

Vorwort zur zweiten Auflage

Das Internet ist mittlerweile ein Medium, das in den technologisch hoch entwickelten Regionen der Welt für viele Menschen zum beruflichen und privaten Alltag gehört. Vorbei sind die Zeiten, in denen man mit Staunen und Begeisterung erlebte, dass E-Mail-Kommunikation tatsächlich funktioniert, und in denen es noch etwas Besonderes war, zur Netzgemeinde zu gehören. Heute haben E-Mail-Korrespondenz, Web-Recherchen und andere Formen der Netznutzung den Anstrich des Exotischen verloren. Umgekehrt fällt es in diversen Zusammenhängen mittlerweile bereits negativ auf, wenn jemand *nicht* online ist.

Die zweite, vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage der „Sozialpsychologie des Internet“ reagiert auf die Veralltäglichsung des Mediums: Einführende Teile über medienkundliche Kennzeichen und Nutzergruppen des Internet sind zu einer komprimierten Darstellung der *Entwicklung und Bedeutung des Internet* verknüpft worden (Kapitel 1). Auf eine ausführliche Beschreibung der verschiedenen *asynchronen und synchronen Kommunikationsformen* im Internet sowie ihren Schnittstellen zur herkömmlichen Individual- und Massenkommunikation wird trotzdem nicht verzichtet (Kapitel 2).

Die Neuauflage verarbeitet die einschlägige deutsch- und englischsprachige Fachliteratur, die seit der Erstauflage 1999 erschienen ist: Um mehrere Hundert Zeitschriftenartikel, Buchkapitel, Sammelbände, Monografien und Online-Quellen wurde das Literaturverzeichnis erweitert. Zahlreiche Bildschirmabbildungen, Grafiken und Cartoons dienen der Veranschaulichung und Auflockerung des Textes. Ein umfangreicher Service-Anhang verweist auf Organisationen, Foren, Portale und Fachzeitschriften, die sich mit sozialwissenschaftlicher Online-Forschung befassen. Ein ausdifferenzierter Index erleichtert es, das Buch auch als Nachschlagewerk zu nutzen.

Nach wie vor ist die „Sozialpsychologie des Internet“ ein gegenstandszentriertes Buch, das soziale Aspekte im Zusammenhang mit der Nutzung des Internet thematisiert und aufzeigt, wie diese im Lichte verschiedener *Theorien der computervermittelten Kommunikation* (Kapitel 3) und *Methoden der Online-Forschung* (Kapitel 4) untersucht, beschrieben und erklärt werden können.

Der sozialpsychologische Fokus auf die Wechselwirkungen zwischen Individuum und sozialem Kontext wird dabei immer wieder mit den fachlichen Perspektiven anderer Disziplinen (z.B. Soziologie, Politik-, Wirtschafts-, Kommunikations-, Medien- und Sprachwissenschaften) verknüpft. Auch innerhalb der Psychologie werden Querverbindungen zu anderen grund- und anwendungswissenschaftlichen Subdisziplinen

(z.B. allgemeine, differentielle und Entwicklungspsychologie, klinische, pädagogische und Organisationspsychologie) angesprochen. Eine umfassende *Medienpsychologie des Internet* würde sich aus elaborierten Internet-Analysen der einzelnen psychologischen Subdisziplinen samt entsprechenden theoretischen und methodologischen Integrationsmodellen zusammensetzen. Tatsächlich zeigt sich innerhalb der medienpsychologischen Forschung die Tendenz, Computer und Internet stärker zu beachten (vgl. Trepte, 1999), wobei eine Erweiterung des Theorienspektrums für wünschenswert bzw. notwendig gehalten wird (Winterhoff-Spurk, 2001b).

Welche *Themen und Befunde eine sozialpsychologische Online-Forschung* anbietet (Kapitel 5), wird hier erstmalig zusammenhängend sowohl anhand *grundlagenwissenschaftlicher Konzepte* (z.B. soziale Kognition und Motivation, aggressives und prosoziales Verhalten) als auch anhand zentraler *Anwendungsfelder* (z.B. Gesundheit, Umwelt, Bildung, Forschung, Arbeit, Konsum, Politik, Militär, Justiz) aufgezeigt.

