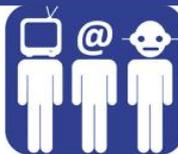


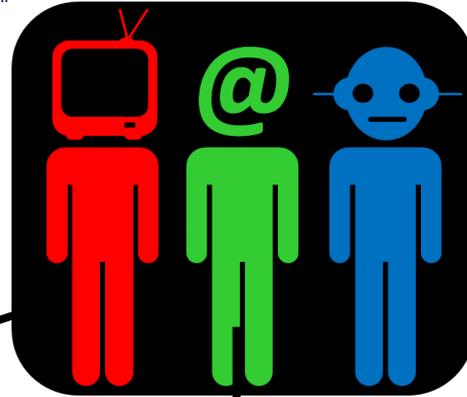
# Facebook, Twitter und Co.

Sozialpsychologische Aspekte der Nutzung und  
Wirkung von Social Media

Prof. Dr. Nicole Krämer / Jennifer Klatt, M.Sc.



# Forschungshintergrund



Soziale  
Vergleiche mit  
Medienpersona  
Sad film paradox

Internet Forschung (DFG-  
Projekt im SPP „Wissenschaft  
und Öffentlichkeit“)

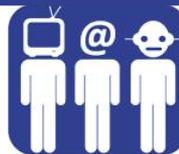
Forschung zu Sozialen  
Netzwerkseiten

Weiterbildung durch Web 2.0  
(BMBF-Projekt Foodweb 2.0)

Langzeitbeziehungen  
mit Robotern  
(EU Projekt SERA)

Soziale Wirkungen  
virtueller Helfer

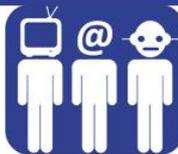
Computer-supported  
Instructional  
Communication  
(DFG Netzwerk)



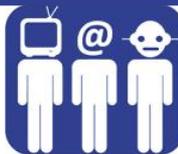
# Agenda

---

- Einführung: Überblick über Social Media
- Nutzungszahlen
- Wissenschaftliche Erkenntnisse zu Social Media
  - Nutzungsmotive
  - Wirkung
- Fallbeispiel zur Love Parade 2010
- Diskussion



# ÜBERBLICK ÜBER SOCIAL MEDIA



## 2. Grundlagen Social Media - Begriffe

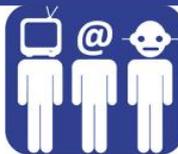
---

- Social Media

Als **Social Media** werden Soziale Netzwerke und Netzgemeinschaften verstanden, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen.

- Web 2.0

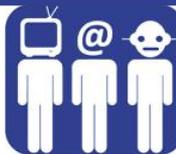
Der Begriff **Web 2.0** beschreibt eine in sozio-technischer Hinsicht veränderte Nutzung des Internets, bei der die Beteiligung der Nutzer am Web und die Generierung weiteren Zusatznutzens im Vordergrund stehen



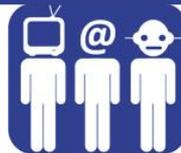
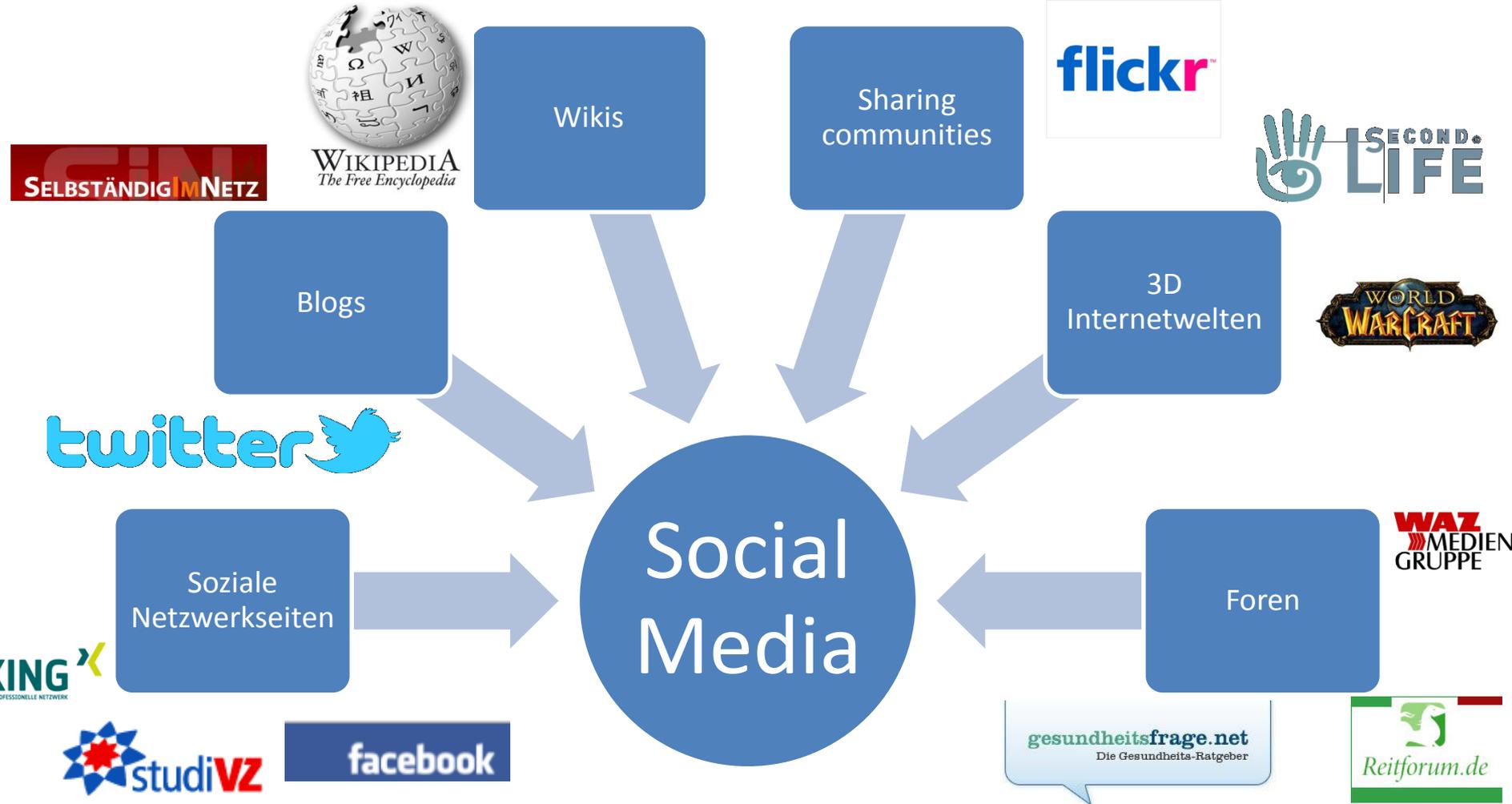
## 2. Begriffe

---

- **Post / Posting:** Inhalte, die eine Person veröffentlicht: Statusmeldungen, Fotos etc.
- **Verlinken/Link:** Eine digitale Verbindung zu einem Objekt herstellen: Ein Artikel, ein Foto...
- **Content (user-generated content):** Inhalte, die vom Nutzer eingestellt werden
- **„likem“ = „mögen“:** Zeichen, dass einem etwas gefällt: Statusmeldungen oder Profile



# Social Media Seiten



# Forum

**gesundheitsfrage.net**  
Die Gesundheits-Ratgeber

POWERED BY **gutefrage.net**

FAO | Richtlinien | **REGISTRIEREN** | **LOGIN**

Rat suchen und finden auf gesundheitsfrage.net

powered by Google

**Frage stellen** | **Tipp geben**

**THEMEN** | **NEUE FRAGEN** | **FRAGE STELLEN** | **OFFENE FRAGEN** | **ANTWORTEN** | **VIDEOS** | **TIPPS**

**FRAGE STELLEN** | **TIPP GEBEN** | **VIDEO HOCHLADEN**

Hier eingeben, welchen Rat Sie suchen ...

Einfach und schnell viele hilfreiche Ratschläge von Deutschlands großer Gesundheits-Community erhalten!

