

# Psychologie des Internet

**Joachim Funke**

**Psychologisches Institut der  
Universität Heidelberg**

**Festvortrag für Alumni Psychologici  
anlässlich der Diplomfeier 2000, 15.12.2000**

# Vorschau

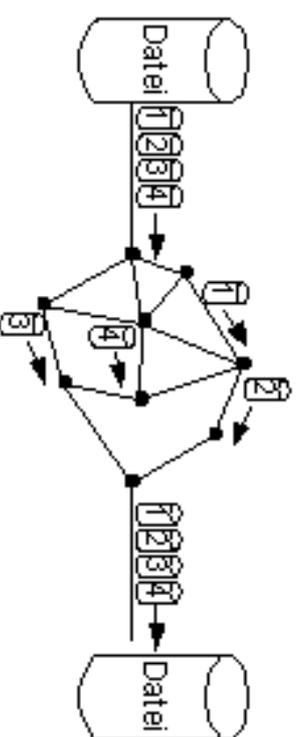
- 1 Internet - Was ist das?
- 2 Psychologie im Internet
- 3 Psychologie des Internet
- 4 Ausblick

# 1 Internet - Was ist das?

weltweites Netzwerk von Rechnern (Client-Server-Prinzip)  
entstanden in den 60er Jahren (1969 ARPANET)  
seit den 80er Jahren explosive Verbreitung durch PCs, WWW (1989)  
erfunden von Timothy Berners-Lee, CERN, Genf) und Browser-  
Technologie

verschiedene Dienste:

- asynchrone computervermittelte Kommunikation (CVK): e-Mail
- synchrone CVK: Chats, MUDs
- WWW: statische & dynamische Informationsangebote



## Internet-Nutzende (Quelle: Focus Online 12/00)

Insgesamt ca. 300 Mio Nutzende

Kontinent	Anzahl
Afrika	2,77 Mio.
Asien/Pazifik	75,50 Mio.
Europa	91,82 Mio.
Mittlerer Osten	1,90 Mio.
Kanada und USA	147,48 Mio.
Lateinamerika	13,19 Mio.

# Demographie deutschsprachiger Internet-Nutzer

Geschlecht:	
Männer	73,9 Prozent
Frauen	26,1 Prozent

Alter: (Anteil in Prozent)	
Bis 19 Jahre	4,8
20 bis 29 Jahre	30,4
30 bis 39 Jahre	33,9
40 bis 49 Jahre	18,6
50 Jahre und älter	12,4

Berufsausbildung: (höchster, bereits absolvierter Abschluss, Anteil in Prozent)	
Bisher keiner	16,0
Lehre/Ausbildung	33,3
Berufsakademie	6,0
Fachhochschule	14,6
Universität	19,2
Promotion	4,3
Sonstige	6,5

Quelle: W3B-Umfrage, 3/2000

# Internet-Nutzung kommerziell

## Vorausschau USA / Europa Internet-Nutzung und -Umsatz in 2001

	USA	Europa
Online-Nutzer in Mio.	98,0	53,2
Anteil an der Bevölkerung	34,0%	13,0%
Internet-Umsatz	206,8 Mrd. \$	64,4 Mrd. \$
davon	183,0 Mrd. \$	56,7 Mrd. \$
Geschäftsverkehr (B2B)		
<b>Verbraucherhandel</b>	<b>17,4 Mrd. \$</b>	<b>4,6 Mrd. \$</b>
Handel mit Informationen	6,4 Mrd. \$	3,1 Mrd. \$
Umsatz pro Einwohner	2.101 \$	1.217 \$

Quelle: Forrester Research, Report "Europe's Internet Growth", siehe Focus-Studie "Der Markt der Online-Kommunikation - Zukunftsmarkt Internet" (1/99)

## Zwischenbilanz 1

### Beschleunigtes Technik-Tempo

Zeitraum von der Marktreife bis zur fortgeschrittenen Marktdurchdringung in der BRD:

Telefon	60 Jahre
Radio	45 Jahre
Fernseher	20 Jahre
Telefax	15 Jahre
Internet	7 Jahre

Quelle: Spiegel Online, Studie "Online-Marketing 2000", siehe Focus-Studie "Der Markt der Online-Kommunikation - Zukunfts-markt Internet" (11/99)

Das Internet boomt! Es verändert Arbeits- und Kommunikationsprozesse!

