

Potenziale jenseits der Privatsphäre

Risiken und Chancen internetbasierter Kommunikation

Der Psychologe Ulf-Dietrich Reips erforscht schwerpunktmässig das Phänomen der internetbasierten Kommunikation. In seinem Fachartikel wägt er unter anderem die Vorteile anonymisierter Kommunikation mit den Nachteilen einer gefährdeten Privatsphäre ab.

In den 70-er Jahren begann sich der Computer im Alltag vieler Menschen als Werkzeug zu etablieren. Anfang der 90-er Jahre wurde am CERN in Genf das World Wide Web erfunden und machte bald jene militärische Kommunikationsstruktur aus den 60ern weltweit bekannt, die ihm zugrunde liegt: das Internet. Ältere Technologien wie Telefon und Brief erlaubten die private und eher flüchtige Kommunikation «one-to-one». Mit dem Internet etablierte sich die leicht verfügbare Möglichkeit zum «one-to-many». Die internetbasierte Kommunikationsform hat, wie auch die Mobilkommunikation, in den letzten 15 Jahren sehr stark an Bedeutung gewonnen. Sie wurde zunächst als besondere Spielart der Computervermittelten Kommunikation CvK (siehe Kasten) verstanden, präsentiert sich aber wegen einiger prinzipieller Besonderheiten und einer enormen Eigendynamik inzwischen als separates Forschungsfeld.

Privatheit versus Öffentlichkeit

Insbesondere kommt bei der internetbasierten Kommunikation zur CvK der Aspekt der (welt)weiten Vernetzung mit anderen Menschen und anderen Computersystemen hinzu, weshalb ein Themenkreis sehr wichtig wird: Wie steht es mit der Privatheit beziehungsweise der Öffentlichkeit der eigenen Person im Internet? Zu Beginn des Internetbooms traten wie in der Geschichte vieler neuen Technologien (Joinson, 2003) einige populäre Mythen auf.

Das Internet wurde einerseits idealisiert als Menschen verbindendes Kommunikationsmedium im «globalen Dorf», andererseits verteufelt als sozial isolierender Zeitfresser. Aber eine eindimensionale Verkürzung auf

«gut-böse» beziehungsweise «sozial-unsozial» ist diesem «Medium der Medien» unangemessen, schon weil es ein Konglomerat vielfältiger Dienste darstellt. Fehlender Zugang zum Internet (Stichwort «Digital Divide») kann einerseits zu einer Vergrößerung von Chancenunterschieden zwischen Menschen und zwischen Gesellschaften führen. Doch andererseits eröffnet sich für diejenigen, die Zugang haben, ein ganzer Jahrmarkt an Möglichkeiten – sofern sie bereit sind, ein Stück Privatsphäre abzugeben.

Erosion der Privatsphäre

Um Zugang zum Internet zu erhalten, ist es nämlich

Computervermittelte Kommunikation

- Die Erforschung der CvK erklärt die Beeinflussung menschlichen Verhaltens durch elektronische Kommunikationsmittel und -dienste. Dabei werden auf der Ebene des Individuums kognitive, emotionale, motivationale, motorische und andere Prozesse sowie auf der sozialen Ebene Interaktionsmuster und organisatorische Prozesse untersucht, bis hin zu Auswirkungen auf ganze Gesellschaften.
- Im Zusammenhang mit der CvK beschäftigt sich die Forschung auch damit, wie elektronische Kommunikationsmittel und -dienste angesichts der menschlichen Psychologie optimal zu gestalten sind. CvK zu verstehen verlangt deshalb die Berücksichtigung technischer, sozialer und psychologischer Einflussfaktoren.
- Frühe Theorien der CvK fokussierten oft einseitig auf die Beschränkung der Kommunikation und ignorierten die sich entwickelnde Vielfalt an CvK-Diensten, die Adaptivität des Nutzerverhaltens, den Anreizcharakter neuer sozialer Kommunikationsformen sowie die zunehmende Realität der CvK im Alltag der Benutzer.
- Neuere Theorien konzeptualisieren CvK auf der Basis einiger übergreifender relevanter Dimensionen wie Synchronizität, Signalform, Anonymität, Kosten und Exklusivität zunehmend je nach Medium, spezifischem Dienst und nach dem konkreten Kontext (Reips, 2006).

