

Verlieben im Cyberspace

Eine qualitative Untersuchung von Erfahrungsberichten in Internetforen und Blogs

von Vivien Milz, Annina Stahl und Dr. Nina R. Jakoby

14

abstract

Im Vordergrund dieses Artikels stehen Fragen nach den Unterschieden zwischen Verlieben offline und online sowie dem virtuellen Ausdruck von Verliebtheit. Auf der Grundlage einer qualitativen Inhaltsanalyse von Erfahrungsberichten in Internetforen und Blogs wurden drei Themen identifiziert, welche die Merkmale des virtuellen Verliebense beleuchten: 1) Rationalisierung vs. Idealisierung, 2) Virtuelle Attraktivität und 3) Fehlen sinnlicher Wahrnehmung. Zentrale Eigenschaft des virtuellen Verliebense ist die Entkörperlichung in der Onlinebegegnung. Der Beitrag zeigt, dass das Internet keinen Ersatz für die physisch-sinnliche Erfahrung des Gegenübers bietet, auf der romantische Gefühle basieren. Die Befunde sprechen vielmehr für eine virtuelle Verliebtheitsfiktion.

Onlinebegegnungen und Emotionssoziologie

„Can we love online?“
(Benski/Fisher 2014: 1).

Das Internet durchdringt mittlerweile viele Bereiche des Alltags- und Gefühlslebens. Die Schranken von Raum und Zeit öffnen sich und ermöglichen das Knüpfen neuer Kontakte trotz fehlender gemeinsamer Umgebung und keiner gleichzeitigen Anwesenheit (vgl. Geser 1998: 3). Kennzeichen des

Cyberspace – definiert als sozio-technisches Kommunikationsnetzwerk, dessen Zentrum das Internet bildet – ist die ‚Virtualität‘ aller Sinnbezüge (vgl. Thiedecke 2004). Während das Internet als Kommunikationsinfrastruktur verstanden werden kann, bildet der Cyberspace einen virtuellen, das heißt ‚ortlosen‘ Handlungs- und Begegnungsraum, in dem Menschen interagieren (vgl. Höflich 2004: 147). Die Möglichkeit zur Verschleierung der eigenen Identität senkt die Hemmschwelle gegenüber den Online-Interaktionspartner_innen und

fördert die freie Äußerung von Gedanken und Gefühlen. Dadurch wird das Erschaffen einer gemeinsamen Vertrauensbasis beschleunigt, was wiederum das Eingehen virtueller Beziehungen erleichtern kann. Obwohl die Gesprächspartner_innen physisch fern und zu einem gewissen Grad anonym sind, ähnelt die Onlinebeziehung jedoch der realen Beziehung in einem wichtigen Aspekt: Das Gefühl der Liebe wird gleichermaßen vollkommen und intensiv erlebt (vgl. Ben-Ze'Ve 2004: 4). Bisherige Studien thematisieren Nutzungshäufigkeit und Erfolgsfaktoren des virtuellen Datings (Baker 2002), Intimität (Scott et al. 2006), Sexualität (zum Beispiel Daneback et al. 2007, Kaufmann 2011) oder allgemeine Charakteristiken der virtuellen Liebe (Arvidsson 2006, Fürst 2014, Kaufmann 2011).

Für die Emotionssoziologie bietet das Internet neue Möglichkeiten der Analyse der sozialen Konstruktion von Emotionen. Das Internet kann als ‚Labor‘ (Geser 1998: 11) genutzt werden, um den virtuellen Ausdruck von Gefühlen zu untersuchen. Doch wie können romantische Beziehungen im unpersönlichen und unbelebten Cyberspace entstehen (vgl. Illouz 2012: 114)? Zentrales Merkmal des virtuellen Verliebenseins ist die Entkörperlichung in der Onlinebegegnung (vgl. Illouz 2012: 114, Bensi/Fisher 2014: 2). Für Eva Illouz bricht die Internetliebe mit der Tradition der romantischen Liebe, die vor allem auf der Ideologie der

Spontaneität gründet, in der Verliebtheit auch gegen den eigenen Willen, rationalen Kriterien und auf der Grundlage der Anziehung physisch-materieller Körper eintreten kann. Diesem Idealbild wird ein rationalisierter Modus der Partnerwahl gegenübergestellt, der vor allem für Online-Partnersuchdienste charakteristisch ist, die mithilfe eines spezifischen Algorithmus potenzielle Partner_innen auswählen (vgl. Illouz 2012: 134).

Dieser Beitrag untersucht die Faktoren, die eine Rolle spielen, wenn man sich online verliebt. Die Forschungsfragen lauten: Wie unterscheidet sich das klassische Verlieben vom virtuellen Verlieben? Welchen Entwurf des Verliebtseins produziert das Internet? Als noch wenig erforschtes Themengebiet ist es von Relevanz, sich diesem Thema aus (emotions-)soziologischer Perspektive anzunähern. Im zweiten Abschnitt wird der theoretische Stand des klassischen Verliebenseins dargestellt. Daraufhin werden Unterschiede zwischen dem online und offline Verlieben aufgezeigt. Hier stehen vor allem der Beitrag der Emotionssoziologie und die Rahmenbedingungen und Qualitäten der „Internetliebe“ im Fokus (Illouz 2012, Ben-Ze'Ve 2004). Als Viertes werden die Resultate einer qualitativen Inhaltsanalyse von Erfahrungsberichten in Internetforen und Blogs vorgestellt, welche die Merkmale des virtuellen Verliebenseins beleuchten. Wesentliche Ergebnisse werden am Ende in einen Ausblick übergeleitet.

