

Johanna L. Degen
Swipe, like, love

Die Buchreihe »Gegenwartsfragen« schärft zeitdiagnostisch den Blick für das Hier und Jetzt. Sie hinterfragt den Status quo und erweitert gesellschaftspolitische Debatten um wichtige psychosoziale Dimensionen. Die kurzen, eingängigen und gut lesbaren Diskussionsbeiträge beziehen kritisch Position, treiben die Auseinandersetzung mit den gegenwärtig wesentlichen Fragen kontinuierlich voran und sind damit in produktiver Weise irritierend.

■ GEGENWARTSFRAGEN

Johanna L. Degen

Swipe, like, love

Intimität und Beziehung
im digitalen Zeitalter

| GEGENWARTSFRAGEN



Psychosozial-Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Originalausgabe

© 2024 Psychosozial-Verlag GmbH & Co. KG, Gießen

E-Mail: info@psychosozial-verlag.de

www.psychosozial-verlag.de

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN 978-3-8379-3287-4 (Print)

ISBN 978-3-8379-6193-5 (E-Book-PDF)

Inhalt

1	Technisierte Begegnung	7
2	Die Psychologie des Online-Datings: Parasoziale Annäherung	11
3	Die Psychologie der parasozialen Beziehung auf Social Media	77
4	Parasoziale Verarmung und ihre Gegenmittel	129
	Danksagung	143
	Literatur	145

1 Technisierte Begegnung

Infolge der Technisierung war es noch nie so leicht, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten – unkompliziert, jederzeit und unaufwändig. Über Social Media und mobile Online-Dating-Apps besteht die Möglichkeit, kontinuierlich in Verbindung zu bleiben, Erlebnisse zu teilen, Beziehungen zu pflegen und potenziell neue Kontakte zu knüpfen.

Die Beziehungsanbahnung erfolgt heute für viele über mobiles Online-Dating, sprich über Apps wie Tinder, OkCupid, Grindr oder Bumble. Neben der ganz pragmatischen Funktionalität von mobilem Online-Dating – in Kontakt zu kommen und Beziehungen zu initiieren – haben sich dabei neue kollektive Umgangsformen, Gewohnheiten und schließlich Normen etabliert. Dazu zählen unter anderem Quantifizierung, Beschleunigung und Rationalisierung im Prozess sowie Parallelität, Low-Investment und performativer Sex beim Dating.

Viele erleben mobiles Online-Dating als verletzend, demütigend und insgesamt wenig freud- und lustvoll (Sharabi & Timmermanns, 2021). Gleichzeitig ist sich die Mehrheit der Beziehungssuchenden einig, dass Dating-Apps heutzutage der einzige angebrachte Ort sind, in Kontakt zu treten (Adamczyk et al., 2022a). Dies führt zu einer wachsenden Gruppe frustrierter und erschöpfter Online-Daterinnen und

-Dater, deren Strategien Begegnung paradoxerweise erschweren – man datet quasi aneinander *vorbei*.

Im Prozess des frustrierenden Datings erleben auf gruppenspezifischer Ebene altbekannte Stereotypen ein Revival. Im heterosexuellen Kontext verbreitet sich ein Diskurs, der Frauen (wieder) als untriebig, unattraktiv und damit wertlos oder über-anspruchsvoll und arrogant darstellt. Männer gelten entweder als armselig, triebgesteuert oder gefährlich.

Die entstehenden Zuschreibungen werden in die sozialen Medien weitergetragen – man ist sich einig: »Tinder ist scheiße«, und dass es nicht gut läuft, liegt am Gegenüber. Über Hashtags wie #radfem (radikaler Feminismus) oder #redpill (archetypische Maskulinität) und einschlägige Kanäle wie @tindernightmares werden die eigenen Erfahrungen mit Hunderttausenden anderen geteilt, um die eigene Interpretation validieren zu können.

Bei Instagram und TikTok werden aber nicht nur Informationen und Unterhaltung gesucht, sondern auch Ratschläge eingeholt und Haltungen ausgebildet (Vrontis et al., 2021). Neueste Forschung zeigt zudem: Social-Media-Nutzung begründet sich nicht nur durch Angst, etwas zu verpassen (FOMO: *Fear of Missing Out*), oder durch suchtähnliches Verhalten, sondern auch und vielleicht vor allem durch die Etablierung und Unterhaltung (parasozialer) Beziehungen – wir binden uns an und beziehen uns auf die Figuren im Endgerät (Degen, 2023b). Gleichzeitig gelten auf Social Media eigene (Kommunikations-)Regeln, über die sich charakteristische Dynamiken in der Gesellschaft materialisieren. Dazu zählen auf sozialer Ebene etwa Meinungsblasen und Polarisierung durch (gefährliche) Vereinfachung oder auf Subjekt-

ebene das inhärente Verständnis, dass Beziehungen einseitig, bedingt und ökonomisch eingefärbt sein dürfen.