immer häufiger erforderlich sich bei Websites zu registrieren. Und selbst ohne Registrierung hinterlässt man eine Datenspur, die nicht selten über Data Mining (Systematische Anwendung von Methoden auf einen Datenbestand mit dem Ziel der Mustererkennung, «Datenschürfung») mit bereits früher hinterlassenen persönlichen Daten verknüpft werden kann. Frei nutzbare Trackingdienste für Websites beispielsweise sammeln eifrig Daten über deren Besucher. So kann über die so genannte «referer»-Information festgestellt werden, von welcher Website jemand kommt. Manche Trackingdienste erlauben gar die Visualisierung des Standorts von Internetnutzern. Abbildung 1 zeigt oben den Ort eines Surfers auf einer Karte, hier nahe des Weissen Hauses in Washington. Ausserdem werden die folgenden Informationen erfasst und angezeigt: Besuchszeit, Provider, Art der Verbindung, Betriebssystem, Typ des Web-Browsers, Bildschirmauflösung, Bildschirm-Farbtiefe und die Nutzung von Skriptsprachen. Bei maximaler Auflösung der zoombaren Karte würde das Bild zwei Gebäude zeigen. All diese Informationen können erfasst werden, aber eben auch nur diese. Es bleibt zum Beispiel immer unklar, welche Person sich hinter einer IP-Adresse verbirgt. Dies ist innerhalb von geschlossenen Web-Diensten wie Facebook, MySpace oder Dating-Services natürlich anders, wie ein aktuelles Beispiel zeigt: Ein typischer Fehler bei der Benennung von Dateien führte kürzlich dazu, dass Kunden-Nacktbilder auf der Sex-Datingsite okay.ch von jedermann abgerufen werden konnten.

Eine weiteres Risiko für die Privatsphäre besteht beim wöchentlichen Lebensmitteleinkauf übers Web: Speichert der Anbieter Informationen über Ihre Einkäufe? Werden diese gar an Dritte weiterverkauft, so dass diese Ihnen gezielt Werbung schicken können?

Insgesamt reduziert Internetbasierte Kommunikation die Wahrscheinlichkeit, dass man bestimmte Aspekte seines Lebens geheim halten kann. Die kombinierten Effekte von Allgegenwart des Internet, massiver und billiger Datenspeicherung, verbundenen Datenbanken und – in einer zunehmend sicherheitsbewussten Welt – die Sammlung persönlicher Daten für Erkennungs- und/oder Personalisierungszwecke bedeutet, dass die Privatsphäre vieler Leute in einer Weise erodiert, die in der Vergangenheit undenkbar war (Sparck-Jones, 2003).

Befragung von 80'000 ICQ-UserInnen

Angesichts dieser Tatsache stellt sich die Frage, was Internet-Surfer psychologisch als Privatsphäre empfinden, und was sie tun, um diese zu schützen. Wir haben dazu drei Skalen zur Nutzung auf dem Internet entwickelt und validiert (Buchanan, Paine, Joinson, & Reips, 2007). Die erste misst Einstellungen zur Privatsphäre, die anderen beiden messen Verhaltensweisen zu allgemeiner Vorsicht und technischen Vorkehrungsmassnahmen. Mit Hilfe unseres Dynamic Interviewing Programms DIP (Stieger und Reips 2008) kontaktierten wir ca. 80'000 zufällig ausgewählte BenutzerInnen des Chat-Dienstes «I seek you» ICQ. Die Analyse der Daten von 530 Personen, die ausführlich geantwortet haben-



Illustration: U.-D. Reips

Abb.1: Visualisierung des Standorts von Internetnutzern (links des eingebundenen Informationsfensters) und weitere Informationen, die von Trackingdiensten für Websites angeboten werden.

zeigt, dass Internetnutzer über eine weitere Bandbreite an privatsphärebezogenen Themen besorgt sind als üblicherweise berichtet (Paine, Reips, Stieger, Joinson, & Buchanan, 2007).

