

# PARALLELE WELTEN

Formen, Wirkweisen und Bedeutung  
internetbasierter Kommunikation im Kontext  
der Persönlichkeitsentwicklung

# ÜBERBLICK

- Frontal (~30min): Unterschiede verschiedener Webangebote
  - FB, Microblogging, Blogging, Casting, Insta, Snapchat, Chat, Messaging, Mailing-Listen/Foren, ImageBoards
- Gruppen (~30min): Exploration der Wirkweisen (Verstärker-Prinzipien, Bedürfnis-Versorgung)
  - Bsp.: Favo-Sternchen vs. Like-Herz
- Plenum (~30min): Faktoren für die Entwicklung der Wirkmechanismen und ihre Durchsetzung in Web2.0

# ÜBERBLICK

Gruppen/Plenum (~30-45min): Differenzielle Effekte auf unterschiedliche Störungsgruppen

- Langfristige Konsequenzen: Gewinne und Verluste
- „Digital Natives“ vs. „Digital Immigrants“ (Generationen-Perspektive)

• Gruppen/Plenum (~30-45min): Möglichkeiten therapeutischer Einflussnahme

• Plenum (Restzeit):

- Auswertung der / Diskussion über die (hoffentlich) gewonnenen Erkenntnisse
- Weitere im Verlauf aufgekommene Diskussionsthemen.

# INTERAKTIVE WEBANGEBOTE

- Klassische Interaktionsformen
  - Usenet
  - E-Mail, Mailing-Listen
  - Homepages
  - Webforen / Bulletin Boards
  - IRC-Chat, Messenger (AOL, ICQ, MSN, XMPP ...)
  - Weblogs (aka Blogs)

# INTERAKTIVE WEBANGEBOTE

- Soziale Netzwerke:
  - MySpace
  - Orkut
  - StudiVZ
  - Facebook
  - G+
  - Freie Alternativen wie Federation und Fediverse (diaspora, friendica, Mastodon, GNUSocial ...)

# INTERAKTIVE WEBANGEBOTE

- **Multimediale Angebote:**
  - Vlogs
  - YouTube o.ä. Video-Plattformen
  - Podcasts

# INTERAKTIVE WEBANGEBOTE

- Vorwiegend mobile Angebote:
  - WhatsApp, Signal, Threema, Telegram, Conversations ...
  - Tinder und andere Dating-Apps
  - SnapChat
  - Instagram

# INTERAKTIVE WEBANGEBOTE

- Relevante Unterschiede zwischen Angeboten
  - Anonymität, Pseudonymität (Identitätsverifikation durch „Freunde“)
  - Menge persönlicher Daten
  - Umgang mit persönlichen Daten
  - Verhaltensregeln, Netiquette, soziale Kontrolle, Standards
  - Zielgruppe, Communities
  - technische Kompetenzen



# LITERATUREMPFEHLUNG

Dissertation von **Julia Brailovskaia (2015)**, Ruhr-Universität Bochum: *Das narzisstische „digitale“ Selbst im Web 2.0*



**Brailovskaia & Bierhoff (2012)**, *Sensationssuchende Narzissten, Extraversion und Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken im Web 2.0*, Journal of Business and Media Psychology



# „WEB 2.0“

- Keine klare Definition, eher polymorpher Marketing-Begriff
  - „Mitmachweb“
  - neue Geschäftsmodelle
- Angebote intuitiver, weniger Vorkenntnisse
- Nutzer\*innen nicht mehr nur reine Konsument\*innen sondern auch Beitragende

# „WEB 2.0“

- Services, die soziale Interaktionen ermöglichen (z.B. Amazon, YouTube, Flickr etc.)
- Services, deren Zweck soziale Interaktion ist  
==> *Soziale Netzwerke* (SNS)
- SNS-Merkmale: Profil, Freundschaftsliste, Private Nachrichten

# SOZIALE NETZWERKE

- 2011:
  - 74% aller Internet-Nutzer\*innen in mind. 1 SNS
  - Bei U30 sogar 92%
  - 59% täglich in SNS
  - für 79-89% Online-Freundschaften wichtigster Grund

# FACEBOOK

- 2014:
  - 1,25 Milliarden Nutzer\*innen
- seit 2008 in deutscher Version
- 2013:
  - > 90% befragter Internet-Nutzer\*innen haben ein FB-Profil

