



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Auswirkung pornographischer Mediennutzung

verfasst von | submitted by

Alina Dirr BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Mag. Mag. Dr. Dr. Julia Wippersberg Privatdoz.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	3
1. Einleitung	4
2. Konzeptioneller Rahmen	5
2.1. Zielsetzung und Relevanz	5
2.2. Begriffliche Grundlagen und konzeptuelle Klarstellungen	7
3. Theoretischer Hintergrund und Leitmodelle	11
4. Stand der Forschung: Entwicklungen und zentrale Befunde	17
4.1. Empirische Untersuchungen zur Medienwirkung	17
4.2. Entwicklung und Geschichte der modernen Pornographie	22
4.3. Forschungsfelder und Perspektiven der Pornographieforschung	26
4.3.1. Pornographie und Sexismus	32
4.3.2. Die Wirkung von Pornographie auf die Selbstwahrnehmung	35
4.4. Forschungslücke	37
5. Forschungsfragen und Operationalisierung	39
6. Empirisches Untersuchungsdesign	46
6.1. Wahl der Methode	46
6.2. Stichprobe	47
6.3. Datenauswertung	48
7. Ergebnisse	49
7.1. Deskriptive Statistik	49
7.2. Auswertung psychometrischer Konstrukte	56
7.3. Analyse der Effekte unterschiedlicher pornographischer Medien	62
8. Beantwortung der Forschungsfragen	69
9. Diskussion	74
10. Zusammenfassung, Ausblick und Limitationen	78
Literaturverzeichnis	83
Fragebogen	104

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1 - Reliabilität der Ambivalent Sexism Skalen</i>	57
<i>Tabelle 2 - Ambivalent Sexism Inventory Mittelwerte</i>	58
<i>Tabelle 3 - Reliabilität des Body Image Concern Inventory</i>	58
<i>Tabelle 4- Body Image Concern Inventory Gesamtscore</i>	59
<i>Tabelle 5- Reliabilität der Rosenberg Self Esteem Skala</i>	59
<i>Tabelle 6 - Rosenberg Self Esteem Skala Gesamtscore</i>	60
<i>Tabelle 7 - Self Esteem Levels</i>	60
<i>Tabelle 8 - Zusammenhang von Körperbild und Selbstwert</i>	61
<i>Tabelle 9 - Test auf Normalverteilung der ASI Mittelwerte</i>	63
<i>Tabelle 10 - Test auf Unterschiede zwischen den ASI Skalen</i>	63
<i>Tabelle 11 - Unterschiede zwischen sexistischen Einstellungen nach Medien</i>	64
<i>Tabelle 12- Teststatistiken des Gruppenvergleichs</i>	64
<i>Tabelle 13 - Unterschiede im Körperbild nach Medium</i>	65
<i>Tabelle 14 - Effektstärken der Körperbild Unterschiede</i>	65
<i>Tabelle 15 - Unterschiede im Körperbild nach Medium - Gruppenvergleich</i>	66
<i>Tabelle 16 - Multifaktorielle Varianzanalyse Körperbild</i>	67
<i>Tabelle 17- Mittelwertvergleich Selbstwert nach Medien</i>	67
<i>Tabelle 18 – Unterschiede im Selbstwert nach Medium</i>	67
<i>Tabelle 19 - Verteilung von Self Esteem Levels nach Medium</i>	68
<i>Tabelle 20 - Zusammenhang zwischen Medium und Self Esteem Level</i>	68

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1 - Geschlechterverteilung der Stichprobe</i>	<i>50</i>
<i>Abbildung 2 – Altersverteilung der Stichprobe</i>	<i>51</i>
<i>Abbildung 3 – Wohnort der Stichprobe</i>	<i>52</i>
<i>Abbildung 4- Beschäftigung der Stichprobe</i>	<i>53</i>
<i>Abbildung 5 - Bevorzugtes pornographisches Medium</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 6 – Frequenz des Pornographie Konsums</i>	<i>55</i>

1. Einleitung

Im modernen Alltag ist das Phänomen der Pornographie allgegenwärtig und meist nur einen Klick entfernt. Smartphones ermöglichen bereits Jugendlichen einen nahezu uneingeschränkten Zugang zu erotischen und pornographischen Inhalten, was den Konsum dieser weiter anregt. Ob über bekannte Websites wie PornHub und YouPorn, spezialisierte Apps oder Online-Foren: pornographisches Material ist dank des Internets fast überall zu jedem Zeitpunkt verfügbar. Diese Entwicklung hat zu einer rasanten Diversifizierung der Konsummöglichkeiten geführt und die Art und Weise, wie Menschen pornographische Inhalte rezipieren, grundlegend verändert.

Während die bisherige Forschung zu den Auswirkungen des Pornographiekonsums sich primär auf audiovisuelle Medien, wie unter anderem die klassische Internet-Videopornographie, konzentrierte und deren negative sowie positive Einflüsse untersuchte, sind in den letzten Jahren vermehrt alternative Formate in den Fokus gerückt. Dies betrifft insbesondere textbasierte Literatur und audiobasierte Inhalte (Dudek et al. 2024). Neue Akteure auf dem Markt, wie die App „Femtasy“, nutzen verstärkt Kooperationen mit Social Media Influencer:innen, um Audiopornographie als ein Produkt zu vermarkten, das oft mit Konzepten wie "Self-Care" in Verbindung gebracht wird. Dies wird beispielsweise durch den Titel des 2020 erschienenen Artikels „Audio Erotica is the Latest Self-Care Tool For Women“ (Stall-Paquet 2020) verdeutlicht.

Angesichts dieser dynamischen Entwicklungen ist es von großem wissenschaftlichem und gesellschaftlichem Interesse, die möglichen Auswirkungen eines gesteigerten Konsums von pornographischem Material differenziert zu untersuchen. Bisher fehlt es an Studien, die die Effekte auditiver, visueller und literarischer pornographischer Medien auf die Konsument:innen direkt miteinander vergleichen. Dies stellt eine signifikante Forschungslücke dar, da sich pornographische Inhalte, abhängig vom Medium, in ihrer Intensität, Direktheit und Interaktivität unterscheiden und somit potenziell variierende Effekte zur Folge haben. Mit Blick auf diese Dynamiken rückt nun die Frage in den Fokus, wie Pornographiekonsum auf das Selbstbild der Rezipierenden sowie deren Wahrnehmung von Anderen wirkt. Bisherige Studien haben gezeigt, dass Pornographie die Objektivierungstheorie stützen kann, indem sie gesellschaftliche Schönheitsideale vermittelt und zur Reduktion des Selbst auf den eigenen Körper führt (McKenzie-Mohr und Zanna 1990, S.296). Gleichzeitig können stereotypische Darstellungen in pornographischen Medien auch die Einstellungen zu Geschlechterrollen beeinflussen. Die Erforschung der Wechselwirkungen zwischen Pornographie und der "Ich"-

Identität eröffnet neue Perspektiven darauf, wie Medienkonsum die Selbstwahrnehmung und das Verhältnis der Konsumierenden zu ihrem eigenen Selbst beeinflussen könnte. Hierbei wird die Selbstwahrnehmung als ein Konstrukt verstanden, das sowohl das Körperbild als auch das Selbstwertgefühl umfasst.

Die vorliegende Arbeit beabsichtigt, die Effekte verschiedener Arten von pornographischen Medien auf die Entwicklung stereotypischer Einstellungen und die Selbstwahrnehmung näher zu untersuchen. Es soll ein erster Überblick über die Effekte verschiedener pornographischer Medieninhalte auf das einzelne Individuum geliefert werden, um ein differenziertes Bild der unterschiedlichen oder ähnlichen Wirkungen zu zeichnen. Dies ist besonders relevant, da die bisherige Forschung oft zu pauschalen und undifferenzierten Schlussfolgerungen über die Auswirkungen von Pornographie gelangte, ohne die spezifischen Eigenheiten der unterschiedlichen Darstellungsformen angemessen zu berücksichtigen

2. Konzeptioneller Rahmen

2.1. Zielsetzung und Relevanz

In der aktuellen Forschung zu den Auswirkungen des Konsums von Pornographie liegt der Schwerpunkt hauptsächlich auf der Betrachtung des Konsums von pornographischen Online-Videos (z.B. Vandenbosch und Van Oosten 2017; Skoog et al. 2009; Peter und Valkenburg 2011; Beyens et al. 2014). Häufig steht dabei auch das pathologische Konsumverhalten im Mittelpunkt der Analyse (z.B. Cooper et al. 2004; Owens et al. 2012), was jedoch eine Verallgemeinerung der gefundenen Effekte auf die breite Bevölkerung einschränkt. Einige Forscher:innen zogen unterschiedliche Arten von Medien in die Analyse mit ein. Jedoch wurde sich hier meist auf Magazine und Videos beschränkt und diese wurden nicht immer gegenübergestellt (Ma und Shek 2013; Bonino et al. 2006; Lo et al. 1999; Bogale und Seme 2014). Es fehlen bisher Studien, die die Auswirkungen auditiver, visueller und literarischer pornographischer Medien auf die Konsument:innen direkt miteinander vergleichen. Daher besteht eine Wissenslücke, wobei die vorliegende Arbeit beabsichtigt zur Schließung dieser beizutragen, indem sie zur Untersuchung und Erklärung dieser Aspekte mitwirkt.

Das Forschungsziel dieser Arbeit besteht darin, zu untersuchen, ob die ermittelten Effekte, die in bisherigen Forschungen vor allem mit dem Konsum von pornographischem Videomaterial

in Verbindung gebracht werden, auch bei anderen Formen von pornographischen Inhalten wie Literatur und Audioaufnahmen auftreten. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Analyse möglicher Unterschiede in den Auswirkungen je nach Medium. Die vorliegende Untersuchung zielt darauf ab, einen detaillierten Einblick in die Charakteristika der Nutzer:innen verschiedener pornographischer Medien und deren Einstellungen gegenüber spezifischen Aspekten zu gewinnen. Dadurch soll ein Beitrag zur Schließung der bestehenden Forschungslücke im Bereich der Rezeption und Wirkung pornographischer Inhalte geleistet werden. Aufbauend auf dem aktuellen Forschungsstand wurden ausgewählte Aspekte, wie beispielsweise sexistische Einstellungen und das Selbstbild der Rezipient:innen, fokussiert. Weitere relevante Perspektiven, wie die Produktion pornographischer Inhalte oder deren sozialisationsrelevante Aspekte, konnten im Rahmen dieser Untersuchung nicht umfassend berücksichtigt werden. Zukünftige Forschungsarbeiten sind erforderlich, um diese Bereiche zu beleuchten und ein ganzheitliches Verständnis des Phänomens zu ermöglichen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit sollen zu einem vertieften Verständnis der kommunikationswissenschaftlichen Implikationen der Rezeption pornographischer Medien beitragen und die Wirkungsmechanismen auf die Rezipient:innen detaillierter aufzeigen.

Hierfür eignet sich das Feld der Rezeptions- und Wirkungsforschung. Diese untersucht, wie Medieninhalte von Individuen wahrgenommen, interpretiert und verarbeitet werden, sowie welche Auswirkungen sie auf Einstellungen, Verhaltensweisen und Emotionen haben können. Hier ist unter anderem der dynamisch-transaktionale Ansatz von Fröh und Schönbach geeignet, da er eine Integration von mehreren Ansätzen bietet und dabei sowohl die herstellende sowie rezipierende Seite in die Analyse miteinfließen lässt (Potthoff 2016, S. 183).

Oftmals wird liegt der Fokus der Pornographie Forschung ausschließlich auf dem medialen Inhalt, wobei individuelle und gesellschaftliche Einflüsse nicht in die Analyse miteinfließen. Dies kann zu einer Verzerrung der gefundenen Effekte führen. Hier soll das Individuum, vor allem anhand subjektiver Präferenzen bei der Auswahl des primär konsumierten pornographischen Mediums im Zentrum stehen. Somit soll nicht nur das Medium als aktiv an den möglichen Effekten beteiligt gesehen werden, sondern schon die Zuwendung des jeweiligen Rezipierenden soll als Teil des Prozesses der Herstellung bestimmter Medieneffekte betrachtet werden (Boyle 2000, S.189).

Wie bereits beschrieben wurden in den bisherigen Untersuchungen zu Pornographie einige Aspekte ermittelt, die vom Konsum pornographischer Medien beeinflusst werden können. Dazu gehören beispielsweise Aggression, die Scheidungsrate oder auch das

Selbstwertgefühl. In der folgenden Arbeit sollen allerdings individuelle Dimensionen im Mittelpunkt der Untersuchung stehen, da diese im gewählten Befragungsmodus leichter zu ermitteln sind. Demnach wird der Fokus auf die Einstellung zu stereotypischen Geschlechterrollen sowie auf die Selbstwahrnehmung, die in zwei Ebenen erhoben werden soll, gelegt. Die Einstellung der Befragten zu geschlechtsstereotypischen Vorstellungen wird durch ihre Zustimmung bzw. Ablehnung zu bestimmten Aussagen ermittelt. Die Selbstwahrnehmung soll einerseits durch das Verhältnis der Befragten zum eigenen Körper erhoben werden und durch das jeweilige Selbstwertgefühl ergänzt werden. Beide Bereiche sind im Rahmen einer quantitativen Untersuchung adäquater zu betrachten im Vergleich zu anderen Aspekten wie z.B. gesteigerte Aggression.

Um aufschlussreiche Erkenntnisse gewährleisten zu können, muss zuallererst definiert werden, was unter den zu betrachtenden Phänomenen zu verstehen ist.

2.2. Begriffliche Grundlagen und konzeptuelle Klarstellungen

Der Begriff „Pornographie“ leitet sich aus dem griechischen „pornográphos“ ab, das zum ersten Mal vom Autor Athenaeus im dritten Jahrhundert verwendet wurde, um jemanden zu beschreiben, der Texte über Prostituierte verfasst (Dobson 1993, S. 294). Erst mehrere Jahrhunderte später ist eine erneute Nutzung des Begriffes dokumentiert. Der französische Autor Nicolas Edme Restif de la Bretonne beschrieb in seinem Werk *Le Pornographe* aus dem Jahr 1769, welche Effekte eine Verstaatlichung von Bordellen nach sich ziehen könnte. Die moderne Vorstellung von Pornographie, hier zu verstehen als „the explicit depiction of sexual organs and sexual practices with the aim of arousing sexual feelings“ (Hunt 1996, S. 10) beruht auf einer europäisch-westlichen Auffassung, die sich ab dem 15. Jahrhundert abzeichnete. In diesem Kontext wurden sexuelle Darstellung vor allem dazu genutzt, Kritik an herrschenden politischen oder säkularen Ansichten zu üben. Schriften über Sexualität unterlagen jedoch vielerorts strenger Zensur und wurden in dieselbe Kategorie gefasst wie Werke, die gegen vorherrschende Vorstellungen von Staat, Moral und Religion verstießen (Hunt 1996, S.9; Wyngaard 2012, S.384). Im wissenschaftlichen Kontext wurde der Begriff Pornographie im 19. Jahrhundert erstmals dazu genutzt archäologische Funde aus Pompei zu beschreiben, die sexuelle Handlungen abbilden. Die 1821 eröffnete Ausstellung im Real Museo Borbonico in Napoli beherbergte die Funde in einem sogenannten Geheimkabinett, das als eine physische Abgrenzung fungierte. Dadurch erfolgte eine Stilisierung des Materials zu einer Art von Obszönität. Durch die Abschottung zu den restlichen Objekten, der Vergabe von

Betrachtungs-Erlaubnissen sowie dem Ausschluss Minderjähriger wurde diese Trennung räumlich und durch Zutrittsregeln manifest. Somit bedeutete der Konsum der sexuellen Darstellungen ein tatsächliches körperliches Hinüberschreiten in eine abgegrenzte Zone, die das sexuelle vom nicht-sexuellen, das obszöne vom alltäglichen, trennt (Kendrick 1997, S.8). Diese Praxis der Abgrenzung und Tabuisierung zieht sich durch den gesamten Entwicklungsprozess der modernen Pornographie.

In Anbetracht dessen stellt sich auch die notwendige Frage, wie der Begriff der Pornographie für die folgende Auseinandersetzung zu definieren ist, um eine für verschiedene Medienarten übergreifende Arbeitsdefinition zu liefern. In der Forschung besteht bisher kein allgemeingültiger Konsens über eine geeignete Definition. Oftmals werden auch Begriffsumschreibungen wie „sexually explicit materials“ verwendet (Short et. al 2012, S.13; Peter und Valkenburg 2010, S.375). Einen geeigneten Anhaltspunkt bieten Hald et al. (2010), indem pornographisches Material als “sexually explicit materials intended to create sexual arousal in the consumer” (S. 15) definiert wird. In dieser Definition spielt neben der Rolle der Rezipient:innen ebenfalls die der Produzent:innen im Fokus. Denn erst die Intention macht das Material pornographisch. Die spezifischen Bedürfnisse und Interessen führen dann zu einer Bewertung als (nicht) pornographisch durch die Betrachter:innen. Das Material ist also nicht inhärent pornographisch, sondern wird durch den Transaktionsprozesses zwischen den Produzierenden und Rezipierenden als solches gedeutet und interpretiert (Gehrau 2016, S.187).

Weiters soll auch die Selbstwahrnehmung der Rezipierenden Beachtung finden. Die Selbstwahrnehmung setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen. Sie ist der Eindruck, den eine Person von sich selbst hat, und umfasst dabei sowohl die Vorstellungen vom physischen sowie vom psychischen Selbst. Es konnte eine Übereinstimmung zwischen dem Selbstwertgefühl und dem Körperbild ermittelt werden, was darauf schließen lässt, dass beide Ausdruck des Konstrukts Selbstwahrnehmung sein können (Rai und Sharma 2021, S.120). In Folge wird die Selbstwahrnehmung als durch das Selbstwertgefühl und Körperbild einer Person geformt gesehen, wobei diese eine Fusion des inneren und äußeren Selbstempfindens bewirken.

Das Selbstwertgefühl ist eines der meistbeforschten Konstrukte in der Psychologie. Seit mehr als hundert Jahren setzen sich Forscher:innen damit auseinander (Greenier et al. 1995, S:51). Das Selbstwertgefühl kann sich auf das Selbst im Allgemeinen oder auf bestimmte Bereiche des Selbst beziehen, unter anderem auf den sozialen Status, die ethnische Identität oder auch die körperliche Erscheinung. Oft wird die Bedeutung des Selbstwertgefühls aufgebauscht und

als ursächlich für eine Vielzahl mentaler Probleme gesehen (Manning et al. 2006, S.341). Nichtsdestotrotz darf die Rolle des Selbstwertgefühls auf die Handlungen und Ansichten der Menschen nicht außer Acht gelassen werden.

Der Begriff Selbstwertgefühl wird jedoch nicht immer auf die gleiche Weise verstanden und wissenschaftlich konzeptioniert. Brown et al. (2001) beschreiben drei Vorstellungen, die hinter dem Begriff des Selbstwertgefühls stecken können (S. 616). Einerseits wird von einem „global selfesteem“ ausgegangen, das anzeigt, wie Personen sich grundsätzlich selbst gegenüberstehen. Diese Konzeption wird als relativ zeitbeständig und weniger situationsabhängig verstanden. Außerdem wird Selbstwertgefühl oftmals auch gleichgesetzt mit dem Konzept des Selbstvertrauens oder der Selbstwirksamkeit, die aber beide andere Konstrukte abbilden, da sie eng damit zusammenhängen, wie Personen bestimmten Fähigkeiten oder Eigenschaften gegenüberstehen. Weiters wird der Begriff Selbstwertgefühl auch oft dazu genutzt, eine Gefühlslage bzw. eine Veränderung zu beschreiben, die eine starke Auswirkung auf die Gefühle zu sich selbst hatte. Smith-Lovin beschreibt das Selbstwertgefühl als eine reflexive Emotion, die sich im Laufe des Sozialisationsprozess entwickelt hat und sozialer Kontrolle unterliegt (Abdel-Khalek 2016, S.3). Da im Folgenden die Rosenberg-Skala zur Messung des Selbstwertgefühls verwendet werden soll, liegt es nahe das Selbstwertgefühl nach Rosenberg zu definieren. Er definiert dieses als eine positive Bewertung des Selbst und dass sich eine Person selbst als respektiert erachtet. Nach Rosenberg wird das Selbstwertgefühl durch den gesamten Verlauf des Lebens weiterentwickelt (Wills-Herrera 2014, S.5772). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die wissenschaftliche Literatur das Selbstwertgefühl als die inkonstante, positive oder negative Gesamtbewertung des eigenen Selbst und der eigenen Kompetenz durch das Individuum definiert.

Da der Mensch als Individuum vorrangig über den Körper erlebt und wahrgenommen wird, spielt das eigene Gefühl zum Körper eine große Rolle in der gesamten Selbstwahrnehmung einer Person. Das Körperbild setzt sich aus mehreren Dimensionen zusammen und umfasst verschiedene Aspekte der Wahrnehmung, Kognition, Emotion und des Verhaltens. In einer der ersten wissenschaftlichen Definitionen des Begriffs beschreibt Paul Schilder das Körperbild als das Bild, wie der Körper einer Person auf sie selbst wirkt. Diese Auffassung wurde von der moderneren Forschung darum ergänzt, welche Gefühle der eigene Körper bzw. die Vorstellung davon bei der jeweiligen Person auslöst (Slade 1994, S.497). Der Begriff Körperbild schließt ein, wie Personen ihren Körper im Verhältnis zu ihren tatsächlichen Proportionen einschätzen, welche Gefühle mit dem Körper verbunden werden und wie sich gegenüber dem eigenen Körper verhalten wird. Außerdem schließt der Begriff auch die

wechselnde kulturelle Vorstellung eines normschönen Körpers mit ein. In westlichen Gesellschaften liegt der Hauptfokus auf der Form des Körpers und des Gewichts. Obwohl ein Schönheitsideal für männliche sowie weibliche Körper besteht, kommt es doch zu geschlechtsspezifischen Unterschieden bei der Konzeption des eigenen Körpers. Männer neigen eher dazu, ihren Körper als ein Ganzes mit einem funktionalen Zweck zu betrachten, wobei Frauen ihren Körper eher als Zusammensetzung einzelner Teile sehen. Ungeachtet dessen, dass geschlechtsspezifische Unterschiede in der Wahrnehmung des Körpers festzustellen sind, gibt es seit den letzten Jahrzehnten eine Verminderung dieser, da die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper sowohl bei Frauen als auch bei Männern weiter zugenommen hat. Das Körperbild wird umso negativer gesehen, desto mehr eine Person gesellschaftliche Ideale internalisiert hat. Ein negativ geprägtes Körperbild steht auch mit einem negativen Selbstwertgefühl in Zusammenhang, wobei die Richtung des Zusammenhangs unklar ist, da von einer beiderseitigen Beeinflussung ausgegangen werden kann (Rusticus 2014, S.420). Es lässt sich aus der vorliegenden wissenschaftlichen Literatur ableiten, dass soziale, gesellschaftliche, und individuelle Faktoren eine wichtige Rolle bei der Ausbildung des Körperbildes spielen, wobei kulturelle Einflüsse am stärksten darauf wirken. Ein Bewusstsein für diese Faktoren ist wichtig für die Entwicklung eines gesunden und positiven Körperbildes.

Mainstream-Pornographie stellt Frauen und Männer oft auf eine spezifische, stereotypisierte Weise dar. Demnach kann davon ausgegangen werden, dass der Konsum auch einen Einfluss die Einstellungen der Rezipierenden ausüben könnte (Jansma et al. 1997, S.15). Stereotype sind weit verbreitete, pauschalisierte Annahmen über die geteilten positiven und negativen Eigenschaften, die Mitgliedern bestimmter Gruppen angeblich innewohnen. Es sind also Vorstellungen über bestimmte Eigenschaften, die Personen aufgrund ihres Geschlechts besitzen oder besitzen sollten. In fast allen Kulturen der Welt werden die physischen Unterschiede zwischen den Geschlechtern für soziale Unterscheidungen genutzt. Das Geschlecht stellte eine der frühesten Formen von (zugeschriebener) Gruppenidentität dar und Menschen neigen eher dazu, andere auf Grundlage des Geschlechts zu kategorisieren, anstelle von z.B. dem Alter oder der ethnischen Zugehörigkeit (Glick und Fiske 1996, S.493). Zu den traditionellen deskriptiven geschlechtsspezifischen Stereotypen zählt beispielsweise die Annahme, dass Männer von Grund aus Handlungsorientiert sind, Führungsqualitäten sowie Ehrgeiz und Wettbewerbsfähigkeit besitzen. Frauen werden währenddessen öfter als fürsorglich, empathisch und emotional gesehen. Geschlechtsspezifische Stereotypen sind von sozialen Normen hinsichtlich der Ideale und der Praktiken von Männlichkeit und Weiblichkeit geformt, die wiederum durch den kulturellen und gesellschaftlichen Kontext gebildet werden

(Stewart et al. 2021, S.1). Diese Konzeptionen von geschlechtsspezifischen Eigenschaften und Verhalten stehen in einem wechselseitigen Verhältnis zu Sexismus. Dieser wird meistens als Frauenfeindlichkeit begriffen. Jedoch muss diese Sichtweise darum ergänzt werden, dass auch Männer mit stereotypischen Vorstellungen zu kämpfen haben und dass nicht jede stereotypisierte Annahme auf feindseligen Einstellungen beruht. Sexismus ist demnach ein multidimensionales, ambivalentes Konstrukt (Glick und Fiske 1996, S.491). Da die stereotypisierten Vorstellungen sozial vermittelt werden, geschieht dies auch medial. Demnach ist es von Interesse zu betrachten, ob der Konsum bestimmter pornographischer Medien einen merklichen Einfluss daran nimmt.

3. Theoretischer Hintergrund und Leitmodelle

Wie der Mensch mit Medien interagiert, beziehungsweise wie das Medium mit den Menschen interagiert, beschäftigt die Wissenschaft schon seit einiger Zeit. Wie dabei der Begriff des Mediums definiert wird, fällt unterschiedlich aus. Einige sehen die Genese der Medien in Gutenbergs Presse und beweglichen Lettern im Jahr 1455 (Fortner 2014, S.22). Viele Medienhistoriker:innen und Expert:innen anderer Felder gehen jedoch davon aus, dass bereits prähistorische Gegenstände und Darstellungen als Medien zu werten sind. Die meisten Ansätze sind sich jedoch einig, dass Medien als Werkzeuge zur Informationsübermittlung dienen. Um seinen medialen Charakter zu erhalten, muss ein Medium demnach zu einem bestimmten Zeitpunkt eine Information vermitteln, wobei diese untrennbar mit den Kontexten verbunden ist, in denen die Herstellung und die Rezeption ablaufen. Das Medium stellt also einen Kanal für Kommunikation dar, bei dem die Art der Übermittlung grundsätzlich unwesentlich für die Klassifikation als solches ist (Bechmann Pedersen et al. 2023, S.8).

In der Kommunikationswissenschaft gibt es verschiedene Auffassungen vom Medienbegriff, wobei bei fast allen die Ansicht zentral ist, dass jede menschliche Kommunikation durch den Einsatz bestimmter Mittel vollzogen wird (Mock 2006, S.188). Der Medienbegriff wird breit gefasst und umfasst unter anderem elementaren Verständigungsmöglichkeiten wie Sprache, bis hin zu abstrakteren, wie beispielsweise Rauchzeichen. Menschen nehmen Medien über die physischen Sinne wahr. Zur Rezeption einer medialen Botschaft muss mindestens einer unserer Sinne durch das Medium stimuliert werden. Durch den Einsatz bestimmter Techniken, wird ein Medium nach Marshall McLuhan zu einer Erweiterung der eigenen Person durch die Veränderung der Wahrnehmung (Jäckel 2011, S.302). Die genaue Art der Erweiterung ist von

den spezifischen Gegebenheiten des Mediums abhängig und verändert sich mit den zur Verfügung stehenden technischen Möglichkeiten. Gerade auch deshalb verändert sich die Wirkungsforschung als Forschungsfeld und entwickelt sich mit der Gesellschaft weiter. Somit befindet sich die Wirkungsforschung eingebettet in einer sich fortlaufend transformierenden Medienlandschaft, was sich auch in den Forschungsfeldern- und interessen widerspiegelt.

Jede Form der Kommunikation bedarf eines Mediums. Es gibt keine unvermittelte Kommunikation (Mock 2006, S.183). Das Medium wird zum Ausdrucksmittel und schafft die Voraussetzungen dafür, dass Inhalte sinnlich wahrnehmbare Gestalt annehmen können (Burkart 2021, S.36). Unsere Wahrnehmung der Welt erfolgt demnach durch ein Medium vermittelt. Dabei befindet sich das Medium selbst oft im Hintergrund des Wahrnehmens. Erst bei Störungen oder Fehlfunktionen tritt das Medium selbst in den Vordergrund (Krämer 2015, S.31). Die Forschung unterscheidet hier zwischen verschiedenen Medieneigenschaften, die Medienwirkungen beeinflussen können. Hier wird zum einen die Modalität des Mediums analysiert, also ob die Inhalte z.B. mittels Text, auditiv, visuell oder audiovisuell vermittelt werden. Weiters werden die Inhaltseigenschaften, also ob es sich dabei beispielsweise um Inhalte der Gewalt oder Ängste handelt, sowie strukturelle Eigenschaften beachtet. Ein zentraler Gedanke zur Beschaffenheit eines Mediums stammt von Marshall McLuhan. Die vielzitierte Aussage "the medium ist the message" verdeutlicht seinen Ansatz gut. Er sieht die primäre Dringlichkeit der Untersuchung nicht in den medial vermittelten Inhalten, sondern im Kommunikationsmedium selbst (Valkenburg et al. 2016, S.322). Dies bedeutet, dass ein Medium, allein durch seine Existenz und unabhängig vom vermittelten Inhalt, bereits spezifische Wirkungen entfalten kann, da es die menschliche Erfahrung verändert. Medien sind demnach Erweiterungen unserer Sinne und unseres Körpers. Eine Kamera erweitert beispielsweise das Auge, das Radio das Ohr. Diese Erweiterungen prägen unsere Wahrnehmungsmuster und unser Verhalten. Sie üben demnach also jederzeit auch eine Wirkung aus (Jäckel 2011, S.303).