**Themen der Woche**

- 1 Krankheit
- 2 Hunger
- 3 Blinddarmentzün...
- 4 Orthopädie
- 5 Zahn
- 6 Pubertät
- 7 Krankenhaus
- 8 Verspannung
- 9 Muskeln
- 10 Taubheitsgefühl

**Rat gesucht: Aktuelle Fragen**

**1** Hirntumor oder doch die Schilddrüse? (Extreme Angst...)  
FRAGE VON FroggyLetsPlay | vor 11 Minuten  
ANTWORTEN: noch keine | THEMEN: Krankheit + Körper + Schmerzen + Tumor + Gesundheit

**1** Was ist der Unterschied zwischen Salben und Cremes?  
FRAGE VON EinsZwei | vor 24 Minuten

**Die Gesundheits-Community – einfach, hilfreich, kostenlos**  
Jetzt Mitglied werden und gesundheitsfrage.net vollständig nutzen!

Nutzername\* | Email\*

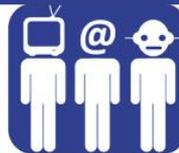
Ja, ich möchte den gesundheitsfrage.net-Newsletter.  
 Ich akzeptiere die AGB.

**REGISTRIERE!**

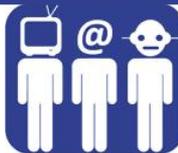
**LOGIN** |  Speichern? | [Passwort vergessen?](#)

Nutzername | .....

Google Anzeigen



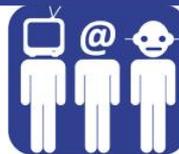
# Second Life



# YouTube

The screenshot shows the YouTube homepage with the following elements:

- Header:** YouTube logo, search bar, and navigation links: "Kategorien", "Video hochladen", "Konto erstellen", "Anmelden".
- Left Sidebar:**
  - Text: "Melde dich an und füge Kanäle zu deiner Startseite hinzu"
  - Buttons: "Anmelden", "Konto erstellen"
  - Menu: "Von YouTube" (selected), "Trends", "Beliebte Videos", "Musik", "Unterhaltung", "Sport", "Comedy", "Film & Animation"
- Main Content Area:**
  - Section: "Von YouTube"
  - Video 1: "Interview: Azad in Berlin (16BARS.TV)" - vor 1 Tag, 25:33, 26.039 Aufrufe
  - Video 2: "GameStar hilft: Battlefield 3 - Damavand Peak #1 - Tutorial" - vor 2 Tagen, 16:36, 44.299 Aufrufe
  - Video 3: "Let's Play Minecraft Adventure-Maps [Deutsch/HD]" - vor 2 Tagen, 15:01, 70.354 Aufrufe
  - Video 4: "FIFA 12 | UEFA EURO 2012 Prognose: Niederlande" - vor 2 Tagen
- Right Sidebar:**
  - Section: "Empfohlen »"
  - Video 1: "Neues aus der Anstalt - Folge 52 - 05.06.2012" - von baschtiexc, 6.166 Aufrufe
  - Video 2: "Autoball EM 2012- Eko Fresh" - von MrBeatbox1997, 4.288 Aufrufe
  - Video 3: "Autoball EM 2012 auf Pro7-Vorrundenspiel" - von DeineMueter20, 56.370 Aufrufe
  - Video 4: "coldmirror - Die TV-Sendung (Staffel 2)" - von nickedingsbums, 7.288 Aufrufe
  - Video 5: "Roboter Fußball Deutschland gegen" - von DieArschlochis, 1.440 Aufrufe
  - Video 6: "Geheimnisvolle Begegnungen - Von"



# Wikipedia

Anmelde



WIKIPEDIA  
Die freie Enzyklopädie

## Navigation

- [Hauptseite](#)
- [Über Wikipedia](#)
- [Themenportale](#)
- [Von A bis Z](#)
- [Zufälliger Artikel](#)

## Mitmachen

- [Hilfe](#)
- [Wikipedia-Portal](#)
- [Letzte Änderungen](#)
- [Spenden](#)

## Suche

Artikel

Suche

## Werkzeuge

- [Links auf diese Seite](#)
- [Änderungen an verlinkten Seiten](#)
- [Hochladen](#)
- [Spezialseiten](#)
- [Druckversion](#)

Artikel

Diskussion

Seite bearbeiten

Versionsgeschichte

## Weblog

Ein **Weblog** [ˈwɛblɔɡ] (engl. *Wortkreuzung* aus *Web* und *Log*), oft einfach nur **Blog** [blɔɡ] genannt, ist eine *Webseite*, die periodisch neue Einträge enthält. Neue Einträge stehen an oberster Stelle, ältere folgen in umgekehrt chronologischer Reihenfolge. Die Tätigkeit des Schreibens in einem Blog wird als **Bloggen** bezeichnet.

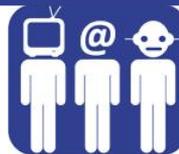
### Inhaltsverzeichnis [\[Verbergen\]](#)

- 1 Geschichte
- 2 Herkunft des Begriffs
- 3 Formen
- 4 Technik
  - 4.1 Elemente
    - 4.1.1 Einträge
    - 4.1.2 Permalinks
    - 4.1.3 Kommentare
    - 4.1.4 Trackback / Pingback
    - 4.1.5 Feed
    - 4.1.6 Blogroll
    - 4.1.7 Asides
    - 4.1.8 Stöckchen
- 5 Auswirkungen
- 6 Siehe auch
- 7 Literatur
- 8 Weblinks

### Geschichte [\[Bearbeiten\]](#)

Die ersten Weblogs tauchten Mitte der **1990er** Jahre auf. Sie wurden *Online-Tagebücher* genannt und waren Websites, auf denen Internetnutzer periodisch Einträge über ihr eigenes Leben machten. Als einer der ersten Blogger gilt **Simon Gisler**, der seit **1994** ein Online-Tagebuch führte.

Ab **1996** wurden Services wie **Yango** eingerichtet, die Internetnutzern auf einfache Weise das Erstellen eines eigenen Weblogs ermöglichten. Nach einem langsamen Start wiesen enlch



## TEDDYKRIEGER



### :: Fachärzte und ihr Ego...

von [Teddykrieger](#) @ 26.09.2006 - 17:18:25

Tja, da bin ich wieder daheim und ziemlich matschig. Werde mich wohl gleich erstmal was hinlegen. Irgendwie sitzt mir die ganze Dröhnung von gestern mit den ganzen Narkosespritzen, doch noch ziemlich in den Gliedern.

Eben war ich also zur Nachbesprechung bei dem Facharzt  
*(wobei ich letzteres nach dem Akt gestern und dem Gespräch heute, fast bezweifeln möchte).*

Ich wäre also nicht gastropirbar

*(keine Ahnung wie man das jetzt jetzt richtig schreibt, ist mir auch egal!)*

Ich solle mal etwas seichter essen, Zwieback und so, dann ginge das bestimmt wieder weg. Man bräuchte bei mir jetzt bestimmt nicht denken, dass ich was ernsthaftes hätte  
*(nö, woher auch, ich schleppe mich damit ja auch erst seit guten zwei Monaten durch die Geegend, ohne dass es besser wird!)*

Ein paar MCP-Tropfen, kein Eisbein

*(was ich noch nie mochte, aber Vorurteile sind ja was wunderbares)*

und wenn es nicht besser würde, dann würde man den Magen mal röntgen.

Warum eigentlich nicht gleich?

Und warum keine Magenspiegelung mit Vollnarkose?

Ach, das wäre ja ein Aufwand, da müssten zwei Ärzte dabei sein und überhaupt. Ob das die Krankenkasse zahlen würde, er wäre sich da ja nicht so sicher

### Über mich

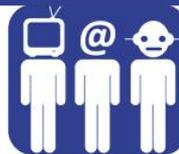


Teddykrieger <sup>PTO</sup>



### beliebte Themen

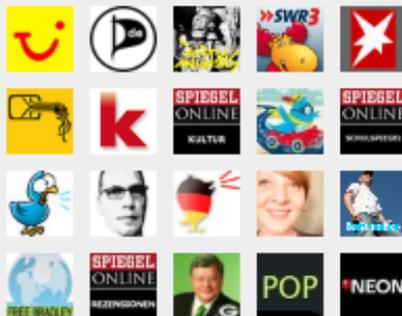
- Helden haben es schwer
- Der Abwaschpodcast live aus der Küche
- Podcast - Wann bin ich so alt



# Twitter



Schau nach, wer auch noch hier ist



Freunde; Kollegen; Berühmtheiten; Firmen. Alle findest Du auf Twitter.

