

Sozialpsychologie des Internet

Die Bedeutung des Internet für
Kommunikationsprozesse, Identitäten,
soziale Beziehungen und Gruppen

von
Nicola Döring



**Hogrefe • Verlag für Psychologie
Göttingen • Bern • Toronto • Seattle**

Inhaltsverzeichnis

Einführung	11
1 Kennzeichen des Internet	15
1.1 Entstehung und Definition des Internet	15
1.2 Zugang zum Internet	22
1.3 Internet, Online-Dienste und Mailbox-Netze	25
1.4 Gesellschaftliche Bedeutung des Internet	27
1.5 Zusammenfassung	32
2 Zeitversetzte Kommunikation im Internet	33
2.1 Zeitversetzte computervermittelte Kommunikation	34
2.2 Email	36
2.2.1 Voraussetzungen der Email-Kommunikation	36
2.2.2 Typen von Emails	39
2.2.3 Anonymisierung, Verschlüsselung, Datenschutz	40
2.2.4 Emoticons, ASCII-Art, Soundwörter, Aktionswörter, Disclaimer	41
2.2.5 Kommunikationsverlauf bei Email	46
2.3 Mailinglisten	51
2.3.1 Voraussetzungen der Mailinglisten-Kommunikation	51
2.3.2 Typen von Mailinglisten	52
2.3.3 Fehladressierung	53
2.3.4 Flaming	54
2.3.5 Kommunikationsverlauf in Mailinglisten	56
2.4 Newsgroups	58
2.4.1 Voraussetzungen der Newsgroup-Kommunikation	59
2.4.2 Typen von Newsgroups	61
2.4.3 Being Off-Topic, Crossposting, Spamming	65
2.4.4 Netiquetten und FAQs	66
2.4.5 Kommunikationsverlauf in Newsgroups	70
2.5 WWW-Seiten	76
2.5.1 Voraussetzungen der WWW-Nutzung	77
2.5.2 Ergänzungen und Alternativen zu HTML	78

2.5.3	Typen von WWW-Seiten und WWW-Sites	80
2.5.4	Informationsfunktion des WWW	82
2.5.5	Kommunikationsfunktion des WWW	84
2.6	Zusammenfassung	86
3	Zeitgleiche Kommunikation im Internet	91
3.1	Zeitgleiche computervermittelte Kommunikation	91
3.2	Chat	95
3.2.1	Voraussetzungen der Chat-Kommunikation	95
3.2.2	Nicknames und Avatare	96
3.2.3	Akronyme und Emoting	99
3.2.4	Kommunikationsverlauf beim Chat	102
3.3	Chat-Channels und Chat-Rooms	104
3.3.1	Voraussetzungen der Chat-Channel-Kommunikation	104
3.3.2	Typen von Chat-Channels	105
3.3.3	Skripts, Bots und Agenten	109
3.3.4	Kommunikationsverlauf in Chat-Channels	110
3.4	MUDs	113
3.4.1	Voraussetzungen der MUD-Kommunikation	113
3.4.2	Typen von MUDs	114
3.4.3	Online-Charaktere	116
3.4.4	Virtuelles Handeln	119
3.4.5	Interaktionsverlauf in MUDs	124
3.5	Neuere synchrone Dienste	134
3.5.1	ICQ	134
3.5.2	Internet-Telefonie	134
3.5.3	Internet-Videokonferenzen	135
3.6	Zusammenfassung	137
4	Die Internet-Population und ihre Nutzungsmuster	139
4.1	Größe der globalen Internet-Population	139
4.2	Soziodemographie der globalen Internet-Population	142
4.3	Bundesdeutsche Internet-Teilpopulation	148
4.4	Zeitbudget für Internet-Nutzung	151
4.5	Dienste der Internet-Nutzung	153
4.6	Ziele und Inhalte der Internet-Nutzung	156
4.7	Popularität sexualbezogener Internet-Inhalte	160
4.8	Zusammenfassung	169
5	Methodische Erfassung computervermittelter Kommunikation	171
5.1	Beobachtung	172
5.1.1	Freie Beobachtung	173

