

Gefühle auf dem Laufband?

Fehlattribution von körperlicher Erregung und Sensation Seeking

Universität Heidelberg, Experimentelles Praktikum 2005

Astrid Milde und Mariam Musse

1) Fragestellung

Angeregt durch das Buch „Die Liebe und wie sich Leidenschaft erklärt“ von Bas Kast (2004) überlegten wir: Lässt sich Verlieben manipulieren? Können wir durch körperliche Erregung einen Menschen dazu verleiten, uns schneller attraktiv zu finden und zu uns Kontakt aufzunehmen? Im legendären Hängebrückenversuch kam es zu einer solchen Fehlattribution der Emotionen. Dort wurde eine Versuchsleiterin viermal mehr von den befragten Männern auf der wackeligen Hängebrücke (in 70 Metern Höhe über einem rauschenden Bach) zurückgerufen als von denen, auf einer kleinen stabilen Holzbrücke. Was hatte diese Männer zum Anruf veranlasst? Erregung, Aufregung oder die schöne Frau? Wir wollten das Phänomen genauer untersuchen und stellten uns die Frage: Reicht rein körperliche Erregung zur Erzeugung dieser Fehlattribution? Wenn ja: Gibt es dann Eigenschaften, die diese besonders fördern so wie Sensation Seeking, die Abenteuerlust? Das heißt, Abenteuerliche würden vielleicht eher anrufen???

2) Hypothesen

1. Nach dem Training erhalten wir deutlich mehr Rückrufe!
Rückrufer sind abenteuerlustiger als die Nicht-Rückrufer!
operationalisierten körperliche Erregung über Sport, die Abenteuerlust über einen Fragebogen. Und so begann unser Versuch...

2. Die

Wir

3) Methode

Zwei Frauen baten vor und in einem Fitnessstudio 20 Männer einen Fragebogen auszufüllen. Die eine Hälfte der Männer befand sich vor dem Training und die andere Hälfte kam unmittelbar vom Joggen auf dem Laufband. Die Männer im Durchschnittsalter von 32 Jahren waren keine Studenten. Sie trainierten regelmäßig in diesem Studio und fühlten sich in vertrauter Umgebung. Die rein körperliche Erregung lies sich gut über den Vorher-Nachher-Trainingseffekt vergleichen. Einzeln befragten nun die Versuchsleiterinnen ihre Probanden. Nach dem Test rissen sie eine Ecke des Fragebogens ab, notierten ihre Telefon-Nummer und gaben sie dem Mann mit den Worten: „Sie können gern mehr von mir zu diesem Test erfahren, WENN MAL MEHR ZEIT IST ☺. „ Würde nun tatsächlich jemand zurückrufen und sich gar unsere Hypothese bestätigen? Wir waren gespannt! Auch auf die Ergebnisse der verwandten Sensation-Seeker-Fragebögen des AISS (Arnett Inventory of Sensation Seeking) von Arnett, die zum Vergleich der Abenteuerlust der Probanden dienen. Wir werteten Hypothese 1 mit Kontingenzanalysen aus und berechneten ferner drei einfaktorielles Varianzanalysen mit den AISS-Werten als Kriterium. Unabhängigen Variablen waren Rückruf ja/nein, Training vorher/nacher und Versuchsleiterin A/B.

4) Ergebnisse

Wie erwartet riefen mehr Männer aus der Gruppe nach dem Training zurück. Alle 10 Männer, die trainiert hatten, riefen zurück, und von den 10 Männern vor dem Training waren es nur 4 (Chi-Qu. 8,57, $p < .01$). Augenscheinlich war auch: Die Person der Versuchsleiterin spielte keine Rolle. Es bestand jeweils Gleichverteilung bezüglich der anderen beiden unabhängigen Variablen Rückruf und Training.

Und wie sahen die Werte der Abenteuerlust aus? Unsere einfaktorielles Varianzanalysen zeigten: (1) Die AISS-Werte der Männer unterschieden sich nicht signifikant bei den beiden Versuchsleiterinnen. (2) Rückrufer hatten erwartungsgemäß höhere AISS-Werte (9,9 vs. 7,8 Punkte), was jedoch nicht signifikant war ($F = 2,0$, $df = 1$, $p > .10$). Einen signifikanten Unterschied gab es hingegen beim Trainingseffekt (vor 7,6 aber nach 11 Punkte, $F = 8,2$, $df = 1$, $p < .05$, Varianzaufklärung 31,4%). Die Aufklärung dieses Haupteffektes war mit 31 % sehr hoch. Alle Voraussetzungen der statistischen Verfahren im Versuch waren geprüft worden und in Ordnung.

5) Diskussion

Die Fehlattribution der Emotionen hatte wieder funktioniert - sogar bei rein körperlicher Erregung. Auch war es gut zwei Frauen einzusetzen. Wir konnten so einen Versuchsleiter-effekt ausschließen. Ferner hat unser Versuch als überraschendes Ergebnis gezeigt, dass die AISS-Skala empfindlich für körperliche Erregung ist. Als Mangel bei der Untersuchung zeigte sich jedoch, dass die Stichprobe mit $n = 20$ zu klein gewählt worden war. Dadurch konnte eine eigentlich geplante $2 \times 2 \times 2$ -Varianzanalyse (Training Vor/Nach x Rückruf Ja/Nein x Versuchsleiterin) aufgrund von einzelnen leeren Zellen nicht berechnet werden. Verallgemeinerbar ist das Ergebnis dennoch. Die befragten Personen im Fitnesscenter sind durchaus repräsentativ. Vielleicht ein bisschen besser trainiert als andere, aber das schmälert keinesfalls den Effekt: Körperliche Erregung führt häufiger zu Kontakt. Bei Männern! Interessant wäre nun eine Untersuchung bei Frauen und ihren „Schmetterlingen im Bauch“ ... ☺

Literatur:

Arnett, J. (1994). Sensation seeking: A new conceptualisation and a new scale. *Personality and Individual Differences*, 16, 289-296.
Kast, Bas (2004). *Die Liebe: und wie sich Leidenschaft erklärt*. Frankfurt/M.: S. Fischer Verlag.