Stranger on the Internet

In starkem Gegensatz zu dieser Besorgnis und zum populären Mythos eines unsozialen Internets zeigt sich zudem, dass Personen in Chatrooms und Foren ohne Zwang oft sehr intime Dinge preisgeben. Wie lässt sich das erklären? Fehlende Sichtbarkeit individualisierender Eigenschaften von GesprächspartnerInnen führen zu einem Eindruck von Ähnlichkeit mit den Kommunikationspartnern, der in Verbindung mit der angenommenen Anonymität und Privatheit eine grössere Offenheit provoziert. Es besteht die Möglichkeit zum freien Ausdruck ohne Schamgefühle und scheinbar ohne Privatsphärenverlust: «Under the protective cloak of anonymity users can express the way they truly feel and think» (McKenna & Bargh, 2000). Dies erklärt auch die vergleichsweise hohen Responseraten in Online-Befragungen von Teilnehmern aus besonderen Personengruppen, die man sonst wegen Tabuisierung oder Illegalität nur schwer erreichen kann, wie zum Beispiel EcstasykonsumentInnen (Rodgers et al. 2001, 2006) oder DrogendealerInnen (Coomber, 1997). Und auch zu der sehr sensiblen persönlichen Eigenschaft der Sexsomnia – Sex während des Schlafens, lassen sich per Internet erstmals sinnvoll Befragungen durchführen. Online wurden dazu mehr als fünf mal so viele Teilnehmende erreicht als in allen früheren Studien aus 20 Jahren Forschung zusammen (Mangan & Reips, 2007).

Paradoxerweise scheinen also mehr Leute bereit zu sein, intime Aspekte ihres Lebens über computervermittelte Interaktion preiszugeben als in der face-to-face Kommunikation (Joinson, 2001). Dies wird der «Stranger on the Internet-Effekt» genannt, denn er erinnert stark an das Phänomen, einem zufällig begegneten Fremden auf einer Zugfahrt sein Leben anzuvertrauen («Stranger on the Train Phenomenon»).

Experiment in Second Life

Offensichtlich befreit uns die Anonymität im Verbund mit schnellem unkompliziertem Zugang zu den vielen «virtuellen Welten» im Internet also zu grosser Offenheit, zur Freiheit, wir selbst zu sein. Das bedeutet nun für die sozialpsychologische Forschung eine wunderbare Gelegenheit, Einstellungen und Verhaltenswei-

Abb. 2: In Virtuellen Welten wie Second Life können identische soziale Agenten zum Beispiel zu Forschungszwecken in nur genau einer Eigenschaft verändert werden, um Effekte dieser einen Eigenschaft zweifelsfrei festzustellen. Die Abbildung zeigt den gleichen Avatar – oben mit heller, unten mit dunkler Hautfarbe.

Illustration: M. Schneider, V. McSorley, U.-D. Reips



sen quasi «ungefiltert» zu erforschen: zum Beispiel Vorurteile. Vorurteile bestimmen unser Handeln anders, wenn wir uns ihrer nicht bewusst sind und ihnen entsprechend wenig gegensteuern. Virtuelle Welten wie Second Life, in denen «Avatare» als virtuelle Repräsentanten von Personen miteinander interagieren, bieten die Möglichkeit, Personen unter relativ anonymen Bedingungen zu beobachten. Zudem besteht die Möglichkeit, Dinge zu verändern, die in der Realität kaum veränderbar sind, wie Körpergrösse und Geschlecht. In einem Experiment, das meine Studierenden Vanessa McSorley und Marc Schneider derzeit mit mir auf dem virtuellen Campus der Universität Zürich in Second Life durchführen, variieren wir zum Beispiel die Hautfarbe eines Avatars (siehe Abbildung 2).

