

Narzissmus rauf, Empathie runter

Singularisierung in der Nervenheilkunde

M. Spitzer, Ulm

Ich mag das Wort „Megatrend“ nicht, weil ich ganz generell Übertreibungen und Wortneuschöpfungen mit Argwohn betrachte: *Impulsreferate* und *Topthemen* sind meist langweiliger als Referate und Themen (Ist Ihnen das schon mal aufgefallen?). Geht es jedoch um Singularisierung, so ist das Wort Megatrend durchaus angebracht, denn der Trend zu einem Leben im Singular – als Einzelner – betrifft alle Bereiche des Lebens: Unsere Nahrungsmittel kommen in immer kleineren Packungen, weil nur noch einer für sich kocht und isst. Unsere Haushalte werden kleiner (►Abb. 1), weswegen langfristig mehr kleinere Wohnungen (für Singles) gebaut werden. Wer ein Auto kauft, überlegt sich dreimal, ob er eine spritschluckende Familienkutsche wirklich braucht oder nicht lieber einen flotten kleinen Zweisitzer erwirbt (wenn auch diese Überlegungen bislang eher weniger handlungsrelevant zu sein scheinen). Der Trend ist jedoch nicht auf die Nahrungsmittel- und Automobilindustrie oder das Baugewerbe beschränkt, sondern hat längst Einzug bis in unsere Seelen hinein gefunden, weswegen er auch die Seelenheilkunde – ein Teilgebiet der Nervenheilkunde – betrifft. Immobilien, Mobilität, Nahrung, Seelenheil – wenn ein Trend, der all dies betrifft, sich nicht *Megatrend* nennen darf, welcher sollte das dann dürfen?

Der Trend zur Singularisierung ist nicht auf die Nahrungsmittel- und Automobilindustrie oder das Baugewerbe beschränkt, sondern hat Einzug in unsere Seelen gefunden.

Hierzu zunächst ein paar Fakten: In Deutschland ist der Trend zu Singularisie-

Nervenheilkunde 2017; 36: 550–556

Korrespondenzadresse

Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer, Universitätsklinikum Ulm
Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie III
Leimgrubenweg 12, 89075 Ulm

rung seit Jahren ungebrochen. Im Jahr 2015 lag die Zahl der Haushalte in Deutschland bei knapp 41 Millionen wovon knapp 17 Millionen Single-Haushalte waren (►Abb. 1). Zwar leben noch immer etwa 50% der Menschen in Deutschland in einer klassischen Familie (Eltern mit einem oder mehreren Kindern), der Anteil war jedoch früher höher und nimmt seit Jahrzehnten ab. Die Anzahl der Haushalte in Deutschland nimmt viel stärker zu als die Zahl der Einwohner, sodass die Anzahl der Menschen pro Haushalt abnimmt.

Hinzu kommt: Unsere Gesetzgebung und unsere Sozialpolitik machen es möglich, dass Paare entweder gar nicht mehr heiraten und sich zudem leichter wieder trennen können: Wurde noch 1950 hierzulande nur jede 10. Ehe geschieden, so ist es heute jede dritte. Auch Paare mit Kindern können sich einfacher trennen, sodass diese nur mit einem Elternteil aufwachsen und so schon in jungen Jahren an das „Single-Dasein“ gewöhnt werden. Der Normalfall ist – bei im Mittel 1,5 Kindern pro Frau – ohnehin nur *ein* Kind.

Neben der Abnahme des Stellenwerts von Ehe und Familie während der vergangenen Jahrzehnte spielt in unserer Gesellschaft auch das Altern für die Vereinzelung eine bedeutende Rolle: Die Menschen werden immer älter, und weil Männer im Mittel etwa sechs Jahre früher sterben als Frauen (und zudem schon bei der Eheschließung 1 bis 2 Jahre älter sind), gibt es sehr viele Witwen. Diese gab es schon nach dem zweiten Weltkrieg (man sprach von „Kriegswitwen“), der Trend zu einer „Feminisierung des Alters“ (wie man dieses Phänomen in der einschlägigen Literatur nennt) ist jedoch im achten Jahrzehnt nach dem Krieg steigend. „Derzeit beträgt der Frauenanteil bei den 60-Jährigen und Älteren über 60%. Mit zunehmendem Alter wächst dieser Anteil noch weiter an“, kann man hierzu im *Handbuch Sozialplanung für Senioren* nachlesen (14).

Zwar ist der 2-Personen-Haushalt (zumeist verheiratet) mit knapp 50% derzeit noch die häufigste Wohnform im Alter. Aber das Handbuch konstatiert weiter: „Immer mehr Menschen leben im Alter allein. Dies trifft bundesweit auf etwa 40% der Bevölkerung ab 65 Jahre zu, in Großstädten liegt der Anteil noch höher. Davon sind 85% Frauen. Ein Grund dafür sind die weiterhin höheren Sterbeziffern bei Männern. Zunehmend bestimmen aber auch älter werdende Singles (Ledige, Geschiedene bzw. getrennt Lebende) den Trend zur Singularisierung des Alters, darunter überdurchschnittlich häufig Männer“. Die (wenigen übrig bleibenden) Männer machen es also den Frauen nach und holen auf, was ihre Vereinzelung und Vereinsamung anbetrifft!

Die Anzahl der Haushalte in Deutschland nimmt viel stärker zu als die Zahl der Einwohner, sodass die Anzahl der Menschen pro Haushalt abnimmt.

Auch zwei andere große Trends – Urbanisierung und Mediatisierung – befeuern den Trend zur Vereinzelung: Vor allem in den Entwicklungsländern bewirkt die zunehmende Urbanisierung einen starken Einbruch der Geburtenraten. So liegt die Fertilitätsrate in Addis Abeba/Äthiopien, oder in vielen vietnamesischen Städten bei 1,4 und damit sogar noch *unter* der durchschnittlichen, bekanntermaßen geringen, Fertilitätsrate von 1,5 im (hoch entwickelten) Deutschland. In der iranischen Hauptstadt Teheran bekommen die Frauen durchschnittlich noch weniger Kinder – nämlich nur 1,3 je Frau.

