geltende Theorien in Frage stellte (Leary, 1996).

Das Interesse am Forschungsgebiet Selbstdarstellung wuchs trotz der beschriebenen Ablehnung über die Jahre. Vor allem jene Faktoren, die die Art der vermittelten

Impressionen beeinflussen könnten und die Verbindung zu anderen psychologischen Phänomenen, wie z. B. Bedenken, was andere Personen über einen denken, wurden erforscht. Ab den 1970ern wurden zusätzlich Strategien der Selbstdarstellung als Erklärung für viele – speziell definierte – Verhaltensweisen erforscht, später hielt das Konstrukt Einzug in die Erforschung des täglichen Lebens (außerhalb des Labors) sowie in die Wirtschaft (Leary, 1996).

3.2 Definition und Abgrenzung

Um an der Identitätsexploration als besonderes Merkmal der Emerging Adults anzuknüpfen, wird zuerst auf den Begriff Identität und in weiterer Folge auf Selbstdarstellung eingegangen:

Resch und Sevecke (2018) beschreiben Identität allgemein als Übereinstimmung zwischen dem unmittelbaren Erleben der persönlichen Handlungen und den entsprechenden Selbstbetrachtungen. Seiffge-Krenke (2014) fasst Identität detaillierter zusammen als Verknüpfung des Gefühls der persönlichen Einzigartigkeit, der identitätsbezogenen zeitlichen Komponente (Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft) und der sozialen Beziehungen. Identität kann weiters an soziale Interaktionssituationen angepasst und nach außen dargestellt werden (Alexander & Rudd, 1981; Goffman, 1959). Dementsprechend manifestiert sich Selbstdarstellung als eine Aktivität, durch die ein Individuum Informationen liefert, die bei anderen Personen ein bestimmtes Bild erzeugen (Insel & Schmida Reese, 1968; Jones & Gerard, 1967), das positiv konnotiert ist und somit den Normen und Erwartungen des jeweiligen sozialen Umfeldes entspricht (Goffman, 1959). Leary (1996) beschreibt dies als komplexen psychologischen Prozess.

Selbstdarstellung fokussiert sich auf die eigene Person, dies erfolgt bewusst (Schlenker, 1980) aber auch unbewusst (Tyler, 2012). Die bewusste Komponente bezieht sich auf die Steuerung des Eindrucks, den Personen bei anderen hinterlassen wollen und wird auch als Impression Management bezeichnet (Mummendey, 1995; Schlenker, 1980).

Die Begriffe Selbstdarstellung und Impression Management werden in der Literatur oft synonym verwendet, tatsächlich weisen Leary, Allen und Terry (2011) allerdings auf feine Unterschiede zwischen den beiden Begriffen hin. Selbstdarstellung beinhaltet das Managen von Wahrnehmungen anderer Personen ausschließlich in Bezug auf die eigene, wohingegen Impression Management ein breiteres Konstrukt darstellt, das sowohl die Wahrnehmungen anderer Personen in Bezug auf die eigene Person wie auch in Bezug auf andere Personen und Institutionen oder Gruppen miteinbezieht. Dementsprechend

beinhaltet Selbstdarstellung zwar Impression Management, aber nicht jedes Impression Management Selbstdarstellung.

Da für die vorliegende Untersuchung nur der Bezug auf die eigene Person relevant ist, wird mit dem Begriff bzw. dem Konstrukt der Selbstdarstellung gearbeitet.

Im Folgenden wird auf die verschiedenen und insbesondere für die vorliegende Arbeit relevanten Einflüsse auf die Selbstdarstellung von Emerging Adults eingegangen.

3.3 Einflüsse

In der bisherigen Forschung zeigen sich sowohl situative als auch individuelle Einflüsse auf die Selbstdarstellung von Personen (VanderDrift, Tyler, & Ma, 2015), die u. a. Ziele und Taktiken wie z. B. Attraktivität hervorkehren bzw. mitbestimmen (Mummendey, 1995). Es wird davon ausgegangen, dass Personen die Konsistenz des Bildes, das sie bei anderen Personen erzeugen, überschätzen. Sie sehen sich selbst als relativ konstant und unverändert, auch wenn ihre Selbstdarstellung sich tatsächlich, z. B. in unterschiedlichen Situationen, oft unterscheidet. Selbstdarstellung zeigt sich meist als eine Funktion der Situation und des Individuums (Leary, 1996).

Situative Einflüsse

Selbstdarstellung ist situationsabhängig unterschiedlich (Snyder & Gangestad, 1982; Wicklund & Frey, 1993) und wird von den grundlegenden Normen eines spezifischen Kontextes beeinflusst, ebenso von sozialen Rollen und Werten des jeweiligen Gegenübers (Leary, 1996). In verschiedenen sozialen und situativen Kontexten können außerdem unterschiedliche Identitäten gezeigt werden. Grundlegend dafür ist jedoch eine persönliche Stabilität, damit die jeweilige Person trotz der Vielzahl an Selbstdarstellungen mit sich identisch bleiben kann (Mummendey, 1995). Situative Einflüsse zeigen sich u. a. bei unterschiedlichem Publikum, z. B. präsentieren sich Personen kritisch beurteilenden, gegengeschlechtlichen und fremden Personen gegenüber positiver (Leary et al., 1994; Tyler, 2012) und stellen ihre eigene Partnerschaft nach Aktivierung von Unsicherheit intimer dar (VanderDrift et al., 2015).

Hinsichtlich der Selbstdarstellung spielt demnach das soziale Umfeld, als das Gegenüber der Emerging Adults, eine große Rolle. Es bezieht sich entsprechend der phasenspezifischen Entwicklungsaufgaben der Adoleszenz und des Erwachsenenalters auf Peers und intime Partnerschaften.

Soziale Umwelt: Von der Bedeutung der Peers zur intimen Partnerschaft

Nach Robert J. Havighurst (1981) können jeder Lebensphase spezifische Entwicklungsaufgaben zugeordnet werden, deren positive Bewältigung in Form von aktiver Interaktion mit der sozialen Umwelt, ähnlich der Auffassung von Erikson (1968), zu einem zufriedenstellenden Leben im gesellschaftlichen Rahmen führen. Dreher und Dreher (1985) wiesen für Adoleszente, dies bestätigend, u. a. auf die Entwicklungsaufgaben Peer (Freundeskreis aufbauen, neue tiefere beidgeschlechtliche Beziehungen herstellen), Partnerschaft bzw. Familie (Zukunftsvorstellungen) und Selbst (sich selbst kennenlernen bzw. Bild der anderen über sich selbst kennen) hin.

Leven und Utzmann (2015) betonen ebenfalls die besondere Bedeutung von Freundschaft (Peers) für Personen im Alter von 12-25 Jahren. Gelernt wird in der Peergroup u. a. Kooperation, Benehmen sowie der Umgang mit Menschen in verschiedenen Situationen (Connolly, Craig, Goldberg, & Pepler 1999). Peerbeziehungen (dual sowie Cliques, im Sinne von lockeren Gruppierungen Gleichaltriger), sowie der diesbezügliche individuelle Status (bzw. dessen Erhöhung) erlangen in dieser Periode besondere Bedeutung (Roscoe, Diana, & Brooks, 1987; Harring, 2011). Peers haben meist ähnliche Interessen und Einfluss auf die Lebensführung, Freizeitgestaltung und soziale Orientierung der Adoleszenten (Harring, 2011; Hurrelmann & Quenzel, 2016; Leven & Schneekloth, 2015).

Insbesondere Freizeit, im Sinne von ungebundenem, frei zu gestaltendem Spielraum, in dem verschiedenen Aktivitäten nachgegangen bzw. Neues ausprobiert werden kann, spielt eine bedeutende Rolle (Leven & Schneekloth, 2015), da hier die größtmögliche Lebensfreiheit empfunden werden kann. Gesellschaftspolitisch dient Freizeit neben der Regeneration auch Konsumhandeln sowie der Nutzung von Medien (Hurrelmann & Quenzel, 2016; Leven & Utzmann, 2015). Adoleszente benennen Spaß als das zentrale Element ihrer Freizeit – sie wollen hier ihre Individualität ausleben und authentisch sein, wollen das machen, worauf sie Lust haben (Leven & Utzmann, 2015). Freizeit verrät, laut Noack (2008) mehr über die Persönlichkeit und individuelle Aspekte als gebundene Zeit, z. B. in der Schule.

Auch Liebesbeziehungen im Jugendalter spielen eine große Rolle und können die Identitätsentwicklung förderlich beeinflussen (Connolly, Craig, Goldberg, & Pepler 1999), werden jedoch meist wieder vor Abschluss dieser Entwicklungsphase gelöst (Shaver, Furman, & Buhrmester, 1985). Bis zur späten Adoleszenz löst die romantische Beziehung die Peergroup in ihrer Bedeutung ab und wird zum entscheidenden Beziehungsmuster

(Connolly et al., 2014; Salisch & Seiffge-Krenke, 2008), wobei erste romantische Erfahrungen meist im Rahmen der gemischtgeschlechtlichen Peergroup gesammelt werden (Salisch & Seiffge-Krenke, 2008). Auch Arnett (2015) betont, dass sich der Kontext verändert, in dem intime Beziehungen entstehen können – so wird der Ausbildungsort, wie z. B. die Schule oder später die Universität, im Sinne einer realen Datingplattform für Gleichgesinnte, Gleichaltrige bzw. möglicherweise bereits bekannte Personen im Laufe des Übergangs zum Erwachsenenalter weniger relevant und die Vermittlung von fremden, potentiellen Dating- oder Sexpartnern bzw. -partnerinnen über u. a. Freizeitaktivitäten, wie z. B. Parties von Freunden bzw. Freundinnen etc., nimmt zu. Es werden unterschiedlichste Beziehungsformen ausprobiert wie z. B. Kurzzeit-, Langzeitbeziehungen oder One-night-Stands etc. (Arnett, 2015; Cohen, Kasen, Chen, Hartmark, & Gordon, 2003; Seiffge-Krenke, 2003). V.a. die Integration der eigenen Lebensgestaltung in die Partnerschaft zeigt sich in der Forschung als grundlegend für das Eingehen einer Langzeitbeziehung (Shulman & Connolly, 2013). Arnett (2015) weist zusätzlich darauf hin, dass ähnliche Interessen bei der Suche nach Partnerschaft eine wesentliche Rolle einnehmen – was auch die Selbstdarstellung im Rahmen der Interaktion betont.

Sind Emerging Adults schließlich auf eine verbindliche Partnerschaft eingegangen, erfolgt auch die pragmatische Reflexion dieser romantischen Beziehung, z. B. im Kontext des Zusammenlebens und der Gründung einer Familie (Brown, 1999; zitiert nach Salisch & Seiffge-Krenke, 2008, S. 440), was auch den von Havighurst (1981) für die Lebensspanne 18 bis 29 Jahre formulierten Entwicklungsaufgaben entspricht: Aufbau einer Partnerschaft, Zusammenleben mit einem Partner bzw. einer Partnerin und Gründung einer Familie.

Die zuvor formulierte Interaktion der Emerging Adults mit dem sozialen Umfeld geschieht neben dem traditionellen Face-to-face-Kontakt dabei in zunehmend wachsendem Ausmaß auch online (Bjornsen, 2018):

Soziale Medien

Neue digitale Medien (z. B. Computer und Internet) spielen eine besonders wichtige Rolle in der Freizeitgestaltung von Jugendlichen (Harring, 2011; Leven & Schneekloth, 2015). Meckelmann und Dannenhauer (2014) führen zudem den *Erwerb von Medienkompetenz* als neue Entwicklungsaufgabe an, die über die gesamte Spanne des Jugendalters von den dazu Befragten als sehr bedeutsam eingeschätzt wurde.

Als Teilkomponente von Medienkompetenz spielt für die vorliegende Studie besonders die Dimension (*Produktive*) *Partizipationsmuster* eine Rolle. Diese beinhalten den Aspekt der

aktiven Produktion von Inhalten, wie z. B. Kommunikation in Chats, Erstellung von privaten Homepages etc., was für die Entwicklung der Identität eine indirekte, vermittelte Funktion bedeutet (Groeben, 2004). Im Sinne der Selbstdarstellung können Medien im privaten Bereich genauso für die soziale Interaktion mit z. B. Peers verwendet werden (Leffelsend, Mauch, & Hannover, 2004).

Die Nutzung sozialer Medien spielt in der Altersgruppe der Emerging Adults gegenwärtig eine besonders große Bedeutung: 2018 nutzten in Österreich 87 % aller Personen das Internet, 72 % davon täglich. Personen im Alter von 16 bis 34 Jahren waren dabei in sozialen Medien am häufigsten online. Beinahe alle Personen (94.5 %) im Alter von 14 bis 19 Jahren nutzten soziale Medien, im Alter von 14 bis 20 Jahren durchschnittlich 66 Minuten täglich. 15-25-Jährige verwendeten diesbezüglich die Fotoplattform Instagram (75 %) vor Facebook (Statista, 2019).

Die Online-Aktivitäten *Auf soziale Netzwerke zugreifen* sowie *Teilnahme an Chats* der deutschen 12-25-Jährigen nahmen im Jahr 2015 Rang 1 bzw. 3 ein. Differenziert nach ihrem Nutzungsverhalten konnten verschiedene Typen identifiziert werden, wobei 12 % als *interaktivorientierte Selbstdarsteller* bezeichnet wurden, die am häufigsten auf sozialen Plattformen zu finden waren und insbesondere auch Fotos und Videos bzw. Musik hochluden. Diese Personen waren häufig etwas älter (22-25 Jahre) und bereits erwerbstätig (Leven & Schneekloth, 2015).

Auch in Bezug auf Dating und Suche nach einer Partnerschaft spielen soziale Medien eine bedeutende Rolle. Im Jahr 2014 konnten sich 63.3 % der befragten Österreicher und Österreicherinnen vorstellen, ihren Partner bzw. ihre Partnerin über das Internet kennenzulernen. 2018 gaben 25 % der befragten österreichischen Personen an, ihren Partner bzw. ihre Partnerin über das Internet kennengelernt zu haben. 2016 konnte erhoben werden, dass 72 % der befragten Österreicher und Österreicherinnen die Partnersuche über digitale Medien als flexibler einschätzten (Statista, 2019). Auch Arnett (2015) weist auf darauf hin, dass Emerging Adults das Internet als einfachen Weg auf der Suche nach potentiellen Dating-Partnern bzw. Dating-Partnerinnen verwenden – auch wenn sich Online-Selbstdarstellung und reales Gegenüber oft stark unterscheiden.

Im Vergleich von Face-to-face- bzw. Online-Kontakten zeigen sich z. B. folgende Unterschiede: So präsentieren sich Männer im Datingkontext z. B. liebenswürdiger, wenn sie erwarten, das Gegenüber persönlich zu treffen (Guadagno, Okdie, & Kruse, 2012) und beide Geschlechter stellen online ihre physische Attraktivität mehr in den Vordergrund als

im direkten Gegenüber mit einer realen Person (Toma, Hancock, & Ellison, 2008). Körper bzw. Erscheinungsbild ist in der Online-Begegnung der Emerging Adults besonders relevant, da hier die körperliche Komponente der Identität nur in vermittelter Form Platz findet und nicht direkt und unmittelbar vom Gegenüber erlebt werden kann, wodurch die Möglichkeit der Manipulation besteht, sich anders zu beschreiben, als man tatsächlich aussieht. Es wird jedoch auch darauf hingewiesen, dass die Vermittlung des Körpers hauptsächlich durch Bildmaterial geschieht, weniger textuell. In der Face-to-face-Situation ist der Körper stets selbst Identitätsvermittler, da die jeweilige Körpersprache, u. a. Gesichtsausdruck oder Körperhaltung, und das Aussehen der Person, wie z. B. Geschlechtszugehörigkeit, Körpergewicht oder Kleidung, direkt wahrgenommen werden kann und schwer manipulierbar ist (Krotz, Lampert, & Hasebrink, 2008; Misoch, 2004).

Dementsprechend zeigen Forschungsergebnisse, dass über medial vermittelte Kommunikation personenbezogene Klischees sowie die eigenen unveränderbaren Merkmale, wie z. B. Erscheinungsbild, Herkunft, Geschlecht oder Alter, weniger ausschlaggebend für das jeweilige Interaktionsverhalten und Selbstbild sind (Leffelsend et al., 2004). McKenna und Bargh (2000) identifizieren vier Unterschiede zwischen Face-to-face- und Online-Kommunikation und deren Einfluss auf Identität, soziale Interaktion und Beziehungen: Ausmaß der Anonymität, Vermittlung des Erscheinungsbildes, physische Distanz im Sinne der Steuerung der Beziehungsentwicklung sowie Ausmaß der Kontrolle über zeitliche und räumliche Interaktion. Sie schlussfolgern, dass im Rahmen von Online-Kommunikation selbstbezogene Ziele besser kontrolliert und gesteuert werden können. Es kann z. B. bewusst gewählt werden, welche Identitätsaspekte gezeigt werden und welche nicht.

Soziale Medien sind dementsprechend neben dem persönlichen Face-to-face-Kontakt mit Peers bzw. intimen Partnern oder Partnerinnen ein relevanter Vermittlungskontext, in dem sich Emerging Adults bewegen. Sie nehmen insbesondere bei der Anbahnung und Gestaltung von Freundschaften und (neuen) Kontakten zu Gleichaltrigen eine wichtige Rolle ein (Leven & Schneekloth, 2015; Misoch 2004), wobei jedoch zwischen „wirklichen Freunden“ und z. B. „Facebook-Freunden“ unterschieden wird (Leven & Utzmann, 2015, S. 304), sich diese Kategorien aber auch überschneiden können (Hurrelmann & Quenzel, 2016).

Individuelle Einflüsse

Individuelle Einflüsse beziehen sich u. a. auf das Geschlecht, z. B. berichten Männer und Frauen von unterschiedlichen Eigenschaften, wenn sie Informationen über sich preisgeben (Leary, 1996; Roney, 2003; Schmitt, 2002), sie erzählen ihre Lebensgeschichten auf unterschiedliche Art, Frauen emotionaler, Männer gefühlsreduziert und direkter (Norona, Preddy, & Welsh, 2016) und sagen in Bezug auf unterschiedliche Themen die Unwahrheit, z. B. stellen sich Männer größer und Frauen dünner dar (Toma et al., 2008) oder geben unterschiedliche Aspekte an, die ihnen in Bezug auf die Partner- bzw. Partnerinnenwahl wichtig sind, z. B. spielt der finanzielle Status von Männern für Frauen eine Rolle bei der Bewertung der Attraktivität (Buss, Shakelford, Kirkpatrick, & Larson, 2001; Singh, 1995) –passend dazu präsentieren Männer diesen eher als Frauen (Skopek, 2012). Trotzdem verbinden Männer eher Autonomie und Freiheit und Frauen eher Großzügigkeit und Liebe mit Geld (Furnham, Stumm, & Fenton-O’Creevy, 2015)

Individuelle Unterschiede beziehen sich auch auf das Alter, z. B. geben Adoleszente eher Persönlichkeitseigenschaften an und Erwachsene eher Gruppenzugehörigkeiten (Insel & Schmida Reese, 1968) oder auch auf den Beziehungsstatus, da sich laut aktuellen Forschungsergebnissen Personen während der Beziehungssuche anders präsentieren als Personen, die sich keine Beziehung wünschen (Guadagno et al., 2012).

