

**LV 720500-0 11W**

**Forschungsseminar: Neuere psychologische Fachliteratur  
(Gruppe A)**

## **Soziale Beziehungen und das Internet**



**Julia Heck**

**0615030**

**C298**

**Khalat Kadir**

**0718666**

**C298**

# **Soziale Beziehungen und das Internet**

## **A. Einleitung**

## **B. Soziale Beziehungen und Internet**

- 1. Definition: Soziale Beziehungen und Internet**
- 2. Web-Angebote**
- 3. Soziale Netzwerke**
  - 3.1 Funktionen von sozialen Netzwerken**
  - 3.2 Nutzung sozialer Netzwerke**
- 4. Mediale Umgebungen und soziale Beziehungen**
- 5. Veränderung bestehender und Entwicklung neuer Beziehungen**
  - 5.1 Bestehende Beziehungen**
  - 5.2 Neue Beziehungen**
- 6. Sexualität im Internet**
- 7. Chat**

## **C. Untersuchungen**

- 1. Ab 18.de**
- 2. Badoo**

## **A. Einleitung:**

Laut einer US-Studie umfasst die Weltbevölkerung derzeit rund 6,7 Milliarden Menschen, die sich bis zum Jahr 2012 auf rund 7 Milliarden erhöhen wird. 1,3 Milliarden Menschen, rund ein Fünftel der Weltbevölkerung, nutzen das World Wide Web.

Der Begriff Web 2.0 wurde im Jahr 2004 von Tim O'Reilly geprägt und beschreibt das Phänomen eines veränderten Internets, in dem sich Vielfalt über die Kreativität der vielen Einzelnen definiert. Web 2.0 ermöglicht die selbst-organisierte Interaktion und Kommunikation der Nutzerinnen und Nutzer durch Herstellung, Tausch, Weiterverarbeitung von nutzerbasierten Inhalten über Weblogs, Wikis, und Social Networks. Über kommunikative und soziale Vernetzung verändern die Nutzer die gesellschaftliche Kommunikation, entsteht das virtuelle Netzwerk der sozialen und globalen Verbindungen.

Die Veränderungen, welche durch die Vernetzung im Internet möglich sind, bringen langfristig ein gewandeltes Gesellschaftsmodell hervor, die so genannte Netzwerkgesellschaft. Diese steht für einen veränderten Zugriff auf Informationen, veränderte Wissensstrukturen und neue Kommunikationsstrategien: es besteht die Möglichkeit, Informationen zur Verfügung zu stellen, wobei die Nutzer ihre Meinung darüber äußern können. Es entsteht eine Art Kommunikation im Netz. Die Kommunikation verläuft nicht mehr linear und einseitig, sondern ist geprägt durch Rückkopplung und Selbstreferenz.

Heutzutage kann sich jeder von uns, unabhängig von nationalen Begrenzungen oder institutionellen Anbindungen, an globalen Kommunikationsprozessen beteiligen, wenn er Zugang zum Internet hat. Somit kann man sagen, dass das globale Internet ein Kommunikationsnetz und Informationssystem darstellt und innerhalb der letzten 15 Jahre zu einem entscheidenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Faktor geworden ist. Ebenso haben Soziale Netzwerke wesentlich zu diesem Trend beigetragen. Das Angebot und die Akzeptanz an solchen Netzwerken steigen dabei stetig an.

## **B. Soziale Beziehungen und Internet**

### **1. Definition: Soziale Beziehungen**

Unter sozialen Beziehungen versteht man den wiederholten Kontakt (über mehrere Zeitpunkte) zwischen zwei Personen, d.h. wenn diese mehrfach zeitversetzt miteinander kommunizieren oder zeitgleich interagieren. Dabei wird jeder einzelne Kontakt sowohl von

den vorausgegangenen als auch von der Erwartung zukünftiger Kontakte beeinflusst. Im Laufe der Beziehungsentwicklung lernen die Beteiligten einander kennen und müssen eine gemeinsame Beziehungsdefinition aushandeln (Erwartungen abklären und Beziehungsklärung aktualisieren). Für die Qualität und Kontinuität der Beziehung spielen Kommunikations- und Interaktionsverhalten, sowie emotionale, motivationale und kognitive Begleitprozesse (z.B. nächste Treffen planen, Sehnsucht empfinden etc.) eine wichtige Rolle. Beziehungen mit großen Interaktions- und Kommunikationspausen können sogar als bedeutungsvoll und eng empfunden werden (vgl. Döring 1999).

Im wirklichen Leben kann man aus einer „Face-to-Face-Kommunikation“ nonverbale Informationen entnehmen wie z. B. durch Mimik, Gestik. Somit können Informationen über den Gesprächspartner entnommen und ein Eindruck gewonnen werden. Einige Studien kommen zu dem Ergebnis, dass dies auch im virtuellen Leben bei der computervermittelten Kommunikation möglich ist. Beispielsweise hat ein Lob für einen guten Forenbeitrag ein Gefühl von Wertschätzung zu Folge, wie bei einer Geste in der Face-to-Face-Kommunikation. Im Online-Setting kann eine Reziprozität der zwischenmenschlichen Beziehungen stattfinden. Wenn Personen merken, dass sie gemocht und wertgeschätzt werden, empfinden sie auch eine Zuneigung zu diesen Personen (vgl. Döring 1999). Personenbezogene Informationen können auch vermittelt werden, wie z. B. Informationen über Gemeinsamkeiten, Hobbys, Einstellungen oder auch die häufige Nutzung des gleichen Forums. Es gibt zwei Ansätze über soziale Beziehungen im Internet, welche ebenfalls davon ausgehen, dass die Herausbildung von freundschaftlichen Gefühlen und Verbundenheit im Internet nicht unbedingt schwieriger umzusetzen ist, als bei einer Face-to-Face-Kommunikation.

Der Ansatz der Hyperpersonal Perspective bezieht sich zum Teil auf Selbstdarstellung der Gesprächspartner. Wichtige Informationen über die eigene Person können im Sinne der Selbstdarstellung gezielt ausgewählt werden, um sich in bestmöglichem Rahmen zu präsentieren. Informationen, welche man nicht preisgeben möchte, werden nicht übermittelt (vgl. Boos & Jonas 2008).

Der Nachrichtenempfänger enthält eine stark gefilterte Information über seinen Gesprächspartner. Zudem kann der Empfänger eigene übertrieben idealisierte Vorstellungen entwickeln. Fehlende oder falsche Informationen können zu einer Überbewertung der Fähigkeiten und zu falschen Einschätzungen führen. Identitäten können im Netz leicht verfälscht werden (vgl. Döring 2003). Somit kann bei der Entstehung einer Beziehung aktiv und gewollt nachgeholfen werden. Diese Möglichkeit besteht aber auch in Face-to-Face-

Situation und spielt in der virtuellen Welt nur eine Rolle, wenn die Teilnehmer sich nicht persönlich kennen. Die Reziprozität wird durch die Feedbackmöglichkeiten des Internets umgesetzt. Es liegt eine Art selbsterfüllende Prophezeiung vor, die eine schnellere Beziehungsentstehung begünstigt (vgl. Boos & Jonas 2008). Eine positive Grundannahme gegenüber dem Gesprächspartner führt zu einem positiven Feedback und somit wird diese Grundannahme bestätigt.

Bei der Entwicklung interpersoneller Beziehungen wird das Modell der Sozial Identity Deindividuation von Reicher Spears und Postmes herangezogen. Diese geht von einer Beziehungsbildung anhand von Gruppenprozessen im Netz aus (vgl. Boos & Jonas 2008). Das Zugehörigkeitsgefühl zu einer bestimmten Gruppe und die damit einhergehende Verbundenheit zu deren Mitgliedern können im Internet ähnlich stark ausfallen wie in anderen Umgebungen. Die Verbundenheit mit dieser virtuellen Gruppe kann dabei sogar stärker wirken. Das liegt daran, dass sich die Teilnehmer der Kommunikation nicht sehen und räumlich getrennt sind (vgl. ebenda).

Es besteht eine Tendenz, die Eigenschaften einer Gruppe als die Eigenen zu übernehmen. Die einzelnen Mitglieder einer fremden Gruppe werden automatisch auf die universellen Eigenschaften dieser Gruppe reduziert. Dieses Phänomen wird als Deindividuation bezeichnet (vgl. Boos & Jonas 2008). Die Personen definieren sich anhand der Eigenschaften der Gruppe. Durch die Anonymität im Netz fällt die Wahrnehmung der einzelnen Individuen mit ihren Eigenschaften schwerer, daher werden sie anhand der Eigenschaften der Gruppe kategorisiert (vgl. ebenda).

## **2. Web-Angebote**

Im Internet gibt es zahlreiche Angebote, welche in Anspruch genommen werden können. Zum Einen gibt es soziale Netzwerke wie StudiVZ/SchülerVZ/MeinVZ, Facebook, Werkennt-wen, Xing etc. Zum Anderen Online-Spiele wie World of Warcraft, Browsergames und Weblogs. Außerdem können Foto- und Videoportale wie YouTube, MyVideo, Flickr, Microblogs, Twitter und Online-Foren genutzt werden. Ebenso stehen im Internet Chat-Communities und Avatar-Welten (Second Life) zur Verfügung.

## **3. Soziale Netzwerke**

„Soziales Netzwerk“ war ursprünglich ein Begriff aus der Sozialwissenschaft, der das Beziehungsgefüge zwischen Individuen bzw. zwischen Individuen und Gruppen (auch

Institutionen) beschreibt; Soziales Netzwerk steht für eine Form von Netzgemeinschaften bzw. Webanwendungen. Es handelt sich um ein Netzwerk, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen, daher bezeichnet man diese auch als soziale Medien. Die einzelnen Sozialen Netzwerke zielen meist auf bestimmte Gruppen ab, so gibt es Netzwerke, welche sich hauptsächlich an Schüler und Studenten richten z.B. StudiVZ, SchülerVZ etc. Auch für bestimmte Berufsgruppen oder für Arbeitskollegen und berufliche Kontakte gibt es eigene Netzwerke wie z. B Xing oder bestimmte Interessengemeinschaften wie die Musikplattform MySpace.