Fragt man die Leute danach, warum ältere Menschen Single sind, so unterscheiden sich Männer und Frauen teilweise in ihren Antworten: Während als Hauptgrund von 28,7% der Männer „ich bin zu schüchtern und lerne wenig Menschen kennen“ angegeben wird (Frauen sagen

dies nur zu 16,1%), ist der häufigste (30,2%) von Frauen genannte Grund „meine Ansprüche an einen Partner sind zu hoch“ (Männer: 25,5%). Fast doppelt so viele Frauen (9,7%) halten sich für zu alt (Männer 5,9%), und mehr als doppelt so viele Frauen (12,4%) wie Männer (5,9%) meinen, sie schüchtern andere ein. Im Hinblick auf das Bedürfnis nach Unabhängigkeit („ich möchte meine Unabhängigkeit noch nicht aufgeben“: Männer 27,7%, Frauen 26,6%), eine enttäuschte Liebe („ich bin unglücklich verliebt“: Männer 10,7%, Frauen 10,4%) oder die Bedeutung der beruflichen Tätigkeit („mir ist mein Beruf zur Zeit wichtiger“: Männer 15,4%, Frauen 15,6%) unterscheiden sich beide Geschlechter hingegen kaum (9). In etwa der Hälfte aller Fälle scheint das Single-Dasein älterer Menschen nach dieser Statistik eher selbst gewählt zu sein.

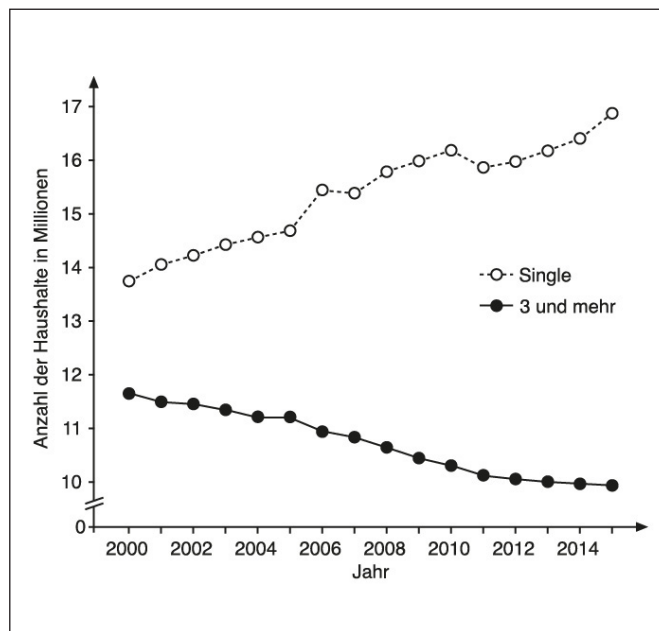
Wer aus den genannten Fakten ableitet, die Singularisierung sei vor allem ein Problem älterer Menschen, der irrt. Der Trend ist vielmehr gerade bei jungen Menschen am stärksten ausgeprägt. Dies hängt u. a. mit dem zweiten genannten Trend zu einer stark zunehmenden Mediatisierung unseres gesamten Lebens zusammen. Hiervon betroffen sind vor allem die jüngeren Menschen. Die Digitalisierung bringt Menschen nämlich nicht, wie oft behauptet wird, zusammen, sondern bewirkt eine Zunahme von Unzufriedenheit, Depression und Einsamkeit – insbesondere die sozialen Online-Netzwerke.

Männer sind zu schüchtern und Frauen haben zu hohe Ansprüche.

In einer im *American Journal of Preventive Medicine* Anfang des Jahres 2017 publizierten Studie, an einer für die USA repräsentativen Stichprobe von 1787 Erwachsenen im Alter von 19 bis 32 Jahren, untersuchten die Autoren den Zusammenhang zwischen dem Erleben von Einsamkeit¹ und der Nutzung von sozialen Online-Medien (16). Sowohl die verbrachte Zeit als auch die Häufigkeit des Aufrufens von insgesamt 11 sozialen On-

Abb. 1

Die in den Jahren 2000 bis 2015 zunehmende Zahl der 1-Personen-Haushalte und die zugleich abnehmende Zahl der Haushalte mit 3 und mehr Personen – spricht: Familien – demonstriert den Trend zur Singularisierung in Deutschland eindrücklich. Die Zahl der 2-Personen-Haushalte hat in diesem Zeitraum mit 12 720 000 (im Jahr 2000) bis 13 956 000 (2015) leicht zugenommen; die Durchschnittsgröße eines deutschen Haushalts liegt derzeit bei 2,0 Personen (8).



line-Medien – Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Tumblr, Vine, Snapchat und Reddit – wurden gemessen. Erfasst wurde aber auch das Ausmaß an erlebter Einsamkeit mittels vier Fragen. Alle Personen wurden nach ihrer erlebten Einsamkeit in drei Gruppen eingeteilt: „kaum einsam“ (42%), „mäßig einsam“ (31%) und „sehr einsam“ (27%). Über die Gesamtgruppe verbrachten alle im Mittel 61 Minuten am Tag mit sozialen Online-Medien bzw. suchten die Webseiten im Mittel 30 Mal pro Woche auf. Nur 58 Personen (3,2%) nutzen soziale Online-Medien gar nicht.