4 Zielsetzung und Fragestellungen

4.1 Zielsetzung

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Thematik der Selbstdarstellung im Übergang zum Erwachsenenalter aufzugreifen, da sie im Sinne eines Vermittlungstools der eigenen, wenn auch noch nicht stabilen, Identität in das relevante soziale Umfeld eine besonders wichtige Rolle spielt. Besonders bedeutsam ist dabei das Gelingen von altersspezifischen Entwicklungsaufgaben, wie z. B. der Aufbau von Freundschaften oder intimen Partnerschaften.

Es sollen die bedeutenden Aspekte, mittels derer sich Emerging Adults fremden Personen gegenüber selbst beschreiben erfasst und individuelle Unterschiede (Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus) analysiert werden – und das in zwei verschiedenen für dieses Lebensalter relevanten Kontexten: Face-to-face und Online.

Da der wissenschaftliche Erkenntnisstand zur angeführten Thematik noch rar ist, sollen die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung einerseits den aktuellen Wissenstand erweitern und andererseits Hinweise auf den speziellen Austausch von Emerging Adults mit ihrer sozialen Umwelt liefern.

4.2 Fragestellungen

Auf Basis der Zielsetzung und des beschriebenen aktuellen theoretischen Forschungsstandes können nachfolgende Fragestellungen formuliert werden:

Face-to-face-Situation

Fragestellung 1 Welcher angebotene Aspekt der Selbstdarstellung wird in der Face-to-face-Situation zuerst gewählt?

Fragestellung 2 Welche angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung werden in der Face-to-face-Situation ausgewählt?

Fragestellung 2.1 Unterscheidet sich die Verteilung der angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung in der Face-to-face-Situation in Bezug auf das Geschlecht?

Fragestellung 2.2 Unterscheidet sich die Verteilung der angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung in der Face-to-face-Situation in Bezug auf das Alter?

Fragestellung 2.3 Unterscheidet sich die Verteilung der angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung in der Face-to-face-Situation in Bezug auf den Beziehungsstatus?

Online-Situation

Fragestellung 3 Welcher angebotene Aspekt der Selbstdarstellung wird in der Online-Situation zuerst gewählt?

Fragestellung 4 Welche angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung werden in der Online-Situation ausgewählt?

Fragestellung 4.1 Unterscheidet sich die Verteilung der angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung in der Online-Situation in Bezug auf das Geschlecht?

Fragestellung 4.2 Unterscheidet sich die Verteilung der angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung in der Online-Situation in Bezug auf das Alter?

Fragestellung 4.3 Unterscheidet sich die Verteilung der angebotenen Aspekte der Selbstdarstellung in der Online-Situation in Bezug auf den Beziehungsstatus?

5 Methode

5.1 Durchführung

Pretest

Da es sich beim Erhebungsinstrument für die Fragestellungen um ein neues, eigens erstelltes Inventar handelt, wurde im Vorfeld der Befragung eine Pretestung mit 15 Personen der untersuchten Altersgruppe durchgeführt. Ziel dieser Vorgangsweise war, die Praktikabilität, wie z. B. die Verständlichkeit der gestellten Fragen, durch die Rückmeldungen der Teilnehmenden zu prüfen. Weiters konnte durch den Vortest die durchschnittliche Online-Bearbeitungsdauer inkl. Instruktionszeit mit ca. 10 bis 15 Minuten eingeschätzt werden.

Hauptuntersuchung

Die Studie wurde im Zeitraum von 20.02.2017 bis 30.04.2017 als deutschsprachige Onlineerhebung durchgeführt, die mittels der Plattform „Sosci-Survey“ unter der Adresse <https://www.soscisurvey.de/mahrsd2017> für die teilnehmenden Personen zugänglich war und die via Schneeballprinzip über E-Mail im Bekanntenkreis und unterschiedliche soziale Netzwerke, wie z. B. „Facebook“, verbreitet wurde.

Der Kreis der Teilnehmenden sollte sowohl Frauen als auch Männer einschließen. Ein weiteres Einschlusskriterium für die Teilnahme an der Erhebung war ein Lebensalter von 18 bis 29 Jahren, angemessene Kenntnisse der deutschen Sprache und ein Computer- und Internetzugang.

Die Teilnahme erfolgte freiwillig und anonym. Sämtliche Informationen wurden streng vertraulich behandelt, sodass aufgrund der anonymisierten Auswertung der Protokolle keinerlei Rückschlüsse auf individuelle Personen möglich sind. Zudem wurden die Teilnehmenden anhand einer fortlaufenden Fallnummer pseudonymisiert, sodass die Aspekte des Datenschutzes als erfüllt bezeichnet werden können.

Nach Abschluss der Erhebungsphase wurden die in Sosci-Survey gespeicherten Daten im Rahmen des Datenmanagements in eine SPSS-Matrix überführt und in weiterer Folge mittels Softwarepaket IBM SPSS® 24 für Windows ausgewertet.

5.2 Stichprobe

Der Link zum Fragebogen wurde im Erhebungszeitraum etwa 800 Mal aufgerufen, wobei insgesamt 285 Teilnehmende eine vollständige Bearbeitung des Inventars durchführten. Der Fragebogen wurde so programmiert, dass bei Nicht-Bearbeitung eines Items eine Erinnerungsfunktion angezeigt und um eine Antwort ersucht wurde. Als mediane Bearbeitungszeit konnten 8:56 (min 1:55, max 35:49) Minuten verzeichnet werden.

Im Folgenden werden die von den Teilnehmenden erhobenen soziodemographischen Daten detailliert dargestellt.

Geschlecht

Innerhalb dieses Stichprobenumfangs waren 193 (67.7 %) weibliche, 89 (31.2 %) männliche Personen sowie drei (1.1 %) Teilnehmende mit anderer Geschlechtsangabe zu registrieren. Für die nachfolgenden Analysen wurden jene drei Personen anderen Geschlechts nicht einbezogen, sodass ein Stichprobenumfang von $N = 282$ Personen zugrunde liegt.

Die Prüfung auf Gleichverteilung mittels Chi-Quadrat-Testung ergab mit $\chi^2(1) = 38.355$, $p < .001$ ein signifikantes Ergebnis, dahingehend, dass ein höherer Anteil (68.4 %) an weiblichen Teilnehmenden festzustellen war. Das Geschlechterverhältnis lag demnach bei etwa 2:1.

Alter

Bezüglich des Lebensalters zum Erhebungszeitpunkt, das in Form von Jahren und Monaten abgefragt worden war, konnte ein Median von 24.8 Jahren (min 18.5, max 29.9) erhoben werden. Weibliche ($Md = 24.9$) unterschieden sich von männlichen ($Md = 24.7$) Teilnehmenden bezüglich des Alters nicht signifikant (U-Tests mit $z = 0.36$, $p = .717$).

Nationalität

Bezüglich der Herkunft stammten 239 (84.8 %) Teilnehmende aus Österreich, 28 (9.9 %) aus Deutschland und 15 (5.3 %) führten ein anderes Land an.

Bildungsabschluss

Es war kein signifikanter Verteilungsunterschied der höchsten abgeschlossenen Ausbildung bezüglich des Geschlechts der Teilnehmenden festzustellen. Insgesamt war bei 46.5 % der Befragten Hochschulreife gegeben; bei weiteren 48.7 % lag zudem eine akademische Ausbildung vor (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1

Ausbildung und Geschlecht

Geschl.	Höchste abgeschlossene Ausbildung						Gesamt
	kein Abschl.	Pflicht- schule	Schule oM	Hochschulr.	Bachelor	höhere ak. Ausb.	
weibl.	1 (0.5%)	3 (1.6%)	5 (2.6%)	85 (44.0%)	63 (32.6%)	36 (18.7%)	193 (100%)
männl.	-	-	4 (4.5%)	46 (51.7%)	29 (32.6%)	10 (11.2%)	89 (100%)
Ges.	1 (0.4%)	3 (1.1%)	9 (3.2%)	131 (46.5%)	92 (32.6%)	46 (16.3%)	282 (100%)

Anmerkung. Schule oM = weiterführende Schule ohne Matura (z. B. HAS); Hochschulr. = Hochschulreife; höhere ak. Ausb. = Master oder Äquivalent, PhD oder Doktorat
Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher, c.F.): $\chi^2 = 4.96, p = .395$

Berufliche Situation

Von den Teilnehmenden führten 196 (69.5 %) einen Studierendenstatus an. Hiervon gaben 143 (73.0 %) an, ausschließlich zu studieren, während 53 (27 %) zusätzliche berufliche Tätigkeiten, wie z. B. geringfügige Anstellung, bekannt gaben.

Von den weiteren 86 (30.5 %) teilnehmenden Personen wurde kein Studium angeführt; hiervon waren 68 (79.1 %) berufstätig, 9 (10.5 %) arbeitssuchend, 9 (10.5 %) weitere gaben spezielle (Arbeits-)Verhältnisse wie z. B. Zivildienst, reisend, Selbständigkeit an.

Beziehungsstatus

Insgesamt waren 62.8 % der Befragten in einer Partnerschaft, während 37.2 % keine Partnerschaft anführten. Als mediane Beziehungsdauer waren für die 177 Teilnehmenden mit Partnerschaft 2 Jahre und 10 Monate zu verzeichnen.

Aus der folgenden Tabelle (Tabelle 2) sind die Häufigkeiten und Anteilswerte (Zeilenprozent) des Beziehungsstatus bezüglich des Geschlechts der Teilnehmenden ersichtlich.

Tabelle 2

Beziehungsstatus und Geschlecht

Geschlecht	Beziehungsstatus		Gesamt
	keine Partnerschaft	Partnerschaft	
weiblich	65 (33.7%)	128 (66.3%)	193 (100%)
männlich	40 (44.9%)	49 (55.1%)	89 (100%)
Gesamt	105 (37.2%)	177 (62.8%)	282 (100%)
<i>M (SD)</i>	-(-)	3.42 (2)	

Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(1) = 3.31, p = .069$

Es war kein signifikanter Verteilungsunterschied zwischen Beziehungsstatus und Geschlecht der Teilnehmenden festzustellen. Personen mit Partnerschaft waren mit $Md = 25.2$ Jahren signifikant älter als jene ohne Partnerschaft mit $Md = 24.7$ Jahren, $z = 2.27, p = .023$.

Tabelle C.1 im Anhang bietet einen differenzierten Überblick zur Kombination von Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus der Teilnehmenden.

Beziehungsform

Von den 177 Person mit Partnerschaft führten 93 (52.5 %) einen gemeinsamen Haushalt an, während 84 (47.5 %) getrennt wohnten.

Beziehungswunsch

Die Intensität eines Beziehungswunsches der Teilnehmenden ($n = 278$), der in einem Rating zwischen 0 und 100 einzuschätzen war, lag durchschnittlich bei 70.4 ($SD = 24.1$; $Md = 74.5$). Mit 54.7 ($SD = 25.1$; $Md = 55.0$) lag dieser bei Personen ohne Partnerschaft signifikant unterhalb von jenen mit Partnerschaft mit 79.7 ($SD = 17.9$; $Md = 83.0$); $z = -8.06, p < .001$.

5.3 Erhebungsinstrument

Im Folgenden wird der für die Beantwortung der Fragestellungen entwickelte Fragebogen inhaltlich beschrieben. Das Inventar kann in Anhang D eingesehen werden.

Der Fragebogen gliedert sich wie folgt:

1. Soziodemographische Daten
2. Selbstdarstellung.

Soziodemographische Daten

Folgende soziodemographische und sozialstatistische Variablen wurden im ersten Teil des Fragebogens erhoben: Geschlecht, Alter, Nationalität, höchste abgeschlossene Bildung und derzeitiger Beschäftigungsstatus sowie Beziehungsstatus, -form, -dauer und Intensität des Beziehungswunsches.

Zu Beginn wurde das Geschlecht der Teilnehmenden mit den Antwortalternativen *weiblich*, *männlich* und *anderes Geschlecht* erfasst. Das Alter war in Jahren und Monaten anzugeben, wobei die Eingabe der Jahre auf eine Zahl zwischen 18 und 29 beschränkt war. Bei der Frage nach der Nationalität der Teilnehmenden konnte zwischen *Österreich*, *Deutschland* und *anderes Land* gewählt werden, wobei bei der dritten Alternative eine offene Texteingabe zur konkreten Angabe der Nationalität möglich war.

Die Beziehungssituation wurde anhand von vier aufeinanderfolgenden Fragen erhoben. Die Frage nach dem Bestehen einer Beziehung konnte mit *ja* oder *nein* beantwortet werden, in Bezug auf eine bestehende partnerschaftliche Wohnsituation konnte zwischen den Optionen *ja*, *nein* und *Ich bin derzeit in keiner Beziehung*. gewählt werden. Es wurde ersucht, die Beziehungsdauer in Jahren und/oder Monaten anzugeben, wobei im Fall von keiner bestehenden Beziehung *0 Jahre und 0 Monate* einzugeben war. Zudem wurde erfragt, wie stark der Beziehungswunsch der teilnehmenden Person ausgeprägt ist. Die Teilnehmenden konnten dazu die Intensität mittels Schieberegler auf einer Visual Analogue Scale zwischen *0 = überhaupt nicht vorhanden* und *100 = stark vorhanden* einstellen.

In Bezug auf den höchsten Bildungsabschluss konnten die Teilnehmenden auswählen zwischen den Antwortmöglichkeiten *keinen*, *Pflichtschule*, *weiterführende Schule ohne Matura* (z. B. *HAS*), *Hochschulreife* (z. B. *Matura*, *Abitur*), *Bachelor*, *Master oder Äquivalent* (z. B. *Magister*, *Diplom*), *PhD oder Doktorat* sowie *anderer Abschluss*, und *zwar:*, wobei hier eine offene Texteingabe angeboten wurde.

Die berufliche Situation der teilnehmenden Personen wurde anhand von fünf Optionen, wobei Mehrfachantworten möglich waren, abgefragt: *Student/in*, *berufstätig*, *arbeitslos/Arbeit suchend* sowie *Sonstiges:*, wobei diese Kategorie mit einer offenen Texteingabe zu vervollständigen war.

Selbstdarstellung

Der zweite Teil der Studie wurde mittels eines eigens dafür entwickelten Instruments zur Erfassung der Selbstdarstellung gegenüber fremden Personen in zwei unterschiedlichen Kontexten, Face-to-face und Online, erhoben.

In der Literatur werden verschiedenste Taktiken der Selbstdarstellung beschrieben - eine der üblichen ist die Art der Selbstbeschreibung, auf der auch das vorliegende Instrument beruht. Unter Selbstbeschreibung wird verstanden, dass sich eine Person anderen gegenüber so beschreibt, dass dabei ein gewünschter Eindruck vermittelt wird (Leary, 1996).

Die inhaltliche Gestaltung des Inventars wurde dabei von der Befragungstechnik *Who are you (WAY)* von Bugental und Zelen (1950) sowie ihrer Weiterentwicklung *Tell me about yourself* (Brinthaup & Erwin, 1992) inspiriert. Die WAY-Technik wurde entwickelt, um das Selbstkonzept, in diesem Fall wie sich Personen selbst sehen, von unterschiedlichen Personengruppen so einfach und unkompliziert wie möglich zu erfassen. Teilnehmende werden mittels standardisierter Instruktion an die Frage „Who are you?“ herangeführt und beantworten diese Frage drei Mal mit jeweils einer schriftlichen Antwort, die so erfolgen kann, wie es für die teilnehmende Person am passendsten erscheint, z. B. mit Wörtern, in Sätzen etc. Die vage und nichtdirektive Frage sowie das offene, schriftliche Antwortformat sollen abbilden, was die teilnehmende Person spontan über sich erzählen möchte, egal was ihr in den Sinn kommt. Angenommen wurde außerdem, dass die Struktur bzw. die Reihenfolge der Antworten auch auf die jeweilige diesbezügliche Relevanz für die teilnehmende Person hinweisen könnte. Kritisch zu sehen ist bei dieser Technik die direktive Komponente, die sich durch die Interaktion mit der interviewenden Person ergibt, sowie der dementsprechend geteilte Fokus auf das eigene Selbst und das Gegenüber (Brinthaup & Erwin, 1992; Bugental & Zelen, 1950). Eine zusätzlich zugrunde liegende und aus der WAY-Technik weiterentwickelte Interviewform erhebt ebenso das Selbstkonzept der Teilnehmenden, veränderte die zentrale Frage jedoch zu „Tell me about yourself“ und ist sprachlich sowie instruktiv auch für Kinder bis zur 12. Schulstufe geeignet (Brinthaup & Erwin, 1992).

Zur Erfassung der dieser Arbeit zugrunde liegenden Fragestellungen wurde auf Basis der theoretischen Erkenntnisse zu Emerging Adults, deren sozialer Kontexte (die damit verbundenen Entwicklungsaufgaben) und der vermittelnden Selbstdarstellung sowie der

Inhalte und Erkenntnisse der beiden genannten Interviewtechniken folgendermaßen vorgegangen:

Den Teilnehmenden wurden nacheinander zwei verschiedene Situationen vorgegeben, die im gleichen Format zu beantworten waren. Zuerst wurden sie aufgefordert, sich vorzustellen, sich in der nachfolgend beschriebenen Situation zu befinden.

Situation eins, Face-to-face, beschreibt die Party einer bekannten Person, auf der die teilnehmende Person von einem anderen, fremden Gast angesprochen wird, der mehr über die teilnehmende Person erfahren möchte. Die teilnehmende Person wird ersucht, dem Gegenüber von sich zu erzählen.

Situation zwei, Online, beschreibt einen Online-Chat, in dem die teilnehmende Person von einer ihr fremden Person angeschrieben und aufgefordert wird, etwas über sich zu erzählen. Die Chat-Plattform wurde dabei absichtlich offengelassen, um die Teilnehmenden diesbezüglich nicht zu beeinflussen (z. B. durch Vorgabe einer Dating-Plattform). Die Selbstdarstellung erfolgt zur Vergleichbarkeit der Kontexte ebenso auf rein textueller Ebene und schließt Fotos, Videos, Audiostreams etc. aus, obwohl diese Formen der Online-Selbstdarstellung einen immer bedeutenderen Raum einnehmen (Bjornsen, 2018).

Die zentrale Frage in beiden Situationen lautete: *Was erzählen Sie über sich?*

L'Écuyer (1992) kritisiert, dass bei einer vagen Fragestellung, wie z. B. WAY, und einer dementsprechend spontanen Beantwortung wichtige Aspekte des Selbst vergessen werden können. Er schlägt vor, ganz konkret nach diesen Aspekten zu fragen. In dem für die vorliegende Untersuchung erstellten Fragebogen wurde diese Kritik mittels Vorgabe von Kategorien berücksichtigt, um eine vollständigere Selbstbeschreibung der Personen zu erhalten. Zusätzlich war es dadurch auch möglich, die beiden vorgegebenen Situationen vergleichbar machen zu können und die Essenz der Antworten zu erfassen.