## 2 Psychologie im Internet

Stellenangebote

Fachinformation für ExpertInnen

Infos für Ratsuchende

Datenerhebungen & Experimente im Netz

## Stellenangebote

### Zahlreiche fachspezifische und fachunspezifische Stellenangebote

- fachunspezifisch:
- DIE ZEIT Stellenmarkt Homepage: [www.jobs.zeit.de](http://www.jobs.zeit.de)
- fachspezifisch:
- <http://www.hogrefe.de/PsychJob/>
- Internet-Recruitment: „Challenge Unlimited“ von Siemens

### Mehrwert gegenüber Printmedien

- Aktualität
- Spezifität (durch bedingungsabhängige Begrenzung der Recherche)
- Zusätzliche Informationen
  - wie bewerbe ich mich richtig?
  - Robots

## Fachinformation für ExpertInnen

---

Informationen für TherapeutInnen:

- WWW-Seiten: großes Themenspektrum im Bereich klinische Psychologie/Psychotherapie! Beispiele:
  - Infos zum PsychTG für Studierende/ Berufsanfänger (bdp)
  - Clinical Psychology Resources (Uni Bonn)
  - Psychoanalytische Ressourcen im WWW (Parfen Laszig)
  - Homepage W. Dorrman
  - Psychologie.de
- fachlicher Austausch auf kollegialer Ebene (Mailinglisten)
- Möglichkeiten für Online-Supervision bzw. Intervention (z.B. moderierter Chat; noch Zukunftsmusik!)
- diagnostische Hilfestellungen (Bsp: Projekt ICD 10)