# DIGITAL NATIVES

- aka „Millenials“ oder „Generation Y“ (1975–2000)
  - Nachfolge-Generation der „Babyboomer“ und „Generation X“
  - gut gebildet, selbstbewusst, leistungs- und teamorientiert
  - entspr. Interaktions- und Selbstpräsentationsverhalten

# DIGITAL NATIVES

- Erste Generation, die ...
  - ... vollständig mit Computerwelt aufwächst ...
  - ... bzw. in Welt digitalen Einkaufs/Handels.
  - Beziehungserleben und Identitätsbildung großteilig im Internet.
- Natives präsentieren möglichst viel auf FB, das sie vor Elterngeneration eher verbergen.
- Eltern == *Digital Immigrants*

# DISSERTATION BRAILOVSKAIA

- Hypothese: *Das Ausmaß sozialer Interaktion und Selbstdarstellung hängt von bestimmten Persönlichkeitseigenschaften ab.*
  - **3 Studien** korrelieren diverse Maße miteinander:
    - offener & verdeckter Narzissmus
    - Selbstwertgefühl
    - Extraversion, Offenheit und Verträglichkeit (Big5)
    - Sensation Seeking
    - Self-Monitoring
    - Liebesstile nach LEE
  - Diverse Zusammenhänge der Maße mit Selbstdarstellung und Interaktion



# DISSERTATION: STUDIE 2

- Besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Narzissmus, Selbstdarstellung, Interaktion ...
  - ... bei deutschen und russischen FB-Mitgliedern? (N = 72 vs. N = 72)
  - Ja.
  - Deutsche liken mehr und haben mehr „Freunde“
  - Russ\*innen nutzen mehr Apps auf FB

# DISSERTATION: STUDIE 3

- Soll Befunde prüfen, dass Narzissmusanstieg auf Online-Nutzung zurückzuführen sei.
  - Geburtsjahre 1992 – 1998 vs. 1975 – 1991 („Millenials“) mit jeweils  $N = 127$
  - Replikation der Befunde aus Studie 1
  - Jüngere zeigen höhere Werte bei Dispositionen, Selbstdarstellung und Interaktion auf FB.

# MEDIENKRITIK

80er-Fernsehkritik:

*„Machtmonopol der Massenmedien, die passiven Konsum voraussetzen.“*

- Manipulationsthese ==> politische Macht
- Nachahmungstheorie ==> sittliche Gefahr
- Simulationsthese ==> fiktive Realität
- Verblödungsthese ==> Kompetenzen der Konsument\*innen bedroht.

# MEDIENKRITIK

- Enzensberger:
  - Keine empirischen Belege!
  - Konsument\*innen erzeugen durch Konsum reines Unterhaltungsprogramm
- Internet als „Agora“:
  - bricht Machtmonopol und passiven Konsum auf

# WIRKWEISEN

- Exploration der Wirkweisen unterschiedlicher Web-Angebote
- Gruppen-Auftrag
  - Wählen Sie 1 oder 2 Web-Angebote aus, identifizieren Sie seine Funktionen und hypothetisieren Sie über deren Wirkung auf die Nutzer\*innen. (ca. 30min)

# WIRKMECHANISMEN

- Plenum
  - Zusammentragen der Ergebnisse
  - Vergleich der unterschiedlichen Angebote
  - Welche Faktoren haben die Durchsetzung dieser Mechanismen im Web2.0 begünstigt?

# DIFFERENZIELLE EFFEKTE

- Gruppen oder Plenum
  - Welche spezifische Bedeutung können die Wirkmechanismen für spezifische Störungsgruppen haben?
  - Welche Möglichkeiten und Grenzen therapeutischer Einflussnahme sehen Sie?
  - Wie müssten sich Angebote von heutigen Standards unterscheiden, um besser / weniger schädlich zu sein?

# ABSCHLUSSDISKUSSION

- Plenum
  - Welche Erkenntnisse haben Sie dem Workshop entnehmen können?
  - Welche (neuen) Fragen bleiben zurück?
  - Hat sich Ihre Haltung gegenüber den neuen digitalen Medien verändert?
  - Was nehmen Sie für Ihre Arbeit als Therapeut\*in in die Praxis mit?