

Exposé zur Bachelorarbeit

Affiliation und soziale Isolation:

Der Zusammenhang zwischen verschiedenen Messmethoden des
Affiliationsmotivs und sozialer Isolation

NAME VORNAME

Matrikelnummer: XX

B. Sc. Psychologie, X. Fachsemester

EMAIL-ADRESSE

Erstgutachter: XX

Zweitgutachter: XX

Einreichungsdatum:

XX

Einleitung

Der Wunsch nach positiven zwischenmenschlichen Beziehungen, sozialer Akzeptanz und Zugehörigkeit ist ein grundlegendes menschliches Bedürfnis (Murray, 1938) und Baustein verschiedenster psychologischer Modelle (Hofer & Hagemeyer, 2018). Die Fähigkeit eine Beziehung zu anderen Menschen anzunehmen und aufrechtzuerhalten gilt als eine angeborene, universelle und überlebenswichtige Verhaltenstendenz (Sullivan, 1953), allerdings gibt es individuelle Unterschiede in der Ausprägung dieser, die auch auf Lernerfahrungen, insbesondere in früher Kindheit, zurückgeführt werden (Dufner et al., 2015). Diese relativ stabilen Persönlichkeitsdispositionen beschränken sich nicht nur auf den Wunsch nach Zugehörigkeit, sondern lassen sich auch für den Wunsch nach Macht und den Wunsch nach Leistung formulieren und sorgen dafür, dass der Mensch, je nach Ausprägung dieser sozialen Motive, sein Verhalten und Erleben innerhalb eines Kontextes auswählt, lenkt und energetisiert, um diesen Wunsch zu befriedigen (McClelland, 1987). In dieser Bachelorarbeit wird der Fokus auf den Wunsch nach Zugehörigkeit gelegt, welcher auch als das Affiliationsmotiv bekannt ist und positiv getönte Beziehungen zu anderen Menschen oder Gruppen als zentralen Anreiz zum Aufsuchen oder Vermeiden von Situationen sieht (Schultheiss & Köllner, 2021).

Implizites und explizites Affiliationsmotiv

Das Affiliationsmotiv lässt sich in ein implizites Motiv, dass sich der Introspektion entzieht und nicht verbalisierbar ist, und ein explizites Motiv, dass das Selbstbild, die Werte und die Ziele einer Person widerspiegelt, unterscheiden (Hofer & Hagemeyer, 2018). Da sich das explizite Motiv in Worte fassen lässt, kann es durch Selbstberichte oder Fragebögen erfasst werden, während sich das implizite Motiv über eine Picture Story Exercise (PSE), auch als Thematischen Apperzeptionstest (TAT) bekannt, erfasst wird (McClelland et al., 1949). Dabei ist es die Aufgabe der Versuchspersonen auf Grundlage von motivanregenden

Bildvorlagen, spontane Geschichten zu schreiben, welche später durch ausgebildete Kodierer mittels eines Inhaltsschlüssels ausgewertet werden (Hofer & Hagemeyer, 2018).

Explizite und impliziten Motive korrelieren nur schwach miteinander (z.B. Schultheiss & Brunstein, 2001; Köllner & Schultheiss, 2014), was dadurch zu begründen ist, dass beide Bedürfnisse in distinkten Motivationssystemen zu verordnen sind (McClelland et al., 1989).

Positive Affective Contingencies (PAC)

Allerdings lässt sie sich zwischen implizitem und explizitem Affiliationsmotiv eine indirekte Verbindung herstellen. Die Motive-Specific Positive Affective Contingencies (PAC) für das Affiliationsmotiv (PAC-AFF) gelten als ein wichtiger Prädiktor für affiliatives Verhalten, da sie ein signifikantes Maß an Konvergenz mit den Selbst- und Fremdberichten zum Zugehörigkeitsmotiv aufweisen und gleichzeitig, durch ihren moderat positiven Zusammenhang mit der PSE und spontanem Verhalten, mit impliziten assoziativen Netzwerken verknüpft sind (Dufner et al., 2015). Nicht nur echte affiliative Erfahrungen, wie warme und enge Kontakte, können eine positive affektive Reaktion hervorrufen, sondern auch konditionierte Stimuli, wie z.B. assoziierte Situationsmerkmale, was ein Schlüsselaspekt des Affiliationsmotivs darstellt (Dufner et al., 2015).

