

Das digitale Ich – Medienpsychologische Perspektive auf die Digitalisierung

Dr. Astrid Carolus

Wir leben in einer digitalisierten Welt, irgendwo zwischen Algorithmen, Sozialen Medien und selbstfahrenden Autos. Die Digitalisierung betrifft längst nicht mehr nur technik-affine Nischen, vielmehr schließt sie sämtliche Lebensbereiche ein: Wirtschaft, Technik, Politik, Kultur, Bildung... und auch Kirche. Der US-Präsident twittert seinen Hass in die Welt, der Papst das Evangelium.

Und wir mitten drin. Denn auch wenn wir uns aus manchen Dingen heraushalten oder sie als stille Beobachter mitverfolgen: Der Entwicklung selbst können wir uns kaum entziehen. Auch wir nutzen digitale Technologien, wir surfen durchs Internet und tippen auf unserem Smartphone. Diese neuen Endgeräte mit alle ihren Funktionen sind ja durchaus praktisch, die Vorteile ort- und zeitunabhängiger Kommunikation beispielsweise liegen auf der Hand. Allerdings scheint dieser Nutzen auch mit allerlei Risiken verbunden. Datenschutz und Privatsphäre, Hatespeech und alternative Fakten sowie Fragen rund um einen gelungenen Umgang mit den neuen Medien stellen nur einen kleinen Ausschnitt der Herausforderungen dar, die mit der Digitalisierung einhergehen.

Hier setzt die Medienpsychologie an und versucht, menschliches Denken, Fühlen und Handeln im Umgang mit Medien zu verstehen. Die medienpsychologische Perspektive fragt im Kern: Was machen Menschen mit den Medien – und was machen die Medien mit uns? Warum wir Medien auf eine Art nutzen, die rational betrachtet oftmals wenig sinnvoll scheint, ist Gegenstand dieses Vortrags. Denn eines scheinen wir gerne zu vergessen: Der Mensch ist (leider) keineswegs in allem, was er tut, denkt und fühlt so rational. Dies gilt auch für unseren Umgang mit Medien. Vieles ist nicht logisch – aber vielleicht psycho-logisch?