

# 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

<b>Einführung</b> .....	11
<b>1 Kennzeichen des Internet</b> .....	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
<b>2 Zeitversetzte Kommunikation im Internet</b> .....	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
<b>3</b>	<b>Zeitgleiche Kommunikation im Internet</b>	<b>91</b>
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
<b>4</b>	<b>Die Internet-Population und ihre Nutzungsmuster</b>	<b>139</b>
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
<b>5</b>	<b>Methodische Erfassung computervermittelter Kommunikation</b>	<b>171</b>
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
<b>6</b>	<b>Theoretische Modellierung computervermittelter Kommunikation</b>	<b>209</b>
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
<b>7</b>	<b>Identitäten und Internet</b>	<b>255</b>
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
<b>8</b>	<b>Soziale Beziehungen und Internet</b>	<b>315</b>
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	367
<b>9</b>	<b>Gruppen und Internet</b>	<b>369</b>
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
<b>10</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>419</b>
<b>Anhang 1</b>	<b>Interview-Studie (offline) .....</b>	<b>427</b>
<b>Anhang 2</b>	<b>Experimentelle Fragebogen-Untersuchung (offline) .....</b>	<b>443</b>
<b>Anhang 3</b>	<b>Fragebogen-Untersuchung (online und offline) .....</b>	<b>455</b>
<b>Anhang 4</b>	<b>Interview-Studie (online) .....</b>	<b>465</b>
<b>Literatur</b>	<b>.....</b>	<b>477</b>
<b>Sachverzeichnis</b>	<b>.....</b>	<b>505</b>