

Pressemitteilung

Persönlichkeit 2.0: Was offenbaren studiVZ-Profilen über ihre Besitzer?

Studie der Abteilung Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik untersucht „Persönlichkeit und soziale Wahrnehmung in Online Social Networks“

(Mainz, 18. November 2009, lei) Soziale Netzwerke wie studiVZ/meinVZ oder Facebook verleihen der eigenen Persönlichkeit Ausdruck und werden nicht genutzt, um eine idealisierte virtuelle Identität zu kreieren. Das zeigen neueste Ergebnisse der Psychologen Mitja Back, Juliane Stopfer und Boris Egloff von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. „Die Ergebnisse haben uns selbst überrascht, weil sie der weitverbreiteten Meinung widersprechen, dass Online-Profilen nur dazu verwendet werden, ein Ideal der eigenen Person zu präsentieren“, sagt Back. „Online-Profilen vermitteln tatsächlich ein sehr genaues Bild der Profilinehaber.“

In Kooperation mit deutschen und amerikanischen Kollegen untersuchten die Mainzer Psychologen insgesamt 236 deutsche (studiVZ/meinVZ) und US-amerikanische (Facebook) Nutzerprofile. Mit Fragebögen wurden die tatsächlichen Persönlichkeitseigenschaften der Profilinehaber sowie ihre idealisierten Selbstbilder (d.h. die Vorstellungen davon, wie sie gerne wären) erhoben. Als Persönlichkeitseigenschaften wurden die sogenannten Big Five erfasst: Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus und Offenheit für Erfahrungen. Anschließend sahen fremde Beurteiler die Nutzerprofile und gaben ihren Persönlichkeitseindruck an. Die Fremdurteile wurden dann mit der tatsächlichen Persönlichkeit sowie dem Selbstideal der Profilinehaber verglichen. Es zeigt sich, dass die spontanen Eindrücke der fremden Beurteiler mit den tatsächlichen Eigenschaften

der Profilbesitzer übereinstimmen und nicht durch deren Selbstidealisierung verfälscht werden.

Die Studie bestätigt den wichtigen Einfluss der Persönlichkeit auf unser alltägliches Leben: „Ob es nun unsere Sprache, unsere Kleidung, unser Verhalten, unsere E-Mail-Adresse, unser Büro oder Schlafzimmer, unser Musikgeschmack oder unser Online-Profil ist – überall spiegelt sich unsere Persönlichkeit wider“, so Back. Die aktuellen Ergebnisse sprechen dafür, dass sich Online-Profile wegen der Vielzahl an persönlichen Informationen und Handlungsoptionen besonders gut eignen, die eigene Persönlichkeit auszudrücken.

„Da ist es nicht verwunderlich, dass sich soziale Netzwerke solcher Beliebtheit erfreuen“, resümiert Back. „Zum einen können die Nutzer einander informieren, wer sie sind. Damit kommen sie dem Bedürfnis nach, von anderen wahrgenommen zu werden. Zum anderen verlassen sich Nutzer sozialer Netzwerke auf die Informationen, die sie fremden Profilen entnehmen. Das fördert das Vertrauen in solche Online-Netzwerke und begünstigt deren Nutzung für soziale Interaktionen.“ Derzeit nutzen weltweit mehr als 700 Millionen Menschen Online-Netzwerke zum Kommunizieren und Kontakte knüpfen.

Die Ergebnisse werden in der Fachzeitschrift *Psychological Science* veröffentlicht. Neben Mitja Back, Juliane Stopfer und Boris Egloff von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz waren Stefan Schmukle (Westfälische Wilhelms-Universität Münster), Simine Vazire (Washington University in St. Louis), Sam Gosling und Sam Gaddis (University of Texas at Austin) an der Studie beteiligt.

Kontakt und Informationen:

Dr. Mitja Back
Psychologisches Institut
Abt. Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Tel. 06131 39-39157
Fax 06131 39-39154
E-Mail: back@uni-mainz.de
<http://psycho.sowi.uni-mainz.de/abteil/pp/back.html>