## Top Tweets [View all >](#)



**yatil** »If you think about SEO, you're doing it wrong, think about People Optimization, write good content.« @adactio #fronteers10

2 hours ago



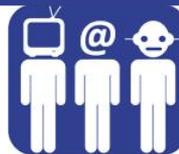
**haekelschwein** Ich hörte, Leute, die nicht twittern, nutzen die gewonnene Zeit, um nackt aufeinanderzuliegen. Lächerlich, stellt Euch das mal bildlich vor!

yesterday



**yeebase\_t3n** YEAH! Internet Explorer Anteil fällt erstmals unter 50% weltweit <http://bit.ly/bJokFc> #ln #fb #ie

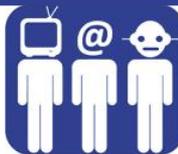
yesterday



# Facebook

---

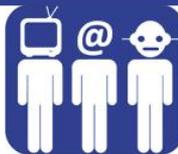
- Wer von Ihnen besitzt einen Facebook-Account?
- Wer von Ihnen hat über 100 Freunde?



# Facebook

---

- 721 Millionen aktive Nutzer weltweit (Stand 2011), Durchschnittsalter um 30 Jahre und 190 „Freunde“
- Wichtigste Funktionen:
  - Startseite
  - Eigene Pinnwand/Wall
  - Eigene Infos
  - Eigene Fotos
  - Freunde





Jennifer

## FAVORITES

- News Feed**
- Messages 2
- Events 3
- Find Friends 3

## GROUPS

- Komedia / Kommedia Alumni-Gr
- Kommedia Alumni-Fahrt 1
- Create Group...

## FRIENDS

- Close Friends
- Family
- Sozialpsychologie: Medi 17
- University of Duisburg-Essen 20+
- Pelizaesus-Gymnasium
- Uni Duisburg-Essen 20+
- University of Duisburg-Essen 20+
- University of Southern California 18
- Duisburg Area 20+
- Essen Area 20+

## APPS

- My Year In Status
- Apps and Games 2
- Links

Update Status Add Photo / Video Ask Question

What's on your mind?

SORT ▾



Sera

<http://www.hna.de/documenta-13/koepfe/brad-pitt-besucht-documenta-2353628.html>



**Aktuelle Meldung: Brad Pitt besucht die documenta**

[www.hna.de](http://www.hna.de)

Kassel. Die documenta 13 zieht sogar die Weltstars an: Brad Pitt ist am Donnerstagmittag im Fridericianum gesichtet worden.

Like · Comment · Share · 20 minutes ago · 👤

Matthias commented on his own status.



Matthias

hat irgendwer schonmal mit Javascript und D3 csv Dateien geöffnet?  
Philipp, Oliver, Patrizio, Stephan

Like · Comment · 12 hours ago · 👤

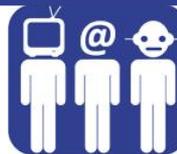
View all 7 comments



Matthias @alle: danke das ihr einen Blick in mein Problem riskiert habt :)  
Philipp ja den Link habe ich auch gesehen... es sieht einfach aus aaaaber ich bekomme die csv datei einfach nicht geladen: 1.) man muss die csv datei von einem webse...

See More

27 minutes ago · Like



# Facebook - Wall

facebook Search for anything on Facebook Jennifer Klatt Find Friends Home

**Johannes [redacted]**  
Works at Novacore Studios Studied Applied Cognitive and Media Science at Uni Duisburg-Essen  
Lives in Essen Married to Jennifer [redacted] Born on January 3, 1983

Write Post Add Photo / Video  
Write something...

Johannes [redacted] shared George Takei's photo.  
  
Textbook fail. I'd call "shopped" but I hear Ansel Adams snapped the original photo.  
Like Comment Share Tuesday at 4:20pm  
Antje [redacted], Oliver [redacted], Mark [redacted] and 2 others like this.  
Write a comment...

**Sponsored** See All

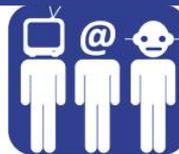
**John Frieda DE**  
200 Tester für JOHN FRIEDA® Full Repair™ gesucht!  
Überstrapaziertes Haar? Jetzt bewerben!  
Like Janine Halsig likes this.

**Blumiger Kleidertraum**  
bonprix.de  
Tolle Kleider in Farbenfroher Vielfalt!

**Spaß zum Bechern**  
fab.de  
Jetzt bei Fab: Becher die Lebensfreude auf den Frühstückstisch bringen.

**Sale Jacadi Paris**  
Profittieren Sie von bis zu -50% auf die Sommerkollektion Baby und Kinder.  
Bis zu -50%

**Hotels WithMe**  
Durchsuche über 150.000 Hotels weltweit. Finde das richtige Angebot am richtigen Ort!  
7 100 people like Hotels.com Deutschland



# Infos



Wall

Info

Photos (22)

Friends

Married to



Jennifer

Friends (214)



Jina

USC



Bernhard

## Work and Education

Employers



**Novacore Studios**

Mar 2011 to present



**University of Duisburg-Essen**

Oct 2009 to Mar 2010

College



**Uni Duisburg-Essen**

Class of 2010 · Applied Cognitive and



**Uni Duisburg-Essen**

Class of 2008 · Applied Communicati

## Sports

Favorite Sports



**Surfing** with Michael

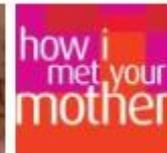


**Bouldering** with Jens

## Television



Lost



How I Met Your Mother



Star Trek: Deep Space Nine

## Games



Dishonored



Battlefield (deutsch)



Wing Commander

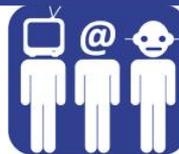
More

## Basic Information

Relationship Status Married to Jennifer

Anniversary August 22, 2009

Sex Male



# Photos

## Johannes Photos

Johannes's Photos

See All: Photos · Videos



**Wall Photos**  
7 photos



**Mobile Uploads**  
1 photo



**Profile Pictures**  
4 photos



# Friends

## Johannes [redacted] Friends

Search by Name ▼ Type a friend's name



Adam [redacted]

+1 Add Friend



Aleksandra [redacted]

Paris Lodron-Universität Salzburg

✓ Friends



Alysa Christine [redacted]

AV Technician at Seattle University

✓ Friends



Andre [redacted]

Inhaber/Geschäftsführer at Novacore Studios

+1 Add Friend



Andreas [redacted]

Dortmund, Germany

+1 Add Friend



Andrew [redacted]

Berklee

+1 Add Friend



Andrew N [redacted]

Lead Android Developer at LEVEL Studios

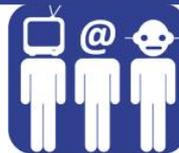
✓ Friends



Anja [redacted]

Newcastle upon Tyne

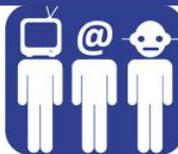
✓ Friends



# Facebook Mitglied sein: passive Nutzung

---

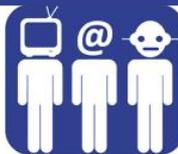
- Ich lege ein Profil an, Facebook fragt mich nach meinen Infos & einem Benutzerbild  
→ Meine Startseite ist leer
  
- Ich kann nun...
  - Freundschaftsanfragen stellen
  - Dinge/Personen „ liken“  
→ Auf meiner Startseite erscheinen Statusmeldungen von denen, mit denen ich befreundet bin + die ich like



# Facebook Mitglied sein: aktive Nutzung

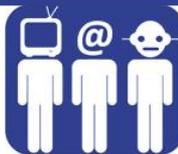
---

- Ich kann...
  - Eine Statusnachricht posten (mit Link, Foto oder auch Ortsangabe)
  - Fotos hochladen und ggf. Freunde verlinken
  - Nachrichten verschicken oder auf die Wall von Freunden posten
  - Statusnachrichten auf meiner Startseite
    - Liken
    - Kommentieren
    - wieder posten („teilen“)