Es sind spezielle Plattformen, auf denen Personengruppen (Communities) über personalisierte Webseiten ein eigenes Nutzerprofil anlegen und sich darüber mit Freunden, Bekannten oder auch Geschäftspartnern vernetzen (z. B. Facebook, Lokalisten, MySpace, schülerVZ, StudiVZ, wer-kennt-wen, Xing ); andere Webseiten dienen u. a. dem Austausch von Videoclips oder digitalen Bildern (z. B. Clipfish, flickr, MyVideo, YouTube).

Auszugsweise werden im Folgenden einige Soziale Netzwerke vorgestellt. Das Bekannteste ist hier Facebook, im Anschluss daran werden die VZ-Netzwerke, das Business-Portal Xing, Myspace, Wer-kennt-wen, Twitter und StayFriends vorgestellt.

Die US-Plattform Facebook wurde 2004 von Mark Zuckerberg, welcher damals an der Harvard University Psychologie studierte, entwickelt. Diese Plattform richtete sich ursprünglich nur an die Harvard-Studenten. Sukzessive wurde sie aber für andere Studenten zugänglich gemacht und schließlich für alle Internet-User. Facebook gilt derzeit als eines der beliebtesten und erfolgreichsten sozialen Netzwerke im Internet und erreichte im September 2011 rund 800 Millionen Mitglieder weltweit (vgl Spiegler & Kocina 2009). Täglich werden mehr als 200 Millionen Fotos auf Facebook hochgeladen, das sind über sechs Milliarden Bilder pro Monat. Vermehrt wird das Portal über Handy und Smartphone von rund 250 Millionen Nutzern aufgerufen (vgl. ebenda).

Jeder User hat ein Facebook-Profil, auf dem er sich beschreibt und Fotos oder Videos von sich zeigt. Auf der so genannten Pinnwand können Besucher öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen. Auch private Nachrichten können über dieses Portal verschickt werden. Viele User nutzen Facebook auch, um ihren Bekannten und Freunden mitzuteilen, was sie gerade machen oder sie können miteinander chatten, um sich persönlich auszutauschen. Es gibt Möglichkeiten, andere zu Feiern einzuladen, man kann verschiedene Spiele und Tests machen. Die Ergebnisse können veröffentlicht und von anderen kommentiert werden.

Neben Facebook existieren auch die verschiedenen VZ-Netzwerke. Im Jahre 2005 wurde zuerst „studiVZ“ als soziales Netzwerk für Studenten im deutschsprachigen Raum gegründet. Erweitert wurde es bis heute noch um das „SchülerVZ“ und um „MeinVZ“ für Berufstätige, welches im Jahre 2011 in freundeVz umbenannt wurde. Im Oktober 2009 benannte sich das Unternehmen von studiVZ Ltd. in VZnet Netzwerke Ltd. In den letzten 6 Jahren hatten diese Plattformen rund 17 Millionen Nutzer (vgl. Haupt 2011).

Dieses, ursprünglich in einer Berliner Wohngemeinschaft entstandenes Projekt, ist heute ein Unternehmen mit rund 300 Mitarbeitern. Allerdings verlieren alle drei Netzwerke seit einiger Zeit massiv an Besuchern. Zwischen Juni 2010 und Juni 2011 sank die Zahl der Seitenaufrufe von 11,4 Milliarden auf 3,2 Milliarden (vgl. Haupt 2011). Derzeit sind in den VZ-Netzwerken über 760 Millionen Fotos hochgeladen. Auf vielen dieser Fotos sind Mitglieder verlinkt, was insgesamt mehr als 270 Millionen Verlinkungen ergibt. Auch bei diesem Netzwerk erstellt der User selbst ein eigenes Benutzerprofil. Zudem kann man mit ausgewählten Nutzern befreundet sein, sich Nachrichten schreiben und „gruscheln“ (Kombination der Worte „grüßen“ und „kuscheln“), Fotos hochladen und anschauen, sie kommentieren oder verlinken. Die VZ-Netzwerke sind für alle kostenlos nutzbar, da diese sich ausschließlich durch Werbung finanzieren.

Das Netzwerk Xing ist eine webbasierte Plattform für den Businessbereich, mit der vorwiegend Geschäftskontakte zu anderen Personen verwaltet werden. Dieses wurde 2003 unter dem Namen Open Business Club (openBC) in Hamburg gegründet und zählte laut Geschäftsbericht Ende des 1. Quartals 2011 rund 11 Millionen Benutzer, davon 759.000 mit kostenpflichtigem Premium Account. Knapp 5 Millionen Mitglieder stammten am Ende des ersten Quartals 2011 aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, davon sind 731.000 zahlende Mitglieder (vgl. Tiedge 2006).

Die Plattform MySpace war ursprünglich ein Anbieter für kostenlose Datenspeicherung im Internet. Im Juli 2003 gründete Tom Anderson die Community mit dem Schwerpunkt Musik unter der gleichen Internetadresse. Mittels MySpace können Bands und Fans miteinander in Kontakt treten, und auch unbekannte Künstler haben die Möglichkeit, sich einem großen Publikum zu präsentieren. Im September 2009 verzeichnete MySpace mehr als 35 Millionen User (vgl. Kuri 2011).

Twitter (von engl. Gezwitscher) ist eine digitale Anwendung zum Mikroblogging. Es wird auch als Kommunikationsplattform, soziales Netzwerk oder ein meist öffentlich einsehbares Tagebuch im Internet definiert. Privatpersonen, Organisationen, Unternehmen und

Massenmedien nutzen Twitter als Plattform zur Verbreitung von kurzen Textnachrichten im Internet. Twitter wurde im März 2006 gegründet und gewann schnell weltweit an Popularität (vgl. k. A. 2011a).

Eine weitere Internet-Plattform ist „wer-kennt-wen“, über die die Nutzer neue Kontakte schließen und alte Bekannte wiederfinden können. Registrieren kann sich jeder, der älter als 14 Jahre ist. Hierfür müssen der Name, das Alter und eine aktive E-Mail-Adresse angegeben werden. Die Anmeldung und die Gestaltung eines eigenen Profils sind kostenlos.

StayFriends ist eine Website zum Finden und Verwalten von Schulfreunden. Sie ist nach eigenen Angaben mit mehr als 10 Millionen Einträgen an über 70.000 Schulen und rund 11.000 über ihre Plattform organisierten Klassentreffen der führende derartige Suchdienst in Deutschland (vgl. Haidn 2006). Er ist in seiner Basisversion kostenlos, für die Nutzung des vollen Funktionsumfangs muss jedoch eine kostenpflichtige Gold-Mitgliedschaft abgeschlossen werden, die sich automatisch verlängert.

### **3.1 Funktionen von sozialen Netzwerken**

Soziale Netzwerke haben verschiedenste Funktionen, das Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement. Unter dem Identitätsmanagement versteht man die Möglichkeit sich zum Einen selbst darzustellen. Dies geschieht in Form eines Profils, was dazu führt, dass man persönliche Informationen bewusst und kontrolliert der Öffentlichkeit präsentieren kann. Zum Anderen erfolgt die Darstellung durch Dritte, wenn man auf Profilseiten der eigenen Freunde sichtbar gemacht wird. Außerdem kann man durch das System dargestellt werden (vgl. Döring 2009).

Unter Beziehungsmanagement versteht man den Umgang mit sozialen Beziehungen und die Art der Beziehungen auf Social Networking Sites. Mittels dieser virtuellen sozialen Netzwerke können frühere Kontakte zu Schulfreunden, Bekanntschaften, Verwandten o. ä. aufrechterhalten werden. Zudem können aktuelle enge und lockere Beziehungen gepflegt werden wie beispielsweise mit besten Freunden in Kontakt bleiben und sich austauschen. Außerdem kann man mit neu gewonnenen Freunden, welche man im realen Leben kennen gelernt hat, in Kontakt bleiben (vgl. Döring 2009).

Diese Onlinebeziehungen werden in verschiedenen Formen oder Arten gepflegt wie beispielsweise in Form einer Nachricht, welche man privat oder auf Pinnwand des Anderen absenden kann oder in Form von Fotos, auf denen man Personen verlinken kann, die auf dem Bild erscheinen und mit Kommentaren versehen werden können. Zudem werden



Videos gezeigt wie z.B. Songs, YouTube-Videos oder private Videos oder auch Geschenke, wie beispielsweise ein Lied, als Geburtstagsgeschenk auf der Pinnwand hinterlassen.