Verlieben offline

Verliebtheit lässt sich, wie auch die Liebe, nur schwer definieren, da wir eher über ein implizites Wissen bezüglich dieser Begriffe verfügen. Das heißt, wir wissen zwar, wie es sich anfühlt, sich zu verlieben, können dies aber nur schwer in Worte fassen (vgl. Mees 1997: o.S.). Verliebtheit ist wesentlich gekennzeichnet durch das Verspüren physiologischer Empfindungen wie Schmetterlinge im Bauch, Herzklopfen oder Kniezittern. Ferner denken Verliebte oft an die entsprechende Person und empfinden eine starke Sehnsucht nach ihr. Bezüglich der Gefühlsintensität wird Verliebtsein nicht etwa als weniger stark eingestuft als Liebe, sondern kann eher als Vorstufe dessen betrachtet werden. Sie geht entweder in Liebe über oder aber flaut ab und endet schließlich ganz (vgl. ebd.). Romantisches Verliebtsein wird als emotionaler Ausnahmezustand beschrieben (Meyer 1994) und gilt als Initialzündung für Liebesbeziehungen (vgl. Hill/Kopp 2004: 156). Das Gefühl der romantischen Liebe bewirkt dabei eine Disposition zur Kontaktaufnahme und Vertiefung, Suche nach Nähe und Anerkennung des Liebesobjektes sowie eine hohe Motivation zur Aufnahme und Intensivierung von Interaktionen (vgl. ebd.: 153).

„Verliebtheit ist wesentlich gekennzeichnet durch das Verspüren physiologischer Empfindungen wie Schmetterlinge im Bauch, Herzklopfen oder Kniezittern.“

Laut Elliot Aronson et al. (2004: 361f.) beeinflussen die folgenden Faktoren die Attraktivität eines (potenziellen) Partners bzw. einer (potenziellen) Partnerin: der Effekt der Nähe, Ähnlichkeiten, reziproke Zuneigung und die physische Attraktivität. Der Effekt der Nähe beschreibt die Erkenntnis, dass je häufiger wir einen gewissen Menschen sehen oder mit ihm interagieren, desto wahrscheinlicher ist es, dass wir Freund_innen oder gar Liebespartner_innen werden. Dies bezieht sich sowohl auf eine physische als auch eine psychologische Nähe. Der zweite Effekt, der hierbei eine Rolle spielt, ist der Mere-Exposure-Effekt. Dieser besagt, dass ein häufiger Kontakt die Vertrautheit gegenüber der Kontaktperson erhöht und somit ebenfalls deren Anziehungskraft. Das

Web 2.0 ermöglicht hierbei eine Erweiterung des Interaktionsradius, indem es globale Distanzen aufhebt: Menschen, die tausende Kilometer voneinander entfernt leben, können sich in einem virtuellen

Raum treffen. Ein Mere-Exposure-Effekt im Internet könnte hierbei aufgrund der wiederholten Betrachtung der wenigen visuellen Informationen auftreten, welche man zur Verfügung hat, wie beispielsweise ein Foto.

Ähnlichkeiten in Bezug auf Interessen, Einstellungen, Werten, Charaktereigenschaften und/oder der Herkunft begünstigen die Anziehung zwischen zwei Menschen. Die Forschung zeigt, dass Homogamie im Gegensatz zu komplementären Charaktereigenschaften anziehend wirkt (vgl. ebd.: 364, Hill/Kopp 2004: 148). Online-Partnerschaftsbörsen helfen dabei, sich die Menschen auszusuchen, welche zumindest angeben, hinsichtlich verschiedener Aspekte ähnlich zu sein. Für Illouz (2012: 135) sind die Partnerschaftsbörsen als Hinweis auf die Ökonomisierung der romantischen Liebe zu deuten, die sich im Internet durch Wahlfreiheit, Effizienz, Rationalisierung, selektive Auswahl und standardisierte Kriterien auszeichnet. Ziel ist es, emotionale und psychologische Kompatibilität mit dem virtuellen Gegenüber herzustellen.

Zu wissen, dass man gemocht wird, ist eine weitere wichtige Determinante für die Anziehung zwischen zwei Menschen: „Zuneigung ist so mächtig, dass sie sogar für die Abwesenheit von Ähnlichkeit entschädigt“ (Aronson et al. 2004: 346). Die Aufmerksamkeit, welche dem/der anderen in einer virtuellen Konversation entgegengebracht wird, kann auch

als eine Art von Zuneigung interpretiert werden. Diese gegenseitige Akkumulation von Aufmerksamkeit in Form eines virtuellen Austausches könnte die Chancen erhöhen, dass man sich im Internet verliebt.

Schließlich ist die physische Attraktivität ein zentraler Faktor für zwischenmenschliche Anziehungskraft. Dies gilt insbesondere dann, wenn man eine Person zum ersten Mal trifft und dementsprechend noch über keine weiteren Informationen über sie verfügt (vgl. Aron 1986: 37). Dieser Aspekt unterscheidet sich im Web 2.0 wesentlich. Denn in einer virtuellen Interaktion besitzen wir oft kei-

nerlei oder nur geringe Informationen bezüglich der physischen Attraktivität der Gesprächspartner_innen. Andere Werte und Attraktivitätskriterien müssen an deren Stelle treten, um sich ein Bild von der anderen Person machen zu können.