Die Modalität eines Mediums beeinflusst daher die Art, wie Informationen wahrgenommen und verarbeitet werden, wesentlich. Jede Modalität besitzt spezifische Merkmale, die sich auch in gewisser Weise auf Rezeption und Wirkung auswirken. Textbasierte Medien ermöglichen es den Leser:innen, die Informationsaufnahme in einem höheren Ausmaß selbst zu steuern, was mit einer höheren Selektivität verbunden ist. Sie bieten tendenziell ausführlicher aufbereitete Informationen und scheinen für den Wissenserwerb im Vorteil zu sein (Jäckel 2011, S.335). Die Bedeutung von Inhalten wird dabei aktiv vom Lesenden konstruiert (Lewandowski 2012, S.34). Im Kontext von Pornographie sind Texte darauf ausgelegt, ein Bedürfnis der Lesenden

zu stillen und stellen Wünsche zumeist direkt dar (Sontag 2006, S. 61) Auditive Medien sind im Vergleich eher flüchtig (Jäckel 2011, S.335). Ein charakteristisches Merkmal ist, dass Zuhörer:innen sie oft konsumieren können, während sie andere Aktivitäten ausführen. Audiobasierte Pornographie basiert zu großen Teilen auf der Stimme und der Mobilisierung einer geteilten Imagination von Sexualität (Bellas und McAlister 2023, S. 2). Audiovisuelle Medien übermitteln eine Bedeutung, die sich dadurch auszeichnet, dass sie immer eine gewisse Klarheit und Unwiderlegbarkeit beinhaltet. Bilder können komplexe Inhalte in leichter verständliche Metaphern übersetzen und aktivieren so die Aufmerksamkeit (Lewandowski 2012, S.212). Audiovisuelle Medien führen im Gegensatz zu textbasierten Medien oft zu einer weniger selektiven und unbewussteren Rezeption, da der Rezeptionsablauf vorgegeben ist (Jäckel 2011, S.335). Sie heben die Grenzen zwischen privatem und öffentlichem Raum auf, indem sie die Zuschauenden in Themen hineinziehen, die sie zuvor nicht direkt betrafen. Neuere Technologien verstärken das Gefühl des Dabeiseins und der imaginierten Realität des Dargestellten (Simon und Greitemeyer 2019, S.1). Videos haben die Tendenz, ihre eigene Medialität in gewissem Maße unsichtbar zu machen, während durch Techniken wie Schnitte die Wahrnehmung der Rezipient:innen gezielt beeinflussen kann. Im Kontext der Pornographie können visuelle Darstellungen unbewusste sexuelle Fantasien in darstellbare Szenen verwandeln und (Lewandowski 2012, S.84).

Wie sich die Wirkung eines Mediums niederschlägt, ist von zahlreichen individuellen sowie gesellschaftlichen Faktoren abhängig. Bisher konnte keine allgemeingültige Wirkungstheorie etabliert werden, es gibt daher einige theoretische Ansätze, die sich mit der Frage nach der Wirkung der Medien beschäftigen. Der Ausgangspunkt der Medienwirkungsforschung ist in bereits etablierten Fächern zu verorten. Der Bereich der Wirkungsforschung ist von Interdisziplinarität geprägt und vereint Ansätze und theoretische Gebilde unterschiedlicher Disziplinen wie unter anderem die der Soziologie, Psychologie oder der Wirtschaftswissenschaften. Bereits Max Weber, Carl Hovland oder auch Paul Lazarsfeld setzten sich mit den Wirkungen bestimmter Medieninhalte auf Teile der Bevölkerung auseinander. Die Wirkungsforschung zeichnet sich dadurch aus, dass der Fokuspunkt der Forschung auf den auf Medieninhalte zurückführbaren temporären und anhaltenden Änderungen an Individuum und Gesellschaft liegt (Bilandzic et al. 2014, S.159). Der erste Weltkrieg zeichnet eine besondere Fokussierung der Wissenschaft auf das Propaganda-Potenzial der Massenmedien aus. In den folgenden Jahrzehnten weitete sich das Forschungsfeld auch auf kommerzielle Medienbotschaften und deren Wirken auf die individuellen Konsument:innen aus (Burkart 2021, S. 148).

Alle Medien haben ein gewisses Kommunikationspotenzial. Um dieses Potenzial zu realisieren, müssen medial vermittelte Botschaften von allen Kommunikationspartner:innen mit Sinn versehen werden. Ob der wahrgenommene Sinn von allen Kommunikator:innen auf die gleiche Weise interpretiert wird, ist von mehreren Faktoren abhängig, wie unter anderem der jeweiligen Sozialisation, dem momentan verfügbaren Wissensvorrat sowie dem Rezeptions- und Verfassungszeitpunkt (Dittmar 2012, S.77). Um die Wirkung von Medien besser verstehen zu können, differenzieren Bonfadelli und Friemel (2017, S.11) drei Phasen des Kommunikationsprozesses, sowie damit zusammenhängende Wirkungsbereiche. Der Kommunikationsprozess kann demnach in Phasen unterteilt werden, die alle einen Einfluss auf die Weise, wie ein Medium auf die Rezipierenden ausüben. Die präkommunikative Phase bezeichnet die Wirkungen, die sich vor der Interaktion mit dem Medium vollziehen, worunter beispielsweise die individuellen Erfahrungen oder der Wissensvorrat der Rezipient:innen fallen. Darauf folgt die kommunikative Phase, wobei die unmittelbaren Prozesse des Medienkonsums thematisiert werden. Die postkommunikative Phase beherbergt alle Folgen, die nach dem Konsum des jeweiligen Mediums eintreten, wie zum Beispiel eine durch den Medienkontakt hervorgerufene Verhaltensänderung. Demnach sind die eigentlichen Wirkungen in der postkommunikativen Phase zu suchen. Diese können sich auf unterschiedliche Bereiche auswirken wie unter anderem im Verhalten, der Meinung, den Emotionen oder auch im Körper der Rezipient:innen (Burkart 2021, S.146).

Um die Komplexität der Mediennutzung und -wirkung umfangreich zu erfassen, müssen die tieferliegenden Motive beleuchtet werden, weshalb sich Individuen überhaupt einem bestimmten Medium zuwenden. Dieser Prozess ist kein passives Reagieren auf Stimuli, sondern vielmehr als aktives, zielgerichtetes Handeln zu verstehen. Die Zuwendung zu Medien ist nicht allein eine Funktion des Medienangebots, sondern hängt untrennbar mit sozialen und psychologischen Bedürfnissen zusammen, die auch bestimmte Erwartungen an Medien generieren und somit auf die Auswahl und Nutzung von Medienangeboten wirken (Katz et al. 1973, S.164; Burkart 2021, S.183; Stark und Schneiders 2022, S.50). Diese Präferenzen und Motivationen sind keineswegs statisch, sondern verändern sich laufend. Sie werden durch wiederholte Anwendung eingeübt und beeinflussen Auswahlentscheidungen, wobei auch bisherige Erfahrungen mit Medienangeboten eine entscheidende Rolle spielen, da eine positive Erfahrung tendenziell zu wiederholter Zuwendung führt. Gleichzeitig ist dieses Mediennutzungsverhalten stark situationsabhängig, da die aktuelle Alltagssituation der Rezipient:innen die Qualität der Rezeptionsprozesse maßgeblich prägt (Zillich 2013, S.204). Darauf aufbauend kann angenommen werden, dass sich das gesamte Mediennutzen in einem dynamischen, nicht-fixierten Zustand befindet. Es handelt sich um ein komplexes

Beziehungsgeflecht, in dem Medienbotschaft, Person und Situation in gegenseitiger Wechselwirkung stehen und sich fortwährend beeinflussen. Diese Transaktionen finden sowohl zwischen dem Medienangebot und dem Rezipienten als auch innerhalb des Rezipienten selbst statt, wobei Ursache und Wirkung nicht immer strikt voneinander zu trennen sind. Das Verständnis dieser prozessorientierten, sich ständig wandelnden Dynamik ist der Kern des dynamisch-transaktionalen Ansatzes, der ein integratives Paradigma für Medienrezeption und Medienwirkungen darstellt (Burkart 2021, S.198; Jäckel 2011, S.95). Hier wird von einem aktiven, intentional handelnden Publikum ausgegangen, dass sich bei seiner Medienwahl von unterschiedlichen Faktoren leiten lässt aber das gleichzeitig auch eine passive Rolle im Kommunikationsprozess einnehmen kann. Der dynamisch-transaktionale Ansatz sieht Kommunikation als dynamischen Prozess der von einer transaktionalen Beziehung zwischen Kommunikator:innen und Rezipient:innen gekennzeichnet ist, die eine eindeutige Differenzierung in Ursache und Wirkung nicht zulässt. Außerdem laufen die Mediennutzung und -wirkung im Alltag selten strikt voneinander getrennt ab, sondern manifestieren sich als simultan ablaufende Phänomene. Im Kontext des dynamisch-transaktionalen Ansatz identifizieren Früh und Schönbach zwei Transaktionen, die sich während des Kommunikationsprozesses vollziehen. Die Inter-Transaktion besteht zwischen der Botschaft des Mediums und den Rezipierenden. Hierbei steht die Wechselwirkung zwischen Medium und Rezipient:innen im Mittelpunkt. Jede Medienbotschaft hat ein gewisses Stimulationspotenzial, wobei der jeweilige Rezipierende selbst, teilweise aktiv, daran beteiligt ist, welche Inhalte der Botschaft aufgenommen werden und wie diese interpretiert werden. Wie mit welchen Inhalten umgegangen wird ist demnach abhängig von der jeweiligen Rezeptions-Situation sowie den individuellen Erfahrungen und der Sozialisation der Rezipient:innen. Die Intra-Transaktion bezieht sich auf die Synergie des Wissens und der Aktivierung der Rezipierenden. Unter Aktivierung ist das Themeninteresse als auch der Grad der Aufmerksamkeit zu verstehen. Besteht ein themenbezogenes Interesse, ist die Informationsaufnahme intensiver. Die Intra-Transaktion zeigt, dass die Wirkungen von Medien nicht ausschließlich von äußeren Bedingungen abhängig sind, sondern zu großen Teilen an die individuellen Neigungen und die Wissensvorräte der Rezipient:innen gebunden sind (Burkart 2021, S. 198; Gehrau 2016, S.184).

Medien und ihre Nutzer:innen reagieren permanent aufeinander und können daher sowohl als Ursache als auch als Wirkung der jeweils anderen betrachtet werden (Donsbach und Mothes 2013, S.6). Die Bedürfnisse, Überzeugungen und das Vorwissen sowie die Interessen des Publikums wirken wechselseitig auf die Medien ein, die speziell für ein bestimmtes Publikum geschaffen werden. Diese Wechselwirkungen können sowohl reale als auch imaginäre

Dimensionen umfassen und sich über Medientechnologien manifestieren. Das dynamisch-transaktionale Modell integriert daher sowohl die traditionellen Medienwirkungsmodelle, in denen Medienbotschaften das Individuum beeinflussen, als auch den Uses-and-Gratifications-Ansatz, der die Bedürfnisse der Mediennutzenden als Ausgangspunkt für medieninduzierte Effekte betrachtet. Innerhalb dieses Modells beeinflussen sich Medienbotschaften und individuelle Eigenschaften des Publikums über die Zeit hinweg dynamisch und wechselseitig (Döveling und Konijn 2021, S.75).

In Hinblick auf die vorliegende Fragestellung kann der dynamisch-transaktionale Ansatz von Fröh und Schönbach dazu genutzt werden, näher zu beleuchten, wie sich die aktive Medienauswahl auf die Rezipient:innen auswirkt. Unterschiedliche Formen pornographischer Medien besitzen verschiedene Stimulationspotenziale. Videos bieten den Rezipierenden auditive und vor allem visuelle Reize, auditive pornographische Medien sprechen mittels Ton die Sinne an und Literatur kann die Vorstellungskraft anregen. Verschiedene Formen von Medien werden auch auf unterschiedliche Weise rezipiert. Videoaufnahmen stellen beispielsweise Akte dar, die für die Konsument:innen in ihrer realen Umgebung rekonstruierbar sind, da sie an alle realen Marker der Wirklichkeit, wie physikalische Gesetzmäßigkeiten oder körperliche Möglichkeiten gebunden sind. Audioaufnahmen oder Literatur können auf eine fantastische, nicht zwingend an die Realität gebundene Ebene ansprechen, wodurch auch die Wahrnehmung der Rezipierenden beeinflusst wird (Boyle 2000, S.189). Die Auswahl des präferierten pornographischen Mediums steht in Zusammenhang mit den individuellen Vorlieben und gegenwärtigen Bedürfnissen der Rezipierenden. Die Interpretation der aufgenommenen Inhalte basiert auf dem Kontext sowie den jeweiligen Erfahrungen und Erwartungen. Nach der Auffassung des dynamisch-transaktionalen Ansatzes haben unterschiedliche pornographischen Medien das Potenzial unterschiedliche Grade von Aktivierung bei den Rezipierenden hervorrufen. Außerdem können die konsumierten Medieninhalte des Weiteren auch zu einer Veränderung im Wissen und den Einstellungen führen.

Der dynamisch-transaktionale Ansatz von Fröh und Schönbach bietet eine umfassende Betrachtungsweise für die Untersuchung des Konsums und der Zuwendung zu verschiedenen Formen von pornographischem Material. Er ermöglicht die Berücksichtigung der komplexen, wechselseitigen und dynamischen Interaktionen zwischen den Medieninhalten und den Rezipient:innen und bietet somit ein tieferes Verständnis der vielfältigen Wirkungen von Pornographie. Dieser theoretische Rahmen liefert somit wertvolle Anknüpfungspunkte für die weiterführende Forschung, die sich der Analyse der pornographischen Medienrezeption

widmet. Ein Blick auf den aktuellen Forschungsstand wird im Folgenden aufzeigen, wie bisherige Studien die Effekte verschiedener Medienformen auf die Wahrnehmung und die möglichen Einstellungsänderungen der Rezipierenden beleuchten und welche offenen Fragen für zukünftige Untersuchungen bestehen.

4. Stand der Forschung: Entwicklungen und zentrale Befunde

4.1. Empirische Untersuchungen zur Medienwirkung

Bereits während des Ersten Weltkriegs wurde die Wirkung von Propaganda auf die Bevölkerung systematisch und empirisch untersucht, was als Beginn der Wirkungsforschung gilt und eine Grundlage für die spätere Kommunikationswissenschaft darstellt. In den 1920er Jahren entstand schließlich das Konzept der „Massenmedien“, das Medienformen beschreibt, die es erstmals ermöglichten, eine große Anzahl von Menschen zeitgleich zu erreichen. Zu diesen ersten Massenmedien zählten das Radio, Zeitungen und der Film, die eine breite und gleichzeitige Verbreitung von Informationen und Meinungen ermöglichten und somit eine neue Art der kollektiven Rezeption von Inhalten einführten (Burkart 2021, S. 148). Mit der Entwicklung dieser Massenmedien erweiterte sich auch das Forschungsfeld der im Entstehen begriffenen Feld der Kommunikationswissenschaft. Zentrale Studien zu den Wirkungen der Medien in dieser Zeit nahmen häufig eine individualistische Perspektive ein, indem sie nach den spezifischen Effekten medial vermittelter Inhalte auf das Verhalten und die Einstellungen einzelner Rezipient:innen fragten. Der Fokus lag hier oft auf der Untersuchung, wie und in welchem Ausmaß die durch die Medien verbreiteten Botschaften das Denken und Handeln der Individuen beeinflussen konnten. Diese Perspektive prägte frühe Modelle der Medienwirkungsforschung, die die Medien als potenziell starke Einflussfaktoren auf das Individuum verstanden. Bedeutsam ist auch, dass die Anfragen zur Erforschung der Medienwirkungen und ihrer Mechanismen sowohl von staatlichen und politischen Institutionen als auch von großen Unternehmen, Werbeagenturen und bisweilen auch von den Medienhäusern selbst stammten (Valkenburg et al. 2016, S.2). Diese Akteure sahen in der Erforschung der Medienwirkung ein Instrument zur strategischen Steuerung von Meinungsbildung und Konsumverhalten, was wiederum das Interesse an fundierter wissenschaftlicher Analyse weiter antrieb und das Feld der Kommunikationsforschung langfristig etablierte.

Das Forschungsfeld der Medienwirkungsforschung ist keinesfalls ein statisches, sondern unterliegt einem fortwährenden Wandel, der sich analog zur verändernden Gesellschaft und den sich entwickelnden Medienformen vollzieht. In den frühen Jahren der Wirkungsforschung dominierte die Annahme einer starken Medienwirkung. Man ging davon aus, dass Medien eine nahezu uneingeschränkte Macht besäßen, der ein passives Publikum ausgeliefert sei. Diese Auffassung war stark geprägt von den damaligen psychologischen und soziologischen Erkenntnissen, deren Einfluss sich unmittelbar auf die theoretischen Annahmen in der Medienwirkungsforschung niederschlug. In dieser Zeit formte sich die erste medienwirkungsbezogene Theorie, die sogenannte Stimulus-Response-Theorie der Massenkommunikation (Vitouch 2007, S. 35). Diese Theorie postulierte, dass Medienbotschaften bei allen Rezipient:innen ähnliche, vorhersehbare Reaktionen hervorrufen, indem bestimmte Reize (Stimuli) immer die gleiche Reaktion auslösen (Schenk 2007, S. 25). Mit der fortschreitenden Forschung und den daraus gewonnenen neuen Erkenntnissen stellte sich heraus, dass diese simple Stimulus-Response-Perspektive den komplexen Einflussprozessen, denen Mediennutzer:innen ausgesetzt sind, nicht gerecht wurde.

In der Folge wurden individualpsychologische und soziologische Aspekte, wie die spezifische Sozialisation und persönliche Einstellungen der Rezipient:innen, zunehmend in die Forschung integriert. Ein wichtiger Beitrag in diesem Zusammenhang kam von den Forscher:innen um den Psychologen Carl Hovland, die im Jahr 1949 Propagandafilme in Hinblick auf ihre Überzeugungskraft analysierten. Hovland und seine Kolleg:innen stellten fest, dass individuelle Faktoren, wie etwa persönliche Überzeugungen und Erfahrungen, eine signifikante Rolle dabei spielten, wie stark sich das Publikum von den medialen Inhalten beeinflussen ließ (Burkart 2021, S. 159). Ein weiterer zentraler Meilenstein in der Entwicklung der Wirkungsforschung war die Studie „The People’s Choice“ von Paul Lazarsfeld aus dem Jahr 1940, die sich auf die amerikanische Präsidentschaftswahl konzentrierte. Lazarsfeld fand heraus, dass nur ein kleiner Teil der Wähler:innen während des Wahlkampfes seine Meinung änderte, was darauf hinwies, dass das Publikum keineswegs so passiv auf mediale Inhalte reagiert, wie zunächst angenommen. Vielmehr schienen persönliche Erfahrungen und das soziale Umfeld großen Einfluss auf die Meinungsbildung zu haben (Burkart 2021, S. 168). Zu Beginn der 1960er Jahre veröffentlichte Joseph T. Klapper sein Werk „The Effects of Mass Communications“, in dem er auf Basis einer umfassenden Literaturanalyse argumentierte, dass Medienwirkungen nicht isoliert betrachtet werden sollten. Klapper legte dar, dass mediale Botschaften stets im Zusammenspiel mit weiteren situativen und sozialen Faktoren wirken, anstatt alleinverantwortlich für bestimmte Publikumseffekte zu sein. Klapper entwirft die sogenannte Verstärkerthese. So sollen die medial vermittelten Inhalte nicht die bestehenden

Ansichten verändern, sondern diese viel eher verstärken. Nur wenn die Rezipierenden noch keine Meinung zu einem bestimmten Thema haben, können die Medienbotschaften meinungsbildend wirken. Klapper betonte damit die Rolle der Massenmedien als Teil eines umfassenderen sozialen Kontexts, innerhalb dessen sie erst ihre Wirkung entfalten. Eine Sichtweise, die auch heute in gewisser Form noch wesentlicher Bestandteil der Medienwirkungsforschung ist (Burkart 2021, S. 180).

Ab Mitte des 20. Jahrhunderts etablierte sich eine publikumszentrierte Perspektive in der Kommunikationsforschung die Mediennutzung als Werkzeug zur Bedürfnisbefriedigung sieht. Im Rahmen der Mediennutzungsforschung, die betrachtet wie Menschen mit Medien umgehen und für was sie diese verwenden, bildete sich neben dem Symbolischen Interaktionismus, der davon ausgeht, dass Menschen Gegenständen Bedeutungen zuschreiben, die auf ihrer Erfahrung beruhen, der Uses-and-Gratifications Ansatz, wonach sich das Publikum einen Nutzen bzw. eine Belohnung vom Medienkonsum erwartet. Es wird grundsätzlich angenommen, dass den Rezipient:innen ihre Bedürfnisse zumindest zu einem Teil bewusst sind und sie in der Lage sind zu ermitteln, wie sie diese befriedigen. Bereits in den 1930er Jahren legte Herta Herzog den Grundstein für den Uses-and-Gratifications Ansatz, in dem sie die Gratifikationen von Radiosendungen auf Hausfrauen untersuchte (Burkart 2021, S.184). Katz et al. (1973) untersuchten wie bestimmte Bedürfnisse mit der Zuwendung zu bestimmten Medien zusammenhängen. Die Studie zeigt, dass Menschen damals verschiedene Medien je nach Bedürfnis bevorzugten. Vor allem für persönliche Bedürfnisse bevorzugten Menschen persönliche Kontakte über mediale Kanäle. Es wurden deutliche Unterschiede zwischen den Medien in der Befriedigung spezifischer Bedürfnisse beobachtet: Zeitungen spielten eine herausragende Rolle für politische Information und gesellschaftliche Orientierung, unabhängig vom Bildungsstand der Befragten. Bücher eigneten sich am besten für Selbstreflexion, während Filme und Fernsehen vermehrt zur Unterhaltung genutzt wurden. Die Studie zeigte zudem, dass Menschen mit höherem Bildungsgrad Bücher stärker für ihre persönliche Entwicklung nutzten, während Personen mit niedrigerem Bildungsgrad eher auf Fernsehen zurückgriffen (Katz et al. 1973, S.178). Obwohl die Studie aus den 1970ern stammt und sich die Medienlandschaft seither stark gewandelt hat, bleiben die psychologischen Bedürfnisse, die Menschen mit ihrer Medienwahl ansprechen, im Kern ähnlich. Die Tendenz, Medien für soziale, persönliche und eskapistische Zwecke zu nutzen, zeigt sich bis heute, auch wenn die technischen und gesellschaftlichen Umstände inzwischen andere sind. Auf den Erkenntnissen von Katz et al. aufbauend betrachteten Rosengren und Windahl (1977) die Hinwendung zu bestimmten Medien. Ihre Untersuchung zeigt, dass das Interesse an Massenmedien damit zusammenhängt, wie stark Personen auf diese als Ersatz für direkte Kommunikation

angewiesen sind. Dabei spielt sowohl das individuelle Potenzial für soziale Interaktionen als auch der gesellschaftliche Kontext eine Rolle. Menschen in kleinen, vertrauten Gemeinschaften haben oft weniger Bedarf an parasozialen Interaktionen über Medien als Bewohner:innen großer, anonymer Städte. Identifikation und imaginäre Interaktion mit Figuren in den Medieninhalten können das Interesse an diesen weiter steigern, während die Möglichkeit zur realen Interaktion dieses eher mindert. Persönlichkeitsmerkmale sollen weniger eindeutig auf die Medienwahl wirken (Rosengren und Windhal 1977, S.349).

Der Uses-and-Gratifications Ansatz wurde nach der Kritik am Stimulus-response-Modell zu einer der vorherrschenden Sichtweisen innerhalb der Wirkungsforschung. Trotz seiner Bedeutung und der Impulse, die er für die Nutzungs- und Wirkungsforschung, insbesondere im digitalen Zeitalter, gesetzt hat, war der Uses-and-Gratifications Ansatz jedoch von Beginn an auch vielfältiger Kritik ausgesetzt. Ein Hauptkritikpunkt ist, dass der Ansatz oft eher als eine Forschungsstrategie gesehen wurde, anstatt als eine kohärente, geschlossene Theorie. Kritiker bemängelten das Fehlen einer systematischen und expliziten theoretischen Einbindung der sozialen und psychologischen Ursprünge von Bedürfnissen und Gratifikationen. Die Vielzahl an Einzelstudien, die sich auf unterschiedliche theoretische Stränge beziehen, führte dazu, dass zentrale Konzepte diffus blieben und keine allgemeingültigen Konzepte menschlicher Bedürfnisse als theoretischer Orientierungsrahmen genutzt wurden. Ebenfalls wurde vorgeworfen, sich zu stark auf intra-individuelle Prozesse zu beschränken und gesellschaftliche sowie kulturelle Einflüsse zu vernachlässigen. Dies führte dazu, dass soziale Strukturen und Prozesse, die die Mediennutzung beeinflussen, nicht ausreichend erfasst wurden (Stark und Schneiders 2022, S.61). Außerdem wurde methodisch oft auf „self-reporting“ bei Studien gelegt, was zu unbewussten und wenig reflektierten Beschreibungen der individuellen Bedürfnisse seitens der Rezipierenden führen kann (Valkenburg et al. 2016, S.320).

Die erwähnten Kritikpunkte am Uses-and-Gratifications-Ansatz erhalten vor dem Hintergrund der tiefgreifenden Veränderungen in der Medienlandschaft eine neue Dringlichkeit. Denn seit den 1980er Jahren hat sich die Nutzung von Medien zunehmend individualisiert. Diese Entwicklung wurde unter anderem mit der Verbreitung von Kabel- und Satellitenfernsehen und besonders durch die größere Zugänglichkeit des Internets in den 1990er Jahren und den damit einhergehenden technischen Möglichkeiten beschleunigt, die es Nutzer:innen ermöglichen, ihren Medienkonsum stärker auf persönliche Vorlieben und Interessen zuzuschneiden (Burkart 2021, S. 325; Valkenburg et al. 2016, S.316). Im Gegensatz zu früheren Formen des Medienkonsums, bei denen Inhalte in erster Linie an ein passives, breites Publikum gerichtet

waren, ist der Medienkonsum heute durch ein hohes Maß an Selbstbestimmung geprägt. Die Rezipient:innen entscheiden selbst, welche Inhalte sie konsumieren und in welcher Form sie dies tun möchten. Am Beispiel des Fernsehens zeigt sich dies sehr deutlich. Das Fernsehen wurde oft als ein Medium beschrieben, das zu nicht-selektiver oder weniger bewusster Nachrichtenaufnahme führt, da die Reihenfolge der Nachrichtenbeiträge vorgegeben ist. Die Rezipierenden konnten die Informationsaufnahme hier nicht in gleichem Maße steuern wie bei einer Zeitung. Während ein Zeitungslesender abstrakte nationale und internationale Nachrichten eher überspringen kann, ist dies bei einer Fernsehnachrichtensendung, bei der die Beiträge nacheinander präsentiert werden, weniger möglich (Jäckel 2011, S.335). In Zeiten von Streamingdiensten oder der großflächigen Bereitstellung von Nachrichten auf frei zugänglichen Plattformen wie unter anderem YouTube, hat sich der Zugang und der Prozess des Fernsehens deutlich verändert. Auch wenn Botschaften und Inhalte weiterhin ein großes Publikum erreichen können, ist der Prozess der Medienrezeption nicht mehr so stark auf den Massencharakter ausgerichtet wie noch in früheren Jahrzehnten. Stattdessen besteht für Mediennutzer:innen heute eine Vielzahl an Optionen, aus denen sie gezielt diejenigen Angebote auswählen können, die am besten zu ihren individuellen situativen Bedürfnissen und Interessen passen (Sawetz 2015, S.14). Diese Auswahl kann sowohl durch inhaltliche Interessen als auch durch funktionale Bedürfnisse beeinflusst sein, wie etwa den Wunsch nach Unterhaltung, Information oder sozialem Austausch (Valkenburg et al. 2016, S.320). Ein zentraler Aspekt dieser Entwicklung ist die Tatsache, dass die Auswahl der Medieninhalte umfassender wurde und noch unabhängiger von den ursprünglichen Intentionen der Erstellenden erfolgt (Lüders 2008, S.687). Das Konsumieren von Filmen und Serien kann durch Streaming Dienste fast uneingeschränkt an allen Orten oder Zeiten erfolgen. Auch Nachrichten können durch Online-Anbieter losgelöst von ihrer geographischen und temporalen Einbettung weltweit konsumiert werden. Dieses transformierte Medienhandeln verlangt auch nach einer aktualisierten Betrachtung der Beziehung zwischen den Rezipient:innen und den Herstellenden von Medien.

Die Forderung nach einem integrativen Modell, das sowohl die Angebotsseite als auch die wechselseitige Beeinflussung von Medieninhalten und Rezipientenmotiven berücksichtigt, ebnete den Weg für den dynamisch-transaktionalen Ansatz. Der dynamisch-transaktionalen Ansatz, maßgeblich von Früh und Schönbach entwickelt, verbindet explizit die kommunikator- und rezipientenzentrierten Perspektiven (Burkart 2021, S.198). Er geht davon aus, dass Medienwirkung als Resultat wechselseitiger Abhängigkeits- und Gegenseitigkeitsbeziehungen zwischen Medienbotschaft und Rezipient:in sowie innerhalb des Rezipierenden zu verstehen ist. Dies führt zu einem Wechselspiel, in dem Ursache und Wirkung nicht immer strikt

voneinander zu trennen sind, und betont die Dynamik und Prozessorientierung des Medienwirkungsprozesses (Kiefer 2017, S.691). Trotz der Relevanz transaktionsbedingter Medieneffekte wurde diesem Bereich in der Medienwirkungsforschung bislang vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Transaktionale Modelle bieten jedoch eine wertvolle Perspektive, indem sie nicht nur die Mediennutzung als Ursache von Effekten untersuchen, sondern auch die Effekte als möglichen Ausgangspunkt weiterer Mediennutzung begreifen (Valkenburg et al. 2016, S.327). Früh und Schönbach konzeptualisieren diese wechselseitigen Einflüsse als dynamisch und betonen die zentrale Rolle des sozialen Umfelds, in dem sich sowohl Produzenten als auch Konsumenten bewegen (Spiller et al. 2022, S.71). Diese Ansätze greifen auf Banduras Konzept der Handlungsfähigkeit zurück, das besagt, dass Individuen weder völlig autonom noch vollständig abhängig von ihrer Umwelt sind (Bandura 2001, S.265).