Das Antwortformat gestaltete sich für beide Situationen gleich und beinhaltete sowohl eine vorgegebene kategoriale Auswahl von Aspekten der Selbstdarstellung, die mittels Dropdown-Menü ausgewählt werden konnten, als auch offene Texteingaben zu den jeweils ausgewählten Kategorien. Die offenen Nennungen sollten dazu dienen, mittels vertiefter Auseinandersetzung mit sich selbst und den vorgegebenen Kategorien detailliertere Informationen für ein gehaltvolleres Kategorienbild der Teilnehmenden zu erhalten. Die Gegenschau ermöglichte weiters die Überprüfung der Daten auf Stimmigkeit. Die offenen Antworten wurden nicht in die finale Auswertung der Daten miteinbezogen.

Es konnte aus folgenden 12 Kategorien (gegebenenfalls auch mehrmals oder niemals) ausgewählt und zwischen einer und 10 Antworten gegeben werden: *Ausbildung*, *Erscheinungsbild*, *Beruf/Job*, *Familie*, *Finanzielles*, *Freizeit*, *Freundschaft*, *Ideale/Träume*, *Interessen*, *Liebe*, *Wohnen* und *Sonstiges*: wobei diese Kategorie zusätzlich mittels offener Texteingabe vervollständigt werden konnte.

Die Kategorien wurden wie folgt abgeleitet, in Überbegriffe zusammengeführt und decken somit in Summe alle möglichen Schwerpunkte für Emerging Adults relevante Aspekte der Selbstdarstellung ab:

Ausbildung: Dieser Aspekt soll die Selbstdarstellung des potentiell aktuellen Tätigkeitsfelds von Emerging Adults ermöglichen, sowohl Gedanken darüber (Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) als auch explorative Ausbildungswechsel oder die Ausbildung als identitätsgebenden Aspekt (Arnett, 2015).

Erscheinungsbild: Diese Kategorie soll Beschreibungen des eigenen Körpers und der körperlichen Darstellung im Sinne von Kleidung, Schminken, Schmuck etc. Raum geben. Der Körper spielt in der Adoleszenz eine besondere entwicklungspezifische Rolle (Dreher & Dreher, 1985; Habermas, 1999; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) und nimmt auch in der Online-Selbstdarstellung einen wichtigen Platz ein (Misoch, 2004; Völker & Bruhns, 2018).

Beruf/Job: Dieser Aspekt soll Gedanken über Beruf/Job (Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279), die der Entwicklungsphase Emerging Adulthood dazu entsprechenden explorativen Handlungen wie z. B. Jobwechsel, mehrere Jobs, Job neben dem Studium etc. sowie den Wunsch nach berufsbezogener Sinnhaftigkeit und Bedeutung (Arnett, 2015) und den Berufseinstieg als entwicklungstheoretisch besonderes Merkmal früher Erwachsener (Havighurst, 1981) abdecken.

Familie: Diese Kategorie kann einerseits zur Beschreibung der Herkunftsfamilie verwendet werden, andererseits zur Beschreibung der eigenen (ggf. zukünftigen) Familiengründung (Arnett, 2015; Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) bzw. zur Beschreibung von Verantwortungsbereichen innerhalb der Familie (Havighurst, 1981) oder auch der diesbezüglichen Biografie (Misoch, 2004).

Finanzielles: Die Darstellung des finanziellen Status, der finanziellen (Un-)Abhängigkeit (Arnett, 2015; Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) bzw. des persönlichen finanziellen Status können in dieser Kategorie erfolgen, dadurch wird auch der großen Bedeutung von Geld für Emerging Adults Raum gegeben (Barry, 2014).

Freizeit: Diese Kategorie soll ermöglichen, die persönlichen Freizeitaktivitäten darzustellen, wie z. B. Musik hören, Sport treiben, Soziale Medien nutzen oder Teilnahme an Initiativen/Projekten (Leven & Schneekloth, 2015). Es geht dabei um die Betonung der zeitlichen Komponente, weniger um strukturierten Inhalt, der in den anderen Kategorien abgebildet wird.

Freundschaft: Diese Kategorie ermöglicht die Selbstdarstellung in Bezug auf das persönliche Peer-System, z. B. wie oft man Zeit mit Peers verbringt, wie wichtig Peers sind etc. Dieser Aspekt wurde abgeleitet aus der adoleszenten Entwicklungsaufgabe Peers (Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) sowie jener von Personen im frühen Erwachsenenalter im Sinne des Findens einer passenden sozialen Gruppe (Havighurst, 1981). Im Rahmen der Selbstdarstellung im Internet wird diese Komponente mittels Links zu Freunden und Freundinnen dargestellt (Misoch, 2004).

Ideale/Träume: Dieser Aspekt kann gewählt werden, wenn die Teilnehmenden über ihre Optionen und Zukunftsvisionen bzw. Vorstellungen u. a. in Bezug auf Job, Partnerschaft und Familie, über Lebensgestaltung, Werte und Grundsätze sprechen möchten. Dieser Begriff basiert auf der Entwicklungsaufgabe Zukunft (Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) sowie dem Merkmal Möglichkeiten/Optionen der Emerging Adulthood (Arnett, 2015) sowie der von Misoch (2004) beschriebenen Online-Kategorie Meinungen/Ansichten.

Interessen: Dieser Aspekt kann gewählt werden, wenn Personen Informationen über Hobbies bzw. ihre persönlichen Interessen oder spezifische Themen präsentieren möchten. Misoch (2004) konnte zeigen, dass diese Kategorie im Rahmen der Selbstdarstellung im Internet besonders relevant scheint, wobei anzumerken ist, dass Interessen online, insbesondere von Jugendlichen, auch indirekt dargestellt werden, z. B. das Interesse Musik, als besonderer Ausdruck der Identität (Habermas, 1999), über selbst erstellte Musikvideos (Haider, 2010).

Liebe: Diese Kategorie beinhaltet sowohl das Thema Sex als auch das Thema emotionale Liebe (Arnett, 2015) und soll ermöglichen, das Thema (aufkeimende) Intimität, (Suche nach) Partnerschaft oder andere(n) intime(n) Beziehungsmöglichkeiten, wie z. B. One Night Stands, darzulegen (Arnett, 2015; Dreher & Dreher, 1985; Havighurst, 1981; Oerter & Dreher, 2008, S. 279). Auch die Ergebnisse von Misoch (2004) bestätigen die Relevanz dieses Themas im Sinne der Angabe von Informationen über den Partner bzw. die Partnerin.

Wohnen: Dieser Aspekt soll sowohl die Beschreibung des Wohnorts als auch der Wohnsituation (z. B. Wohngemeinschaft, noch bei den Eltern etc.), Wohnwechsel, Einrichtung, Haushalt etc. abdecken (Arnett, 2015; Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) und auch grundsätzlich als relevante Komponente der Selbstdarstellung im Internet erhoben werden (Misoch, 2004).

Sonstiges: Diese Kategorie soll ermöglichen, noch weitere relevante Aspekte, außerhalb der zuvor genannten, zu beschreiben, wie z. B. Urlaub/Reisen oder Lieblingsorte (Misoch, 2004)

Nach den Selbstbeschreibungen in Situation eins bzw. zwei wurde erfragt, welches Gegenüber sich die teilnehmende Person in der jeweiligen Situation vorgestellt bzw. welche Bedeutung dieses Gegenüber für die teilnehmende Person entwickeln könnte. Diese Frage konnte für beide Situationen mittels offener Texteingabe mehrfach beantwortet werden. Die Erhebung diente der Abbildung eines erweiterten und differenzierteren Bildes der Teilnehmenden hinsichtlich ihrer individuellen Antworten. Die Fragen zum Gegenüber wurden nicht weiter ausgewertet.

Die Online-Vorgabe des Inventars hatte die Reduktion einer möglichen sozialen Erwünschtheit der Antworten zum Ziel. Außerdem konnte dadurch eine mögliche direktive Komponente durch eine interviewende Person vermieden und der ungeteilte Fokus auf die Beschreibung des Selbst gelegt werden.

5.4 Statistische Auswertung und Verfahren

Zur deskriptiv- und inferenzstatistischen Analyse der Daten wurde die Analysesoftware IBM SPSS® 24 für Windows und zur Erstellung von Grafiken die Software Microsoft Excel® Office 365 für Windows 10 herangezogen. Weiters kam das Teststärken-Analysetool G*Power 3.1.9.4 zur Abschätzung von Effekten vor dem Hintergrund der Fallzahl zur Anwendung.

Das Signifikanzniveau wurde, entsprechend der Irrtumswahrscheinlichkeit, mit $\alpha = 5\%$ festgelegt, sodass im Rahmen der Hypothesenprüfungen ein Ergebnis mit $p \leq .05$ als signifikant bezeichnet wird.

Effektgröße und Stichprobenumfang

Mittels einer Teststärkenanalyse anhand der Software G*Power[®] 3.1.9.4 (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009) wurde, unter Berücksichtigung des Stichprobenumfangs ($N = 282$), des festgelegten Signifikanzniveaus ($\alpha = 5\%$) und einer Testmacht ($1 - \beta$) von 80% , jener Effekt berechnet, der ein noch signifikantes Ergebnis erzielt. Zu berücksichtigen war auch der ungleiche Stichprobenumfang der Teilnehmenden in einer Partnerschaft ($n = 177$) bzw. jener ohne Partnerschaft ($n = 105$) mit einem Verhältnis von 1.69:1. Diese Vorgangsweise erlaubt Hinweise auf die praktische Relevanz und den inhaltlichen Stellenwert bei signifikanten Ergebnissen im Rahmen eines Vergleiches zweier unabhängiger Stichproben bei zweiseitiger Signifikanzprüfung. Als Basis wurde die standardisierte Effektgröße d gemäß der Klassifikation nach Cohen (1988) anhand der Werte ≥ 0.20 für kleine, ≥ 0.50 für mittelgroße und ≥ 0.80 für große Effekte herangezogen (Bortz & Döring, 2006). Unter diesen Rahmenbedingungen erreichen kleine Effekte (d) ab 0.35 bei einem Freiheitsgrad von $df = 280$ ein signifikantes Niveau, wie auch Abbildung 1 entnommen werden kann.

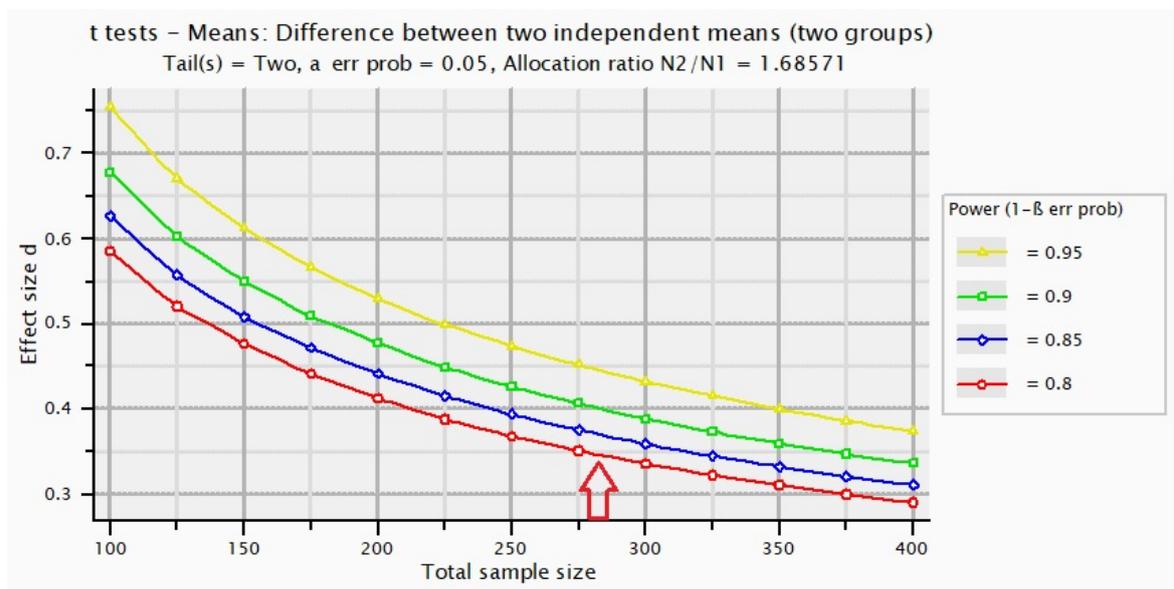


Abbildung 1 Effektgröße d als Funktion des Stichprobenumfangs

Deskriptivstatistik

Im Zuge der Deskriptivstatistik wurden zur Charakterisierung metrischer Parameter der Mittelwert (M), die Standardabweichung (SD), Minimum (\min) und Maximum (\max) sowie als alternatives Lagemaß der Median (Md) herangezogen. Zur Veranschaulichung der Verteilung metrischer Variablen wurden auch Histogramme erstellt (Field, 2013). Für die Darstellung nominalskalierteter Variablen wurden die Häufigkeiten (f) und ihre gültigen

Anteilswerte (%) ermittelt, wobei fehlende Angaben nicht eingerechnet wurden. Zur Illustration der Verteilung von Prozentwerten wurden auch entsprechende Kreis- und Balkendiagramme angefertigt. Anzumerken ist, dass die Analysen auf Grundlage der Nennungshäufigkeiten der 282 Teilnehmenden durchgeführt wurden, d. h. es waren 2820 Nennungen möglich, da pro Person und Situation maximal 10 Auswahlen getroffen werden konnten.

Inferenzstatistik

Im Rahmen der Inferenzstatistik wurden zur Prüfung von Zusammenhängen zwischen zwei nominalskalierten Variablen auf Grundlage von Kontingenztafeln bzw. Kreuztabellen Chi-Quadrat-Testungen durchgeführt. Mittels der Prüfgröße χ^2 kann bei einer gegebenen Assoziation die empirisch vorliegende gegenüber der theoretisch zu erwartenden Verteilung auf Auffälligkeiten untersucht werden (Weiß, 2013). In diesem Fall kann von einem Verteilungsunterschied der Kategorien der abhängigen Variablen bezüglich der unabhängigen ausgegangen werden. Anhand der adjustierten, standardisierten Residuen können die Abweichungen einzelner Häufigkeiten bezüglich der Erwartung identifiziert werden, sofern die globale Prüfgröße χ^2 signifikant ausgefallen ist und der beobachtete z-Wert über dem kritischen Wert von $| 1.96 |$ liegt. Zudem war die Korrektur mittels exaktem Test nach Fisher anzuwenden, sobald in mehr als 20 % der Zellen der Erwartungswert < 5 lag (Bühl, 2016).

Der parameterfreie U-Test nach Mann und Whitney wurde zur Prüfung der Unterschiedlichkeit von Messwerten zwischen zwei unabhängigen Stichproben als Alternative zum t-Test herangezogen, sofern die Messwertverteilungen keiner Normalverteilung unterlagen. Dieses Verfahren basiert auf rangskaliertem Datenniveau (Weiß, 2013).

6 Ergebnisse

In diesem Kapitel erfolgt die Darlegung der Analyseresultate zur Beantwortung der Fragestellungen.

6.1 Selbstdarstellung in der Face-to-face-Situation

Aspekte der Selbstdarstellung: Erstnennung

Die Analyse der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung im Rahmen der Face-to-face-Situation erfolgte auf Grundlage der hierarchisch geordneten Nennungshäufigkeiten, entsprechend der Fragestellung 1. Hierzu wurden die Erst-, Zweit- und Drittnennungen herangezogen. Es zeigte sich, dass bei der Erstnennung als häufigste angeführte Kategorie *Ausbildung* (53.2 %) thematisiert wurde, während bei der Zweit- und Drittnennung *Freizeit* (26.2 % bzw. 24.7 %) gewählt wurde.

Tabelle C.2 im Anhang zeigt in einer Zusammenfassung die detaillierte Aufschlüsselung der hierarchisch geordneten Erst-, Zweit- und Drittnennungen.

Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte der Aspekte der Selbstdarstellung

In Bezug auf Fragestellung 2 wurde aus den Häufigkeitsanalysen zur Auswahl von Antwortkategorien im Rahmen der Face-to-face-Situation eine hierarchische Rangordnung der Nennungshäufigkeiten erstellt (siehe Tabelle 3). Für eine detaillierte Übersicht des Antwortverhaltens wird zudem auf Tabelle C.8 im Anhang verwiesen.

Tabelle 3

FTF: Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien

Rang	Kategorie	Häufigkeit	Anteil
1.	Freizeit	343	19.2 %
2.	Ausbildung	266	14.9 %
3.	Beruf/Job	209	11.7 %
4.	Interessen	190	10.6 %
5.	Wohnen	184	10.3 %
6.	Ideale/Träume	133	7.4 %
7.	Familie	130	7.3 %
8.	Freundschaft	111	6.2 %
9.	Liebe	90	5.0 %
10.	Sonstiges	58	3.2 %
11.	Erscheinungsbild	37	2.1 %
12.	Finanzielles	35	2.0 %
Gesamt		1786	100.0 %

Anmerkung. N = 282

Durchschnittlich haben die Teilnehmenden 6.33 Mal eine der vorgegebenen Kategorien ausgewählt.

Im Folgenden werden die Nennungshäufigkeiten der Face-to-face-Situation in Abhängigkeit von Geschlecht, Beziehungsstatus und Alter der Teilnehmenden differenziert dargestellt.

Geschlecht

Tabelle 4 zeigt die Hierarchien der Nennungshäufigkeiten (f) und Anteilswerte der möglichen Kategorien in hierarchischer Abfolge im Vergleich der Geschlechter.

Tabelle 4

FTF: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Geschlecht

Rang	weibliche Nennungen		männliche Nennungen	
	Kategorie	$f(Z\%) \pm \text{asR} (S\%)$	Kategorie	$f(Z\%) \pm \text{asR} (S\%)$
1.	Freizeit	228 (66.5) -2.5 (17.7)	Freizeit	115 (33.5) +2.5 (23.0)
2.	Ausbildung	184 (69.2) -1.1 (14.3)	Ausbildung	82 (30.8) +1.1 (16.4)
3.	Beruf/Job	158 (75.6) +1.2 (12.3)	Beruf/Job	51 (24.4) -1.2 (10.2)
4.	Wohnen	145 (78.8) +2.2 (11.3)	Interessen	48 (25.3) -9 (9.6)
5.	Interessen	142 (74.7) +9 (11.1)	Ideale/Träume	40 (30.1) +.5 (8.0)
6.	Familie	102 (78.5) +1.7 (7.9)	Wohnen	39 (21.2) -2.2 (7.8)
7.	Ideale/Träume	93 (69.9) -.5 (7.2)	Freundschaft	31 (27.9) .0 (6.2)
8.	Freundschaft	80 (72.1) .0 (6.2)	Familie	28 (21.5) -1.7 (5.6)
9.	Liebe	68 (75.6) +.8 (5.3)	Liebe	22 (24.4) -.8 (4.4)
10.	Sonstiges	42 (72.4) +.1 (3.3)	Sonstiges	16 (27.6) -.1 (3.2)
11.	Erscheinungsbild	23 (62.2) -1.3 (1.8)	Finanzielles	15 (42.9) +2.0 (3.0)
12.	Finanzielles	20 (57.1) -2.0 (1.6)	Erscheinungsbild	14 (37.8) +1.3 (2.8)
Gesamt		1285 (100.0%)		501 (100.0%)

Anmerkung. Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit; $Z\%$ = Zeilenprozent; \pm asR = adjustiertes standardisiertes Residuum; $S\%$ = Spaltenprozent; $N = 282$; $n_w = 193$, $n_m = 89$
Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(11) 21.66, p = .027$

Es konnte ein signifikanter Verteilungsunterschied der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung bzgl. des Geschlechts in der Face-to-face-Situation verzeichnet werden. Weiters zeigte sich die Nennungshierarchie der Geschlechter ab dem 4. Rang unterschiedlich, wobei z. B. *Ideale/Träume* bei männlichen Nennungen einen höheren Rang belegten als bei weiblichen Nennungen und umgekehrt *Wohnen* bei weiblichen Nennungen weiter vorne lag, ebenso wie *Familie*.