Betrachtete man nur diese beiden gemessenen Größen (erlebte Einsamkeit und Nutzung sozialer Online-Medien), so ergab sich ein klarer Zusammenhang dahingehend, dass diejenigen, die soziale Online-Medien täglich mehr als 2 Stunden nutzten, eine im Vergleich zu denen, die sie weniger als eine halbe Stunde nutzten, auf das Doppelte erhöhte Wahrscheinlichkeit aufwiesen, sich einsam zu erleben. Nicht nur die Nutzungsdauer, sondern auch die Anzahl der Aufrufe der entsprechenden Webseiten zeigte dieses Ergebnis: Diejenigen, die soziale Online-Medien wöchentlich öfter als 58 Mal aufsuchten, hatten eine um mehr als das Dreifache (Faktor 3,4) erhöhte Wahrscheinlichkeit sich einsam zu erleben, als diejenigen, die diese Medien

weniger als neun Mal pro Woche aufsuchten.

Auch wenn man das Einkommen, die Bildung, das Alter und Geschlecht der Teilnehmer in die Analyse der Daten miteinbezog, zeigte sich dieses Ergebnis klar: Ein deutlicher, statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Online-Medien und dem Erleben von Einsamkeit.

Man könnte nun behaupten, dass depressive, einsame oder unzufriedene Menschen eben häufiger soziale Online-Medien wie beispielsweise Facebook nutzen, dass also die Richtung des angeführten Zusammenhangs nicht von Facebook zur Unzufriedenheit, Einsamkeit und Depression geht, sondern umgekehrt verläuft. Es ist daher von Bedeutung, dass es hierzu mittlerweile Längsschnittdaten und sogar experimentelle Daten gibt, die an der Richtung des Zusammenhangs keinen Zweifel mehr lassen.

In einer Längsschnittstudie an 82 Personen im Alter von knapp 20 Jahren wurde der Zusammenhang zwischen der Nutzung von Facebook und dem subjektiven Wohlbefinden mittels des Verfahrens des Time-Sampling untersucht (1). Hierbei wurden die Probanden über einen Zeitraum von zwei Wochen hinweg fünfmal täglich zu jeweils zufällig gewählten Zeiten per SMS kontaktiert, um das subjektive Wohlbefin-

¹ Zum Einsatz kam die der aus vier Items bestehenden PROMIS-Skala (*Patient-Reported Outcome Measurement Information System*; 21).

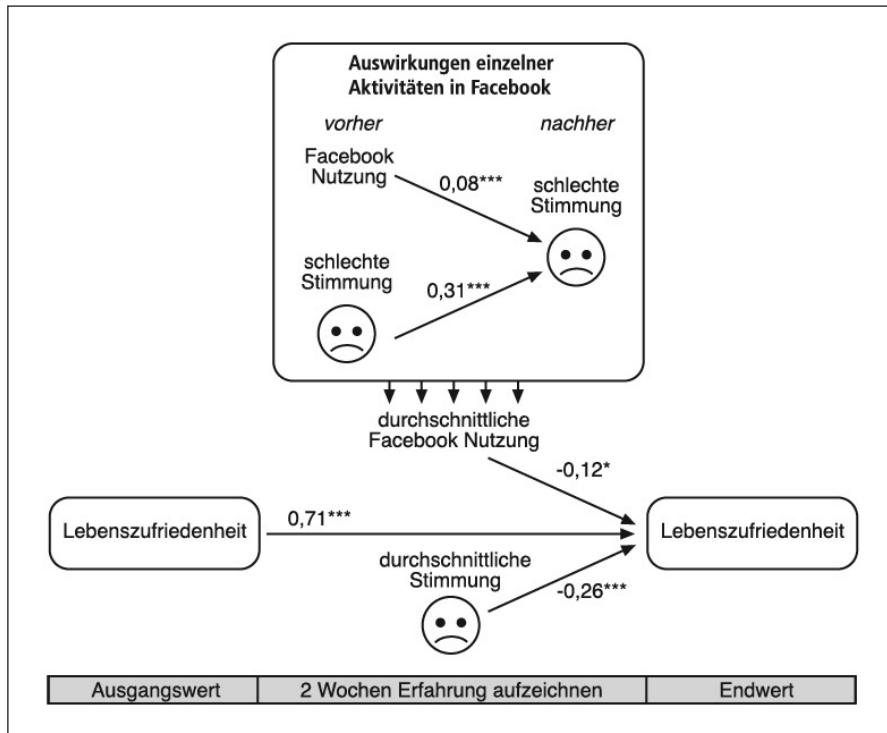


Abb. 2 Die Nutzung von Facebook bewirkt eine schlechtere Stimmung und eine geringere Lebenszufriedenheit (aus 17, nach Daten aus 1).

den im Augenblick sowie die Lebenszufriedenheit insgesamt zu ermitteln.

Zudem wurde gefragt, wie oft die Probanden seit dem letzten SMS-Kontakt Facebook genutzt hatten. Hierbei zeigte sich ein direkter negativer Einfluss der Facebook-Nutzung auf das subjektive Wohlbefinden in der Zeit danach (► Abb. 2). Ein umgekehrter Einfluss (eingeschränktes Wohlbefinden führt zu mehr Facebook-Nutzung) fand sich nicht. Weitere komplexe Analysen von zusätzlich per Fragebogen erhobenen Daten zeigten insgesamt sehr klar, dass der Effekt nicht auf andere Faktoren zurückgeführt werden kann, sondern Facebook- bzw. Internet-Nutzung zu Einbußen des Wohlbefindens führt.

Wer soziale Online-Medien täglich mehr als zwei Stunden nutzt, hat eine im Vergleich zu denen, die sie weniger als eine halbe Stunde nutzten, auf das Doppelte erhöhte Wahrscheinlichkeit, einsam zu sein.

Die Richtung des Zusammenhangs und damit die Kausalität konnte auch durch eine kontrollierte, randomisierte experimen-

telte Studie an 1 095 freiwilligen Probanden aufgeklärt werden: Nach zufälliger Gruppenzuteilung musste die Hälfte der Personen für eine Woche auf die Nutzung von Facebook komplett verzichten (11). Die Studie wurde in Dänemark durchgeführt; die Teilnehmer waren zu 86% weiblich und durchschnittlich 34 Jahre alt, hatten im Mittel 350 Facebook-Freunde und nutzen Facebook täglich für eine gute Stunde.