In diesem Buch stelle ich deshalb die Frage: Was bleibt von Begegnung und *Liebe* zwischen Online-Dating als Ort parasozialer Annäherung und Social Media als Ort parasozialer Beziehung?

Zur Beantwortung betrachte ich zuerst die Psychologie des mobilen Online-Datings und zeige auf, inwiefern die etablierten Praxen Begegnung erschweren und sich kollektive Missverständnisse in der parasozialen Annäherung einschleichen. Anschließend geht es um Parasozialität und darum, wie sich Social-Media-Praktiken auf Beziehungen zwischen Subjekten und Gruppen auswirken und – in der Tendenz – Beziehungsverarmung und Vereinzeln vorantreiben. Statt in Dystopie zu verharren oder zu pathologisieren, werden abschließend aus kritisch-theoretischer Perspektive ein angeeigneter Modus und Handlungsspielräume für therapeutische und beratende Kontexte sowie Bildung diskutiert und gezeigt, dass es im Nutzungsmodus darum geht, als Mensch nicht zum Rohmaterial der Technik (Schraube, 2024) zu werden.

2 Die Psychologie des Online-Datings: Parasoziale Annäherung

2.1 (Online-)Datingkultur früher und heute

Einst wurden Menschen einander vorherrschend über Institutionen wie die Kirche, später Familie, Freundinnen und Freunde und den Arbeitsplatz vermittelt (Luhmann, 1994; Kuchler & Beher, 2014). Dann etablierten sich Vermittlungsbüros vor Ort und um die Jahrtausendwende das Plattform-Dating (z. B. Parship). Seit 2012 und mit der Gründung von Tinder von der Match Group wird vor allem mobil und online, also per Applikation, gedatet. Studien zeigen, dass zwischen 25 und knapp 50 Prozent aller Paare, die in den letzten fünf Jahren zusammengefunden haben, App-vermittelte Paare sind (Timmermanns & Courtois, 2018; Rosenfeld et al., 2019). Damit lösen mobile Online-Dating-Apps wie Tinder, Grindr, Happn, Bumble, Lovoo, OkCupid und Konsorten den Arbeitsplatz und Freundeskreis als bis dahin vorherrschenden Ort der intimen Annäherung ab.

What's new after all?

Nun könnte man fragen: Na und? »*What's new after all?*« Einiges! Während die *Vermittlungsrolle* nicht neu ist, ändern sich die *Prinzipien*, nach denen gedatet wird. Und dieser Wandel ist bedeutungsvoll.

Die Kultur des Datings kam um die 1960er Jahre nach Deutschland (Weigel, 2016). Angelehnt an das amerikanische Vorbild, begann man sich zwischen quasi Fremden und losgelöst vom direkten sozialen Umfeld vor allem in den Städten in der Form von Dates anzunähern. Dates wurden als etwas Besonderes inszeniert. Die Suchenden schrieben dem Datingprozess Bedeutung zu, investierten Geld, Zeit und Emotionen. Der ökonomische Stand war damals wie heute relevant, und entsprechend der persönlichen Möglichkeiten ging mit den Dates eine gewisse *Eventisierung* und *Theatralisierung* einher (Reichertz, 1998). Schick, gepflegt, gut gekleidet, mit Accessoires ausgestattet, ging es je nach Status zum Tanzabend, ins Restaurant oder in Bars (Illouz, 2003, 2007, 2018).

Soziale Traditionen sind mächtig und beeinflussen die Wahrnehmung von Wirklichkeit und Verhalten (Ajzen & Fishbein, 1977). Einst erkannte man beispielsweise die echte Zuneigung der Partnerin daran, dass sie in Ohnmacht fiel; und tatsächlich: Der Körper verinnerlichte die Erwartung, und nicht wenige Frauen fielen buchstäblich in Ohnmacht, um ihre Zuneigung zu bekunden (Reichertz, 1998). Auch heute wird unausgesprochenen Regeln beim Dating gefolgt, die sich beim mobilen Online-Dating aber verändert haben. Statt aufwändiger Inszenierung der großen Gefühle gelten neue Prinzipien: *Low-Investment*, *Parallelität*, *Quantität* sowie *Beschleunigung* zeichnen die Datingpraxis aus. Es gilt, verfügbar, flexibel und effektiv zu sein, und das einzelne Date soll auf allen Ebenen nicht zu viel kosten, gerne aber viel bringen.

