

Selbstdarstellungsstrategien von Mediziner:innen in der digitalisierten Welt



Uniwersytet
Wrocławski



UCZELNIA
BADAWCZA
INICJATYWA DOSKONALOŚCI

Marcelina Kałasznik

- **Teil 1:** Relevanz des Themas
- **Teil 2:** Theorie
- **Teil 3:** Empirischer Teil

Entwicklung des Internets



(fast) uneingeschränkter Zugang zum Wissen



Veränderungen in Arzt-Patient-Beziehung

Teil 1: Veränderungen in der Arzt-Patient-Beziehung

- (vor)informierte Patienten (informierte Laien)
- Veränderungen im Selbstverständnis der Rollenverteilung in der Arzt-Patient-Kommunikation
- Veränderungen der Kriterien der Auswahl eines (Spezial)arztes

Warum Ärzte?

- **bisher nicht untersucht worden**
- **Wettbewerb**
- **Bestimmungen zum ärztlichen Werberecht**

- **Arztbewertungsportale**

Selbstdarstellung von Medizimern im Spannungsverhältnis zwischen

der Absicht,

sich selbst zu präsentieren,

- ↗ und 1) der sozialen Erwünschtheit
- ↔ und 2) rechtlichen Bestimmungen
- ↔ und 3) dem hypertextuellen Rahmen des ABPs
- ↘ und 4) Persönlichkeitsmerkmalen

Dr. - Privatpraxis

Arzt, Orthopäde & Unfallchirurg

Sonstige Informationen über mich

Nachdem ich zehn Jahre lang professioneller Artist war, ist nun die orthopädische Praxis meine Bühne. So wie ich als Artist stets hundert Prozent für eine gute Performance gegeben habe, tue ich das nun auch im Arztleben. Denn meine Arbeit ist meine Leidenschaft. Ich behandle präzise und kunstfertig wie bei der Jonglage, führe meine Patienten intuitiv und sanft wie beim Tangotanz und versuche durch authentische Kommunikation mit meinem Gegenüber einen neuen Blickwinkel auf Dinge zu erreichen – wie in der Magie.

- Selbstdarstellung
- Kommunikation (medizinische Kommunikation)
- Rechtliche Bestimmungen
- Arztbewertungsportal als Hypertext

- Terminologie

Selbstdarstellung / Selbstpräsentation

Impression Management / Eindruckskontrolle

Self Disclosure (Selbst-Offenbarung)