Die Compliance in der Verzicht-Gruppe war keineswegs perfekt. Vielmehr berichteten 13% dieser Personen, Facebook dennoch verwendet zu haben, die meisten nur einmal (weil es „dringend“ war). Auch in der Kontrollgruppe gab es interessanterweise Probleme, denn deren Facebook-Nutzung ging während des einwöchigen Experiments von der erwähnten guten Stunde auf 45 Minuten zurück. Man entschloss sich daher, keine Daten aus Compliancegründen von der Analyse auszuschließen, was bei pharmakologischen Interventionen als „Intention-To-Treat“ (ITT)-Auswertung bezeichnet wird. Man führte daher keine weiteren statistischen Korrekturen der Daten durch, was eher zu einer Unterschätzung von Effekten führt.

Insgesamt zeigte die Studie eine signifikante ($p < 0,001$) Zunahme der Lebenszufriedenheit bei denjenigen, die Facebook für eine Woche nicht verwendet hatten. Auch das emotionale Befinden verbesserte sich signifikant ($p < 0,001$), wobei die Effekte jeweils größer bei denjenigen waren, die zuvor eher viel Facebook-Nutzung betrieben haben. Die Ergebnisse werden vom Autor klar und deutlich wie folgt kommentiert:

„Millions of hours are spent on Facebook each day. We are surely better connected now than ever before, but is this new connectedness doing any good to our well-being? According to the present study, the answer is *no*. [...] First, the present study provides causal evidence that quitting Facebook leads to higher levels of both cognitive and affective well-being. [...] Second, the study showed that the (causal) gain of wellbeing varied in relation to how people use Facebook. The gain proved to be greatest for heavy Facebook users [...]. To make things clear, if one is a heavy Facebook user, one should use Facebook less to increase one's well-being. [...] it may be difficult to change one's way of using Facebook. If this is the case, one should consider quitting Facebook for good“ (11, S. 664f).

Schließlich legen noch Daten zu den Auswirkungen von Sozialkontakten auf die Gehirnentwicklung nahe, dass eine direkte Kausalität besteht: Reale Sozialkontakte führen zu einer stärkeren Entwicklung derjenigen Bereiche des Gehirns, die mit der Verarbeitung sozialer Informationen beschäftigt sind (the „social brain“, wie diese Bereiche oft genannt werden), wie aus tierexperimentellen Daten und mittlerweile sogar aus Daten, die am Menschen gewonnen wurden, hervorgeht (5).

Der Trend zum Singular hat psychologische Konsequenzen, die den Bereich der Nervenheilkunde angehen: Singularisierung geht mit einer Betonung des „Ich“ und einem Verlust des „Wir“ einher, worauf zunächst Kulturkritiker wie beispielsweise Schriftsteller hingewiesen haben, und was mittlerweile auf unterschiedliche Weise empirisch untermauert wurde. Schon vor 40 Jahren nannte man die damals junge Generation der *Baby-Boomer* auch die *Generation Ich*, „mit ihrer uner-

warteten Entwicklung nach dem zweiten Weltkrieg: Dem von Millionen ganz normaler Leute genossenen Luxus, sich mit sich selbst zu beschäftigen“, wie es der US-Schriftsteller Tom Wolfe im Jahr 1976 beschrieb. Ganz nach dem Motto der erfolgreichen US-Werbefachfrau Shirley Polykoff: „Wenn ich sowieso nur ein Leben habe, möchte ich es zumindest als Blondine leben“.

„Wenn ich sowieso nur ein Leben habe, möchte ich es zumindest als Blondine leben.“

Die Kinder dieser Eltern-Generation wiederum wurden mehr fotografiert, gefilmt, hofiert und in allem, was sie taten bestätigt (was auch immer es war) als jede andere Generation zuvor. Paradigmatisch für diese noch nie dagewesene Gehirnwäsche sei die TV-Sendung *Mr. Rogers's Neighbourhood* angeführt, mit der die Kinder in den USA seit den 1960er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts aufwuchsen. Insgesamt 905 zwischen 1963 und 2001 ausgestrahlte halbstündige TV-Sendungen wurden speziell für die Zwei- bis Fünfjährigen produziert. Ihr Inhalt – das Thema der christlichen Taufe „Du bist besonders!“ – wurde vom immer lächelnden freundlichen Pfarrer Fred Rogers beim Ende jeder Sendung thematisiert, indem er sich in der Tür stehend an sein kleines Publikum mit den Worten wandte: „Du machst aus jedem Tag einen besonderen Tag. Und Du weißt wie: Indem Du einfach Du selber bist. Es gibt nur einen einzigen Menschen auf der Welt, der wie Du bist, und das bist Du. Und die Leute mögen Dich genau deswegen, weil Du so bist wie Du bist.“² So wurde den Kindern der bereits sehr selbstbewussten Generation der *Baby-Boomer* eine noch stärkere (um nicht zu sagen: überzogenere)

2 Als Vater von Kindern, mit denen ich von 1989 bis 1994 mehrfach für längere Zeiträume in den USA verbracht habe, kann ich diese Sätze fast noch auswendig, zitiere sie hier jedoch sicherheitshalber aus dem entsprechenden englischsprachigen Wikipedia-Eintrag zu *Mister Rogers's Neighbourhood*: „You always make each day a special day. You know how: By just your being you/yourself. There's only one person in the whole world that's like you, and that's you. And people can like you just/exactly the way you are.“

Selbstzentriertheit eingetrichtert, die zum einen nicht mehr durch andere christliche Werte wie Gemeinschaft, Nächstenliebe und Solidarität ausgeglichen wurde und zum zweiten jeglicher Grundlage im Sinne von Leistungsfähigkeit und -bereitschaft entbehrte.