Empirische Befunde stützen diese Überlegungen und verweisen auf dynamische Rückkopplungen zwischen Mediennutzung und deren Effekten. So zeigen Studien wie die von Slater et al. (2003), dass Aggressivität sowohl durch gewalthaltige Medieninhalte beeinflusst wird als auch die Auswahl solcher Inhalte beeinflusst (S. 729). Auch Eveland et al. (2003) konnten ein reziprokes Verhältnis zwischen der individuellen Nachrichtenverarbeitung und dem politischen Wissensstand nachweisen (S.372). Peter und Valkenburg (2006) beobachteten bei Jugendlichen, dass der Konsum pornographischer Inhalte die Tendenz verstärkte, Frauen als Objekte zu betrachten, was wiederum die Nutzung und emotionale Reaktion auf solche Inhalte beeinflusste (S.641).

Diese empirischen Hinweise auf transaktionale Medieneffekte unterstreichen eindrücklich das Erklärungspotenzial des dynamisch-transaktionalen Ansatzes. Sie laden zur weiteren, systematischen Erforschung der vielfältigen und komplexen wechselseitigen Wirkungsmechanismen zwischen Medienbotschaft, Person und Situation ein, um ein realistischeres und valideres Verständnis von Medienwirkungen zu erlangen. Dabei sind sowohl Inter-Transaktionen (zwischen Medienbotschaft und Rezipient) als auch Intra-Transaktionen (z.B. zwischen Wissen und Motivation des Rezipienten) zu berücksichtigen.

4.2. Entwicklung und Geschichte der modernen Pornographie

Die Faszination für sexuelle Darstellungen ist ein zeitloses Phänomen, das sich durch fast alle menschlichen Gesellschaften und Kulturen zieht. Von prähistorischen Fruchtbarkeitsfiguren

bis hin zu den komplexen Medienlandschaften der Gegenwart finden sich immer wieder Abbildungen und Beschreibungen, die sich mit der menschlichen Sexualität und sexueller Lust auseinandersetzen. Doch so allgegenwärtig diese Darstellungen auch sein mögen, so missverständlich ist oft die Gleichsetzung mit dem Begriff der Pornographie. Die entscheidende Unterscheidung liegt nicht allein im Dargestellten selbst, sondern auch in der zugrundeliegenden Intention der Produzierenden und weiter in der, der Konsumierenden. Ein Blick in die Antike verdeutlicht dies. Bereits im antiken Athen wurden Vasen in großer Zahl gefertigt und verbreitet, die explizit erotische Szenen zeigten (Oakley und Palagia 2009, S. 159). Diese Kunstwerke stellten unzweifelhaft sexuelle Handlungen dar, doch ob sie damit bereits als Pornographie im modernen Sinne zu klassifizieren sind, bleibt offen. Für Historiker:innen und Archäolog:innen ist die ursprüngliche Absicht hinter der Erstellung dieser Artefakte oft nicht eindeutig. Diese Ungewissheit unterstreicht die Notwendigkeit, bei der Betrachtung historischer und zeitgenössischer sexueller Darstellungen über die bloße Bildsprache hinauszublicken und die Produktions- als auch die Konsumtionsabsicht als zentrale Faktoren für die Definition von Pornographie heranzuziehen.

Die Geschichte der Pornographie ist von Wellen der kulturellen und politischen Empörung und Zensur gekennzeichnet. Die moderne Pornographie entwickelte sich in Europa nahezu zeitgleich mit der Druckindustrie. Diese technologische Innovation bot die Grundlage für eine breitere Verbreitung von Inhalten, die bis dahin nur schwer zugänglich waren. Das gesteigerte Interesse am menschlichen Körper im Europa der Renaissance führte neben anatomischen, medizinischen Zeichnungen auch zu erotischen Darstellungen. Ebenfalls wurden zahlreiche erotische Texte in Anlehnung an Werke aus der römischen und griechischen Antike verfasst. Diese Werke stießen jedoch rasch auf Widerstand. Zeitgenössische pornographische Texte wurden 1563 vom Konzil in Trient verboten. Die europäische Produktion sexueller Werke fand in den folgenden Jahrhunderten zu großen Teilen in Frankreich und Italien statt. Im Laufe des 18. Jahrhunderts breiteten sich pornographische Inhalte über den gesamten europäischen Kontinent aus. Mit dem 19. Jahrhundert und der Industrialisierung des Buchdrucks wurden pornographische Texte nicht nur massenhaft produziert, sondern auch mit Holzschnitten illustriert und über Märkte vertrieben. Neben den bis dahin verfügbaren Taschenbüchern und Flugblättern etablierten sich zudem neue Medienformate, wie pornographische Postkarten, oft aus den europäischen Kolonien stammend, sowie Automaten und auch erste Filme, die sexuelle Inhalte darstellten (Sigel 2005, S. 14). Diese Diversifizierung der Medienkanäle markierte einen entscheidenden Wendepunkt in der Zugänglichkeit und Verbreitung pornographischer Inhalte. Die fortwährende Evolution der Darstellung und

Distribution ist dabei stets geprägt von den gesellschaftlichen Normen und technologischen Möglichkeiten.

Das ausgehende 19. Jahrhundert markierte einen Wendepunkt in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit menschlicher Sexualität. Die aufkommenden wissenschaftlichen Disziplinen der Psychologie, Soziologie und Anthropologie begannen eine ernsthafte und Untersuchung des Themas. In diesem Kontext etablierte sich eine klare Abgrenzung, bei der Werke, die für eine akademische Betrachtung als ungeeignet erachtet wurden, als pornographisch klassifiziert wurden. Nach dem Ersten Weltkrieg erlebte Westeuropa einen signifikanten kulturellen Wandel, der sich auch in einem neuen Körperkult manifestierte. Der Körper und damit auch die Sexualität wurden zu zentralen Symbolen naturistischer Bewegungen. Diese Bewegungen propagierten eine Rückkehr zur Natur und positionierten sich gegen den industriellen Kapitalismus und die zunehmende Urbanisierung. Paradoxe Weise entstand zeitgleich eine neue Industrie, die den nackten Körper kommerzialisierte. Zeitschriften, Filme, Bücher und Fotografien, die explizite Darstellungen enthielten, fanden immer mehr Anklang am Markt. Die faschistischen Regime des frühen 20. Jahrhundert sahen Pornographie als Zeichen des sozialen Verfalls. Die Nachkriegszeit brachte mit dem verstärkten amerikanischen Einfluss auf Westeuropa auch eine neue Welle pornographischer Inhalte mit sich, von importierten "Pin-Ups" bis hin zum Aufkommen des "Playboy"-Magazins. Interessanterweise reagierten die liberalen Staaten Westeuropas mit einer erneuten Zensur sexueller Inhalte, um sich durch eine vermeintliche kulturelle Überlegenheit von den faschistischen und kommunistischen Regimen abzugrenzen. Eine weitreichende Legalisierung pornographischer Werke setzte erst ab den 1960er Jahren ein, oft verbunden mit der Voraussetzung eines nachweisbaren künstlerischen oder historischen Wertes (Sigel 2005, S.15). Diese Liberalisierung wurde maßgeblich von den Forderungen der Neuen Linken in Europa nach individueller Emanzipation getragen, was eine wachsende Akzeptanz von pornographischem Material nach sich zog (Dean 2000, S.7).

Die Antipornographie-Bewegung in den Vereinigten Staaten wurde maßgeblich von christlichen Bewegungen und radikalen Feministinnen wie Catherine MacKinnon und Andrea Dworkin getragen. Letztere vertrat die These, dass Pornographie in erheblichem Maße zur sozialen Objektwerdung der Frau beitrage und somit patriarchale Gewalt begünstige (Owen 2024, S. 3). Diese Ansätze fanden jedoch in Europa kaum nennenswerte Verbreitung oder Akzeptanz (Rasmussen 2016, S. 175; Gustafsson 2022, S. 101; Marwick 1998, S. 739). Die in den 70er und 80er Jahren verbreitete radikalfeministische Betrachtungsweise ging von einem Zusammenspiel zwischen gesellschaftlichen patriarchalen

Strukturen und der Pornographie Branche aus, wobei sich beide gegenseitig beeinflussen und in permanenter Wechselwirkung miteinander stehen. Radikale Feministinnen sehen in der Pornographie ein Werkzeug zur Objektifizierung und Ausbeutung der Frauen und ihrer Körper, wobei dieser Prozess medienunabhängig, sowohl durch Bild als auch durch Schrift, ablaufe. Demnach soll die Pornographie durch die Sexualisierung der Beherrschung und Erniedrigung von Frauen zur Verfestigung bestehender gesellschaftlicher und kultureller Einstellungen beitragen (Cawston 2018, S.637; MacKinnon 1987, S.176, Longino 1980, S. 45).

Die derzeitige gesellschaftliche feministische Sichtweise auf Pornographie ist deutlich differenzierter und gespaltener als die radikalfeministische Haltung. Eine signifikante Anzahl von Feministinnen vertritt heute einen sexpositiven Ansatz, der Pornographie als eine potenzielle Möglichkeit für die sexuelle Ermächtigung interpretiert und sie nicht per se als inhärent frauenfeindlich betrachtet. Diese liberaleren Ansätze konnten sich vor allem im Zusammenhang mit der Entkriminalisierung von Pornographie durchsetzen (Jaggar 1994, S. 178). Nach dieser Auffassung wird Sexarbeit als eine autonome Wahl dargestellt, wobei jede Frau das uneingeschränkte Recht besitzen sollte, über sich und ihren Körper selbst zu bestimmen. Feministische Pornographie baut auf dieser Annahme auf und verfolgt das Ziel, das medial vermittelte Bild von Frauen und ihrer Sexualität der gelebten Realität näherzubringen und Stereotypen entgegenzuwirken (Cornell 2000, S. 564).

Oft wird Pornographie als ein triviales Phänomen abgetan, das lediglich banale Botschaften über Sexualität vermittelt. Tatsächlich leistet Pornographie zu jedem Zeitpunkt auch eine kulturelle Arbeit. Sie ist tief in ihren jeweiligen gesellschaftlichen Produktions- und Rezeptionskontext eingebettet und kann, und sollte, keinesfalls isoliert davon betrachtet werden. Die verbreitete Nutzung des Internets hat die Produktion, den Konsum und die Verbreitung von pornographischem Material in einem rasanten Tempo beschleunigt. Die digitale Ära ermöglicht einen beispiellosen und nahezu unbegrenzten Zugang zu einer schier unendlichen Vielfalt an Inhalten. Doch auch schon vor dem digitalen Zeitalter übte Pornographie einen beträchtlichen Einfluss auf Individuen und die Gesellschaft aus. Dieser Einfluss ist ein komplexes Forschungsfeld, das einer fortwährenden Untersuchung bedarf, um seine Facetten und Auswirkungen noch weiter zu erfassen. Die Pornographie ist somit auch ein Beispiel dafür, wie gesellschaftliche Normen, politische Ideologien und technologische Entwicklungen die Definition, Produktion und Rezeption sexueller Darstellungen immer wieder neu formen und neu verhandeln.

4.3. Forschungsfelder und Perspektiven der Pornographieforschung

Die systematische wissenschaftliche Erforschung der Auswirkungen von Pornographie auf die Konsument:innen begann in den 1960er Jahren, veranlasst durch den Prozess Stanley vs. Georgia aus dem Jahr 1969. Der US-amerikanische Supreme Court beschloss ein Recht auf den Privatbesitz von Pornographie, wobei jedoch festgestellt werden muss, was für eine Art von Material vorliegt. Verboten werden kann nur jenes Material, das das Leben der Menschen negativ beeinflusst. Daraufhin kam es zum Erlass der *Commission on Obscenity and Pornography*, die beauftragt wurde die Auswirkungen von Pornographie wissenschaftlich zu beleuchten. Die Kommission befasste sich vor allem damit, ob der Konsum pornographischer Medien in Zusammenhang mit Aggression, Kriminalität und Vergewaltigung stehen. Sie folgte nach einer Forschungsperiode von ungefähr neun Monaten, dass bisher keine eindeutigen Beweise für einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Konsum pornographischen Materials und straffälligem sexuellen Verhalten gefunden werden konnte, wobei eine mögliche Verbindung zu gesteigerter Aggression vermutet wurde (Lewis 2008, S.12; Funston 1971, S.650; Rasmussen 2016, S.176). Andere Dimensionen, die potenziell von Pornographie Konsum beeinflusst werden können, wie zum Beispiel Scheidungsraten oder Ansichten zur Gleichberechtigung von Frauen, fanden in der Analyse keine Beachtung.

Viele Wissenschaftler:innen übernahmen die Funde der Kommission und setzten sich in ihren Forschungen nicht mit den möglichen negativen Effekten von Pornographie auseinander (z.B. Brown et al. 1973; Fisher und Barak 1991). Einige Forscher:innen konnten allerdings in experimentellen Studien eine Beziehung zwischen aggressivem Verhalten und dem Konsumieren von pornographischem Material identifizieren, oftmals integrierten sie dabei eine radikal feministisch geprägte Perspektive, wobei ein möglicher Zusammenhang des Konsums mit Vergewaltigung und verstärkter Geschlechterungleichheit vermutet wird (Malamuth 1978, S.5; Brownmiller 1976, S.11; Russell 1988, S.41). In einem Experiment zeigten McKenzie-Mohr und Zanna (1990) männlichen Teilnehmern pornographische Videos oder ein neutrales Video, um die Hypothese zu testen, dass der Konsum von gewaltfreier Pornographie bei Männern dazu führen kann, dass Frauen als Sexualobjekt betrachtet werden. Nach dem Konsum wurden die Partizipierenden Männer von einer Frau interviewt. Jene Männer, die pornographische Inhalte konsumiert haben erinnerten sich eher an die körperlichen Merkmale der Frau, und weniger an ihre intellektuellen Qualifikationen. Die weibliche Interviewerin, die die Versuchsbedingungen nicht kannte, stuft die Männer, die der Pornographie ausgesetzt waren, als sexuell motivierter ein als jene Männer, die das neutrale Video sahen (S.296). In einem ähnlichen Experiment zeigten Jansma et al. (1997) übereinstimmende Resultate,

jedoch nur beim Konsum von degradierender Pornographie (S.15). Hald et al. (2013) kamen zu dem Schluss, dass der Konsum jeglicher pornographischen Inhalte zu einer Erhöhung an feindseligen sexistischen Ansichten führen kann (S.654). Andere Studien konnten wiederum keinen Zusammenhang zwischen Pornographie Konsum und solchen Einstellungen feststellen (Barak und Fisher 1997, S.363).

Donnerstein und Linz (1986) fanden heraus, dass pornographische Filme, in denen explizite Darstellungen sexueller Gewalt enthalten sind, das Potenzial haben zu gesteigertem Aggressionsverhalten bei männlichen Konsumenten zu führen (S.615). Jedoch konnte bisher keine eindeutige Kausalbeziehung zwischen dem Konsum von Pornographie und gesteigerter Aggression nachgewiesen werden, was unter anderem auch an der schweren Nachprüfbarkeit durch wissenschaftliche Studien liegen kann, da diese aus ethischen Gründen niemals echte Vergewaltigungen oder andere Gewaltakte provozieren können (Boyle 2000, S.187).

Die mögliche Beziehung von Pornographiekonsum und gesteigerter Aggression ist immer noch von Interesse für die Forschung. Besonders die Zunahme von Aggressionsdarstellungen in der Pornographie führten zu einem Influx an entsprechenden Untersuchungen (Bridges et al. 2010, S.1065). Aufgrund der zahlreichen Studien haben Metaanalysen ein besonders großes Erklärungspotenzial. Allen et al. (1995) stellten fest, dass die durchschnittlichen Effekte von Pornographie auf Aggression eher gering ausfallen, wobei diese bei Darstellungen von Gewalt ausgeprägter sind (S.5). Die gefundenen Effekte werden von Geschlecht moderiert, wobei diese eher vorhanden sind, wenn Männer im Kontext der Pornographie zu Aggressionen gegen Frauen motiviert werden (Donnerstein und Berkowitz 1981, S.711). Des Weiteren zeigen Mundorf et al. (2007) anhand einer Metaanalyse, dass sowohl gewalttätige als auch nicht-gewalttätige Pornographie die Zustimmung zu Vergewaltigungsmythen erhöht (S.181), wobei diese Effekte verschwinden, sobald das Material mit Aufklärungsunterlagen ergänzt wird (Check und Malamuth 1984, S.14). Auch Hedrick (2021) ermittelte, dass sowohl der allgemeine Medienkonsum als auch spezifisch pornographische Inhalte in einem Zusammenhang mit der Akzeptanz von Vergewaltigungsmythen stehen. Generell fanden sich kleine, aber signifikante Effekte, die darauf hindeuten, dass Medienkonsum mit einer erhöhten Akzeptanz solcher Mythen korreliert. Besonders stark waren die Korrelationen für Gewaltpornographie, gefolgt von allgemeiner Pornographie. In Bezug auf gewalttätige Inhalte zeigt die Analyse, dass diese stärker mit der Akzeptanz von Vergewaltigungsmythen verknüpft sind als nicht-gewalttätige Darstellungen, was auf die Darstellung aggressiver Handlungen und entmenslichender Stereotype in diesen Medien zurückgeführt wird. Andere Medientypen wie Sport- und Magazininhalte zeigten ebenfalls Korrelationen, wenn auch schwächere

(S.650). Diese Ergebnisse legen nahe, dass Medien insgesamt, insbesondere solche, die stereotype oder gewaltsame sexuelle Skripte darstellen, eine Rolle bei der Ausbildung von Überzeugungen über Geschlechterrollen und Gewaltakzeptanz spielen könnten. Barron und Kimmel (2000) untersuchten die Darstellung sexueller Gewalt in drei unterschiedlichen pornographischen Medien: Magazinen, Videos und Usenet, eine weltweit nutzbare Diskussions-Plattform. Im Fokus standen dabei gewaltverherrlichende Inhalte und die unterschiedlichen Formen und Häufigkeiten, in denen Gewalt gegenüber Frauen dargestellt wurde. Die Ergebnisse zeigen deutliche Unterschiede: Usenet wies im Vergleich die höchste Rate an explizit gewalttätigen Inhalten auf, wobei verbale Übergriffe sowie Waffen und Fesselungen häufiger und intensiver dargestellt wurden. Außerdem wurden Frauen in Magazinen am ehesten als gleichgestellt präsentiert (S.164). Die Forschung hebt hervor, dass die Rezeption und Wirkung gewalthaltiger Inhalte stark vom jeweiligen Medium beeinflusst wird. Diese Ergebnisse gelten jedoch explizit für die gewaltverherrlichenden Darstellungen und könnten in Bezug auf nicht-gewalttätige pornographische Inhalte anders ausfallen.

Die Frage, ob der Konsum von Pornographie zu sexuellen Übergriffen anrege, ist bisher durch die Forschung ambivalent beantwortet. Die Legalisierung von Pornographie führte nicht wie oftmals prognostiziert zu einer Erhöhung von Vergewaltigungsfällen (Wongsurawat 2006, S.186). Auf der Mikroebene konnten Forscher:innen jedoch feststellen, dass Konsument:innen von gewaltvoller Pornographie mit einer höheren Wahrscheinlichkeit Vergewaltigung und Gewalt zur Beschaffung von sexuellen Kontakten nutzen (Demaré et al. 1993, S.288; Boeringer 1994, S.292). Auch der Konsum degradierender Inhalte führte zu einer erhöhten Akzeptanz von sexueller Nötigung (Check und Guloien 1989, S.177). Außerdem wurden pornographische Videos, die einen Vergewaltigungsakt darstellten, die mit dem Orgasmus der Frau endeten, von Männern vermehrt als von dem weiblichen Opfer verschuldet gesehen (Donnerstein und Berkowitz 1981, S.720).

Pornographie hat das Potenzial die Vorstellung davon zu verändern, wie Geschlechtsverkehr und romantische Beziehungen ablaufen sollen. Zunächst wurde dieser potenzielle Einfluss als vorteilhaft dargestellt, da die Möglichkeit besteht, dass sexuelle Begegnungen effektiver und befriedigender ablaufen (Berger et al. 1973, S.294). Die meisten Personen konsumieren pornographische Inhalte bereits im Jugendalter. Bei Männern liegt das Durchschnittsalter des ersten Pornographie Konsums zwischen 9 und 13 Jahren. Bei Frauen liegt es ungefähr bei 13 Jahren. Dadurch kann ein intra- und interpersoneller Einfluss des Konsums auf die Rezipierenden angenommen werden, da gerade die Pubertät prägend auf den weiteren Verlauf des Lebens wirkt (Camilleri et al. 2021, S.20; Morgan 2011, S.526; Dines 2017, S.2;

Donevan und Mattebo 2017, S.82). Da in der Pornographie häufig unverbindliche sexuelle Begegnungen oder Untreue dargestellt werden, kann es sein, dass die Nutzung ein ungebundenes, freizügiges sexuelles Verhalten fördern könnte (Braithwaite et al. 2015, S.114). Des Weiteren wirkt sich der Pornographiekonsum auf die allgemeine Interaktion mit romantischen Partner:innen aus. Konsument:innen reagieren oftmals defensiv, weniger freundlich oder nachtragender auf Äußerungen ihrer Partner:innen, was eine negative Belastung der Beziehung als Folge haben kann (Rusbult 1986, S.46). Männer, die innerhalb des letzten Jahres pornographisches Videomaterial konsumiert haben, haben im Durchschnitt eine höhere Anzahl an Sexualpartner:innen und bezahlen eher für sexuelle Akte, als jene die keine Pornographie genutzt haben (Wright und Randall 2012, S.1413).

Der Konsum von Pornographie wird meistens vom Konsumierenden selbst oder dessen Partner:in als problematisch empfunden. Bei den Partner:innen, die einer Nutzung eher kritisch gegenüberstehen handelt es sich häufig um Frauen, die den Konsum als Symptom eines gestörten Sexualverhaltens interpretieren (Schneider 2000, S.31; Bergner und Bridges 2002, S.195). Schneider (2000) setzte sich mit den narrativ erzählten Erfahrungen von Frauen auseinander, die von negativen Auswirkungen des Online-Pornographie Konsums ihrer Partner berichteten. Sie fühlten sich nicht in der Lage, den Frauen in den pornographischen Videos an Attraktivität und sexueller Leistungsfähigkeit gleichzukommen. Einige der Frauen beendeten ihre Beziehungen in Folge des Pornographie Konsums ihrer Partner. Bridges et al. ermittelten, dass nur ungefähr ein Drittel der befragten Frauen den Pornographie Konsum ihrer Partner als belastend empfanden, wobei die gefühlte Belastung bei steigendem Konsum und Alter der Frauen zunahm (Rasmussen 2016, S.22). Eine Längsschnittstudie zeigte, dass über drei Jahrzehnte hinweg eine starke Korrelation zwischen den Abonnementraten pornographischer Magazine und der Scheidungsraten in den USA bestehe. Es wird davon ausgegangen, dass ungefähr ein Zehntel aller Scheidungen der 1960er und 1970er Jahre in Zusammenhang mit dem Konsum von Pornographie zu sehen sind (Shumway und Daines 2012, S.7).

Häufig wird Pornographie allein konsumiert, was oft dazu führt, dass die Konsument:innen den Konsum vor ihren Partner:innen verbergen wollen und sich vermehrt Strategien zur Geheimhaltung und Täuschung bedienen (Bergner und Bridges 2002, S.194). Pornographie kann das Gefühl vermitteln, dass andere Personen außerhalb der Beziehung besser für sexuelle Vielfalt und Befriedigung sorgen würden (Zillmann und Bryant 1984, S.115). Maddox et al. (2011) führten einen Vergleich zwischen Paaren durch, die noch nie Pornographie konsumiert hatten mit jenen die gemeinsam oder individuell pornographische Inhalte nutzen. Die Paare wurden in Bezug auf Kommunikation, Anpassungsfähigkeit innerhalb der

Beziehung, Bindung, sexuelle Zufriedenheit und Untreue befragt. Paare, bei denen kein Teil Pornographie konsumiert, weisen eine höhere Beziehungsqualität auf im Vergleich zu den Paaren, bei denen ein Partner Pornographie allein oder beide konsumieren. Jedoch weisen Paare, die zusammen pornographische Medien nutzen eine vergleichbar hohe Beziehungsqualität auf, wie jene die keine Pornographie konsumierten, und äußerten außerdem eine höhere Bindung an die Beziehung und eine höhere sexuelle Zufriedenheit als bei alleinigen Konsument:innen. Die Wahrscheinlichkeit der Untreue bei gemeinsamen Pornographie Konsument:innen ist jedoch fast doppelt so hoch wie bei Nicht-Konsument:innen (S.445). Des weiteren schätzen Männer ihre Partnerinnen nach dem Konsum von Pornographie als weniger attraktiv ein (Kenrick et al. 1989, S.161). Die in der Pornographie dargestellten, freizügigen, abwechslungsreichen sexuellen Begegnungen stehen oftmals in einem harten Kontrast zu den Einschränkungen und Verpflichtungen, die mit Familie und Beziehungen verbunden sind, und lassen diese als besonders einschränkend erscheinen (Mundorf et al. 2007, S. 85).

Die Funde von Zillmann und Bryant (1988) bestätigen dies ebenfalls. Sie ließen Personen über einen Zeitraum von sechs Wochen mehrere Stunden pro Woche gewaltfreies pornographisches Material konsumieren. Dabei maßen sie die Einstellungen zu ehelichen Werten und intimen, sexuellen Beziehungen. Im Vergleich zur Kontrollgruppe, die kein pornographisches Material konsumierte, zeigten die Personen, die das pornographische Material konsumierten, eine immens gesteigerten Akzeptanz von Untreue und einer größeren Bereitschaft, sexuelle Freiheiten zu tolerieren. Die Konsument*innen zeigten zudem eine erhöhte Akzeptanz von prämaritalem, extramaritalem und außerehelichem Geschlechtsverkehr (S.535). Bridges und Morokoff (2011) fanden einen möglichen Zusammenhang zwischen der Beziehungsqualität und der Nutzung pornographischer Medien, wobei unzufriedenere Partner*innen tendenziell mehr konsumierten (S.581). Poulsen et al. (2013) kamen zu ähnlichen Ergebnissen. Der Konsum von Pornographie wird dort bei Männern negativ mit der sexuellen Qualität sowohl bei Männern als auch bei Frauen in Verbindung gebracht, während der Konsum von Pornographie durch Frauen positiv mit der sexuellen Qualität verbunden war (S.78). Lambert et al. (2012) stellten fest, dass ein erhöhter Konsum mit einer verminderten Bindung an den aktuellen romantischen Partner korreliert und außerdem mit einem verstärkten Austausch mit Personen des anderen Geschlechts in Online-Chats verbunden ist (S.418). Dies bestätigen Gwinn et al. (2013), indem sie ermittelten, dass ein verstärkter Pornographie Konsum untreuem Verhalten vorausgeht (S.702).

Das Gros der Forschung zu den Effekten des Konsums von Pornographie ist auf die vermeintlichen negativen Auswirkungen fokussiert und thematisiert die möglichen positiven Wirkungen nicht oder kaum. McKee et al. (2008) ermittelten, dass die Mehrheit der Befragten der Meinung war, dass Pornographie ihr Leben positiv beeinflusst. Die Teilnehmenden berichteten beispielsweise über eine höhere Aufgeschlossenheit gegenüber Sexualität, mehr Aufmerksamkeit gegenüber den Wünschen ihrer Partner:innen oder einen Zuwachs an Wissen (S.74). Hald und Malamuth (2008) zeigten, dass sich Pornographie positiv auf das Sexualleben, der Einstellung zum anderen Geschlecht und der allgemeinen Lebenszufriedenheit auswirken kann, wobei die beobachteten Effekte bei Männern größer waren (S.618). Frauen, die Pornographie nutzen, berichten über eine verbesserte Kommunikation über sexuelle Fantasien (Daneback et al. 2009, S.749), sowie über positivere sexuelle Erfahrungen (Rogala und Tydén 2003, S.40).

Der Pornographie wird auch oftmals eine bildende Funktion zugeschrieben, wobei diese eher von Männern berichtet wird (Duncan und Donnelly 1991, S.782). Trotz dessen ist es fraglich, wie effektiv das durch Pornographie erlangte Wissen tatsächlich ist, da dort oftmals riskantes Sexualverhalten dargestellt wird, wie beispielsweise Geschlechtsverkehr ohne Verhütung (Stein et al. 2012, S.411).

In den USA zeigen Daten aus den Jahren 1998-2003, dass die Vergewaltigungsraten durch 15 bis 19-jährige Männer deutlich abnahmen. Zur selben Zeit wurde Pornographie durch das Internet für diese Altersgruppe leichter zugänglich. Ähnliches konnte bei Kindermisbrauchsraten beobachtet werden, in Gebieten, die den Besitz von Kinderpornographie für einen gewissen Zeitraum legalisierten (Rasmussen 2016, S.180). Diese Funde legen nahe, dass Pornographie manchen Personen als Ersatz für Vergewaltigung oder Missbrauch dienen kann und eine wohlmöglich eine kathartische Wirkung hat. Diese Erkenntnisse sind damit kongruent mit der ökonomischen Theorie von Posner (1994), die besagt, dass die Nutzung von Pornographie zur sexuellen Erregung eine potenzielle Substitution für Vergewaltigung bietet. Ob die gefundenen Ergebnisse übertragbar sind, bleibt dennoch fraglich, da sie von weiteren individuellen und gesellschaftlichen Faktoren abhängig sind und im Gegensatz zu Funden anderer Studien stehen (z.B. Hanson et al. 1991; Goldstein et al. 1973; Allen et al 1995).