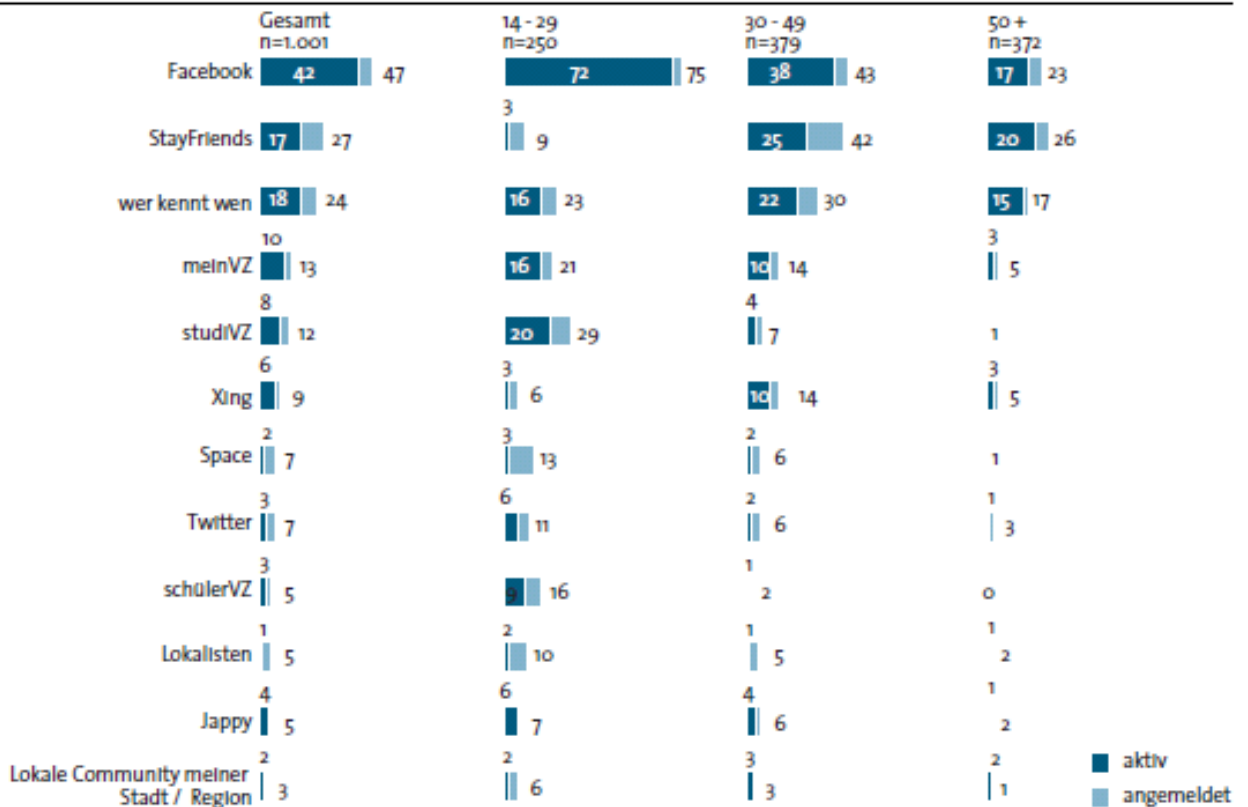
Eine weitere Funktion von sozialen Netzwerken ist das Informationsmanagement, worunter der Umgang mit Informationen im „Mitmach Web“ fällt. Dieses Informationsmanagement kann aktiv oder passiv stattfinden. Beim aktiven Informationsmanagement bietet man selbst Informationen im Internet an, wie beispielsweise einen eigenen Beitrag auf Wikipedia veröffentlichen. Aus passiver Sicht kann man diese Informationen auf Seiten wie Wikipedia wieder abrufen (vgl. Döring 2009).

Das Internet birgt sowohl Risiken als auch Chancen für den Nutzer. Zum Einen kann es in sozialen Netzwerken zu unerwünschten (sexuellen) Kontakten kommen, aber auch zu Datenverlust bzw. Diebstahl. Ein weiteres Problem ist das zunehmende Mobbing bzw. Cyberbullying und das Stalking im Internet. Zum Anderen kommt es bei übermäßiger Nutzung zu Zeit- und Produktivitätsverlust, aber auch unter Umständen zu Eifersucht und Kontrollen über das Internet, was wiederum zu Beziehungskonflikten- und Abbrüchen führen kann. Außerdem kann in sozialen Netzwerken ein Wettbewerb um die Beliebtheit entstehen, was meist an der Anzahl der Netzwerkfreunde gemessen wird, wodurch es auch oft zu sozialer Ausgrenzung kommen kann. Jedoch bieten Soziale Netzwerke auch einige Chancen für den Nutzer. Soziale Beziehungen können dadurch leichter gepflegt werden und Kontakthürden abgebaut werden. Zudem können die Nutzer im Internet Präsenz zeigen und Minderheiten wie Homosexuelle o. ä. können sich vernetzen (vgl. Döring 2009).

### **3.2 Nutzung sozialer Netzwerke**

Laut einer repräsentativer Studie von BITKOM, (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation) zum Thema Nutzung sozialer Netzwerke sind 76% der Befragten Internetnutzer in einem Netzwerk im Internet angemeldet.

### Genutzte soziale Netzwerke Im Internet – nach Alter



Aufgeführt sind alle Nennungen mit mind. 3 Prozent, Mehrfachnennungen möglich  
Basis: 1.001 Internetnutzer

Angaben in Prozent

Fragen: „Im Internet gibt es soziale Netzwerke. In welchen sozialen Netzwerken sind Sie angemeldet, egal ob Sie sie aktiv nutzen oder nicht?“ / „Und welche dieser Internet-Gemeinschaften nutzen Sie zumindest ab und zu auch aktiv?“

Abbildung 1: Genutzte soziale Netzwerke im Internet nach Alter (vgl. Huth 2011)

Vor allem Internetnutzer unter 30 Jahren sind in sozialen Netzwerken mit 96 Prozent besonders aktiv. Nur rund jeder zweite über 50-Jährige ist bisher in einem Netzwerk angemeldet und nutzt dieses (vgl. Huth 2011).

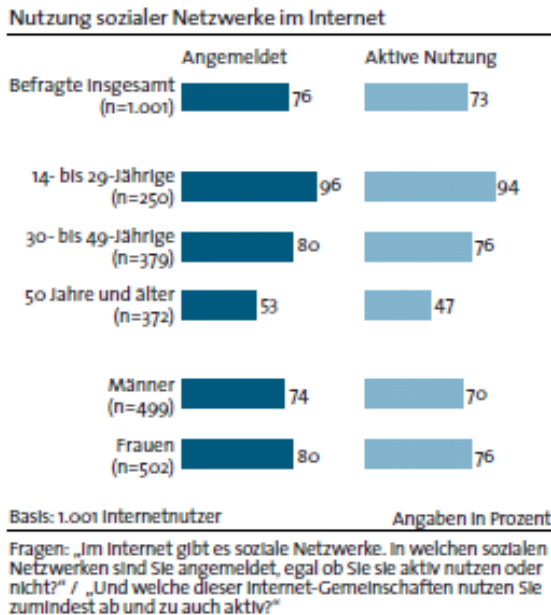


Abbildung 2: Nutzung sozialer Netzwerke im Internet (vgl. Huth 2011)

Das aktuell am meisten genutzte Netzwerk in Deutschland ist Facebook. Etwa vier von zehn Internetnutzern geben an, Facebook zu verwenden. An zweiter Stelle folgt wer-kennt-wen, an dritter StayFriends. Beliebtheit und Nutzung der sozialen Netzwerke ist stark altersabhängig. So ist beispielsweise die größte Nutzergruppe von Facebook zwischen 14 und 29 Jahre und von StayFriends zwischen 30 und 49 Jahre alt (vgl. Huth 2011).

Die meisten Nutzer (zwei Drittel) verbringen weniger als eine Stunde am Tag in ihrem meist - genutzten Netzwerk. Ein Viertel ist täglich zwischen einer und zwei Stunden im Netzwerk aktiv. Elf Prozent können als „heavy User“ bezeichnet werden. Sie nutzen ihr Online- Netzwerk mehr als zwei Stunden täglich (vgl. Huth 2011).

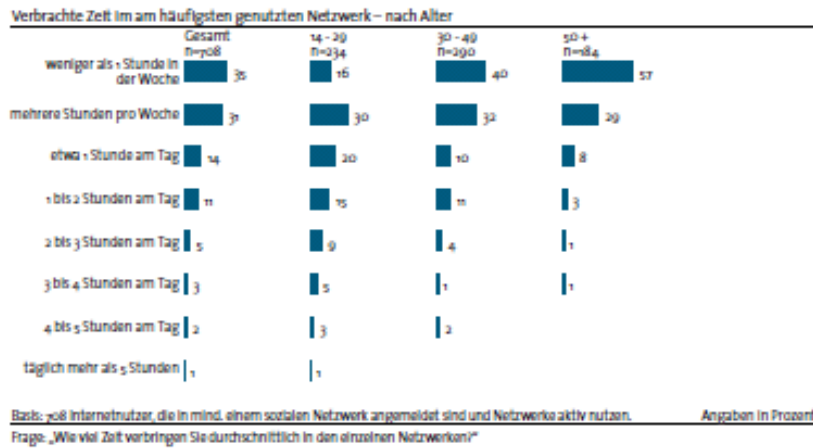


Abbildung 4: Verbrachte Zeit im am häufigsten genutzten Netzwerk – nach Alter

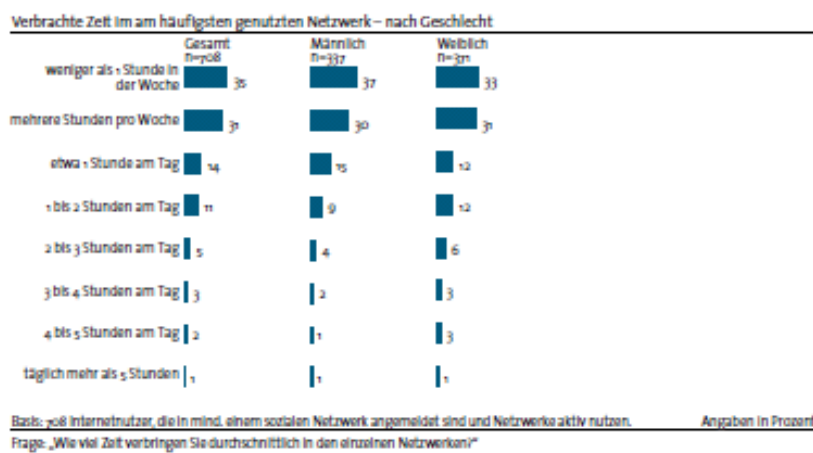


Abbildung 3: Verbrachte Zeit am häufigsten genutzten Netzwerk

Die Nutzer sozialer Netzwerke machen hauptsächlich positive Erfahrungen. Sie pflegen darüber Freundschaften (73 Prozent), erhalten Informationen zu Veranstaltungen (50 Prozent) oder lernen neue Freunde kennen (31 Prozent). Vereinzelt werden auch negative Erfahrungen gesammelt. Dazu zählen unangenehme Kontaktanfragen von Fremden (26 Prozent) oder Belästigungen durch andere Netzwerkmitglieder (zehn Prozent) (vgl. Huth 2011).