Soziale Isolation

Menschen mit einem hohen impliziten Affiliationsmotiv initiieren öfter soziale Interaktionen, als Menschen mit einem niedrig ausgeprägten impliziten Affiliationsmotiv (McAdams & Constantin, 1983), verbringen mehr Zeit mit anderen Menschen (Schultheiss & Köllner, 2021) und erzielen bessere Noten in Kursen, bei denen sie Dozierende als warmherzig und freundlich wahrnehmen (McKeachie, 1966). Bei einer hohen Ausprägung des expliziten Affiliationsmotivs suchen Menschen eher nach sozialer Unterstützung in stressigen Situationen und sorgen sich mehr um ihre soziale Akzeptanz (Weinberger & McClelland, 1990).

Dies weist darauf hin, dass Menschen mit einem hohen impliziten und einem hohen expliziten Affiliationsmotiv objektiv gemessen nicht sozial isoliert sein sollten. Gleiches gilt auch für Menschen, die emotionale Zufriedenheit aus affiliativen Erfahrungen ziehen. Dabei lässt sich soziale Isolation klar von subjektiv wahrgenommener Einsamkeit abgrenzen, da sie sich nur auf den objektiven Mangel an sozialen Kontakten mit anderen und nicht auf die Wahrnehmung von Einsamkeit und sozialer Isolation bezieht (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2020). Dies gilt es im Folgenden zu untersuchen.

Die geplante Studie

Die geplante Studie untersucht den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Maßen des Affiliationsmotivs und sozialer Isolation. Im Folgenden werden Hypothesen dargestellt.

H1: Die Motive-Specific Positive Affective Contingencies korrelieren positiv mit dem expliziten Affiliationsmotiv.

H2: Die Motive-Specific Positive Affective Contingencies korrelieren positiv mit dem impliziten Affiliationsmotiv.

H3: Das implizite Affiliationsmotiv ist ein negativer Prädiktor für sozialer Isolation.

H4: Das explizite Affiliationsmotiv ist ein negativer Prädiktor für sozialer Isolation.

H5: Die Motive-Specific Positive Affective Contingencies sind ein negativer Prädiktor für sozialer Isolation.

Als potenziell konfundierende Variable wird zusätzlich untersucht, ob Geschlechtsunterschiede in Bezug auf das Affiliationsmotiv und sozialer Isolation bestehen. Frauen weisen im allgemeinen höhere Werte im Affiliationsmotiv und möglicherweise geringere Werte in sozialer Isolation auf als Männer, was sich durch die geschlechtsspezifischen sozialen Rollen erklären lässt, die Frauen stärker auf zwischenmenschliche Beziehungen ausrichten (Schönbrodt et al., 2020). Dahingehend lässt sich explorativ untersuchen, inwieweit es sich bei möglichen Korrelationen zwischen den

Motivmaßen und sozialer Isolation um Scheinkorrelationen handelt, die allein aufgrund des Geschlechts auftreten.

Die Motive-Specific Positive Affective Contingencies sind darüber hinaus meist inkrementell valide, weshalb zudem untersucht wird, ob die PACs über die expliziten und impliziten Affiliationsmotive hinaus einen zusätzlichen Beitrag zur Vorhersage sozialer Isolation leistet:

H6: Die Motive-Specific Positive Affective Contingencies leisten einen zusätzlichen Beitrag zur Vorhersage sozialer Isolation, über implizite und explizite Motive hinaus.

Methoden

Versuchsdesign und Ablauf

Die Datenerhebung der nicht-experimentellen, querschnittlichen Studie findet vom 01.12.2024 bis zum 12.01.2025 statt. Die Rekrutierung erfolgt im Bekanntenkreis, über soziale Medien und die Verteilung von Flyern in Universitäten. Versuchspersonen füllen einen 45-minütigen Online-Fragebogen über die Software *formr* (Arslan et al., 2019) aus. Dabei werden folgende Variablen erhoben: demographische Variablen (Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus, Wohnsituation, Bildungsabschluss), implizite Motive, explizite Motive, Reaktion auf soziale Situationen und soziale Isolation. Während der Befragung werden weitere Variablen erhoben, da sie einem größeren Forschungsthema dienen, allerdings sind diese nicht relevant für die vorliegende Bachelorarbeit. Psychologiestudierende können für die Teilnahme 1 VP-Stunde erhalten, weshalb die E-Mailadresse separat gespeichert wird. Die Versuchspersonen werden während der Teilnahme nicht getäuscht.