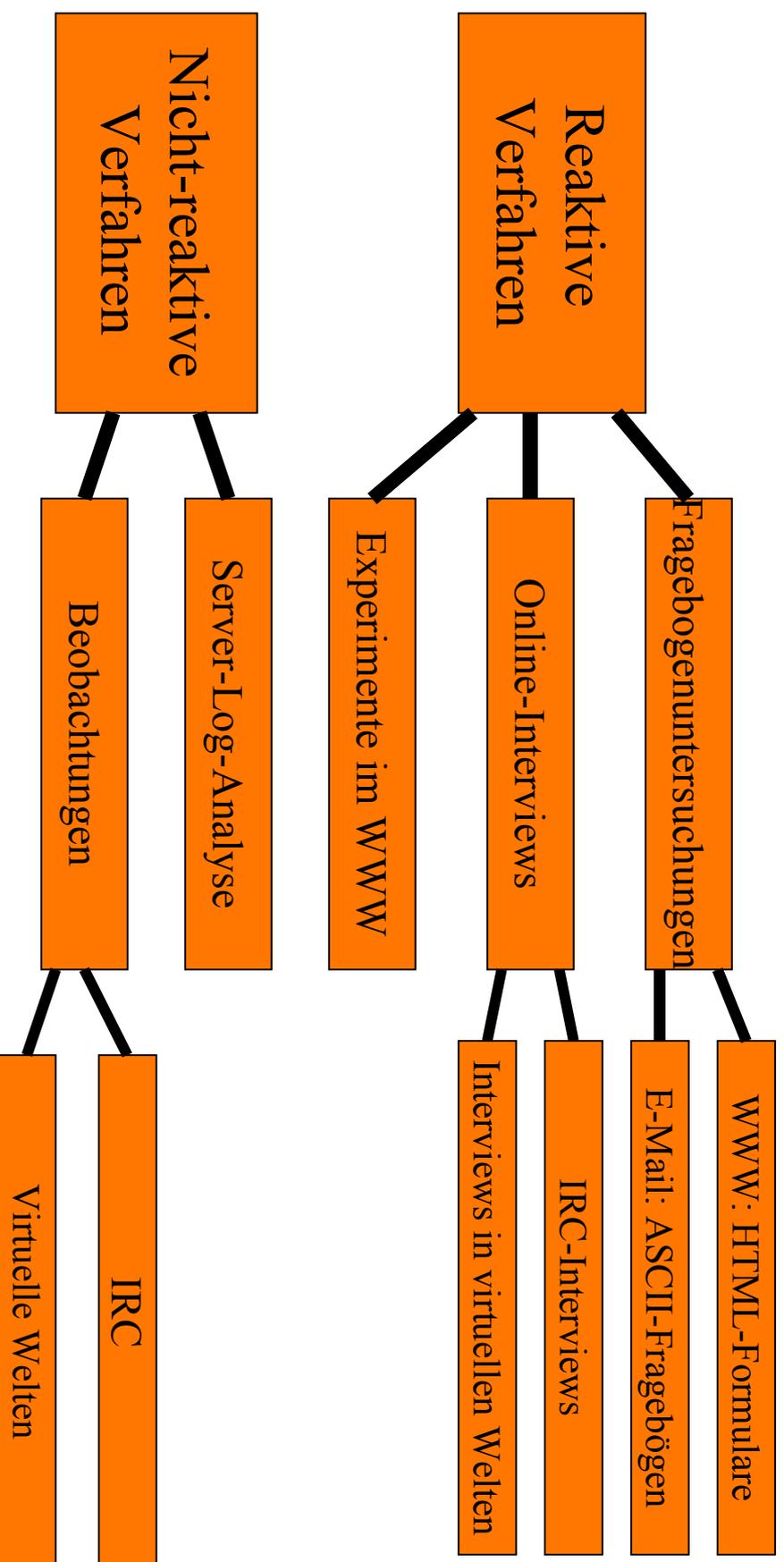
## Infos für Ratsuchende

- Wie finde ich einen guten Psychotherapeuten?
  - Bsp.: [Forum Psychotherapie](#)
- Finanzierungsmöglichkeiten von Therapie
  - Bsp.: [Psychothek](#)
- Alkohol: Kann man „kontrolliert“ trinken?
  - [Info-Seite](#) von Joachim Körkel
- Flugangst
  - [Info-Seite](#) von Claudia Frey
- Was kann Psychotherapie/Beratung im Netz leisten, was nicht?
  - Insgesamt: es können unverbindlich Informationen eingeholt und Erwartungen geklärt werden
  - Hemmschwelle sinkt
  - Kontaktaufnahme meist möglich!



# Datenerhebungen & Experimente im Netz

nach Batinic & Bosnjak, 2000, S. 288:



## Zwischenbilanz 2



Psychologie ist im Internet präsent!

Es gibt seriöse und weniger seriöse Angebote!

Es gibt Angebote für Laien („mündige Patienten“) wie für Profis!

### 3 Psychologie des Internet

:-) und \*knuddel\* - Emotionen im Netz

Wie real ist die virtuelle Realität?

Internet = Porno-Net?

Macht das Net süchtig?

Medienkompetenz

## :-) und \*knuddel\* - Emotionen im Netz

### kaltes Medium - heisse Emotionen

- Verlust der non-verbalen Kommunikationsebene
- Ersatz durch Zeichensprache in E-Mail (:-) und Chats (\*knuddel\*)
- Aufkommen von „flames“ (Anmache)
- starkes Bedürfnis nach Unterhaltung im Netz:
  - Erotik, Sex & Pornographie
  - Humor (Bsp. [www.humor.de](http://www.humor.de))
  - Musik (Bsp. [Napster](http://Napster))
  - Videos (Bsp. [www.heavy.com](http://www.heavy.com))
  - Urlaub & Reisen
  - Spiele (Konsolen, PC-Software, etc)
- Emotionen
  - Rache ([www.rache.de](http://www.rache.de))

## Wie real ist die virtuelle Realität?

Virtuell := (Wörtlich:) möglicherweise existent, der Kraft nach vorhanden

- Bsp: virtuelle Spielfiguren „Lara Croft“, Pokemons

Aber:

- das Netz *ist* Wirklichkeit
- Kognitionen und Emotionen in Chats sind wirklich
- Nutzung visueller virtueller Räume in der VT bei Phobien



TRAUMATO versetzt Gegner in den Schlaf und frißt deren Träume. Von Alpträumen wird ihm aber übel.

## Internet = Porno-Net?

- Pornographie ist Teil des Mediums
  - Bsp. für Männer: [www.sex.com](http://www.sex.com)
  - Bsp. für Frauen: [www.frauenerotik.de](http://www.frauenerotik.de)
- Aber:
  - von den ca. 12.000 - 17.000 Usenet-Foren befassen sich nur zwischen 0,2 und 0,5 Prozent mit Sex
- Einige Thesen des Bremer Soziologen Michael Schetsche:
  - Es gibt keine Pornobilder im Internet, die man(n) nicht auch auf anderem Wege erhalten könnte
  - Der sexuelle Stoff im Internet ist nach den 'klassischen' Formen des Begehrens organisiert
  - Das Internet verändert nicht das Material und seine Produktionsweise, sondern lediglich die Art der Distribution
  - Wer Pornos sucht, findet sie auch - dies gilt für Erwachsene ebenso wie Jugendliche und ältere Kinder

## Macht das Net süchtig?

Stichworte für das Phänomen:

- Net Addiction, Online Addiction, Internet Addiction Disorder (IAD), Pathological Internet Use (PIU), Cyberdisorder

Nicht-stoffgebundene Abhängigkeiten (z.B. pathologisches Spielen):

- laut DSM-IV „Störung der Impulskontrolle“

Kriterien:

1. Kontrollverlust
2. Einengung des Verhaltensraums
3. Entzugerscheinungen
4. Toleranzentwicklung
5. Negative soziale Konsequenzen

## APA-Kriterien zur Internet-Sucht (Kimberley Young, 1999)

Internet-Sucht liegt vor, wenn mindestens 4 Fragen bejaht werden:

- a 1. Das Internet beschäftigt mich; ich denke daran, auch wenn ich offline bin.
- a 2. Ich brauche immer mehr Zeit im Internet, um zufrieden zu sein.
- a 3. Ich bin unfähig, meinen Internet-Gebrauch zu kontrollieren.
- a 4. Ich werde unruhig und reizbar, wenn ich versuche, meinen Internetkonsum einzuschränken oder darauf zu verzichten.
- a 5. Das Internet ist für mich ein Weg, um vor Problemen zu fliehen oder schlechtes Befinden (Hilflosigkeits- oder Schuldgefühl, Angst, Depression) zu bessern.
- a 6. Ich lüge meiner Familie oder Freunden gegenüber, um das Ausmaß meiner Beschäftigung mit dem Internet zu verbergen.
- a 7. Ich habe schon Arbeit, Ausbildungs- oder Karrieremöglichkeiten oder zwischenmenschliche Beziehungen wegen des Internet in Gefahr gebracht.
- a 8. Ich gehe ins Netz, auch wenn ich bereits einmal exzessive Gebühren zahlen musste.
- a 9. Ich bekomme im Offline-Zustand Entzugserscheinungen.
- a 10. Ich bleibe immer wieder länger online, als ich mir vorgenommen habe.

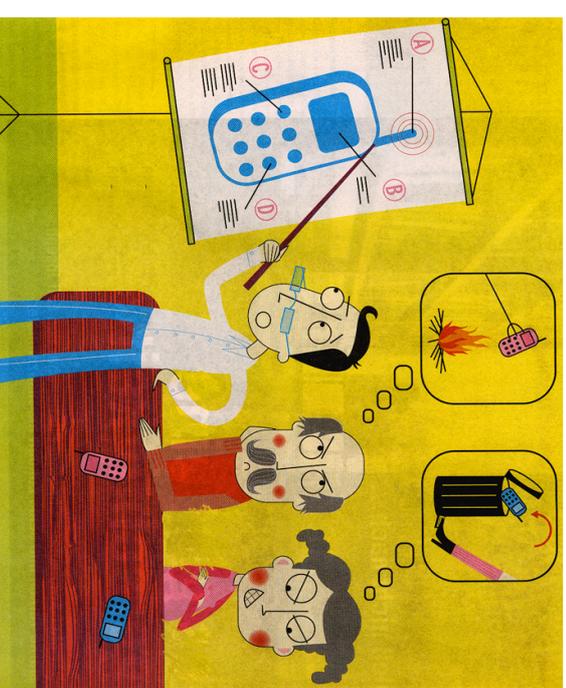
## Befunde zur Internet-Sucht

### Jerusalem (1999):

- 9000 Online-Nutzer befragt; davon 3% mit Verhaltensauffälligkeit „Internet-Sucht“ gemäß 5 Kriterien, durchschnittl. 34 Stunden pro Woche; Aktivitäten: Chatten, Spielen, Downloads (MP3)
- stärker betroffen:
  - niedrigerer sozialer Status
  - Arbeitslose
  - Personen ohne festen Lebenspartner
- zum Vergleich: durchschnittl. TV-Konsum USA: 35 Stunden pro Woche

# Aufgabe der Psychologie: Heranführung an neue Medien, sinnvolle Nutzung

- technologische Ansätze
  - vereinfachte Handhabung bestimmter Technologien, z.B.
    - ShowView zur VCR-Programmierung
    - Integrierte Ein-Geräte-Lösungen
    - Browser-Software mit integrierten Diensten
  - > genuine Aufgabe für PsychologInnen
- selektive Vorauswahl von Medien durch Experten, Medienberatung
  - „Stiftung Medientest“
- sozio-psychologische Projekte
  - „Schulen ans Netz“
  - „Virtuelle Hochschule“
  - „SeniorenNet“



## Vermittlung von Medienkompetenz

Definitionenmerkmale einer medienkompetenten Person:

- findet die für ihn relevanten Infos im Medium ohne größere Umwege
- kann deren Qualität beurteilen (Aktualität, Informationsgehalt, Glaubhaftigkeit)
- bezieht sich nicht nur aufs Internet, sondern auch auf Zeitung, Film, Videotext oder TV (Auswahl aus Programmvielfalt)

## Zwischenbilanz 3

---

Psychologische Aspekte des Internet sind unübersehbar!