Was bei der Betrachtung der bisherigen Forschung zu den Effekten pornographischer Medien auf die Konsumierenden zu beachten ist, ist die oftmals vollkommen unterschiedliche Art und Weise, in der die Studien durchgeführt wurden. In früheren Studien wurde häufig experimental gearbeitet, wohingegen zeitgenössische Forscher:innen vermehrt mit Querschnittstudien

arbeitet (z.B. Dwulit und Rzymiski 2019; Bekele et al. 2011; Bonino et al. 2006; Peter und Valkenburg 2006). Querschnittsuntersuchungen sollen Aufschluss darüber geben, ob der Konsum von Pornographie zu einem bestimmten Zeitpunkt mit einer bestimmten Variable verbunden ist. Außerdem hatten Studien zu den Effekten des Pornographie Konsums häufig unterschiedlichen Ziele und Methoden, weshalb sich eine eindeutige Kategorisierung als schwierig erweist.

4.3.1. Pornographie und Sexismus

Seit Jahrzehnten beschäftigen sich Forscher:innen mit den möglichen Auswirkungen sexualisierter medialer Darstellungen. Besonders häufig werden Frauen sexualisiert dargestellt, über Mediengruppen hinweg. Ob in Filmen, Magazinen, Musikvideos oder Videospielen: Frauen werden im Vergleich zu Männern häufiger durch die spezifische Darstellungsweise sexuell objektiviert (Ward 2016, S.562). Bisher konnte ein Zusammenhang von Medienkonsum mit der Objektivierung von anderen ermittelt werden. Demnach neigen Personen, die öfter mediale Inhalte jeglicher Form konsumieren, eher dazu, andere Menschen zu objektivieren (Swami et al. 2010, S.375). Die Frage, in welchem Ausmaß sexistische Einstellungen mit dem Konsum von Pornographie in Verbindung stehen, bleibt aber nach wie vor nicht geklärt. Obwohl es eine Vielzahl von Studien gibt, die sich mit diesem Zusammenhang beschäftigen, ist die Forschungslage nicht eindeutig. Ebenso existieren einige theoretische Ansätze, die versuchen, die Umstände zu identifizieren, welche die Wahrnehmung pornographischer Inhalte beeinflussen und dadurch potenziell auf damit verbundene Einstellungen und Verhaltensweisen einwirken.

Längsschnittdaten zeigen, dass der Konsum von Pornographie auf eine erhöhte Ablehnung von Maßnahmen zur Förderung von Frauen einhergeht, ohne dass es Hinweise auf eine umgekehrte Kausalität gibt (Wright und Funk 2014, S.210). Als Haupterklärungsansatz für die beobachteten Effekte wird häufig die Sozialkognitive Lerntheorie herangezogen (Bandura 2001, S.265). Demnach wird angenommen, dass die Konsument:innen aggressive oder erniedrigende Darstellungen sehen und dadurch diese Verhaltensweisen unterstützen und lernen sie mit ihren eigenen Sexualpartner:innen nachzustellen. Wenn also beobachtet wird, dass Frauen als Sexualobjekte behandelt werden, können die Rezipierenden Einstellungen und Verhaltensweisen entwickeln, die die dargestellte sexuelle Objektivierung widerspiegeln (McKenzie-Mohr und Zanna 1990, S.296). Auch Demaré et al. (1993) konnten einen Zusammenhang zwischen dem Konsum von gewaltvoller Pornographie und frauenfeindlichen

Ansichten finden, wobei dieser bei Inhalten ohne Gewalt nicht vorhanden war (S.297). Coyne et al. (2019) stellten bei der Analyse von 59 Studien fest, dass der Konsum von sexuellen medialen Inhalten einen Effekt auf das Verhalten und die Einstellungen Jugendlicher gegenüber ihrer Mitmenschen ausübt (S.434). Bei Männern waren die Effekte stärker vorhanden als bei Frauen. Auch Peter und Valkenburg (2006) konnten ermitteln, dass Jugendlichen die Pornographie konsumierten, Frauen eher als sexuelle Objekte sehen, wobei dieser Zusammenhang beim Konsum von Online Videos am größten war (S. 641). In einer Längsschnittstudie wurde Pornographie Konsum im Jugendalter mit weniger progressiven Einstellungen zu Geschlechterrollen im späteren Leben assoziiert (Brown und L'Engle 2009, S.139).

Es wurden jedoch auch gegenteilige Ergebnisse von anderen Forscher:innen erzielt. Fisher und Grenier (1994) kamen bei ihrer Befragung von Studierenden zu dem Ergebnis, dass die Nutzung von Pornographie mit Gewaltinhalten nicht mit der Entwicklung von frauenfeindlichen Ansichten zusammenhängt (S.30). Auch Barak et al. (1999) konnten keine Korrelation zwischen der Nutzung von Internetpornographie und misogynen Ansichten finden (S.75). Baron (1990) ermittelte, dass in US-amerikanischen Staaten, mit einer vergleichsweise hohen Auflage an pornographischen Magazinen eine höhere Geschlechtergleichheit bestehe. Dabei wurde allerdings angemerkt, dass dieses Ergebnis auch mit der allgemeinen politisch liberaleren Einstellung sowie einer höheren Urbanisierungsrate zusammenhängen könnten (S. 377).

Obwohl die angeführten Studien nur einen Bruchteil der Forschung darstellen, lässt sich erkennen, dass bisher kein eindeutiger kausaler Zusammenhang zwischen der Nutzung pornographischer Medien und sexistischen Einstellungen besteht. Die Studien kamen sogar teils zu widersprüchlichen Ergebnissen. Garos et al. (2004) sehen dies zu einem Teil den methodischen und konzeptionellen Herausforderungen verschuldet. Ein zentraler Punkt ist die unzureichende Konzeptualisierung von Sexismus. Während Sexismus in früheren Studien oft als offene Feindseligkeit gegenüber Frauen verstanden wurde oder nur in einer Dimension erhoben wurde, blieben subtilere Formen wie wohlwollender Sexismus weitgehend unbeachtet. Ein weiterer Grund für die inkonsistenten Befunde liegt in der Fokussierung auf extrem feindseligen Erhebungsmethoden. Häufig nutzten Forscher:innen Fragebögen, die besonders gewaltsame oder aggressive Einstellungen wie die Akzeptanz von Vergewaltigungsmythen oder sexueller Aggression abfragten. Diese Methoden führten jedoch oft zu sogenannten Bodeneffekten, da die meisten Befragten diese extremen Ansichten nicht teilen (S.73). Dadurch entstehen oftmals kaum Variationen in den Antworten, was es

erschwert, statistisch relevante Unterschiede zwischen den Teilnehmergruppen zu erkennen. Ein weiterer Faktor, der zu den bisherigen inkonsistenten Funden beitragen kann, ist die Beschaffenheit der pornographischen Inhalte. Hald et al. (2013) haben beispielsweise den wahrgenommenen Realismus des konsumierten pornographischen Materials als Moderator für die Stärke des Einflusses von Pornographiekonsum auf die Einstellungen der Rezipient:innen identifiziert (S.654). Die wahrgenommene Realität bezieht sich hierbei auf das individuelle Ausmaß, in dem Rezipierende glauben, dass die in pornographischen Inhalten dargestellten sexuellen Situationen eine akkurate Repräsentation von realen sexuellen Handlungen darstellen (Peter und Valkenburg 2010, S.390). Trotz der Tatsache, dass Miller et al. (2020) sowie andere Studien (z.B. McKee 2007; Garos et al. 2004; Kohut et al. 2015) keinen starken signifikanten Zusammenhang zwischen dem Konsum von Pornographie und sexistischen Einstellungen feststellen konnten, zeigt sich in der Forschung dennoch ein Zusammenhang zwischen Sexismus und der individuell wahrgenommenen Realität des Materials. Medien haben grundsätzlich eine kognitive und emotionale Wirkung auf uns (Oatley 2002, S. 43) und werden stets individuell verarbeitet (Bordwell 1985, S. 49). Aus dieser Perspektive sind die Rezipierenden aktiv an der Verarbeitung der vermittelten Botschaften beteiligt. Das Medium wirkt auf die Konsumierenden, diese wiederum wirken durch ihre Interpretation auf die Bedeutung der Botschaft zurück. Es zeigt sich also, dass die Art des konsumierten Mediums erheblichen Einfluss auf die Verarbeitung der darin übermittelten Inhalte hat. In diesem Zusammenhang kamen Fisher et al. (2019) zu dem Schluss, dass Videos im Vergleich zu Text und Audio anders verarbeitet werden, da sie einen höheren kognitiven Aufwand erfordern (S.158). Aufgrund ihrer audiovisuellen Modalität benötigen Videos weniger interpretative Anstrengungen seitens der Rezipierenden, weshalb sie als realistischer wahrgenommen werden (Yadav et al. 2011, S.32). Diese Ergebnisse werden durch die Untersuchung von Sundar et al. (2021) untermauert, die feststellen, dass Inhalte, die in Videoform rezipiert werden, von den Konsumierenden als glaubwürdiger und damit auch als realitätsgetreuer eingeschätzt werden (S.302). Unter Berücksichtigung dieser Befunde hinsichtlich der Effekte des Pornographiekonsums auf sexistische Einstellungen könnte also auch die Art der medialen Vermittlung eine entscheidende Rolle spielen.

Insgesamt verdeutlichen die bisherigen Studien die vielschichtigen und teils widersprüchlichen Effekte des Pornographiekonsums auf sexistische Einstellungen. Unterschiedliche theoretische Ansätze und Befunde unterstreichen die komplexen Mechanismen, die sowohl die Art des Konsums als auch die Wirkung von Pornographie auf die Rezipierenden beeinflussen können. Die bisherigen Forschungsergebnisse verdeutlichen, dass Faktoren wie die Art der Darstellung, der wahrgenommene Realismus sowie die verschiedenen medialen

Formate, insbesondere die audiovisuelle Übermittlung, maßgeblichen Einfluss darauf haben, wie Konsumierende auf pornographische Inhalte reagieren. Diese Studien zeigen, dass nicht nur der Inhalt selbst, sondern auch dessen Vermittlungsform das Potenzial hat, die Akzeptanz sexistischer Ansichten zu fördern oder zu mindern.

4.3.2. Die Wirkung von Pornographie auf die Selbstwahrnehmung

Der Einfluss von Pornographiekonsum auf individuelle und interpersonelle psychologische Merkmale ist ein vielschichtiges Forschungsfeld. Während Kvaalem et al. (2014) einen positiven Zusammenhang zwischen selbst wahrgenommenen positiven Auswirkungen des Pornokonsums und einem höheren sexuellen Selbstwertgefühl bei Männern feststellten, zeigt sich bei heterosexuellen Paaren ein komplexeres Bild. Hier deutet die Forschung darauf hin, dass der Pornographiekonsum des männlichen Partners eine negative Wirkung auf das Selbstwertgefühl der Frau ausüben kann. Diese Dynamik beeinflusst nicht nur die wahrgenommene Beziehungsqualität, sondern auch signifikant die Emotionen und das Selbstbild der weiblichen Partnerin. Die Arbeit von Stewart und Szymanski (2012) verdeutlicht, dass die Intensität der negativen Wirkung auf das weibliche Selbstwertgefühl proportional zum Ausmaß des als problematisch eingeschätzten Konsums des Partners ansteigt (S. 265). Diese Befunde unterstreichen die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung der Geschlechterrollen und Beziehungsdynamiken im Kontext des Pornographiekonsums

Borgogna et al. (2020) stellen die Vermutung auf, dass sich besonders Männer mit einem gering ausgeprägten Selbstwertgefühl zur Pornographie hingezogen fühlen. Dies wird damit begründet, dass der Konsum zur Erfüllung spezifischer männlicher Rollenbilder beitragen soll. Außerdem stellten sie fest, dass ein höheres Selbstwertgefühl den Zusammenhang zwischen der Erfüllung bestimmter Normen und gewissen Pornographie bezogenen Problematiken moderieren könne. Daraus lässt sich folgern, dass Männer mit einem höheren Selbstwertgefühl weniger dazu neigen, aus Unsicherheit pornographische Inhalte zu konsumieren, da sie wohlmöglich nicht das Gefühl haben, dass sie Pornographie ansehen müssen, um ihre Männlichkeit zu beweisen, weil sie der Ansicht sind, dass sie die Vorgaben traditioneller Definitionen von Männlichkeit bereits erfüllen (Borgogna et al. 2020, S.89). Schaller und Træen (2008) zufolge zeigen Mädchen mit einem höheren Selbstwertgefühl eher eine positivere Einstellung gegenüber Pornographie als jene, die ein geringeres Selbstwertgefühl angeben (S.148). Ein abweichendes Bild zeigt sich bei Jugendlichen, die online pornographische Inhalte konsumieren. Laut Doornwaard et al. (2014) besteht für diese

Gruppe ein erhöhtes Risiko zur Entwicklung eines negativen Körper- und Selbstbildes. Je früher es zu einer gesteigerten Rezeption solcher Inhalte kommt, desto eher bilden Jugendliche ein geringeres Selbstwertgefühl aus und neigen dazu, ihren Körper zu kritisieren (S.1106).

Pornographie kann sich auch auf die Vorstellung davon auswirken, wie Körper im Allgemeinen auszusehen haben. Oftmals sind diese Vorstellungen durch Stereotypen geprägt (Häggström-Nordin et al. 2006, S.287.) Die Objektivierungstheorie postuliert eine dem Medienkonsum geschuldete Verinnerlichung eines objektivierten Selbstbilds bei Männern und Frauen. Dies zieht eine Reduktion des Selbst auf den eigenen Körper und wie dieser (vermeintlich) wahrgenommen wird nach sich. Die Unzufriedenheit mit den eigenen Körpern steigt seit einigen Jahren bei Männern stetig an und ist mittlerweile auf einem ähnlichen Level als das von Frauen (You und Shin 2020, S.2). Den Medien wird hierbei eine tragende Rolle zugeschrieben, da sie vermehrt körperliche Ideale darstellen, was sich auf die Objektivierung des Körpers, die körperliche Unzufriedenheit und das Selbstvertrauen auswirken kann (Sommantico et al. 2021, S.10; Spreckelsen et al. 2018; van den Brink et al. 2018, S.693). In populären Magazinen wie *Men's Health* weisen ein Großteil der dargestellten Männer einen geringen Körperfettanteil und gleichzeitig ein hohes Ausmaß an Muskelmasse auf. Jedoch zeigen Massenmedien allgemein einen diverseren Körpertyp für Männer, als dies bei Frauen der Fall ist (Jankowski 2019, S.3). Frauen sind in der Regel häufiger als Männer negativ durch den Konsum von Pornographie betroffen, was ihr Körperbild anbelangt (Albright 2008, S.175). Dies könnte damit zusammenhängen, dass Frauen oftmals auf ihr Äußeres reduziert werden und dadurch eine Tendenz entwickeln bei sich selbst und anderen vermehrt auf äußerliche Merkmale, anstatt auf innere Eigenschaften zu achten (McKinley und Hyde 1996, S.181). Fredrickson und Roberts (1997) stellten fest, dass Frauen sich zu einem gewissen Teil durch mediale Darstellungen selbst objektifizieren (S.179). Pornographie ist davon nicht ausgenommen. Sie kann dazu beitragen, gesellschaftliche Schönheitsideale zu vermitteln und dadurch die Selbstwahrnehmung zu intensivieren und diese negativ zu beeinflussen (Karsay et al. 2018, S.19; Gogolin et al. 2024, S.464). Körperliche Unzufriedenheit kann aus einer wahrgenommenen Abweichung vom gesellschaftlichen körperlichen Schönheitsideal und einer ständigen Bewertung durch andere und sich selbst hervorgehen (Festinger 1954, S.118). Experimentelle Untersuchungen bei amerikanischen Studentinnen (Daniels 2009) zeigen, dass Frauen nach dem Betrachten sexualisierter Darstellungen von Frauen ein größeres Ausmaß an Selbstobjektivierung zeigten als bei nicht-sexualisierten Darstellungen (S.413). Tylka (2015) hat festgestellt, dass sich der Konsum von Pornographie auch auf die Unzufriedenheit von Männern mit ihrem Körperfettanteil und ihrer Muskulatur niederschlägt,

indem dieser zur Verinnerlichung eines männlichen Schönheitsideals beiträgt (S.103). Nach Gogolin et al. (2024) steigt die körperliche Unzufriedenheit bei Männern durch erhöhten Pornographie Konsum (S.464). Alperin und Barlow (2018) kamen zu dem Schluss, dass ein Streben nach einem dünnen Körper mit einem geringen Selbstwertgefühl und sexueller Dysfunktion assoziiert wird (S.200). Jugendliche, die sexuelle Gewaltdarstellungen konsumiert haben, neigen außerdem eher zu Hypermaskulinität bzw. -feminität (Koletic 2017, S.126). Laut Swami et al. (2010) führt die Auseinandersetzung mit Medien bei Frauen zu einer stärkeren Veränderung ihres Aussehens und wirkt auch auf das von Männern wahrgenommene Bedürfnis von Frauen, Kosmetika zu verwenden (S.375).

Es lässt sich festhalten, dass der Pornographiekonsum ein vielschichtiges Phänomen darstellt, dessen Auswirkungen auf individuelle psychologische Merkmale und interpersonelle Beziehungen differenziert betrachtet werden müssen. Die vorliegende Literatur unterstreicht, dass die Effekte des Konsums stark geschlechts- und kontextabhängig variieren.

4.4. Forschungslücke

In der bisherigen Forschung zu den Auswirkungen pornographischer Medien auf ihre Konsument:innen wurde vielfach die Frage nach den Effekten des Konsums auf Einstellungen und Verhaltensweisen in den Vordergrund gestellt. Insbesondere wurde untersucht, ob pornographische Inhalte Aggressionen, Kriminalität oder Geschlechterungleichheit befördern (z.B. Lewis 2008; Funston 1971; Rasmussen 2016). Studien haben oft einen Zusammenhang zwischen dem Konsum gewalttätiger Pornographie und erhöhter Aggression oder der Akzeptanz von Vergewaltigungsmythen festgestellt (z.B. McKenzie-Mohr und Zanna 1990; Hald et al. 2013). Diese Ergebnisse legen nahe, dass Pornographie, unter anderem auch durch die Darstellung von Sexualobjektifizierung und Geschlechterstereotypen, das Potenzial besitzt, das Verhalten und die Einstellungen der Konsumierenden zu beeinflussen. Allerdings blieben die Untersuchungen oft auf eine bestimmte Art von Pornographie beschränkt und konzentrierten sich vor allem auf das Ausmaß an Gewalt in den Inhalten (Donnerstein und Linz 1986; Bridges et al. 2010).

Eine zentrale Lücke in der bisherigen Forschung in Hinblick auf Pornographie als Medium ist der fehlende Vergleich der Effekte unterschiedlicher Medienarten innerhalb des pornographischen Genres. Während einige Studien explizit auf die Unterschiede zwischen

gewalttätiger und nicht-gewalttätiger Pornographie hinwiesen (u.a. Jansma et al. 1997), wurde selten systematisch untersucht, wie sich verschiedene Arten von pornographischen Inhalten auf unterschiedliche psychologische und soziale Aspekte der Konsumierenden auswirken. Zudem wurde der Einfluss verschiedener Medienformate (z.B. Videos, Bilder, Texte) kaum differenziert betrachtet, obwohl anzunehmen ist, dass die Darstellungsform eine wesentliche Rolle bei der Wirkung auf die Rezipierenden spielt. Dies ist eine gravierende Forschungslücke, da sich pornographische Inhalte, abhängig vom Medium, in ihrer Intensität, Direktheit und Interaktivität unterscheiden, was potenziell variierende psychologische Effekte zur Folge hat.

Ein weiterer Aspekt, der in den bisherigen Studien nicht ausreichend adressiert wurde, ist die Untersuchung spezifischer Effekte des Pornographiekonsums auf die "Selbstwahrnehmung" und die Entwicklung von "stereotypischen Einstellungen". Frühere Forschungen haben gezeigt, dass Pornographie insbesondere die Objektivierungstheorie stützen kann, indem sie durch die Vermittlung gesellschaftlicher Schönheitsideale zur Reduktion des Selbst auf den eigenen Körper führt (McKinley und Hyde 1996, S.181; Karsay et al. 2018, S.11). Dabei scheint Pornographie besonders bei Frauen zu einer verstärkten Selbstobjektivierung und körperlichen Unzufriedenheit beizutragen (Daniels 2009, S.415; Albright 2008, S.185), während bei Männern vermehrt die Verinnerlichung von Hypermaskulinität und unrealistischen Körperidealen beobachtet wurde (Tylka 2015, S.103; Gogolin et al. 2024, S.453). Die Differenzierung nach Medienarten, wie etwa der Vergleich von Videos im Gegensatz zu textbasierter Pornographie, fehlt jedoch, obwohl diese unterschiedliche Intensitäten an visueller und narrativer Stimulation bieten und somit unterschiedliche kognitive und emotionale Reaktionen hervorrufen könnten.

In der vorliegenden Arbeit soll ein Beitrag zur Schließung dieser Forschungslücke geleistet werden, indem die Wirkung verschiedener Arten pornographischer Medien (Videos, Audios, Texte) auf die Entwicklung stereotypischer Einstellungen und die Selbstwahrnehmung untersucht wird. Es wird vermutet, dass visuell dominante Medien, wie etwa Videos, aufgrund ihrer realitätsnahen und detaillierten Darstellung von Körpern und Interaktionen eine stärkere negative Auswirkung auf die Selbstwahrnehmung und das Körperbild haben könnten, als dies bei textbasierten Darstellungen der Fall wäre. Auditiv vermittelte Formate stellen ebenfalls eine persönliche, körperliche Auseinandersetzung mit den Inhalten, dar, da sie ausschließlich über die akustische Wahrnehmung konsumiert werden und auch durch die direkte Ansprache der Rezipierenden wohlmöglich andere kognitive Prozesse auslöst, als es bei anderen pornographischen Medien der Fall ist.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt dabei auf zwei zentralen Phänomenen: stereotypische Einstellungen und Selbstwahrnehmung. Stereotypische Einstellungen umfassen dabei die Übernahme und Verstärkung von Geschlechterklischees, wie zum Beispiel die Wahrnehmung von Frauen als Sexualobjekte oder die Betonung traditioneller Geschlechterrollen, die durch den Konsum pornographischer Medien beeinflusst werden können. Die Selbstwahrnehmung bezieht sich auf das Körperbild sowie die allgemeine Einstellung zu sich selbst als Person. Besonders im Fokus steht hier die Hypothese, dass der Konsum von Medien, die auf physische Perfektion und Sexualobjektifizierung abzielen, sowohl bei Männern als auch bei Frauen zu einer stärkeren Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und einer negativen Selbstbewertung führen könnte.

Insgesamt soll die vorliegende Arbeit einen Beitrag dazu leisten, die unterschiedlichen psychologischen und sozialen Effekte von pornographischen Medien differenzierter zu beleuchten und einen Vergleich zwischen verschiedenen Medienarten hinsichtlich ihrer Wirkung auf Konsument:innen zu ermöglichen. Dies ist besonders relevant, da die bisherige Forschung oft zu pauschalen und nicht differenzierten Schlussfolgerungen über die Auswirkungen von Pornographie gelangte, ohne die spezifischen Eigenheiten der unterschiedlichen Darstellungsformen angemessen zu berücksichtigen.

5. Forschungsfragen und Operationalisierung

Das Feld der pornographischen Medien ist äußerst vielfältig und facettenreich, ebenso wie die Gruppe der Konsumierenden, die diese Inhalte nutzen. Wie die gesamte Medienlandschaft unterliegt auch der Bereich der pornographischen Medien einem kontinuierlichen Wandel, der sowohl durch technologische Entwicklungen als auch durch gesellschaftliche Veränderungen beeinflusst wird. Angesichts dieser dynamischen Entwicklungen ist es kaum möglich, alle Aspekte der pornographischen Medienlandschaft in einer einzigen Arbeit umfassend zu analysieren. Vielmehr muss ein spezifischer Fokus auf einen ausgewählten Teilbereich gelegt werden, der es ermöglicht, bestimmte Fragestellungen detailliert zu untersuchen.

In der vorliegenden Arbeit wird daher ein ausgewählter Aspekt der pornographischen Medien im Mittelpunkt stehen. Es ist wichtig zu betonen, dass dieser Ansatz keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Vielmehr soll die Untersuchung dazu dienen, exemplarisch bestimmte Effekte der Nutzung pornographischer Medien auf die Konsumierenden zu beleuchten. Aufgrund der Komplexität und Vielfalt des Themas können jedoch keine umfassenden und

abschließenden Aussagen über die Auswirkungen des gesamten Spektrums pornographischer Medien getroffen werden. Stattdessen wird darauf abgezielt, durch die Fokussierung auf einen spezifischen Bereich erste Einblicke zu gewinnen, die als Grundlage für weiterführende Untersuchungen dienen können. Dies bedeutet, dass die Ergebnisse der Arbeit nicht als allgemeingültige Erklärung für alle Formen der pornographischen Mediennutzung und deren Effekte zu verstehen sind, sondern als Beitrag zur Diskussion und Forschung in einem stetig wachsenden und sich verändernden Feld.

In pornographischen Darstellungen werden Frauen und Männer häufig in geschlechtsstereotyper Weise präsentiert. Diese Darstellungen können mit einer Förderung und Verstärkung traditioneller Geschlechterrollen und -erwartungen zusammenhängen, was in der wissenschaftlichen Literatur zunehmend untersucht wird. Zahlreiche Studien haben sich bereits mit dem Zusammenhang zwischen der Nutzung pornographischer Medien und stereotypen Vorstellungen über die sexuelle Rolle der Frau auseinandergesetzt. Beispielsweise untersuchten Peter und Valkenburg (2011), Hald et al. (2010), Cowan et al. (1988), McKenzie-Mohr und Zanna (1990) sowie Wright (2011) die Auswirkungen der Pornographienutzung auf die Wahrnehmung und Objektifizierung der Frau im sexuellen Kontext. Diese Studien konzentrierten sich vor allem auf die Ansichten zur sexuellen Rolle und der Objektifizierung der Frau, die durch den Konsum pornographischer Inhalte geformt werden. Darüber hinaus gibt es Hinweise darauf, dass Pornographie nicht nur sexuelle Einstellungen, sondern auch allgemeine, nicht-sexuelle Einstellungen gegenüber Frauen und Männern beeinflussen kann. Jansma et al. (1997, S.15) stellten fest, dass der Konsum pornographischer Medien die allgemeinen Einstellungen gegenüber den Geschlechtern verändern kann. Wright und Bae (2015) fanden einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Konsum von Pornographie und der Zustimmung zu geschlechterstereotypischen Einstellungen (S.454). Diese abgefragten Einstellungen bieten eine umfassendere Perspektive, da sie nicht nur auf das Verhalten von Frauen abzielen, sondern auch die individuellen Erwartungen und Zustimmung zu traditionellen Rollenbildern von Männern umfassen. Ein weiteres wichtiges Merkmal der bisherigen Forschung ist die Konzentration auf visuelles Material wie Videos oder auch Magazine und Fotografien. Diese enge Fokussierung könnte zu einer Vernachlässigung des möglichen Einflusses anderer Formen pornographischer Medien führen. Es ist daher wichtig, den Einfluss verschiedener Medienformen zu berücksichtigen, um ein vollständigeres Bild der Auswirkungen von Pornographie auf geschlechtsspezifische Einstellungen zu erhalten.

In Anbetracht dieser Überlegungen lässt sich die folgende Forschungsfrage formulieren:

FF1: Welchen Einfluss hat die Nutzung verschiedener pornographischer Medienformate (UV) auf die Einstellung der Rezipient:innen gegenüber stereotypen Geschlechterrollen (AV)?

Um die zugrundeliegende Fragestellung zu untersuchen und die formulierten Annahmen zu überprüfen, wurde die folgende Hypothese aufgestellt:

H1: Je mehr pornographische Videos im Vergleich zu anderen pornographischen Medien konsumiert werden, desto eher zeigen die Konsumierenden verstärkte stereotypische Ansichten zu Geschlechterrollen.

Diese Hypothese impliziert, dass der Konsum von pornographischen Videos im Vergleich zu anderen Medienformaten möglicherweise stärker mit der Verfestigung von geschlechtsstereotypen Überzeugungen verbunden ist. Um diese Hypothese zu testen, müssen die relevanten Variablen klar definiert und systematisch erfasst werden.

Die unabhängige Variable (UV) in dieser Hypothese ist das primär konsumierte pornographische Medium. Die Erhebung dieser Variable erfolgt durch eine Fragebogenfrage, bei der die Teilnehmenden ihr bevorzugtes Medium für den Konsum pornographischer Inhalte angeben. Es wird eine Auswahlmöglichkeit aus mindestens drei Medienarten angeboten: pornographische Videos, Audios und Literatur. Diese differenzierte Auswahl ermöglicht es, die individuellen Präferenzen der Konsumierenden exakter zu erfassen und bildet die Grundlage für eine anschließende Analyse der Auswirkungen des Konsummediums auf die Einstellungen zu Geschlechterrollen.