ARD/ZDF Onlinestudie 2011

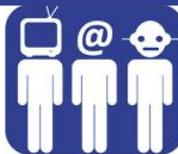
# NUTZUNGSDATEN



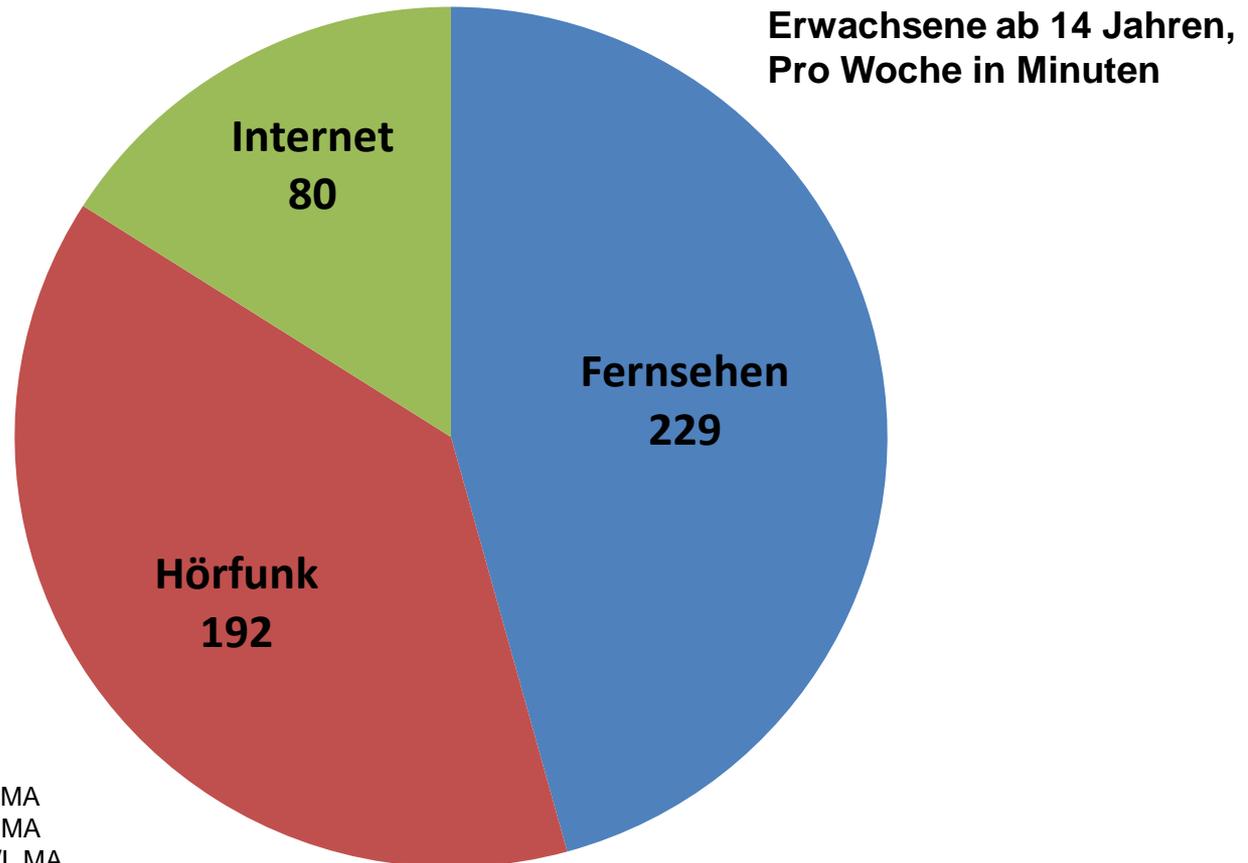
# Generelle Nutzungsdaten

---

- Internetnutzung der Menschen in 73% der über 14-jährigen mindestens gelegentlich
- 55% nutzen private Communities mit eigenem Profil



# Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet

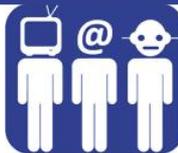


Quellen:

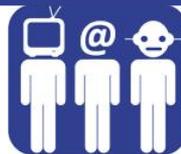
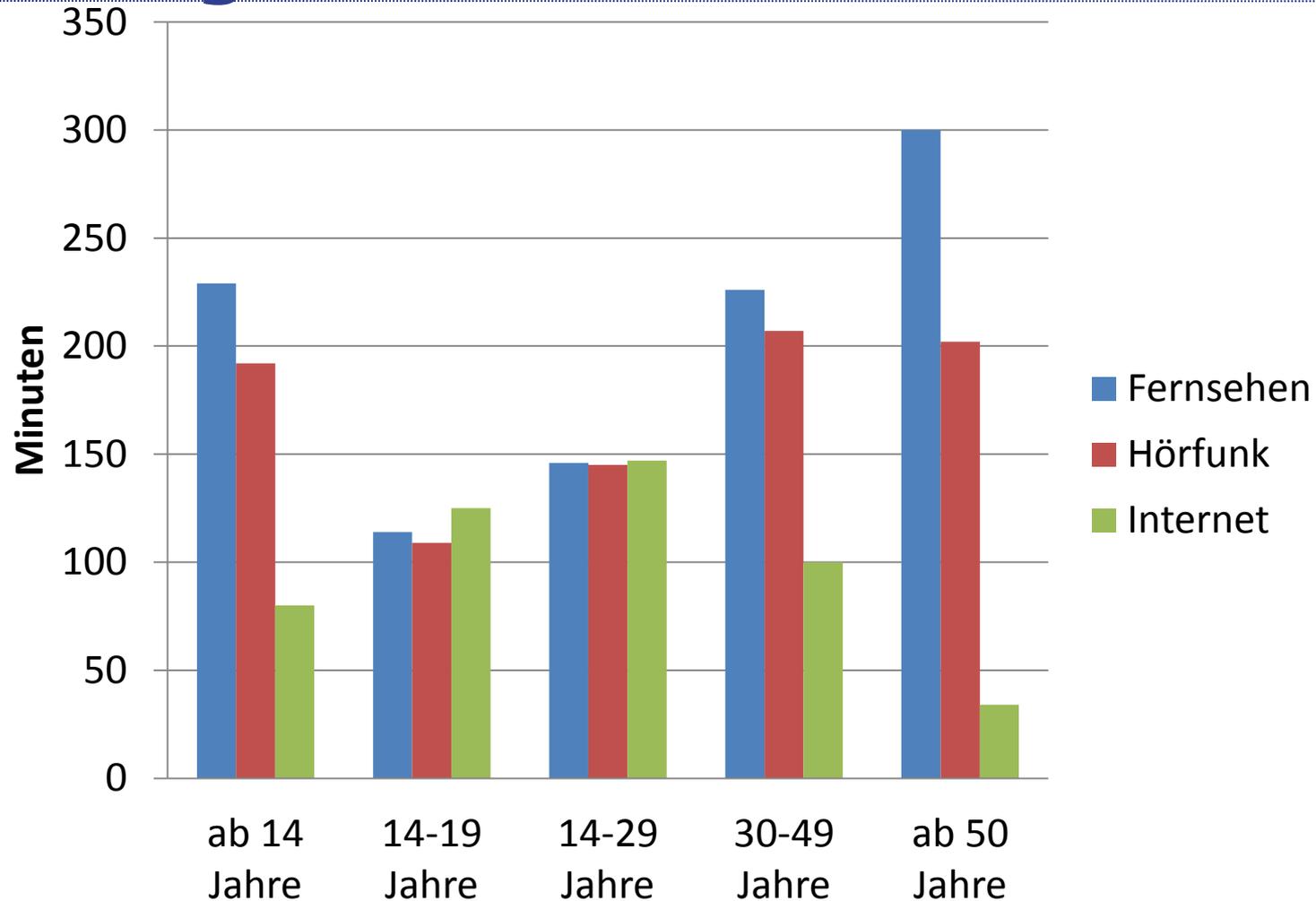
(1) AGF/GfK, jeweils 1. Halbjahr

(2) MA 98/I, MA 99, MA 2000, MA 2001/I, MA 2002/I, MA 2003/I, MA 2004/I, MA 2005/I, MA 2005/II, MA 2006/II, MA 2007/II, MA 2008/I, MA 2009/I, MA 2010/I, MA 2011/I