Alter

Im Folgenden werden die Hierarchien der Nennungshäufigkeiten (f) und Anteilswerte der möglichen Kategorien bezüglich des nach dem Median geteilten Lebensalters der Teilnehmenden dargestellt (Tabelle 5).

Tabelle 5

FTF: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Alter

Lebensalter				
		j	ä	
Rang	Kategorie	$f(Z\%) +/- asR (S\%)$	Kategorie	$f(Z\%) +/- asR (S\%)$
1.	Freizeit	180 (52.5) +1.8 (21.0)	Freizeit	163 (47.5) -1.8 (17.6)
2.	Ausbildung	135 (50.8) +1.0 (15.7)	Ausbildung	131 (49.2) -1.0 (14.1)
3.	Beruf/Job	89 (42.6) -1.7 (10.4)	Beruf/Job	120 (57.4) +1.7 (12.9)
4.	Interessen	88 (46.3) -.5 (10.3)	Interessen	102 (53.7) +.5 (11.0)
5.	Wohnen	84 (45.7) -.7 (9.8)	Wohnen	100 (54.3) +.7 (10.8)
6.	Freundschaft	66 (59.5) +2.5 (7.7)	Familie	76 (58.5) +1.5 (8.2)
7.	Ideale/Träume	64 (48.1) .0 (7.5)	Ideale/Träume	69 (51.9) .0 (7.4)
8.	Familie	54 (41.5) -1.5 (6.3)	Freundschaft	45 (40.5) -2.5 (4.8)
9.	Liebe	47 (52.2) +.8 (5.5)	Liebe	43 (47.8) -.8 (4.6)
10.	Sonstiges	22 (37.9) -1.6 (2.6)	Sonstiges	36 (62.1) +1.6 (3.9)
11.	Erscheinungsbild	17 (45.9) -.3 (2.0)	Erscheinungsbild	20 (54.1) +.3 (2.2)
12.	Finanzielles	12 (34.3) -1.6 (1.4)	Finanzielles	23 (65.7) +1.6 (2.5)
Gesamt		858 (100.0%)	928 (100.0%)	

Anmerkung. j = 18 - 24.75 Jahre, ä = 24.8 - 29.92 Jahre; $N = 282$; $n_j = 141$, $n_{\bar{a}} = 141$; Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit; $Z\%$ = Zeilenprozent; +/- asR = adjustiertes standardisiertes Residuum; $S\%$ = Spaltenprozent

Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(11) 20.35$, $p = .041$

Es zeigte sich ein signifikanter Verteilungsunterschied der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung bzgl. der beiden Altersgruppen in der Face-to-face-Situation. Zusätzlich war die Nennungshierarchie der beiden Altersgruppen in Bezug auf den 6. und 8. Rang insofern vertauscht, dass die ältere Gruppe *Familie* und die jüngere Gruppe *Freundschaft* am höheren Rang verzeichneten.

Beziehungsstatus

Nachfolgend werden die Hierarchien der Nennungshäufigkeiten (f) und Anteilswerte der möglichen Kategorien von Teilnehmenden mit und ohne Partnerschaft gezeigt (Tabelle 6).

Tabelle 6

FTF: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Beziehungsstatus

Beziehungsstatus					
Partnerschaft			keine Partnerschaft		
Rang	Kategorie	$f(Z\%)$ +/- asR (S%)	Rang	Kategorie	$f(Z\%)$ +/- asR (S%)
1.	Freizeit	190 (55.4) -3.0 (17.0)	1.	Freizeit	153 (44.6) +3.0 (22.8)
2.	Ausbildung	166 (62.4) .0 (14.9)	2.	Ausbildung	100 (37.6) .0 (14.9)
3.	Beruf/Job	132 (63.2) +2 (11.8)	3.	Beruf/Job	77 (36.8) -2 (11.5)
4.	Interessen	119 (62.6) .0 (10.7)	4.	Interessen	71 (37.4) .0 (10.6)
	Wohnen	119 (64.7) +.6 (10.7)	5.	Wohnen	65 (35.3) -.6 (9.7)
6.	Familie	86 (66.2) +.9 (7.7)	6.	Ideale/Träume	60 (45.1) +1.9 (9.0)
7.	Ideale/Träume	73 (54.9) -1.9 (6.5)	7.	Familie	44 (33.8) -.9 (6.6)
8.	Liebe	72 (80.0) +3.5 (6.5)	8.	Freundschaft	41 (36.9) -.1 (6.1)
9.	Freundschaft	70 (63.1) +.1 (6.3)	9.	Sonstiges	20 (34.5) -.5 (3.0)
10.	Sonstiges	38 (65.5) +.5 (3.4)	10.	Liebe	18 (20.0) -3.5 (2.7)
11.	Finanzielles	27 (77.1) +1.8 (2.4)	11.	Erscheinungsbild	13 (35.1) -.3 (1.9)
12.	Erscheinungsbild	24 (64.9) +.3 (2.2)	12.	Finanzielles	8 (22.9) -1.8 (1.2)
Gesamt		1116 (100.0%)			670 (100.0%)

Anmerkung. $N = 282$; $n_P = 177$, $n_{KP} = 105$; Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit; $Z\%$ = Zeilenprozent; +/- asR = adjustiertes standardisiertes Residuum; $S\%$ = Spaltenprozent
Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(11) 27.12, p = .004$

Es konnte ein signifikanter Verteilungsunterschied der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung bzgl. des Beziehungsstatus in der Face-to-face-Situation festgestellt werden. Zudem zeigt sich die Nennungshierarchie der beiden Gruppen mit unterschiedlichem Beziehungsstatus ab dem 4. Rang verschieden, wobei hier der größte Rangunterschied in der Kategorie *Liebe* beobachtet werden kann. Bei Nennungen von Personen in Partnerschaft belegt dieser Aspekt einen höheren Rang als bei jenen ohne Partnerschaft.

Resümee und vertiefende Vergleiche

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Prüfung der Verteilung der Aspekte der Selbstdarstellung in der Face-to-face-Situation signifikante Unterschiede in Bezug auf die Variablen Geschlecht, Altersgruppe sowie Beziehungsstatus der Teilnehmenden aufwies, wodurch sich auch eine unterschiedliche Abfolge der Rangplätze in den Merkmalen ergab. Detaillierte Gegenüberstellungen der jeweiligen Nennungshäufigkeiten finden sich im Anhang (siehe Tabelle C.3 und Tabelle C.4).

6.2 Selbstdarstellung in der Online-Situation

Aspekte der Selbstdarstellung: Erstnennung

Die Analyse der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung im Rahmen der Online-Situation erfolgte ebenso auf Grundlage der hierarchisch geordneten Nennungshäufigkeiten, entsprechend der Fragestellung 3. Auch hier wurden die Erst-, Zweit- und Drittnennungen herangezogen. Es zeigte sich, dass bei der Erstnennung als häufigste angeführte Kategorie *Ausbildung* (39.3 %) thematisiert war, während bei der Zweit- und Drittnennung *Freizeit* vergleichsweise am häufigsten (21.7 % bzw. 27.2 %) gewählt wurde. Tabelle C.5 im Anhang zeigt die detaillierte Zusammenfassung der hierarchisch geordneten Erst-, Zweit- und Drittnennungen im Rahmen der Online-Situation.

Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte der Aspekte der Selbstdarstellung

Aus den Häufigkeitsanalysen zur Auswahl von Antwortkategorien im Rahmen der Online-Situation wurde entsprechend Fragestellung 4 eine hierarchische Rangordnung der Nennungshäufigkeiten erstellt (Tabelle 7). Die detaillierte Aufschlüsselung des Antwortverhaltens der Teilnehmenden kann zusätzlich Tabelle C.9 im Anhang entnommen werden.

Tabelle 7

ONL: Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte

Rang	Kategorie	Häufigkeit	Anteil
1.	Freizeit	218	19.8 %
2.	Ausbildung	161	14.6 %
3.	Interessen	157	14.3 %
4.	Beruf/Job	114	10.4 %
5.	Wohnen	97	8.8 %
6.	Sonstiges	79	7.2 %
7.	Liebe	65	5.9 %
8.	Ideale/Träume	63	5.7 %
9.	Familie	59	5.4 %
10.	Erscheinungsbild	39	3.5 %
11.	Freundschaft	36	3.3 %
12.	Finanzielles	12	1.1 %
Gesamt		1100	100.0 %

Anmerkung. N = 282

Durchschnittlich haben die Teilnehmenden 3.90 Mal eine der vorgegebenen Kategorien ausgewählt. Aus den offenen Antworten der Teilnehmenden geht hervor, dass u. a. weniger Rückmeldungen zur Online-Situation gegeben wurden, weil mehrere Teilnehmende bei einer realen Online-Anfrage durch eine ihnen fremde Person nicht oder nur sehr unspezifisch antworten würden.

Im Folgenden werden die Nennungshäufigkeiten der Online-Situation in Abhängigkeit von Geschlecht, Beziehungsstatus und Alter der Teilnehmenden differenziert dargestellt.

Geschlecht

Tabelle 8 stellt die Hierarchien der Nennungshäufigkeiten (f) und Anteilswerte der möglichen Kategorien in hierarchischer Abfolge im Vergleich der Geschlechter dar.

Tabelle 8

ONL: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Geschlecht

weibliche Nennungen			männliche Nennungen		
Rang	Kategorie	$f(Z\%)$ +/- asR (S%)	Rang	Kategorie	$f(Z\%)$ +/- asR (S%)
1.	Freizeit	145 (66.5) -9 (19.1)	1.	Freizeit	73 (33.5) +9 (21.4)
2.	Interessen	125 (79.6) +3.1 (16.5)	2.	Ausbildung	52 (32.3) +4 (15.2)
3.	Ausbildung	109 (67.7) -4 (14.4)	3.	Sonstiges	37 (46.8) +3.2 (10.9)
4.	Beruf/Job	85 (74.6) +1.4 (11.2)	4.	Interessen	32 (20.4) -3.1 (9.4)
5.	Wohnen	70 (72.2) +7 (9.2)	5.	Beruf/Job	29 (25.4) -1.4 (8.5)
6.	Liebe	48 (73.8) +9 (6.3)	6.	Wohnen	27 (27.8) -7 (7.9)
7.	Familie	42 (71.2) +4 (5.5)	7.	Ideale/Träume	23 (36.5) +1.0 (6.7)
	Sonstiges	42 (53.2) -3.2 (5.5)	8.	Familie	17 (28.8) -4 (5.0)
9.	Ideale/Träume	40 (63.5) -1.0 (5.3)		Liebe	17 (26.2) -9 (5.0)
10.	Erscheinungsbild	25 (64.1) -7 (3.3)	10.	Erscheinungsbild	14 (35.9) +7 (4.1)
11.	Freundschaft	23 (63.9) -7 (3.0)	11.	Freundschaft	13 (36.1) +7 (3.8)
12.	Finanzielles	5 (41.7) -2.1 (0.7)	12.	Finanzielles	7 (58.3) +2.1 (2.1)
Gesamt		759 (100.0%)			341 (100.0%)

Anmerkung. Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit; $Z\%$ = Zeilenprozent; +/- asR = adjustiertes standardisiertes Residuum; $S\%$ = Spaltenprozent; $N = 282$; $n_w = 193$, $n_m = 89$
 Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(11) 27.20, p = .004$

Es zeigte sich ein signifikanter Verteilungsunterschied der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung bzgl. des Geschlechts in der Online-Situation. Außerdem war die Nennungshierarchie der Geschlechter ab dem 2. Rang unterschiedlich, z. B. belegten *Interessen* und *Liebe* bei weiblichen Nennungen einen höheren Rang als bei männlichen und im Gegensatz zu den weiblichen Nennungen war *Sonstiges* bei männlichen Nennungen auf einem der vordersten Rangplätze zu sehen, wobei hier die Möglichkeit der offenen Texteingabe wenig genutzt wurde und somit nicht klar hervorgeht, welche Kategorien hier fehlen könnten (genannt wurde hier u. a. „Allgemeines“, „Small Talk“ oder „Personendaten“).

Alter

Nachfolgend werden die Rangordnungen der Nennungshäufigkeiten (f) und Anteilswerte der möglichen Kategorien bezüglich des nach dem Median geteilten Lebensalters der Teilnehmenden gezeigt (Tabelle 9).

Tabelle 9

ONL: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Alter

Lebensalter					
j			ä		
Rang	Kategorie	$f(Z\%)$ +/- asR (S%)	Rang	Kategorie	$f(Z\%)$ +/- asR (S%)
1.	Freizeit	116 (53.2) +.9 (20.9)	1.	Freizeit	102 (46.8) -.9 (18.7)
2.	Ausbildung	95 (59.0) +2.4 (17.1)	2.	Interessen	77 (49.0) -.2 (14.1)
3.	Interessen	80 (51.0) +.2 (14.4)	3.	Ausbildung	66 (41.0) -2.4 (12.1)
4.	Beruf/Job	48 (42.1) -1.9 (8.7)		Beruf/Job	66 (57.9) +1.9 (12.1)
	Wohnen	48 (49.5) -.2 (8.7)	5.	Wohnen	49 (59.5) +.2 (9.0)
6.	Sonstiges	36 (45.6) -.9 (6.5)	6.	Sonstiges	43 (54.4) +.9 (7.9)
7.	Liebe	34 (52.3) +.3 (6.1)	7.	Familie	33 (55.9) +1.0 (6.0)
8.	Ideale/Träume	32 (50.8) +.1 (5.8)	8.	Ideale/Träume	31 (49.2) -.1 (5.7)
9.	Familie	26 (44.1) -1.0 (4.7)		Liebe	31 (47.7) +.3 (5.7)
10.	Freundschaft	18 (50.0) .0 (3.2)	10.	Erscheinungsbild	22 (56.4) +.9 (4.0)
11.	Erscheinungsbild	17 (43.6) -.9 (3.1)	11.	Freundschaft	18 (50.0) .0 (3.3)
12.	Finanzielles	4 (33.3) -1.2 (0.7)	12.	Finanzielles	8 (66.7) +1.2 (1.5)
Gesamt		554 (100.0%)			546 (100.0%)

Anmerkung. j = jünger (18 - 24.75 Jahre), ä = älter (24.8 - 29.92 Jahre); $N = 282$; $n_j = 141$, $n_a = 141$;
Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit; $Z\%$ = Zeilenprozente; +/- asR = adjustiertes
standardisiertes Residuum; $S\%$ = Spaltenprozente
Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(11) 12.55, p = .323$

Es konnte kein signifikanter Verteilungsunterschied der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung bzgl. der beiden Altersgruppen in der Online-Situation festgestellt werden. Jedoch zeigt sich bei den beiden Altersgruppen ab dem 2. Rang eine unterschiedliche Nennungshierarchie, wobei sich insbesondere die Ränge der Kategorien *Liebe* und *Familie* in den beiden Gruppen umgekehrt darstellen und zwar belegt *Liebe* in der jüngeren Gruppe einen höheren Rang und *Familie* in der älteren.

Beziehungsstatus

Im Folgenden werden die Hierarchien der Nennungshäufigkeiten (f) und Anteilswerte der möglichen Kategorien von Teilnehmenden mit und ohne Partnerschaft dargestellt (Tabelle 10).

Tabelle 10

ONL: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Beziehungsstatus

Beziehungsstatus				
Partnerschaft			keine Partnerschaft	
Rang	Kategorie	f (Z%) +/- asR (S%)	Kategorie	f (Z%) +/- asR (S%)
1.	Freizeit	110 (50.5) -2.3 (17.4)	Freizeit	108 (49.5) +2.3 (23.0)
2.	Ausbildung	91 (56.5) -.2 (14.4)	Interessen	71 (45.2) +.7 (15.1)
3.	Interessen	86 (54.8) -.7 (13.6)	Ausbildung	70 (43.5) +.2 (14.9)
4.	Beruf/Job	68 (59.6) +.5 (10.8)	Beruf/Job	46 (40.4) -.5 (9.8)
5.	Wohnen	60 (61.9) +.9 (9.5)	Wohnen	37 (38.1) -.9 (7.9)
6.	Liebe	50 (76.9) +3.3 (7.9)	Sonstiges	32 (40.5) -.4 (6.8)
7.	Sonstiges	47 (59.5) +.4 (7.4)	Familie	30 (50.8) +1.3 (6.4)
8.	Ideale/Träume	38 (60.3) +.5 (6.0)	Ideale/Träume	25 (39.7) -.5 (5.3)
9.	Familie	29 (49.2) -1.3 (4.6)	Freundschaft	20 (55.6) +1.6 (4.3)
10.	Erscheinungsbild	27 (69.2) +1.5 (4.3)	Liebe	15 (23.1) -3.3 (3.2)
11.	Freundschaft	16 (44.4) -1.6 (2.5)	Erscheinungsbild	12 (30.8) -1.5 (2.6)
12.	Finanzielles	9 (75.0) +1.2 (1.4)	Finanzielles	3 (25.0) -1.2 (0.6)
Gesamt		631 (100.0%)	469 (100.0%)	

Anmerkung. $N = 282$; $n_P = 177$, $n_{KP} = 105$; Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit; $Z\%$ = Zeilenprozent; +/- asR = adjustiertes standardisiertes Residuum; $S\%$ = Spaltenprozent
Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(11) 24.16$, $p = .012$

Es konnte ein signifikanter Verteilungsunterschied der von den Teilnehmenden ausgewählten Aspekte der Selbstdarstellung bzgl. des Beziehungsstatus in der Online-Situation festgestellt werden. Zudem zeigt sich die Nennungshierarchie der beiden Gruppen mit unterschiedlichem Beziehungsstatus ab dem 2. Rang verschieden. *Liebe* wurde bei Nennungen von Personen in Partnerschaft im Gegensatz zu jenen ohne Partnerschaft auf einem höheren Rang verzeichnet. Umgekehrt zeigen sich *Familie* und *Freundschaft* bei Nennungen von Personen ohne Partnerschaft auf höheren Rängen als bei jenen mit Partnerschaft.