So wundert es nicht, dass auf diesem Hintergrund und verstärkt durch die Omnipräsenz digitaler Informationstechnik eine junge Generation der *Millennials* entstand, für die wiederum die Bezeichnung „*Generation Me*“ (12) oder „*Look At Me*“ Generation (3, 4) verwendet wurde und noch immer wird³. Der US-Publizist Christopher Orlet bemerkte hierzu im Jahr 2007 kritisch: „Ich selbst war nicht Teil der Generation der *Millennials*, die mit einer Überdosis an Selbstüberschätzung und Technologie zur Eigenwerbung aufwuchs, was in Kombination einen perfekten Sturm des Narzissmus entfesselt hat“⁴. Ihm zufolge wiesen im Jahr 2007 zwei Drittel der College-Studenten überdurchschnittliche Werte für Selbstverherrlichung auf – 30% mehr als 25 Jahre zuvor. Die *Millennials*

3 Zwischen der Generation der *Baby-Boomers* (geb. Mitte der 1940er- bis Mitte der 1960er-Jahre) und den *Millennials* (geb. Anfang der 1980er-Jahre bis Anfang des neuen Jahrtausends) liegt die *Generation X*. Sie ist zahlenmäßig weniger bedeutend, denn ihr Beginn fällt etwa mit dem Pillen-Knick zusammen, also der deutlich sinkenden Zahl der Geburten aufgrund der Entwicklung der hormonellen Kontrazeptiva („Anti-Baby-Pille“). Man nennt sie auch die „Schlüsselkinder“, weil sie in die Zeit fielen, in der die Frauen begannen, den Lebensunterhalt der Familien mit zu finanzieren, und sie daher nach der Schule nicht selten eine menschenleere Wohnung vorfanden. Eine weitere Bezeichnung dieser Generation, die stärker als jede Generation zuvor auch von Ehescheidung und wirtschaftlichen Problemen betroffen waren, ist nach deren Fernsehgewohnheiten „*MTV-Generation*“. Die *Millennials* sind verglichen mit der Generation X wieder zahlenmäßig bedeutsamer, weil es in den 1980er- und 1990er-Jahren zu einem erneuten deutlichen Anstieg der Geburtenrate gekommen war.

4 Im englischen Original lautet die gesamte Text-Passage: „I wasn't part of that millennial generation raised on an overdose of self-esteem and self-promoting technology that have combined to create a perfect storm of narcissism. Nor was I surprised to read that a study led by San Diego State University psychologists finds that about two-thirds of college students have above average scores in self-adulation. That's thirty percent more than when I was in college in 1982. These millennials make Narcissus look like a self-hating Greek“ (4).

seien zwar zuversichtlicher, selbstbewusster und Hals-über-Kopf in sich selbst verliebt, hätten hierzu jedoch überhaupt keinen Grund, beklagt der Autor und meint damit explizit ihre geringere Bildung, größere Oberflächlichkeit, „jämmerliche Armseligkeit“ (wörtlich!) und geringere emotionale Reife. Er gebraucht den Begriff des Narzissmus hier nicht im Sinne der Psychiatrie oder Psychopathologie, sondern gemäß dem allgemeinen Sprachgebrauch im Sinne von überzogener Selbstverliebtheit.

Narzissen fehlt es an Rücksichtnahme und emotionaler Wärme, ihre Beziehungen sind kurz und von Unehrlichkeit und Untreue sowie von Kontrolle und Gewalt geprägt. Daher ist für das Thema der Singularisierung die nachweisliche Zunahme des mittels psychologischer Fragebögen erhobenen *Narzissmus* von großer Bedeutung. Eine Metaanalyse von Daten, die an insgesamt 49818 Studenten aus verschiedenen Universitäten über die Jahre 1982–2008 hinweg gewonnen wurden, zeigte dies ebenso wie eine zweite Studie an 4152 Studenten der gleichen Universität über die Jahre 1994 bis 2009 (13).

So wurde den Kindern der sehr selbstbewussten Generation der Baby-Boomer eine noch stärkere Selbstzentriertheit eingetrichtert.

Nicht nur in den USA, sondern auch in anderen Ländern wie beispielsweise Finnland wurde eine Wandlung der Werte von allgemeinen globalen und sozialen Themen hin zu privaten Themen wie Gesundheit, Tod und Einsamkeit festgestellt (2).

Ein solcher kultureller Wandel zeigt sich nicht nur in den Einstellungen, Haltungen und Gewohnheiten von Personen, sondern lässt sich auch an Kulturprodukten – z. B. Büchern, Liedertexten, Fernsehsendungen, Filmen – ablesen. Hierzu wurden in den letzten Jahren Techniken entwickelt, die es erlauben, große Mengen an Texten statistisch auszuwerten (6, 7). Solche quantitativen Analysen von kulturellen Phänomenen haben dazu geführt, dass Vermutungen und auf eine solide Datenbasis gestellt werden können. So lässt sich beispielsweise der Verlauf des Ruhms prominenter Personen über die Zeit hinweg durch vier Parameter beschreiben:

Tab. Die in der Studie verwendeten „Top 20“ individualistischen und gemeinschaftlichen Wörter (aus 12, S. 2).