Verlieben im virtuellen Raum

Das Besondere am Web 2.0 findet sich darin, dass Nutzer_innen nicht mehr länger nur passive Konsument_innen des Web-Inhaltes sind, sondern diesen auch aktiv mitgestalten können. Dies macht sie zu einem Prosumer, einem gleichzei-

„Unter dem Schutz der Anonymität werden intimste Gesprächsinhalte ausgetauscht, was die emotionale Nähe zum anderen fördert und somit die Chance erhöht, sich zu verlieben.“

tigen Producer und Consumer (vgl. Ritter/Jurgenson 2010: 13). Es ermöglicht den Individuen in Echtzeit zu interagieren, wobei sich diese virtuelle Interaktion in einigen Aspekten von der realen unterscheidet. Die augenfälligsten Unterschiede liegen darin, dass in der Onlinekommunikation jegliche physische Gegebenheiten fehlen. Konkret zählen hierzu Zeit, Raum

„Die über Medien vermittelte, indirekte und entkörperlichte Kommunikation ermöglicht es, sich selbst so darzustellen, wie man gerne gesehen werden möchte.“

und Materie (vgl. Geser 1998: 3). Onlinenchat, Instant Messaging oder E-Mail stellen verschiedene Nutzungsformen der computervermittelten Kommunikation dar, die jeweils durch synchrone oder asynchrone Kommunikation und dem Merkmal der Schriftlichkeit charakterisiert sind (vgl. Höflich 2004: 154). Hinsichtlich der räumlichen und zeitlichen Distanz unterscheiden sich Online- und Offlinekonversationen in folgendem Maße: Geografisch gesehen sind Interaktionspartner_innen zwar voneinander getrennt, dennoch befinden sie sich virtuell in einem gemeinsamen Raum, beispielsweise in einem Chatroom. Zeitlich wäre eine unmittelbare und somit spontane und authentische Reaktion, wie sie offline vom Gegenüber verlangt wird, zwar denkbar, jedoch nicht vonnöten. Denn die virtuelle Welt bietet einem auch die Option, eine zeitverzögerte,

moderierte Reaktion auf das Geschriebene zu zeigen (vgl. Ben-Ze'Ve 2004: 27f.). Dies ermöglicht es, Gedanken auszuformulieren, zu reflektieren und zu modifi-

zieren. Die Vorteile des Internets liegen darin, dass keine gleichzeitige Anwesenheit erforderlich ist, eine Bezugnahme auf frühere Mitteilungen durch ständige Verfügbarkeit der Daten erleichtert wird so-

wie die Möglichkeit besteht, synchron zu kommunizieren (vgl. Geser 1998: 4). Ein wichtiger Faktor, welcher in der virtuellen Welt fehlt, ist das unmittelbare nonverbale Feedback, das im Realen auf eine Aussage folgt und sich schon alleine in Mikroexpressionen des Gegenübers ausdrücken kann. Sollte man der Mehrabian-Regel Folge leisten, welche besagt, dass die Wirkung einer Mitteilung zu 93 Prozent durch nonverbale Signale wie Stimme und Körpersprache bestimmt wird und lediglich zu 7 Prozent durch verbale, so deutet dies doch auf einen massiven Informationsverlust in der virtuellen Kommunikation hin (vgl. Adamski 2011: o.S.). Zusätzlich fehlt der Onlinewelt die Wahrnehmung von Objekten und Subjekten (vgl. Geser 1998: 4). Da Mimik und Gestik als strukturierende Kommunikationshilfen nicht ersichtlich sind, können und müssen Ge-

fühlszustände und Meinungen lediglich aus den schriftlichen Botschaften des Gegenübers interpretiert werden (vgl. Ben-Ze'ev 2004: 30).

Ein weiterer charakteristischer Aspekt der Begegnungen im Cyberspace ist die Gleichheit der Teilnehmenden, da viele im Alltagsleben wesentlichen Merkmale (äußere Erscheinung, Alter, Geschlecht) für die Kontaktaufnahme erst einmal kaum relevant sind bzw. über Partnersuchdienste Gleichheit bezüglich Werten und Einstellungen durch Suchprofile aktiv hergestellt werden kann (vgl. ebd.: 17).

Anonymität prägt die Onlinekommunikation. So sinkt die verbale Hemmschwelle, was wiederum eine freie Äußerung von Gedanken und Gefühlen fördert. Die Möglichkeit, sich freier äußern zu können, begünstigt den Schein einer vertrauten, langjährigen Beziehung zwischen den virtuellen Interaktionspartner_innen. Unter dem Schutz der Anonymität werden intimste Gesprächsinhalte ausgetauscht, was die emotionale Nähe zum anderen fördert und somit die Chance erhöht, sich zu verlieben. Nutzer_innen empfinden diese Tatsache auch als äußerst befreiend, wie zwei Zitate aus dem Buch *Online Love* von Aaron Ben-Ze'ev (2004: 163) zeigen: „It was

great not having to worry about being fat and unattractive.“ oder „I really wanted our minds to connect.“

Für Ben-Ze'ev (2004: 23) ist der Cyberspace eine psychologische Realität, in der die eigene Vorstellungskraft eine wichtige Rolle spielt. Dadurch, dass man nur beschränkte Kenntnisse über das Gegenüber zur Verfügung hat, ist dieser

virtuelle Raum entsprechend informationsarm. Dies steht im Gegensatz zu einer mit non-verbale Informationen angereicherten Realwelt. Um sich dennoch ein ganzheitliches Bild von anderen machen zu

„Die emotionale Überhöhung der Beziehung und Verklärung des Partners könnten eine Reaktion auf das (unromantische) Kennenlernen im Internet sein.“

können, ist die eigene Phantasie mehr denn je gefragt. Die über Medien vermittelte, indirekte und entkörperlichte Kommunikation ermöglicht es, sich selbst so darzustellen, wie man gerne gesehen werden möchte. Wo Raum für Phantasie und Idealisierung existiert, zeigt sich folglich auch ein hohes Enttäuschungspotenzial (vgl. ebd.: 25, Illouz 2012: 142ff.). In Bezug auf das Verlieben bedeutet dies, dass das ‚Mysterium‘ des Gegenübers und der immense Raum, den die virtuelle Welt für Phantasien offen lässt, dazu anregt, sich eher in die Kommunikationspartner_innen zu verlieben, als dies offline der Fall wäre (vgl. Fisher 2006: o.S.).