Resümee und vertiefende Vergleiche

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Prüfung der Verteilung der Aspekte der Selbstdarstellung in der Online-Situation in Bezug auf die Variablen Geschlecht und Beziehungsstatus der Teilnehmenden signifikante Unterschiede aufwies. Dem gegenüber war für das Lebensalter ein nicht signifikanter Verteilungsunterschied der Nennungshäufigkeiten festzustellen. Für alle drei Variablen war jedoch eine unterschiedliche Abfolge der Rangplätze in den Merkmalen zu beobachten. Vergleichende Detaildarstellungen der jeweiligen Nennungshäufigkeiten sind im Anhang einsehbar (siehe Tabelle C.6 und Tabelle C.7).

6.3 Selbstdarstellung in der Face-to-face- und Online-Situation im Vergleich Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte der Aspekte der Selbstdarstellung

Die folgende Gegenüberstellung legt die Anteilswerte der Aspekte der Selbstdarstellung zwischen der Face-to-face- und der Online-Situation dar (Abbildung 2).

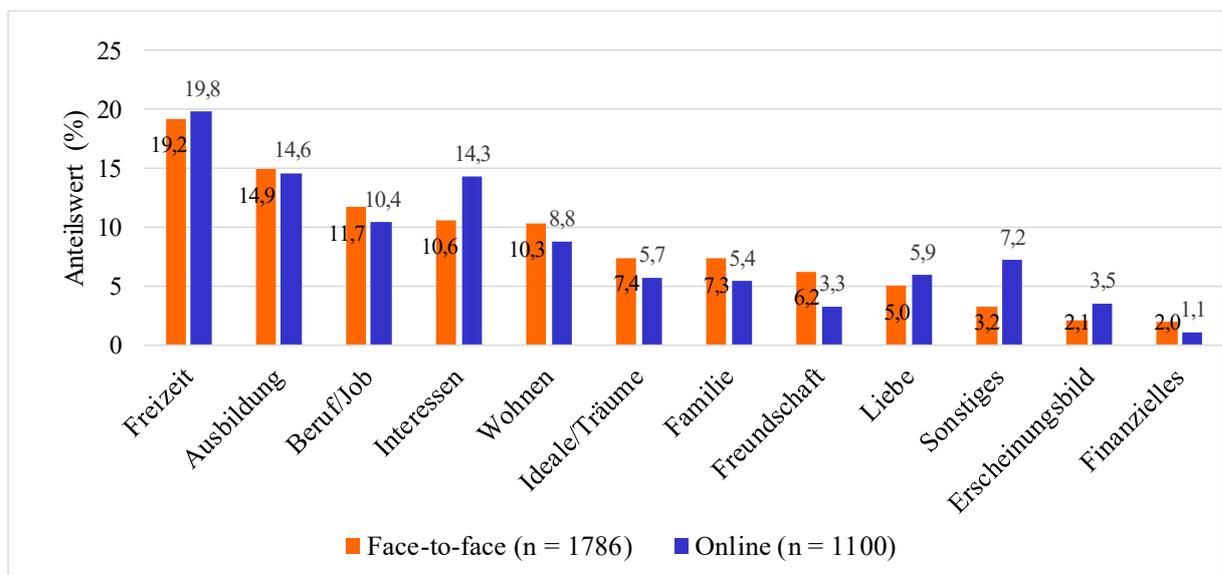


Abbildung 2 Aspekte der Selbstdarstellung: FTF- vs. ONL-Situation

Es zeigt sich, dass bei den Kategorien *Freizeit*, *Interessen*, *Liebe*, *Sonstiges* und *Erscheinungsbild* die Online-Situation vergleichsweise hohe Anteile aufwies. Im Gegensatz dazu waren in der Face-to-face-Situation die Kategorien *Ausbildung*, *Beruf/Job*, *Wohnen*, *Ideale/Träume*, *Familie*, *Freundschaft* und *Finanzielles* stark vertreten. Bei Beschränkung auf Personen, die alle Kategorien mindestens einmal ausgewählt haben, ist ein signifikanter Unterschied zwischen der Online- und der Face-to-face-Situation in

Bezug auf die jeweiligen Anteilswerte der zuvor angeführten Aspekte der Selbstdarstellung zu verzeichnen (siehe Tabelle C.10 im Anhang).

Aspekte der Selbstdarstellung: Erstnennung

Der Vergleich der Ergebnisse aus den beiden Kontexten ergibt für den ersten Rang über die drei ersten Nennungen jeweils keinen Unterschied. Erst die nachfolgenden Ränge weisen eine unterschiedliche Abfolge der Prioritäten auf (siehe Tabelle C.11 im Anhang).

7 Diskussion

In der Forschung über die Entwicklungsphase Emerging Adulthood sowie Selbstdarstellung liegen bereits viele thematisch sehr unterschiedliche Ergebnisse vor (siehe Kapitel 2 und 3). Die Zusammenführung der beiden Bereiche wurde bisher jedoch noch nicht durchgeführt.

Die vorliegende Arbeit liefert erste Hinweise über die Relevanz von Aspekten der Selbstdarstellung gegenüber fremden Personen in unterschiedlichen Kontexten (Face-to-face und Online) aus Sicht von Emerging Adults. Damit wird ein Beitrag zum besseren Verständnis der Entwicklung der Identität durch die Interaktion mit dem sozialen Umfeld im Übergang von der Adoleszenz ins Erwachsenenalter geleistet.

Zusammengefasst wird die Relevanz von einzelnen vorgegebenen Aspekten der Selbstdarstellung auf Basis ihres Anteils am gesamten Inhalt dargestellt. Signifikante Verteilungsunterschiede in Bezug auf Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus sind beobachtbar, gleichzeitig auch Unterschiede zwischen der persönlichen Face-to-face- und der vermittelten Online-Selbstdarstellung. Im Folgenden werden die erhobenen Ergebnisse zu den Aspekten der Selbstdarstellung in der Lebensphase Emerging Adulthood in Bezug zur bestehenden Theorie gesetzt.

7.1 Aspekte der Selbstdarstellung in der Face-to-face- und Online-Situation

Sowohl in der Face-to-face- als auch in der Online-Situation zeigte sich, dass die Kategorie *Freizeit* unabhängig von individuellen Einflüssen (Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus) die gewichtigste Rolle einnahm. Dies entspricht aktuellen Daten, die ebenfalls Freizeit als zentral im Leben von speziell Adoleszenten beschreiben (Leven & Schneekloth, 2015), weil diese Raum für ein positives Durchleben der notwendigen Entwicklungsaufgaben, wie z. B. Ablösung von den Eltern (Dreher & Dreher, 1985; Oerter & Dreher, 2008, S. 279) und Hinwendung zu Peers (Harring, 2011; Roscoe et al., 1987) bzw. intimer Partnerschaft (Arnett, 2015; Cohen et al., 2003; Salisch & Seiffge-Krenke, 2008; Seiffge-Krenke, 2003), ermöglicht, was u. a. grundlegend für die Entfaltung der Identität und die entsprechende Selbstdarstellung ist (Oerter & Dreher, 2008).

Am zweithäufigsten wurde von Emerging Adults in beiden Situationen *Ausbildung* genannt. Das bestätigt Forschungsergebnisse im Rahmen der Emerging Adulthood, die auf die verlängerte Dauer sowie die entsprechende Exploration und den identitätsstiftenden Aspekt der Ausbildung hinweisen (Arnett, 2015).

Auffallend ist, dass die von den Teilnehmenden erstgenannte Kategorie in beiden Situationen den Bereich *Ausbildung* betraf und erst danach *Freizeit* thematisiert wurde. Diese Umkehr kann dadurch begründet sein, dass die jeweilige Ausbildung, als gesellschaftlich besonders relevantes identitätsstiftendes Merkmal, eine primäre Rolle einnimmt (Arnett, 2015) – und Freizeit, als regenerativer Ausgleich dazu, danach kommt (Hurrelmann & Quenzel, 2016). Die Nennung dieser beiden Aspekte auf Rang 1 und zwei spiegelt auch wider, dass sich Emerging Adults teils erwachsen (und unabhängig, im Sinne von freie Zeit eigenverantwortlich gestalten) und teils jugendlich (und abhängig, im Sinne von strukturierter Ausbildung) fühlen (Arnett, 1994; Hurrelmann & Quenzel, 2016).

Den drittgrößten Anteil der Selbstdarstellung nahm in der Face-to-face-Situation die Kategorie *Beruf/Job* ein – die in der Online-Situation auf Platz 4 zu finden war. Die Relevanz dieses Themas zeigt sich insbesondere in der Entwicklungsaufgabe Berufseinstieg der jungen Erwachsenen (Havighurst, 1981) bzw. berufliche Exploration und Arbeit als Ausdruck der Identität (Arnett, 2015) und bestätigt somit den vorliegenden Forschungsstand.

Rang 3 in der Online-Situation betraf den Aspekt *Interessen*. Diese Gewichtung kann dadurch begründet sein, dass ähnliche Interessen sowohl relevant für die Peergroup (Hurrelmann & Quenzel, 2016) als auch für die Partner- bzw. Partnerinnensuche sein können (Arnett, 2015). Auch Misoch (2004) zeigte Interessen als wichtigstes Merkmal der Selbstdarstellung auf privaten Homepages.

Interessen wurden auch in der Face-to-face-Situation mit über 10 % des Selbstdarstellungsinhalts genannt – ebenso die Kategorie *Wohnen*. Hier nimmt dieser Aspekt einen größeren Anteil bei der Selbstdarstellung von Emerging Adults ein. Dies entspricht Erkenntnissen von Arnett (2015) und Seiffge-Krenke (2015), die besagen, dass explorative Handlungen dieser auch im Bereich Wohnen gesetzt, d.h. verschiedene Wohnsituationen ausprobiert werden. In der Online-Selbstdarstellung spielt Wohnen im Gegensatz zur Face-to-face-Situation eine geringe Rolle (unteres Mittelfeld), was der gängigen Literatur entspricht, die besagt, dass durch die leicht gestaltbare Vernetzung im Internet die reale Verortung der jeweiligen Person unbedeutender wird (McKenna & Bargh, 2000).

Online zeigten sich neben *Wohnen* auch die Kategorien *Sonstiges*, *Liebe*, *Ideale/Träume* und *Familie* im unteren Anteils-Mittelfeld, was zu einem großen Teil auch der Face-to-face-Situation entspricht, die in diesem Bereich die Kategorien *Ideale/Träume*, *Familie*,

Freundschaft und *Liebe* beinhaltet. All diese Kategorien sind stark verbunden mit Gefühlen und Gedanken, was nach Misoch (2004) zumindest online wenig dargestellt wird. Interessant ist, dass Liebe, und all ihre Ausprägungen, zwar in der Entwicklungsphase Emerging Adulthood eine zentrale Rolle spielt (Arnett, 2000, 2015; Seiffge-Krenke, 2003), jedoch in der Selbstdarstellung nur wenig Platz einnimmt. Dieser Widerspruch kann darin begründet liegen, dass Selbstdarstellung als solche auch Basis der Anbahnung von neuen (Liebes-) Beziehungen ist (Leven & Schneekloth, 2015) und daher weniger inhaltlich besprochen wird.

Freundschaft zeigt sich in der Online-Selbstdarstellung wenig gewichtig und nimmt den vorletzten Rang ein. Da Freundschaft in der entwicklungspsychologischen Theorie insbesondere für jüngere Emerging Adults von großer Bedeutung ist (Dreher & Dreher, 1985; Harring, 2011), scheint dieses Ergebnis als Widerspruch zu dieser Theorie auf. Begründet sein kann diese Diskrepanz dadurch, dass Freundschaften im Internet eher über Links bzw. Verknüpfungen mit den Profilen von Freunden und Freundinnen abgebildet sind (Misoch, 2004).

Die Kategorie *Erscheinungsbild* wurde in beiden Situationen sehr wenig thematisiert, was in der Face-to-face-Situation aufgrund der dadurch realen Begegnung der Personen und dem somit offensichtlichen und authentischen Körperbild zu erwarten war (Misoch, 2004) – im Gegensatz zur Online-Situation, in der das Erscheinungsbild in der Literatur dazu (Völcker & Bruns, 2018) eine größere Rolle spielt. Dieser Gegensatz kann dadurch entstehen, dass das Erscheinungsbild online hauptsächlich über Fotos und nicht über textuelle Beschreibungen, wie in der vorliegenden Untersuchung, dargestellt wird (Misoch, 2004; Völcker & Bruns, 2018).

Finanzielles nahm trotz der in der Literatur beschriebenen großen Relevanz (Barry, 2014), durch die im Sinne der psychologischen Entwicklung finanzielle Ablösung von den Eltern und Versorgung der Familie (Dreher & Dreher, 1985; Havighurst, 1981; Seiffge-Krenke, 2015) den geringsten Raum im Rahmen der Selbstdarstellung ein. Grund dafür kann sein, dass sich Emerging Adults erst auf der Zielgeraden zum Erwachsenenalter und der damit verbundenen finanziellen Unabhängigkeit (das wichtigste Kriterium für das Erreichen dieses Ziels), befinden (Arnett, 1994).

7.2 Unterschiede bzgl. Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus

Hervorzuheben ist, dass in der Face-to-face-Situation Männer signifikant häufiger *Freizeit* auswählten als Frauen, diese aber häufiger den Aspekt *Wohnen* nannten. Auch in der Online-Situation zeigen sich Geschlechter-Unterschiede und zwar berichteten Männer häufiger über *Finanzielles* und (nicht näher spezifiziert über) *Sonstiges* und Frauen häufiger über *Interessen*. Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass, entsprechend dem theoretischen Forschungsstand, der Einfluss der Geschlechterzugehörigkeit im Zuge der Selbstdarstellung eine Rolle spielen könnte (Leary, 1996; Roney, 2003; Schmitt, 2002). Dass Männer häufiger *Finanzielles* wählten, kann damit zusammenhängen, dass sie Geld mit Autonomie, im Sinne von Freiheit, assoziieren (Furnham, Stumm, & Fenton-O’Creevy, 2015), was im Übergang zum Erwachsenenleben eine große Rolle spielt (Arnett, 2015; Seiffge-Krenke, 2015). Auch die Präsentation des sozioökonomischen Status durch den Mann (Skopek, 2012) kann in diesem Kontext genderstereotyp tragend werden (Arnett, 2000, 2015).

Die Face-to-face-Situation zeigte für den Aspekt *Freundschaft* einen signifikanten Verteilungsunterschied zwischen Nennungen von jüngeren und älteren Emerging Adults. Jüngere berichteten vergleichsweise häufiger über Freundschaftsaspekte, was den entwicklungspezifischen Merkmalen von Adoleszenten (Dreher & Dreher, 1985) sowie bestätigenden Forschungsergebnissen bzgl. der großen Relevanz der Peergroup in dieser Altersgruppe (Harring, 2011; Leven & Schneekloth, 2015; Leven & Utzmann, 2015) entspricht – im Gegensatz zu älteren Emerging Adults, für die die Peergroup bereits in ihrer Bedeutung rückläufig ist (Harring, 2011; Salisch & Seiffge-Krenke, 2008).

Face-to-face-Nennungen von älteren Teilnehmerinnen ohne Partnerschaft beinhalteten häufig den Aspekt *Beruf/Job*, was unterstreicht, dass insbesondere gegen Ende der Emerging Adulthood der verantwortungsvolle Start in den Identitätsbereich Berufsleben zentral wird (Arnett, 2015; Havighurst, 1981). Dies konnte auch bei den männlichen Nennungen beobachtet werden, wobei hier der Beziehungsstatus keinen Unterschied ausmachen dürfte. Ob hier Genderstereotype einfließen (Arnett, 2000, 2015), sich z. B. weibliche Emerging Adults in Partnerschaft eher auf diese konzentrieren und männliche Emerging Adults ihren Beruf/Job als gleichbedeutend dazu ansehen, könnte in weiterführenden Untersuchungen erforscht werden.

Online-Nennungen von männlichen, älteren Emerging Adults in Partnerschaft betrafen häufig den Aspekt *Sonstiges*, was darauf hinweist, dass sich diese Gruppe online über

andere als die angebotenen Kategorien darstellt, die jedoch trotz der Möglichkeit der offenen Texteingabe nicht weiter spezifiziert werden können, da seitens dieser Teilnehmergruppe selten Angaben gemacht wurden. Zusätzliche relevante Kategorien könnten in zukünftigen Forschungen ebenfalls genauer untersucht werden.

Der erwartete Einfluss des Beziehungsstatus (Guadagno et al., 2012) konnte mittels der vorliegenden Ergebnisse bestätigt werden, da Personen ohne Partnerschaft face-to-face vergleichsweise häufiger über *Freizeit* sprachen, was auch online beobachtet werden konnte. Der Aspekt *Liebe* wurde von Personen in Partnerschaft in beiden vorgegebenen Situationen vergleichsweise häufiger thematisiert, was damit zu tun haben kann, dass sich diese Personen mit der vorhandenen Beziehung beschäftigen und somit das erwachsene soziale Umfeld intime Partnerschaft mehr in den Fokus stellen (Brown, 1999, zitiert nach Salisch & Seiffge-Krenke, 2008, S. 440). Dies wird auch durch die vorliegende Untersuchung der soziodemografischen Variablen bestätigt, die zeigen, dass Personen in Partnerschaft auch einen intensiveren Beziehungswunsch verspüren (siehe Kapitel 5.2).

Weiters konnte beobachtet werden, dass sich face-to-face die Reihung zwischen den Geschlechtern erst ab dem 4. (Geschlecht) bzw. 6. (Alter, Beziehungsstatus) Rang unterschied und online in allen drei Einflussgrößen bereits ab dem 2. Rang. Dies kann darauf zurückzuführen sein, dass online selbstdarstellende Aspekte sehr variabel eingesetzt werden und Personen explorativer interagieren (McKenna & Bargh, 2000; Misoch, 2004).

7.3 Limitationen

Das Studiendesign, die hoch gebildete Stichprobe sowie das unausgeglichene Verhältnis der Geschlechter zugunsten der weiblichen Teilnehmenden erlauben nur eine eingeschränkte Generalisierbarkeit der vorliegenden Ergebnisse auf die Gesamtpopulation. Durch die Vorgabe eines Online-Inventars konnte keine Kontrolle der Untersuchungsbedingungen erfolgen – u. a. sind Mehrfachteilnahmen nicht auszuschließen.

Zur Erhebung der Selbstdarstellung ist anzumerken, dass diese nur auf textueller Ebene erfragt wurde, was bedeutet, dass Fotos, Links oder Videos, die in der Online-Selbstdarstellung einen immer wichtigeren Platz einnehmen, nicht berücksichtigt wurden (Bjornsen, 2018; Haider, 2010).

Kritisch ist auch zu sehen, dass dem Ausprobieren verschiedener Selbstdarstellungen in Online-Kontexten mittels einer einmaligen und spezifischen Situationsvorgabe nicht

Rechnung getragen werden kann, obwohl dem durch die fehlende Angabe der Chat-Plattform entgegengewirkt wurde.