Die abhängige Variable (AV) bezieht sich auf die Stärke der stereotypischen Ansichten zu Geschlechterrollen. Diese Einstellungen werden mithilfe des „Ambivalent Sexism Inventory“ (ASI) gemessen, das von Glick und Fiske (1996) entwickelt wurde. Dieses Instrument erfasst zwei Dimensionen sexistischer Einstellungen: feindseligen Sexismus, der sich durch negative und abwertende Haltungen gegenüber Frauen auszeichnet, sowie wohlwollenden Sexismus, der scheinbar positive, jedoch paternalistische und einschränkende Einstellungen beinhaltet. Die Erfassung beider Dimensionen bietet die Möglichkeit zu einer umfassenden Analyse der geschlechtsstereotypen Überzeugungen der Befragten. Das ASI umfasst 22 Items, die in Form von Aussagen formuliert sind, wie z.B.: „When women lose to men in a fair competition, they typically complain about being discriminated against“ (Glick und Fiske 1996, S. 512). Für den hier verwendeten Fragebogen wurde allerdings eine adaptierte Kurzform des ASI verwendet. Im Laufe eines Pretests stellte sich heraus, dass die Variante mit 22 Items repetitive Fragen

enthält. Außerdem verlängerten diese Items den Fragebogen überflüssig. Rollero et al. (2014) argumentierten, dass die verkürzte Version des ASI ähnliche psychometrische Eigenschaften aufweist wie die ursprüngliche Version der Skala (S.156). Laut den Autoren bietet diese verkürzte Fassung eine valide und zuverlässige Alternative, insbesondere für Forschende, die den Umfang ihrer Erhebungen durch eine Reduktion der Anzahl der Items verringern möchten, ohne dabei wesentliche Aspekte sexistischer Einstellungen zu vernachlässigen. Diese kürzere Version der Skala wird daher als nützlich erachtet, um Umfragen effizienter zu gestalten, ohne Kompromisse bei der Messgenauigkeit einzugehen. Bei der verkürzten Version werden 12 Items anstelle der ursprünglichen 22 Items verwendet, bei der wiederum jeweils sechs Items Hostilität und Benevolenz messen (Rollero et al. 2014, S. 155). Die Teilnehmenden bewerten ihre Zustimmung oder Ablehnung zu diesen Aussagen auf einer 6-stufigen Likert-Skala, die von 0 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll zu) reicht. Durch die Summierung der den einzelnen Items zugeordneten Punkte werden separate Werte für feindseligen und wohlwollenden Sexismus berechnet. Diese bilden unterschiedliche Aspekte von Sexismus ab. Eine höhere Punktzahl bei der Kategorie „feindseliger Sexismus“ deutet auf eine stärkere Zustimmung zu paternalistisch, negativ geprägten geschlechterstereotypisierenden Aussagen hin. Eine höhere Score bei der Kategorie „wohlwollender Sexismus“ soll hingegen eine Tendenz zu vermeintlich positiven geschlechtsstereotypischen Ansichten abbilden (Trut et al. 2022, S. 211). Jedoch bilden beide Formen geschlechtsstereotypische Ansichten ab, die möglicherweise in Zusammenhang mit dem konsumierten pornographischen Medium stehen.

Das Ambivalent Sexism Inventory ist ein bewährtes und vielfach validiertes Instrument, das sowohl theoretisch als auch empirisch fundierte Ergebnisse liefert und eine differenzierte Erfassung der Einstellungen zu Geschlechterrollen ermöglicht. Verschiedene Analysen, darunter exploratorische und konfirmatorische Faktorenanalysen sowie Itemanalysen, haben gezeigt, dass das ASI als reliables und valides Messinstrument eingesetzt werden kann. Dabei konnten zwei unterschiedliche Subsysteme sexistischer Einstellungen identifiziert werden: Hostilität und Benevolenz, die sich in ihrer subjektiven Wertung entgegengesetzt verhalten. Während die Subskala zur Messung feindseliger Einstellungen (HS) eine starke Korrelation mit anderen Skalen aufweist, die negative Haltungen gegenüber Frauen messen, konnte die Subskala zur Erfassung wohlwollender Einstellungen (BS) als eigenständige Dimension mit einer subjektiv positiven Bewertung bestätigt werden (Eckes und Six-Materna 1999, S. 212). Damit eignet sich das ASI besonders gut, um die Einstellung der Befragten in Bezug auf Machtverhältnisse und Rollenzuweisungen zwischen den Geschlechtern zu erfassen und zu analysieren. Die strukturierte Erfassung sowohl der unabhängigen als auch der abhängigen Variablen soll eine detaillierte Analyse der potenziellen Auswirkungen des Konsums

unterschiedlicher pornographischer Medien auf die Wahrnehmung von Geschlechterrollen ermöglichen. Durch den Einsatz des Ambivalent Sexism Inventory wird es möglich, ein differenziertes und vielschichtiges Bild sexistischer Einstellungen zu gewinnen und somit tiefergehende Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen der Art des konsumierten pornographischen Mediums und der Stärke geschlechtsstereotyper Ansichten zu erlangen. Gleichzeitig muss aber auch bedacht werden, dass die formulierten Aussagen sehr offensichtliche sexistische Meinungen widerspiegeln, da sie explizite sexistische Gedanken festhalten sollen was aber auch das Antwortverhalten der Befragten beeinflussen könnte.

Der Konsum von Pornographie kann auf mehreren Ebenen wirksam werden und vielfältige Auswirkungen auf das Selbstbild und die Körperwahrnehmung haben. Bisherige Forschung hat sowohl bei Frauen als auch Männern verschiedener Altersgruppen gezeigt, dass die Betrachtung medial vermittelter, dünner bzw. mesomorpher Körpertypen häufig zu einem schlechteren Körpergefühl führt (Grabe et al. 2008, S.469; Groesz et al. 2002, S.10; Martins et al. 2007, S.644; Hargreaves und Tiggemann 2009, S.115). Ebenso wurde im Zusammenhang mit dem Konsum pornographischer visueller Medien ein negativer Einfluss auf die Selbstwahrnehmung festgestellt, wobei der Schwerpunkt der bisherigen Studien auf den Effekten visueller pornographischer Medien lag (Tylka 2015, S.101; Wright 2012, S.193; Paslakis et al. 2022, S.755).

Zusätzlich gibt es Hinweise darauf, dass der Konsum pornographischer visueller Inhalte mit einem negativen Selbstwertgefühl verbunden sein kann, wobei dieses häufig in Kombination mit einem negativ geprägten Körperbild auftritt (Stewart und Szymanski 2012, S.263; Dogan und Yassa 2019, S.519). Dennoch wurden bisher primär die Effekte visueller pornographischer Medien auf das Körper- und Selbstbild der Rezipierenden untersucht, während andere mediale Formen von Pornographie, wie Audio oder Literatur, weitgehend außer Acht gelassen wurden.

Auf dieser Grundlage lässt sich folgende Forschungsfrage formulieren:

FF2: Welche Unterschiede zeigen sich in der Nutzung unterschiedlicher pornographischer Medienformate (UV) auf die Selbstwahrnehmung der Rezipient:innen (AV)?

Diese Forschungsfrage soll anhand zweier Hypothesen beantwortet werden. In der Hypothese 2.1 wird davon ausgegangen, dass der Konsum von pornographischen Videos im Vergleich zu anderen pornographischen Medien einen stärkeren Einfluss auf ein negatives Körperbild ausübt. Genauer gesagt lautet die Hypothese:

H2.1.:Je mehr Personen pornographische Videos im Vergleich zu anderen pornographischen Medien konsumieren, desto negativer ist ihr Körperbild ausgeprägt.

Um diese Hypothese zu überprüfen, müssen die zugrunde liegenden Variablen klar definiert und daraufhin gemessen werden. Die unabhängige Variable (UV) in dieser Hypothese ist das primär konsumierte pornographische Medium. Diese Differenzierung ermöglicht eine genaue Zuordnung der Konsumpräferenzen der Befragten, was als wesentliche Grundlage für die anschließende Analyse des Zusammenhangs zwischen dem bevorzugten Konsumformat und dem Körperbild dient.

Die abhängige Variable (AV) stellt das Körperbild der Befragten dar. Das Körperbild ist ein zentraler Bestandteil der Selbstwahrnehmung und wird in dieser Studie anhand der Selbstauskunft der Befragten gemessen. Dafür wird das „Body Image Concern Inventory“ (BICI) herangezogen, ein etabliertes und mehrfach validiertes Instrument, das speziell dafür entwickelt wurde, das Vorliegen einer körperdysmorphen Störung zu erfassen. Diese Störung äußert sich typischerweise in einer übermäßigen Beschäftigung mit vermeintlichen körperlichen Makeln, dem zwanghaften Überprüfen und Kaschieren dieser Makel sowie dem Vermeiden sozialer Situationen, um etwaige „Mängel“ zu verbergen (Littleton und Breitkopf 2008, S. 381). Frühere Studien haben bereits Hinweise darauf geliefert, dass eine intensivere Nutzung pornographischer Online-Inhalte mit einem stärkeren Auftreten von Symptomen körperdysmorpher Störungen verbunden ist (Noqabi et al. 2023, S. 1674). Das BICI besteht aus 19 Items, die durch eine Reihe von Aussagesätzen kognitive, affektive und verhaltensbezogene Aspekte des Körperbildes messen. Ein Beispiel für einen solchen Aussagesatz ist z.B. : „I am ashamed of some part of my body“ (Littleton et al. 2005, S. 234). Die Teilnehmenden bewerten ihre Zustimmung oder Ablehnung zu diesen Aussagen auf einer 5-stufigen Likert-Skala. Die resultierenden Antworten werden anschließend zu einer Gesamtsumme zusammengefasst, die Aufschluss darüber gibt, ob das Körperbild der befragten Person eher positiv oder negativ ausgeprägt ist (Collison und Mahlberg 2019, S. 114). Diese Methodik erlaubt eine differenzierte Erfassung der Selbstwahrnehmung der Teilnehmenden in Bezug auf ihr Körperbild und bietet somit eine solide Datengrundlage, um den Einfluss verschiedener pornographischer Medienformen auf das Körperbild zu analysieren.

Durch diese detaillierte Erfassung sowohl der unabhängigen als auch der abhängigen Variablen wird es möglich, den postulierten Zusammenhang zwischen dem bevorzugten

Konsum pornographischer Medien und der Wahrnehmung des eigenen Körpers zu untersuchen.

Um die Forschungsfrage genauer beantworten zu können, wird eine zweite Hypothese aufgestellt, in der angenommen wird, dass der Konsum von pornographischen Videos im Vergleich zu anderen pornographischen Medien zu einem geringeren Selbstwertgefühl führen könnte. Die Hypothese lautet:

H2.2.: Je mehr Personen pornographische Videos konsumieren, desto stärker neigen sie zu einem niedrigeren Selbstwertgefühl im Vergleich zu Personen, die andere Formen pornographischer Medien bevorzugen.

Um diese Hypothese zu überprüfen, müssen die zugrundeliegenden Variablen ebenfalls klar operationalisiert werden. Die unabhängige Variable (UV) in dieser Hypothese ist, wie in den vorhergegangenen Hypothesen, das primär konsumierte pornographische Medium.

Die abhängige Variable (AV) ist das Selbstwertgefühl der Teilnehmenden. Um das Selbstwertgefühl als eine zentrale Dimension der Selbstwahrnehmung und des psychischen Wohlbefindens zu erfassen, wird die „Rosenberg Self-Esteem Scale“ (RSES) verwendet. Diese Skala ist ein weit verbreitetes und vielfach validiertes Instrument zur Messung des globalen Selbstwertgefühls. Sie besteht aus einer Reihe von zehn Items, bei denen die Teilnehmenden auf einer Likert-Skala ihre Zustimmung oder Ablehnung zu Aussagen wie „Ich fühle mich im Großen und Ganzen mit mir selbst zufrieden“ angeben. Jedes Item wird mit einer Punktzahl bewertet, und durch die Addition der Punkte wird eine Gesamtsumme berechnet, die eine Einordnung des Selbstwertgefühls auf einer Skala von niedrig über mittel bis hoch ermöglicht (von Collani und Herzberg 2003, S. 4; Ferring und Filipp 1996, S.288; García et al. 2019, S.3). Die RSES bietet durch ihre einfache Handhabung und hohe Reliabilität eine effektive Methode zur Quantifizierung des Selbstwertgefühls der Befragten. Sie ermöglicht eine umfassende Bewertung der individuellen Selbstwahrnehmung und differenziert dabei zwischen unterschiedlichen Niveaus des Selbstwertgefühls. Diese Methodik liefert somit eine solide Basis, um den Einfluss verschiedener pornographischer Medienformen auf das Selbstwertgefühl der Konsumierenden zielgerichtet zu untersuchen und mögliche Zusammenhänge zwischen dem bevorzugten Medium und dem Selbstwertgefühl der Teilnehmenden aufzuzeigen.

Durch die präzise Erfassung der unabhängigen und abhängigen Variablen wird es möglich, den vermuteten Zusammenhang zwischen dem Konsum von pornographischen Videos und einem niedrigeren Selbstwertgefühl systematisch zu analysieren. Dies trägt zur Erweiterung

des Verständnisses darüber bei, wie unterschiedliche Formen des pornographischen Konsums die psychologische Gesundheit der Konsumierenden beeinflussen können.

6. Empirisches Untersuchungsdesign

6.1. Wahl der Methode

Die Variablen wurden mittels eines standardisierten Online-Fragebogens erfasst. Diese Methode bietet zahlreiche Vorteile, die sie zu einer bevorzugten Methode in der empirischen Sozialforschung machen. Ein zentraler Vorteil liegt in der Standardisierung selbst, die sicherstellt, dass alle Teilnehmenden unter gleichen Bedingungen befragt werden. Dadurch wird gewährleistet, dass Unterschiede in den Antworten tatsächlich auf die Meinungen oder Erfahrungen der Befragten zurückzuführen sind und nicht auf Variationen in der Befragungssituation. Zudem ermöglicht die Verwendung eines standardisierten Fragebogens eine vergleichbare und objektive Auswertung der Daten. Die Fragen sowie die Antwortmöglichkeiten sind vorab festgelegt, wodurch Verzerrungen durch den Interviewer oder unklare Formulierungen minimiert werden. Besonders bei großen Stichproben, wie sie in Online-Befragungen häufig erreicht werden, ist dies ein entscheidender Vorteil. Darüber hinaus minimiert der Wegfall eines Interviewers bei Online-Befragungen den Einfluss sozialer Erwünschtheit, besonders bei sensiblen Themen. Die Befragten fühlen sich oft freier in ihren Antworten, da keine direkte Interaktion mit einer anderen Person stattfindet. Dies trägt zu einer höheren Aufrichtigkeit und Datenqualität bei (Reinecke 2022, S.950). Da das Thema äußerst intim ist, könnten in einer persönlichen Interviewsituation Verzerrungseffekte im Antwortverhalten der Befragten auftreten. Durch die gewählte Erhebungsmethode wurde zudem die Möglichkeit geschaffen, eine möglichst große Anzahl an Proband:innen zu erreichen, was zu einem aussagekräftigeren Ergebnis beitragen könnte.

Der Fragebogen (siehe Anhang), bestand aus fünf Themenbereichen. Zuerst wurde der Selbstwert mittels der RSES abgefragt, darauf folgten die das BICI. Danach wurden die sexistischen Einstellungen und folgend auch der Konsum von pornographischen Inhalten abgefragt. Zuletzt folgten die soziodemographischen Angaben. Die Entscheidung, einen standardisierten Online-Fragebogen zur Erfassung der Auswirkungen verschiedener Formen von Pornographie zu nutzen, ermöglicht nicht nur eine hohe Vergleichbarkeit und Objektivität der Daten, sondern minimiert auch potenzielle Verzerrungen durch soziale Erwünschtheit, die besonders bei sensiblen Themen von Bedeutung sind. Diese methodischen Vorteile haben

den Weg für eine umfassende Datenerhebung geebnet, die es erlaubt, valide Aussagen über den Zusammenhang zwischen Pornographiekonsum und verschiedenen psychosozialen Variablen zu treffen. Ein weiterer Vorteil der Online-Befragung besteht in der Möglichkeit, eine große und diversifizierte Stichprobe zu erreichen, was die potenzielle Aussagekraft der Ergebnisse zusätzlich stärkt.

6.2. Stichprobe

Um eine vergleichbare Nutzung pornographischer Medien zu gewährleisten, ist es unerlässlich, dass die befragten Personen über ähnliche Konsummöglichkeiten verfügten. Dabei spielt es eine entscheidende Rolle, dass die Befragten seit ihrem Jugendalter oder als junge Erwachsene Zugang zu den aktuell verfügbaren technischen Möglichkeiten hatten, um pornographische Inhalte zu konsumieren, wie es heute üblich ist. Insbesondere das Internet hat seit den 1990er-Jahren zunehmend den Zugang zu Pornographie revolutioniert und damit auch die Konsumgewohnheiten in diesem Bereich stark verändert. In diesem Zusammenhang zeigt die wissenschaftliche Forschung, dass das durchschnittliche Alter des ersten Kontakts mit pornographischen Inhalten in der Regel zwischen 11 und 13 Jahren liegt (Böthe et al. 2019, S. 478; Dines 2017, S. 2). Dies deutet darauf hin, dass Personen, die sich um das Jahr 2000 in dieser Altersgruppe befanden, bereits die Möglichkeiten des Internets für den Konsum pornographischer Inhalte nutzen konnten bzw. in einem ähnlichen Ausmaß mit diesen konfrontiert waren. Aus diesen Gründen wurden für die vorliegende Untersuchung nur Personen in die Stichprobe aufgenommen, die nach 1980 geboren wurden. Diese Kohorte umfasst all jene, die in ihrer Jugend oder im frühen Erwachsenenalter mit der Verbreitung des Internets und der zunehmenden Verfügbarkeit von Online-Pornographie konfrontiert waren. Dies stellt sicher, dass alle Teilnehmenden vergleichbare Bedingungen hinsichtlich der technischen Zugänglichkeit pornographischer Inhalte hatten. Um zusätzlich etwaige Verzerrungen durch unterschiedliche kulturelle oder soziale Kontexte zu minimieren, wurden nur Personen in die Untersuchung einbezogen, die zum Zeitpunkt der Befragung in einem deutschsprachigen Land wohnhaft waren, also in Deutschland, Österreich oder der Schweiz (DACH-Region). Die Grundgesamtheit für die folgende Forschung besteht demnach aus allen in der DACH-Region lebenden Personen, die zwischen 1980 und 2006 geboren wurden. Auf Basis dieser Population wurde eine Stichprobengröße berechnet. Unter Berücksichtigung eines 95%-Konfidenzintervalls und einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% war eine Mindeststichprobe von 385 Befragten erforderlich, um statistisch aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen (Statistisches Bundesamt 2025; Bundesamt für Statistik 2025; Statistik Austria

2025; Online-umfrage.org). In der Befragung wurde explizit darauf geachtet einen möglichst großen Teil der im DACH-Raum lebenden Bevölkerung abzubilden, weshalb auf eine Abfrage der Staatsangehörigkeit verzichtet wurde.

Um geeignete Teilnehmende zu erreichen, wurde der Fragebogen in mehreren deutschsprachigen Online-Foren veröffentlicht, wobei besonders Plattformen wie Reddit genutzt wurden. Dabei wurden nicht nur spezifische Gruppen, die sich explizit mit pornographischen Themen beschäftigen, angesprochen, sondern auch allgemeinere Foren, von denen anzunehmen ist, dass ein signifikanter Anteil der Mitglieder aus der DACH-Region stammt, wie beispielsweise r/Studium oder r/hamburg. Obwohl die breite Streuung des Fragebogens in verschiedenen Foren eine vielfältige Stichprobe ermöglichte, kann aufgrund der unbekannten Grundgesamtheit und der Selektion der Informationskanäle keine Repräsentativität im klassischen Sinne angenommen werden. Die Verteilung in Foren mit pornographischem Fokus, die eine gewisse Verzerrung der Stichprobe zur Folge hat, schränkt die Repräsentativität zusätzlich ein. Trotz dieser Einschränkungen bietet die diverse Stichprobe Einblicke in unterschiedliche Perspektiven, was Ziel der Untersuchung ist.

Insgesamt wurde der Fragebogen im Zeitraum vom 20. August 2024 bis zum 4. Oktober 2024 insgesamt 820-mal ausgefüllt. Von diesen 820 Personen beantworteten 649 die letzte Seite des Fragebogens, sodass diese als gültige Fälle gewertet werden konnten. Da die Analyse auf Personen beschränkt ist, die ab dem Jahr 1980 geboren wurden, wurden die Daten von Teilnehmenden, die vor diesem Datum geboren sind, aus der Stichprobe ausgeschlossen. Außerdem wurden auch jene Personen ausgeschlossen, die zum Zeitpunkt der Befragung das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet hatten. Nach dieser Bereinigung verblieben $n=600$ gültige Datensätze, die in die anschließende Analyse einfließen.

6.3. Datenauswertung

Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgte unter Verwendung der Software IBM SPSS Statistics, wobei sämtliche statistischen Analysen und Hypothesentests innerhalb dieser Umgebung durchgeführt wurden.

Bei der Konstruktion des Fragebogens wurde besonderes Augenmerk auf die korrekte Handhabung der Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) gelegt. Da fünf der insgesamt zehn Items dieser Skala negativ formuliert sind, wurden diese invertiert kodiert, um eine potenzielle

Fehlinterpretation während der Datenauswertung zu vermeiden. Für die Analyse wurden zwei verschiedene Aggregationen der Skalenwerte gebildet. Erstens wurde ein Global Score berechnet, der sich aus der Summe aller Antworten auf die Items der Skala zusammensetzt und eine kontinuierliche Gesamtbewertung des Selbstwertgefühls ermöglicht. Zweitens wurden die Befragten basierend auf ihren Summenwerten in drei Selbstwertkategorien eingeteilt:

- Niedriges Selbstwertgefühl (Summenwerte zwischen 10 und 25),
- Mittleres Selbstwertgefühl (Summenwerte zwischen 26 und 29),
- Hohes Selbstwertgefühl (Summenwerte zwischen 30 und 40).

Diese Kategorisierung erlaubt differenziertere Vergleiche und erleichtert die Interpretation der Zusammenhänge mit anderen erhobenen Variablen.

Darüber hinaus wurde das Ambivalent Sexism Inventory (ASI) in die Analyse einbezogen, für das sowohl ein Gesamtwert für ambivalenten Sexismus als auch zwei separate Teilwerte für feindseligen Sexismus und wohlwollenden Sexismus berechnet wurden. Dies erfolgte durch die Summierung der entsprechenden Items innerhalb der Kurzversion des ASI, wobei jeweils sechs Items zur Messung von feindseligem bzw. wohlwollendem Sexismus herangezogen wurden. Die getrennte Betrachtung dieser beiden Dimensionen erlaubt eine präzisere Erfassung ambivalenter sexistischer Einstellungen und gewährleistet eine differenzierte Analyse individueller Wahrnehmungen und Überzeugungen.

Durch die gewählte methodische Vorgehensweise soll sichergestellt werden, dass sowohl globale als auch nuancierte Einstellungs- und Selbstkonzeptausprägungen valide und reliabel erfasst werden können, wodurch eine fundierte Grundlage für weiterführende statistische Analysen geschaffen wird.

7. Ergebnisse

7.1. Deskriptive Statistik

Bevor die inhaltlichen Zusammenhänge und Hypothesen dieser Untersuchung geprüft werden, erfolgt zunächst eine deskriptive Analyse der demografischen Kennwerte der Stichprobe. Diese bietet eine grundlegende Orientierung über die Zusammensetzung der Teilnehmenden und ermöglicht eine erste Einschätzung der Datenqualität sowie der

Vergleichbarkeit mit früheren Studien. Besonders von Interesse sind hierbei Variablen wie Alter und Geschlecht sowie weitere soziodemografische Merkmale, die potenzielle Moderatoren für die späteren Analysen darstellen können.

Die Erfassung dieser Kennwerte dient nicht nur der reinen Beschreibung der Stichprobe, sondern auch dazu, mögliche Verzerrungen in der Zusammensetzung der Befragten zu identifizieren und die Generalisierbarkeit der Ergebnisse besser einordnen zu können. Darüber hinaus erlaubt sie eine fundierte Interpretation der späteren Ergebnisse, indem beispielsweise überprüft wird, ob bestimmte Subgruppen überrepräsentiert sind oder ob die Verteilung der Merkmale mit bekannten demografischen Trends übereinstimmt.

Im Folgenden werden die demografischen Variablen detailliert dargestellt und statistisch ausgewertet, um eine fundierte Basis für die weiterführenden Analysen zu schaffen.

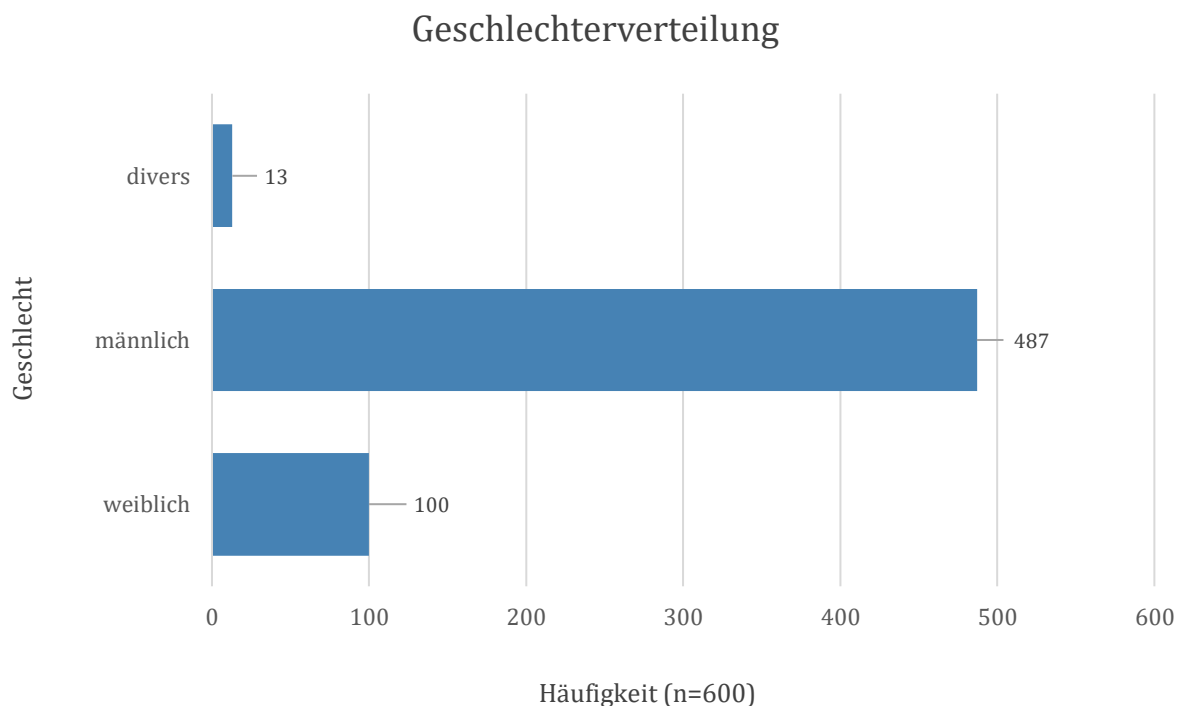


Abbildung 1 - Geschlechterverteilung der Stichprobe

Die Stichprobe weist eine auffällige Geschlechterverteilung auf: Der Großteil der Befragten sind Männer (81,2 %), während Frauen mit 16,7 % deutlich unterrepräsentiert sind und sich nur 2,2 % der Teilnehmenden als divers identifizieren. Diese unausgewogene Zusammensetzung könnte verschiedene Ursachen haben. Einerseits könnte das Thema der Untersuchung überwiegend männliche Interessierte ansprechen, was zu einer Verzerrung der Geschlechterverteilung geführt haben könnte. Andererseits könnte die Rekrutierung der

Teilnehmer über Plattformen wie Reddit eine Rolle spielen, da diese, je nach Subreddit und Themenbereich, eine männlich dominierte Nutzerbasis haben kann (Dou et al. 2015, S.60; Gjurković et al. 2021, S.144). Für die Interpretation der Ergebnisse bedeutet diese Verteilung, dass mögliche geschlechtsspezifische Unterschiede nur eingeschränkt analysiert werden können und dass die Generalisierbarkeit der Ergebnisse insbesondere für Frauen und nicht-binäre Personen kritisch hinterfragt werden sollte.

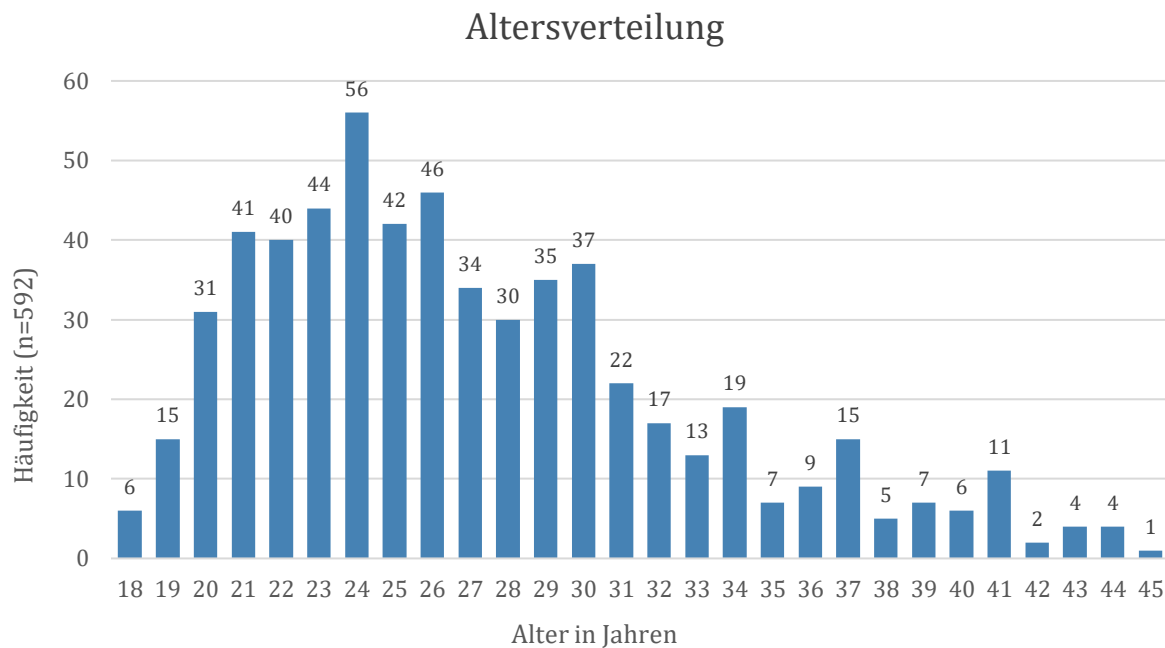


Abbildung 2 – Altersverteilung der Stichprobe

Die Altersverteilung der Stichprobe zeigt eine klare Konzentration auf jüngere Jahrgänge, insbesondere auf Personen, die sich in ihren Zwanzigern befinden. Dies entspricht den Erwartungen, da die Erhebung über einen Online-Fragebogen durchgeführt wurde und jüngere Menschen im Vergleich zu älteren Generationen eine deutlich höhere Internetaffinität aufweisen. Zudem wurden die Umfrage-Links gezielt in studentischen Gruppen und auf Reddit geteilt. Beide Plattformen werden vor allem von jüngeren Erwachsenen genutzt (Baur et al. 2009, S.110). Interessanterweise sind auf Reddit zwar auch ältere Personen vertreten, dennoch scheinen sie in dieser Stichprobe unterrepräsentiert zu sein. Dies könnte darauf hindeuten, dass entweder das Thema der Umfrage für ältere Altersgruppen weniger relevant war oder eine weitere mögliche Erklärung wäre, dass jüngere Menschen generell eine höhere Bereitschaft zur Teilnahme an Online-Studien zeigen (Blasius et al. 2009, S.166).