Empirische Untersuchung

Das Internet stellt innovatives Datenmaterial für die Erforschung von Gefühlen zur Verfügung (vgl. Benski/Fisher 2014: 6). Im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes am Soziologischen Institut der Universität Zürich wurden im Frühjahr 2014 Internetforen und Blogs mit Erfahrungsberichten über virtuelles Verlieben analysiert. Der Ausdruck von Verlieben kann somit auf der Basis von verschriftlichten Emotionen betrachtet werden. Die Kernaussagen dieser Berichte wurden in Anlehnung an Philipp Mayring (1997) zu übergeordneten qualitativen Kategorien zusammengefasst (induktive Kategorienbildung). Als Grundlage dienten folgende Foren und Blogs, wobei insgesamt fünfzig Beiträge analysiert wurden (Zugriff 18.05.2014):

- <http://forum.gofeminin.de/forum>
- <http://wefellinloveonline.tumblr.com>
- <http://www.maedchen.de/forum>
- <http://www.wer-weiss-was.de/psychologie/online-verliebt-und-nun>
- <http://www.elitepartner.de/forum>
- <http://www.shopaman.de/blog/lets-talk-about/online-verliebt>

Es wurden nur die Erfahrungsberichte ausgewählt und analysiert, die das *Verlieben* in Chats oder Onlinepartnerbörsen thematisieren. Welchen Entwurf von Verliebtheit produziert das Internet? Folgende drei zentrale Themen wurden identifiziert, welche die Merkmale des

virtuellen Verliebens beleuchten: 1) Rationalisierung vs. Idealisierung 2) Virtuelle Attraktivität und 3) Fehlen sinnlicher Wahrnehmung.

Thema 1:

Rationalisierung vs. Idealisierung

Die Schilderungen über das Sich-Verlieben sind zwischen zwei Polen verortet, die als *Rationalisierung* vs. *Idealisierung* bezeichnet werden. Häufig wird beschrieben, dass man dem (männlichen) Chatpartner gegenüber unbestimmte und unsichere Gefühle hat, was auf einen vorsichtigen, rationalen Umgang mit den eigenen Gefühlen schließen lässt und auch als Gefühlsarbeit im Sinne Arlie R. Hochschilds (2006) interpretiert werden kann.

„[...] aber von „liebe“ möchte ich da nicht sprechen, ich warte da auch noch mal lieber ab. Ich denke das ist eher eine „Schwärmerei“.“

„Aber mehr als „Ich hab Dich gern“-Gefühl war da halt auch nicht. Es war eben nur ein Chat!“

Im Vordergrund steht somit ein Bewusstsein über den temporären Charakter und die Fragilität von Onlinebegegnungen (vgl. Fürst 2014: 109). Eine andere Verfasserin schreibt, sie „liebe“ ihren Partner, sei aber nicht „verliebt“. Unterschiede zwischen beiden Kategorien werden auf das Fehlen von realen und physischen Interaktionen zurückgeführt. Das Verliebtsein erfordere körper-

liche Erfahrbarkeit, welche Gefühle erst „sinnhaft“ werden lässt.

„But after admitting it was love, I would not call it being IN love. For me, I wasn't in love until the moment I saw and felt that he was actually real. Feeling his skin, hearing his heartbeat - that was when my feelings made SENSE.“

Darüber hinaus wurde diskutiert, ob nicht das Internet an sich zu unromantisch sei, um eine_n Liebespartner_in zu finden und ob schon alleine die Tatsache, dass man sich über das Internet kennengelernt hat, die Beziehung zum Scheitern verurteile. Hierbei sei noch erwähnt, dass dieser Gedanke die verbreitete Auffassung impliziert, dass das Sich-Verlieben der Romantik (offline) bedingt.

„Prinzipiell würde ich sowieso sagen, die Liebe ist nichts, was man unbedingt suchen sollte.“

Im Gegensatz hierzu stehen Aussagen, welche die Gefühle, die für den (männlichen) Chatpartner entwickelt wurden, idealisieren. Es wird sehr viel Hoffnung in die Beziehung gelegt, wie folgendes Zitat verdeutlicht: „Only 23 days until I get to meet, touch, kiss, and hold the love of my life. I can't wait“. Da man den Chatpartner nur im Internet kennt, öffnen sich Raum für Idealisierung und Fiktion.

„[...] die Traumwelt, die wir uns über Monate im Internet, am Telefon und auf Fotos zurecht gesponnen haben, ist letztlich an der Alltagsrealität gescheitert.“

Phantasie und Hoffnungen auf Glück im Sinne einer festen Partnerschaft sind zentrale Merkmale des virtuellen Datings und Verliebens (vgl. Arvidsson 2006, Fürst 2014, Illouz 1997). Auch Illouz (2012: 142) beschreibt Szenarien der Phantasie und Enttäuschung, denn viele ihrer Interviewpartner_innen berichten von einem wiederholten Gefühl der Enttäuschung, das vor dem Hintergrund der Idealisierung erklärt werden kann. Die

emotionale Überhöhung der Beziehung und Verklärung des Partners könnten eine Reaktion auf das (unromantische) Kennenlernen im Internet sein. Da eine so gefundene Beziehung nicht

der traditionellen Vorstellung von Verlieben entspricht, überhöht man beides. Unsicherheit wird durch einen hohen Vertrauensüberschuss kompensiert (vgl. Hahn 1983: 214).