Identität (Kapitel 6), *soziale Beziehung* (Kapitel 7) und *Gruppe* (Kapitel 8) sind drei sozialpsychologische Kernkonstrukte, die nachhaltig von Virtualisierung betroffen sind. Drohen uns somit Identitätstäuschungen, Pseudobeziehungen und Gemeinschaftszerfall? Es sind durchaus nicht nur Kulturpessimisten und Medienkritiker, die den sozialen Wert der Netzkommunikation hinterfragen, sondern teilweise auch die Nutzerinnen und Nutzer selbst. Sogar Netzpioniere wie Howard Rheingold, der den Begriff der „virtuellen Gemeinschaft“ maßgeblich prägte (Rheingold, 1993/2000), sind nach anfänglicher Euphorie mittlerweile deutlich ernüchtert, wenn es um die Qualität internetbasierten zwischenmenschlichen Austauschs geht. So lange das Netz einer kleinen, weitgehend kulturell homogenen, akademischen Elite vorbehalten war, verlief die Online-Kommunikation überwiegend reibungslos und in sozialer Hinsicht teilweise geradezu vorbildlich. Doch mit der Popularisierung und Kommerzialisierung des Netzmediums seit Mitte der 1990er Jahre wachsen sozio-kulturelle Differenzen, Konfliktpotenziale und Anforderungen an eine reflektierte sozio-technische Gestaltung und Aneignung des Internet. Sozialpsychologische Online-Forschung kann dazu beitragen, den Status quo auf Mikroebene zu verstehen, Gestaltungsbedarf herauszuarbeiten und die Wirksamkeit von sozio-technischen Interventionen zu prüfen.

Internet-Forschung ist – heute und in Zukunft – ein dankbares und undankbares Gebiet zugleich (Kapitel 9): Der rasante Medienwandel bedroht die Nachhaltigkeit von Untersuchungsergebnissen in besonderem Maße. Wer weiß, ob die virtuelle Gemeinschaft, an deren Analyse wir jetzt arbeiten, überhaupt noch existiert, wenn der Ergebnisbericht erscheint? Andererseits hat die Dynamik des sozio-technischen Gegenstandes natürlich auch ihren Reiz. Und das Faszinierende an den so genannten *neuen Medien* und ihrer Nutzung ist schließlich nicht nur, dass sie neu und ungewohnt sind, sondern auch, dass wir in ihnen Bekanntem und Vertrautem wieder begegnen. Anstatt die jeweils neuen Technologien separat zu betrachten und einseitig ihre Novität hervorzuheben, gilt es, eine *medienökologische Perspektive* einzunehmen und zu untersuchen, wie Aneignung und Gebrauch eines neuen Mediums sich in bereits etablierte technisch mediatisierte und nicht-mediatisierte Kommunikationsroutinen und soziale Praxen einfügen. Nicht selten führt die Beschäftigung mit den neuen Medien dann zu einem verbesserten Verständnis *alter Medien* und ihrem Stel-

lenwert im jeweils verfügbaren Medienensemble. So hat etwa der postalische Brief durch das Aufkommen der E-Mail kulturell eben nicht an Bedeutung eingebüßt, sondern einen deutlichen Zuwachs an Wertschätzung und alltäglicher wie akademischer Aufmerksamkeit erlangt.

Doch nicht nur dem dialektischen Verhältnis von „neu“ und „alt“ gilt es in der Auseinandersetzung mit dem Internet gerecht zu werden, sondern auch dem komplexen Wechselspiel von *Sozialem* und *Technischem*: Dass ausgerechnet die oft als „kalt“ und „entmenschlicht“ etikettierte Computertechnik einen Boom intimer, hoch-emotionalisierter zwischenmenschlicher Online-Kommunikation hervorgebracht hat, wirft jedenfalls eine Reihe sozialpsychologisch interessanter Fragen auf. Und wenn Beteiligte und Beobachter darüber spekulieren, wie *real* denn nun eigentlich *virtuelle* Erfahrungen sind, dann zeigt sich, dass durch die Aneignung des Netzmediums mit dem schillernden Konstrukt der „Virtualität“ unsere sozial geteilte Erfahrungswirklichkeit überformt wird: Vor dem Internet jedenfalls gab es keine „Offline-Beziehungen“ und auch noch kein „real life“ im heutigen Sinne.

Nicola Döring

Ilmenau im Frühjahr 2003