Aufgrund dieser spezifischen Altersstruktur sind die Ergebnisse nicht ohne Weiteres auf die Gesamtbevölkerung übertragbar. Besonders für Fragestellungen, die eine repräsentative Altersverteilung erfordern, müssen die Ergebnisse daher mit Vorsicht interpretiert werden.

Dennoch bieten sie spannende Einblicke in die Perspektiven einer internetaffinen, jungen Zielgruppe. Insbesondere für explorative Analysen und für Themen, die diese Alterskohorte besonders betreffen, können die gewonnenen Daten wertvolle Erkenntnisse liefern.

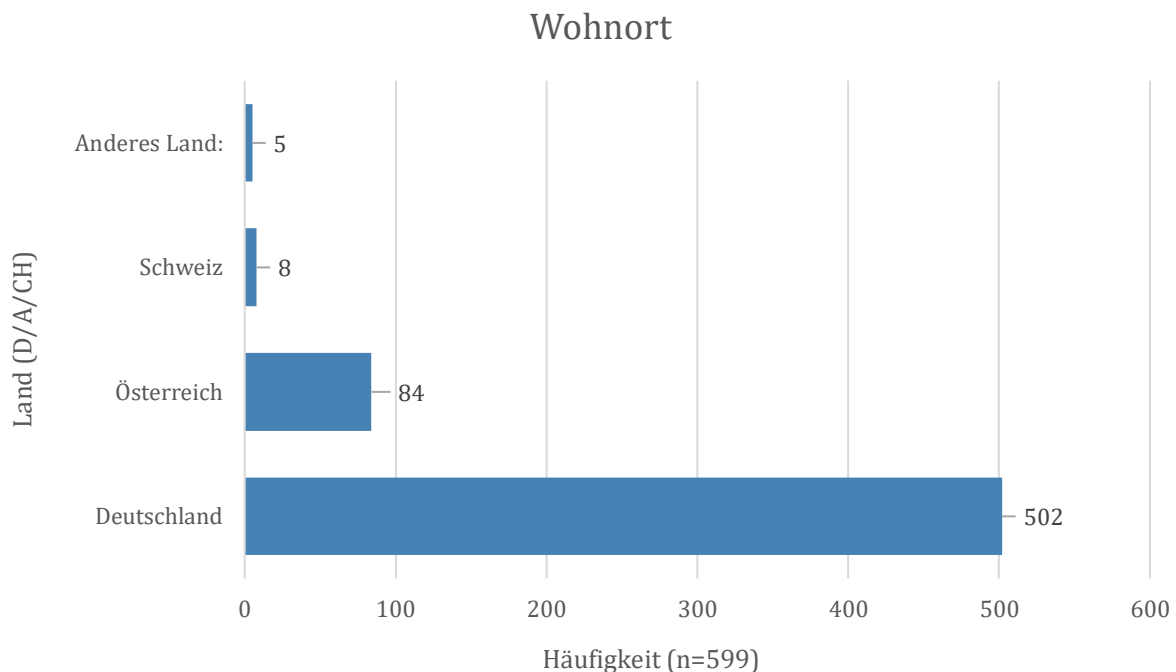


Abbildung 3 – Wohnort der Stichprobe

Die Wohnortverteilung der Befragten zeigt eine klare Dominanz von Teilnehmenden aus Deutschland (83 %), während ein kleinerer Anteil aus Österreich (14 %) und der Schweiz (1,3 %) stammt. Lediglich fünf Personen leben außerhalb dieser drei Länder. Diese Verteilung spiegelt in gewissem Maße die tatsächliche Bevölkerungsverteilung zum Erhebungszeitraum im DACH-Raum wider: Deutschland ist mit rund 84 Millionen Einwohnern das bevölkerungsreichste Land, gefolgt von Österreich mit etwa 9,2 Millionen und der Schweiz mit rund 9 Millionen (Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung 2025; Bundesamt für Statistik 2025; ORF 2025). Vergleicht man diese Zahlen mit den Anteilen in der Stichprobe, fällt auf, dass Österreich leicht überrepräsentiert ist, während die Schweiz eher unterrepräsentiert erscheint. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Verbreitung des Fragebogens dort effektiver war. Eine andere Erklärung könnte sein, dass die Online-Communities, in denen die Umfrage geteilt wurde, überdurchschnittlich viele deutsche und österreichische Nutzer:innen haben. Auch wenn die geografische Herkunft der Befragten in erster Linie den DACH-Raum abdeckt und damit eine gewisse regionale Vergleichbarkeit ermöglicht, ist die Stichprobe nicht vollständig repräsentativ für die gesamte Bevölkerung dieser Länder. Dennoch erlaubt sie

Einblicke in Präferenzen und Einstellungen aus diesen drei Ländern, insbesondere aus Deutschland und Österreich.

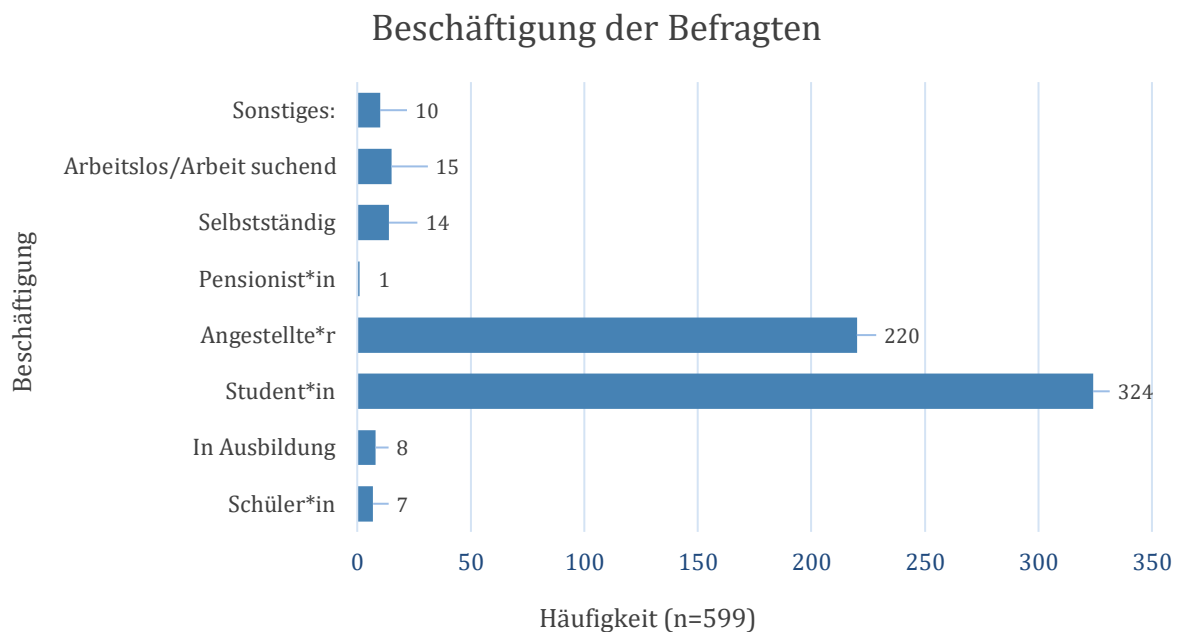


Abbildung 4- Beschäftigung der Stichprobe

Die Verteilung des aktuellen Beschäftigungsstatus der Befragten zeigt ein eindeutiges Muster: Der Großteil sind entweder Studierende (54,1 %) oder Angestellte bzw. Arbeiter:innen (36,7 %). Dies entspricht der Altersstruktur der Stichprobe, in der viele Personen um das Jahr 2000 herum geboren wurden, sich also in einem Alter befinden, in dem entweder ein Studium oder der Einstieg ins Berufsleben typisch ist. Nur ein kleiner Anteil der Befragten befindet sich noch in der schulischen Ausbildung (1,2 %) oder einer sonstigen Ausbildung (1,3 %), was ebenfalls mit der Altersverteilung zusammenhängen kann. Der Anteil an Selbstständigen (2,3 %) und arbeitslosen bzw. arbeitssuchenden Personen (2,5 %) ist vergleichsweise eher gering ausgeprägt. Besonders auffällig ist, dass nur eine einzige Person als Pensionist:in angegeben wurde, was aufgrund der jungen Stichprobe nicht überraschend ist. Insgesamt zeigt sich hier eine erwartbare Verteilung, die stark von der Altersstruktur der Befragten geprägt ist. Die hohe Zahl an Studierenden lässt sich zudem durch die Erhebungsmethode erklären: Online-Umfragen, besonders auf Plattformen wie Reddit oder in studentischen Netzwerken, erreichen erfahrungsgemäß besonders viele junge Erwachsene.

Nachdem die demografischen Merkmale der Stichprobe ausführlich betrachtet wurden, richtet sich der Fokus nun auf die inhaltlichen Aspekte der Erhebung. Ein zentraler Bestandteil der Befragung war das Nutzungsverhalten in Bezug auf Pornographie sowie die bevorzugten

Medienformate. Dabei ist es besonders interessant zu untersuchen, ob und inwiefern demografische Faktoren wie Geschlecht, Alter oder Beschäftigungsstatus das Konsumverhalten beeinflussen.

Da sich bereits gezeigt hat, dass die Stichprobe einen hohen Anteil an Männern und jungen Erwachsenen aufweist, wobei dieser insbesondere aus Studierenden und Berufstätigen besteht, könnte dies auch Auswirkungen auf die erhobenen Daten der Nutzung und Präferenzen im Bereich pornographischer Inhalte haben. Zudem stellt sich die Frage, ob bestimmte Altersgruppen oder Beschäftigungsstatus eine Vorliebe für bestimmte Medienformate aufweisen oder ob es eher allgemeine Trends gibt, die sich unabhängig von diesen Faktoren zeigen.

Im Folgenden werden daher die entsprechenden Daten zur Nutzung von Pornographie und den bevorzugten Medienformaten analysiert und mit den bisherigen Erkenntnissen in Zusammenhang gebracht.

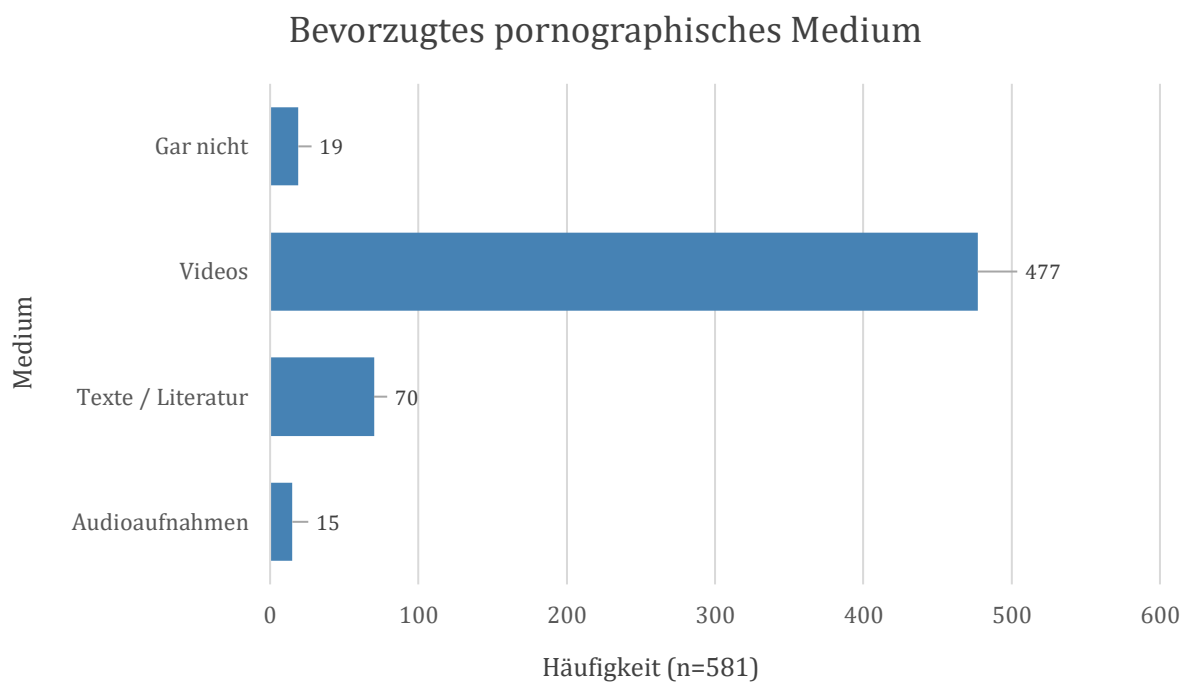


Abbildung 5 - Bevorzugtes pornographisches Medium

Wie erwartet, stellt der Konsum von pornographischen Videoinhalten mit 82 % die mit Abstand am häufigsten gewählte Form dar. Textbasierte Pornographie folgt mit einem deutlich geringeren Anteil von 11 %, während audiobasierte Inhalte mit lediglich 2,6 % nur eine sehr kleine Gruppe von Rezipient:innen ausmachen. Ebenso gaben 3,2 % der Befragten an, keinerlei pornographische Medien zu konsumieren.

Diese Verteilung zeigt, dass innerhalb der Stichprobe visuelle Darstellungen eine dominante Rolle im Bereich der Pornographierezeption spielen, was mit bestehenden Forschungsergebnissen zu medialen Präferenzen übereinstimmt. Gleichzeitig verdeutlicht sie, dass alternative Formen wie text- oder audiobasierte Inhalte eher eine Nischenrolle einnehmen. Besonders bei der Interpretation der Ergebnisse für die Gruppen, die audiobasierte Pornographie präferieren ($n = 15$) oder gar keine pornographischen Inhalte nutzen ($n = 19$), ist daher eine gewisse methodische Zurückhaltung geboten. Aufgrund der geringen Fallzahlen können sich hier Verzerrungen ergeben, weshalb die Befunde aus diesen Gruppen eher explorativ als repräsentativ betrachtet werden sollten. Dennoch bietet die Differenzierung nach bevorzugtem Medium wertvolle Einblicke in individuelle Nutzungsmuster und ermöglicht es, mögliche Zusammenhänge zwischen dem Konsumformat und anderen erhobenen Variablen zu untersuchen.

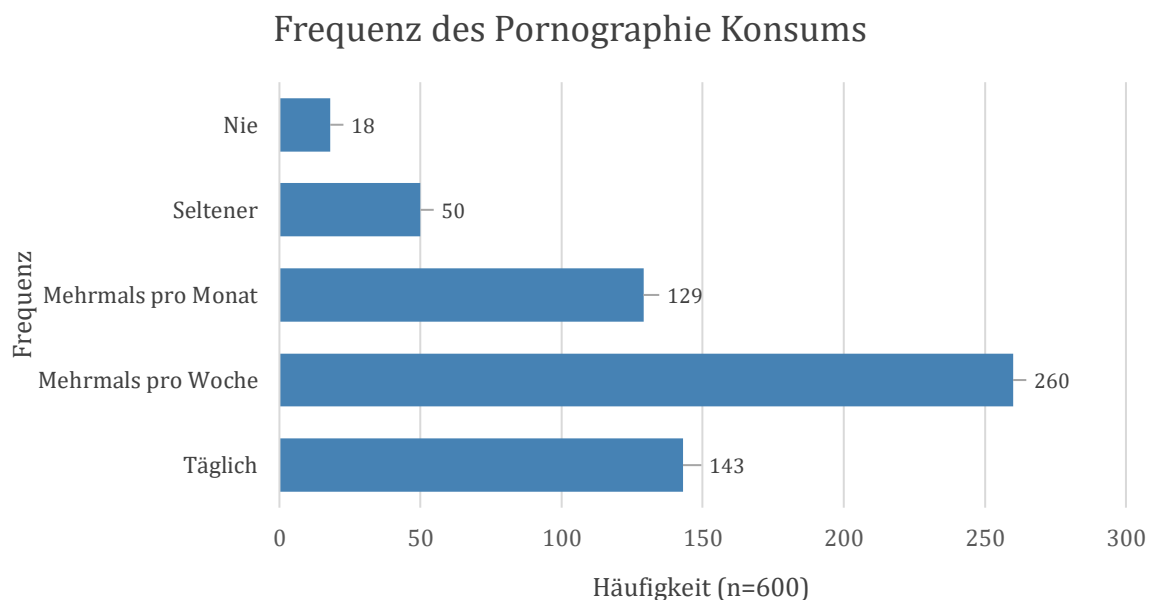


Abbildung 6 – Frequenz des Pornographie Konsums

In Hinblick auf die Nutzung pornographische Inhalte zeigt sich, dass ein Großteil der Stichprobe relativ häufig konsumiert, wodurch angenommen werden kann, dass Pornographie im Alltag der Teilnehmenden eine nicht unbedeutende Rolle spielt. Die Mehrheit der Befragten (43,3%) konsumiert Pornographie mehrmals pro Woche, wohingegen fast ein Viertel (23,8%) pornographische Inhalte täglich konsumieren. 21,5% gaben an mehrmals pro Monat Pornographie zu konsumieren. 8,3% konsumieren seltener als das, und 3% gaben an nie Pornographie in jeglicher Form zu konsumieren. Somit kann behauptet werden, dass die Stichprobe geeignet für die vorgenommene Analyse zu den Effekten des Pornographie

Konsums ist, da sich über 90% der Befragten regelmäßig mit pornographischen Inhalten auseinandersetzen.

In einigen Fällen erfolgt die Interpretation der Ergebnisse auf Grundlage einer äußerst geringen Fallzahl, was die Vergleichbarkeit der Kategorien erheblich erschwert und die Aussagekraft der Analyse einschränkt. Dies wird beispielsweise deutlich bei der Untersuchung der bevorzugten Medienformate für den Pornographiekonsum. In zwei Kategorien, Audio-basierte Inhalte ($n = 15$) sowie kein Pornographiekonsum ($n = 19$), sind die Fallzahlen so gering, dass ein belastbarer Vergleich zwischen diesen Gruppen kaum möglich ist. Dies kann nicht nur die Interpretation innerhalb der jeweiligen Kategorien erschweren, sondern auch die Unterscheidung zwischen Pornographiekonsument:innen und Nicht-Konsument:innen verzerren. Ein ähnliches Problem zeigt sich bei der geschlechtsspezifischen Analyse, da lediglich dreizehn Personen angaben, sich als divers zu identifizieren. Aufgrund der äußerst geringen Fallzahl steigt hier das Risiko, dass potenzielle Effekte nicht als statistisch signifikant erkannt werden. Gleichzeitig nimmt die Wahrscheinlichkeit eines sogenannten Alpha-Fehlers zu, also eines irrtümlichen Ablehnens der Nullhypothese, wodurch fälschlicherweise ein nicht vorhandener Effekt angenommen werden könnte (du Prel et al. 2010, S. 343). Generell weisen kleine Stichproben eine geringere statistische Aussagekraft auf, da sie weniger robuste Schätzungen ermöglichen und anfälliger für zufällige Schwankungen sind. Allerdings können bei großen Stichproben auch sehr kleine Effekte als signifikant ausgewiesen werden, selbst wenn sie inhaltlich nur eine geringe Relevanz besitzen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, nicht ausschließlich auf die statistische Signifikanz zu achten, sondern zusätzlich die Effektgröße zu berücksichtigen, die das tatsächliche Ausmaß eines Unterschieds zwischen den untersuchten Gruppen quantifiziert (Böhning 1998, S. 60).

Angesichts dieser methodischen Herausforderungen wurde bei der weiteren Analyse ein besonderes Augenmerk auf eine differenzierte Interpretation der Ergebnisse gelegt. Insbesondere bei kleinen Fallzahlen wurde darauf geachtet, die statistische Signifikanz stets im Kontext der Effektgrößen und der allgemeinen Stichprobenverteilung zu bewerten, um Fehlinterpretationen zu vermeiden und eine möglichst fundierte Analyse sicherzustellen.

7.2. Auswertung psychometrischer Konstrukte

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung soll der Zusammenhang zwischen dem Konsum unterschiedlicher pornographischer Medien und verschiedenen psychologischen Konstrukten, nämlich dem Selbstwertgefühl, der Körperbildwahrnehmung sowie sexistischen Einstellungen,

empirisch überprüft werden. Eine fundierte Analyse dieser Beziehungen setzt jedoch zunächst die sorgfältige Berechnung und Überprüfung der zugrunde liegenden psychometrischen Kennwerte voraus. Basierend auf den erhobenen Fragebogendaten wurden daher im ersten Schritt die entsprechenden Skalenwerte für die eingesetzten Messinstrumente gebildet. Diese Kennzahlen stellen die Grundlage für alle weiterführenden statistischen Auswertungen dar und erlauben eine erste deskriptive Annäherung an zentrale Merkmale der Stichprobe im Hinblick auf Selbstwert, Körperbild und ambivalenten Sexismus.

Um die Einstellungen der Befragten auf die traditionelle Geschlechterrollenverteilung zu ermitteln, wurde das Ambivalent Sexism Inventory (ASI) von Glick und Fiske (1996) herangezogen. Das ASI besteht in seiner Kurzform aus 12 Items, wobei jeweils sechs zwei verschiedene Arten von Sexismus messen sollen. Hier wird zwischen "feindseligem" und "wohlwollendem" Sexismus unterschieden. Bei der Überprüfung der Reliabilität der Skala (Tabelle 1) zeigt sich, dass die gesamten 12 Items einen Cronbachs Alpha Wert von .86 aufweisen. Betrachtet man jedoch die Werte der jeweiligen Items, die bestimmte Formen von Sexismus messen, zeigt sich ein prägnanter Unterschied bei der Reliabilität. Bei den Items zu "wohlwollendem" Sexismus beträgt Cronbachs Alpha .78, wobei dieses bei "feindseligem" Sexismus .90 beträgt. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung bestätigen die Befunde von Glick und Fiske (1996), die im Rahmen ihrer Validierungsstudien des ASI hohe Reliabilitätswerte in mehreren unabhängigen Stichproben nachweisen konnten. So erreichte die Gesamtskala des ASI Cronbachs Alpha Werte zwischen .83 und .92. Auch die beiden Subskalen zeigten eine gute interne Konsistenz: Für die Skala feindseliger Sexismus lagen die Werte zwischen .80 und .92, für die Skala wohlwollender Sexismus zwischen .73 und .85 (Eckes und Six-Materna 1999). Somit entspricht die Reliabilität der Gesamtskala sowie der beiden Subskalen den bisherigen Standards.

Tabelle 1 - Reliabilität der Ambivalent Sexism Skalen

	Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
Gesamtscore	,865	,870	12
wohlwollend	,781	,785	6
feindselig	,901	,904	6

Für die weiterführende Analyse wurden aus den erhobenen Daten verschiedene Skalenwerte gebildet, um eine differenzierte Betrachtung der relevanten Konstrukte zu ermöglichen. Dabei wurden sowohl für die Gesamtskalen als auch für die zwei Subskalen Mittelwerte berechnet (Tabelle 2). Die Verwendung des Durchschnittswerts bietet den Vorteil, dass die

Vergleichbarkeit zwischen Gesamt- und Subskalen unabhängig von der Anzahl enthaltener Items gewährleistet bleibt. Somit lassen sich potenzielle Unterschiede oder Zusammenhänge zwischen verschiedenen Dimensionen erkennen. Die auf diese Weise standardisierten Scores dienen als zentrale Grundlage für die anschließenden Auswertungen. Der durchschnittliche Gesamtwert des ASI liegt bei $M = 2,61$ ($SD = 0,86$) auf einer Skala von 1 bis 6. Dies deutet auf eine insgesamt eher geringe bis moderate Ausprägung sexistischer Einstellungen in der Stichprobe hin. Die Subskalen zeigen eine differenzierte Verteilung: Der Mittelwert für wohlwollenden Sexismus liegt bei $M = 2,88$ ($SD = 0,97$) und ist damit leicht höher als der Gesamtscore. Dies weist darauf hin, dass wohlwollende sexistische Einstellungen tendenziell stärker vertreten sind als feindselige. Der Mittelwert für feindseligen Sexismus beträgt $M = 2,35$ ($SD = 1,06$) und liegt damit unter beiden anderen Werten. Die höhere Standardabweichung dieser Subskala spricht zudem für größere Unterschiede innerhalb der Stichprobe hinsichtlich der Zustimmung zu feindseligen Aussagen. Insgesamt zeigt sich, dass sexistische Einstellungen innerhalb der befragten Gruppe unterschiedlich stark ausgeprägt sind, wobei wohlwollender Sexismus im Durchschnitt etwas stärker vertreten ist als feindseliger Sexismus.

Tabelle 2 - Ambivalent Sexism Inventory Mittelwerte

(n=598)					
	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung
ASI Score	598	1.00	5.08	2.6112	.85604
wohlwollend	598	1.00	6.00	2.8764	.96818
feindselig	598	1.00	5.50	2.3460	1.05858

Für die Messung des Körperbilds der Befragten wurde das Body Image Concern Inventory (BICI) herangezogen. Der Cronbach Alpha Wert der Skala beträgt .92 (Tabelle 3), was auf eine gute interne Konsistenz der Skala hindeutet und somit auch die Reliabilität bestätigt (Schulte van Maaren et al. 2014, S.84).

Tabelle 3 - Reliabilität des Body Image Concern Inventory

Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
.925	.925	19

Das BICI wird nach Empfehlung von Littleton et al. (2005) als Gesamtsumme interpretiert. Diese wird berechnet, indem die 19 erhobenen Items summiert werden. Da diese als Likert-

Skala mit Werten von 1 (nie) bis 5 (immer) formuliert sind, können die Gesamtsummen von 19 bis 95 reichen. Höhere Werte weisen auf eine erhöhte Unzufriedenheit mit dem Körper bzw. einer intensiveren Beschäftigung mit diesem hin. Bei der hier vorliegenden Stichprobe reichen die Werte der Gesamtsumme des BICI zwischen 19 und 85. Das bedeutet, dass keine der befragten Personen bei allen Items immer die am negativsten konnotierte Antwort gewählt hat. Anhand des Mittelwerts (43,37) kann man von einem recht ausgewogenen Antwortverhalten der Stichprobe ausgehen (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4- Body Image Concern Inventory Gesamtscore

(n=598)					
	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung
BICI Score	598	19.00	85.00	42.3712	13.03619

Zur Erfassung des Selbstwertgefühls der Stichprobe zu ermitteln, wurde die Rosenberg Self Esteem Skala (RSES) verwendet. Die Reliabilität der Skala erwies sich in der vorliegenden Stichprobe mit einem Cronbach's Alpha von .88 als sehr gut, was auf eine hohe interne Konsistenz der Items hinweist (Tabelle 5)

Tabelle 5- Reliabilität der Rosenberg Self Esteem Skala

Cronbachs Alpha	Cronbachs Alpha für standardisierte Items	Anzahl der Items
,880	,880	10

Für die Auswertung wurden zwei Ausprägungen berechnet: ein kontinuierlicher Gesamtwert sowie eine kategoriale Einteilung in sogenannte Self-Esteem Levels. Der Gesamtwert ergibt sich aus der Summe der Antworten auf die zehn Items, wobei Werte theoretisch zwischen 10 (sehr niedriges Selbstwertgefühl) und 40 (sehr hohes Selbstwertgefühl) möglich sind. In der untersuchten Stichprobe lagen die empirischen Werte zwischen 14 und 40, was eine ausreichende Streuung erkennen lässt. Der Mittelwert der Gesamtwerte betrug etwa 29, was tendenziell auf ein mittleres bis leicht erhöhtes Selbstwertniveau innerhalb der Befragten hindeutet (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6 - Rosenberg Self Esteem Skala Gesamtscore

(n=598)		
N	Gültig	598
	Fehlend	2
Mittelwert		29.1388
Median		30.0000
Minimum		14.00
Maximum		40.00

Zur weiterführenden Analyse wurde der aus RSES berechnete Gesamtwert in kategoriale Ausprägungen des Selbstwertgefühls überführt. Die Einteilung orientierte sich an der Vorgehensweise von García et al. (2019), die drei Abstufungen des Selbstwertniveaus vorschlagen: niedriges Selbstwertgefühl (Gesamtwerte zwischen 10 und 25), mittleres Selbstwertgefühl (26 bis 29) sowie hohes Selbstwertgefühl (30 bis 40) (S.3). Diese Klassifizierung erlaubt eine differenziertere Betrachtung und den Vergleich zwischen Gruppen hinsichtlich möglicher Unterschiede in Bezug auf andere untersuchte Variablen. Die Verteilung der befragten Personen auf diese Kategorien zeigt, dass rund die Hälfte der Stichprobe (50,5 %) ein hohes Selbstwertgefühl aufweist. Etwa ein Viertel der Teilnehmenden wurde dem mittleren Selbstwertniveau (23,7 %) zugeordnet, während ebenfalls ungefähr ein Viertel (25,9 %) der Befragten ein niedriges Selbstwertgefühl angaben (Tabelle 7). Diese Verteilung legt nahe, dass innerhalb der Stichprobe eine vergleichsweise heterogene Ausprägung des Selbstwerts besteht, wobei sich eine leichte Tendenz zu höheren Selbstwertniveaus erkennen lässt. Die Kategorisierung bietet somit eine zusätzliche Ebene zur differenzierten Betrachtung potenzieller Zusammenhänge im weiteren Verlauf der Analyse.