„Der objektiven Unwahrscheinlichkeit, dass man mit einem fremden Menschen je zu einer gemeinsamen Auffassung dessen, was ist und was in dieser Beziehung sein soll, kommen kann, wird das *Trotzdem* des Gefühls der Liebesverbun-

„Aufgrund der Entkörperlichung der virtuellen Begegnung müssen alternative Kriterien zur physischen Attraktivität gefunden werden.“

denheit entgegengesetzt.“ (Hahn 1983: 214; Hervorhebung durch die Verfasserinnen)

Es zeigt sich eine Art „Jetzt erst recht“-Haltung, die als Hinweis auf eine *Verliebtheitsfiktion* im virtuellen Raum interpretiert werden kann. Die Liebe als leidenschaftliche Emotion wirkt realitätsentlastend und vermittelt Gefühle von Sicherheit und Einssein (vgl. ebd.). Für die Realwelt hat Alois Hahn (1983: 211) den Begriff der *Konsensfiktion* geprägt, der junge Paare bzw. Ehen kennzeichnet, deren Beziehungen auf fiktiven Übereinstimmungen und Gemeinsamkeiten zentraler Welt- und Lebensauffassungen, Normen und Werte oder auf Gefühlen beruhen.

Thema 2:

Virtuelle Attraktivität

Aufgrund der Entkörperlichung der virtuellen Begegnung müssen alternative Kriterien zur physischen Attraktivität gefunden werden. In den Beiträgen zeigt sich, dass es vor allem Merkmale der geschriebenen Sprache sind, zum Beispiel die Ausdrucksweise oder die emotionale schriftliche Kommunikation.

„[...] ich habe meinen Mann vor 8 Jahren im Internet kennengelernt und verliebte mich in seine Art des Schreibens.“

Illouz (2012: 119) spricht in diesem Zusammenhang von einer *Textualisierung der Subjektivität*, in der die Persönlichkeit mittels Sprache externalisiert und

objektiviert wird.

„Wir haben uns von Anfang an super verstanden, stundenlang miteinander geschrieben und total viel gelacht bevor wir uns das erste mal trafen.“

So kommt das Gefühl auf, dass man sich schon lange kennt, und zwar auch im realen Leben, wenn man sich zum ersten Mal trifft. Für Illouz (2012: 119) markiert dieses Merkmal eine Umkehrung der Ordnung: Während beim klassischen Verlieben die interpersonelle Anziehung normalerweise dem Wissen über den anderen vorausgeht, kennzeichnet das Internet das Gegenteil insofern, als dass hier das Wissen über die andere Person der Anziehung bzw. physischen Präsenz vorangeht.

„Bei mir hat es [...] gefunkt und zwar nach bestimmt ein paar 100 Mails und ungefähr 4 mehrstündigen Telefonaten [...]. Als wir uns dann zum ersten Mal trafen [...] war zwischen uns eine so große Vertrautheit, als ob wir uns schon lange kennen würden.“

Ähnlichkeit und Nähe im Sinne einer gemeinsamen Gedankenwelt scheinen Voraussetzungen dafür zu sein, dass eine Konversation leicht fällt und überhaupt über den anfänglichen Kontakt hinaus weiter verfolgt wird.

„Not only did he become nicer to me, he became more and more attractive. We slowly got closer and closer.“

Andere sehen das Internet als spannenden Bereich für eine Partnersuche, wobei

das geäußerte Interesse an der eigenen Person Bedürfnisse nach Anerkennung befriedigt und das Selbstwertgefühl aufgrund positiver Evaluierung durch andere bestärkt (vgl. Fürst 2014: 104).

„Es ist aufregend und spannend, anzuschreiben und angeschrieben zu werden und es ist gleichzeitig aufreibend. Man kann Stunden am PC verbringen, immer nochmal neu scannen und sich wundern, warum manche tolle Menschen keinen Partner haben, sondern aktiv suchen.“

Die Anonymität ermöglicht intime Gespräche, die im realen Leben so nicht oder erst, nachdem man sich lange kennt, stattfinden würden. Diese Kombination von Anonymität und geringerer Hemmschwelle wird als eine optimale Voraussetzung für das Verlieben betrachtet.

„Die Hemmschwelle ist niedrig und man fühlt sich schneller wohl, weil man während der Unterhaltung in seinen eigenen 4 Wänden bleibt. Es sind also beste Voraussetzungen geschaffen um sich zu verlieben. Was sonst Wochen gedauert hat, passiert nun durch getippte Worte innerhalb von ein paar Tagen [...].“

Darüber hinaus werden ebenfalls die Stimme und die visuelle Repräsentation in Form eines Fotos genannt, welche die Attraktivität des virtuellen Gegenübers prägen.

„[...] his voice was absolutely intoxicating and I couldn't get enough of it. To

me, that was the beginning of love.“

„And I won't lie - I saw a photo of a guy who had literally the most beautiful, cutest smile I've ever seen! [...] Started reading the description... Usual stuff. Interesting, but nothing making me go "wow!". Until, at some point I noticed a sentence that triggered the biggest and the best change in my entire life.“

Der Prozess des Verliebenseins ist durch den Übergang zu anderen Medien nach der Kontaktaufnahme im Chat oder einer Kontaktbörse gekennzeichnet, also zum Beispiel mit einem Wechsel des Kommunikationsmediums zu Telefon, SMS oder WhatsApp. So wird die Interaktion persönlicher und der/die Chatpartner_in ist nicht mehr nur eine_r von vielen aus der Masse des Internets. Auch können weitere Informationen über das Gegenüber generiert bzw. über sich selbst preisgegeben und dadurch die virtuelle Anonymität durchbrochen werden. Das Telefonieren wird bewusst dazu genutzt, der Idealisierung entgegenzuwirken.

