



Der Einfluss von Social Media auf das Selbstbild

Live-Experiment

"Lange Nacht der Wissenschaften" Berlin
Samstag, 17.06.2023, 17 bis 23 Uhr

Social Media Wirkungen im Live-Experiment

Ein neuartiges Medien-Experiment auf der "Langen Nacht der Wissenschaften" soll erstmals positive Medieneffekte von Social Media in Echtzeit nachweisen.



Die HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft Berlin unternimmt am 17.06.2023 auf der Langen Nacht der Wissenschaften ein neuartiges, sozialpsychologisches Experiment: Erstmals sollen positive Wirkungen einer medialen Exposition auf Menschen in Echtzeit gemessen werden.

Die Wirkung von sozialen Medien auf die Selbstwahrnehmung von (insbesondere jungen) Menschen wurde vielfach wissenschaftlich nachgewiesen. Erkenntnisse betreffen vor allem die schädlichen Aspekte sozialer Medien. Es ist gesichert, dass ein extensiver Konsum solcher medialen Angebote ein hohes Risiko darstellt und die Entwicklung eines gesunden, positiven und realistischen Selbstbildes behindern kann. Dies gilt insbesondere, wenn zu dem übermäßigen Konsum weitere Risikofaktoren hinzukommen: die Konfrontation mit abwertenden oder Hasskommentaren, eine gering ausgeprägte Medienkompetenz, ein geringer Bildungsgrad und verschiedene andere Faktoren.

Es gibt jedoch auch potenziell positive Wirkungen des Konsums von sozialen Medien. Diese wurden in der Wissenschaft vergleichsweise wenig untersucht. Das überrascht, wenn man bedenkt, dass die sozialen Medien einen immer breiteren Raum im Leben von immer mehr Menschen in unserer Gesellschaft einnehmen.

Neben pathologischen Effekten sollten daher auch psychologisch unterstützende Wirkungen untersucht werden.

Dieser Aspekt steht im Mittelpunkt unseres aufregenden Experiments.

Dazu konfrontieren wir freiwillige Versuchspersonen mit einer nicht alltäglichen Herausforderung: Sie werden in einem abgedunkelten Medienlabor live einem "Mediengewitter" ausgesetzt. Fünf über Monitore zugeschaltete "Medienpartner" simulieren ein mediales Netzwerk, das die Versuchsperson live beobachtet. (Die Mitglieder des "Netzwerks" sehen also die im Medienlabor anwesende Versuchsperson.) In dem experimentellen Setting beginnen die Mitglieder des Netzwerks sofort damit, die Versuchsperson mit realen, auf die individuelle Versuchsperson zugeschnittenen Kommentaren zu überschütten. Die Versuchsperson hört diese Kommentare über die eigene Person, hat aber keine Möglichkeit, darauf Einfluss zu nehmen.

Im Kontext unseres Experiments und zum Schutz unserer Versuchspersonen sorgen wir dafür, dass die Kommentare positiver Natur sind – ein sogenannter "Candystorm".

Trotzdem nichts für schwache Nerven...

Unmittelbar vor und nach dem Candystorm testen wir die Persönlichkeitsstruktur und die Selbstwahrnehmung der Versuchsperson über standardisierte Fragebögen.

Als Forschungsfrage soll der psychologische Versuch klären, ob sich die Selbstwahrnehmung durch den medialen Einfluss positiv manipulieren lässt.

Darüber hinaus erwarten wir auch einen medienpädagogischen Effekt: Die Teilnehmer:innen werden für die enorme psychologische Wucht solcher medialer Rückmeldungen sensibilisiert.

Das Experiment wird Erkenntnisse darüber liefern, welche Formen der medialen Rückmeldungen die psychologische Resilienz (Abwehrkraft) von social Media-Nutzern gegenüber abwertenden und Hasskommentaren stärken kann.

Wir laden Sie hiermit herzlich ein, an diesem Experiment teilzunehmen und darüber zu berichten!

Was: "Your Candystorm: Du bist mega! Ein medienpsychologisches Experiment" auf der Langen Nacht der Wissenschaften

Wo: HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft
Ackerstr. 76
Aufgang A, 2. Obergeschoss, Raum 2.10
13355 Berlin

Wann: Samstag, 17.06.2023

Zeit: 17:00 bis 23:00 Uhr

Ansprechpartner für Rückfragen:

Prof. Dr. Lorenz Pöllmann
0176 – 64 78 01 72
l.poellmann@hmkw.de

Prof. Dr. Ronald Freytag
0177 – 25 97 822
r.freytag@hmkw.de