Individualistische Wörter	Gemeinschaftliche Wörter
unabhängig (independent)	gemeinschaftlich (communal)
individuell (individual)	Gemeinschaft (community)
einzelnen (individually)	Wohngemeinschaft (commune)
einzigartig (unique)	Einheit (unity)
Einzigartigkeit (uniqueness)	gemeinschaftlich (communitarian)
Selbst (self)	vereint (united)
Unabhängigkeit (independence)	Zusammenarbeit (teamwork)
sich selbst (oneself)	Gruppe (team)
allein (soloist)	gemeinschaftlich (collective)
Identität (identity)	Dorf (village)
personalisiert (personalized)	Stamm (tribe)
solo (solo)	Kollektivierung (collectivization)
einzelnen (solitary)	Gruppe (group)
personalisieren (personalize)	Kollektivismus (collectivism)
Einzelgänger (loner)	jeder (everyone)
herausragend (standout)	Familie (family)
single (single)	teilen (share)
persönlich (personal)	Sozialismus (socialism)
allein (sole)	den Stamm betreffend (tribal)
Singularität (singularity)	Vereinigung (union)

1. Alter bei Beginn der Bekanntheit,
2. Verdopplungszeit der Bekanntheit,
3. Alter bei höchster Bekanntheit und
4. Halbwertszeit der Bekanntheit nach deren Höhepunkt.

Wie sich zeigen ließ, lagen diese Werte für die Kohorte der 1865 geborenen berühmten Menschen bei 34 Jahren (Beginn), 4 Jahren (Verdopplungszeit), 75 Jahren (maximale Bekanntheit) und 73 Jahren (Halbwertszeit der abfallenden Bekanntheit (19).

Wie sich weiterhin zeigen ließ, bleibt von den genannten vier Parametern nur einer über die Zeit stabil: der Zeitpunkt der maximalen Bekanntheit (75 Jahre). Der Beginn der Bekanntheit und deren Verdopplungszeit veränderten sich jedoch vom frühen 19. bis zum mittleren 20. Jahrhundert von im Mittel 43 auf 29 Jahre bzw. von 8,1 auf 3,3 Jahre. Auch das Ausmaß der Bekanntheit (z. B. die Anzahl der Nennungen eines Namens in Büchern) wuchs in diesem Zeitraum, denn was früher und

schneller wächst wird größer. Die Kehrseite dieser Trends ist allerdings auch eine Verkürzung der Halbwertszeit des Ruhmes, die von 120 Jahren während des 19. Jahrhunderts auf 71 Jahre im 20. Jahrhundert abnahm. Die Leute werden heutzutage also schneller berühmt und dadurch noch berühmter als früher, werden allerdings wieder schneller vergessen. Die Zunahme der „Schnellebigkeit“ in unserer Zeit ist also keineswegs nur „gefühl“, sondern ganz real. Sie lässt sich objektiv messen.

Die Funktion der *Ngram* der Suchmaschine *Google* erlaubt solcherart statistische Auswertung von Texten, die ein einzelner Mensch niemals lesen könnte. Fünf Millionen Bücher (mit bekanntem Publikationsort und -datum), davon 13% Belletristik (fiction) und 87% Sachbuch (non-fiction) können nach der Häufigkeit des Vorkommens einzelner Wörter bzw. bis zu fünf Wörter langer Phrasen durchsucht werden, so dass Änderungen des Auftretens von

Wörtern über die Zeit hinweg objektiv messbar werden.

Mit diesem Verfahren untersuchten US-amerikanische Wissenschaftler die Verwendung von Worten wie „ich“ oder „wir“ im Zeitraum von 1960 bis 2008, also genau den Zeitraum, in den die Veränderungen der *Baby-Boomer* bis zu den *Millennials* fallen. Der Gebrauch von „wir“ nahm um 10% ab, der von „ich“ um 42% zu (22). In einer größeren Studie mit 40 Wörtern wurden methodische Vorkehrungen getroffen, um systematische Fehler – von der Voreingenommenheit der Wissenschaftler bis zur häufigeren Nennung von Wörtern, die gegenwärtig gebraucht werden – in der Statistik auszuschließen. So wurden Probanden rekrutiert, um individualistische oder gemeinschaftliche Wörter zu generieren und andere Probanden schätzten diese Wörter im Hinblick auf den Grad ihrer Individualität oder Gemeinschaftlichkeit (was ihre Bedeutung anbetrifft) ein. So wurden jeweils die „Top 20“ der individualistischen und gemeinschaftlichen Wörter ermittelt (► Tab.).

Die Analyse der Häufigkeiten aller 20 individualistischen Wörter ergab, dass diese zwischen 1960 und 2008 zunahm: Die Korrelation zwischen dem Auftreten und dem Jahr betrug 0,87 ($p < 0,001$). Ein schlichter Vergleich der Häufigkeit des Auftretens der 20 individualistischen Wörter im Jahr 1960 (0,096%) mit dem Jahr 2008 (0,115%) ergab ebenfalls einen klaren Anstieg, dessen Effektstärke (bei einer Standardabweichung von 0,0063) sich mit $d = 3,02$ berechnen lässt. Bei den gemeinschaftlichen Wörtern gab es keine signifikanten Änderungen über die Zeit.

In einer dritten Studie wurden auf gleiche Weise Phrasen von bis zu 5 Wörtern generiert, bewertet, die jeweiligen Top 20 ausgewählt und ebenfalls nach Häufigkeit pro Jahr ausgewertet. Die Top 20 der individualistischen Phrasen lauteten (hier nur im englischen Original): „All about me, captain of my ship, focus on the self, I am special, I am the greatest, I can do it myself, I come first, I get what I want, I have my own style, I love me, I'm the best, looking out for number one, me against the world, me first, my needs, self love, self reliance, self sufficient, there's only one you.“

Die 20 entsprechenden gemeinschaftlichen Phrasen waren: „All in this together, band together, community spirit, common good, communal living, concern for the group, contribute to your community, it takes a village, sense of community, sharing of resources, strength through unity, the group is very important, the needs of all, together we are strong, united we stand, we are one, we can do it together, work as a team, working for the whole.“

Wie bei der Untersuchung der einzelnen Wörter ergab sich erneut eine signifikante Zunahme der individualistischen Phrasen über den Untersuchungszeitraum ($r = 0,90$, $p < 0,001$; Anstieg von 0,000093% im Jahr 1969 auf 0,00016% im Jahr 2008; Standardabweichung 0,00022; $d = 3,05$), wohingegen sich die Verwendung gemeinschaftlicher Phrasen nicht signifikant änderte. Zusammengefasst interpretieren die Autoren ihre Ergebnisse als klares objektives Signal dafür, dass die amerikanische Kultur seit 1960 mehr um individualistischen Gedanken geprägt ist. Mit den Worten der Autoren: „This study demonstrates that language use in books reflects increasing individualism in the U.S. since 1960. Language use in books reflects the larger cultural ethos, and that ethos has been increasingly characterized by a focus on the self and uniqueness“ (12, S. 4).