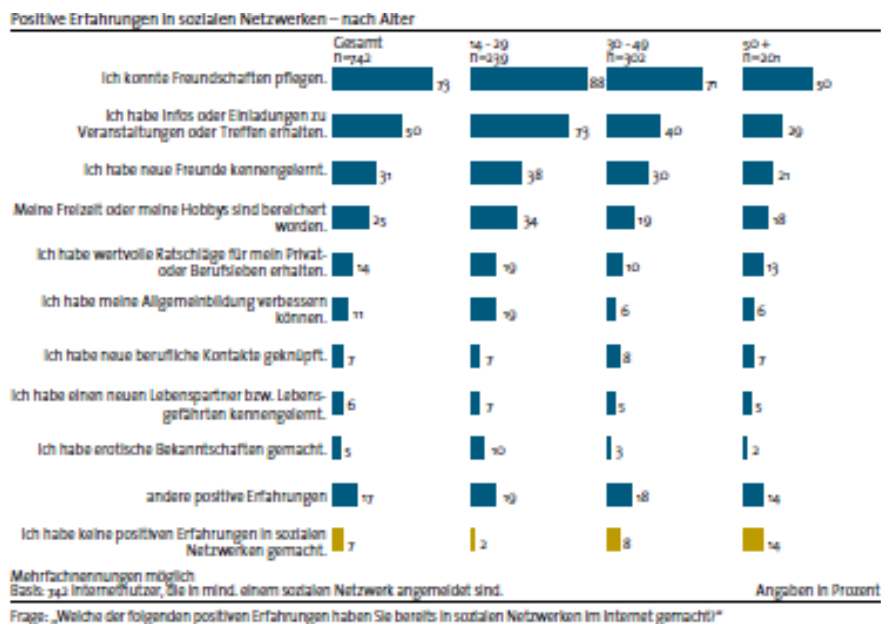


Abbildung 4: Positive Erfahrungen in sozialen Netzwerken (vgl. Huth 2011)

Meistens werden in Profilen Daten wie beispielsweise der Vor- und Nachname (77 Prozent), das Alter (76 Prozent), ein Portrait-Foto (60 Prozent) und der Beziehungsstatus (57 Prozent) angegeben. Jeder vierte Nutzer stellt Party- und Urlaubsbilder in das Netzwerk ein. Die meisten Angaben sind entweder nur für Freunde (41 Prozent) oder sogar nur für bestimmte Freunde (acht Prozent) sichtbar. Ein Viertel der Netzwerkmitglieder gibt an, in sozialen Netzwerken schon einmal bewusst falsche Angaben gemacht zu haben (vgl. Huth 2011).

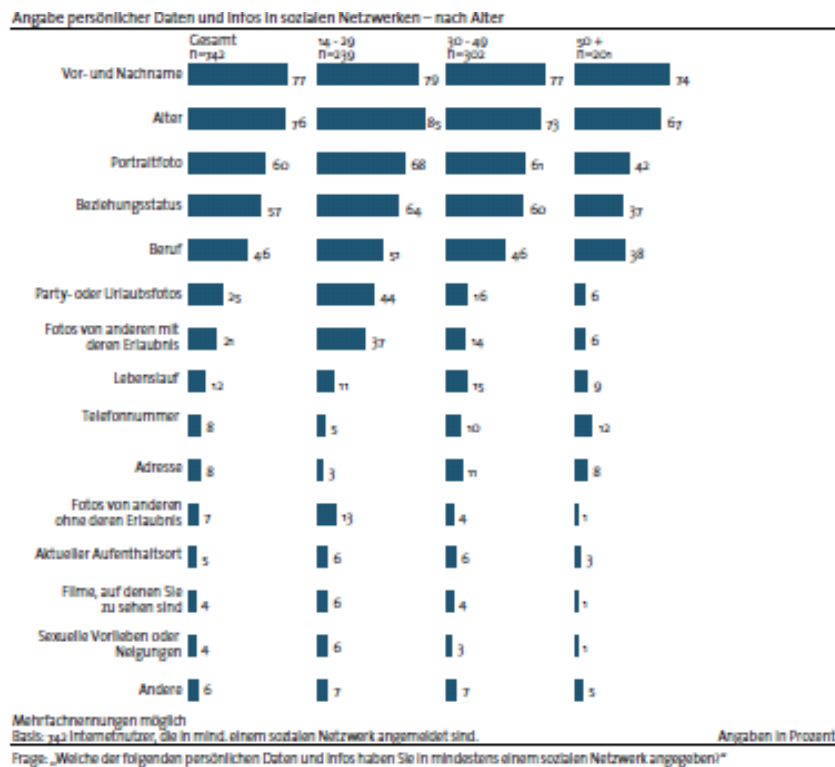


Abbildung 5: Angaben persönlicher Daten und Infos in sozialen Netzwerken – nach Alter (vgl. Huth 2011)

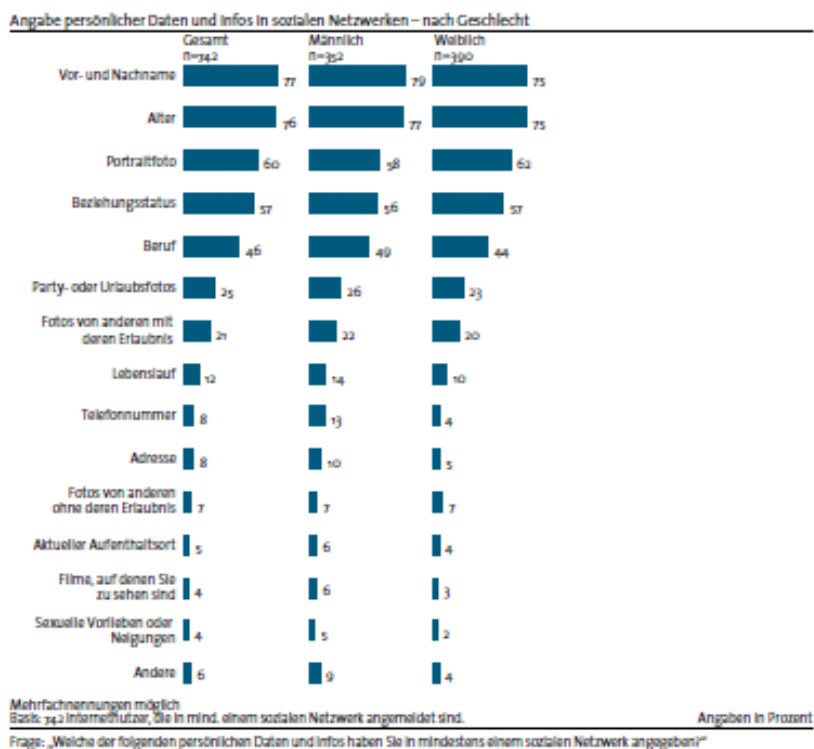


Abbildung 6: Angaben persönlicher Daten und Infos in sozialen Netzwerken – nach Geschlecht (vgl. Huth 2011)

#### **4. Mediale Umgebungen und soziale Beziehungen**

Im Hinblick auf formale und persönliche Beziehungen lässt sich feststellen, dass diese sich auf Face-to-Face-Kontakte, Individualmedien (z.B. Telefon) und Hybridmedien (z.B. Computernetzwerke) stützen, um mit Anderen Kontakt aufzunehmen bzw. aufrecht zu erhalten.

Vor allem auf die Gestaltung sexueller Dienstleistungen haben mediale Umgebungen einen großen Einfluss. Aufgrund der Multifunktionalität sind Computernetze im sexuellen Dienstleistungsbereich vielfältig einsetzbar. Zum Einen dienen sie als Kontaktvermittlung, zum Anderen als Werbemedium. Mittels Computernetze können spezifische sexuelle Dienstleistungen, wie beispielsweise Hot-Chat-Dienste oder virtuelle Peep Shows genutzt werden.

„Neben medialen (telefonischen oder computervermittelten) interpersonalen Kontakten zwischen Sexworkern und ihrer Klientel werden in den entsprechenden Szenarien jeweils auch Sex-Dienste angeboten, bei denen sich die Interaktivität auf einen Mensch-Maschine-Dialog beschränkt (z.B. bei Telefonsex-Diensten kann das Abspielen von Tonbändern an die Stelle des Live-Gesprächs treten; bei virtuellen Peep Shows ist das Einspielen vorgefertigter Videobilder anstelle einer interaktiv abgesprochenen Live-Darbietung möglich)“ (Döring 1999, S.323)

Aufgrund des sozialen Stigmas (Angebot bzw. Inanspruchnahme von sexuellen Dienstleistungen) kann es durch die Mediatisierung zu einer Entlastung kommen, da beide Seiten durch den Kontrollgewinn von psychischen, sozialen und physischen Risiken befreit werden.

Im Hinblick auf Arbeitsbeziehungen sind mediale Kontakte vom jeweiligen Tätigkeitsfeld abhängig. Neben der zunehmenden Globalisierung und Reiseaktivitäten von Unternehmen sind mediale Kontakte im Arbeitsleben von großer Bedeutung. Die computervermittelte Kommunikation unterstützt beispielsweise das kooperative Arbeiten von räumlich getrennten Personen und stellt somit eine wichtige Basis für die Telearbeit dar.