Stichprobe

Alle volljährigen Personen mit guten Deutschkenntnissen können an der Studie teilnehmen. Die benötigte Stichprobengröße wurde mithilfe von *G*Power* ermittelt (Version 3.1.9.7, Erdfelder et al., 1996). Es wurde die Stichprobengröße bestimmt, die benötigt wird, um eine Korrelation von $r = .20$ mit einer Power von 80% und einem alpha-niveau von .05 zu

finden. Die angenommene Korrelation von $r = .20$ orientiert sich nach Funder und Ozer (2019) an einer mittelstarken Korrelation in der Persönlichkeitspsychologie. Um potenzielle Datenverluste durch unvollständige Antworten oder Ausschlusskriterien zu kompensieren, wird die Rekrutierung auf 215 Versuchspersonen ausgeweitet. Dies entspricht einer zusätzlichen Sicherheitsmarge von etwa 10% über der berechneten Mindeststichprobe.

Die Rekrutierung erfolgt über soziale Medien und persönliche Netzwerke sowie durch Aushänge und Flyer in Universitäten. Für die Teilnahme wird die Möglichkeit geboten, 1 Versuchspersonenstunde zu erhalten, indem ein individueller Code nach der vollständigen Studienteilnahme übermittelt wird.

Ein Ausschluss von Teilnehmenden erfolgt, wenn diese die Einwilligungserklärung mit nicht erteilen, unzureichende Lesefähigkeiten aufweisen, keinen Zugang zu einem internetfähigen Gerät haben oder die deutsche Sprache nicht beherrschen.

Messinstrumente

Implizite Motive

Die impliziten Motive werden mithilfe von fünf motivanregenden Bildvorlagen der PSE von Schönbrodt et al. (2020) gemessen, auf deren Grundlage Versuchspersonen spontan Geschichten produzieren. Dies ist eine gängige Methode und dem TAT-Verfahren entlehnt, bei dem die Reaktion der Versuchspersonen mit einem offenen Antwortformat erfasst wird. Folgende Bilder wurden gewählt: „newpic6“, „newpic9“, „newpic8“, „newpic17“ und „newpic18“.

Explizite Motive

Zur Erfassung der expliziten Motive wird die deutsche ultra-short version der Unified Motive Scale (UMS-3) von Schönbrodt & Gerstenberg (2014) verwendet, bei der Versuchspersonen auf einer sechsstufigen Skala von 1 (*trifft überhaupt nicht zu*) bis (*trifft vollkommen zu*) angeben, wie sehr 15 strukturierten Aussagen auf sie zutreffen.

PAC

Die Motive-Specific PACs (Dufner et al., 2023) werden über Affekt Ratings bei 30 Motivbildern zum Affiliationsmotiv, Machtmotiv und Leistungsmotiv erfasst. Die Probanden bewerten ihre affektive Reaktion auf die Bilder auf einer Skala von 1 (*sehr negativ*) bis 5 (*sehr positiv*).

Soziale Isolation

Die soziale Isolation wird durch Lubben Social Network Scale (LSNS-R) von Lubben et al. (2006) erfasst, welche ins Deutsche übersetzt wurde. Hier bewerten Versuchspersonen 12 strukturierte Aussagen auf einer Skala von 1 (*weniger soziales Engagement*) bis 5 (*mehr soziales Engagement*). Dabei behandeln 6 Items Fragen zur Familie (z.B. „Wie vielen Verwandten fühlen Sie sich so nahe, dass Sie diese um Hilfe bitten könnten?“) und 6 Items Fragen zu Freundschaften (z.B. „Wie viele Ihrer Freunde sehen oder von wie vielen hören Sie mindestens einmal im Monat?“).

Statistische Auswertung

Für alle statistischen Analysen wird die Statistiksoftware R (Version 1.3.959, R Core Team, 2019) genutzt. Während der Datenaufbereitung werden invertierte Items umgepolt und Skalenwerte berechnet. Um die Geschichten der Picture Story Exercise zeitsparend und effizient in Hinblick auf die Analyse des Affiliations-, Leistungs- und Machtmotivs auszuwerten, wird das automatisierte Codierungstool aus dem R-Paket *text* genutzt (Nilsson et al., 2024).

