
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Vorbemerkung	1
1.2	Medien in der Mensch-Umwelt-Beziehung	2
1.3	Die Nutzung des Internet	6
1.3.1	Substitution oder Komplementarität?	6
1.3.2	Internetnutzung bei Kindern und Jugendlichen	7
1.3.3	Motive der Internetnutzung	13
1.3.4	Theorien der Mediennutzung	15
1.4	Fragestellungen und Themen	19
	Literatur	20
2	Das Individuum im Cyberspace	23
2.1	Die Digitalisierung der Gesellschaft	23
2.2	Ambivalenzen	36
2.2.1	Benefits	38
2.2.2	Macht und Ohnmacht	39
2.3	Von der Psychologie zur Cyberpsychologie	40
2.3.1	Die Entdeckung der Umwelt in der Psychologie	40
2.3.2	Mensch-Umwelt-Kongruenz	42
2.3.3	Die neuen Medien und die Cyberpsychologie	45
2.3.4	Neue Methoden	47
2.3.5	Big Data	49
2.3.6	Hypothesen und methodische Ansätze	52
	Literatur	57

3	Veränderung des Menschen?	63
3.1	Theoretische Grundlagen	63
3.1.1	Lernen	63
3.1.2	Motive und Bedürfnisse	65
3.2	Informationsverarbeitung	68
3.2.1	Wahrnehmungs- und kognitive Prozesse	68
3.2.2	Sinnesmodalitäten und deren Zusammenwirken	70
3.2.3	Informationsselektion	73
3.2.4	Emotionale Prozesse	78
3.3	Stress und Stressbewältigung	81
3.3.1	Stress-Modell	81
3.3.2	Stress durch information overload	82
3.3.3	Technostress und Medienkompetenz	84
3.3.4	Selbstwirksamkeit	86
3.3.5	Internetsucht	87
3.4	Identität und Selbstdarstellung	91
3.4.1	Das Selbst	91
3.4.2	Synchrone und diachrone Identität	92
3.4.3	Personale und soziale Identität	93
3.4.4	Selbstwertgefühl und soziale Vergleiche	96
3.4.5	Selbstdarstellung	97
3.5	Soziale Interaktionen	103
3.5.1	Computerbasierte und Face-to-Face-Kommunikation	105
3.5.2	Gruppen, Gemeinschaften und Zugehörigkeit	114
3.5.3	Empathie	122
3.5.4	Antisoziales Verhalten	124
3.6	Privatheit	131
3.6.1	Definition von Privatheit	132
3.6.2	Wandel der Privatheit	133
3.6.3	Überwachung und Datenschutz	135
3.6.4	Das Privatheitsparadox	137
3.7	Umweltbeziehungen	139
3.7.1	Selbstwirksamkeit und Umweltaneignung	140
3.7.2	Spielen	145
3.7.3	Ortsverbundenheit	152
3.7.4	Spiritualität und Transzendenz	154
3.7.5	Das Virtuality Kontinuum	159

3.8	Verändert sich der Mensch?	161
	Literatur	166
4	Zur Bedeutung realer Umwelten.	177
4.1	Standpunkte und Argumente	177
4.1.1	„Placelessness“	178
4.1.2	Gleichbleibende Bedeutung der realen Umwelt	179
4.1.3	Komplementarität und erweiterte Realität	180
4.2	Qualitäten und Funktionen realer Umwelten	181
4.3	Third Places und andere soziale Orte	184
4.3.1	Charakterisierung von Third Places	184
4.3.2	Cafés und Läden	195
4.3.3	Spielorte	198
4.4	Fourth Places	203
4.4.1	Charakterisierung von Fourth Places	203
4.4.2	Sakrale Orte	203
4.4.3	Naturumwelten als restorative environments	207
4.5	Schlussbemerkungen	213
	Literatur	215
	Cyberpsychologisches Glossar	219

Third Places – reale Inseln in der virtuellen Welt

Ausflüge in die Cyberpsychologie

Flade, A.

2017, VII, 226 S. 59 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-09687-8