Es existieren mehrere Kontaktformen bei persönlichen Beziehungen (Face-to-Face-Kontakte, Telefonate, schriftliche Nachrichten). Die Bedeutung von Kommunikationsmedien im Beziehungsalltag hängt von quantitativen (z.B. Häufigkeit und Dauer von Telefonaten) und qualitativen Merkmalen (z.B. Kommunikationsstil, -inhalte) ab. Individualmedien dienen dazu, mit Personen in Kontakt zu bleiben bzw. herzustellen, mit denen man bereits durch soziale Beziehungen verbunden ist. Sie sind unverzichtbar, wenn es darum geht, temporäre räumliche Trennungen zu überbrücken (z.B. Erreichbarkeit am Arbeitsplatz, Email-Kontakt

zum heimischen sozialen Netzwerk während eines Auslandsaufenthalts). Vor allem aber mithilfe von Hybridmedien (Mailinglisten, Newsgroups, Chat-Channels, MUDs etc.) ist es möglich sowohl vorhandene Beziehungen zu pflegen, als auch neue Kontakte zu knüpfen. In öffentlich medialen Foren hat man so die Möglichkeit, Leuten zu begegnen, welchen man sonst im sozialen Umfeld nicht begegnet wäre und man kann durch den medialen Erstkontakt die eigene Person anders darstellen. „Modifizierte Selbstdarstellungen können dabei einerseits im Sinne einer attraktivitätssteigernden Idealisierung bewusst intendiert sein, sie können aber auch daraus resultieren, dass man sich individuell in einer bestimmten medialen Umgebung besonders wohlfühlt und somit in der Kommunikation mit andern unbefangener und sicherer auftritt“ (Döring 1999, S.330).

## **5. Veränderung bestehender und Entwicklung neuer Beziehungen**

### **5.1 Bestehende Beziehungen**

Beziehungen, in denen eine Person aktiv im Internet präsent ist, können spezifische Konflikte hervorrufen. Beispielsweise kann das Zeitbudget für gemeinsame Aktivitäten darunter leiden, es kann zu Veränderungen in den sozialen Netzwerken und zu Verschiebungen in den Machtverhältnissen kommen. Bei der Netzaktivität einer Person spielen drei Komponenten für Konflikte in der Beziehung eine Rolle: das Zeitbudget, die Verschiebung von Machtverhältnissen und Veränderungen in sozialen Netzwerken.

Hauptquelle für Auseinandersetzungen ist die Wahrnehmung des abstinenter Personenkreises, dass der Netzaktive zuviel Zeit am Computer verbringt und gemeinsame Aktivitäten vernachlässigt werden. Beziehungskonflikte aufgrund einer starken Netzaktivität einer Person können sowohl in Partnerschaften, als auch zwischen Generationen (Eltern-Kinder) auftreten. Für die netzabstinente Person kann das Internet daher als Auslöser für Beziehungsstörungen fungieren. An dieser Stelle muss aber berücksichtigt werden, wie sich das Internet-Engagement im Einzelfall gestaltet und sich in den Beziehungsalltag einfügt, um als beeinträchtigend für die Beziehungsgestaltung zu gelten. Mögliche Probleme mit dem Zeitbudget sollten auf die Gruppe der Intensivnutzer beschränkt werden, da es aufgrund des Zeitaufwandes und dem möglichen Rückzug aus der Beziehung tatsächlich zu einer Entfremdung von Beziehungspartnern kommen kann. Intensive Netzaktivitäten einer Person können aber auch als Chance für Netzabstinente gesehen werden, Einblicke in das Netzleben und durch praktische Anleitung einen leichteren Einstieg zu erhalten (vgl. Döring 1999).



Die durch die Internet-Nutzung erworbenen Wissens- und Kompetenzvorteile können jedoch auch als Machtfaktor gegenüber netzabstinenten Personen fungieren. Diese machtrelevanten Internetkenntnisse treten sowohl in der Eltern-Kind-Beziehung, dem Schüler-Lehrer-Verhältnis als auch in Peer-Beziehungen auf.

Ein weiterer Faktor ist der Ausschluss von Netzabstinenten durch die Erweiterung der sozialen Netzwerke mithilfe des Internets. Die Eifersuchts-Problematik kann besonders dann auftreten, wenn die Netzaktiven mehr oder weniger enge emotionale Bindungen mit Netzpartnern eingehen. Aber auch hier spielt die vorhandene Beziehungsstruktur zwischen Netzabstinenten und Usern eine Rolle. Wenn der Kontakt zu Netzbekanntschaften verheimlicht wird, da der partnerschaftlich Gebundene die Abwechslung sucht oder eine Trennung vorbereiten will, kann es hier zu großen Konflikten kommen, wenn diese medialen Kontakte bekannt werden. Neben der Erweiterung des medialen Bekanntenkreises kann es aber auch zu einer Reduktion des sozialen Netzwerkes kommen, wenn durch Extremnutzung des Users weniger Zeit und Interesse für Treffen mit Freunden und Bekannten vorhanden ist (vgl. Döring 1999).

Die Veränderung von sozialen Beziehungen bei der Netzaktivität beider Beteiligten ist abhängig davon, wie oft es zu computervermittelten Kontakten kommt und welche Qualität diese haben und in welcher Relation die Netzkontakte zu anderen medialen Kontakten innerhalb der Beziehungen stehen. Bei intensivem Netzaustausch, also mehrmaligem Mailen, Chatten o.ä. pro Woche, ist mit einem großen Effekt auf das Beziehungsgeschehen auszugehen. Personen, zu denen der Kontakt zwischenzeitlich abgebrochen war, können über das Netz wieder aufgefunden werden, wenn das Spektrum der Netzaktivität einer Person breit gefächert ist. Der größte Teil des Zeitbudgets entfällt auf Netzkontakte zu Personen, welche man persönlich kennt und deren Mitteilungen man deshalb mit Vorrang behandelt. Informelle soziale Beziehungen werden durch die Kommunikation per Email somit gestärkt. Hinsichtlich der Qualität medialer Kontakte lässt sich feststellen, dass diese davon abhängt, wie sich die Beteiligten situativ auf ihr Kommunikationsverhalten, die Kommunikation aufgabe und die Merkmale der medialen Umgebung einstellen. Aufgrund eines regen Email-Austausches können bestehende Beziehungen vertieft werden, da häufigere Kontakte möglich und schriftliche Äußerungen unter Umständen offener sind. Jedoch kann das Zeitmuster im Antwortverhalten auch eine Botschaft über die Priorität der Beziehung sein, was bei Kommunikationspausen zu Unsicherheit und Besorgnis führen kann. Beziehungen können somit durch unangemessenes Antwortverhalten untergraben werden, wie beispielsweise zu häufiges Anschreiben, unverständliche Formulierungen,

heikle Themen anschneiden oder die Weiterleitung der Email an Dritte. Beim Thema Medienwechsel geht es darum, welche herkömmlichen Kontaktformen durch die Computervermittelte ersetzt wurden. Es wird dabei angenommen, dass Face-to-Face-Kontakte im Hinblick auf formale Beziehungen und private Beziehungen das persönliche Treffen durch computervermittelte Kontakte ersetzt werden. Untersuchungen zeigten jedoch, dass es nicht zu einem Medienwechsel kommt und persönliche Begegnungen trotz computervermittelter Kommunikation bestehen bleiben (vgl. Döring 1999).

## **5.2 Entwicklung neuer Beziehungen**

Aufgrund der verschiedenen Computernetze ist es möglich, neue Kontakte im Internet zu knüpfen und sogar neue Beziehungen aufzubauen, da diese Netze diverse Formen der hybridisierten Massen – und Gruppenkommunikation ermöglichen. Die einfachste Form der Kontaktaufnahme ist in Chat-Foren möglich, da hier unmittelbar aufeinander reagiert werden kann.

Hinsichtlich des Kennenlernprozesses im Internet lässt sich feststellen, dass die Annäherung beim Face-to-Face-Kontakt exponentiell, beim medialen Erstkontakt hingegen langsamer und linear verläuft, da hier der Austausch von verbalisierten Informationen langsamer von statten geht. Hierbei ist jedoch eine geringere Hemmschwelle zur Kontaktaufnahme und ein rascherer Übergang zu privateren Themen zu erwarten. Im Bezug auf die Kontaktaufnahme sind verschiedene Faktoren relevant. Zum Einen die Kontextfaktoren und zum Anderen die Merkmale der Fokusperson bzw. der Zielperson.

Newsgroups, Chat-Foren und Mailinglisten geben Nutzern die Möglichkeit ihrem Kontaktwunsch nachzukommen und somit andere Leute im Internet anzutreffen bzw. zu beobachten. Anhand der abgegebenen Beiträge anderer aktiver User kann man sich ein lebendiges Bild der präsentierten Identität und Lebensumstände machen. Den Zeitpunkt der Kontaktaufnahme und die Gesprächsthematik kann der Nutzer dabei eher selbst bestimmen als in der Face-to-Face-Kommunikation. Wie auch im realen Leben kann im Internet dem Kontakt- oder Partnerwunsch nachgegangen werden (z.B. News-groups, Chat-Foren), wobei hier auch kommerzielle Partnervermittlungsagenturen über das Internet eingeschaltet werden können. Außerdem existiert eine Reihe von sexualbezogenen Netzforen, bei denen keine Risiken wie die physische Kopräsenz (z. B. Übergriffe) und soziale Kontrolle bestehen.

