

soz:mag

DAS SOZIOLOGIE MAGAZIN

soz:mag #1 – Juni 2002
Seiten 26-29

Einsam im Netz?
Zum Einfluss des Internets auf unser soziales Netzwerk
von Axel Franzen und Andrea Hungerbühler

Some Rights Reserved

Dieser soz:mag-Artikel unterliegt einer Creative Commons Lizenz. Er darf zu nicht-kommerziellen Zwecken in ungekürzter und unveränderter Fassung unter Beibehaltung dieser Urheberrechtsbestimmung frei vervielfältigt und verbreitet werden. Details siehe unter:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed>.

soz:mag – Das Soziologie Magazin
Basel, Bern, Genf, Zürich: Verein virtuelle SoziologInnen
<http://sozmag.sociologie.ch>

Einsam im Netz?

Zum Einfluss des Internets auf unser soziales Netzwerk

Was macht das Internet aus unseren sozialen Netzwerken? Werden wir immer einsamer oder hilft uns die Nutzung des Internets im Gegenteil, unsere Beziehungen qualitativ wie quantitativ auszubauen? Seit der Erfindung und Diffusion des Internets ist in den Sozialwissenschaften eine lebhafte Debatte darüber entstanden, in welcher Weise diese neue Technologie Gesellschaften beeinflusst. Die Diskussion lässt sich mit Hilfe einer von dem amerikanischen Soziologen James Coleman vorgeschlagenen Unterscheidung von drei Kapitalformen – dem ökonomischen Kapital, dem Humankapital und dem Sozialkapital – strukturieren. So kann danach gefragt werden, welche ökonomischen Konsequenzen zu erwarten sind, welche Rolle das Internet für die Verbreitung von Wissen und Bildung spielt und welche sozialen Konsequenzen von der Internetnutzung ausgehen. In der Soziologie fand bisher vor allem dieser letzte Aspekt vermehrt Aufmerksamkeit, auf den auch wir uns in diesem Beitrag beschränken werden.

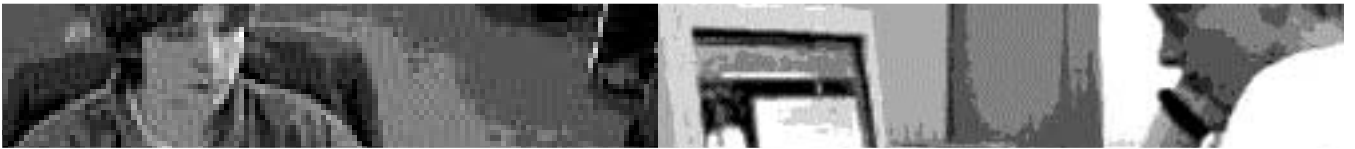
Axel Franzen und Andrea Hungerbühler

Der Begriff "Sozialkapital" wurde vor allem von Bourdieu (1986) und Coleman (1990) in die Soziologie eingebracht. In der Formulierung von Bourdieu bezeichnet Sozialkapital "the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance or recognition" (Bourdieu 1986). Der Begriff bezieht sich mit anderen Worten auf die Quantität und Qualität der sozialen Beziehungen eines Individuums. Die Frage, wie sich die sozialen Beziehungen von Menschen in Gesellschaften entwickeln, ist im Prinzip ein klassisches Thema der Soziologie. In der neueren Literatur finden sich vielfältige empirische Belege, in der die Bedeutung sozialer Beziehungen z.B. für das psychische Wohlbefinden von Individuen, für den Schulerfolg von Kindern, für die Chancen von Arbeitnehmerinnen auf dem Arbeitsmarkt und für individuelle Karrieremöglichkeiten aufgezeigt wird. Diese Studien deuten übereinstimmend darauf hin, dass dem Sozialkapital in Hinblick auf das Humankapital aber auch für den Erfolg auf dem Arbeitsmarkt eine nicht zu unterschätzende Stellung zukommt. In jüngster Zeit wurde die Diskussion um die Bedeutung des Sozialkapitals vor allem durch die Thesen von Putnam (2000) belebt. Putnam (2000) hat umfangreiche empirische Befunde vorgelegt, die den Schluss nahe legen, dass das Sozialkapital in den USA seit den 50er Jahren kontinuierlich gesunken ist. Putnam macht vor allem den gestiegenen Fernsehkonsum der Amerikaner für diese Entwicklung verantwortlich.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung des Sozialkapitals und seinem vermeintlichen Rückgang ist es nicht erstaunlich, dass sich viele Untersuchungen über die Diffusion des Internets auf die sozialen

