

Hintergrund:

Pseudonyme:

- Erlauben korrekte Einschätzungen über Geschlecht u. Persönlichkeit ihrer Nutzer (Back et al., 2008; Heisler & Crabill, 2006; Lange et al., 2016)
- Stellen im Online-Partnerwahl-Kontext einen lohnenden Forschungsgegenstand dar (Whitty & Buchanan, 2010)

Bisherige Forschung:

- Männliche Pseudonyme effektstark kreativer als weibliche bewertet (Lange et al., 2016)
- Im Einklang damit: Forschung zum Courtship-Modell (Miller, 1999): Kreative kulturelle Leistungen überwiegend von Männern und relativ jungen Personen erbracht (umgekehrt u-förmige Verteilung)

Unsere Studie: Pseudonyme hinsichtlich Kreativität und Geschlecht bereits erforscht, der anzunehmende Alterseffekt jedoch noch nicht

FF: Wie werden Pseudonyme, die auf einer bekannten Online-Dating-Plattform verwendet wurden, in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht ihrer Nutzer wahrgenommen?

Methode:

- 60 zufällig ausgewählte Pseudonyme von partnersuchenden Personen (30 weiblich) im Alter von 18 bis 70 J. ($M=40,8$, $SD=14,5$)
 - von insgesamt 560 Vpn (überwiegend Studierende) bewertet (jeweils ein Item, 5-stufig) auf / hinsichtlich:
 - Kreativität / Attraktivität / Motivation, die Person hinter dem Pseudonym kennenlernen zu wollen

Ergebnisse:

- Männliche Pseudonyme kreativer als weibliche ($d=0,42$), weibliche dagegen als attraktiver bewertet ($d=-0,95$); letztere riefen höhere Kontaktmotivation hervor ($d=-1,30$).

Regressionsanalysen (linear / quadratisch):

- Pseudonyme umso kreativer bewertet, je älter ihre Nutzer ($R^2=,032/,039$)
- Für Attraktivität ($R^2=,074/,099$) und Kontaktmotivation: Zusammenhang mit Alter negativ ($R^2=,077/,094$)
- Für Kreativität: Verlauf umgekehrt u-förmig (entspricht Vorhersage des Courtship-Modells), ansonsten jedoch u-förmig

Geschlechtsgetrennte Analysen zeigten ähnliches Bild:

- Weibliche Pseudonyme umso kreativer bewertet, je älter ihre Nutzerinnen ($R^2=,092/,098$)
- Für Attraktivität ($R^2=,073/,073$) und Kontaktmotivation Zusammenhang mit Alter negativ ($R^2=,087/,088$)

Auch für männliche Pseudonyme fand sich:

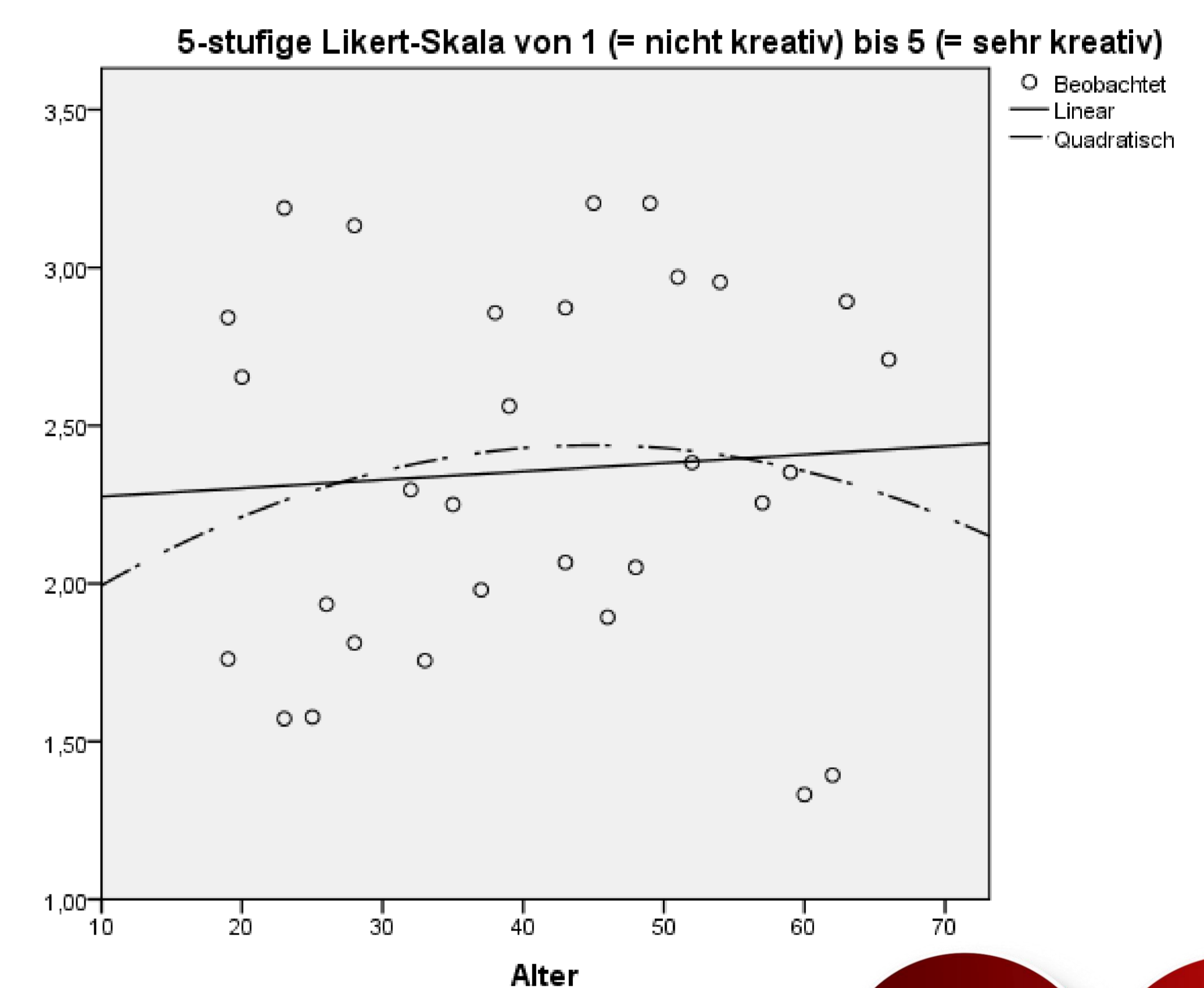
- umso kreativer bewertet, je älter ihre Nutzer ($R^2=,004/,018$)