Versuchspersonen werden ausgeschlossen, wenn sie folgende Mindestanforderungen der Studie missachten: PSE-Texte werden ausgeschlossen, wenn sie keine sinnvollen Sätze oder Wörter enthalten (z.B. ausschließlich Buchstabenfolgen, zufällige Zeichen, Leertexte oder Wiederholung von nichtssagenden Phrasen); Wenn eine extrem kurze Bearbeitungszeit gesamten Studie von < 15 Minuten darauf schließen lässt, dass die Aufgaben nicht ernsthaft

bearbeitet wurden; Bei der offensichtlichen Missachtung der Instruktionen und bei Erkennung eines zufälligen Antwortmusters.

Für die Datenanalyse werden die soziale Isolation und die verschiedenen Maße des Affiliationsmotivs zunächst deskriptiv ausgewertet. Um die statistische Auswertung der PSE-Scores trotz unterschiedlicher Textlängen zu standardisieren, werden die Rohwerte mithilfe einer Regression auf die Länge der Geschichten normiert und die Residuen als kontrollierte Motivscores abgespeichert. Die Reliabilität der Skalen wird durch die Berechnung von Cronbach's Alpha bestimmt.

Die konvergente Validität der Motivmaße wird für H1 und H2 anhand der Interkorrelation der Skalenmittelwerte der einzelnen Affiliationsmaße (implizit, explizit, PAC) untersucht. Zur Überprüfung von H3, H4 und H5, die Vorhersage der sozialen Isolation durch die Affiliationsmaße, werden einfache Regressionen durchgeführt, in denen jeweils das entsprechende Affiliationsmaß als Prädiktor aufgenommen wird. Um sicherzustellen, dass die Effekte der Affiliationsmaße nicht durch geschlechtsspezifische Unterschiede verzerrt sind, wird in diesen Regressionen das Geschlecht als zusätzlicher Prädiktor berücksichtigt. Der Zusammenhang zwischen den Affiliationsmaßen und sozialer Isolation wird somit unter Kontrolle des Geschlechts explorativ untersucht. Für H6, die inkrementelle Validität der PACs, wird eine multiple Regression durchgeführt, bei der die drei Affiliationsmaße (implizit, explizit, PAC) simultan als Prädiktoren für soziale Isolation aufgenommen werden.

Zeitplan

Dauer: Zwanzig Wochen (11.11.2024–31.03.2024)

Bis 18.11.: Ethikantrag

Bis 01.12.: Implementierung

Bis 10.12.: Bachelorarbeit anmelden

Bis 30.01.: Erhebung und Datenauswertung

Bis 05.02.: Ergebnisse präsentieren

Bis 07.02.: Literaturrecherche

Bis 09.02.: Thematische Hinführung + Hypothesen

Bis 16.02.: Rohfassung Hauptteil

Bis 02.03.: Rohfassung empirische Untersuchung

Bis 06.03.: Rohfassung Einleitung + Schluss

Bis 20.03.: Überarbeitung + Korrektur

Bis 22.03.: Layout + Titelblatt

Bis 24.03.: Druck

Bis 31.03.: Abgabe

Literaturverzeichnis

- Arslan, R. C., Walther, M. P. & Tata, C. S. (2019). formr: A study framework allowing for automated feedback generation and complex longitudinal experience-sampling studies using R. *Behavior Research Methods*, 52(1), 376–387. <https://doi.org/10.3758/s13428-019-01236-y>
- Dufner, M., Arslan, R. C., Hagemeyer, B., Schönbrodt, F. D. & Denissen, J. J. A. (2015). Affective contingencies in the affiliative domain: Physiological assessment, associations with the affiliation motive, and prediction of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 109(4), 662–676. <https://doi.org/10.1037/pspp0000025>
- Erdfelder, E., Faul, F. & Buchner, A. (1996). GPOWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments & Computers*, 28(1), 1–11. <https://doi.org/10.3758/bf03203630>
- Funder, D. C. & Ozer, D. J. (2019). Evaluating effect size in psychological research: Sense and nonsense. *Advances in Methods And Practices in Psychological Science*, 2(2), 156–168. <https://doi.org/10.1177/2515245919847202>
- Hofer, J. & Hagemeyer, B. (2018). Soziale Anschlussmotivation: Affiliation und Intimität. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (5. Aufl., S. 223–244). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-53927-9>
- Köllner, M. G. & Schultheiss, O. C. (2014). Meta-analytic evidence of low convergence between implicit and explicit measures of the needs for achievement, affiliation, and power. *Frontiers in Psychology*, 5(826), 1–20. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00826>
- Lubben, J., Blozik, E., Gillmann, G., Iliffe, S., Von Renteln Kruse, W., Beck, J. C. & Stuck, A. E. (2006). Performance of an Abbreviated Version of the Lubben Social Network Scale Among Three European Community-Dwelling Older Adult Populations. *The Gerontologist*, 46(4), 503–513. <https://doi.org/10.1093/geront/46.4.503>
- McAdams, D. P. & Constantian, C. A. (1983). Intimacy and affiliation motives in daily living: An experience sampling analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), 851–861. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.4.851>

- McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cambridge University Press.
- McClelland, D. C., Clark, R. A., Roby, T. B. & Atkinson, J. W. (1949). The effect of the need for achievement on thematic apperception. *Journal of Experimental Psychology*, 37, 242–255.
- McClelland, D. C., Clark, R. A., Roby, T. B., & Atkinson, J. W. (1949). The projective expression of needs. IV. The effect of the need for achievement on thematic apperception. *Journal of Experimental Psychology*, 39(2), 242–255. <https://doi.org/10.1037/h0062969>
- McKeachie, W. J., Lin, Y., Milholland, J. & Isaacson, R. (1966). Student affiliation motives, teacher warmth, and academic achievement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(4), 457–461. <https://doi.org/10.1037/h0023841>
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. Oxford Univ. Press.
- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. (2020). Assessment of social isolation and loneliness in research. In *Social isolation and loneliness in older adults* (S. 107–122). National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/25663>
- Nilsson, A., Runge, J. M., Kjell, O. N. E., Soni, N., Ganesan, A. V. & Nilsson, C. V. (2024, 24. April). Automatic implicit motives codings are as accurate as humans', cheaper, and 99% faster. *PsyArXiv Preprints*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/7s6jp>
- R Core Team. (2019). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation For Statistical Computing. <https://www.R-project.org/>
- Schönbrodt, F. D. & Gerstenberg, F. X. (2012). An IRT analysis of motive questionnaires: The Unified Motive Scales. *Journal of Research in Personality*, 46(6), 725–742. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2012.08.010>
- Schönbrodt, F. D., Hagemeyer, B., Brandstätter, V., Czikmántori, T., Gröpel, P., Hennecke, M., Israel, L. S. F., Janson, K. T., Kemper, N., Köllner, M. G., Kopp, P. M., Mojzisch, A., Müller-Hotop, R., Prüfer, J., Quirin, M., Scheidemann, B., Schiestel, L., Schulz-Hardt, S., Sust, L. N. N., . . . Schultheiss, O. C. (2020). Measuring implicit motives with the Picture Story Exercise (PSE): Databases of expert-coded German stories,

- pictures, and updated picture norms. *Journal of Personality Assessment*, 103(3), 392–405. <https://doi.org/10.1080/00223891.2020.1726936>
- Schultheiss, O. C. & Brunstein, J. C. (2001). Assessing implicit motives with a research version of the TAT: Picture profiles, gender differences, and relations to other personality measures. *Journal of Personality Assessment*, 77, 71–86. https://doi.org/10.1207/S15327752JPA7701_05
- Schultheiss, O. C. & Köllner, M. G. (2021). Implicit motives. In O. P. John & R. W. Robins (Hrsg.), *Handbook of personality: Theory and research* (4. Aufl., S. 385–410). The Guilford Press.
- Schultheiss, O. C., & Pang, J. S. (2007). Measuring implicit motives. In R. W. Robins, R. C. Fraley, R. Krueger (Hrsg.), *Handbook of research methods in personality psychology* (S. 322-344). Guilford Press.
- Sullivan, H. S. (1953). *The interpersonal theory of psychiatry*. W W Norton & Co.
- Weinberger, J. & McClelland, D. C. (1990). Cognitive versus traditional motivational models: Irreconcilable or complementary? In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Hrsg.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (2. Aufl., S. 562–597). The Guilford Press.