Konsequenzen beziehen. Theoretisch lassen sich dabei unterschiedliche Hypothesen formulieren. Auf der einen Seite ist das Internet ein kostengünstiges und effizientes Kommunikationsmittel. Umfragen unter Internetnutzerinnen zeigen übereinstimmend, dass ein grosser Teil E-Mail regelmässig und intensiv nutzt. Aus diesem Grund verknüpfen einige Autoren mit dem Internet die Hoffnung, dass es die Pflege von sozialen Netzwerken erleichtert und sich somit positiv auf das Sozialkapital seiner Nutzer auswirkt. Auf der anderen Seite ist die Nutzung des Internets vorwiegend eine individuelle Aktivität, die – ähnlich wie der Konsum von Fernsehprogrammen – zeitintensiv ist. Falls die Internetnutzung zulasten anderer individueller Aktivitäten geht, sind keine negativen Konsequenzen bezüglich der sozialen Kontakte zu erwarten. Ein negativer Effekt ist jedoch dann wahrscheinlich, wenn die Zeit, die für die Pflege sozialer Beziehungen zur Verfügung steht, durch die Internetnutzung substituiert wird. In diesem Fall könnte die Nutzung des Internets zu einem Rückgang an sozialen Kontakten und damit zu einem Schrumpfen von individuellen Netzwerken führen. Mit anderen Worten kann die Internetnutzung zu einer Individualisierung der Freizeit und den damit einher gehenden negativen Konsequenzen für das Sozialkapital beitragen. Darüber hinaus kann auch eine weitere Entwicklung die Abnahme sozialer Kontakte verstärken. Internetnutzer erledigen tägliche Einkäufe oder administrative Angelegenheiten vermehrt online. Folglich können viele alltägliche Transaktionen getätigt werden, ohne mit anderen Menschen in direkten Kontakt zu treten. Diese Privatisierung von Transaktionen kann eine Reduktion der Gelegenheiten sozialer Kontakte verursachen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es



verschiedene theoretische Erwartungen gibt, wie sich die Diffusion des Internets auf das Leben seiner NutzerInnen auswirkt. Einige Autoren sind überzeugt, dass es dadurch zu einer Abnahme der sozialen Kontakte kommen wird, andere wiederum sind der Meinung, dass das Internet helfen kann, das soziale Kapital auszubauen und damit einen Beitrag zur Zunahme von ökonomischem Kapital und Humankapital zu leisten. Welchen Effekt das Internet wirklich auf das Sozialkapital hat, ist eine empirische Frage, die unter anderem auch mit der Art der Nutzung zusammenhängt. Im nächsten Abschnitt werden zunächst einige Studien vorgestellt, die den Einfluss des Internets auf das Sozialkapital in den USA untersuchen. Danach werden die Ergebnisse einer Längsschnitt-Untersuchung vorgestellt, die in der Schweiz durchgeführt wurde.

Widersprüchliche Forschungsergebnisse

Die Befürchtung, dass die Internetnutzung zu einer Verringerung der sozialen Kontakte führt, wurde zunächst durch eine aufsehenerregende, 1998 im *American Psychologist* erschienenen Studie von Robert Kraut und seinem Team bestätigt. Kraut et al. verwendeten ein quasi-experimentelles Design und stellten 169 Studienteilnehmern unentgeltlich einen Internetzugang zur Verfügung. Eine Wiederholungsmessung nach 12 bis 24 Monaten ergab, dass die intensiveren NutzerInnen weniger mit Familienmitgliedern kommunizierten, weniger soziale Kontakte mit Freunden hatten und mehr Symptome von Einsamkeit und Depression zeigten als bei der ersten Befragung vor Nutzungsbeginn. Diese Befunde wurden durch eine gross angelegte empirische Untersuchung des Stanford Institute for the Quantitative Study of Society bestätigt, bei der mehr als 4000 Amerikaner befragt wurden (Nie & Erbring 2000). Die Autoren berichten, dass ein Viertel der Personen, die das Internet regelmässig nutzen, das Gefühl hatte, weniger mit Freundinnen und Familienmitgliedern zu kommunizieren und weniger Aktivitäten ausserhalb der eigenen vier Wände wahrzunehmen. Erwähnenswert ist zudem die Tatsache, dass 25% der Internetnutzer angaben, mehr Zeit für Onlineeinkäufe aufzuwenden und weniger Zeit mit Einkäufen ausserhalb des Hauses. Nie und Erbring liefern damit empirische Belege für die beiden oben erwähnten Thesen über die Individualisierung der Freizeit und die Privatisierung von Transaktionen.