Nicht nur nach den Worten, sondern vor allem nach den Taten sollte man Menschen beurteilen. Daher ist es von Bedeutung, dass der Narzissmus messbar in *Egoismus* umschlägt, wenn es um das Handeln geht: Während mehr als 90% der jungen erwachsenen Amerikaner sich positiv zu freiwilligen Hilfeleistungen äußerte, schauten mehr als die Hälfte von ihnen lieber fern oder verbrachten die Zeit mit Besuchen oder dem Lesen, anstatt etwas für einen

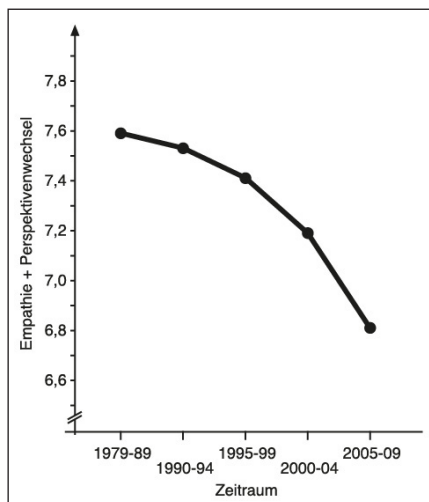


Abb. 3 Summe der Werte für die Fähigkeit zu Empathie und Perspektivenwechsel über drei Jahrzehnte hinweg. Sowohl der Rückgang der Empathie für sich ($p < 0,002$) als auch für Perspektivenwechsel für sich ($p < 0,03$) waren statistisch bedeutsam (nach Daten aus 18)⁶.

wohltätigen Zweck zu tun. Zudem ist bekannt, dass die 18- bis 25-Jährigen von allen Altersgruppen am wenigsten für wohltätige Zwecke spenden. Dass man dies nicht einfach mit den zunehmenden wirtschaftlichen Schwierigkeiten junger Menschen in Verbindung bringen kann, zeigt sich daran, dass auch die Gewalt gegenüber anderen Menschen in den letzten zwei Jahrzehnten zugenommen hat.

Die Studenten dieser Generation interessieren sich nicht mehr für ihr Fach, sondern dafür, mit geringst möglicher Anstrengung den Abschluss zu schaffen: „This is a bottom-line society, so students are smart to seek the most direct route to the bottom line,“ zitiert Orlet einen Soziologie-Professor, der dann fortfährt: „The old model was a collegial one in which students and professors alike sought knowledge for knowledge’s sake. The new model is ‘I paid my money, give me my grade and degree.’“⁵

Neben einer Zunahme des Narzissmus lässt sich eine Abnahme der Empathie em-

pirisch belegen. Nachrichten über Unfälle, bei denen niemand hilft, gehören fast schon zum Alltag. Respekt vor Polizisten oder Ärzten nimmt ab, deren Bedrohung zu. Im Herbst 2016 stiegen vier Personen über einen Rentner, der bewusstlos vor einem Geldautomaten lag, holten Geld und stiegen nochmals über ihn, ohne zu helfen. Erst der fünfte Geldabholer half, der Mann verstarb jedoch danach in einer Klinik. „Schlägereien gab es schon immer“, sagen Polizisten, „aber heute treten die Leute auch dann noch ihrem Gegner ins Gesicht, wenn der schon regungslos am Boden liegt.“

Solche anekdotischen Berichte illustrieren lediglich, was mittlerweile durch harte Daten belegt wurde: Die Empathie der Menschen nimmt ab. Eine Metaanalyse von 72 Studentenbefragungen über drei Jahrzehnte hinweg (1979–2009), in die Daten von insgesamt 13 737 Studenten eingingen, ergab einen deutlichen Rückgang der Empathie (*empathic concern*) und der Fähigkeit zur Übernahme der Perspektive des Anderen (*perspective taking*). Andere Personeneigenschaften wie deren Phantasie oder deren berichtete Probleme mit anderen, die ebenfalls erfragt wurden, waren dagegen über die Jahre konstant. Ab dem Jahr 2000 war der Empathie- und Perspektivenwechsellrückgang besonders deutlich ausgeprägt (► Abb. 3).

In ihrer Diskussion der Frage, warum die Empathie der Menschen geringer wird, verweisen die Autoren auf parallel verlaufende Trends unter jungen Menschen hin, wie beispielsweise den einer zunehmenden materialistischen Einstellung. In einer Umfrage aus dem Jahr 2006 gaben 81% der 18- bis 25-Jährigen an, dass „reich werden“ eines der wichtigsten Ziele ihrer Generation sei, für 64% war es *das* wichtigste Ziel. Nur 30% der Befragten gaben als wichtigstes Ziel „den Hilfsbedürftigen helfen“ an (Pew Research Center 2007).