Die Vorgabe einer imaginierten Situation und die für die Selbstdarstellung notwendige Assoziation der Teilnehmenden mit dieser Situation kann durch die Online-Erhebung geringer ausfallen, anders, als wenn die Teilnehmenden persönlich an die Imagination herangeführt werden. Weiters kann die Vorstellung von zwei verschiedenen Situationen hintereinander zu einem Ermüdungseffekt im zweiten Teil (Online) geführt haben, da in diesem Rahmen weniger Antworten gegeben wurden als in Teil eins (Face-to-face).

In zukünftigen Untersuchungen könnten die erstellten Kategorien optimiert werden, um z. B. auch die unter *Sonstiges* angeführten Selbstdarstellungsaspekte der älteren, männlichen Emerging Adults in Partnerschaft detaillierter abbilden zu können. Die von den Teilnehmenden in der vertiefenden Auseinandersetzung mit den vorgegebenen Kategorien angeführten Antworten könnten zur Klärung und Optimierung beitragen.

Weiters könnten die beiden Situationen in Bezug auf die Reihenfolge ihrer Vorgabe getauscht werden, um Effekte, wie z. B. Ermüdung, ausschließen zu können.

7.4 Resümee

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen die Bedeutung von unterschiedlichen Aspekten der Selbstdarstellung, wie z. B. *Freizeit* und *Ausbildung*, im Erstkontakt mit potenziellen (intimen) Freunden bzw. Freundinnen im Übergang von der Adoleszenz zum Erwachsenenalter in den insbesondere für dieses Alter relevanten Kontexten Face-to-face und Online und differenziert nach Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus. Die beschriebenen Ergebnisse unterstützen einerseits zu einem großen Teil den aktuellen Stand des Wissens über die beobachtete Altersgruppe, andererseits erweitern sie diesen und können als Grundlage für zukünftige Erhebungen im Bereich Selbstdarstellung in der Entwicklungsphase Emerging Adulthood dienen.

8 Literaturverzeichnis

- Alexander, C. N., & Rudd, J. (1981). Situated identities and response variables. In J. T. Tedeschi (Ed.), *Impression management theory and social psychological research* (pp. 83-103). New York, NY: Academic Press.
- Arnett, J. J. (1994). Are college students adults? Their conceptions of the transition to adulthood. *Journal of Adult Development, 1*, 213–224.
- Arnett, J.J. (2000). Emerging adulthood. A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*, 469-480.
- Arnett, J. J. (2007). The long and leisurely route: Coming of age in Europe today. *Current History, 106*, 130–136.
- Arnett, J. J. (2011). Emerging adulthood(s). The cultural psychology of a new life stage. In L. A. Jensen (Hsrg.), *Bridging cultural and developmental approaches to psychology. New syntheses in theory, research, and policy* (S. 255-275). Oxford: Oxford University Press.
- Arnett, J.J. (2015). *Emerging adulthood. The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). New York, NY: Oxford University Press.
- Barry, D. (2014). *Die Einstellung von Geld bei jungen Erwachsenen: Eine Grundlegung aus wirtschaftspädagogischer Sicht*. Wiesbaden: Springer.
- Bjornsen, C. A. (2018). Social media use and emerging adulthood. In M. Zupančič & M. Puklek Levpušček (Eds.), *Prehod v odraslost: sodobni trendi in raziskave [Emerging adulthood: Current trends and research]* (pp. 223-261). Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. (4. Aufl.). Heidelberg: Springer.
- Brinthaupt, T. M., & Erwin, L. J. (1992). Reporting about the self: Issues and implications. In T. M. Brinthaupt & R. P. Lipka (Eds.), *The self: Definitional and methodological issues* (pp. 137-171). Albany, NY: State University.
- Bugental, J. F., & Zelen, S. L. (1950). Investigations into the self-concept: The W-A-Y technique. *Journal of Personality, 18*, 483-498.
- Buhl, H. M. & Lanz, M. (2007). Emerging adulthood in Europe. *Journal of Adolescent Research, 22*, 439–443. doi:10.1177/0743558407306345
- Buss, D. M., Shakelford, T. K., Kirkpatrick, L. A., & Larson, R. J. (2001). A half century of mate preferences: The cultural evolution of values. *Journal of Marriage and Family, 63*, 491-503.
- Bühl, A. (2016). *SPSS 23 Einführung in die moderne Datenanalyse*. (15. Aufl.). München: Pearson.
- Bynner, J. (2005). Rethinking the youth-phase of the life- course: The case for emerging adulthood?. *Journal of Youth Studies, 8*, 367–384. doi:10.1080/13676260500431628

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Cohen, P., Kasen, S., Chen, H., Hartmark, C., & Gordon, K. (2003). Variations in patterns of development transitions in the emerging adulthood period. *Developmental Psychology*, *39*, 657-669. doi: 10.1037/0012-1649.39.4.657
- Connolly, J., Craig, W., Goldberg, A., & Pepler, D. (1999). Conceptions of cross-sex friendships and romantic relationships in early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, *29*, 481-494.
- Connolly, J., McIsaac, C., Shulman, K., Wincentak, L., Joly, Heifetz, M, & Bravo, V. (2014). Development of romantic relationships in adolescence and emerging adulthood: Implications for community mental health. *Canadian Journal of Community Mental Health*, *33*, 7-20. doi:10.7870/cjcmh-2014-002
- Dreher, E. & Dreher, M. (1985). Entwicklungsaufgaben im Jugendalter: Bedeutsamkeit und Bewältigungskonzepte. In D. Liepmann & A. Stiksrud (Hrsg.), *Entwicklungsaufgaben und Bewältigungsprobleme in der Adoleszenz: Sozial- und entwicklungspsychologische Perspektiven* (S. 56-70). Göttingen: Hogrefe.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, youth, and crisis*. New York, NY: Norton.
- Erikson, E. H. (1982). *The life cycle completed: A review*. New York, NY: Norton.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, G.E. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, *41*, 1149-1160.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. (4th ed.). London: Sage.
- Furnham, A., Stumm, S. von, & Fenton-O'Creevy, M. (2015). Sex differences in money pathology in the general population. *Social Indicators Research*, *123*, 701-711. doi: 10.1007/s11205-014-0756-x
- Gensicke, T. (2015). Die Wertorientierungen der Jugend (2002-2015). In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch* (S. 237-272). Frankfurt am Main: Fischer.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Groeben, N. (2004). Medienkompetenz. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 27-49). Göttingen: Hogrefe.
- Grotevant, H. D. (1998). Adolescent development in family contexts. In N. Eisenberg (Ed.), *Handbook of child psychology, Vol. 3. Social, emotional, and personality development* (5th ed., pp. 1097-1149). New York, NY: Wiley.
- Guadagno, R. E., Okdie, B. M., & Kruse, S. A. (2012). Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation. *Computers in Human Behavior*, *28*, 642-647.
- Habermas, T. (1999). *Geliebte Objekte: Symbole und Instrumente der Identitätsbildung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Haider, E. (2010). *Wie stellen sich Jugendliche auf der Internetplattform Netlog selbst dar? Inwiefern unterscheiden sich die Selbstpräsentationen von bildungsnahen und bildungsbenachteiligten Heranwachsenden?* (Diplomarbeit). Universität Wien.
- Harring, M. (2011). *Das Potential der Freizeit. Soziales, kulturelles und ökonomisches Kapital im Kontext heterogener Freizeitwelten Jugendlicher* (Veröffentlichte Dissertation). Universität Bremen.
- Havighurst, R. (1981). *Developmental tasks and education* (3. ed.). New York, NY: Longman.
- Hendry, L. B. & Kloep, M. (2007). Conceptualizing emerging adulthood: Inspecting the emperor's new clothes? *Child Development Perspectives, 1*, 74–79.
- Hendry, L. B. & Kloep, M. (2010). How universal is emerging adulthood? An empirical example. *Journal of Youth Studies, 13*, 169–179. doi:10.1080/13676260903295067
- Hurrelmann, K. & Quenzel, G. (2016). *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung* (13. Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.
- Insel, S. A., & Schmida Reese, C. (1968). Self-presentations in relation to internal and external referents. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 32*, 389-395.
- Jones, E. E., & Gerard, H. B. (1967). *Foundations of social psychology*. New York, NY: Wiley.
- Krotz, F., Lampert, C., & Hasebrink, U. (2008). Neue Medien. In R. K. Silbereisen & M. Hasselhorn (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Themenbereich C, Serie V: Band 5. Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 331-359). Göttingen: Hogrefe.
- Leary, M. R. (1996). *Self-presentation. Impression management and interpersonal behavior*. Boulder, CO: Westview Press.
- Leary, M., Allen, A., & Terry, M. (2011). Managing social images in naturalistic versus laboratory settings: Implications for understanding and studying self-presentation: Naturalistic and laboratory self-presentation. *European Journal of Social Psychology, 41*, 411-421. doi: 10.1002/ejsp.813
- Leary, M. R., Nezelek, J. B., Downs, D., Radford-Davenport, J., Martin, J., & McMullen, A. (1994). Self-presentation in everyday interactions: Effects of target familiarity and gender composition. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*, 664-673.
- L'Écuyer, R. (1992). An Experiential-developmental Framework and Methodology to Study the Transformations of the Selfconcept from Infancy to Old Age. In T. M. Brinthaup & R. P. Lipka (Eds.), *The self: Definitional and methodological issues* (pp. 96-135). Albany, NY: State University.
- Leffelsend, S., Mauch, M., & Hannover, B. (2004). Mediennutzung und Medienwirkung. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 51-71). Göttingen: Hogrefe.
- Leven, I. & Schneekloth, U. (2015). Freizeit und Internet: Zwischen klassischem "Offline" und neuem Sozialraum. In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch* (S. 111-151). Frankfurt am Main: Fischer.

- Leven, I. & Utzmann, H. (2015). Jugend im Aufbruch – vieles soll stabil bleiben. In Shell Deutschland Holding (Hrsg.), *Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch* (S. 273-374). Frankfurt am Main: Fischer.
- Levinson, D. J. (1978). *Seasons of a man's life*. New York, NY: Knopf.
- Meckelmann, V. & Dannenhauer, M. A. (2014). Entwicklungsaufgaben von Jugendlichen heute – Bedeutsamkeit und Bewältigung. *ZSE Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation*, 2, 182-197.
- McKenna, K. & Bargh, J. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57-75.
- Misoch, S. (2004). *Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages*. Konstanz: UVK.
- Mummendey, H. D. (1995). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe.
- Noak, P. (2008). Freizeitorte und Freizeitaktivitäten. In R. K. Silbereisen & M. Hasselhorn (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Themenbereich C, Serie V: Band 5. Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 293-330). Göttingen: Hogrefe.
- Norona, J. C., Preddy, T. M., & Welsh, D. P. (2016). How gender shapes emerging adulthood. In J. J. Arnett (Ed.), *The Oxford Handbook of emerging adulthood* (pp. 62–86). New York, NY: Oxford.
- Oerter, R. & Dreher, E. (2008). Jugendalter. In R. Oerter & L. Montada (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie: Ein Lehrbuch* (6. Aufl., S. 271-332). Weinheim: Beltz.
- Resch, F. & Sevecke, K. (2018). Identität – Eine Illusion? Selbstentwicklung in der Adoleszenz. *Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie*, 67, 613-623.
- Roney, J. R. (2003). Effects of visual exposure to the opposite sex: Cognitive aspects of mate attraction in human males. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 393–404.
- Roscoe, B., Diana, M. S., & Brooks, R. H. (1987). Early, middle, and late adolescents' views on dating and factors influencing partner selection. *Adolescence*, 22, 59-68.
- Salisch, M. von & Seiffge-Krenke, I. (2008). Entwicklung von Freundschaften und romantischen Beziehungen. In R. K. Silbereisen & M. Hasselhorn (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Themenbereich C, Serie V: Band 5. Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 421-459). Göttingen: Hogrefe.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Schmitt, D. P. (2002). A meta-analysis of sex differences in romantic attraction: Do rating contexts moderate tactic effectiveness judgments? *British Journal of Social Psychology*, 41, 387-402.
- Seiffge-Krenke, I. (2003). Testing theories of romantic development from adolescence to young adulthood: Evidence of a developmental sequence. *International Journal of Behavioral Development*, 27, 519-531. doi: 10.1080/0165025344000145

- Seiffge-Krenke, I. (2014). Identität im Wandel und therapeutische Herausforderungen. *Forum der Psychoanalyse*, 30, 85–108. doi: 10.1007/s00451-013-0147-y
- Seiffge-Krenke, I. (2015). Emerging Adulthood: Forschungsbefunde zu objektiven Markern, Entwicklungsaufgaben und Entwicklungsrisiken. *Zeitschrift für Psychiatrie, Psychologie und Psychotherapie*, 63, 165–173. doi:10.1024/1661-4747/a000236
- Shaver, P., Furman, W., & Buhrmester, D. (1985). Transition to college: Network changes, social skills and loneliness. In S. Duck & D. Perlman (Eds.), *Understanding personal relationships: An interdisciplinary approach* (pp. 193-219). London: Sage.
- Shulman, S., & Connolly, J. (2013). The challenge of romantic relationships in emerging adulthood: Reconceptualization of the field. *Emerging Adulthood*, 1, 27-39. doi: 10.1177/2167696812467330
- Singh, D. (1995). Female judgment of male attractiveness and desirability for relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1089–1101. doi: 10.1037/0022-3514.69.6.1089
- Sirsch, U., Dreher, E., Mayr, E., & Willinger, U. (2009). What does it take to be an adult in Austria? Views of adulthood in Austrian adolescents, emerging adults, and adults. *Journal of Adolescent Research*, 24, 275–292. doi:10.1177/0743558408331184
- Skopek, J. (2012). *Partnerwahl im Internet: Eine quantitative Analyse von Strukturen und Prozessen der Online-Partnersuche* (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Snyder, M., & Gangestad, S. (1982). Choosing social situations: Two investigations of self-monitoring processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 123-135.
- Statista (2019). *Soziale Medien*. Zugriff am 15.08.2019. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/themen/2841/social-media-in-oesterreich/>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1023-1036. doi: 10.1177/0146167208318067
- Tyler, J. M. (2012). Triggering self-presentation efforts outside of people's conscious awareness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38, 619-627.
- VanderDrift, L. E., Tyler, J. M., & Ma, L. (2015). Self-presentation of romantic relationships: Audience, attachment, and the self-presentation of relationship intimacy. *Self and Identity*, 14, 453-463. doi: 10.1080/15298868.2015.1009939
- Völcker, M., & Bruns, A. (2018). Die digitale Selbstdarstellung: Zur subjektiven Bedeutung von Selfies für Heranwachsende und junge Erwachsene. *Forum : Qualitative Social Research*, 19, Zugriff am 15.08.2019. Verfügbar unter <https://search-proquest-com.uaccess.univie.ac.at/docview/2116706893?accountid=14682>
- Weiß, C. (2013). *Basiswissen Medizinische Statistik*. (6. Aufl.). Berlin: Springer.

Wicklung, R. A., & Frey, D. (1993). Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit. In D. Frey & M. Irle (Hrsg.), *Theorien der Sozialpsychologie, Band 1. Kognitive Theorien* (S. 155-173). Bern: Huber.

9 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Ausbildung und Geschlecht.....	19
Tabelle 2 Beziehungsstatus und Geschlecht.....	20
Tabelle 3 FTF: Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien.....	30
Tabelle 4 FTF: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Geschlecht.....	31
Tabelle 5 FTF: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Alter	32
Tabelle 6 FTF: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Beziehungsstatus.....	33
Tabelle 7 ONL: Nennungshäufigkeiten und Anteilswerte	35
Tabelle 8 ONL: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Geschlecht	36
Tabelle 9 ONL: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Alter.....	37
Tabelle 10 ONL: Häufigkeiten und Anteilswerte der Kategorien nach Beziehungsstatus .	38

Anhangstabellen

Tabelle C.1 Geschlecht, Lebensalter und Beziehungsstatus	57
Tabelle C.2 FTF: Erst-, Zweit- und Drittnennung der Aspekte der Selbstdarstellung.....	58
Tabelle C.3 FTF: Weibl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus	59
Tabelle C.4 FTF: Männl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus	60
Tabelle C.5 ONL: Erst-, Zweit- und Drittnennung der Aspekte der Selbstdarstellung.....	61
Tabelle C.6 ONL: Weibl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus	62
Tabelle C.7 ONL: Männl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus	63
Tabelle C.8 FTF: Häufigkeiten der ausgewählten Kategorien je Position im Rahmen der Abfrage.....	64
Tabelle C.9 ONL: Häufigkeiten der ausgewählten Kategorien je Position im Rahmen der Abfrage.....	65
Tabelle C.10 Vergleich FTF und ONL: Kategorien.....	66
Tabelle C.11 Vergleich FTF u. ONL: Erst-, Zweit- u. Drittnennungen.....	70

10 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Effektgröße d als Funktion des Stichprobenumfangs.....	27
Abbildung 2 Aspekte der Selbstdarstellung: FTF- vs. ONL-Situation	39

11 Anhang

Anhang A: Abstract (Deutsch)

Die Entwicklung einer stabilen Identität ist im Übergang von der Adoleszenz ins Erwachsenenalter (Entwicklungsphase Emerging Adulthood) von wesentlicher Bedeutung, wobei Selbstdarstellung in Form von (u. a. durch soziale Medien vermittelte) Interaktion mit dem sozialen Umfeld, Peers bzw. intime Partnerschaft, eine zentrale Rolle einnimmt. Welche Aspekte der Selbstdarstellung Emerging Adults dabei im Erstkontakt mit fremden Personen besonders in den Vordergrund stellen, ist Inhalt der vorliegenden Arbeit.

Dazu wurde von 282 Personen im Alter von 18 bis 29 Jahren mittels eigens erstelltem Online-Fragebogen erhoben, wie sich die Anteile der Aspekte der Selbstdarstellung im Gespräch mit einer fremden Person in einem Face-to-face- bzw. einem Online-Setting zeigen bzw. welcher Aspekt an erster Stelle genannt wird. Individuelle Unterschiede in Bezug auf Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus wurden untersucht.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere *Freizeit* und *Ausbildung* situationsübergreifend den meisten Raum einnehmen – *Erscheinungsbild* und *Finanzielles* rangieren dem gegenüber auf den letzten Plätzen. Signifikante Unterschiede in Bezug auf Geschlecht, Alter und Beziehungsstatus sind beobachtbar, genauso wie Unterschiede zwischen der persönlichen Face-to-face- und der vermittelten Online-Selbstdarstellung. Z. B. zeigt sich im Vergleich, dass Online die Kategorien *Freizeit*, *Interessen*, *Liebe*, *Sonstiges* und *Erscheinungsbild* hohe Anteile aufweisen und Face-to-face *Ausbildung*, *Beruf/Job*, *Wohnen*, *Ideale/Träume*, *Familie*, *Freundschaft* und *Finanzielles* stark vertreten sind.