Allerdings werden beide Studien durch die Ergebnisse anderer Untersuchungen in Zweifel gezogen. Insbesondere präsentierten James Katz, Ronald Rice und Philip Aspden im *American Behavioral Scientist* 2001 die Resultate von vier Befragungen, welche 1995,

1996, 1997 und 2000 durchgeführt wurden. Die Autoren vergleichen NutzerInnen mit Nichtnutzern in Bezug auf ihre Mitgliedschaft in Freizeitclubs und ihr politisches Engagement. Dabei konnte der Befund, dass InternetnutzerInnen in diesen Bereichen weniger aktiv sind als Nichtnutzer nicht repliziert werden. Im Gegenteil: Sowohl die Resultate des Surveys von 1995, an dem 2500 Personen beteiligt waren, als auch jene des Surveys von 2000 mit 1300 Befragten, weisen darauf hin, dass die Nutzer sowohl hinsichtlich ihrer politischen Aktivität als auch hinsichtlich der Mitgliedschaft in Freizeitclubs aktiver sind als NichtnutzerInnen. Katz und sein Team vergleichen zudem die Anzahl Freunde, welche die Interviewten in der Woche vor der Befragung trafen. Dabei zeigt sich, dass Langzeit-InternetnutzerInnen mit mehr Freunden Kontakt hatten als NichtnutzerInnen. Ähnliche Resultate wurden laut *American Behavioral Scientist* 2001 auch von Philip Howard, Lee Rainie und Steve Jones erzielt. Zudem zeigte eine weitere aktuelle (2002) Studie von Kraut et al. im *Journal of Social Issues*, dass sich der ursprüngliche Befund abnehmender sozialer Kontakte nicht replizieren liess. Es stellt sich hier die Frage, wie diese widersprüchliche Ergebnisse zustande kommen. Ein möglicher Grund könnte in den unterschiedlichen Designs und Methoden liegen. Die erwähnten Studien unterscheiden sich nicht nur durch unterschiedliche Stichproben (Zufallsstichproben versus willkürlicher Stichproben), sondern auch hinsichtlich der Messung sozialer Kontakte. Nie und Erbring (2000) verlassen sich auf die subjektiven Einschätzungen der Befragten, zum Beispiel, ob sie "das Gefühl haben", weniger Zeit mit Freunden und der Familie zu verbringen. Katz, Rice & Aspden fragen die StudienteilnehmerInnen dagegen nach konkreten Fakten, zum Beispiel nach der Anzahl Freunde, die sie während einer bestimmten Periode trafen. Die zweite Vorgehensweise ist meist zuverlässiger als die erste.

Ein weiterer Grund für die unterschiedlichen Ergebnisse kann darin liegen, dass die Studien – mit Ausnahme der beiden Studien von Kraut et al. – alle mit Querschnittsdaten arbeiten. Die Ergebnisse der Analyse von Querschnittsdaten hängen häufig von den verwendeten statistischen Modellen ab. So wäre es denkbar, dass ein festgestellter Zusammenhang zwischen der Internetnutzung und der sozialen Einbettung eigentlich auf eine dritte Variable zurückzuführen ist, die mit den beiden Variablen zusammenhängt. Es könnte zum Beispiel sein, dass Internetnutzer generell zu einer aktiveren Gruppe gehören, die häufiger an sozialen und politischen Aktivitäten partizipieren. Um solche intervenierenden Variablen zu kontrollieren, werden multivariate statistische Modelle verwendet. Die statistische

Kontrolle kann aber Schwierigkeiten bereiten, wenn mögliche intervenierende Variablen (wie z.B. der allgemeine Aktivitätsgrad) nur unvollständig gemessen werden. Je nach Verwendung unterschiedlicher Kontrollvariablen können dann unterschiedliche Ergebnisse erzielt werden.