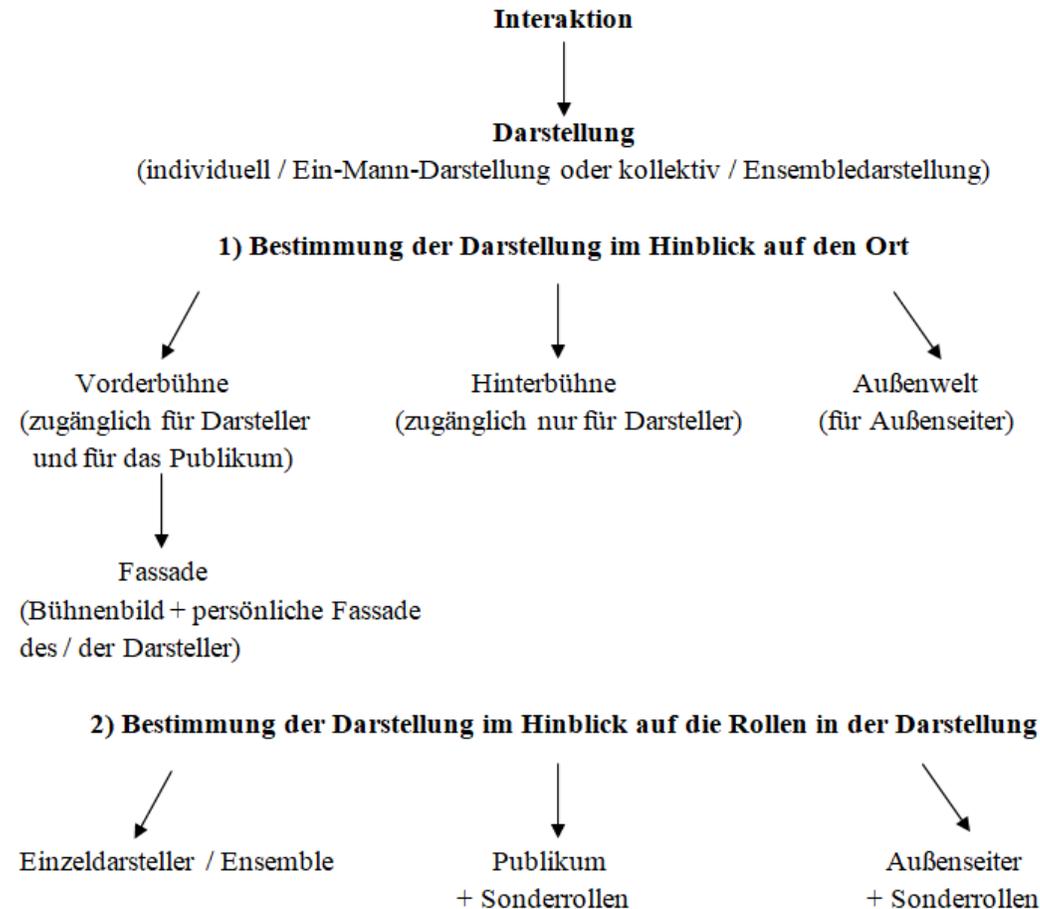
Image-Kontrolle

Eigenwerbung

Identität

- Goffmans Theorie
- Jones' / Pittmans Theorie
- Selbstdarstellung in anderen wissenschaftlichen Disziplinen
- Determinanten der Selbstdarstellung (Motive der Selbstdarstellung, sozialer Kontext, Kategorisierung selbstdarstellender Verhaltensweisen)
- Mittel der Selbstdarstellung (verbal, paraverbal, nonverbal)
- Selbstdarstellung im Internet – Multimodale Selbstdarstellung

Dramaturgisches Modell von Goffman (1959) – eigene Darstellung



- trägt eine Maske
- erzeugt einen Eindruck /
macht eine Wirkung
- selektiert dazu die an das Publikum
vermittelten Informationen
(Ausdruckskontrolle, dramatische
Gestaltung, Idealisierung)

Taxonomie selbstdarstellender Verhaltensweisen

Jones / Pittman (1982: 249)

	angestrebte Zuschreibung	riskierte negative Zuschreibung	erregte Emotionen	prototypische Handlungen
Ingratiation	sympathisch	Schmeichler, Konformist, Untergeordneter	Zuneigung	<u>Selbstcharakterisie- rung,</u> <u>Meinungskonfor- mismus, Gefallen</u>
Einschüchterung	gefährlich	Schwätzer, unwirksam, <u>Wischiwaschi</u> redend	Angst	Bedrohung, Ärger (einleitend), <u>Nervenzusammen- bruch (einleitend)</u>
Eigenwerbung	kompetent	betrügerisch, verborgen, defensiv	Respekt (Ehrfurcht, Ehrerbietung)	Leistungsansprüche, Leistungen
als beispielhaft erscheinen	lobenswert	Heuchler, fromm, ausbeuterisch	Schuld (Scham, Nachahmung)	Selbstverleugnung, Hilfe, aggressive Handlungen
als inkompetent und von anderen abhängig erscheinen	hilflos	stigmatisiert, faul, anspruchsvoll	Pflege (Verpflichtung)	Selbstverachtung, Bitten um Hilfe