Anhang B: Abstract (Englisch)

The development of a stable identity is essential in the transition from adolescence to adulthood (development phase Emerging Adulthood), where self-expression in the form of interaction (also through social media) with the respective social environment, with peers or in intimate partnerships plays a central role. The question which aspects of self-portrayal are of particular interest to emerging adults within the first contact with a stranger is the content of this paper.

For this purpose, 282 persons aged 18 to 29 were interrogated by means of a specially created online questionnaire in order to find out how big the proportions of the aspects of self-presentation in conversation with a stranger in a face-to-face or online setting are, respectively which aspect is mentioned in the first place. Individual differences with regard to gender, age, and relationship status were examined.

The results show that *leisure* and *training* in particular take up the most space across all situations, whereas *appearance* and *financial matters* rank at the bottom of the field. Significant differences with regard to gender, age and relationship status are observable, as well as differences between personal face-to-face and mediated online self-expression. For example, it becomes evident when comparing results that online the categories *leisure*, *interests*, *love*, *miscellaneous* and *appearance* have high proportions and in a face-to-face setting *training*, *profession / job*, *housing*, *ideals/dreams*, *family*, *friendship* and *financial matters* are strongly represented.

Anhang C: Tabellen

Tabelle C.1

Geschlecht, Lebensalter und Beziehungsstatus

Geschlecht	Alter	Beziehungsstatus		Gesamt
		Partnerschaft	keine Partnerschaft	
weiblich	jünger (18-24.75)	60 (31.1%)	35 (18.1%)	95 (49.2%)
	älter (24.8-29.92)	68 (35.2%)	30 (15.5%)	98 (50.8%)
Gesamt		128 (66,3%)	65 (33.7%)	193 (100.0%)
männlich	jünger (18-24.75)	25 (28.1%)	21 (23.6%)	46 (51.7%)
	älter (24.8-29.92)	24 (27.0%)	19 (21.3%)	43 (48.3%)
Gesamt		49 (55.1% 9	40 (44.9%)	89 (100.0%)
	jünger (18-24.75)	85 (30.1%)	56 (19.9%)	141 (50.0%)
	älter (24.8-29.92)	92 (32.6%)	49 (17.4%)	141 (50.0%)
Gesamt		177 (62.8%)	105 (37.2%)	282 (100.0%)

Anmerkung. N = 282

Tabelle C.2

FTF: Erst-, Zweit- und Drittnennung der Aspekte der Selbstdarstellung

Erstnennung			Zweitnennung			Drittnennung		
Rg.	Kategorie	n (Anteil)	Rg.	Kategorie	n (Anteil)	Rg.	Kategorie	n (Anteil)
1.	Ausbildung	149 (53.2%)	1.	Freizeit	72 (26.2%)	1.	Freizeit	66 (24.7%)
2.	Beruf/Job	39 (13.9%)	2.	Beruf/Job	60 (21.8%)	2.	Beruf/Job	42 (15.7%)
3.	Freizeit	34 (12.1%)	3.	Ausbildung	42 (15.3%)	3.	Familie	29 (10.9%)
4.	Interessen	21 (7.5%)	4.	Wohnen	27 (9.8%)	4.	Interessen	28 (10.5%)
5.	Freundsch.	12 (4.3%)	5.	Familie	19 (6.9%)	5.	Ausbildung	27 (10.1%)
6.	Wohnen	9 (3.2%)	6.	Interessen	17 (6.2%)	6.	Wohnen	20 (7.5%)
7.	Familie	6 (2.1%)	7.	Freundsch.	10 (3.6%)	7.	Ideale	19 (7.1%)
8.	Sonstiges	4 (1.4%)	8.	Ersch.bild	9 (3.3%)	8.	Liebe	17 (6.4%)
9.	Ideale	3 (1.1%)	9.	Ideale	7 (2.5%)	9.	Freundsch.	10 (3.7%)
10.	Liebe	3 (1.1%)		Liebe	7 (2.5%)	10.	Sonstiges	5 (1.9%)
11.	Ersch.bild	-	11.	Sonstiges	4 (1.5%)	11.	Finanzielles	3 (1.1%)
	Finanzielles	-	12.	Finanzielles	1 (0.4%)	12.	Ersch.bild	1 (0.4%)
Gesamt		280 (100%)			275 (100%)			267 (100%)

Anmerkung. Rg. = Rang; Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; Ersch.bild = Erscheinungsbild; Freundsch. = Freundschaft; Ideale = Ideale/Träume

Tabelle C.3

FTF: Weibl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus

weiblich	Alter							
	j				ä			
	Rg.	Partner	Rg.	o. Partner	Rg.	Partner	Rg.	o.Partner
Freizeit	1.	61 (15.9%)	1.	56 (24.9%)	1.	71 (15.4%)	1.	40 (18.6%)
Ausbildung	2.	60 (15.7%)	2.	33 (14.7%)	2.	62 (13.4%)	3.	29 (13.5%)
Beruf/Job	3.	45 (11.7%)	4.	24 (10.7%)	3.	59 (12.8%)	2.	30 (14.0%)
Wohnen	5.	41 (10.7%)	3.	25 (11.1%)	4.	53 (11.5%)	5.	26 (12.1%)
Interessen	4.	44 (11.5%)	6.	20 (8.9%)	5.	50 (10.8%)	4.	28 (13.0%)
Familie	8.	28 (7.3%)	8.	16 (7.1%)	6.	44 (9.5%)	7.	14 (6.5%)
Ideale/Träume	9.	22 (5.7%)	5.	21 (9.3%)	7.	31 (6.7%)	6.	19 (8.8%)
Freundschaft	7.	29 (7.6%)	7.	18 (8.0%)	10.	21 (4.5%)	8.	12 (5.6%)
Liebe	6.	30 (7.8%)	9.	5 (2.2%)	8.	29 (6.3%)	10.	4 (1.9%)
Sonstiges	10.	8 (2.1%)	10.	3 (1.3%)	9.	23 (5.0%)	9.	8 (3.7%)
Ersch.bild	10.	8 (2.1%)	10.	3 (1.3%)	12.	8 (1.7%)	10.	4 (1.9%)
Finanzielles	12.	7 (1.8%)	12.	1 (0.4%)	11.	11 (2.4%)	12.	1 (0.5%)
Gesamt		383		225		462 (100%)		215
		(100%)		(100%)				(100%)

Anmerkung. j = jünger (18 - 24.75 Jahre), ä = älter (24.8 - 29.92 Jahre); Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; Beziehungsstatus: Partner = Partnerschaft, o. Partner = ohne Partnerschaft; Rg. = Rang; Ersch.bild = Erscheinungsbild

Tabelle C.4

FTF: Männl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus

männlich	Alter							
	j				ä			
	Kategorie	Rg.	Partner	Rg.	o. Partner	Rg.	Partner	Rg.
Freizeit	1.	32 (23.7%)	1.	31 (27.0%)	1.	26 (19.1%)	1.	26 (22.6%)
Ausbildung	2.	23 (17.0%)	2.	19 (16.5%)	2.	21 (15.4%)	2.	19 (16.5%)
Beruf/Job	5.	11 (8.1%)	5.	9 (7.8%)	3.	17 (12.5%)	3.	14 (12.2%)
Interessen	5.	11 (8.1%)	3.	13 (11.3%)	4.	14 (10.3%)	4.	10 (8.7%)
Ideale/Träume	7.	10 (7.4%)	4.	11 (9.6%)	6.	10 (7.4%)	5.	9 (7.8%)
Wohnen	3.	13 (9.6%)	8.	5 (4.3%)	5.	12 (8.8%)	5.	9 (7.8%)
Freundschaft	3.	13 (9.6%)	7.	6 (5.2%)	8.	7 (5.1%)	8.	5 (4.3%)
Familie	9.	5 (3.7%)	8.	5 (4.3%)	7.	9 (6.6%)	5.	9 (7.8%)
Liebe	8.	8 (5.9%)	10.	4 (3.5%)	10.	5 (3.7%)	8.	5 (4.3%)
Sonstiges	11.	3 (2.2%)	6.	8 (7.0%)	11.	4 (2.9%)	12.	1 (0.9%)
Finanzielles	12.	2 (1.5%)	11.	2 (1.7%)	8.	7 (5.1%)	10.	4 (3.5%)
Ersch.bild	10.	4 (3.0%)	11.	2 (1.7%)	11.	4 (2.9%)	10.	4 (3.5%)
Gesamt		135		115		136		115
		(100%)		(100%)		(100%)		(100%)

Anmerkung. j = jünger (18 - 24.75 Jahre), ä = älter (24.8 - 29.92 Jahre); Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; Beziehungsstatus: Partner = Partnerschaft, o. Partner = ohne Partnerschaft; Rg. = Rang; Ersch.bild = Erscheinungsbild

Tabelle C.5

ONL: Erst-, Zweit- und Drittnennung der Aspekte der Selbstdarstellung

Erstnennung			Zweitnennung			Drittnennung		
Rg.	Kategorie	n (Anteil)	Rg.	Kategorie	n (Anteil)	Rg.	Kategorie	n (Anteil)
1.	Ausbildung	97 (39.3%)	1.	Freizeit	46 (21.7%)	1.	Freizeit	47 (27.2%)
2.	Sonstiges	36 (14.6%)	2.	Beruf/Job	41 (19.3%)	2.	Interessen	31 (17.9%)
3.	Freizeit	32 (13.0%)	3.	Ausbildung	27 (12.7%)	3.	Ausbildung	15 (8.7%)
4.	Beruf/Job	25 (10.1%)	4.	Interessen	24 (11.3%)		Beruf/Job	15 (8.7%)
5.	Interessen	23 (9.3%)	5.	Wohnen	21 (9.9%)		Wohnen	15 (8.7%)
6.	Wohnen	12 (4.9%)	6.	Sonstiges	11 (5.2%)	6.	Familie	13 (7.5%)
7.	Liebe	9 (3.6%)		Ersch.bild	11 (5.2%)	7.	Liebe	12 (6.9%)
8.	Ersch.bild	6 (2.4%)	8.	Familie	10 (4.7%)	8.	Ideale	10 (5.8%)
9.	Familie	3 (1.2%)		Liebe	10 (4.7%)	9.	Ersch.bild	6 (3.5%)
	Ideale	3 (1.2%)	10.	Ideale	8 (3.8%)	10.	Sonstiges	3 (1.7%)
11.	Finanzielles	1 (0.4%)	11.	Freundsch.	2 (0.9%)		Finanzielles	3 (1.7%)
12.	Freundsch.	0 (-)	12.	Finanzielles	1 (0.5%)		Freundsch.	3 (1.7%)
Gesamt		247 (100.0%)			212 (100.0%)			173 (100.0%)

Anmerkung. Rg. = Rang; Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; Ersch.bild = Erscheinungsbild; Freundsch. = Freundschaft; Ideale = Ideale/Träume

Tabelle C.6

ONL: Weibl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus

Kategorie	Alter							
	j				ä			
	R.	Partner	R.	o. Partner	R.	Partner	R.	o. Partner
Freizeit	1.	33 (16.8%)	1.	40 (22.9%)	1.	43 (17.1%)	1.	29 (21.2%)
Interessen	3.	31 (15.8%)	2.	30 (17.1%)	2.	39 (15.5%)	2.	25 (18.2%)
Ausbildung	2.	32 (16.3%)	2.	30 (17.1%)	4.	32 (12.7%)	4.	15 (10.9%)
Beruf/Job	6.	19 (9.7%)	4.	15 (8.6%)	3.	33 (13.1%)	3.	18 (13.1%)
Wohnen	4.	20 (10.2%)	6.	13 (7.4%)	5.	22 (8.8%)	4.	15 (10.9%)
Liebe	4.	20 (10.2%)	9.	6 (3.4%)	6.	20 (8.0%)	11.	2 (1.5%)
Familie	9.	7 (3.6%)	5.	14 (8.0%)	9.	12 (4.8%)	7.	9 (6.6%)
Sonstiges	7.	12 (2.0%)	9.	6 (3.4%)	8.	14 (5.6%)	6.	10 (7.3%)
Ideale/Träume	8.	11 (5.6%)	7.	9 (5.1%)	7.	15 (6.0%)	8.	5 (3.6%)
Ersch.bild	10.	6 (3.1%)	11.	4 (2.3%)	10.	11 (4.4%)	10.	4 (2.9%)
Freundschaft	11.	3 (1.5%)	8.	8 (4.6%)	11.	7 (2.8%)	8.	5 (3.6%)
Finanzielles	12.	2 (1.0%)	12.	-	12.	3 (1.2%)	12.	-
Gesamt		196 (100%)		175 (100%)		251 (100%)		137 (100%)

Anmerkung. j = jünger (18 - 24.75 Jahre), ä = älter (24.8 - 29.92 Jahre); Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; Beziehungsstatus: Partner = Partnerschaft, o. Partner = ohne Partnerschaft; R. = Rangplatz; Ersch.bild = Erscheinungsbild

Tabelle C.7

ONL: Männl. Nennungen: Häufigkeiten der Kategorien nach Alter und Beziehungsstatus

Kategorie	Alter							
	j				ä			
	R.	Partner	R.	o. Partner	R.	Partner	R.	o. Partner
Freizeit	1.	23 (22.1%)	1.	20 (25.3%)	2.	11 (13.8%)	1.	19 (24.4%)
Ausbildung	2.	18 (17.3%)	2.	15 (19.0%)	3.	9 (11.3%)	2.	10 (12.8%)
Sonstiges	9.	5 (4.8%)	3.	13 (16.5%)	1.	16 (20.0%)	10.	3 (3.8%)
Interessen	6.	7 (6.7%)	4.	12 (15.2%)	3.	9 (11.3%)	9.	4 (5.1%)
Beruf/Job	4.	9 (8.7%)	5.	5 (6.3%)	5.	7 (8.8%)	3.	8 (10.3%)
Wohnen	3.	12 (11.5%)	7.	3 (3.8%)	6.	6 (7.5%)	5.	6 (7.7%)
Ideale/Träume	5.	8 (7.7%)	6.	4 (5.1%)	8.	4 (5.0%)	4.	7 (9.0%)
Familie	11.	4 (3.8%)	10.	1 (1.3%)	6.	6 (7.5%)	5.	6 (7.7%)
Liebe	7.	6 (5.8%)	8.	2 (2.5%)	8.	4 (5.0%)	7.	5 (6.4%)
Ersch.bild	7.	6 (5.8%)	10.	1 (1.3%)	8.	4 (5.0%)	10.	3 (3.8%)
Freundschaft	9.	5 (4.8%)	8.	2 (2.5%)	12.	1 (1.3%)	7.	5 (6.4%)
Finanzielles	12.	1 (1.0%)	10.	1 (1.3%)	11.	3 (3.8%)	12.	2 (2.6%)
Gesamt		104 (100%)		79 (100%)		80 (100%)		78 (100%)

Anmerkung. j = jünger (18 - 24.75 Jahre), ä = älter (24.8 - 29.92 Jahre); Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; Beziehungsstatus: Partner = Partnerschaft, o. Partner = ohne Partnerschaft; R. = Rangplatz; Ersch.bild = Erscheinungsbild

Tabelle C.8

FTF: Häufigkeiten der ausgewählten Kategorien je Position im Rahmen der Abfrage

Pos.	Kategorie													N
	kA	Aus	Eb	Ber	Fam	Fin	Fz	Fsch	Ide	Int	Lie	Woh	Son.	
1	2	149	0	39	6	0	34	12	3	21	3	9	4	282
2	7	42	9	60	19	1	72	10	7	17	7	27	4	282
3	15	27	1	42	29	3	66	10	19	28	17	20	5	282
4	52	9	3	16	27	6	60	22	15	28	10	29	5	282
5	86	7	6	12	17	8	35	22	21	24	8	28	8	282
6	117	11	5	10	11	5	33	14	15	21	10	26	4	282
7	150	8	1	17	7	5	12	9	13	23	12	17	8	282
8	185	5	7	5	7	2	12	4	14	11	9	14	7	282
9	206	6	1	4	3	2	12	4	13	10	8	8	5	282
10	214	2	4	4	4	3	7	4	13	7	6	6	8	282
Σ	1034	266	37	209	130	35	343	111	133	190	90	184	58	2820

Anmerkung. Pos. = Position; Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; kA = keine Angabe; Aus. = Ausbildung; Eb = Erscheinungsbild; Ber = Beruf/Job; Fam = Familie; Fin = Finanzielles; Fz = Freizeit; Fsch = Freundschaft; Ide = Ideale/Träume; Int = Interessen; Woh = Wohnen; Son. = Sonstiges

Tabelle C.9

ONL: Häufigkeiten der ausgewählten Kategorien je Position im Rahmen der Abfrage

Pos.	Kategorie													N
	kA	Aus	Eb	Ber	Fam	Fin	Fz	Fsch	Ide	Int	Lie	Woh	Son.	
1	35	97	6	25	3	1	32	0	3	23	9	12	36	282
2	70	27	11	41	10	1	46	2	8	24	10	21	11	282
3	109	15	6	15	13	3	47	3	10	31	12	15	3	282
4	151	8	4	14	8	1	32	6	6	29	4	14	5	282
5	183	6	2	8	9	4	16	4	7	14	7	13	9	282
6	208	2	5	5	2	1	19	6	7	8	4	10	5	282
7	229	2	1	1	4	0	11	7	4	10	6	4	3	282
8	239	1	0	2	6	0	8	3	5	8	5	3	2	282
9	246	1	1	3	4	1	4	4	7	3	4	2	2	282
10	250	2	3	0	0	0	3	1	6	7	4	3	3	282
Σ	1720	161	39	114	59	12	218	36	63	157	65	97	79	2820

Anmerkung. Pos. = Position; Kategorie = Aspekte der Selbstdarstellung; kA = keine Angabe; Aus. = Ausbildung; Eb = Erscheinungsbild; Ber = Beruf/Job; Fam = Familie; Fin = Finanzielles; Fz = Freizeit; Fsch = Freundschaft; Ide = Ideale/Träume; Int = Interessen; Woh = Wohnen; Son. = Sonstiges