Aussagekräftigere Schlüsse können üblicherweise aus Längsschnitterhebungen gezogen werden. Ein sogenanntes Paneldesign beobachtet dabei dieselbe Gruppe von Individuen über einen bestimmten Zeitraum hinweg. Dabei können Veränderungen einer Variable (z.B. die Internetnutzung) mit Veränderungen einer anderen Variablen (z.B. die soziale Einbettung) in Zusammenhang gebracht werden. Allerdings bleibt anzumerken, dass Kraut et al. in ihrer Studie von 1998 lediglich eine kleine, eher ungewöhnlich zusammengestellte Gruppe untersucht haben. Daher ist es sinnvoll, weitere Studien zum Einfluss des Internets auf die sozialen Netzwerke von Personen mit umfangreicheren Paneldaten durchzuführen. Im folgenden Abschnitt sollen die Resultate einer solchen Studie vorgestellt werden.

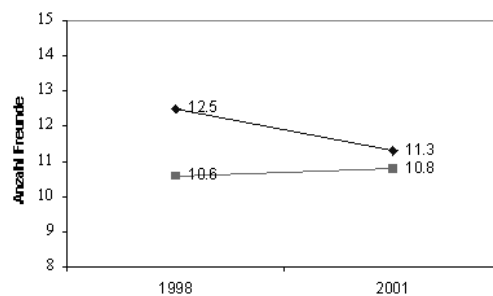
Soziale Konsequenzen des Internets in der Schweiz

Im Frühling 1998 wurde unter Leitung des Autors eine schriftliche Befragung einer Zufallsstichprobe der deutschsprachigen Bevölkerung in der Schweiz durchgeführt. Von den 2500 angeschriebenen Haushalten wurden 1196 gültige Fragebogen zurückgesandt, was einer Rücklaufquote von 50% entspricht. Parallel dazu wurde bei den Kundinnen eines grossen Schweizer Internet Service Providers (ISP) eine Onlinebefragung durchgeführt. Zu dieser Zeit waren bei diesem Provider in der Deutschschweiz 76'806 Kunden angemeldet. Alle Kunden erhielten eine E-Mail, in welchem sie auf die Befragung hingewiesen und um eine Teilnahme gebeten wurden. Über einen in der E-Mail enthaltenen Link konnte der Fragebogen aufgerufen und bearbeitet werden. Insgesamt wurden 15'852 gültige Fragebogen dieses Internet-Surveys retourniert, was eine Rücklaufquote von 20% ergibt. Sowohl die schriftlich Befragten, als auch die Teilnehmerinnen der Onlinebefragung wurden im Frühling 2001 erneut kontaktiert und schriftlich bzw. per Internet befragt. Bei dieser zweiten Welle nahmen von den schriftlich Befragten 843 Personen teil (Rücklaufquote 80%). Von den Teilnehmern der Onlinebefragung von 1998 konnten bei der zweiten Welle 12'000 Personen erneut kontaktiert werden, von denen 5'766 Personen antworteten (Rücklaufquote 47%). Beide Fragebogen, sowohl jener der schriftlichen, als auch jener der Onlinebefragung, enthielten etwa 70 Fragen zum sozialen Netzwerk, zur Internetnutzung, zu Freizeitbeschäftigungen und soziodemographischen Merkmalen (detaillierte statistische Analysen der ersten Welle finden sich im 2000 erschienenen Artikel von Axel Franzen in der *European Sociological Review*).

