

# PSYCHOLOGIE DER DIGITALEN KOMMUNIKATION

Matthias Johannes Bauer, Tim Müßle



Wirtschafts- und Sozialpsychologie

Umschlag: Rawpixel.com – stock.adobe.com

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Sämtliche, auch auszugsweise Verwertungen bleiben vorbehalten.

Copyright © utzverlag GmbH · 2020

ISBN 978-3-8316-4836-8

Printed in EU

utzverlag GmbH, München  
089-277791-00 · [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)

# INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung .....	7
1 Wirkungen der digitalen Kommunikation:	
Theoretische Hintergründe .....	11
1.1 Begriffsbestimmung „digitale Kommunikation“ .....	11
1.2 Was bedeutet überhaupt „Wirkung der digitalen Kommunikation“? .....	17
2 Psychologische Aspekte der Internetnutzung: Welche Wirkungen haben digitale Kanäle auf die Kommunikation? .....	21
2.1 Neue Formen des Konstruktivismus: Grenzen und Fehlerquellen digitaler Kommunikation .....	21
2.2 Zusammenhänge zwischen digitaler Kommunikation und Aggression .....	35
2.3 Zusammenhänge zwischen digitaler Kommunikation und prosozialem Verhalten .....	42
2.4 Wie Google die Produktion von Text verändert („SEO“) und die Schattenseiten der Google-Suche .....	45
2.5 Papier oder Text? Informationsverarbeitung über digitale Kommunikationskanäle .....	55
2.6 Entstehung von Filterblasen bzw. Echokammern oder Echoräumen .....	58
2.7 Internetsucht .....	65
3 Verarbeitungsprozesse von Informationen, die über digitale Kanäle kommen .....	69
3.1 Kanalreduktion: Qualitative und quantitative Unterschiede zwischen analogen und digitalen Kommunikationskanälen .....	69

3.2	Deindividuation: „Geh bitte sterben“ – Reduktion kritischer Selbstbewertung und moralischer Bedenken durch Anonymität .....	73
3.3	Selbstdarstellung und soziales Kapital: Bewusste und unbewusste Prozesse in digitalen Kanälen ....	76
3.4	Stress durch digitale Kommunikation und vermeintliches Multitasking .....	84
3.5	Selbstoffenbarung und Emotionale Beteiligung .....	89
3.6	Errichtung einer gemeinsamen Kommunikationsbasis .....	98
3.7	Medienauswahl, Persönlichkeit und kognitive Kontrolle ..	102
3.8	Modelle der digitalen Kommunikation .....	110
3.8.1	Hyperpersonal Model (HPM) .....	111
3.8.2	SIDE-Modell .....	113
3.9	Gamification, Chatbots und Media Equation: Der vermenschlichte Automat .....	115
4	Handlungsmöglichkeiten zur Optimierung von Kommunikation über digitale Kanäle .....	121
4.1	Begriffsklärung Kommunikationskompetenz .....	121
4.2	Medienkompetenz als Anpassungsreaktion auf die Wirkungen digitaler Kommunikation .....	133
4.3	Aktive Kommunikation .....	144
4.3.1	Wie Fragetypen Einfluss auf Antworten nehmen .....	150
4.3.2	Gestaltung von Kommunikation .....	155
	Literaturverzeichnis .....	163

# EINLEITUNG

1984: Die USA und der Vatikan nehmen nach 117 Jahren Pause wieder diplomatische Beziehungen auf; die Anschnallpflicht tritt in Westdeutschland in Kraft und ein Ingenieur an der Universität Karlsruhe empfängt als erster Mensch in Deutschland eine E-Mail. Das war der Startschuss für das Zeitalter der digitalen Kommunikation. Die Apologeten des Internets hegten hehre Hoffnungen, das Netz möge die Menschen aus allen Ländern besser miteinander verbinden, für Verständnis, Austausch und wissenschaftliche Erkenntnisse sorgen.

2020, 36 Jahre später: E-Mails „an alle“ legen Server, Postfächer und Köpfe lahm; Gruppendiskussionen über Facebook und Twitter führen regelmäßig zu hitzigen Wortgefechten und Gruselmärchen-Kettenbriefe sorgen in Messenger-Apps für Angst und Schrecken. Verschwörungstheoretiker verstricken sich auf YouTube in die erstaunlichsten Behauptungen, Eltern-WhatsApp-Gruppen klingeln minütlich.

Seit der ersten E-Mail in Deutschland hat sich viel getan. Soziale Medien oder Netzwerke wie Facebook, Twitter oder auch Kommunikationsdienste wie WhatsApp sind ebenso zum Alltag geworden wie E-Mails in der Hosentasche. Am Horizont zeichnen sich bereits neue Trends ab wie automatisierte Kommunikation und Gamification.