Tabelle 7 - Self Esteem Levels

(n=600)					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gering	155	25.8	25.9	25.9
	mittel	142	23.7	23.7	49.7
	hoch	301	50.2	50.3	100.0
	Gesamt	598	99.7	100.0	
Fehlend	System	2	.3		
Gesamt		600	100.0		

Da zur Beantwortung der zweiten Forschungsfrage die Selbstwahrnehmung der Befragten aufgrund theoretischer Überlegungen differenziert betrachtet in Körperbild und Selbstwertgefühl erhoben wurde, war es notwendig zu überprüfen, in welchem Verhältnis diese beiden Variablen zueinanderstehen. Die Analyse dieser Beziehung ist essenziell, da sie Aufschluss darüber geben kann, ob beide Konstrukte tatsächlich die erwarteten zusammenhängenden Dimensionen der Selbstwahrnehmung abbilden. Zur statistischen Überprüfung der Zusammenhänge zwischen den Skalenwerten des BICI und den RSES-Levels wurde ein Spearman-Rangkorrelationskoeffizient berechnet. Dieser wurde gewählt, da es sich bei den erhobenen Daten nicht um normalverteilte metrische Daten handelt, was die Anwendung parametrischer Verfahren einschränkt. Der berechnete Korrelationskoeffizient (Tabelle 8) zeigt einen signifikanten negativen Zusammenhang zwischen Selbstwert und Körperbildsorgen. Das bedeutet, Personen mit einem höheren Selbstwertgefühl berichteten tendenziell geringere Ausprägungen von Unzufriedenheit bzw. Besorgnis bezüglich ihres eigenen Körpers. Demnach korreliert ein niedriger Selbstwert mit stärkeren negativen Körperbildbewertungen. Dieser Befund bestätigt damit unter anderem die Ergebnisse von Collison und Mahlberg (2019), die eine konsistente Beziehung zwischen dem BICI und der RSES festgestellt hatten. Inhaltlich deutet das Ergebnis darauf hin, dass die beiden Konstrukte differenzierbare Aspekte der Selbstwahrnehmung darstellen.

Tabelle 8 - Zusammenhang von Körperbild und Selbstwert

			RSES Levels	BICI Score
Spearman-Rho	RSES Levels (n=598)	Korrelationskoeffizient	1,000	-,430 ^{2*}
		Sig. (2-seitig)	.	<,001
		N	598	597
	BICI Score (n=597)	Korrelationskoeffizient	-,430 ^{2*}	1,000
		Sig. (2-seitig)	<,001	.
		N	597	598

^{2*}. Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die erhobenen psychometrischen Kennwerte insgesamt eine gute Reliabilität aufweisen und inhaltlich nachvollziehbare Ergebnisse liefern. Das Ambivalent Sexism Inventory (ASI) zeigte eine insgesamt hohe interne Konsistenz, wobei feindseliger Sexismus in der Stichprobe tendenziell geringer ausgeprägt war als wohlwollender. Auch das Body Image Concern Inventory (BICI) erwies sich als sehr reliabel und ermöglichte differenzierte Aussagen zur Körperbildwahrnehmung, die innerhalb der Stichprobe relativ heterogen verteilt war. Die Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) sowie die Selfesteem Levels zeigten eine gute Reliabilität und zeigte auf, dass ein Großteil der Befragten

ein mittleres bis hohes Selbstwertgefühl aufweisen. Darüber hinaus konnte ein signifikanter negativer Zusammenhang zwischen dem Selbstwert und der Körperbildbesorgnis festgestellt werden. Dieses Ergebnis bestätigt die Annahme, dass beide Konstrukte zwar zusammenhängen, aber unterschiedliche Aspekte der Selbstwahrnehmung abbilden.

Nachdem die zugrunde liegenden psychometrischen Kennwerte detailliert beschrieben und hinsichtlich ihrer Verteilung, Reliabilität sowie theoretischen Zusammenhänge analysiert wurden, bildet diese empirische Grundlage nun den Ausgangspunkt für die Beantwortung der zentralen Fragestellung der vorliegenden Arbeit.

7.3. Analyse der Effekte unterschiedlicher pornographischer Medien

Aufbauend auf der vorhergehenden Analyse folgt nun die Überprüfung der aufgestellten Hypothesen der vorliegenden Untersuchung. Das Ziel ist es, zu überprüfen, inwieweit der Konsum unterschiedlicher pornographischer Medienformate mit bestimmten psychologischen Merkmalen der Rezipient:innen in Zusammenhang steht. Im Mittelpunkt stehen dabei insbesondere Einstellungen zu traditionellen Geschlechterrollen sowie Aspekte der Selbstwahrnehmung, nämlich das Körperbild und das Selbstwertgefühl. Im Folgenden werden die formulierten Hypothesen mittels geeigneter statistischer Verfahren überprüft und die Ergebnisse im Hinblick auf die theoretischen Annahmen interpretiert.

Die erste Forschungsfrage zielt darauf ab, zu untersuchen, welchen Einfluss die Nutzung verschiedener pornographischer Medienformate auf die Einstellung gegenüber stereotypen Geschlechterrollen hat. Dabei wird geprüft, ob ein Zusammenhang zwischen der bevorzugten Medienform und der Ausprägung sexistischer Einstellungen besteht. In Hypothese H1 wird angenommen, dass insbesondere der Konsum pornographischer Videos mit einer stärkeren Zustimmung zu stereotypen Geschlechterrollen einhergeht. Die Erhebung sexistischer Einstellungen erfolgte mithilfe des Ambivalent Sexism Inventory (ASI). Dieses Instrument ermöglicht eine differenzierte Analyse, indem es nicht nur einen Gesamtscore für sexistische Einstellungen liefert, sondern auch zwischen zwei Subdimensionen unterscheidet, nämlich wohlwollendem und feindseligem Sexismus. Durch die getrennte Auswertung dieser Subskalen lässt sich ambivalenter Sexismus gezielter erfassen und in seinen unterschiedlichen Ausprägungen analysieren. Somit erlaubt das ASI eine nuancierte Betrachtung sowohl der allgemeinen als auch der spezifischen Formen sexistischer Haltungen innerhalb der Stichprobe.

Tabelle 9 - Test auf Normalverteilung der ASI Mittelwerte

(n=579)						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
ASI_feindselig_mean	,102	579	<,001	,938	579	<,001
ASI_gesamt_mean	,054	579	<,001	,986	579	<,001
ASI_wohlwollend_mean	,056	579	<,001	,988	579	<,001

a. Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

Da die Mittelwerte der ASI Skalen nicht normalverteilt sind (siehe Tabelle 9), wird ein nicht-parametrischer Test zur Überprüfung eines möglichen Zusammenhangs zwischen den Variablen herangezogen. Um herauszufinden, ob es einen Unterschied in den Ansichten zu traditionellen Geschlechterrollen zwischen dem präferierten Medium gibt, wurde ein Kruskal-Wallis Test durchgeführt (Tabelle 10). Betrachtet man die Test Ergebnisse wird ersichtlich, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen den Ansichten zu Geschlechterrollen und dem präferierten pornographischen Medium. In Bezug auf die Subskalen zeigt sich jedoch, dass dieser Unterschied nur bei dem feindseligen Sexismus statistisch signifikant ist.

Tabelle 10 - Test auf Unterschiede zwischen den ASI Skalen

(n=579)					
	Gesamtzahl	Teststatistik	Freiheitsgrad	Asymptotische (zweiseitiger Test)	Sig.
ASI_gesamt_mean	579	24,735 ^a	3	<.001	
ASI_wohlwollend_mean	579	10,715 ^a	3	0.013	
ASI_feindselig_mean	579	28,352 ^a	3	<.001	

a. Die Teststatistik wird für Bindungen angepasst.

Um zu untersuchen, zwischen welchen Gruppen signifikante Unterschiede hinsichtlich sexistischer Einstellungen bestehen, wurden ergänzend zur Gesamtanalyse Post-hoc-Vergleiche mittels Mann-Whitney-U-Tests durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass der bevorzugte Medientyp, insbesondere die Unterscheidung zwischen Videos und textbasierter Pornographie, mit der Ausprägung sexistischer Einstellungen in Zusammenhang steht. Über alle Skalen des ASI hinweg erzielten Personen, die pornographische Videos als bevorzugtes Medium angaben, signifikant höhere Sexismus Werte als jene, die Texte oder Literatur bevorzugen. Besonders deutlich zeigt sich dieser Unterschied bei feindseligem Sexismus. Hier

lag der mittlere Rang der Videonutzer:innen deutlich höher was sich in einem signifikanten Testergebnis widerspiegelte ($Z = -5,20$; $p < .001$). Auch beim wohlwollenden Sexismus zeigte sich ein signifikanter Unterschied ($Z = -3,16$; $p = .002$), wenn auch in geringerem Ausmaß (siehe Tabellen 11 & 12). Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass insbesondere der Konsum audiovisueller Inhalte mit einer stärkeren Tendenz zu sexistischen Einstellungen, vor allem in der feindseligen Dimension, einhergeht. Der Medientyp scheint somit ein relevanter Faktor im Hinblick auf die Einstellung gegenüber Geschlechterrollen zu sein.

Tabelle 11 - Unterschiede zwischen sexistischen Einstellungen nach Medien

(n=545)				
	Medium	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
ASI_feindselig_mean	Texte / Literatur	70	181,76	12723,50
	Videos	475	286,45	136061,50
	Gesamt	545		
ASI_gesamt_mean	Texte / Literatur	70	186,60	13062,00
	Videos	475	285,73	135723,00
	Gesamt	545		
ASI_wohlwollend_mean	Texte / Literatur	70	217,61	15233,00
	Videos	475	281,16	133552,00
	Gesamt	545		

Tabelle 12- Teststatistiken des Gruppenvergleichs

	ASI_HS_mean	ASI_gesamt_mean	ASI_wohlwollend_mean
Mann-Whitney-U-Test	10238,500	10577,000	12748,000
Wilcoxon-W	12723,500	13062,000	15233,000
Z	-5,202	-4,920	-3,157
Asymp. Sig. (2-seitig)	<,001	<,001	,002

a. Gruppenvariable: Medium

Die zweite Forschungsfrage stellt die Selbstwahrnehmung der Befragten in den Mittelpunkt der Analyse. Diese wird anhand zweier Dimensionen operationalisiert. Zum einen über das Körperbild, erfasst mit dem Body Image Concern Inventory (BICI), zum anderen über das Selbstwertgefühl, gemessen mithilfe der Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Ziel ist es, mögliche Unterschiede in diesen beiden Ausprägungen der Selbstwahrnehmung in Abhängigkeit vom präferierten pornographischen Medienformat zu identifizieren.

Zur Untersuchung eines möglichen Zusammenhangs zwischen dem Körperbild der Befragten, gemessen über den BICI-Score, und der bevorzugten Art pornographischer Medien wurde eine Varianzanalyse durchgeführt. Die Analyse ergab ein signifikantes Ergebnis ($p = 0,006$; siehe Tabelle 13), was darauf hinweist, dass sich der BICI-Score zwischen mindestens zwei der erhobenen Mediengruppen signifikant unterscheidet. Dies deutet darauf hin, dass die Wahl des pornographischen Mediums einen Einfluss auf das Körperbild der Rezipient:innen haben kann. Allerdings relativiert sich dieser Befund bei Betrachtung der Effektstärke. Denn nur 2,1 % der Gesamtvarianz im BICI-Score können durch die Medienpräferenz erklärt werden (siehe Tabelle 14), was auf einen sehr kleinen Effekt hinweist. Auch die durchgeführten Post-hoc-Tests (Tabelle 15) ergaben keine signifikanten paarweisen Unterschiede zwischen den vier Mediengruppen. Dies legt nahe, dass der signifikante Gesamtunterschied in der ANOVA möglicherweise auf eine Vielzahl kleiner, nicht signifikanter Unterschiede zurückzuführen ist, die in der Summe dennoch einen signifikanten Effekt ergeben. Die Mediengruppen unterscheiden sich somit im Mittel leicht, jedoch nicht in klar voneinander abgrenzbaren Gruppen mit deutlich voneinander abweichenden BICI-Werten.

Tabelle 13 - Unterschiede im Körperbild nach Medium

BICI Score (n=578)					
	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Zwischen den Gruppen	2106,743	3	702,248	4,159	,006
Innerhalb der Gruppen	97081,775	575	168,838		
Gesamt	99188,518	578			

Tabelle 14 - Effektstärken der Körperbild Unterschiede

		Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
			Unterer	Oberer
BICI Score	Eta-Quadrat	,021	,002	,046

a. Eta-Quadrat und Epsilon-Quadrat werden basierend auf dem Modell mit festen Effekten geschätzt.

b. Negative, aber weniger verzerrte Schätzungen werden beibehalten, nicht auf Null aufgerundet.

Tabelle 15 - Unterschiede im Körperbild nach Medium - Gruppenvergleich

Abhängige Variable: BICI Score						
(I) Medium	(J) Medium	Mittelwertdifferenz (I-J)			95% Konfidenzintervall	
		Std.-Fehler	Sig.	Untergrenze	Obergrenze	
Games-Howell Audio	Texte / Literatur	-2,22381	4,30587	,954	-14,2802	9,8326
	Videos	,82175	3,97595	,997	-10,6755	12,3190
	Gar nicht	-8,72982	5,79155	,445	-24,4232	6,9636
Texte / Literatur	Audio	2,22381	4,30587	,954	-9,8326	14,2802
	Videos	3,04556	1,83843	,353	-1,7731	7,8642
	Gar nicht	-6,50602	4,59496	,502	-19,1657	6,1537
Videos	Audio	-,82175	3,97595	,997	-12,3190	10,6755
	Texte / Literatur	-3,04556	1,83843	,353	-7,8642	1,7731
	Gar nicht	-9,55158	4,28734	,152	-21,6277	2,5246
Gar nicht	Audio	8,72982	5,79155	,445	-6,9636	24,4232
	Texte / Literatur	6,50602	4,59496	,502	-6,1537	19,1657
	Videos	9,55158	4,28734	,152	-2,5246	21,6277

*. Die Mittelwertdifferenz ist in Stufe 0.05 signifikant.

Tabelle 16 - Multifaktorielle Varianzanalyse Körperbild

Abhängige Variable: BICI Score (n=578)						
Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	12091,099 ^a	15	806,073	5,210	<,001	,122
Konstanter Term	82769,403	1	82769,403	535,024	<,001	,487
Medium	196,319	3	65,440	,423	,737	,002
Geschlecht	6788,714	2	3394,357	21,941	<,001	,072
Beschäftigung	696,102	6	116,017	,750	,610	,008
Frequenz	335,790	4	83,948	,543	,704	,004
Fehler	87097,420	563	154,702			
Gesamt	1140804,000	579				
Korrigierte Gesamtvariation	99188,518	578				

a. R-Quadrat = ,122 (korrigiertes R-Quadrat = ,099)

Zur weiteren Prüfung potenzieller Einflussfaktoren auf das Körperbild wurde eine mehr faktorielle ANOVA durchgeführt (Tabelle 16). In diesem Modell zeigte sich, dass das Geschlecht der Befragten einen signifikanten Effekt auf den BICI-Score ausübt. Die anderen einbezogenen Faktoren, nämlich präferiertes Medium, Konsumfrequenz und Beschäftigungsstatus, zeigten keine signifikanten Effekte. Dennoch war das gesamte Modell

signifikant, was darauf hinweist, dass die berücksichtigten Prädiktoren zusammen etwa 12 % der Varianz im Körperbild der Befragten erklären können.

Die Ergebnisse zeigen, dass es einen statistisch signifikanten Unterschied im Körperbild (BICI-Score) zwischen den verschiedenen pornographischen Medienpräferenzen gibt. Allerdings ist dieser gefundene Effekt sehr klein und Post-Hoc-Tests konnten keinen eindeutigen Unterschied zwischen einzelnen Mediengruppen nachweisen. Die Vermutung, dass der Konsum von Videos im Vergleich zu anderen Medien mit einem negativeren Körperbild einhergeht, wird somit nicht eindeutig bestätigt.

Tabelle 17- Mittelwertvergleich Selbstwert nach Medien

(n=579)		95% Konfidenzintervall des						
		Std.-		Mittelwerts				
	N	Mittelwert	Abweichung	Std.-Fehler	Untergrenze	Obergrenze	Minimum	Maximum
Audioaufnahme	15	28,9333	7,89635	2,03883	24,5605	33,3062	14,00	39,00
n								
Texte / Literatur	70	28,7000	5,05721	,60445	27,4942	29,9058	14,00	39,00
Videos	475	29,2884	5,48829	,25182	28,7936	29,7832	16,00	40,00
Gar nicht	19	28,3684	6,81673	1,56387	25,0829	31,6540	15,00	40,00
Gesamt	579	29,1779	5,54732	,23054	28,7251	29,6307	14,00	40,00

Tabelle 18 – Unterschiede im Selbstwert nach Medium

(n=578)					
	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Zwischen den Gruppen	35,136	3	11,712	,379	,768
Innerhalb der Gruppen	17751,541	575	30,872		
Gesamt	17786,677	578			

Um die potenziellen Auswirkungen unterschiedlicher pornographischer Medien auf die Selbstwahrnehmung umfassender zu erfassen, wurde zusätzlich der Zusammenhang zur Ausprägung des Selbstwertgefühls untersucht. Dabei wurde das Selbstwertgefühl sowohl als kontinuierlicher Gesamtwert als auch in den Kategorien „hoch“, „mittel“ und „niedrig“ betrachtet. Ein Blick auf die Mittelwerte (Tabelle 17) zeigt, dass diese über alle Medienpräferenzen hinweg weitgehend übereinstimmen. Entsprechend ergab die Analyse

keinen signifikanten Unterschied im durchschnittlichen RSES-Gesamtwert zwischen den Mediengruppen ($p = 0,768$; siehe Tabelle 18).

Tabelle 19 - Verteilung von Self Esteem Levels nach Medium

(n=579)			Rosenberg Self Esteem Score Levels			Gesamt
			low	normal	high	
Medium	Audioaufnahmen	Anzahl	5	2	8	15
		Erwartete Anzahl	3,9	3,5	7,6	15,0
		% von Medium	33,3%	13,3%	53,3%	100,0%
	Texte / Literatur	Anzahl	18	18	34	70
		Erwartete Anzahl	18,0	16,6	35,4	70,0
		% von Medium	25,7%	25,7%	48,6%	100,0%
	Videos	Anzahl	120	113	242	475
		Erwartete Anzahl	122,2	112,4	240,4	475,0
		% von Medium	25,3%	23,8%	50,9%	100,0%
	Gar nicht	Anzahl	6	4	9	19
		Erwartete Anzahl	4,9	4,5	9,6	19,0
		% von Medium	31,6%	21,1%	47,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl		149	137	293	579
	Erwartete Anzahl		149,0	137,0	293,0	579,0
	% von Medium		25,7%	23,7%	50,6%	100,0%

Tabelle 20 - Zusammenhang zwischen Medium und Self Esteem Level

(n=579)			Asymptotische	Signifikanz
	Wert	df	(zweiseitig)	
Pearson-Chi-Quadrat	1,618 ^a	6	,951	
Likelihood-Quotient	1,700	6	,945	
Zusammenhang linear-mit-linear	,014	1	,907	
Anzahl der gültigen Fälle	579			

a. 4 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,55.

Zur Überprüfung eines möglichen Zusammenhangs zwischen dem präferierten pornographischen Medium und den Ausprägungen des Selbstwertgefühls wurde eine

Kreuztabelle erstellt (Tabelle 19). Die prozentualen Verteilungen der RSES-Kategorien zeigen sich über alle Mediengruppen hinweg als weitgehend ähnlich, was analog zu den Ergebnissen der ANOVA auf keinen relevanten Zusammenhang hinweist. Zwar kann die Aussagekraft des Tests durch die ungleichen Gruppengrößen eingeschränkt sein, doch angesichts des sehr hohen p-Werts von 0,951 (Tabelle 20) ist es selbst bei einer gewissen Ungenauigkeit des Tests klar, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen Medienpräferenz und Selbstwertkategorie besteht.

Basierend auf den Ergebnissen der Analysen sowohl für den RSES-Gesamtscore als auch für die Self Esteem Levels lässt sich festhalten, dass keine signifikanten Unterschiede im durchschnittlichen Selbstwertgefühl zwischen den Gruppen mit unterschiedlicher Medienpräferenz bestehen. Ebenso zeigt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem bevorzugten pornographischen Medium und den Kategorien des Selbstwertgefühls (niedrig, mittel, hoch). Zusammenfassend deuten die Daten darauf hin, dass die präferierte Art pornographischer Medien keinen nachweisbaren Einfluss auf das Selbstwertgefühl der Befragten hat. Die beobachteten Effekte sind äußerst gering und statistisch nicht signifikant.

Zusammenfassend zeigen die bisherigen Analysen ein differenziertes Bild. Während sich hinsichtlich sexistischer Einstellungen signifikante Unterschiede in Abhängigkeit vom präferierten pornographischen Medium feststellen ließen, insbesondere zwischen Video- und textbasierten Formaten, konnten bei der Selbstwahrnehmung nur begrenzte Effekte beobachtet werden. Zwar ergab sich beim Körperbild ein signifikanter Unterschied zwischen den Mediengruppen, dieser war jedoch in seiner Effektstärke sehr gering und in den paarweisen Vergleichen nicht klar auszumachen. Für das Selbstwertgefühl hingegen zeigten sich weder signifikante Mittelwertsunterschiede noch relevante Zusammenhänge mit der Medienpräferenz.

8. Beantwortung der Forschungsfragen

Aufbauend auf den vorangegangenen Datenanalysen und statistischen Auswertungen folgt nun die gezielte Beantwortung der zentralen Forschungsfragen dieser Untersuchung. Im Fokus steht dabei die Frage, inwiefern der Konsum unterschiedlicher pornographischer Medienformate mit bestimmten psychologischen Konstrukten, insbesondere sexistischen Einstellungen, dem Körperbild sowie dem Selbstwertgefühl, in Zusammenhang steht.

Ziel dieser Untersuchung ist es, einen vertieften Einblick in mögliche Effekte und Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen pornographischen Medien und individuellen Einstellungen bzw. Selbstwahrnehmungen innerhalb einer erwachsenen deutschsprachigen Stichprobe zu gewinnen. Die Ergebnisse sollen eine erste Annäherung an die Merkmalsverteilung in dieser Bevölkerungsgruppe ermöglichen. Dabei wurde bewusst eine Altersgruppe ab dem Geburtsjahr 1980 in den Blick genommen, da angenommen werden kann, dass Personen dieser Kohorte vergleichbare mediale Sozialisierungserfahrungen sowie ähnliche Zugangsbedingungen zu pornographischen Inhalten aufweisen.

Die erste Forschungsfrage widmet sich dem möglichen Zusammenhang zwischen der Nutzung verschiedener pornographischer Medienformate und der Einstellung der Rezipient:innen gegenüber traditionellen Geschlechterrollen. Diese lautet folgendermaßen:

FF1: Welchen Einfluss hat die Nutzung verschiedener pornographischer Medienformate (UV) auf die Einstellung der Rezipient:innen gegenüber stereotypen Geschlechterrollen (AV)?

Zur Beantwortung dieser Fragestellung wurde folgende Hypothese formuliert:

H1: Je mehr pornographische Videos im Vergleich zu anderen pornographischen Medien konsumiert werden, desto eher zeigen die Konsumierenden verstärkte stereotypische Ansichten zu Geschlechterrollen.

Die statistische Auswertung zeigte deutliche Unterschiede zwischen den Mediengruppen in Bezug auf sexistische Einstellungen. Für alle drei untersuchten Dimensionen des Sexismus, den Gesamtwert, den wohlwollenden sowie den feindseligen Sexismus, ergaben sich signifikante Differenzen, die sich in den anschließenden Post-Hoc-Tests jedoch ausschließlich im Vergleich zwischen den Gruppen „Videos“ und „Texte/Literatur“ als bedeutsam erwiesen. Personen, die angaben, pornographische Videos zu bevorzugen, wiesen durchgängig höhere Werte auf allen drei Skalen auf als diejenigen, die textbasierte Pornographie bevorzugten. Besonders ausgeprägt war der Unterschied beim feindseligen Sexismus (siehe Tabelle 11). Dieses Ergebnis legt nahe, dass der Konsum audiovisueller pornographischer Inhalte, oder die damit verknüpfte Nutzungshaltung, in besonderem Maße mit stärkeren sexistischen Einstellungen einhergeht. Auffällig ist dabei, dass nicht nur feindselige, sondern auch wohlwollend-sexistische Tendenzen in dieser Gruppe signifikant ausgeprägter sind. Dies spricht für die Relevanz des theoretischen Konzepts des Ambivalenten Sexismus, das davon

ausgeht, dass sich feindselige und wohlwollende Sexismus Formen nicht widersprechen, sondern als zwei Seiten desselben ideologischen Systems fungieren. Während der feindselige Sexismus Frauen abwertet, die sich traditionellen Geschlechterrollen widersetzen, belohnt wohlwollender Sexismus Frauen, die sich konform verhalten, durch paternalistische oder idealisierende Zuschreibungen. Beide Mechanismen stabilisieren so gemeinsam bestehende Machtverhältnisse und Geschlechternormen.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung deuten darauf hin, dass die Rezeption von pornographischen Videos, bzw. die Präferenz für dieses Format, mit einer umfassenderen sexistischen Grundhaltung in Verbindung stehen kann, die sowohl feindselige als auch wohlwollende Elemente einschließt. Dieses Muster stützt die theoretischen Annahmen zum ambivalenten Sexismus und unterstreicht den potenziell prägenden Einfluss visueller Medienformate auf soziale Einstellungen.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die erste Hypothese (H1) bestätigen. Personen, die pornographische Videos bevorzugen, zeigen im Vergleich zu jenen, die textbasierte Pornographie konsumieren, eine stärkere Neigung zu sexistischen Einstellungen. Entsprechend kann die erste Forschungsfrage folgendermaßen beantwortet werden:

Die Nutzung verschiedener pornographischer Medienformate hat einen signifikanten Einfluss auf die Einstellung der Rezipient:innen gegenüber stereotypen Geschlechterrollen. Insbesondere Personen, die Videos bevorzugen, weisen im Vergleich zu Konsumierenden textbasierter Formate ein ausgeprägteres Maß an sexistischen Einstellungen auf.

Nachdem der Zusammenhang zwischen der Nutzung unterschiedlicher pornographischer Medienformate und sexistischen Einstellungen beleuchtet wurde, richtet sich der Fokus nun auf ein weiteres zentrales Untersuchungsinteresse dieser Studie, nämlich auf die Selbstwahrnehmung der Rezipient:innen. Die zweite Forschungsfrage widmet sich der potenziellen Wirkung pornographischer Mediennutzung auf individuelle psychologische Merkmale. Die beiden Konstrukte Körperbild und Selbstwertgefühl wurden als zentrale Ausdrucksformen der Selbstwahrnehmung operationalisiert und mithilfe etablierter psychometrischer Instrumente erhoben. Das Ziel war es zu untersuchen, ob und inwieweit sich das bevorzugte pornographische Medium auf die Selbstwahrnehmung der Befragten auswirkt. Dabei wurde folgende Forschungsfrage formuliert:

FF2: Welche Unterschiede zeigen sich in der Nutzung unterschiedlicher pornographischer Medienformate (UV) auf die Selbstwahrnehmung der Rezipient:innen (AV)?

Um die aufgestellte Frage zu beantworten, wurden die folgenden Hypothesen erstellt, welche die zwei definierten Aspekte der Selbstwahrnehmung abbilden sollen:

H2.1.: Je mehr Personen pornographische Videos im Vergleich zu anderen pornographischen Medien konsumieren, desto negativer ist ihr Körperbild ausgeprägt.

H2.2.: Je mehr Personen pornographische Videos konsumieren, desto stärker neigen sie zu einem niedrigeren Selbstwertgefühl im Vergleich zu Personen, die andere Formen pornographischer Medien bevorzugen.

Die statistischen Analysen zeigen einen signifikanten Unterschied im Körperbild in Bezug auf die bevorzugte Medienform. Allerdings war der identifizierte Effekt sehr gering und Post-hoc-Tests identifizierten keine signifikanten paarweisen Unterschiede zwischen einzelnen Mediengruppen (siehe Tabelle 13 und Tabelle 14). Dies bedeutet, dass zwar ein statistischer Unterschied zwischen den Gruppen existiert, dieser jedoch weder klar lokalisierbar noch praktisch bedeutsam ist. Die Hypothese **H2.1.**, nach der die Rezipierenden von Videos ein negativeres Körperbild aufweisen als Nutzerinnen anderer Medien, kann daher nicht eindeutig bestätigt werden.

In Bezug auf das Selbstwertgefühl zeigten sich weder im Gesamtwert noch in den kategorisierten Ausprägungen signifikante Unterschiede zwischen den Medienpräferenzen. Die Mittelwerte lagen über alle Gruppen hinweg im nahezu gleichen Bereich (siehe Tabelle 17). Es bestehen also keine Hinweise auf einen Zusammenhang zwischen der Art des konsumierten Mediums und dem Selbstwertgefühl der Befragten. Die Hypothese **H2.2** wird somit nicht gestützt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die präferierte Form pornographischer Medien keinen nachweisbaren Einfluss auf das Selbstwertgefühl und nur einen sehr schwachen, nicht klar zuordenbaren Zusammenhang zum Körperbild aufweist. Die zweite Forschungsfrage kann somit nicht in dem Sinne bejaht werden, dass bestimmte Medienformen mit einer signifikanten Differenz in der Selbstwahrnehmung einhergehen. Die erhobenen Daten deuten vielmehr auf weitgehende Ähnlichkeiten zwischen den Mediengruppen in Bezug auf beide untersuchten Dimensionen der Selbstwahrnehmung hin.

Die vorliegenden Ergebnisse liefern Einblicke in die Zusammenhänge zwischen der Nutzung unterschiedlicher pornographischer Medienformate und psychologischen Merkmalen, genauer sexistischen Einstellungen, Körperbild und Selbstwertgefühl. Ziel dieser Untersuchung war es, innerhalb einer erwachsenen deutschsprachigen Stichprobe zu analysieren, ob und in welchem Ausmaß die bevorzugte Form pornographischer Inhalte mit bestimmten kognitiven und affektiven Konstrukten verknüpft ist. Die Ergebnisse zeigen ein interessantes Bild in Hinblick auf die Einstellungen gegenüber Geschlechterrollen. Innerhalb der Stichprobe zeigt sich, dass Personen, die pornographische Videos als bevorzugtes Medium angaben, signifikant höhere Werte auf allen untersuchten Facetten sexistischer Einstellungen aufweisen als jene, die textbasierte Formate konsumieren. Demgegenüber ließen sich für die Dimensionen der Selbstwahrnehmung, hier konzeptioniert als Körperbild und Selbstwertgefühl, keine eindeutigen und robusten Zusammenhänge mit der Medienpräferenz feststellen. Zwar wurde für das Körperbild ein statistisch signifikanter Unterschied festgestellt, dieser war jedoch nur sehr schwach ausgeprägt und ließ keiner konkreten Gruppe zuordnen. Für das Selbstwertgefühl fanden sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Mediengruppen.