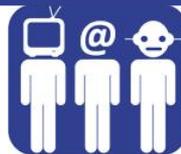
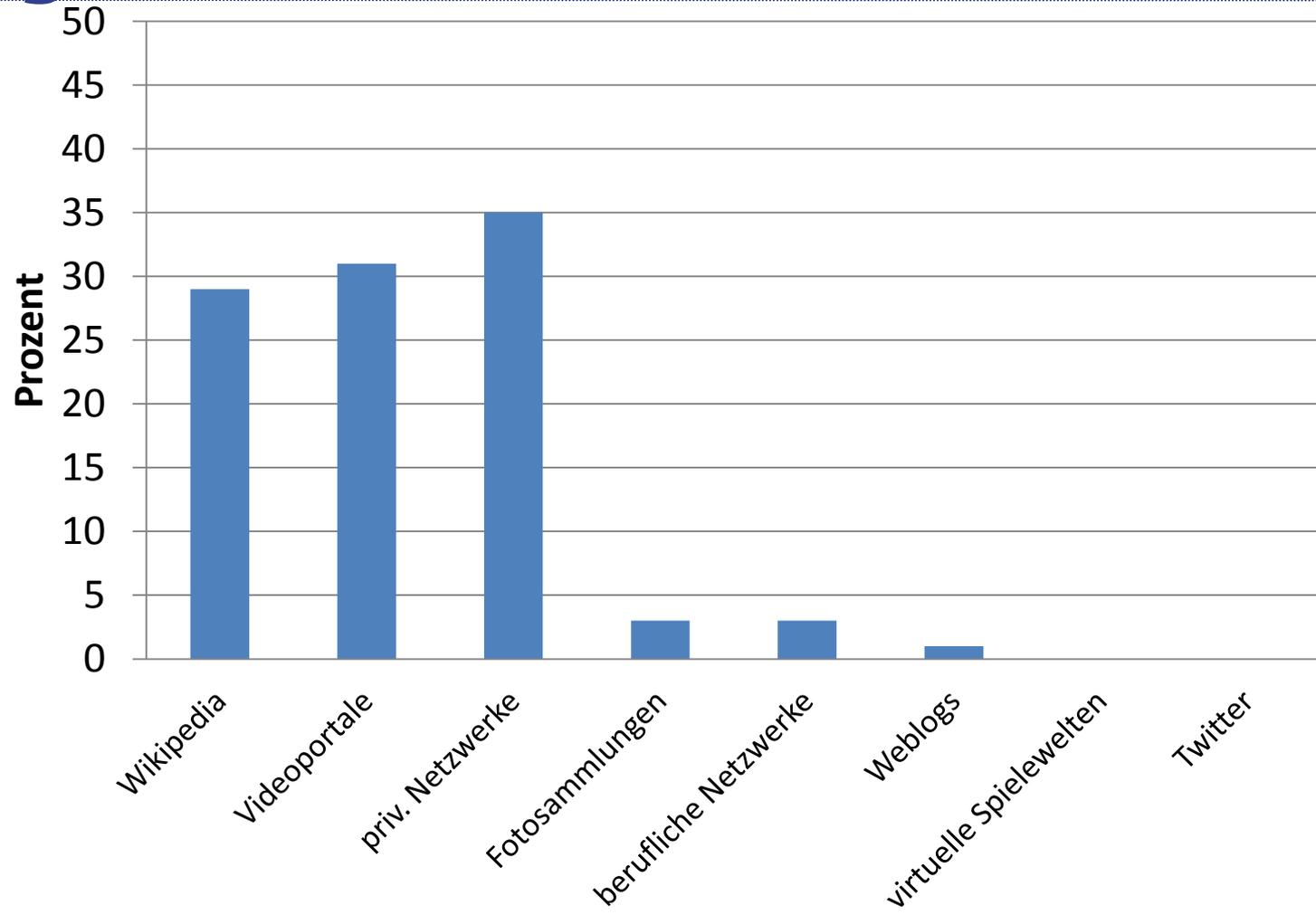
(3) ARD/ZDF-Onlinestudie



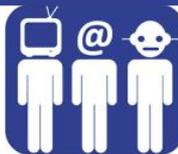
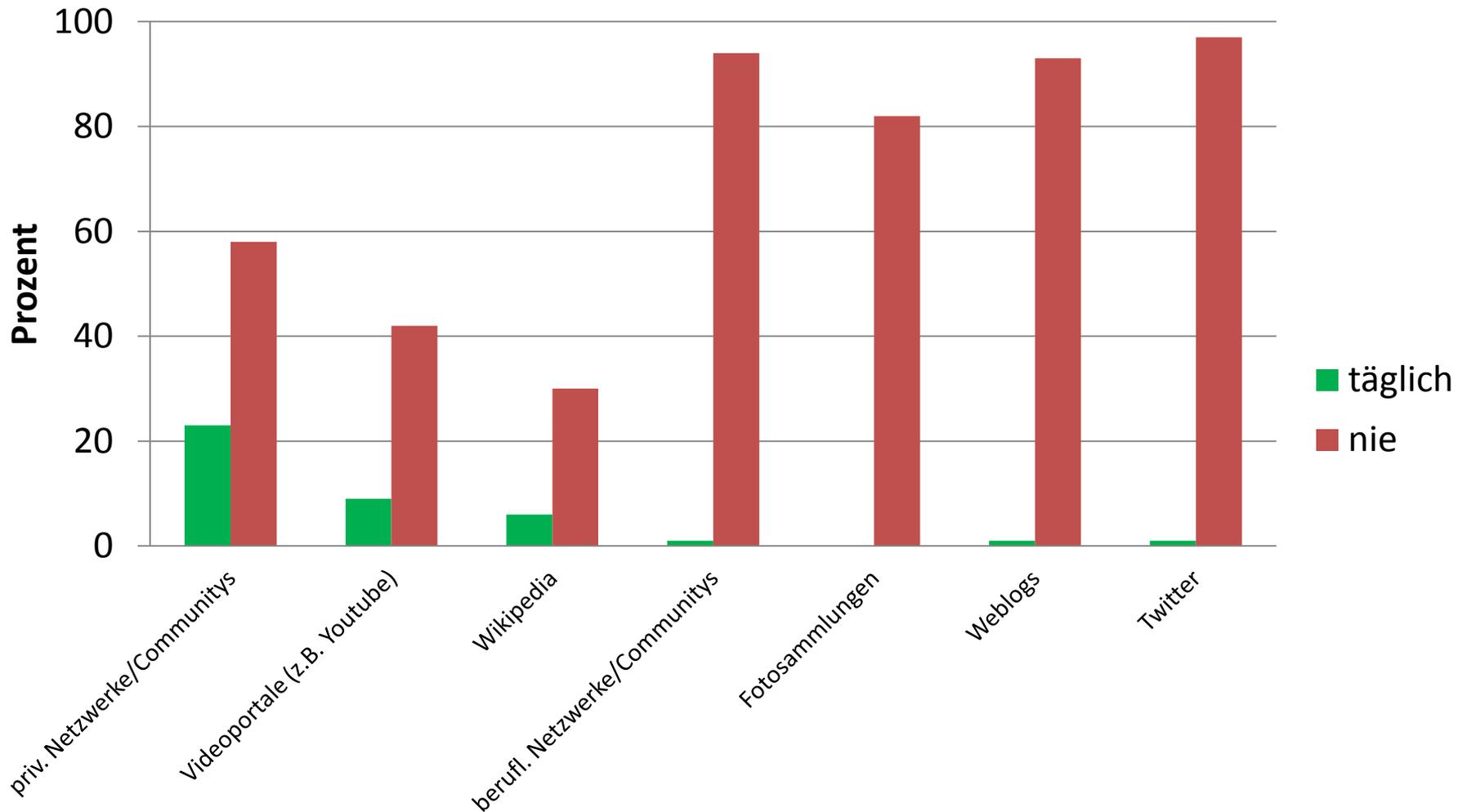
# Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien



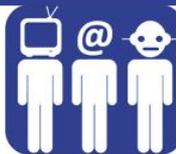
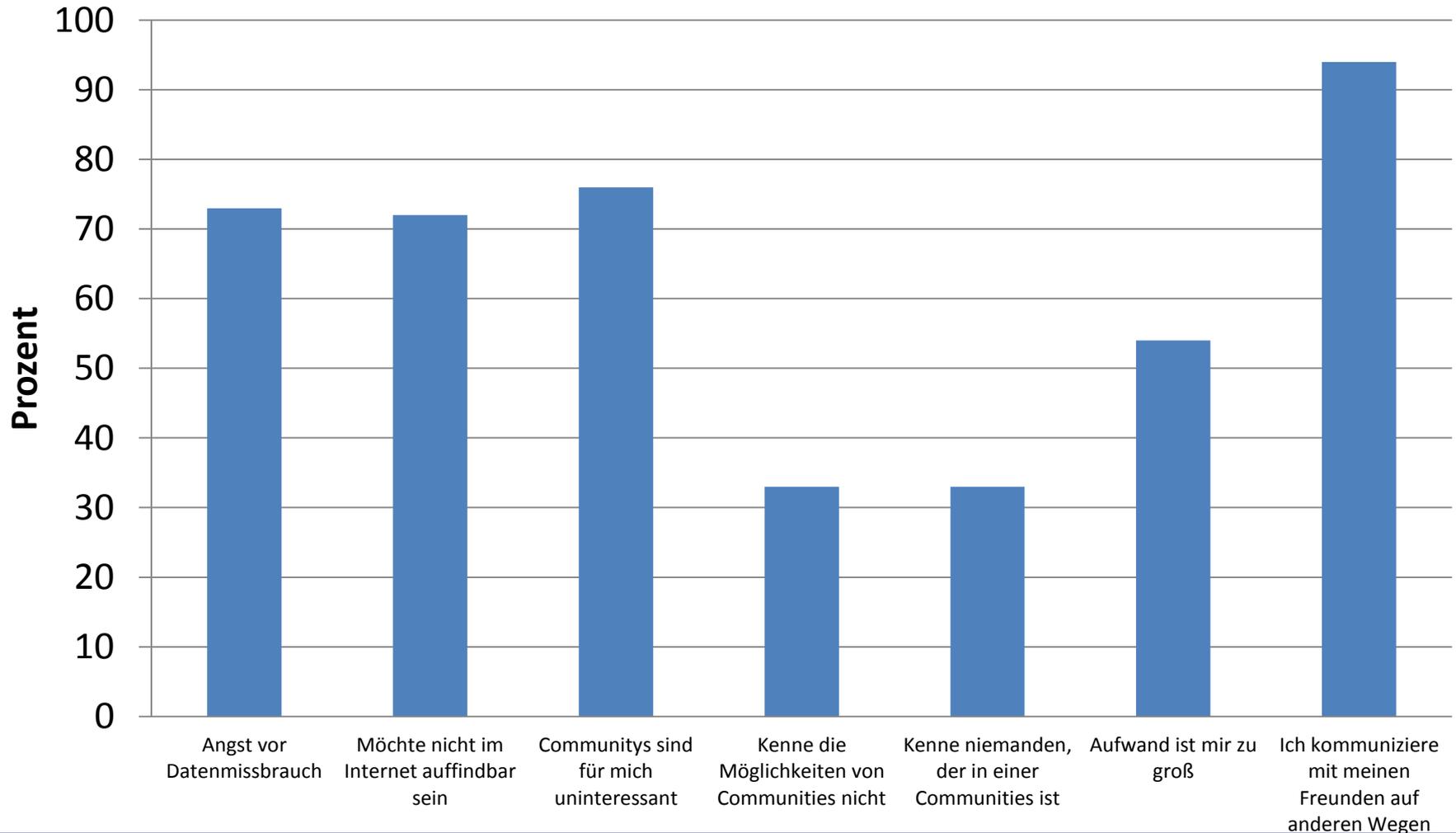
# Web 2.0: Regelmäßige Nutzung 2011 - täglich



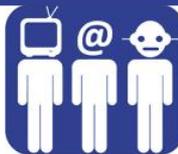
# Web 2.0: Regelmäßige Nutzung 2011 - täglich



# Web-2.0-Nutzung: Gründe für keine/frühere Mitgliedschaft (2011)



# WISSENSCHAFTLICHE ERKENNTNISSE ZU SOCIAL MEDIA



# Reale Konversation vs. SNS

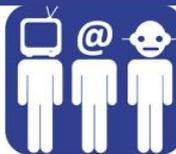
---

## Face-to-Face

- Sprechen
- Anwesenheit von anderen Personen
- Alle Hinweisreize:
  - Körpersprache
  - Mimik
  - Gestik
  - Intonation
- Zeitgleicher Austausch

## Soziale Netzwerke

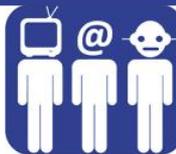
- Tippen
- Meist alleine vor PC/Handy
- Reduzierte Hinweisreize
- Zeitgleicher oder zeitverzögerter Austausch



# Unterschiede zu face-to-face Situationen

---

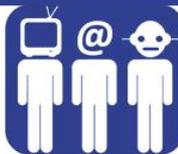
- Web 2.0 hat ideale Voraussetzungen zur Selbst-Präsentation
- Strategische Selbstdarstellung möglich („Impression Management“): User kann sich durch Profil Elemente darstellen (Haferkamp & Krämer, 2009)
- Technologische Struktur bevorzugt verbale Eindrücke (wie etwas posten) gegenüber schlecht kontrollierbarer nonverbaler Eindrücke (Mimik und Gestik, Ellison, Heino, & Gibbs, 2006)



# Unterschiede zu face-to-face Situationen

---

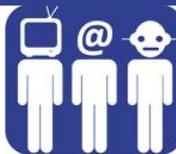
- Selektive Selbstdarstellung (Walther, 1996)
  - Online Nutzer setzen die Grenzen und Möglichkeiten dieser Kommunikationsform clever ein (wie Veränderbarkeit, leichtes Speichern möglich)
  - Nutzer machen sich Gedanken um Selbstdarstellung und Beziehungen zu anderen Nutzern



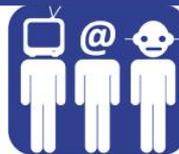
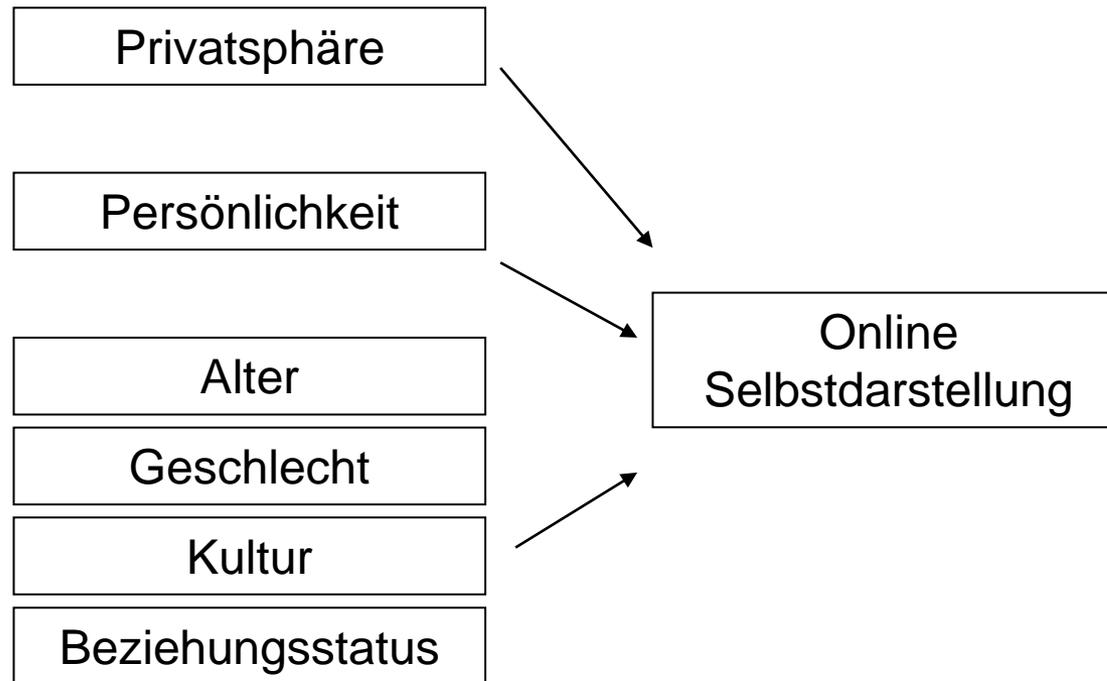
# Soziale Netzwerkseiten

---

- Impression Management als ein zentrales Motiv zur Teilnahme an Sozialen Netzwerkseiten
- Nutzer von Online Profilen können sich meist nicht auf speziellen Interaktionspartner einstellen, sondern eher auf ein unbestimmtes Publikum (Krämer & Winter, 2008)



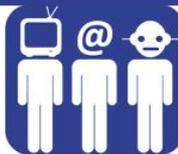
# Was beeinflusst die Selbstdarstellung?



