



.....
PROF. DR. MITJA BACK
DR. JULIANE STOPFER

Prof. Dr. Mitja Back lehrt am Institut für Psychologie an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Dr. Juliane Stopfer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Psychologie der Georg-August-Universität Göttingen.

»SOCIAL NETWORKS UND PERSÖNLICHKEIT«

Wir sind daran interessiert, die Genauigkeit unseres ersten Eindrucks von anderen Personen in verschiedenen Kontexten zu erforschen und die Prozesse zu verstehen, die dem Ausdruck der Persönlichkeit, der Eindrucksbildung und der darauf aufbauenden Entwicklung sozialer Beziehungen zugrunde liegen. Bisherige Studien legen nahe, dass wir andere Menschen selbst dann zu einem gewissen Grad genau einschätzen können, wenn diese gar nicht anwesend sind, beispielsweise auf Basis ihres Schlafzimmers oder ihrer E-Mail-Adresse.

Heutzutage findet ein Großteil der Kommunikation junger Menschen über soziale Netzwerke wie Facebook statt. Es ist daher von großer Bedeutung zu verstehen, was diese Online-Profile über uns aussagen und wie Kommunikation in sozialen Netzen funktioniert. In Kooperation mit amerikanischen Kollegen wurde zunächst erforscht, inwieweit Eindrücke auf Basis von Online-Profilen stimmen oder durch Selbstidealisierung der Profilbesitzer verzerrt sind. Grundlage der Untersuchung waren 236 deutsche (StudiVZ, SchülerVZ)

und amerikanische (Facebook) Profile. Von jedem Profilbesitzer wurden die tatsächlichen und die idealisierten Persönlichkeitseigenschaften erfasst. Für die idealisierte Version gaben die Probanden an, wie sie gerne wären (zum Beispiel »Ich wäre gern fantasievoll«). Die Nutzerprofile wurden dann unabhängigen Beurteilern vorgelegt mit der Bitte, ihre spontanen Eindrücke zur Persönlichkeit der unbekanntem Besitzer anzugeben. Die Ergebnisse verweisen auf einen Zusammenhang zwischen den Fremdeindrücken und den tatsächlichen Eigenschaften der Profilbesitzer. Insbesondere Offenheit für Erfahrungen (kreativ sein, mit neuen Ideen spielen), Gewissenhaftigkeit (pünktlich sein, zuverlässig arbeiten) und Extraversion (aus sich herausgehen, gern unter Menschen sein) konnten genau eingeschätzt werden.

Zusammenhänge zwischen den Urteilen und den Idealeigenschaften der Profilbesitzer gab es hingegen überhaupt nicht. Demnach scheinen Persönlichkeitseindrücke kaum durch die Selbstidealisierung der Profilbesitzer beeinflusst zu sein. Wie aber funktioniert es, allein anhand des Facebook-

Profils einen genauen Eindruck von der Persönlichkeit seines Besitzers zu gewinnen?

Den Prozessen der Urteilsbildung widmete sich die Forschergruppe, indem alle auf den Profilen bereitgestellten Informationen (darunter Attraktivität auf dem Profilfoto, Anzahl der Pinnwand-einträge) detailliert kodiert wurden. Die Befunde verdeutlichen, dass sich die Genauigkeit von Persönlichkeitseindrücken durch zwei Mechanismen erklären lässt: Zum einen nutzten Beurteiler bestimmte Hinweisreize, um auf Persönlichkeitseigenschaften zu schließen (Personen mit kreativem Profilfoto wurde höhere Offenheit für Erfahrungen zugeschrieben), zum

anderen drückte sich die Persönlichkeit in wahrnehmbaren Hinweisreizen aus (offenere Personen hatten kreativere Profilbilder). Neben Selbstidealisierung und Genauigkeit von Persönlichkeitseindrücken ist die Frage nach dem Wissen, wie das eigene Profil auf andere wirkt, ein zentraler Aspekt des alltäglichen sozialen Miteinanders in Online-Netzen. Den Befunden der Forscher zufolge können Profilbesitzer bezüglich der meisten Persönlichkeitseigenschaften erstaunlich genau abschätzen, wie sie von anderen gesehen werden. Auch dies lässt sich

über die Nutzung von Hinweisreizen erklären: So glaubten Profilbesitzer, die auf ihren Profilen viele unterschiedliche Interessen angaben, sie würden für extravertiert und gesellig gehalten. Tatsächlich schätzten Beurteiler diejenigen als stärker extravertiert ein, deren Interessenlisten detailliert waren.

Und wer ist beliebt in Online-Netzen? Wie die Studienergebnisse zeigen, waren die Unterschiede darin, wer anhand seines Profils spontan gemocht

und wem ein höherer Status zugeschrieben wurde, systematisch von der Persönlichkeit der Profilbesitzer beeinflusst. Während extravertierten, dominanten Personen ein hoher Status zugeschrieben wurde, wurden

verträgliche, gutherzige Menschen und diejenigen mit einer höheren Offenheit für Erfahrungen als sympathischer eingeschätzt.

Insgesamt sprechen die Studienergebnisse dafür, dass soziale Verhaltensweisen und Wahrnehmungen online ähnlich funktionieren wie offline: Menschen unterscheiden sich aufgrund ihrer unterschiedlichen Persönlichkeitseigenschaften darin, wie sie sich verhalten; Dies beeinflusst den Eindruck, den sie bei anderen hinterlassen. «

»POPULÄR IN SOZIALEN NETZWERKEN IST DER, DESSEN PROFIL SPONTAN GEMOCHT WIRD.«

Prof. Dr. Mitja Back und Dr. Juliane Stopfer