Alle vier Fragebogen enthielten zwei Fragen zur

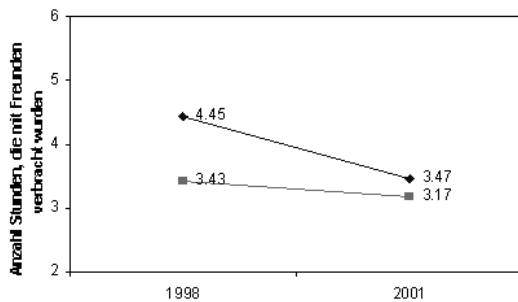
Messung des Sozialkapitals. Die Interviewten wurden gefragt, wie viele Personen ausserhalb ihres Haushaltes sie als enge Freunde oder Freundinnen bezeichnen und wie viel Zeit sie mit diesen Freunden in der Woche vor dem Ausfüllen des Fragebogens verbracht haben. Die erste Frage wird als Indikator für die Grösse des individuellen Netzwerkes herangezogen und die zweite Frage gibt Auskunft über die Intensität der Beziehungen. Es wird dabei angenommen, dass beide Variablen mit dem Sozialkapital korrelieren. Je mehr Freunde demnach eine Person zu haben angibt, und je mehr Zeit er oder sie mit diesen Freunden verbringt, desto mehr Sozialkapital sollte diese Person haben. Beide Indikatoren werden üblicherweise in Studien über soziale Netzwerke verwendet. Allerdings werden für die Erhebung der Netzwerkgrösse häufig Namensgeneratoren verwendet. In der zweiten Welle der Befragung von 2001 wurde zusätzlich gefragt, wie viele Freunde die Befragten während den letzten vier Wochen getroffen haben. Ausserdem enthält der Fragebogen eine gekürzte Version der bekannten UCLA Einsamkeitsskala, mit der subjektive Empfindungen zur Einsamkeit gemessen werden.

Die durchschnittliche Anzahl angegebener Freundinnen und Freunde beträgt in der ersten schriftlichen Befragung 10,8 und in der zweiten Welle 11. Der Mittelwert der Netzwerkgrösse hat sich damit nicht signifikant verändert. Ein ähnliches Bild ergibt ein Vergleich der Zeit, die mit Freunden verbracht wurde: 1998 wurden dafür durchschnittlich 3,6 Stunden verwendet und drei Jahre später 3,3 Stunden. In der gleichen Zeit ist die Internetnutzung stark angestiegen. 1998 gaben nur 12% der Teilnehmer der schriftlichen Befragung an, das Internet regelmässig zu nutzen und 15% waren gelegentliche Nutzerinnen. Im Jahr 2001 bezeichneten sich bereits 33% als regelmässige Nutzer und 28% gaben an, gelegentlich vom Internet Gebrauch zu machen. Abbildung 1 und 2 zeigen die durchschnittliche Netzwerkgrösse von Nutzern und Nichtnutzern, sowie die Anzahl Stunden, die die beiden Gruppen im Durchschnitt mit ihren Freundeskreisen verbracht haben. 1998 gaben Nutzerinnen an, mehr Freunde zu haben und mehr Zeit mit ihnen zu verbringen als die Nichtnutzerinnen. Die Mittelwerte



der Netzwerkgrösse und der mit dem Freundeskreis verbrachte Zeit der Internetnutzer ist in den drei Jahren auf das Niveau der Nichtnutzer gefallen.

Abbildung 1: Durchschnittliche Netzwerkgrösse von



Internet-Nutzerinnen (obere Linie) und Nichtnutzern (untere Linie)

Abbildung 2: Durchschnittliche Anzahl Stunden, die während der letzten Woche mit Freunden verbracht wurde: Internet-Nutzerinnen (obere Linie) und Nichtnutzern (untere Linie)

Allerdings zeigen multivariate Analysen, in denen neben der Internetnutzung andere Veränderungen z.B. des Einkommens, des Beschäftigungsstatus, des Zivilstands und der Freizeitbeschäftigungen mitberücksichtigt werden, dass die Abnahme der Netzwerkgrösse und der mit Freunden verbrachten Zeit nicht mit dem Gebrauch des Internets zusammenhängt. Die beobachtete Abnahme der sozialen Einbettung der Nutzer hat lediglich damit zu tun, dass die Gruppe der Internetnutzerinnen zugenommen hat, heterogener und somit den Nichtnutzern ähnlicher geworden ist. Im schriftlichen Fragebogen gaben die Befragten an, ob sie das Internet regelmässig, gelegentlich oder gar nicht nutzen. In der Onlinebefragung wurde zudem danach gefragt, in welchem Jahr die Befragten mit der Internetnutzung begonnen haben und wie viele Stunden sie in der Woche surfen. Die Resultate der multivariaten Analysen zeigen, dass weder die Dauer der Nutzung des Internets noch die Nutzungsintensität einen Einfluss auf die Anzahl Freunde oder auf die mit Freunden verbrachte Zeit hat.