5.1.2	Feldbeobachtung	174
5.1.3	Automatische Beobachtung	176
5.2	Mündliche Befragung	184
5.2.1	Offene Befragung	185
5.2.2	Leitfaden-Interview	186
5.2.3	Vollstandardisiertes Interview	186
5.2.4	Online-Interview	188
5.3	Schriftliche Befragung	188
5.3.1	Offline-Umfrage	189
5.3.2	Online-Umfrage	190
5.4	Experiment	194
5.4.1	Feldexperiment	195
5.4.2	Laborexperiment	196
5.4.3	WWW-Experiment	197
5.5	Ethische Probleme	201
5.5.1	Reaktive Datenerhebung	201
5.5.2	Nonreaktive Datenerhebung	202
5.5.3	Publikation von Ergebnissen	204
5.6	Zusammenfassung	206
6	Theoretische Modellierung computervermittelter Kommunikation	209
6.1	Kanalreduktion	210
6.2	Herausfiltern sozialer Hinweisreize	214
6.3	Rationale Medienwahl	216
6.4	Normative Medienwahl	222
6.5	Interpersonale Medienwahl	224
6.6	Soziale Informationsverarbeitung	226
6.7	Simulation	228
6.8	Imagination	232
6.9	Digitalisierung	233
6.10	Kulturraum	236
6.11	Medienökologisches Rahmenmodell	239
6.12	Zusammenfassung	252
7	Identitäten und Internet	255
7.1	Identitäten	256
7.1.1	Selbstkonzept und Identität	256
7.1.2	Individuelle und kollektive Identitäten	259
7.1.3	Selbstdarstellung und Eindrucksbildung	260
7.2	Mediale Umgebungen und Identitäten	265
7.2.1	Mediale Umgebungen und kollektive Identitäten	265
7.2.2	Mediale Umgebungen und individuelle Identitäten	267

7.3	Veränderung bestehender Identitäten durch Internet	269
7.3.1	Selektive Aktivierung von Identitäten im Internet	269
7.3.2	Modifizierte Darstellung von Identitäten im Internet	281
7.4	Entwicklung neuer Identitäten im Internet	288
7.4.1	Identitätsgenese im Internet	288
7.4.2	Identitätsentwicklung im Internet und darüber hinaus	300
7.5	Die These vom Identitätsverlust	309
7.5.1	Mangelnde Präsenz herkömmlicher Identitäten?	309
7.5.2	Flucht in virtuelle Schein-Identitäten?	311
7.6	Zusammenfassung	312
8	Soziale Beziehungen und Internet	315
8.1	Soziale Beziehungen	315
8.1.1	Formale und persönliche Beziehungen	316
8.1.2	Starke und schwache Bindungen	317
8.1.3	Soziale Netzwerke	318
8.1.4	Soziale Isolation und Einsamkeit	320
8.2	Mediale Umgebungen und soziale Beziehungen	322
8.2.1	Mediale Umgebungen und formale Beziehungen	322
8.2.2	Mediale Umgebungen und persönliche Beziehungen	326
8.3	Veränderung bestehender Beziehungen	330
8.3.1	Beziehungsveränderungen durch Netzaktivitäten einer Person	330
8.3.2	Beziehungsveränderungen durch Netzaktivitäten beider Personen	337
8.4	Entwicklung neuer Beziehungen	342
8.4.1	Kennenlernen im Internet	342
8.4.2	Beziehungsentwicklung im Internet und darüber hinaus	350
8.5	Die These vom Beziehungsverlust	361
8.5.1	Verarmung bestehender Beziehungen?	362
8.5.2	Flucht in virtuelle Schein-Beziehungen?	364
8.6	Zusammenfassung	368
9	Gruppen und Internet	369
9.1	Gruppen	370
9.1.1	Kleingruppen und Großgruppen	370
9.1.2	Gemeinschaften und Öffentlichkeiten	372
9.2	Mediale Umgebungen und Gruppen	375
9.2.1	Mediale Umgebungen und Kleingruppen/Großgruppen	375
9.2.2	Mediale Umgebungen und Gemeinschaften/Öffentlichkeiten	377
9.3	Veränderung bestehender Gruppen durch Internet	379
9.3.1	Veränderungen innerhalb von Gruppen	379
9.3.2	Veränderungen in den Außenbeziehungen von Gruppen	384
9.4	Entwicklung neuer Gruppen im Internet	390

9.4.1	Gruppenbildung im Internet	390
9.4.2	Gruppenentwicklung im Internet	397
9.5	Die These vom Gemeinschaftsverlust	411
9.5.1	Zerfall herkömmlicher Gruppen?	411
9.5.2	Flucht in virtuelle Schein-Gemeinschaften?	412
9.6	Zusammenfassung	416
10	Diskussion	419
Anhang 1	Interview-Studie (offline)	427
Anhang 2	Experimentelle Fragebogen-Untersuchung (offline)	443
Anhang 3	Fragebogen-Untersuchung (online und offline)	455
Anhang 4	Interview-Studie (online)	465
Literatur	477
Sachverzeichnis	505