Menschen nutzen moderne Kommunikationsmittel und verstricken sich nicht immer, aber doch häufig in deren strukturellen und psychologischen Nachteilen. Bots beeinflussen in den sozialen Netzwerken politische Kampagnen, Trolle vergiften Diskussionen nur zum Spaß, Medien nutzen Taktiken wie Emotionalisierung und Clickbaiting für Reichweite und wirtschaftliche Interessen. Verschwörungstheorien fallen auf Kanälen wie Facebook und YouTube auf einen fruchtbaren Boden, ihre Verbreitung ist für manche (rechte) Portale sogar Grundlage für den finanziellen Erfolg.

Auf der anderen Seite bieten moderne, digitale Kommunikationskanäle viele Vorteile, wie Geschwindigkeit, Erreichbarkeit und Multimedialität. Doch während die Vorteile für viele auf der Hand liegen, sind sich Nutzer oft der strukturellen Nachteile digitaler Kommunikationskanäle nicht bewusst. So enden manche Diskussionen im Streit, Projekte werden gebremst oder gleich ganz zerredet und auch im Privaten entstehen Missverständnisse, Frust und kommunikative Fehlschläge – weil den Nutzern die psychologischen Grundlagen und Wirkungsweisen wenig bekannt sind, die die Anbieter sich mit großem finanziellen und technologischem Aufwand zunutze machen. Gleichzeitig liegt die Medienkompetenz immer noch im Wesentlichen in der Hand des Einzelnen, dem nur selten die Mittel und die Zeit zur Verfügung stehen, um ein adäquates Gegengewicht herzustellen.

Es hat sich viel getan seit 1984. Menschen kommunizieren mehr denn je. Und sie konstruieren sich mehr und mehr ein Bild von der Realität aus zweiter Hand, aus Eindrücken, die sie über digitale Medien bekommen. Während kein Autofahrer ohne Fahrschule auf die Straße gelassen wird, ist Medienkompetenz oft immer noch Privatsache und spielt in der Schule, in der Ausbildung und sogar in vielen Studiengängen nur eine untergeordnete Rolle.

„Fake News“ werden in sozialen Netzwerken verbreitet, und manchen Nutzern fehlt die Medienkompetenz oder die Erfahrung, um die Fakes als solche erkennen zu können. Über allen Nutzern digitaler Kommunikationskanäle und des Internets schwebt stets das Damoklesschwert des Bestätigungsfehlers. Dieser ist auch als Bestätigungstendenz oder Confirmation Bias bekannt und beschreibt, dass beim Testen einer Hypothese Informationen bevorzugt gesucht oder bearbeitet werden, die geeignet sind, die Hypothese zu bestätigen (WIRTZ 2017, S. 281).

Mancher googelt sich seine Informationen so zusammen, dass sie seinem Weltbild entsprechen, statt die neuen Werkzeuge zu nutzen, um sich im Sinne von Kant über die eigene Unmündigkeit zu erheben und von der Welt zu lernen.

Digitale Kommunikationskanäle stecken nicht mehr in den Kinderschuhen – die Medienkompetenz der Nutzer aber sehr wohl. Deshalb empfiehlt sich ein kritischer Blick auf die Gesamtlage, auf die Wirkungen, die digitale Kommunikation entfalten kann und die oft auf grundlegenden Erkenntnissen der Psychologie basieren. Ein Blick unter die Motorhaube der digitalen Kommunikationskanäle und auf deren Zusammenwirken mit der menschlichen Psyche kann helfen, Einflüsse zu erkennen und vorherzusagen, Effekte und Wirkungszusammenhänge zu enttarnen und sich davon freizumachen – oder diese zu nutzen. Kein einzelner Internetnutzer kann Facebook-Trolls dazu zwingen, ihr Werk einzustellen. Der Nutzer kann sich aber selbst in die Lage versetzen, die Auswirkungen digitaler Kommunikationskanäle zu erkennen und dementsprechend gezielt oder sogar gelassen zu agieren, statt sich treiben zu lassen und nur zu reagieren.

Bereits 1973 hat der Medienpädagoge Dieter Baacke als einer der ersten Fachleute den Begriff der Medienkompetenz beschrieben. Baackes Modell ist heute noch aufschlussreich. Ein umfassendes Modell der Wirkungszusammenhänge digitaler Kommunikationskanäle fehlt heute zwar noch, doch Forschung und im zunehmenden Maße auch Medien und sogar die Nutzer selbst haben das Thema für sich entdeckt. Stichworte wie „Fake News“ werden bereits diskutiert.

Dieses Buch will einen zusammengefassten Überblick über die wesentlichen Wirkungen digitaler Kanäle auf die zwischenmenschliche Kommunikation geben und zum selbstbewusst-kritischen Denken anregen.