„Ich fands hilfreich zu telefonieren, bevor man sich trifft, weil man schnell merkt, ob man sich tatsächlich was zu erzählen hat oder sich den anderen schönschreibt.“

Gerade das Telefonieren stellt eine Zwischenform zwischen der anonymen Onlinekommunikation und dem persönlichen Zusammentreffen in der Realwelt dar, da man bereits viele für die Person charakteristische Eindrücke gewinnt,

die über Schriftkontakt nicht vermittelt werden konnten. Hierzu zählen Stimme, Sprechart oder die Art zu lachen.

Thema 3:

Fehlen sinnlicher Wahrnehmung

Eine zentrale Diskussion in den Internetforen betrifft die Frage nach der Wichtigkeit von äußeren Faktoren wie Aussehen, Geruch oder Körpersprache für das Verlieben. Einerseits findet man die Auffassung, dass man alleine über den Chat das ‚wahre Wesen‘ einer Person besser erfahren kann, da man dabei nicht von diesen äußeren Faktoren abgelenkt ist und sich alleine auf den Charakter des Gegenübers konzentrieren kann.

„Virtuelles Verlieben i s t möglich und damit basta! Doch dazu benötigt es Menschen die vom Äußeren absehen können und auf s e e l i s c h e Dinge schauen.“

Diese Authentizität des virtuellen Selbst basiert auf der Entkörperlichung der Kommunikation und Interaktion. Romanzen im Netz, so Illouz (2012: 114), sind Beziehungen in der Realwelt ideologisch überlegen, weil sie den Körper ausschalten und damit einen angeblich „vollständigeren Ausdruck des eigenen authentischen Selbst ermöglichen“. Die andere Perspektive, die in der Analyse erkennbar wird, ist, dass man im Internet nur einen kleinen Ausschnitt der Person kennenlernt und das Gesamtbild verborgen bleibt. Die Personen, welche

diese Sichtweise vertreten, berichten oft, dass sie zwar ansprechende Onlinekonversationen gehabt hätten, bei einem Treffen dann aber sofort gewusst hätten, dass keine Beziehung entstehen kann. Sie wussten direkt, dass das physische Gegenüber nicht für sie infrage kommt, waren nicht verliebt oder empfanden nur freundschaftliche Gefühle. In Anlehnung an Jean-Claude Kaufmann (2011) kann das erste Treffen in der Realwelt als Nullpunkt der Beziehung charakterisiert werden.

„Und per Mail und Telefon war alles wirklich verheißungsvoll. Beim Date war für mich dann in den ersten 10 Sekunden schon klar, dass aus uns kein Paar wird. Gut unterhalten konnten wir uns aber trotzdem.“

Die erste Perspektive entspricht einer idealisierten Vorstellung, die darauf beruht, sich alleine auf der Grundlage des Charakters einer Person in sie zu verlieben. Scheinbar „oberflächliche“ Faktoren wie das Aussehen sollten dabei nicht zählen und stören nur. Die zweite Perspektive ist pragmatischer. Die Bedeutung von externen Faktoren für das Verlieben wird anerkannt. Gerade die Erkenntnis, dass einem das Aussehen des Partners wichtiger ist, als man vor sich selbst zugegeben hat, wird aber als unangenehm empfunden.

„Außerdem sehe ich mich beim Durchforsten dieser Profile mit den Abgründen meiner Persönlichkeit und der eige-

nen Oberflächlichkeit konfrontiert und das gefällt mir nicht. Ich dachte immer, mir ist Aussehen beim Lieben nicht so wichtig. [...] Aber das Internet macht es eben so viel leichter seine Oberflächlichkeit auszuleben. Ich ertappe mich so oft dabei: Das Profil von jemandem, dessen Foto ich nicht halbwegs attraktiv finde oder an dem mich nur eine Kleinigkeit stört, schaue ich mir gar nicht erst genauer an, obwohl der Mensch vielleicht super nett ist.“

Die körperliche Attraktivität hat einen enormen Einfluss auf die zwischenmenschliche Anziehung. Zugleich zeigt dieses Zitat ein Paradoxon des virtuellen Verliebten auf: Trotz der entkörperlichten Aspekte des Internets sind Schönheit und Körperlichkeit als Grundlage des Verliebten omnipräsent (vgl. Illouz 2012: 123).

Rückblick

Im Vordergrund des Artikels standen Fragen nach den Unterschieden zwischen Verliebten offline und online sowie der virtuellen Konstruktion des Verliebtseins. Auf der Grundlage einer qualitativen Inhaltsanalyse von Erfahrungsberichten in Internetforen und Blogs konnten drei Themen identifiziert werden: 1) Rationalisierung vs. Idealisierung, 2) Virtuelle Attraktivität und 3) Fehlen sinnlicher Wahrnehmung. Virtuelles Verlieben erscheint als ein Gefühl, das sich im Spannungsfeld zwischen

Rationalisierung und Idealisierung bewegt. Auf der einen Seite zeigt sich ein Bewusstsein über den flüchtigen und unsicheren Charakter des Verliebten, indem die empfundenen Gefühle beispielsweise als ‚Schwärmerei‘ bezeichnet werden. Der virtuelle Raum verhindert das Entstehen von ‚echten‘ Gefühlen. Auf der anderen Seite jedoch findet man tiefe emotionale Liebesbekenntnisse, in denen sich Idealisierung, Phantasie und Hoffnungen auf Glück widerspiegeln. Verlieben wird als authentisches Gefühl konstruiert, da aufgrund der Entkörperlichung der Interaktion das „reale Selbst“ Grundlage der zwischenmenschlichen Anziehung ist (vgl. Illouz 2012: 114). Das Fehlen sinnlicher Wahrnehmung zeigt sich somit als zentraler Diskussionspunkt in den Internetforen. Im Rahmen dieser entkörperlichten Interaktion sind andere Attraktivitätsmerkmale entscheidend, wie Charakteristiken der geschriebenen Sprache und die Qualität der virtuellen Kommunikation, die als Hinweise auf die Persönlichkeit gedeutet werden und emotionale Nähe entstehen lassen. Diese Befunde müssen jedoch durch weitere Studien abgesichert werden.