# Privatsphären Paradoxon

---

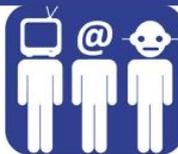
- Privacy concerns <> impression management
- Mehrheit der User setzt mind. einen Teil privat
- Welche Faktoren determinieren die Wahl spezifischer Einstellungen für die Privatsphäre (Utz & Krämer, 2009)?
  - Privacy concerns und wahrgenommene soziale Normen beeinflussen die Privacy Settings
  - Hinweise, dass Impression Management Motivation und höhere Narzismus-Werte zu offenerer Darstellung führen



# Persönlichkeit

---

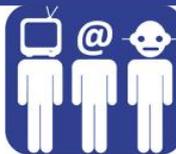
- Hinweise, dass Persönlichkeitsaspekte die Darstellung auf Netzwerkseiten determinieren (Buffardi & Campbell, 2008)
- Selbst-Darstellungen sind in der Regel authentisch
- Der Eindruck, der entsteht, wenn man das Facebook-Profil sieht ist gleich zu dem Eindruck der Freunde des Profil-Inhabers (Gosling, Gaddis & Vazire, 2007)



# Persönlichkeit

---

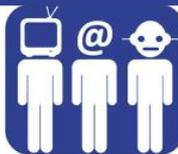
- **Narzismus** (Buffardi & Campbell, 2008): Narzismus sagt stärkere Auswahl von Inhalten, die einen gut aussehen lassen, wie auch der Attraktivität auf dem Profilbild
- **Selbst-Bewusstsein** (Banczyk et al., 2008): sagt ein durchdachteres und weniger konservatives impression management vorher (mehr Bilder, mehr Wörter in frei gestaltbaren Profilbereichen)



# Kultur

---

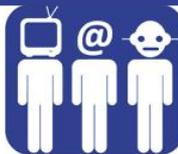
- Amerikaner präsentieren mehr private Information als Deutsche (Banczyk et al., 2008)
- Amerikanische Facebook-Nutzer bevorzugen stärker ein individualisiertes Profil als Deutsche Nutzer (Haferkamp & Krämer, 2010)



# Geschlecht

---

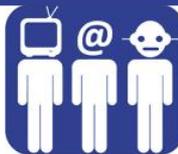
- Frauen
  - Hinweise, dass Frauen ein bewussteres Impression Management betreiben und die Informationen (und Fotos) sorgfältiger auswählen (Haferkamp & Krämer, 2010)
  - Sind stärker um Privacy besorgt (Tufekci & Spence, 2007)
  
- Männer
  - Sind länger online (Bimber, 2000 & Hargittai & Shafer, 2006)
  - Konzentrieren sich stark auf den dargestellten Lebenslauf in den Onlineprofilen (Haferkamp & Krämer, 2010)



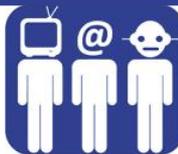
# Beziehungsstatus

---

- Singles präsentieren mehr Fotos, mehr Diskussionsgruppen und mehr Freunde als Personen in Partnerschaften (Winter, Haferkamp, Stock & Krämer, 2011)
- Menschen, die online Dating betreiben müssen einen Kompromiss machen zwischen impression management und einer authentischen Darstellung (Gibbs, Ellison, & Heino, 2006)

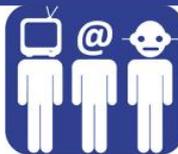


# DIE PERSPEKTIVE DER MACHER UND NUTZER



# Die Perspektive der Nutzer - Grenzen zwischen Realität und Virtualität?

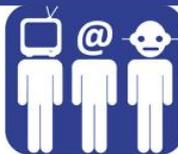
- Orientierungssignale wie typische Einleitungsformen in fiktionale Inhalte finden sich nicht mehr („Es war einmal...“, Umschlagtext)
- Diagnostisch genutzt werden können eher nur inhaltliche Aspekte (Wirklichkeitsnähe-Wirklichkeitsferne) – aber auch nur in Fällen der starken Wirklichkeitsferne
- Fazit: Fiction und Non-Fiction ist schwerer auseinander zu halten (vgl. Schreier, 2002)



# Die Perspektive der Nutzer - Grenzen zwischen Realität und Virtualität?

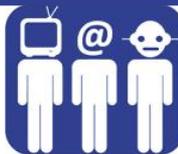
---

- Menschliche Eigenart: wenn der Mensch etwas das erste Mal lernt, sieht oder hört, wird er es zunächst genauso akzeptieren, wie es sich ihm präsentiert und es als wahr ansehen (Spinoza, empirisch bestätigt durch Gilbert, 1998)
- Unterscheidung zwischen automatischen und kontrollierten Prozessen, die nacheinander ablaufen



# Die Perspektive der Nutzer - Grenzen zwischen Realität und Virtualität?

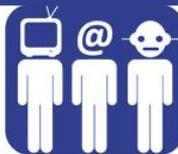
- Helmholtz fiel die „geradezu despotische Gewalt auf[...], mit der der visuelle Eindruck den menschlichen Verstand beherrscht“ (Frey, 1999, S. 43).
- unbewußter Schluß, ein prä-rationalen Mechanismus der visuellen Eindrucksbildung, der auch bestehen bleibt, wenn man sich von seiner Inkorrektheit überzeugt hat (z.B. optische Täuschungen).
- So gehe die Sonne bekanntlich „jeden Abend vor unseren Augen hinter dem feststehenden Horizonte scheinbar unter, obgleich wir sehr wohl wissen, daß jene feststeht und dieser sich bewegt“ (Helmholtz, 1867, S. 450).



# Die Perspektive der Nutzer - Grenzen zwischen Realität und Virtualität?

---

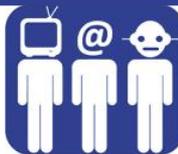
- Daraus abzuleitende Risiken:
  - Übernahme extremistischer Inhalte (vgl. Kultivierungsthese, Gerbner & Gross, 1976)
  - im Web 2.0 sind extremistische Gruppen überrepräsentiert (z.B. so genannte „Hassgruppen“)
  
- Verstärkung von Wissensklüften



# Die Perspektive der Nutzer - Grenzen zwischen Realität und Virtualität?

---

- Weitere Risiken:
  - Kontakt zu Pädophilen, die nicht rechtzeitig als solche erkannt werden
  - 60 Prozent aller Jugendlichen geben an, wenigstens einmal mit einem Fremden über das Internet kommuniziert zu haben
  - Ungefähr die Hälfte dieser Personen hatte mit dem fremden Teilnehmer sogar mehr als vier Mal Kontakt (Hughes, 2006)
  - Mehr als ein Drittel aller Adoleszenten berichteten, dass sie bereits geplant hatten, jemanden zu treffen, den sie nur aus dem Internet kannten (vgl. Pierce, 2006)

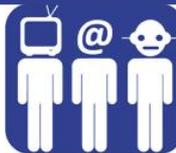


# Die Perspektive und Motive der „Macher“

---

## Zum Verhältnis von Privatsphäre & Öffentlichkeit

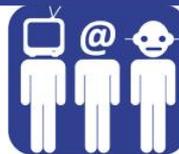
- Teilweise werden (unbedacht?) intime, private Details preisgegeben (z. B. in Weblogs, Sozialen Netzwerkseiten etc.)
- Web 2.0 Produzenten haben höhere Bereitschaft private Informationen preiszugeben als weniger affine Nutzer (Reinecke & Trepte, 2008)
- Dennoch: Produzenten sind sich der Relevanz von Privatsphäre bewusst → Spagat zwischen Bedürfnis nach Mitteilung und dem Bedürfnis nach Privatheit
- 
- Es bleibt zu fragen: Welche Wirkung hat user-generated-content auf den Stellenwert, den Nutzer dem Schutz der Privatsphäre zuschreiben? Verlust der Schamgrenze?



# Die Perspektive und Motive der „Macher“

---

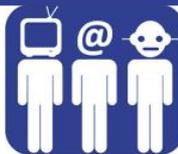
- Selbstpräsentationen auf sozialen Netzwerkseiten entsprechen meist der realen Identität:
  - Für facebook wurde gezeigt, dass Fremde aufgrund des Profils ähnliche Einschätzungen abgeben wie Bekannte und Freunde (Gosling et al., 2007)
  - Impliziert Rückwirkung auf das reale Leben: positives Feedback zum eigenen Profil auf den niederländischen Freundschaftsseiten CU2 erhöht den Selbstwert (Valkenburg et al. 2006)



# Die Perspektive und Motive der „Macher“

---

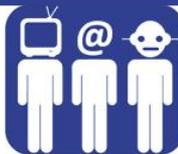
- Impression Management, vorteilhafte Selbstdarstellung (wie im richtigen Leben, vgl. Goffman, 1959)
- Aber auch: Aspekte des Selbst darstellen, die in anderen Situationen eher verborgen werden (z.B. Homosexualität)      positive Auswirkung: virtuelle Offenbarung intensiviert online-Kontakte, vermittelt soziale Nähe
- steigert Selbstvertrauen und Selbstakzeptanz und fördert mehr Offenheit im realen Leben



# Die Perspektive und Motive der „Macher“

---

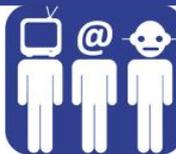
- „Need to belong“ – Aufrechterhalten und Schließen von Beziehungen als fundamentales Motiv menschlichen Handelns
- Teil eines überdauernden großen Ganzen sein, trägt ebenfalls zu Selbstwert bei



# Empirische Ergebnisse

---

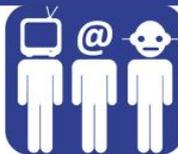
- 58 Nutzer einer sozialen Netzwerkseite – Fragebogen zu Extraversion, Selbstwirksamkeit bzgl. Impression Management und Selbstwert, Inhaltsanalyse der Seite
- Selbstwirksamkeit beeinflusst Anzahl der Freunde, Detail Level des Profils und Stil des Fotos
- Wenig Einfluss von Extraversion, keiner von Selbstwert
  
- 107 deutsche und amerikanische Nutzer – Fragebogen zu Persönlichkeit, Selbstwert und Motiven, Inhaltsanalyse der Seite
- Motive haben kaum Einfluss, aber je höher der Selbstwert und Extraversion, umso unkonventioneller die Selbstdarstellung
  
- Rich-get-richer?