Beim mobilen Online-Dating wird heute nicht ins einzelne Gegenüber, den Moment oder sich selbst investiert, sondern in die andauernde Suche und die App – ca. die Hälfte der

Nutzerinnen und Nutzer ist bereit, für den Service monatlich zu zahlen (Statista, 2022).

Wir verbringen insgesamt viel Zeit online. Wenn es aber um die Interaktion mit einem spezifischen Gegenüber geht, dann gilt, so wenig wie möglich zu investieren. Das betrifft nicht nur die investierte Zeit, die als knappe Ressource wahrgenommen wird (Rosa, 2013), sondern auch die Emotionen, zum Beispiel die heruntergeschraubte Erwartungshaltung, und auch den monetären Einsatz. Zur *Risikoverteilung* und um die Menge an Möglichkeiten zu managen, werden viele Dates aneinandergereiht, mitunter auf den gleichen Tag oder zumindest mehrere in eine Woche gelegt. Die jeweilige Begegnung gleicht dann einer »*Try-on*«-*Logik* (Degen, 2021): Wer passt am besten? Und: Gibt es noch jemanden besseres? Da also viel gedatet wird, können es nicht jedes Mal Operetten-Tickets sein. Auch das Outfit wird nicht neu gekauft. Und da sowieso alle viel zu tun haben, wird das Date nicht nur gerne kostengünstig, sondern auch effektiv erledigt. Nicht selten geht man dann beim Date im Einrichtungshaus shoppen oder im Park joggen. Enttäuscht das Date, hat man wenigstens die Besorgung erledigt (Degen & Kleeberg-Niepage, 2024).

Nach dem Date wird weiter gewiped, es wird parallel gedatet und das Risiko auf mehrere Optionen verteilt. Das wissen alle Beteiligten. Unromantisch finden das viele, auch verletzend und beklagenswert, aber beschleunigte Serialität und Parallelität haben sich nach einer Dekade mobilen Online-Datings etabliert und sind geduldet – niemand möchte der übercommittete Part sein, es wäre schon fast unpassend und voreilig, sich nur mit einer Person zu beschäftigen (Sharabi & Timmermanns, 2021).

So werden viele Matches gesammelt, Dates in zügiger Abfolge aneinandergereiht und es wird parallel geflirtet. Wenn das eine Date nicht gut läuft, wird direkt mit dem Folgedate kompensiert, und auch wenn es gut läuft, schwingt im Hintergrund die Verlockung vieler weiterer Alternativen mit, die auch sofort erreichbar wären und attraktiv wirken.

2.2 Swiping, liking, matching, ghosting: Was ist charakteristisch am mobilen Online-Dating?

In Abgrenzung zum mobilen Online-Dating basieren Online-Plattformen wie Parship auf detaillierten Informationen samt psychologischer Fragebögen. Aufgrund der umfangreichen abgefragten Informationen schlagen die jeweiligen Plattformdienste dann die antizipierten, am besten passenden Partnerinnen oder Partner vor. Hier geht es also um ausgeklügelte Profile und gute Passung.

Mobiles Online-Dating hat das Plattform-Dating zahlenmäßig abgelöst und basiert in Abgrenzung dazu auf wenigen *basalen Kriterien* wie Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung und GPS-Standort. Dementsprechend werden alle Personen in geografisch erreichbarer Lage vorgeschlagen, und zwar so viele, solange gewiped wird. So entsteht eine Vielzahl an Optionen, die sich vor allem über geografische Verfügbarkeit auszeichnen, während die individuelle Passung zunächst nachrangig ist.¹ Mobile Dating-Apps versprechen damit un-

¹ Die Applikationen sortieren allerdings nach Attraktivität, Typus (Ähnlichkeit), Matchquoten und Verhalten. Über eine (rationierte) Sortierung wird be-

mittelbaren Zugriff auf scheinbar endlose Möglichkeiten von Abenteuer und Intimität.

Alles einfach spielerisch²

Die *Registrierung* beim mobilen Online-Dating ist niedrigschwellig. Während sich die Apps in ihrer digitalen Architektur unterscheiden und sich laufend verändern, bleibt die Logik zu meist konstant und Nutzerinnen und Nutzer sowie Wirkweisen werden als sehr ähnlich empfunden. Es bedarf eines Profilfotos, eines Nicknamens, Angaben zum Alter, Geschlecht und zur sexuellen Orientierung. Optional können zum Beispiel bei Tinder derzeit bis zu maximal acht weitere Fotos, ein Profiltext (bis 500 Zeichen), eine Verlinkung zu Spotify und/oder Instagram sowie Angaben zum Beruf und zur Ausbildung hinzugefügt werden. Manche Applikationen wie Bumble oder OkCupid fragen auch nach den Absichten (z. B. »feste Beziehung«, »unverbindliche Begegnung« oder auch Kinderwunsch und Familienstatus) und nach weiteren Parametern wie Impfstatus (während der Pandemie), politischer Haltung, Lifestyle (z. B. Veganismus) oder Vorlieben (z. B. BDSM). Entsprechend der Suchparameter werden dann mögliche Partnerinnen oder Partner nacheinander vorgeschlagen.