Im Bezug auf die Merkmale der Fokuspersion spielen die Motivation (z.B. Geselligkeit) und die soziale Kompetenz eine wichtige Rolle. Für schüchterne Personen ist die computervermittelte Kommunikation eine wichtige Stütze, in Kontakt mit anderen Leuten zu treten, da sie am Computer nicht beobachtet werden und sie keinen Bewertungs- oder Handlungs-Druck spüren. Kontaktschwellen können mithilfe der computervermittelten Kommunikation abgebaut werden, da hier kompetente Selbstdarstellungsstrategien, wie das Maskieren von Handicaps oder die attraktivitätssteigernde Idealisierung des eigenen Erscheinungsbildes eingesetzt werden können. Die Vorbereitung des persönlich motivierten Erstkontaktes besteht darin, dass die Fokuspersion sich aktiv und konstruktiv am Austausch des entsprechenden Internetforums beteiligt und somit von den anderen Nutzern wahrgenommen wird. Auffallend ist hierbei, dass einige männliche Netzaktive ein „Kennenlern-Skript“ verfolgen, um weibliche Foren-Besucher anzuschreiben, indem diese in Chat-Channels nach kürzester Zeit von mehreren Usern gleichzeitig über private Nachrichten und nicht öffentlich im Forum angeschrieben werden.

Bei der computervermittelten Kommunikation spielen vor allem die konkreten Merkmale der Zielperson eine wichtige Rolle. Anders als in der Face-to-Face-Kommunikation spielt beim Erstkontakt im Netz die körperliche Attraktivität zunächst kaum eine Rolle. Hier erfolgt die Selbstpräsentation durch den geschriebenen Text, so dass Stil, Witz, Prägnanz und Inhalt der Botschaften den Eindruck bestimmen.

Nachdem der Kontakt zu einer anderen Person über das Internet hergestellt ist, kann diese soziale Beziehung zunächst als relativ schwache Bindung bezeichnet werden, die sich jedoch zu einer starken Beziehung entwickeln kann. Dabei wird zwischen Beziehungen mit eher sachbezogenen, formalen oder emotionalen, persönlichen Fokus unterschieden. Die interpersonale Kommunikation bei sachbezogenen Netzbeziehungen ist häufig sehr unverbindlich und kurzfristig. Diese Netzkontakte stehen meist im Zusammenhang mit Interessen aus Computer-, Berufs- oder Hobbybereich. Solche Netzbeziehungen sind besonders hilfreich für Personen, die mit kommunikations- und informationsintensiven Themen und Aufgaben betraut sind und gleichzeitig mit lokal und organisatorisch verteilten Personen interagieren müssen. Für Netzbeziehungen von geselliger, emotionaler, erotischer oder sexueller Natur wird hingegen aus gesellschaftlicher Sicht keine Anerkennung aufgebracht. Die emotionale Zuwendung zu Netzbekanntschaften wird daher oftmals auch als Flucht vor Face-to-Face-Beziehungen gewertet. Die Art, wie Internetnutzer ihre Netzbekanntschaften selbst erleben, hängt von der persönlichen Gestaltung von derartigen Kontakten ab. Wie beim Kennenlernen außerhalb des Netzes werden zunächst unverbindliche Informationen ausgetauscht, die dann bei häufigerem Kontakt und

gegenseitiger Sympathie intensiviert werden. Zudem kann es zu einem Austausch über private Belange oder zur Selbstoffenbarung kommen, da die relative Sicherheit im Netz gegeben ist. Diese emotional aufgeladenen Bindungen werden jedoch trotzdem als emotional schwache Bindung dargestellt, da die Bekanntschaften kaum Kontakt zu anderen Mitgliedern des sozialen Netzwerks haben. Aus eher schwachen Netzbeziehungen können sich jedoch auch unter gewissen Voraussetzungen starke Beziehungen entwickeln. Wenn sich zunächst schwache Netzbeziehungen vertiefen, dann werden schrittweise immer reichhaltigere Medien genutzt. Personen, die sich beispielsweise in Chat-Foren begegnet sind, gehen üblicherweise nach einiger Zeit auf die private Ebene (Emails, Briefe, Postkarten etc.) über. Im nächsten Schritt werden dann Telefonnummern bzw. auch Fotos ausgetauscht und ein persönlicher Kontakt außerhalb des Netzes hergestellt. Ein persönliches Treffen findet meist aufgrund der räumlichen Nähe und emotionalen Bedeutung der Netzbeziehung statt. Anzumerken ist, dass auch im Netz entstandene Beziehungen von Konflikten, Unzufriedenheit, Enttäuschung und sogar Trennung bestimmt werden können. Während romantische Beziehungen innerhalb des Netzes ebenso dramatisch wie im realen Leben enden können, werden Bekanntschaften oder Freundschaften aus dem Internet ohne große Aufregung beendet.

## **6. Sexualität im Internet**

„Internet-Sexualität“ umfasst alle sexualbezogenen Inhalte und Aktivitäten, die im Internet zu beobachten sind (vgl. Adams et al. 2003). Dazu gehören Pornografie, Sexshops, Sexarbeit, Sexualaufklärung, Sexkontakte und sexuelle Subkulturen. Sexuelle Online-Aktivitäten sind in der westlichen Welt in großen Bevölkerungsgruppen gegenwärtig und werden je nach Alter, Geschlecht und sexueller Orientierung unterschiedlich ausgeübt. Sexuelle Internet-Inhalte und -Aktivitäten stehen neben der bereits großen quantitativen Bedeutung auch wegen beträchtlicher qualitativer Veränderungen von Sexualität im Fokus. Sexuelle Darstellungen und Interaktionen im Internet unterscheiden sich von anderen Medien und Offline-Begegnungen. So gibt es die von Amateuren produzierte und vertriebene Pornografie, die sich von herkömmlichen Sex-Begegnungen stark unterscheiden kann. Es ist möglich, sich online für ein echtes Sextreffen zu verabreden. Sexualität im Internet unterliegt gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und wird durch Individuen gestaltet. Diese Aktivitäten haben in der Folge positive und/oder negative Auswirkungen auf sexuelle Identitäten, Geschlechterrollen, sexuelle Sozialisationsbedingungen von Kindern/Jugendlichen, sexuelle Minderheiten, sexuelle Zufriedenheit oder die Ausprägung sexueller Viktimisierung. Es stellt sich nun die Frage, was in der Forschung über die

genannten Entwicklungen und Auswirkungen bekannt ist und was nicht. Intensive Forschungsarbeit mit dem Thema Internet- bzw. Online-Sexualität gibt es seit Anfang der 1990-er Jahre mit der Etablierung des Internets als Medium. Oft beschränken sich Arbeiten jedoch auf spezielle Phänomene oder Nutzergruppen, ein systematischer Abriss des gesamten Forschungsgegenstandes fehlt bislang (vgl. Döring 2008). Es wird daher versucht, vorliegend eine Zusammenfassung des Themas hinsichtlich Themen, Phänomenen, Nutzern, Vorteilen/Chancen und Nachteilen/Risiken zu geben. Internet-Aktivitäten, wie z.B. Pornografie, Sexaufklärung und Sexkontakte können über verschiedene Dienste und Anwendungen ausgeführt werden, so z.B. über Websites, Mailinglisten, in Chatrooms, Tauschbörsen und anderen Computer-Netzwerken (vgl. Döring 2003).

### Sexkontakte im Internet

Im Bereich der Sexkontakte im Internet kann man grundsätzlich in Online-Sex und Offline-Sex unterscheiden. Nutzer des Online-Sexangebots suchen sexuelle Erregung und Befriedigung in der Produktion und dem Austausch von Text-, Bild- und Videobotschaften untereinander. Partner für Cybersex findet man in Online-Chats, Online-Spielen und Avatar-Welten (Second Life). Dabei sind flüchtige Kontakte wie auch längere Online-Beziehungen möglich. Risiken, wie ungeplante Schwangerschaft, sexuell übertragbare Krankheiten, körperliche Übergriffe sind beim Cybersex ausgeschlossen. Sexuelles Erleben und sexuelle Fantasien werden beim Cybersex in Face-to-Face-Situationen in einem höheren Ausmaß ausgelebt, wodurch eine hohe Intimität und Erregung entstehen kann. Sexuelle Vorlieben, die offline aus Angst vor Ablehnung verheimlicht werden, können im Netz ausgelebt werden (vgl. McKenna et. Al. 2001). Hemmschwellen werden abgebaut und eine offene Kommunikation ist möglich durch die Anonymisierbarkeit und Verschriftlichung. Online-Sex ermöglicht neue sexuelle Erfahrungen in einem sicheren Rahmen zu sammeln und mit unterschiedlichen Partnern sexuell aktiv zu werden. Beim Cybersex werden zudem körperliche Reaktionen inszeniert und sexuelle Erregung und Befriedigung erlebt. Da Cybersex häufig mit Masturbation einhergeht, kann dies für Frauen befriedigender sein und eher zum Orgasmus führen als der normale Partnersex. Des Weiteren sind körperliche Einschränkungen und Safer-Sex-Maßnahmen beim Online-Sex nicht relevant, sondern er ist durch einen verschwenderischen Umgang mit Körperflüssigkeiten gekennzeichnet (vgl. Dannecker 2007). Auch die Selbstdarstellung von Nutzern ist online vorteilhaft, indem man sein Alter oder die Hautfarbe verändert und so beliebt bzw. begehrt ist.