In der vorliegenden Untersuchung wurde zudem nicht zwischen dem Verliebten in Chats, Datingportalen oder Onlinepartnersuchdiensten differenziert. Vor allem für Letztere können spezifische Sinnstrukturen vermutet werden, denn sie symbolisieren einen „rationalisierten Modus der Partnerwahl, was der Vor-

stellung von Liebe als einer unerwarteten Epiphanie widerspricht“ (ebd.: 134). Die Analyse von Erfahrungsberichten in Internetforen und Blogs stellt zudem nur eine Methode dar, den Ausdruck von Gefühlen zu erforschen. Vertiefend könnten Interviews mit Nutzer_innen weitere Erkenntnisse über Motive, Einflüsse verschiedener virtueller Kommunikationsformen (zum Beispiel E-Mail, Skype) auf das emotionale Empfinden, Unterschiede zwischen Verlieben und Liebe oder den Verlauf der Begegnung in der Realwelt liefern. Auch sollten zukünftige Studien geschlechtsspezifische Gefühls- und Expressionsnormen (Hochschild 2006) in Bezug auf virtuelles Verlieben analysieren, da vor allem weibliche Erfahrungsberichte in Foren und Blogs zu finden sind. Diese Forschungsthemen konnten in der vorliegenden Studie nicht hinreichend untersucht werden.

Das Verlieben im Internet beruht prinzipiell auf ähnlichen Faktoren wie das Verlieben offline: Nähe und Ähnlichkeit sind Voraussetzungen dafür, dass eine Konversation zustande kommt. Das Internet erleichtert die Kontaktaufnahme und es entwickeln sich Gespräche, die sehr intim werden können. Zudem hilft es dabei, für das Verlieben und die Partnerwahl grundsätzliche Forderungen zu erfüllen. Es stellt einen Kontaktmarkt zur Verfügung, wodurch man auf potenzielle Partner_innen trifft, die ebenfalls auf der Suche sind. Ähnlichkeit und Anonymität vereinfachen die Kontakt-

aufnahme. Das tatsächliche Verlieben hängt dann aber auch von Faktoren ab, die nicht durch das Internet vermittelt sind – und zwar externe, körperlich-sinnliche Merkmale. Das berichtete hohe Enttäuschungspotenzial nach der ersten physischen Begegnung weist entscheidend darauf hin (vgl. auch Illouz 2012, Kaufmann 2011). Diese Befunde sprechen vielmehr für eine *Verliebtheitsfiktion*, die für Onlinebegegnungen charakteristisch ist. Fehleinschätzungen des Gegenübers, wie sie Hahn (1983) für die Realwelt beschrieben hat, werden durch die entkörperlichte Kommunikation im virtuellen Raum gefördert. Gründe hierfür sind Selbstdarstellungen oder die Unschärfe der Wahrnehmungen und Interpretationen der fremden Interaktionspartner_innen (vgl. ebd.: 223). Face-to-face-Interaktionen hingegen bilden die Grundlage von ‚verlässlicheren‘ Wahrnehmungs- und Erwartungsstrukturen (vgl. Geser 1998: 8). So treffen im Cyberspace nicht reale Menschen aufeinander, sondern „Medienidentitäten“ (Höflich 2004: 156). Diese Faktoren fördern Fiktionen und Fehlannahmen des Gegenübers und produzieren somit eine hohe Enttäuschungsanfälligkeit des virtuellen Verliebten. Jeana H. Frost et al. (2008: 52) unterscheiden in diesem Zusammenhang zwischen „suchbaren“ Eigenschaften (zum Beispiel Alter, Einkommen), die im Internet zur Verfügung gestellt werden, und „erlebbaren“ Eigenschaften von Personen, wie beispielsweise Humor.

Vor allem Letztere sind für das Verlieben entscheidend und können nur in einer Face-to-Face-Interaktion erfahren werden. So liegt der Kern der romantisch-emotionalen Anziehungskraft vielmehr in physisch-sinnlichen Qualitäten begründet. Für das spontane, ‚irrationale‘ Verlieben gilt, dass auch unbedeutende körperliche Gesten romantische Empfindungen auslösen können (vgl. Illouz 2012: 151). Hierzu zählt Illouz (ebd.) beispielsweise die „Art, wie man seinen Körper in der Welt bewegt und trägt“, sei es, „wie jemand eine Zigarette im Wind anzündet“ oder „das Haar zurückwirft“. „Daß die Liebe irrational war, hieß, dass man keiner kognitiven oder empirischen Kenntnisse bedurfte, um zu wissen: Das ist er!“ (ebd.: 135)

Wesentlich für das Verlieben ist das Gesamtbild einer Person – als physisches Gegenüber, in dem verschiedene persönliche Eigenschaften miteinander integriert und als „erlebter Körper“ erfahren werden (vgl. Illouz 2012: 155). Onlineinteraktionen vermögen es nicht, die Gesamtpersönlichkeit zu erfassen, die sich aus dem Zusammenspiel von Körpererscheinung, Gestik und Mimik konstituiert (vgl. Geser 1998: 5). Nicht einzelne, fragmentierte und selektiv dargestellte Merkmale einer Person im virtuellen Raum zählen, sondern der Zusammenhang einer Vielfalt von Eigenschaften macht die Attraktivität aus. Das Internet vermag für diese Grundlagen der

menschlichen Gefühle keinen Ersatz zu bieten.