# Empirische Ergebnisse

---

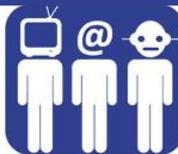
- Umgang mit Blogs:
- Männliche Leser interessieren sich mehr für Sachinfo – diese wird auch eher von männlichen Blogschreibern bereitgestellt (Frauen bloggen eher über persönliche Beziehungen)
- Frauen reagieren empfindlicher auf negatives Feedback
- Junge Blogger schreiben ebenfalls eher persönliches als Ältere Blogger und nutzen interaktive Möglichkeiten mehr (Haferkamp, Krämer & Lam-Chi, eingereicht)



# Ersetzt das elektronische Netz bald unsere realen Beziehungen?

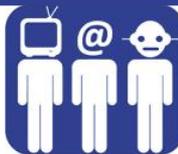
---

- Der lebensuntüchtige, sozial isolierte Freak ist die Ausnahme, meist wird das Netz zum sozialen Austausch genutzt
- Über Internetplattformen werden echte Beziehungen aufgebaut
- Lässt sich auch weiter positiv nutzen und ausbauen: z.B. Einbindung alter und kranker Menschen in die Gesellschaft



Krisenkommunikation

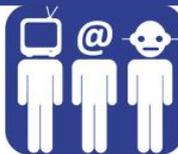
# FALLBEISPIEL: WEB 2.0 NUTZUNG BEI DER LOVE PARADE



# Krisenkommunikation

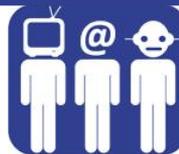
---

- Umfrangreichste Übersicht zu den Funktionen von Social Media: Macias, Hilyard & Freimuth (2009) -> am Beispiel der Blognutzung bei Hurricane Katrina
  - INFORMATION -> Schäden/Vermisste überprüfen/melden
  - KOMMUNIKATION -> Aufrufe an Vermisste, Erfahrungsaustausch
  - HILFE -> Unterstützung anbieten (offline und online)
  - POLITISCHE ASPEKTE -> Maßnahmen der Regierung kommentieren/erfahren
  - Aber auch: EMOTIVE/THERAPEUTISCHE FUNKTION -> Verarbeitung der Ereignisse



# Forschungsprojekt im SS 11: Loveparade 2010

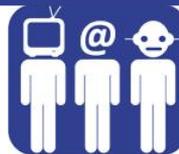
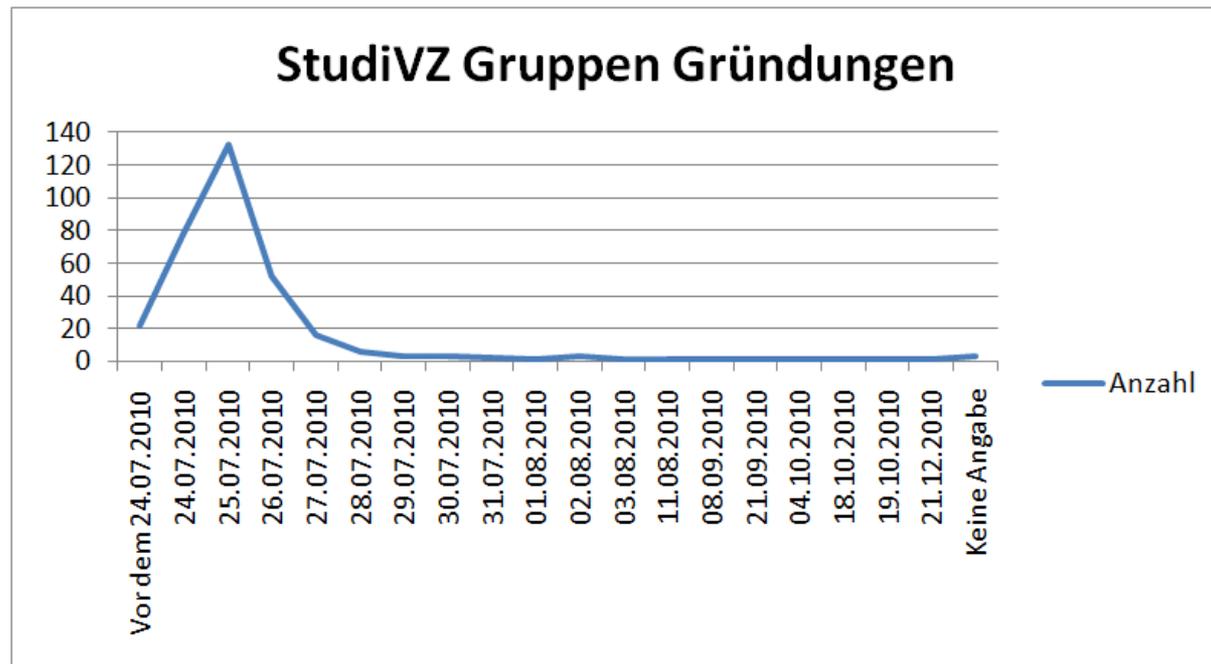
- In der StudiVZ-Gruppe „Von einer Feier zur Tragödie †Loveparade 2010†“ schrieb Karina B. am 27.07.2010:
  - *„... irgendwann schaute ich nur noch nach oben, sah und hörte, wie mehrere Menschen nur riefen, man solle weiter geradeaus gehen, dort wäre viel mehr platz, man solle gar nicht mehr versuchen, woanders hochzukommen...“*
- ...unzähligen Beiträge im Social Web



# Social Web Nutzung bei der Loveparade 2010 - Zeitraum



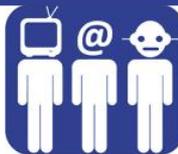
- Ergebnis:
  - 331 Gruppen, die Bezug zur Love-Parade hatten
  - 32.916 Posts



# Inhalt

---

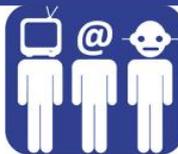
- Fokus auf 32 Gruppen (10%):
- 338 Threads, 5970 Posts
  - **36%** der Posts drehten sich um das Thema **Beileid**
  - **23.9% Trauer**
  - **17.8% Kritik** gegenüber Organisatoren
  - **17.2% Visuelle Botschaften** (z.B. Kerzen)
  - **16.5%** Ausdruck von **Entsetzen** und **Sprachlosigkeit**
  - **15.5.%** Aufrufe zu gemeinsamen **Aktionen** (z.B. Demonstrationen)



# Fazit

---

- In der Medienpsychologie wurde bereits häufig der Untergang des Abendlandes prognostiziert (Kino, Fernsehen, Computer). Und nun Web 2.0...?
- Eingetreten ist es bislang nie...
- Statt dessen positive Aspekte:
  - Demokratisierung, Aufklärung 2.0: Orientierung an klassischen Autoritäten bricht zusammen, Beziehungsaufbau und Beziehungspflege auf der ganzen Welt, Rolle in Krisensituationen
- Aber auch Risiken:
  - Kultivierung, Wissenskluft, rich-get-richer (auch sozial)



Kontakt: [jennifer.klatt@uni-due.de](mailto:jennifer.klatt@uni-due.de); [nicole.kraemer@uni-due.de](mailto:nicole.kraemer@uni-due.de)

Gibt es Fragen, Anmerkungen?

Wir sind Ihre eigenen Erfahrungen mit sozialen Netzwerkseiten?

**VIELEN DANK FÜR DIE  
AUFMERKSAMKEIT SOWEIT:**

**DISKUSSION**