Vorhersagbaren umgekehrt u-förmigen Verlauf (Courtship-Modell) für männliche Pseudonyme (Kreativität) zeigt Abb. 1.

Außerdem für männliche Pseudonyme:

- Je älter die Nutzer, desto geringer Attraktivität ($R^2=,117/,267$) u. weibliche Kontaktmotivation ($R^2=,144/,289$)
- Verläufe allerdings, entgegen der Annahme, u-förmig

Abbildung 1. Streudiagramm mit Regressionsgeraden (linear und quadratisch) zum Zusammenhang zwischen dem Alter der männlichen Pseudonymverwender und der weiblichen Einschätzung der Pseudonymkreativität.



Diskussion:

- Unsere Befunde teils, vielfach jedoch nicht im Einklang mit vorheriger Forschung und theoretischen Annahmen
- Dass männliche Pseudonyme kreativer als weibliche bewertet werden: bereits in anderer Forschung gezeigt (Lange et al., 2016)
- Außerdem: Ältere Personen generieren kreativere Pseudonyme; Pseudonyme jüngerer Menschen attraktiver; höhere Kontaktmotivationen
- Diese Befunde diskutierbar u.a. im Kontext der Psychologie der Lebensspanne:
- In Lebensphase des sog. mating efforts (Euler, 2013), d.h. in später Adoleszenz und frühem Erwachsenenalter: Partnerwahl.
- Männer und Partnerwahl: Präferenz für junge Frauen (Buss, 2004): im Einklang mit unseren Ergebnissen
- Allerdings präferieren Frauen eher ältere Männer (Buss, 2004); wir fanden jedoch: weiblichen Vpn bewerteten ebenfalls Pseudonyme von jungen Männern attraktiver

Referenzen:

- Back, M. D., Schmukle, S. C., & Egloff, B. (2008). How extraverted is honey.bunny77@hotmail.de? Inferring personality from e-mail addresses. *Journal of Research in Personality*, 42, 1116–1122. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrp.2008.02.001>
- Buss, D. M. (2004). *Evolutionäre Psychologie* (2., aktual. Aufl.). München: Pearson.
- Euler, H. A. (2013). Evolutionäre Entwicklungspsychologie. In L. Ahnert (Hrsg.), *Theorien in der Entwicklungspsychologie* (S. 60-93). Berlin: Springer.
- Heisler, J. M., & Crabill, S. C. (2006). Who are “stinkybug” and “Packerfan4”? Email pseudonyms and participants’ perceptions of demography, productivity and personality. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 114–135. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00317.x>
- Lange, B. P., Zaretsky, E. & Euler, H. A. (2016). Pseudo names are more than hollow words: Sex differences in the choice of pseudonyms. *Journal of Language and Social Psychology*, 35(3), 287–304. doi: 10.1177/0261927X15587102
- Miller, G. F. (1999). Sexual selection for cultural displays. In R. Dunbar, C. Knight, & C. Power (Eds.), *The evolution of culture. An interdisciplinary view* (pp. 71-91). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2010). What’s in a screen name? Attractiveness of different types of screen names used by online daters. *International Journal of Internet Science*, 5, 5–19.