Cybersex ist nicht als Ersatz für „echten Sex“, sondern als spezifische sexuelle Ausdrucksform zu verstehen, die die Paarsexualität ergänzen kann (vgl. Carvalheira & Gomes 2003). Im Vergleich zur Online-Pornografie gibt es beim Cybersex einen wesentlich

kleineren Nutzerkreis, wie eine kanadische Studie bei Jugendlichen (Durchschnittsalter 20 Jahre) zeigt, wo 13 % der männlichen und 7 % der weiblichen Jugendlichen in den letzten 12 Monaten Chatrooms besucht haben. Online-Pornografie haben dagegen 72 % der männlichen und 24 % der weiblichen Befragten genutzt (vgl. Boies 2002). Frauen scheinen laut einer schwedischen Stichprobe beim Cybersex aktiver zu sein, da mit Ausnahme der Gruppe der 18- bis 24-Jährigen bei allen Altersgruppen der Frauenanteil höher lag als der Männeranteil. Zudem ist laut dieser Studie Cybersex besonders bei schwulen und bisexuellen Männern verbreitet (vgl. Ross et. Al. 2004). Trotz der oben genannten Vorteile für Nutzer von Cybersex können auch Risiken auftreten. Bei psychologischen Belastungen von Teilnehmern kann es zu einer suchtähnlichen, zwanghaften Nutzung kommen, die mit einer exzessiven Nutzung anderer sexueller Internet-Angebote einhergeht (vgl. Daneback, Ross & Mansson 2006). Bei Online-Sex-Nutzern, die selbst partnerschaftlich gebunden sind, kann es zu Beziehungsproblemen kommen und der Cybersex vom Partner als Fremdgehen gewertet werden (vgl. Hertlein & Piercy 2006). Die ständige Verfügbarkeit und Vielfalt der Angebote erleichtert das virtuelle Fremdgehen zudem. Des Weiteren kann es beim Online-Sex zu Belästigungen kommen, wenn ein Nutzer nicht mit dem Kontakt eines anderen Teilnehmers einverstanden ist. Insbesondere wenn Kinder und Jugendliche von Erwachsenen belästigt werden, geht hiervon eine Gefahr aus. Dem kann durch Kinder- und Jugendschutz im Internet entgegengewirkt werden, wie auch mit der Sensibilisierung von Heranwachsenden mit diesem Thema (vgl. Marcum 2007).

Der zweite Bereich von Sex-Kontakten ist der Offline-Sex. Das Internet hat sich als Medium zur Partnersuche bereits stark etabliert. Dating-Plattformen sind bekannt und werden häufig genutzt. Hierbei muss man zwischen Nutzern unterscheiden, die nach einer langfristigen Beziehung suchen und denen, die online auf der Suche nach Offline-Sexkontakten sind. Bei der gezielten Online-Suche nach Offline-Sexpartnern werden die auf Dating-, Chat- und Social-Networking-Plattformen befindlichen Selbstbeschreibungen und Fotos von Suchenden genutzt. Hinzu kommt der Kontakt per Email, Chat, Webcam oder Telefon. So können Entscheidungskriterien wie Attraktivität, geografische Nähe, sexuelle Präferenzen, Safer-Sex-Praktiken und gegenseitige Sympathie überprüft und organisatorische Dinge eines möglichen Treffens abgeklärt werden. Es kann im Vorfeld auch zu Cyber- und/oder Telefonsex kommen. Somit wird der richtige Sexpartner durch einen Filterprozess identifiziert (vgl. Davis et. Al). Insgesamt erweitert das Internet die sexuellen Kontaktmöglichkeiten besonders für Personen, die isoliert sind, bestimmte sexuelle Spielarten bevorzugen oder körperliche Beeinträchtigungen haben. Ähnlich dem Cybersex birgt auch die Online-Suche nach Sexpartnern Risiken wie suchtähnliche Nutzung, sexuelle Untreue und die Gefahr von sexueller Belästigung gerade von Kindern. Jedoch ist zu beachten, dass die Fallzahlen von

Kindesmissbrauch durch Internet-Täter im Vergleich zu Übergriffen aus dem sozialen Nahraum bzw. der Offline-Welt sehr gering sind (vgl. Döring 2007). Als weiteres Risiko von Offline-Sex wird die Förderung der Verbreitung sexuell übertragbarer Krankheiten genannt (vgl. Tashima et. Al. 2003). Dies wird damit erklärt, dass Personen, die nach Offline-Sexkontakten suchen, risikobereiter sind und ein aktiveres Sexualverhalten zeigen. Der Anteil von Frauen und Männern, die ungeschützten Verkehr mit Offline-Sexpartnern haben, wird mit einem Fünftel bis einem Drittel beziffert, wobei kein Vergleich zum Sexualverhalten mit anderweitig kennen gelernten Sexpartnern vorliegt (vgl. Liau et. Al. 2006). Da sich die Sexsuche im Internet in Zukunft normalisieren könnte, ist möglicherweise nicht von einer überhöhten Wahrscheinlichkeit der Übertragung von Krankheiten auszugehen. Zudem bietet das Internet auch wachsende Angebote zur Sexualaufklärung an, durch die zielgruppengerecht eine Online-Aufklärung stattfinden kann (vgl. Fields et. Al. 2006). Ergänzend sei erwähnt, dass empirische Studien zur Erfolgs-/Misserfolgsquote von im Internet angebahnten Kontakten und zur Art und Häufigkeit von Täuschungen im Internet hinsichtlich der eigenen Selbstdarstellung fehlen. Es gibt überwiegend Studien, die Risiken der Online-Suche nach Offline-Sex behandeln und kaum solche, die positive Konsequenzen aus Sicht der Nutzer, etwa bessere Möglichkeiten des sexuellen Vergnügens oder Überwindung sexueller Isolation, thematisieren (vgl. Döring 2008).

## **7. Chat**

Unter Chat versteht man einen synchronen textbasierten Dialog, welcher einer Computerkonferenz bzw. Online-Dialog entspricht. Um für andere ChatterInnen sichtbar und ansprechbar zu sein, muss man zunächst über einen sogenannten Nickname verfügen. Nicknames lassen sich dabei in verschiedene Kategorien einordnen. Selbstbezogene Informationen, Technologie/Computer, Objekte, Wortspiele, Spitznahme, Literatur, Provokation (vgl. Döring 1999). Oftmals wird über den Nickname des Anderen der Gesprächseinstieg erleichtert.

In Chat-Rooms oder Foren (Online-Dienste) können mehrere Personen gleichzeitig miteinander chatten. Im Vergleich zu einem Zwei-Personen-Chat wird hier die aktive Teilnahme am Geschehen verlangt, was eine erhöhte Aufmerksamkeit, Erfahrung und Konzentration voraussetzt (vgl. Döring 1999).

Diskutiert man miteinander, so wechselt ständig die Sprecherrolle, jedoch soll man dem Sprecher in der Zuhörerrolle Signale vermitteln. Diese Signale können verbal, oder auch

nonverbal abgegeben werden. Beim Chat entfällt dieses Hörerrückmeldeverhalten. Der Schreiber kann ungehemmt seine Behauptungen vorbringen und diese kommen dann ungehemmt beim Hörer an (vgl. Döring 1999).

Beim Chatten ist es wichtig, sich auf den Text und die schriftliche Ausdrucksweise zu konzentrieren, weil Mimik, Gestik und Stimme wegfallen. Im Chat kommt es darauf an, wer den besseren Text hat. Alles, was normalerweise nonverbal oder sprachlich ausgedrückt wird, wird versucht schriftlich wiederzugeben. Dazu werden Aktionswörter, wie z. B. \*Bierflasche hol...pop...zisch\* verwendet. Die Aktion wird mit einem Asteriskus am Anfang und Ende gekennzeichnet. Häufig werden auch Kürzel, die die Mimik ausdrücken, wie \*grins\*, \*smile\*. Gestik und Gebärdensprache, wie \*wink\*, \*handschüttel\*, Emotionsausdrücke wie \*zwinkersmiley\*, Lautsprache wie z. B. „n8“, was soviel wie „Nacht“ bedeutet, verwendet.

Durch das selbstgewählte Pseudonym, erhält man die Anonymität, welche einem zwar viele Freiheiten gibt, jedoch auch die Aggressivität fördert. Durch die Anonymität entfallen die Hemmungen. Viele männliche Chatter nutzen diese Anonymität, um daraus sexuelle Kontaktangebote zu machen. Manche Männer haben die Vorstellung, sie könnten in einem Erotikchat, wie z.B. dem AEC mit Frauen ohne Anlaufphase erotische Phantasien austauschen. Dies führt bei Frauen häufig zu Kommunikationsschwierigkeiten. Kommt es zu einem schnellen erotischen Phantasieaustausch, so ist meist ein „fake“ (häufig ein Mann) dahinter. Das Kennenlernen verläuft ähnlich wie im realen Leben. Anfangs nur plaudern, private Gespräche führen (Flüstermodus), später bei Sympathie Austausch der Email-Adresse und dann sogar ein Treffen. Dadurch, dass man sich mit Anderen austauschen kann, finden häufig auch Chattertreffen statt. Wichtig sind die darauffolgenden Gespräche, welche online geführt werden. Es werden z.B. Komplimente gemacht, welche in einer Face-to-Face Situation nie geäußert würden. Stammchatter bleiben nur selten anonym, da sie häufig auch an Chattertreffen teilnehmen. Also stellt sich oft heraus, dass die anfängliche Anonymität nur eine scheinbare ist.

Ein weiterer wichtiger Punkt für die Kommunikation ist die Attraktivität. Es gibt Chatpartner, welche sofort aufeinander reagieren und andere, die sich eher zurückziehen. Für die Attraktivität sind drei Punkte verantwortlich: die Wahl des Nicknames, die Selbstdarstellung im Profil und die zeitliche Interaktion, in der die Nachrichten erfolgen, wie z.B. eine übertriebene Form von Selbstbeschreibung, die Verwendung angemessener Formulierungen, sowie die Einhaltung der chatspezifischen Regeln.

Um für die anderen Chat-Teilnehmer als attraktiv zu gelten, bemühen sich die meisten Personen, im öffentlichen Chat interessante und differenzierte Beiträge zu posten, sich



freundlich zu begrüßen und zu verabschieden und regelmäßig an den öffentlichen Diskussionen teilzunehmen. Da die körperliche Attraktivität als Selektionsmerkmal entfällt, kommt es nun darauf an, wie sehr sich das „gefundene Paar“ in ihren Einstellungen gleicht und von der fachlichen Kompetenz des anderen überzeugt ist.