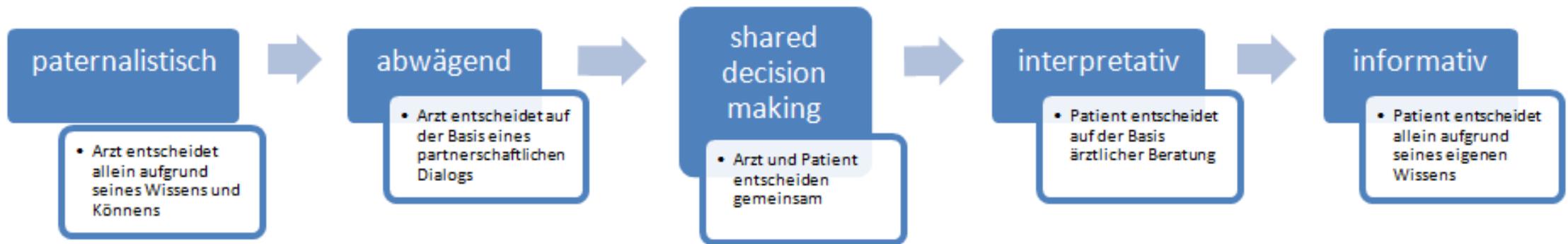
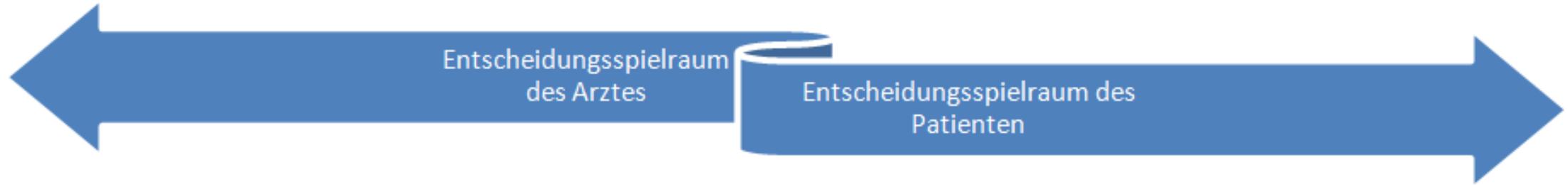
Tab. 1. Die Taxonomie der Selbstdarstellungsstrategien nach Jones / Pittman (1982), Quelle: Jones / Pittman (1982: 249)

- Selbstdarstellung in anderen wissenschaftlichen Disziplinen
- Determinanten der Selbstdarstellung (Motive der Selbstdarstellung, sozialer Kontext, Kategorisierung selbstdarstellender Verhaltensweisen)
- Mittel der Selbstdarstellung (verbal, paraverbal, nonverbal)
- Selbstdarstellung im Internet – Multimodale Selbstdarstellung

- Kommunikation
- Medizinische Kommunikation
- Kommunikationsmodelle in den Arzt-Patienten-Beziehungen

Teil 2: Kommunikationsmodelle in der Arzt-Patient-Beziehung

Darstellung nach Bechmann (2014: 139)



- Rechtliche Grundlagen / Grenzen der Kommunikation über medizinische Dienstleistungen in Deutschland

- Arztbewertungsportale
- Arztbewertungsportal als Hypertext



- Arztsuche
- Termin buchen
- Arzt bewerten
- Experten-Ratgeber
- Für Ärzte
- Login/Registrierung

2 Mio. **Bewertungen**

1 Mio. **buchbare Termine**

275.000 **Ärzte**

Teil 3: Empirischer Teil – Korpus der Untersuchung

- das Arztbewertungsportal: *jameda.de*
- Arzt mit Spezialisierung
- eine Spezialisierung: Orthopädie
- Ärzte aus ganz Deutschland
- Ärzte mit Premium-Profilen
- die Anzahl der Profile ?

Teil 3: Empirischer Teil – Forschungsfragen

- welche Selbstdarstellungsstrategien nutzen deutsche Ärzte auf ihren Profilen auf Arztbewertungsportalen, um sich ins positive Licht zu stellen
- welche sprachlichen und außersprachlichen Mittel gebrauchen sie dazu, um die Selbstdarstellungsstrategien umzusetzen

Teil 3: Empirischer Teil – Design der Untersuchung

Kontext	
Bestimmung der Kommunikationssituation	
Mikroebene	
Analyse der Texte	<ul style="list-style-type: none"> • Schlüsselwörter • Selbstbezeichnungen der Ärzte • Bezeichnungen / Anredeformen der Portalbesucher / potenzieller Patienten • Sprechhandlungen / Sprechakte (Höflichkeitsakte) • Argumentationsweise • Ausdruck von Emotionen • Bewertende Mittel • Wissensvermittlung
Analyse der visuellen Mittel	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos des Arztes / des Teams / der Praxis
Analyse der audiovisuellen Mittel	<ul style="list-style-type: none"> • Form, Thematik + • Aspekte, die bei der Analyse von Texten und visuellen Mitteln aufgelistet werden
<ul style="list-style-type: none"> • Positionierung der einzelnen Mittel in der Struktur des Profils 	
Makroebene	
Unterscheidung der Selbstdarstellungsstrategie Kategorisierung von sprachlichen und außersprachlichen Mitteln, die bevorzugt zur Realisierung der Strategien eingesetzt werden	

Tab. 2. Vorläufiges Analysemodell



Uniwersytet
Wrocławski



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