In der *habituellen Nutzung* basiert die Entscheidung über Gefallen oder Nichtgefallen – Like oder Dislike – haupt-

stimmtes Verhalten, beispielsweise regelmäßiges Einloggen, genudged, so dass die Nutzerinnen und Nutzer möglichst online bleiben. Diese Codes sind allerdings nur phänomenologisch zu erfassen, da sie nicht geleaked werden (Parisi & Comunello, 2019; Courtois & Timmermanns, 2018; Peetz, 2023).

- 2 Die folgenden Praktiken beziehen sich, wenn nicht anders referenziert, auf Degen & Kleeberg-Niepage, 2021, 2022, 2024; Degen, 2021, 2024a.

sächlich auf dem ersten Bild, während weitere Bilder und der Profiltext zunächst in den Hintergrund treten. Das Profilbild nimmt den größten Teil des Bildschirms ein. Entscheidungen werden durch eine Wischbewegung getroffen – nach rechts wischen (swipen) bedeutet Interesse, nach links wischen Desinteresse. Diese Aktivität wird als rhythmische Folge von Bewegungen durchgeführt und zig oder hunderte Entscheidungen reihen sich zügig aneinander.

Der kleinste gemeinsame Nenner

Mobiles Online-Dating wird von Menschen unterschiedlichster Altersgruppen und sozialer Milieus genutzt – nicht jede und jeder datet, aber Menschen in allen Lebenslagen daten per App. Studien versuchen zu zeigen, welche *Motive* dabei vorrangig sind (Sumter et al., 2017). Dabei hat sich herausgestellt, dass die Unterstellung nicht haltbar ist, mobile Dating-Apps seien nur für Sex da und Ursache der »Hook-up-Culture« (Lopes & Vogel, 2017). Die Motive der Neugierde, Unterhaltung und Suche nach Partnerschaft rangieren hingegen weit oben (Fowler & Both, 2020). Qualitative Daten zeigen allerdings eine integrative Motivlage, die ein Ranking obsolet macht und stattdessen auf eine Diversität von Motiven hinweist (Newerla & van Hooff, 2023). Man ist online im Dating unterwegs, weil es erstmal attraktiv, einfach und spannend wirkt oder um sich abzulenken. Matcht man, belohnt das unmittelbar, aber nicht nachhaltig. Kommt man in guten Chatkontakt, kann das Freude machen. Springen Dates dabei raus, ist das eine Bestätigung und Unterhaltung an sich. Resultiert der Kontakt in Sex, der nicht nur mechanisch ist, super. Und: Trifft man eine zeitlich begrenzte oder gar lebenslange

Liebe oder findet man jemanden, um eine Familie zu gründen – sofern gewünscht –, noch besser. Statt eines Entweder-oder herrscht das Motto: »Alles kann, nichts muss«, oder: »Mal sehen, was man kriegen kann oder hinkriegt.« Auch wenn die Hoffnung auf eine berührende Begegnung rationalisiert und heruntergespielt wird, schwingt sie im Hintergrund mit.

Online-Dating ist keine Hook-up-Culture

Es geht beim (mobilen Online-)Dating also weder zwangsläufig um die Suche nach einer lebenslangen Liebe, noch muss es ausschließlich um (schnelle) sexuelle Kontakte gehen. Das gilt generationenübergreifend. Vielmehr steht das Verlangen im Vordergrund, etwas zu empfinden, sich berührt und wahrgenommen zu fühlen sowie das Selbst als einzigartig zu erleben – es wird quasi kollektiv nach einer guten Zeit und bedeutsamer Begegnung gesucht, für die Dauer oder den Moment. Fest steht: Wirklich niemand datet online, um sich austauschbar, ausgenutzt oder abgewertet zu fühlen.

Selbstoptimierung, oder:

»Lügen haben asynchrone Beine«

Da die Entscheidung für Like oder Dislike innerhalb weniger Sekunden auf Basis des *Profilbildes* getroffen wird, kommt es also auf die visuelle Darstellung an. Beim Dating gilt, online wie offline, sich von der besten Seite zu zeigen. Beim mobilen Online-Dating gibt es dazu andere Möglichkeiten als im Face-to-Face-Kontext. Die zeitliche Versetzung gibt Raum für Reflexion, Optimierung und Strategien, mit allen Möglichkeiten und Herausforderungen (Przyborski & Slunecko, 2020). Das Online-Dating stellt eine asynchrone und enthis-