## **C. Untersuchungen**

### **1. Ab 18.de**

Ab18.de ist ein großes Erotikportal, welches über 700.000 Mitglieder hat und täglich über 10.000 Mitglieder zu verzeichnen hat. Dieses Erotikportal bietet verschiedenste Dienste an (vgl. k. A. 2011b). Für die vorliegende Untersuchung wurde der Bereich „Sex und Videochat“ näher beleuchtet.

Im Sex- und Videochat können die Mitglieder schnell und einfach neue Kontakte knüpfen und mit diesen später in den verschiedenen Chaträumen im ab18.de Erotikchat über Livecams chatten, flüstern und Spass haben.

Es wurde zu diesem Zweck ein fiktives Profil angelegt, welches folgende Eigenschaften beinhaltete: Gutes Aussehen, blonde Frau, 24 Jahre, offene sexuelle Orientierung, interessiert an Frauen/Männern/Paaren und an einer Beziehung oder One-Night-Stands, Seitensprung, Telefonsex, Cybersex, Bildertausch, Sklaven.

Die Untersuchungsdauer erstreckte sich über drei Tage. In dieser Zeit wurde das Portal sieben Mal aufgerufen und mit Mitgliedern geschattet. Innerhalb dieser Untersuchungszeit wurde das fiktive Profil 463 Mal aufgerufen und 131 Nachrichten mit sexuellem Inhalt empfangen.

Zu Beginn der Unterhaltung werden meist so genannte Eckdaten ausgetauscht, wie beispielsweise das Alter, Vorname, Wohnort. Im Anschluss daran wird über den Grund oder die Motive, solche Chatrooms zu besuchen, gesprochen. Dabei wird eruiert, ob der User nur Cybersex interessiert oder auch an einem zwanglosen Treffen im realen Leben interessiert ist. Die Hauptthemen sind das Aussehen und die jeweiligen Vorlieben.

Hinsichtlich des Kommunikationsstils konnte festgestellt werden, dass dieser sehr einfach und schnell verläuft, schon nach kürzester Zeit erfolgten derartige Angebote. Im Folgenden wird exemplarisch eine dieser Anfragen eines Mitgliedes zitiert: „Willst du gut sein? Melde dich!!! Wollen Sie meine „domina“ sein? Ich bin gerne Ihr Sklave. Ich mach alles, was Sie mir

befehlen, Herrin.“ Das Thema Sex ist in diesem Chatroom das Hauptthema, die Sprache war erwartungsgemäß einfach und teilweise äußerst vulgär.

## **2. Badoo**

Die Online-Dating-Plattform „Badoo“ wurde ebenso für die Untersuchung herangezogen. Dabei handelt es sich um eine internationale Online-Community, bei der sich Leute mit den gleichen Interessen besser kennenlernen können. Bei diesem Portal haben die Nutzer die Möglichkeit mit Leuten aus der näheren Umgebung zu flirten und zu chatten. Insgesamt sind rund 130 Millionen Nutzer registriert. Es wurde dabei untersucht, ob es Unterschiede zwischen Erotikchats und diesem Kennenlernportal gibt.

Zunächst wurde ein Profil mit einem Foto angelegt und diverse sportliche und gesellige Interessen angegeben. Im Profil wurde angegeben, dass es sich um eine 21-jährige Studentin aus Innsbruck handelt, die gerne Leute aus ihrer Umgebung treffen würde. Die erste Kontaktaufnahme erfolgte dabei nach rund 5 Minuten. In der Regel kommentierten die Chatpartner zunächst das eingestellte Foto und sprachen ihre Bewunderung dafür aus. Danach erfolgte überwiegend eine lockere Konversation über den Wohnort, die angegebenen Freizeitaktivitäten und die derzeitige Beschäftigung. Die Untersuchungsdauer betrug dabei rund drei Stunden, in dieser Zeit wurde mit 13 anderen Besuchern gechattet. Davon äußerten drei Chatpartner den Wunsch nach einem sofortigen Treffen bzw. auch nach unverbindlichem Sex. Nach ca. 1 Woche wurden 53 Nachrichten empfangen, worunter 16 Besucher ihr Interesse nach einem Sextreffen äußerten. Ein Chatpartner gab sogar seine persönlichen Daten über das Chatforum preis.

Es zeigte sich, dass die Grenze zwischen einem Kennenlern-Portal und einem Erotikchat nicht klar gezogen werden kann. Die Kommunikationsart und Gesprächsinhalte stimmen oftmals überein und unterscheiden sich nicht grundlegend. Zwar sind die Absichten der Teilnehmer eines Erotikchatrooms klar erkennbar, jedoch kann es auch in neutralen Online-Chatrooms zu derartigen Anfragen und Chatverläufen kommen.

## Literaturverzeichnis:

Adams, M. & Oye J. & Parker T. (2003): Sexuality of older adults and the internet: From sex education to cybersex, *Sex Rel Ther*, 18, S. 405-415

Boies S. (2002): University students' uses of and reactions to online sexual information and entertainment: Links to online and offline sexual behaviour, *Can J Hum Sex*, 11, S. 77-89.

Boos, M., & Jonas, K. J. (2008). Medienvermittelte Kommunikation. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 195-217). Heidelberg: Springer

Carvalho, A. & Gomes, F. (2003): Cybersex in portuguese chatrooms: A study of sexual behaviors related to online sex. *J Sex Marital Ther*, 29, S. 345-360.

Daneback, K., Ross M. & Mansson S. (2006): Characteristics and behaviors of sexual compulsives who use the internet for sexual purposes, *Sex Addict Compuls*, 13, S. 53-67.

Dannecker M. (2007): Sexualität und Internet, *Sexualforschung*, 20, S. 331-339.

Davis M., Hart G, Bolding G et al., Sex and the internet: Gay men, risk reduction and serostatus, *Culture, Health & Sexuality* 2006, 8, S. 161-174.

Döring, N. (1999): *Sozialpsychologie des Internets*. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe-Verlag

Döring, N. (2003): *Sozialpsychologie des Internet*. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe-Verlag

Döring N. (2007): Sex, solicitation of on Internet. In Arnett J. (Hrsg): *Encyclopedia of children, adolescent, and the media*. Thousand Oakes, CA: Sage, S. 750-753

Döring N. (2008): Sexualität im Internet - Ein aktueller Forschungsüberblick. *Sexualforschung*, S. 291-318.

Döring, N. (2009): SchülerVZ, StudiVZ, MySpace & Co: Chancen und Risiken von Online-Netzwerken. Verfügbar unter: <http://www.rpi-virtuell.net/workspace/users/785/Fachtagung%202009/Material/rpi-doering-2009-finalpdf.pdf> (Stand 2011-11-18)

Fields et. al. (2006): Internet chat rooms: Connecting with a new generation of young men of color at risk for HIV infection who have sex with other man. *JANAC*, 17, S. 53-60.

- Haid, D. (2006). Pressemitteilungen. Verfügbar unter:  
<http://www.stayfriends.de/j/ViewController?action=cmsPressFurtherAnn2> (Stand 2011-11-29)
- Haupt, J. (2011): VZ-Netzwerke steigern Umsatz, aber verlieren Nutzer. Verfügbar unter:  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/VZ-Netzwerke-steigern-Umsatz-aber-verlieren-Nutzer-1283759.html> (Stand 2011-11-29)
- Hertlein, K. & Piercy F. (2006): Internet infidelity: A critical review of the literature, *Fam Journal*, 14, S 366-371.
- Huth, Natalie (2011), Soziale Netzwerke - Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet. Verfügbar unter  
[http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Publikation\\_Soziale\\_Netzwerke.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Soziale_Netzwerke.pdf) (2011-12-01)
- k. A. (2011a): twitter. Verfügbar unter: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Twitter-twitter.html> (Stand 2011-11-16)
- k. A. (2011b): Community,ab18.de. Verfügbar unter: <http://www.ab18.de/chat/> (Stand 2011-11-03)
- Kempter, G. (1990): *Analyse von verbalen und nonverbalen Rückmeldungen in Dialogsituationen*. Diplomarbeit an der Universität Innsbruck.
- Kuri, J. (2011): MySpace hat einen neuen Besitzer. Verfügbar unter:  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/MySpace-hat-einen-neuen-Besitzer-1270406.html> (Stand 2011-11-16)
- Liau, A. et. al. (2006): Meta-analytic examination of online sex-seeking and sexual risk behaviour among men who have sex with men, *Sex Transm Dis*, 33, S. 576-584.
- Marcum C. (2007): Interpreting the intentions of predators: An examination of online predatory behaviour. *J Child Sex Abuse*, 16, S. 99-114
- McKenna K. et. Al (2001): Coming out in the age of the internet, Identity “demarginalization” through virtual group participation, *J Pers Soc Psychol*, 75, S. 681-694.
- Ross M. et. Al. (2004): Beliefs about cybersex and internet –mediated sex of latinomen who have internet sex with men: Relationships with sexual practices in cybersex and in real life. *AIDS Care*, 16, S.1002-1011
- Spiegler, A. & Kocina, E. (2009). Facebook: Ich lass dich nie mehr alleine. Verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/techscience/internet/447853/Facebook\\_Ich-lass-dich-nie-mehr-alleine-](http://diepresse.com/home/techscience/internet/447853/Facebook_Ich-lass-dich-nie-mehr-alleine-) (Stand 2011-11-29)
- Tashima K. et. al. (2003): Internet sex-seeking leads to acute HIV infection: A report of two cases, *Int J STD AIDS*, 14, S. 285-286
- Tiedge, A. (2006): Die Vitamin-B-Maschine. Verfügbar unter:  
<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/-millionen-kontakte-die-vitamin-b-maschine-1.901800> (Stand-2011-11-18)