ZU DEN AUTORINNEN

Vivien Milz, 24, studiert Publizistik und Kommunikationswissenschaften mit den Nebenfächern Psychologie und Betriebswirtschaft an der Universität Zürich. Zu ihren wissenschaftlichen Interessenschwerpunkten zählt die Medienpsychologie.

Annina Stahl, 20, studiert Soziologie mit dem Nebenfach Volkswirtschaft an der Universität Zürich. Ihre Forschungsinteressen sind: Wirtschaftssoziologie, Globalisierung und Wissenschaftssoziologie.

Dr. Nina R. Jakoby, 38, ist Oberassistentin und Lehrbeauftragte am Soziologischen Institut der Universität Zürich. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Soziologie der Emotionen, Soziologische Theorien, Soziale Ungleichheit, Empirische Sozialforschung, Familie und Verwandtschaft.

LITERATUR

Adamski, Kathrin (2011): 7-38-55. Botschaften und Kommunikationswirkung? Online verfügbar unter: http://www.bmt.de/7-38-55_botschaften_und_kommunikationswirkung (18.05.2014).

Aron, Arthur (1986): *Love and the Expansion of Self: Understanding Attraction and Satisfaction*. New York: Hemisphere/Harper & Row.

Aronson, Elliot/Wilson, Timothy D./Akert, Robin M. (2004): *Sozialpsychologie*. München: Pearson.

Arvidsson, Adam (2006): „Quality Singles“: Internet Dating and the Work of Fantasy. In: *New Media and Society*, Jg. 8/4, S. 671–690.

Baker, Andrea (2002): What Makes an Online Relationship Successful? Clues from Couples who Met in Cyberspace. In: *CyberPsychology & Behavior*, Jg. 5/4, S. 363–375.

Benski, Tova/Fisher, Eran (2014): Introduction. In: Benski, Tova/Fisher, Eran (Hrsg.) (2014): *Internet and Emotions*. New York: Routledge, S. 1–14.

Ben-Ze'ev, Aaron (2004): *Love Online: Emotions on the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

Daneback, Kristian/Mansson, Sven-Axel/Ross, Michael W. (2007): Using the Internet to Find Offline Sex Partners. In: *CyberPsychology & Behavior*, Jg. 10/1, S. 100–107.

Fisher, Helen (2006): Why we love, why we cheat? Online verfügbar unter: https://www.ted.com/talks/helen_fisher_tells_us_why_we_love_cheat (18.05.2014).

Fürst, Henrik (2014): Emotional Socialization on a Swedish Internet Dating Site. The Search and Hope for Happiness. In: Benski, Tova/Fisher, Eran (Hrsg.): *Internet and Emotions*. New York: Routledge, S. 99–112.

Frost, Jeana H./Chance, Zoe/Norton, Michael I./Ariely, Dan (2008): People are Experience Goods. Improving Online Dating with Virtual Dates. In: *Journal of Interactive Marketing*, Jg. 22/1, S. 51–61.

Geser, Hans (1998): Metasozilogische Implikationen des „Cyberspace“. In: *Sociology in Switzerland. Toward Cybersociety and Vireal Social Relations*, Zürich. Online verfügbar unter: http://socio.ch/intcom/t_hgeser03.htm (20.06.2010).

Hahn, Alois (1983): Konsensfiktionen in Kleingruppen. Dargestellt am Beispiel junger Ehen. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): *Gruppensoziologie*. Sonderheft der

Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 210–232.

Hill, Paul B./Kopp, Johannes (2004): *Familiensoziologie. Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Wiesbaden: VS.

Hochschild, Arlie R. (2006): *Das gekaufte Herz. Zur Kommerzialisierung der Gefühle*. Frankfurt am Main: Campus.

Höflich, Joachim R. (2004): Kommunikation im Cyberspace und der Wandel von Vermittlungskulturen: Zur Veränderung sozialer Arrangements mediatisierter Alltagskommunikation. In: Thiedecke, Udo (Hrsg.): *Soziologie des Cyberspace: Medien, Strukturen und Semantiken*. Wiesbaden: VS, S. 144–169.

Illouz, Eva (1997): *Consuming the Romantic Utopia. Love and the Cultural Contradictions of Capital*. Berkeley: University of California Press.

Illouz, Eva (2012): *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Kaufmann, Jean-Claude (2011): *Sex@amour. Wie das Internet unser Liebesleben verändert*. Konstanz: UVK.

Mayring, Philipp (1997): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Deutscher Studien-Verlag.

Mees, Ulrich (1997): Liebe und Verliebtsein? Online verfügbar unter: <http://www.presse.uni-oldenburg.de/25056.html> (18.05.2014).

Meyer, Heinz (1994): *Sexualität und Bindung*. Weinheim: Beltz.

Ritzer, Georg/Jurgenson, Nathan (2010): Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital „Prosumer“. In: *Journal of Consumer Culture*, Jg. 10/1, S. 13–36.

Scott, Veronica M./Mottarella, Karen E./Lavooy, Maria J. (2006): Does Virtual Intimacy Exist? A Brief Exploration into Reported Levels of Intimacy in Online Relationships. In: *CyberPsychology & Behavior*, Jg. 9/6, S. 759–761.

Thiedecke, Udo (2004): Wir Kosmopoliten. Einführung in eine Soziologie des Cyberspace. In: Thiedecke, Udo (Hrsg.): *Soziologie des Cyberspace: Medien, Strukturen und Semantiken*. Wiesbaden: VS, S. 15–47.