Der dritte Indikator zur Messung sozialer Einbettung ist die UCLA Einsamkeitsskala. Wir haben hier eine gekürzte Version der von Lamm und Stephan 1986 in Psychologie und Praxis vorgeschlagenen deutschen Übersetzung in der Berner Studie verwendet. Diese gekürzte Version besteht aus den fünf Items 1) Ich bin zuviel allein, 2) Ich fühle mich häufig von anderen isoliert, 3) Niemand kennt mich wirklich, 4) Die Leute um mich herum haben ganz andere Interessen und Ideen als ich und 5) Ich fühle mich häufig ausgeschlossen. Die Befragten konnten diese Items jeweils auf einer Fünferskala von "trifft sehr zu" bis "trifft überhaupt nicht zu" beantworten. Die Auswertungen zeigen, dass alle fünf Items stark miteinander korrelieren. Der aufsummierte Index erreicht einen Cronbach's Alpha Wert von 0,74, so dass

davon ausgegangen werden kann, dass die Skala eine reliable Messung von Einsamkeitsgefühlen darstellt. Es zeigt sich, dass regelmässige Nutzer gemäss dieser Skala am wenigsten von Gefühlen der Einsamkeit betroffen sind. Allerdings sind die Unterschiede sehr klein und statistisch nicht signifikant.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Verbreitung des Internets in der Soziologie eine lebhaft Diskussions- und Forschungsgegenstand ausgelöst hat. Die bisherigen Studien, die hauptsächlich in den USA durchgeführt wurden, kommen dabei zu unterschiedlichen Ergebnissen und Schlussfolgerungen. In diesem Beitrag wurden einige Ergebnisse einer Schweizer Längsschnittstudie vorgestellt, in der der Effekt des Internets auf die sozialen Netzwerke untersucht wird. Die Untersuchungsergebnisse legen nahe, dass die Internetnutzung wenigstens bisher keine Reduktion der sozialen Kontakte verursacht hat. Diese Studie beschränkte sich auf die Frage, ob die Nutzung des Internets einen Einfluss auf die sozialen Kontakte der Nutzer hat. Dabei wurde nicht zwischen unterschiedlichen Nutzungsarten unterschieden. Die Untersuchung der Frage, ob unterschiedliche Bildungsgruppen oder Schichten das Internet auch unterschiedlich nutzen und ob diese nutzungsspezifischen Unterschiede auch differenzierte Konsequenzen zeitigen, stellt eine lohnende Vertiefung und Fortführung der hier untersuchten Fragestellung dar. Weiter hat sich die Studie nicht mit der Frage befasst, inwiefern sich das Internet auf das Humankapital auswirkt. Angesichts der Tatsache, dass das Internet vermehrt Einzug hält in Schulen und Ausbildungsinstitutionen wäre dies eine weitere interessante Frage für die zukünftige Forschung.

Dr. Axel Franzen ist Dozent am Institut für Soziologie der Universität Bern. Zu seinen Forschungsinteressen gehören die Methoden der empirischen Sozialforschung, Umweltsoziologie, Familien-, Arbeitsmarkt- und Bildungssoziologie. axel.franzen@soz.unibe.ch

Andrea Hungerbühler studiert Soziologie und Ethnologie an der Universität Bern und ist als Hilfsassistentin am Institut für Soziologie tätig.

Literaturauswahl

- Bourdieu, Pierre. 1986. "The Forms of Capital." Pp. 241-58 in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, edited by John G. Richardson. New York: Greenwood Press.
- Coleman, James S. 1990. Foundations of Social Theory. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Nie, Norman H. and Lutz Erbring. 2000. "Internet and Society." A Preliminary Report. Stanford Institute for the Quantitative Study of Society.
- Putnam, Robert. 2000. Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon and Schuster.