Erste Ergebnisse deuten darauf hin, dass die zu einem schwarzen Avatar eingehaltene räumliche Distanz grösser ist und mehr variiert als zu einem weissen Avatar. Es wird noch zu klären sein, ob sich dies durch zunehmende soziale Interaktion verändert. Weitere Forschungsergebnisse zur sozialen Interaktion in rein textbasierten Onlinegruppen zur gegenseitigen Unterstützung zeigen, dass diese für zwei Gruppen von Menschen besonders hilfreich sein können (Tanis 2007):

- Personen mit auffälligen körperlichen Merkmalen, die selbstwertgefährdend und/oder stigmatisierend sind wie Übergewicht, dermatologische Probleme, Verstümmelungen oder physische Behinderungen,
- Personen mit belastenden verschleierbaren Eigenschaften wie nicht sichtbaren Krankheiten, extremen politischen Ansichten, besonderen sexuellen Präferenzen oder Gefängnisvergangenheit.

Anonymität als Potenzial

Forschungen im Bereich internetbasierte Kommunikation bestätigen also insgesamt den Befund, dass das Empfinden von Privatheit und entsprechende Offenheit oder Verschwiegenheit bis hin zu vorurteilsbehaftetem Handeln von der wahrgenommenen Anonymität abhängt. Ein hoher Grad an Anonymität, wie in der textbasierten Kommunikation via Internet führt zu einer erhöhten Offenheit der Kommunikationspartner und zu gegenseitigem Erkennen von Ähnlichkeiten. Dies wiederum eröffnet für diese Kommunikationsform ein erstaunlich grosses Unterstützungspotenzial, wie es bereits in ersten Modellen der Online-Therapie genutzt wird (vgl. dazu auch den Artikel von Birgit Wagner S. 12 ff.).

Ulf-Dietrich Reips

Bibliografie

Die ausführliche Literaturliste ist beim Autor erhältlich.

Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A., & Reips, U.-D. (2007): Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58, 157–165.

Mangan, M., & Reips, U.-D. (2007): Sleep, sex, and the Web: Surveying the difficult-to-reach clinical population suffering from sexomnia. *Behavior Research Methods*, 39, 233–236.

Paine, C., Reips, U.-D., Stieger, S., Joinson, A., & Buchanan, T. (2007). Internet users' perceptions of 'privacy concerns' and 'privacy actions'. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65, 526–536.

Reips, U.-D. (2006). Computer-vermittelte Kommunikation. In H. W. Bierhoff & D. Frey (Hrsg.), *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*, 555–564. Göttingen: Hogrefe.

Tanis, M. (2007): Online social support groups. In A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, & U.-D. Reips (Eds.), *The Oxford Handbook of Internet Psychology*, 139–153. Oxford: Oxford University Press.

Der Autor

PD Dr. rer. soc. Ulf-Dietrich Reips, Psychologe FSP, forscht und lehrt am Psychologischen Institut der Universität Zürich unter anderem zu Methoden psychologischer Forschung im Internet und zur Psychologie Neuer Medien.

Anschrift

PD Dr. Ulf-Dietrich Reips
Universität Zürich, Psychologisches Institut,
Abteilung für Sozial- und Wirtschaftspsychologie
Binzmühlestr. 14, Box 13, 8050 Zürich
u.reips@psychologie.uzh.ch

Résumé

Les résultats de la recherche menée, en partenariat, par le psychologue zurichois Ulf-Dietrich Reips montrent que la communication via l'internet érode la sphère privée de nombreuses personnes à un point qu'il était impossible d'imaginer il n'y a pas si longtemps. D'un autre côté, ce mode de communication, qui s'est imposé si naturellement dans les 15 dernières années, ouvre aussi des perspectives nouvelles et fructueuses pour la recherche et la thérapie, ce qu'illustre apparemment une expérience réalisée par l'auteur dans le monde virtuel «Second Life». On y trouve confirmation, pour un avatar manipulé par les chercheurs, que les peaux claires attirent plus – en termes de distance – que leurs avatars à peau foncée. Par son caractère anonyme, la communication sur la Toile ouvre en revanche des perspectives intéressantes pour les groupes d'auto-assistance en ligne dans les cas de stigmatisation de particularités physiques, psychologiques ou sociales.