Tabelle C.10

Vergleich FTF und ONL: Kategorien

FTF		ONL												
		Aus	Eb	Ber	Fam	Fin	Fz	Fsch	Ide	Int	Lie	Woh	Son	Ges
Aus	Anz	83	5	14	4	0	19	4	5	20	9	11	25	83
	EAnz	29.9	7.0	21.2	10.2	2.1	39.3	6.2	11.0	28.6	11.5	17.2	14.8	29.9
	iF (%)	41.7	2.5	7.0	2.0	0.0	9.5	2.0	2.5	10.1	4.5	5.5	12.6	41.7
	iO (%)	52.5	13.5	12.5	7.4	0.0	9.1	12.1	8.6	13.2	14.8	12.1	32.1	52.5
	kR	11.7	-9	-1.8	-2.2	-1.6	-4.0	-1.0	-2.1	-1.9	-9	-1.7	3.1	11.7
Eb	Anz	1	5	0	1	1	1	0	1	1	2	2	2	1
	EAnz	2.6	.6	1.8	.9	.2	3.4	.5	.9	2.4	1.0	1.5	1.3	2.6
	iF (%)	5.9	29.4	0.0	5.9	5.9	5.9	0.0	5.9	5.9	11.8	11.8	11.8	5.9
	iO (%)	0.6	13.5	0.0	1.9	9.1	0.5	0.0	1.7	0.7	3.3	2.2	2.6	0.6
	kR	-1.1	5.8	-1.4	.1	2.0	-1.4	-.7	.1	-1.0	1.1	.5	.7	-1.1
Ber	Anz	9	9	38	5	2	19	3	6	18	4	14	10	9
	EAnz	20.6	4.8	14.6	7.0	1.4	27.1	4.3	7.6	19.7	7.9	11.9	10.2	20.6
	iF (%)	6.6	6.6	27.7	3.6	1.5	13.9	2.2	4.4	13.1	2.9	10.2	7.3	6.6
	iO (%)	5.7	24.3	33.9	9.3	18.2	9.1	9.1	10.3	11.9	6.6	15.4	12.8	5.7
	kR	-3.0	2.1	7.0	-.8	.5	-1.9	-.7	-.6	-.4	-1.5	.7	-.1	-3.0
Fam	Anz	4	4	9	15	1	18	4	4	4	5	7	1	4
	EAnz	11.4	2.7	8.1	3.9	.8	15.0	2.4	4.2	10.9	4.4	6.6	5.6	11.4
	iF (%)	5.3	5.3	11.8	19.7	1.3	23.7	5.3	5.3	5.3	6.6	9.2	1.3	5.3
	iO (%)	2.5	10.8	8.0	27.8	9.1	8.7	12.1	6.9	2.6	8.2	7.7	1.3	2.5
	kR	-2.5	.9	.4	6.0	.2	.9	1.1	-.1	-2.3	.3	.2	-2.1	-2.5

Tabelle C.10

Vergleich FTF und ONL: Kategorien (Fortsetzung)

FTF		ONL												
		Aus	Eb	Ber	Fam	Fin	Fz	Fsch	Ide	Int	Lie	Woh	Son	Ges
Fin	Anz	0	0	1	1	5	2	1	3	2	1	2	2	0
	EAnz	3.0	.7	2.1	1.0	.2	4.0	.6	1.1	2.9	1.2	1.7	1.5	3.0
	iF (%)	0.0	0.0	5.0	5.0	25.0	10.0	5.0	15.0	10.0	5.0	10.0	10.0	0.0
	iO (%)	0.0	0.0	0.9	1.9	45.5	1.0	3.0	5.2	1.3	1.6	2.2	2.6	0.0
	kR	-1.9	-.9	-.8	.0	10.6	-1.1	.5	1.9	-.6	-.2	.2	.4	-1.9
Fz	Anz	26	6	12	12	0	74	3	9	34	9	15	10	26
	EAnz	31.5	7.4	22.4	10.8	2.2	41.5	6.6	11.6	30.1	12.2	18.2	15.6	31.5
	iF (%)	12.4	2.9	5.7	5.7	0.0	35.2	1.4	4.3	16.2	4.3	7.1	4.8	12.4
	iO (%)	16.5	16.2	10.7	22.2	0.0	35.6	9.1	15.5	22.5	14.8	16.5	12.8	16.5
	kR	-1.2	-.6	-2.6	.4	-1.7	6.3	-1.6	-.9	.8	-1.0	-.9	-1.6	-1.2
Fsch	Anz	3	0	6	3	1	16	3	4	12	8	4	5	3
	EAnz	9.8	2.3	6.9	3.3	.7	12.9	2.0	3.6	9.3	3.8	5.6	4.8	9.8
	iF (%)	4.6	0.0	9.2	4.6	1.5	24.6	4.6	6.2	18.5	12.3	6.2	7.7	4.6
	iO (%)	1.9	0.0	5.4	5.6	9.1	7.7	9.1	6.9	7.9	13.1	4.4	6.4	1.9
	kR	-2.4	-1.6	-.4	-.2	.4	1.0	.7	.2	1.0	2.3	-.7	.1	-2.4
Ide	Anz	4	2	4	4	0	11	4	10	8	8	4	4	4
	EAnz	9.5	2.2	6.7	3.2	.7	12.5	2.0	3.5	9.0	3.7	5.4	4.7	9.5
	iF (%)	6.3	3.2	6.3	6.3	0.0	17.5	6.3	15.9	12.7	12.7	6.3	6.3	6.3
	iO (%)	2.5	5.4	3.6	7.4	0.0	5.3	12.1	17.2	5.3	13.1	4.4	5.1	2.5
	kR	-2.0	-.2	-1.1	.5	-.8	-.5	1.5	3.7	-.4	2.4	-.7	-.3	-2.0

Tabelle C.10

Vergleich FTF und ONL: Kategorien (Fortsetzung)

FTF		ONL												
		Aus	Eb	Ber	Fam	Fin	Fz	Fsch	Ide	Int	Lie	Woh	Son	Ges
Int	Anz	8	5	9	4	1	16	8	5	27	4	8	3	8
	EAnz	14.7	3.4	10.4	5.0	1.0	19.4	3.1	5.4	14.1	5.7	8.5	7.3	14.7
	iF (%)	8.2	5.1	9.2	4.1	1.0	16.3	8.2	5.1	27.6	4.1	8.2	3.1	8.2
	iO (%)	5.1	13.5	8.0	7.4	9.1	7.7	24.2	8.6	17.9	6.6	8.8	3.8	5.1
	kR	-2.0	.9	-.5	-.5	.0	-.9	3.0	-.2	3.9	-.8	-.2	-1.7	-2.0
Lie	Anz	2	0	2	0	0	15	1	4	4	4	5	2	2
	EAnz	5.9	1.4	4.2	2.0	.4	7.7	1.2	2.2	5.6	2.3	3.4	2.9	5.9
	iF (%)	5.1	0.0	5.1	0.0	0.0	38.5	2.6	10.3	10.3	10.3	12.8	5.1	5.1
	iO (%)	1.3	0.0	1.8	0.0	0.0	7.2	3.0	6.9	2.6	6.6	5.5	2.6	1.3
	kR	-1.8	-1.2	-1.1	-1.5	-.7	3.0	-.2	1.3	-.7	1.2	.9	-.6	-1.8
Woh	Anz	15	1	16	3	0	16	2	4	17	6	17	4	15
	EAnz	15.2	3.6	10.8	5.2	1.1	20.0	3.2	5.6	14.5	5.9	8.7	7.5	15.2
	iF (%)	14.9	1.0	15.8	3.0	0.0	15.8	2.0	4.0	16.8	5.9	16.8	4.0	14.9
	iO (%)	9.5	2.7	14.3	5.6	0.0	7.7	6.1	6.9	11.3	9.8	18.7	5.1	9.5
	kR	.0	-1.4	1.8	-1.0	-1.1	-1.0	-.7	-.7	.7	.1	3.1	-1.4	.0
Son	Anz	3	0	1	2	0	1	0	3	4	1	2	10	3
	EAnz	4.1	.9	2.9	1.4	.3	5.3	.8	1.5	3.9	1.6	2.3	2.0	4.1
	iF (%)	11.1	0.0	3.7	7.4	0.0	3.7	0.0	11.1	14.8	3.7	7.4	37.0	11.1
	iO (%)	1.9	0.0	0.9	3.7	0.0	0.5	0.0	5.2	2.6	1.6	2.2	12.8	1.9
	kR	-.6	-1.0	-1.2	.5	-.5	-2.1	-.9	1.3	.1	-.5	-.2	6.0	-.6

Tabelle C.10

Vergleich FTF und ONL: Kategorien (Fortsetzung)

FTF		ONL												
		Aus	Eb	Ber	Fam	Fin	Fz	Fsch	Ide	Int	Lie	Woh	Son	Ges
Ges	Anz	158	37	112	54	11	208	33	58	151	61	91	78	158
	EAnz	158.0	37.0	112.0	54.0	11.0	208.0	33.0	58.0	151.0	61.0	91.0	78.0	158.0
	iF (%)	15.0	3.5	10.6	5.1	1.0	19.8	3.1	5.5	14.4	5.8	8.7	7.4	15.0
	iO (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Anmerkung. FTF = Face-to-face-Situation; ONL = Online-Situation; Anz = Anzahl; EAnz = Erwartete Anzahl; iF/O (%) = innerhalb von FTF bzw. ONL, Angabe in %; kR = korrigierte Residuen; Aus = Ausbildung; Ber = Beruf/Job; Fz = Freizeit; Int = Interessen; Fsch = Freundschaft; Woh = Wohnen, Fam = Familie; Son = Sonstiges; Ide = Ideale/Träume; Lie = Liebe; Eb = Erscheinungsbild; Fin = Finanzielles

Prüfung auf Verteilungsunterschiede mittels Chi-Quadrat-Test: $\chi^2(121) 579.93, p < .001$

Tabelle C.11

Vergleich FTF u. ONL: Erst-, Zweit- u. Drittnennungen

Erstnennung			Zweitnennung			Drittnennung											
FTF			ONL			FTF			ONL			FTF			ONL		
Rg	Kat	f(Anteil)	Rg	Kat	f(Anteil)	Rg	Kat	f(Anteil)	Rg	Kat	f(Anteil)	Rg	Kat	f(Anteil)	Rg	Kat	f(Anteil)
1.	Aus	149 (53.2%)	1.	Aus	97 (39.3%)	1.	Fz	72 (26.2%)	1.	Fz	46 (21.7%)	1.	Fz	66 (24.7%)	1.	Fz	47 (27.2%)
2.	Ber	39 (13.9%)	2.	Son	36 (14.6%)	2.	Ber	60 (21.8%)	2.	Ber	41 (19.3%)	2.	Ber	42 (15.7%)	2.	Int	31 (17.9%)
3.	Fz	34 (12.1%)	3.	Fz	32 (13.0%)	3.	Aus	42 (15.3%)	3.	Aus	27 (12.7%)	3.	Fam	29 (10.9%)	3.	Aus	15 (8.7%)
4.	Int	21 (7.5%)	4.	Ber	25 (10.1%)	4.	Woh	27 (9.8%)	4.	Int	24 (11.3%)	4.	Int	28 (10.5%)		Ber	15 (8.7%)
5.	Fsch	12 (4.3%)	5.	Int	23 (9.3%)	5.	Fam	19 (6.9%)	5.	Woh	21 (9.9%)	5.	Aus	27 (10.1%)		Woh	15 (8.7%)
6.	Woh	9 (3.2%)	6.	Woh	12 (4.9%)	6.	Int	17 (6.2%)	6.	Son	11 (5.2%)	6.	Woh	20 (7.5%)	6.	Fam	13 (7.5%)
7.	Fam	6 (2.1%)	7.	Lie	9 (3.6%)	7.	Fsch.	10 (3.6%)		Eb	11 (5.2%)	7.	Ide	19 (7.1%)	7.	Lie	12 (6.9%)
8.	Son	4 (1.4%)	8.	Eb	6 (2.4%)	8.	Eb	9 (3.3%)	8.	Fam	10 (4.7%)	8.	Lie	17 (6.4%)	8.	Ide	10 (5.8%)
9.	Ide	3 (1.1%)	9.	Fam	3 (1.2%)	9.	Ide	7 (2.5%)		Lie	10 (4.7%)	9.	Fsch.	10 (3.7%)	9.	Eb	6 (3.5%)
10.	Lie	3 (1.1%)		Ide	3 (1.2%)		Lie	7 (2.5%)	10.	Ide	8 (3.8%)	10.	Son	5 (1.9%)	10.	Son	3 (1.7%)
11.	Eb	-	11.	Fin	1 (0.4%)	11.	Son	4 (1.5%)	11.	Fsch	2 (0.9%)	11.	Fin	3 (1.1%)		Fin	3 (1.7%)
	Fin	-	12.	Fsch	- (-)	12.	Fin	1 (0.4%)	12.	Fin	1 (0.5%)	12.	Eb	1 (0.4%)		Fsch	3 (1.7%)
Gesamt		280 (100%)			247 (100%)			275 (100%)			212 (100%)			267 (100%)			173 (100%)

Anmerkung. FTF = Face-to-face-Situation; ONL = Online-Situation; Rg = Rang; Kat = Kategorien = Aspekte der Selbstdarstellung; f = Häufigkeit Aus = Ausbildung; Ber = Beruf/Job; Fz = Freizeit; Int = Interessen; Fsch = Freundschaft; Woh = Wohnen, Fam = Familie; Son = Sonstiges; Ide = Ideale/Träume; Lie = Liebe; Eb = Erscheinungsbild; Fin = Finanzielles

Anhang D: Erhebungsinstrument



0% ausgefüllt

Ich lade Sie herzlich zur Teilnahme an einer wissenschaftlichen Studie der Universität Wien/Fakultät für Psychologie ein!

In dieser Studie wird untersucht, wie sich Personen gegenüber anderen beschreiben.

Wenn Sie zwischen 18 und 29 Jahre alt sind, freue ich mich über Ihr Interesse.

Bitte lesen Sie die folgenden Instruktionen und Fragen genau durch. Die Beantwortung der Fragen wird insgesamt ca. 10 Minuten dauern. Antworten Sie bitte spontan und lassen Sie keine Fragen aus. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten.

Ihre Teilnahme an dieser Studie erfolgt freiwillig und anonym. Sämtliche Informationen von Ihnen werden streng vertraulich behandelt. Selbstverständlich können Sie die Studie jederzeit ohne Angabe von Gründen abbrechen.

Mit einem Klick auf "Weiter" erklären Sie, dass Sie die Information zur Teilnahme am Fragebogen verstanden haben und damit einverstanden sind.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Weiter



13% ausgefüllt

1. Welches Geschlecht haben Sie?

Bitte wählen Sie die für Sie zutreffende Antwort aus.

- weiblich
- männlich
- anderes Geschlecht

2. Wie alt sind Sie?

Bitte geben Sie Ihr Alter in Jahren und Monaten an (z.B. 20 Jahre und 7 Monate oder 25 Jahre und 0 (Null) Monate)

Ich bin Jahre und Monat/e alt.

3. Welche Nationalität haben Sie?

Bitte wählen Sie die für Sie zutreffende Antwort aus.

- Österreich
- Deutschland
- Anderes Land:

4. Sind Sie derzeit in einer Beziehung?

Bitte wählen Sie die für Sie zutreffende Antwort aus.

- Ja
- Nein

5. Wenn Sie in einer Beziehung sind, leben Sie mit Ihrem bzw. Ihrer Partner*in zusammen?

Bitte wählen Sie die für Sie zutreffende Antwort aus.

- Ja
- Nein
- Ich bin derzeit in keiner Beziehung.

6. Wenn Sie in einer Beziehung sind, wie lange sind Sie bereits mit Ihrem bzw. Ihrer Partner*in zusammen?

Bitte geben Sie die Beziehungsdauer in Jahren und/oder Monaten an (z.B. „1“ Jahr und „5“ Monate oder „3“ Jahre und „0“ (Null) Monate). Wenn Sie derzeit in keiner Beziehung sind, geben Sie bitte „0“ Jahre und „0“ Monate an.

Meine Beziehung dauert bislang Jahr/e und Monat/e.

7. Wie stark ist Ihr Wunsch nach einer Beziehung?

Bitte geben Sie die für Sie zutreffende Antwort auf der Skala an – egal, ob Sie in einer Beziehung sind oder nicht.

überhaupt nicht vorhanden stark vorhanden



Mein Wunsch nach einer Beziehung ist

8. Welchen Bildungsabschluss haben Sie?

Bitte wählen Sie den höchsten Bildungsabschluss, den Sie bisher erreicht haben.

- keinen
- Pflichtschule
- weiterführende Schule ohne Matura (z.B. HAS)
- Hochschulreife (z.B. Matura, Abitur)
- Bachelor
- Master oder Äquivalent (z.B. Magister, Diplom)
- PhD oder Doktorat
- Anderer Abschluss, und zwar:

9. Was machen Sie derzeit beruflich?

Bitte wählen Sie die für Sie zutreffende/n Antwort/en aus.

- Student/in
- Berufstätig
- Arbeitslos/Arbeit suchend
- Sonstiges:

Weiter

In Folge wird eine Situation beschrieben. Bitte stellen Sie sich vor, **Sie selbst befinden sich in dieser Situation.**

Weiter

10. Sie kommen zur Party eines bzw. einer Bekannten. Außer dem/der Gastgeber*in kennen Sie niemanden. Sie holen sich etwas zu trinken und schauen sich im Raum um. Genau jetzt spricht Sie ein anderer Gast an und verwickelt Sie in ein Gespräch. Sie stellen sich gegenseitig mit Namen vor. Er bzw. sie möchte gerne mehr über Sie wissen und fragt, was Sie ihm/ihr über sich erzählen wollen. Was erzählen Sie über sich?

Bitte gehen Sie bei der Beantwortung der Frage wie folgt vor:

Wählen Sie zuerst einen Lebensbereich aus dem Dropdown-Menü zu Inhalten, die Sie über sich erzählen wollen (Bsp.: Freizeit).

Schreiben Sie neben jeden von Ihnen gewählten Lebensbereich einen Satz, der einen Bezug zu Ihnen herstellt (Bsp.: Freizeit – Ich spiele gerne Tennis.).

Sie können Lebensbereiche auch mehrmals auswählen oder weglassen.

Bitte füllen Sie so viele Zeilen wie möglich aus.

[Bitte auswählen] ▾	<input type="text"/>

Weiter

11. Wer oder was könnte die Person, die Sie gerade getroffen haben, für Sie sein bzw. werden?

Bitte geben Sie an, wen bzw. was Sie sich in der Situation vorgestellt haben.

Weiter

In Folge wird eine weitere Situation beschrieben. Bitte stellen Sie sich vor, **Sie selbst befinden sich in dieser Situation.**

Weiter

12. Über einen neuen Online-Chat hat Sie eine fremde Person angeschrieben und möchte Sie näher kennenlernen und bittet Sie, etwas über sich zu erzählen. Sie beginnen, mit dieser Person zu chatten. Was erzählen Sie über sich?

Bitte gehen Sie bei der Beantwortung der Frage wie folgt vor:

Wählen Sie zuerst einen Lebensbereich aus dem Dropdown-Menü zu Inhalten, die Sie über sich erzählen wollen (Bsp.: Freizeit).

Schreiben Sie neben jeden von Ihnen gewählten Lebensbereich einen Satz, der einen Bezug zu Ihnen herstellt (Bsp.: Freizeit – Ich spiele gerne Tennis.).

Sie können Lebensbereiche auch mehrmals auswählen oder weglassen.

Bitte füllen Sie so viele Zeilen wie möglich aus.

[Bitte auswählen] ▾	<input type="text"/>

Weiter

13. Wer oder was könnte die Person, mit der Sie gerade gechattet haben, für Sie sein bzw. werden?

Bitte geben Sie an, wen bzw. was Sie sich in der Situation vorgestellt haben.

Weiter

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Ich bedanke mich ganz herzlich für Ihre Mithilfe. Falls Sie Fragen zur Studie haben, können Sie mich gerne unter a1002441@unet.univie.ac.at kontaktieren.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.