Zu vielen Bereichen liegen noch keine gesicherten Befunde vor!

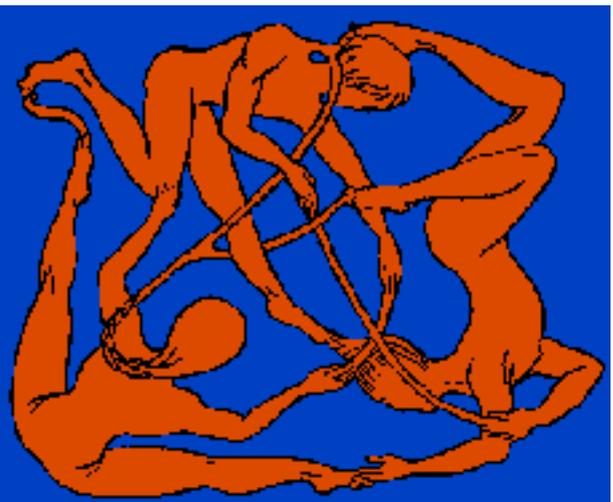
Psychologische Forschung hat das Internet als Gegenstand entdeckt!

## 4 Ausblick

- nach wie vor rasantes Wachstum des (jungen) Mediums
  - Produktion und Verbreitung von Wissen verändert Teil der Welt
- Psychologie sucht sich ihren Platz
  - aktive Mitgestaltung nötig
  - Entwicklung neuer Berufsfelder
  - Professionalität durch Seriosität & Ethik
- Nutzen
  - in Lehre und Forschung
  - in der Fachinformation an Professionelle wie an Laien
- große Chance und neue Bedeutung der Aufforderung „to give psychology away“ (George Miller, 1969)!

Sie wollen mehr wissen?

---

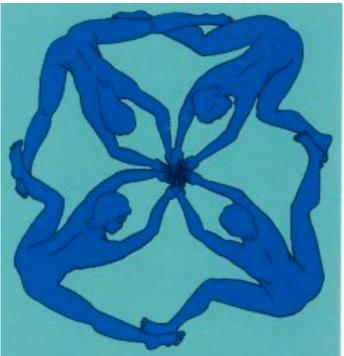


Der Klassiker (gut, aber teuer):

Batnic, B. (Ed.). (2000). *Das Internet für Psychologen*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen: Hogrefe.

665 S., 79,- DM

... und noch mehr, speziell zu sozialen Aspekten:



Döring, N. (1999). *Sozialpsychologie des Internet*. Göttingen: Hogrefe.

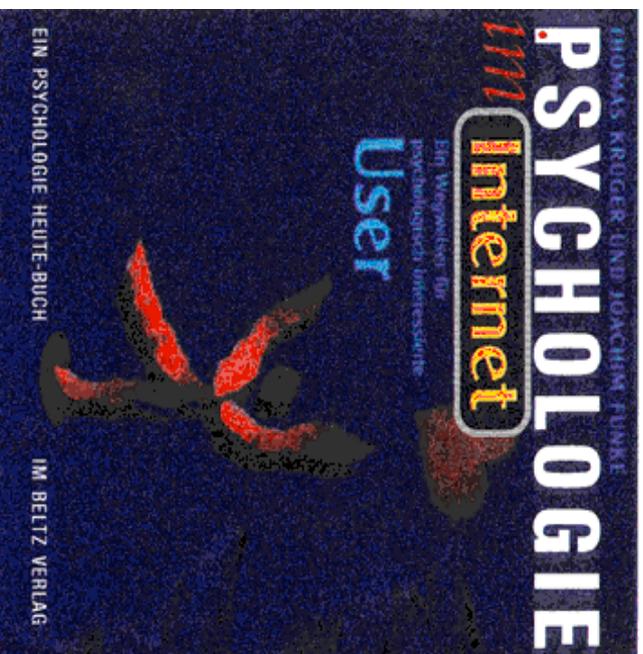
516 S., 69,- DM



Timm, C. (Hrsg.). (2000). *Soziales im Netz*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

321 S., 39,- DM

last, but not least:



billig, aber immer noch gut:

Krüger, T. & Funke, J.

(Eds.). (1998). *Psychologie  
im Internet. Ein Wegweiser  
für psychologisch  
interessierte User.*  
Weinheim: Beltz.

149 S., 19,80 DM

Im Sekretariat meiner Arbeitseinheit zum  
Sonderpreis von DM 15,- zu erwerben.

## Das wirklich Allerletzte ...

Alumni Psychologici  
Konto 462 115 303  
Dresdner Bank HD, BLZ 672 800 51