Im angloamerikanischen Sprachraum ist in diesem Zusammenhang oft von *sozialem Kapital* und dessen *Verlust* die Rede. Das Wort „Kapital“ führt hier jedoch in die Irre, denn gemeint sind nicht die finanziellen Ressourcen einer Person, sondern deren soziales Netzwerk. Es ist ein „elastischer“ Begriff mit einer ganzen Reihe unterschiedlicher Definitionen – je nach Forschungsfeld oder Forschungsdisziplin, in

5 Da dieser Text nur im englischen Original richtig gut wirkt, wurde er im Haupttext so belassen. In deutscher Übersetzung lautet er etwa: „Dies ist eine Gesellschaft, bei der nur das Ergebnis zählt. So wundert es nicht, dass die Studenten schlau genug sind, den direkten Weg zum Ergebnis zu suchen. [...] Während sie früher nach dem alten kollegialen Modell zusammen mit ihren Professoren nach Erkenntnis strebten – um der Erkenntnis willen –, so lautet ihr neues Modell: ‘Ich hab mein Geld bezahlt, gebt mir jetzt meine Note und meinen akademischen Grad’.“

6 Die Autoren diskutieren die Frage nach der genauen Definition von Empathie ausgiebig und verwenden einen multidimensionalen Fragebogen, der sowohl emotionale (mit-Fühlen und mit-Leiden) als auch kognitive Aspekte (sich hineinversetzen) beinhaltet.

der er verwendet wird (20). Es geht um Altruismus, Vertrauen, Gemeinschaft, Zusammenhalt und damit letztlich um den „sozialen Kitt“, der eine Gesellschaft zusammenhält und deren Funktionieren überhaupt erst erlaubt. Aus medizinischer Sicht ist bekannt, dass die Höhe des vorhandenen sozialen Kapitals von deren Mitgliedern mit einer besseren Gesundheit, einer geringeren Kriminalitätsrate und einem effizienteren Wirtschaften der Menschen in einem klaren Zusammenhang steht. Daher ist der Befund, dass das soziale Kapital in manchen Gesellschaft (wie beispielsweise den USA) in der jüngeren Vergangenheit abgenommen hat, von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

So muss man aus der Sicht der Nervenheilkunde und der Allgemeingesundheit die gesellschaftliche Entwicklung der Singularisierung kritisch betrachten. Sie tut weder dem Einzelnen noch der Gemeinschaft gut.

Man kann hoffen, dass die Reflexion auf diesen Trend und die heute zur Verfügung stehenden Möglichkeiten der Messung und Objektivierung dazu führen, das sich etwas ändert. Ähnlich wie die Epidemiologie und die Umweltmedizin schon viel Gutes bewirkt haben, nicht nur für den Einzelnen, sondern auch für die Gesellschaft, könnte damit auch die Nervenheilkunde mit ihren Erkenntnissen zum „sozialen Gehirn“ einen Beitrag für unsere Gesellschaft leisten.

Literatur

1. Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS et al. Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE* 2013; 8(8): e69841.
2. Lindfors P, Solantaus T, Rimpelä A. Fears for the future among Finnish adolescents in 1983–2007: from global concerns to ill health and loneliness. *J Adolesc* 2012; 35: 991–999.
3. Mallan K. Look at me! Look at me! Self Representation and self-exposure through online networks. *Digital Culture & Education* 2009; 1: 51–66.
4. Orlet C. The Look at Me Generation. *The American Spectator* 2007 <http://spectator.org/archives/2007/03/02/the-look-at-me-generation>.
5. Paris J. Modernity and narcissistic personality disorder. *Personality disorders: Theory, research, and treatment* 2014; 5: 220–226.
6. Spitzer M. Aschenputtel als Flugsimulator. Mit Darwin und Sprache können Sie rechnen!. In: Spitzer M: Nichtstun, Flirten, Küssen und andere Leistungen des Gehirns. Stuttgart: Schattauer 2012.
7. Spitzer M. Groß in Facebook, klein im Gehirn? Gehirnforschung zu sozialen Netzwerken. *Nervenheilkunde* 2012; 31: 299–304.
8. Statista. Anzahl der Haushalte in Deutschland nach Anzahl der Personen im Haushalt von 2000 bis 2015. 2017 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167169/umfrage/entwicklung-der-haushaltsgroessen-in-deutschland-seit-2000>.
9. Statista. Aus welchem Grund sind Sie Ihrer Meinung nach Single? 2017 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/163192/umfrage/gruende-fuer-partnerlosigkeit-von-singles-nach-geschlecht>.
10. Thomée S, Härenstam A, Hagberg M. Mobile phone use and stress, sleep disturbances, and symptoms of depression among young adults – a prospective cohort study. *BMC Public Health* 2016; 11: 66 (1–11).
11. Tromholt M. The Facebook Experiment: Quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, behavior, and social networking* 2016; 19: 661–666
12. Twenge JM, Campbell WK, Gentile B. Increases in individualistic words and phrases in American books, 1960–2008. *PLoS ONE* 2012; 7: e40181.
13. Twenge JM, Foster JD. Birth cohort increases in narcissistic personality traits among American college students, 1982–2009. *Soc Psychol Personal Sci* 2010; 1: 99–106.
14. Wähnke W. Handbuch Sozialplanung für Senioren: Demografische und sozial-strukturelle Daten. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung 2017.
15. Wolfe T. The “Me” Decade and the Third Great Awakening. *New York Magazine* 23.8.1976 <http://nymag.com/news/features/45938>.
16. Primack BA et al. Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *Am J Prev Med* 2017; doi: 10.1016/j.amepre.2017.01.010.
17. Spitzer M. Cyberkrank! München: Droemer 2015.
18. Konrath SH et al. Changes in dispositional empathy in American college students over time: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review* 2011; 15: 180–198.
19. Michel JB et al. Quantitative analysis of culture using millions of digitized books. *Science* 2011; 331: 176–182.
20. Adler P, Kwon S. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review* 2002; 27: 17–40.
21. Johnston KL et al. Evaluating PROMISs instruments and methods for patient-centered outcomes research: patient and provider voices in a substance use treatment setting. *Qual Life Res* 2016; 25: 615–624.
22. Twenge JM, Campbell WK, Gentile B. Changes in pronoun use in American books and the rise of individualism, 1960–2008. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 2012; 44: 406–415.
23. Twenge JM. *Generation Me*. New York: Simon & Schuster 2014.