Im Gesamtbild zeichnet sich somit ein interessanter Trend ab. Während sich keine klaren Effekte auf die Wahrnehmung des eigenen Selbst feststellen lassen, zeigen sich deutlichere Zusammenhänge in der Wahrnehmung anderer, hier gemessen in Form von Einstellungen gegenüber gesellschaftlich normierten Geschlechterrollen. Diese Differenz kann im Licht des dynamisch transaktionalen Modells der Medienwirkung interpretiert werden. Demnach ist Mediennutzung kein einseitiger Prozess, sondern entsteht im Wechselspiel zwischen medialen Inhalten, individuellen Dispositionen und situativen Kontexten. Die Medienwahl und deren Wirkung hängen also stark vom Zusammenspiel persönlicher Präferenzen und gesellschaftlicher Bedeutungszuschreibungen ab. In diesem Sinne könnten pornographische Inhalte, insbesondere audiovisuelle Formate, weniger stark das Selbstbild beeinflussen, dafür aber bestehende gesellschaftliche Stereotype verstärken oder festigen. Diese Annahme legt nahe, dass sich die Wirkung pornographischer Medien wohlmöglich weniger im Inneren der Rezipient:innen, sondern stärker in deren sozialen Wahrnehmungen und Bewertungen anderer niederschlägt.

9. Diskussion

Das Groß der bisher vorliegenden Studien zu möglichen Effekten von Pornographie verabsäumte einen systematischen Vergleich der Auswirkungen unterschiedlicher pornographischer Medienarten auf psychologische und soziale Aspekte der Konsumierenden. Die vorliegende Arbeit zielte darauf ab, eine explorative Annäherung an eine medienfokussierte Analyseperspektive durchzuführen. Dabei sollte das Augenmerk insbesondere auf die Selbstwahrnehmung und der Entwicklung stereotypischer Einstellungen gelegt werden. Es wurde außerdem vermutet, dass visuell dominante Medien wie Videos aufgrund ihrer realitätsnahen Darstellung stärkere negative Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung und das Körperbild haben könnten als textbasierte Inhalte.

Auf den Erkenntnissen vorheriger Untersuchungen wurde unter anderem nach einem möglichen Zusammenhang vom Konsum pornographischer Inhalte mit der Bildung geschlechtsstereotypischer Ansichten gefragt, wobei hier auch nach dem Einfluss der präferierten Medienform gefragt wurde. Die Literatur zeigte widersprüchliche Befunde zum Zusammenhang zwischen Pornographiekonsum und sexistischen Einstellungen, was teils auf methodische und konzeptionelle Herausforderungen zurückgeführt wurde (Garos et al. 2004, S.73). Einige Studien fanden einen Zusammenhang zwischen pornographischem Material und aggressiven oder sexistischen Einstellungen, insbesondere bei gewalttätigen oder erniedrigenden Darstellungen (u.a. Mohr und Zanna 1990; Russell 1988; Malamuth 1978). Besonders relevant war die Beobachtung, dass der Konsum von Online-Videos am stärksten mit der Wahrnehmung von Frauen als sexuelle Objekte assoziiert war (Peter und Valkenburg, 2006, S.654). Die wahrgenommene Realitätstreue des Materials und die Medienmodalität wurden als moderierende Faktoren für den Einfluss auf sexistische Einstellungen genannt. Es wurde argumentiert, dass Videos weniger interpretative Anstrengung erfordern und daher als realistischer wahrgenommen werden (Yadav et al. 2011, S.32).

Die hier durchgeführte Untersuchung konnte einen signifikanten Einfluss der Nutzung verschiedener pornographischer Medienformate auf die Einstellung der Rezipient:innen gegenüber stereotypen Geschlechterrollen feststellen. Die Hypothese H1 wurde bestätigt: Personen, die pornographische Videos im Vergleich zu textbasierter Pornographie bevorzugten, zeigten signifikant verstärkte stereotypische Ansichten zu Geschlechterrollen. Dies galt sowohl für den Gesamtscore des Sexismus als auch spezifisch für feindseligen und wohlwollenden Sexismus. Der Unterschied war jedoch besonders ausgeprägt beim

feindseligen Sexismus. Diese Ergebnisse unterstützen und konkretisieren die bisherigen wissenschaftlichen Befunde, die einen Zusammenhang zwischen Pornographiekonsum und sexistischen Einstellungen nahelegen. Insbesondere die Erkenntnis, dass der Konsum von Videos stärker mit sexistischen Einstellungen korreliert als textbasierte Pornographie, steht im Einklang mit früheren Studien, die die besondere Rolle visueller Medien und ihrer wahrgenommenen Realitätstreue hervorheben (Peter und Valkenburg 2006, S.654). Die Bestätigung, dass sowohl feindseliger als auch wohlwollender Sexismus bei Videonutzenden stärker ausgeprägt ist, stützt das theoretische Konzept des ambivalenten Sexismus und seine Fähigkeit, Machtverhältnisse und Geschlechternormen zu stabilisieren. Dies deutet darauf hin, dass die Modalität des Mediums tatsächlich eine entscheidende Rolle bei der Vermittlung sexistischer Inhalte und der Prägung von Einstellungen spielen kann.

Pornographiekonsum wurde in der bisherigen Forschung auch mit Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung der Konsumierenden in Verbindung gebracht. So wurde bei Männern ein höherer sexueller Selbstwert berichtet, während der Konsum des männlichen Partners das Selbstwertgefühl der Frau negativ beeinflussen kann (Kvalem et al. 2014). Männer mit geringem Selbstwertgefühl fühlen sich eher zu Pornographie hingezogen, um männliche Rollenbilder zu erfüllen (Borgogna et al. 2020, S.87). Bei Jugendlichen, die online pornographische Inhalte konsumieren, bestand ein erhöhtes Risiko für ein negatives Körper- und Selbstbild (Doornwaard et al. 2014, S.1106). Bisher wurde der mögliche Einfluss verschiedener Medienformate auf die Selbstwahrnehmung unzureichend untersucht. Im Rahmen dieser Untersuchung wurde ein statistisch signifikanter Unterschied im Körperbild (BICI-Score) zwischen den verschiedenen pornographischen Medienpräferenzen gefunden. Dieser Effekt war jedoch sehr klein (nur 2,1 % der Varianz erklärt) und Post-hoc-Tests zeigten keine signifikanten paarweisen Unterschiede zwischen den einzelnen Mediengruppen. Das bedeutet, die Hypothese H2.1, dass der Konsum von Videos zu einem negativeren Körperbild führt, konnte nicht eindeutig bestätigt werden. Das Geschlecht der Befragten hatte einen signifikanten Effekt auf das Körperbild, das bevorzugte Medium jedoch nicht. Es wurden außerdem keine signifikanten Unterschiede im durchschnittlichen Selbstwertgefühl zwischen den Gruppen mit unterschiedlicher Medienpräferenz gefunden. Die Hypothese H2.2, dass Videos zu einem niedrigeren Selbstwertgefühl führen, wurde demnach nicht gestützt. Die Ergebnisse zeigen in Bezug auf die Selbstwahrnehmung eine differenziertere und teils kontrastierende Beziehung zum bisherigen Forschungsstand. Während der Forschungsstand generell einen negativen Einfluss von Pornographie auf das Körper- und Selbstbild, insbesondere bei Jugendlichen und Frauen (Fredrickson und Roberts 1997, S.179; Doornwaard et al. 2014, S.1108) aufzeigt, konnte die vorliegende Analyse keine klaren

Beweise dafür finden, dass die Beschaffenheit des pornographischen Mediums zu unterschiedlichen Auswirkungen auf das Körperbild oder das Selbstwertgefühl bei erwachsenen Konsumierenden führt. Die anfängliche Vermutung, dass visuell dominante Medien stärkere negative Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung haben könnten, wird von den vorliegenden Ergebnissen nicht eindeutig bestätigt. Obwohl ein statistisch signifikanter Unterschied im Körperbild zwischen den Mediengruppen festgestellt wurde, war dieser Effekt so gering und unspezifisch, dass er keine praktische Relevanz besitzt und keine Zuordnung zu einer bestimmten Kategorie von Medium zuließ. Das Geschlecht erwies sich allerdings als relevanterer Faktor für das Körperbild als das bevorzugte Medium, was die bisherigen Erkenntnisse der Forschung stützt.

Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführte Analyse trägt einen kleinen Teil zur Schließung der identifizierten Forschungslücke bei, indem sie die Effekte verschiedener pornographischer Medienformate systematisch vergleicht. Die Ergebnisse zeigen, dass der Konsum von pornographischen Videos signifikant mit stärkeren sexistischen Einstellungen assoziiert ist als der Konsum von textbasierter Pornographie. Dies bestätigt und präzisiert frühere Annahmen über die Wirkmächtigkeit visueller Medien in Bezug auf die Wahrnehmung anderer und die Verstärkung von Geschlechterstereotypen (Valkenburg et al. 2016, S.332). Hingegen konnten keine vergleichbar starken oder signifikanten Auswirkungen der Medienart auf die Selbstwahrnehmung der Konsumierenden festgestellt werden. Das bedeutet, die Wirkung pornographischer Medien schlägt sich eher in den sozialen Wahrnehmungen und Bewertungen anderer (Sexismus) nieder als in der Wahrnehmung des eigenen Selbst.

Dieser Befund lässt sich im Lichte des Dynamisch-Transaktionalen Modells der Medienwirkung interpretieren. Der dynamisch-transaktionale Ansatz, der den Menschen als aktives, mit der Umgebung interagierendes Lebewesen versteht, bei dem Medienwirkungen als dynamische Prozesse ablaufen, geht davon aus, dass Mediennutzung ein komplexes Wechselspiel aus Medienbotschaft, individuellen Dispositionen und situativen Kontexten ist (Burkart 2021, S.198). Insbesondere betonen die Konzepte der Inter-Transaktionen (zwischen Medienbotschaft und Rezipient) und Intra-Transaktionen (innerhalb des Rezipienten) die wechselseitige Beeinflussung. Pornographische Videos, die oft als realitätsnäher und glaubwürdiger wahrgenommen werden als textbasierte Inhalte, entfalten ein höheres Stimulationspotenzial (Yadav et al. 2011, S.32; Sundar et al. 2021, S.302). Dieses Potenzial kann bei Rezipient:innen, die eine entsprechende Prädisposition mitbringen, zu spezifischen Rezeptionsmodalitäten führen, die kognitive, emotionale und physiologische Reaktionen umfassen. Es liegt nahe, dass audiovisuelle Formate durch ihre explizite und detaillierte

Darstellung von sexuellen Handlungen und Körpern bestehende gesellschaftliche Stereotype eher verstärken oder festigen, indem sie detaillierte sexuelle Skripte liefern, die kognitive Modelle darüber prägen, wie sexuelle Interaktionen ablaufen sollen und wie Geschlechterrollen in diesen Kontexten interpretiert werden (Jansma et al. 1997, S.3; Hedrick 2021, S.652). Dies kann zu einer Verinnerlichung und potenziellen Nachstellung dieser Verhaltensweisen führen, insbesondere wenn aggressive oder erniedrigende Darstellungen konsumiert werden (Demaré et al. 1993, S.297). Gleichzeitig werden die Bedeutungen medialer Inhalte im dynamisch-transaktionale Ansatz jedoch nicht als fixiert, sondern als in Prozessen aktiver Aneignung und Bedeutungskonstruktion durch die Betrachtenden geschaffen (Lewandowski 2012, S.35). Die ambivalente Natur pornographischer Darstellungen erlaubt es unterschiedlichen Nutzer:innen, verschiedene Bedeutungen einzuschreiben, die ihren individuellen, bewussten oder unbewussten sexuellen Fantasien und Bedürfnissen entsprechen. Die Tatsache, dass die Wirkungen auf die Selbstwahrnehmung weniger stark ausgeprägt sind, könnte darauf hindeuten, dass der aktive Rezipierende in der Lage ist, eine Distanz zwischen den dargestellten Idealbildern und dem eigenen Selbst zu wahren, oder dass die pornographischen Inhalte eher als Projektionsfläche für bestimmte Vorstellungen dienen, anstatt das eigene Körper- oder Selbstbild direkt zu prägen. Die Rezeption ist somit ein komplexer Akt, bei dem die Interaktion der Nutzenden mit dem Material auf verschiedenen Ebenen, bewusst und unbewusst, abläuft. Das Ausbleiben starker Effekte auf das Selbstbild könnte also ein Indikator dafür sein, dass die aktive Selektion der Bedeutungen eine direkte Übernahme der dargestellten Schönheits- oder Körperideale in das eigene Selbstkonzept abschwächen, während die kognitiven Muster für die Interaktion mit anderen stärker betroffen sind.

Es lässt sich festhalten, dass die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Analysen zeigen, dass die mediale Modalität von Pornographie eine Rolle für deren psychologische Wirkung spielen kann. Die Ergebnisse der Untersuchung bestätigen, dass der Konsum von audiovisuellen pornographischen Inhalten signifikant mit dem Vorhandensein sexistischer Einstellungen korreliert, insbesondere im Vergleich zu textbasierten Medien. Diese Befunde untermauern die Annahme, dass visuelle Formate, die oft als realitätsnäher wahrgenommen werden, bestehende gesellschaftliche Stereotypen prägen und in der Wahrnehmung anderer verfestigen können. Im Gegensatz dazu konnte hier keine vergleichbar starke oder signifikante Auswirkung der Medienart auf die Selbstwahrnehmung der Konsumierenden festgestellt werden. Dieses differenzierte Ergebnis lässt sich im Rahmen des dynamisch-transaktionalen Modell erklären. Während das explizite Material die kognitiven Schemata für die Interaktion mit anderen beeinflusst, scheinen Rezipierende in der Lage zu sein, eine psychologische

Trennung zwischen den pornographischen und ihrem eigenen Selbstbild herzustellen. Die vorliegende Arbeit zeigt also auf, dass die Effekte von Pornographiekonsum nicht universell, sondern durchaus auch medienspezifisch sein können und sich primär in der sozialen Wahrnehmung manifestieren. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, sowohl Verhaltensweisen als auch individuelle Wahrnehmungen bei der Untersuchung von Pornographiekonsum zu erfassen.

10. Zusammenfassung, Ausblick und Limitationen

Die vorliegende Arbeit hatte zum Ziel, einen vertieften Einblick in die möglichen Auswirkungen des Konsums unterschiedlicher pornographischer Medienformate auf die definierten psychometrischen Konstrukte bei erwachsenen Personen im deutschsprachigen Raum zu gewinnen. Insbesondere stand die Untersuchung von sexistischen Einstellungen sowie Aspekten der Selbstwahrnehmung, konkret des Körperbildes und des Selbstwertgefühls, im Fokus. Als theoretischer Rahmen diente der dynamisch-transaktionale Ansatz der Medienwirkungsforschung, der die komplexen und wechselseitigen Interaktionen zwischen Medieninhalten und Rezipient:innen betont. Die Erhebung erfolgte mittels eines standardisierten Online-Fragebogens innerhalb einer Kohorte, die nach 1980 geboren wurde, um vergleichbare mediale Sozialisierungserfahrungen sicherzustellen.

Die Analyse zur ersten Forschungsfrage (FF1), die den Einfluss verschiedener pornographischer Medienformate auf die Einstellung gegenüber stereotypen Geschlechterrollen untersuchte, lieferte signifikante und aufschlussreiche Ergebnisse. Die Hypothese (H1), dass der Konsum von pornographischen Videos stärker mit verstärkten stereotypischen Ansichten zu Geschlechterrollen einhergeht als andere Medienformen, konnte bestätigt werden. Insbesondere zeigten Personen, die pornographische Videos als bevorzugtes Medium angaben, im Vergleich zu jenen, die textbasierte Pornographie bevorzugten, deutlich höhere Werte in allen drei Dimensionen sexistischer Einstellungen: dem Gesamtsexismus, dem wohlwollenden Sexismus und dem feindseligen Sexismus. Dieser Unterschied war besonders stark beim feindseligen Sexismus ausgeprägt. Dies untermauert das Konzept des ambivalenten Sexismus, wonach feindselige und wohlwollende Formen von Sexismus gemeinsam zur Stabilisierung bestehender Machtverhältnisse und Geschlechternormen beitragen. Es deutet darauf hin, dass die Rezeption audiovisueller Medienformate oder die damit verbundene Nutzungshaltung einen prägenden Einfluss auf

soziale Einstellungen haben kann. Frühere Studien (Peter und Valkenburg 2006, S.654) bestätigten ebenfalls, dass Jugendliche, die Pornographie konsumieren, Frauen eher als sexuelle Objekte sehen, wobei dieser Zusammenhang beim Konsum von Online-Videos am größten war.

Hinsichtlich der zweiten Forschungsfrage (FF2), die sich mit Unterschieden in der Selbstwahrnehmung der Rezipient:innen je nach Nutzung unterschiedlicher pornographischer Medienformate befasste, zeigten sich weniger eindeutige Zusammenhänge. Obwohl eine Varianzanalyse einen statistisch signifikanten Unterschied im Körperbild zwischen den Mediengruppen feststellte ($p = 0,006$), war dieser Effekt quantitativ sehr gering und erklärte nur 2,1% der Gesamtvarianz. Post-hoc-Tests konnten zudem keine spezifischen, signifikanten paarweisen Unterschiede zwischen den einzelnen Mediengruppen identifizieren. Dies bedeutet, dass die Hypothese, wonach Videokonsument:innen ein negativeres Körperbild aufweisen, nicht eindeutig bestätigt werden konnte. Die multifaktorielle Varianzanalyse zeigte zudem, dass das Geschlecht einen signifikanten Einfluss auf den BICI-Score hatte, während Medium, Konsumfrequenz und Beschäftigungsstatus keinen signifikanten Effekt zeigten. Auch bei der Untersuchung des Selbstwertgefühls konnten keine aussagekräftigen signifikanten Unterschiede im durchschnittlichen RSES-Gesamtwert oder in den kategorisierten Selbstwert-Ausprägungen zwischen den präferierten Mediengruppen festgestellt werden. Die Hypothese, dass Videokonsument:innen ein niedrigeres Selbstwertgefühl zeigen, konnte somit nicht gestützt werden.

Im Gesamtbild zeichnet sich ab, dass die Wirkung pornographischer Medien auf die Wahrnehmung anderer, in diesem Fall in den sexistischen Einstellungen, stärker ausgeprägt ist als auf die Wahrnehmung des eigenen Selbst, was hier als Körperbild und Selbstwertgefühl konzeptioniert wurde. Dies könnte, im Sinne des dynamisch-transaktionalen Modells, darauf hindeuten, dass mediale Inhalte, insbesondere audiovisuelle Formate, bestehende gesellschaftliche Stereotype eher verstärken, anstatt das individuelle Selbstbild zu verändern.

Die vorliegende Untersuchung weist, wie jede empirische Auseinandersetzung, bestimmte Limitationen auf, die bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden müssen. Die Fallzahlen für einige Mediengruppen waren sehr gering. Beispielsweise wurden nur $n=15$ Personen identifiziert, die audiobasierte Pornographie bevorzugten, und $n=19$, die gar keine pornographischen Inhalte konsumierten. Dies erschwert belastbare Vergleiche zwischen den Kategorien und macht die Ergebnisse für diese Gruppen eher explorativ als repräsentativ. Ähnlich verhält es sich mit der Gruppe der diversen Geschlechtsidentitäten ($n=13$), wo das Risiko von Alpha-Fehlern oder dem Übersehen tatsächlicher Effekte erhöht ist. Kleine

Stichproben haben generell eine geringere statistische Aussagekraft. Auch das Verhältnis zwischen Männern und Frauen war ungleichmäßig. Die Stichprobe war mit 81,2% Männern stark unausgewogen. Dies schränkt die Generalisierbarkeit der Ergebnisse erheblich ein, insbesondere für Frauen und nicht-binäre Personen. Geschlechtsspezifische Unterschiede konnten demnach nur eingeschränkt analysiert werden, da die geringe Anzahl von weiblichen und diversen Teilnehmenden eine tiefergehende vergleichende Analyse erschwerte. Die beobachteten Effekte könnten daher primär auf männliche Rezipient:innen zutreffen.

Die Operationalisierung der sexistischen Einstellungen war ebenfalls komplex. Obwohl das Ambivalent Sexism Inventory ein bewährtes und validiertes Instrument ist, könnte die Verwendung der Kurzform oder die Art der formulierten Aussagen, die von einigen Teilnehmenden der Befragung als "sehr offensichtliche sexistische Meinungen" beschrieben werden, die Antwortmuster beeinflusst haben. In der Forschung zu Sexismus wird kritisiert, dass eine Fokussierung auf extrem feindselige Messmethoden oft zu Bodeneffekten führt, da die meisten Befragten solche extremen Ansichten nicht teilen, was die Erkennung statistisch relevanter Unterschiede erschwert. Die Sensibilität des Themas trägt ebenfalls das Risiko einer gewissen Verzerrung der gefundenen Effekte mit sich. Das Thema Pornographiekonsum ist äußerst intim. Obwohl ein standardisierter Online-Fragebogen gewählt wurde, um die soziale Erwünschtheit zu minimieren, bleibt die Möglichkeit bestehen, dass die Befragten aus Scham oder anderen Gründen nicht vollkommen ehrlich geantwortet haben. Alle erhobenen Daten basieren auf Selbstauskünften der Teilnehmenden. Trotz der Anonymität einer Online-Befragung ist es schwierig eine fundierte Aussage darüber zu treffen, wie ehrlich oder reflektiert die Antworten in Bezug auf solch persönliche Themen waren. Die Gefahr unbewusster oder nicht vollständig reflektierter Angaben zu Motivationen und Effekten bleibt bestehen. Dies ist eine inhärente Limitation bei der Erfassung von Daten mittels Selbstauskunft. Die Erhebung der Selbstwahrnehmung war ebenso nicht ideal. Die Selbstwahrnehmung wurde als durch das Selbstwertgefühl und das Körperbild geformt konzeptualisiert, wobei eine Übereinstimmung zwischen beiden Konstrukten festgestellt wurde. Obwohl ein signifikanter negativer Zusammenhang zwischen Selbstwertgefühl und Körperbildsorgen gefunden wurde, was darauf hindeutet, dass sie differenzierbare Aspekte der Selbstwahrnehmung abbilden, könnte die Komplexität der Selbstwahrnehmung über diese zwei Variablen hinausgehen. Es ist denkbar, dass andere Facetten des Selbst, wie beispielsweise die sexuelle Selbstwirksamkeit oder die soziale Akzeptanz, ebenfalls wichtige Rollen spielen, aber im Rahmen dieser Studie nicht umfassend erfasst werden konnten.

Die vorliegende Untersuchung liefert erste wichtige Erkenntnisse, eröffnet aber gleichzeitig eine Reihe von weiterführenden Fragen und Forschungsansätzen. Der signifikante Unterschied zwischen Video- und textbasierter Pornographie in Bezug auf sexistische Einstellungen ist ein zentraler Befund dieser Arbeit. Zukünftige Forschung könnte die zugrundeliegenden Mechanismen dieses Unterschieds genauer analysieren. Es ist sicherlich ebenfalls von Interesse zu beleuchten, inwiefern die unterschiedliche kognitive Verarbeitung von Medien, die Wirkung auf Einstellungen beeinflusst. Dies kann beispielsweise die eher passive Rezeption von Bildern im Gegensatz zur aktiveren Bedeutungskonstruktion bei Texten beinhalten. Könnte auch die wahrgenommene Realitätstreue des Materials eine signifikante Rolle spielen? Videos werden tendenziell als realistischer und glaubwürdiger wahrgenommen als Texte, da sie weniger interpretative Anstrengung erfordern. Führt diese höhere Realitätswahrnehmung von Videos zu einer stärkeren Internalisierung der dargestellten Stereotypen? Experimentelle Designs könnten eingesetzt werden, um die spezifischen Effekte der Modalität besser zu isolieren. Um die Generalisierbarkeit der Funde zu erhöhen, sind Studien mit einer ausgewogeneren Geschlechterverteilung sowie einer breiteren Altersspanne unerlässlich. Besonders die explorative Untersuchung der "Nischenmedien" wie audiobasierter Pornographie und der Gruppe der Nicht-Konsument:innen mit größeren Fallzahlen könnte wertvolle Einsichten liefern, da die geringen Fallzahlen in dieser Studie ihre Aussagekraft begrenzt haben. Die Einbeziehung unterschiedlicher kultureller Kontexte außerhalb der DACH-Region wäre ebenfalls von Interesse, um kulturelle Moderator Effekte zu identifizieren. Auch in Hinblick auf die betrachteten Merkmale, können zukünftige Untersuchungen diese noch genauer definieren. Da die Effekte auf Körperbild und Selbstwertgefühl in dieser Studie schwach bis nicht existent waren, könnten zukünftige Forschungsarbeiten zusätzliche oder nuanciertere Dimensionen der Selbstwahrnehmung, wie z.B. sexuelle Selbstwirksamkeit oder Identität, einbeziehen, um ein umfassenderes Bild zu erhalten. In Bezug auf Sexismus könnten fortgeschrittenere Skalen verwendet werden, die subtilere Formen des Sexismus erfassen, um die Gefahr von Bodeneffekten zu reduzieren, die durch „offensichtliche“ Items entstehen können. Es wäre außerdem von Interesse, die Effekte der medialen Inhalte nach Genre zu untersuchen, was in dieser Untersuchung nicht der Fall war. Um mögliche kausale Zusammenhänge klarer zu identifizieren, sind außerdem Längsschnittstudien erforderlich, die die Entwicklung von Einstellungen und Selbstwahrnehmung über längere Zeiträume hinweg verfolgen. Eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Methoden könnte zudem tiefere Einblicke in individuelle Motivationslagen und Interpretationsprozesse der Rezipient:innen ermöglichen. Die Forschung sollte sich nicht ausschließlich auf mögliche negative Auswirkungen konzentrieren, sondern auch die positiven Effekte von Pornographiekonsum, wie erhöhte sexuelle

Aufgeschlossenheit, verbesserte Kommunikation über sexuelle Fantasien oder Wissenszuwachs (McKee et al. 2008, S.74; Peter und Valkenburg 2010, S.392 ; Daneback et al. 2009, S.749; Duncan et al. 1991, S.782), systematischer untersuchen. Darüber hinaus sollten die sozialisationsrelevanten Aspekte der Pornographie, insbesondere bei Jugendlichen, stärker in den Fokus rücken. Diese weiterführenden Forschungsansätze können dazu beitragen, ein noch differenzierteres und umfassenderes Verständnis der komplexen Beziehung zwischen pornographischen Medien und ihren Rezipient:innen zu entwickeln.

Literaturverzeichnis

- Abdel-Khalek, A. (2016). Introduction to the Psychology of self-esteem. In: Self-esteem: perspectives, influences and improvement strategies. Hrsg. Holloway, F., 1-23. Nova Science Publishers Inc.
- Albright, J. M. (2008). Sex in America Online: An Exploration of Sex, Marital Status, and Sexual Identity in Internet Sex Seeking and Its Impacts. *The Journal of Sex Research*, 45(2), 175–186. <https://doi.org/10.1080/00224490801987481>
- Allen, M., Emmers, T., Gebhardt, L., & Giery, M. A. (1995). Exposure to pornography and acceptance of rape myths. *Journal of Communication*, 45(1), 5-26. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1995.tb00711.x>
- Alperin, A., & Barlow, F. K. (2018). Sexual (dys)functioning is related to drive for thinness, not drive for muscularity. *Sexual health*, 15(3), 200–208. <https://doi.org/10.1071/SH17108>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Barak, A., & Fisher, W. A. (1997). Effects of interactive computer erotica on men's attitudes and behavior toward women: an experimental study. *Computers in Human Behavior*, 13(3), 353–369. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(97\)00014-9](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(97)00014-9)
- Barak, A., Fisher, W. A., Belfry, S., & Lashambe, D. R. (1999). Sex, Guys, and Cyberspace: Effects of Internet Pornography and Individual Differences on Men's Attitudes Toward Women. *Journal of Psychology & Human Sexuality*, 11(1), 63–91. https://doi.org/10.1300/J056v11n01_04
- Baron, L. (1990). Pornography and gender equality: An empirical analysis. *The Journal of Sex Research*, 27(3), 363–380. <https://doi.org/10.1080/00224499009551566>
- Barron, M., & Kimmel, M. (2000). Sexual violence in three pornographic media: Toward a sociological explanation. *The Journal of Sex Research*, 37(2), 161–168. <https://doi.org/10.1080/00224490009552033>
- Baur, N., Florian, M. J., Schoen, H., Zerback, T., & Jakob, N. (2009). Stichprobenprobleme bei Online-Umfragen. In *Sozialforschung im Internet* (S. 109–128). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91791-7_7

- Bechmann Pedersen, S., Cronqvist, M., & Holgersson, U. (Eds.) (2023). Expanding media histories: Cultural and material perspectives. Lund: Nordic Academic Press. <https://doi.org/10.21525/kriterium.50>
- Bekele, A. B., van Aken, M. A. G., & Dubas, J. S. (2011). Sexual Violence Victimization Among Female Secondary School Students in Eastern Ethiopia. *Violence and Victims*, 26(5), 608–630. <https://doi.org/10.1891/0886-6708.26.5.608>
- Bellas, A., & McAlister, J. (2023). Let me take care of you: domestic caretaking fantasies in boyfriend experience audio erotica. *Porn Studies*, 10(3), 319–333. <https://doi.org/10.1080/23268743.2023.2220721>
- Berger, A. S., Simon, W., & Gagnon, J. H. (1973). Youth and pornography in social context. *Archives of Sexual Behavior*, 2(4), 279–308. <https://doi.org/10.1007/BF01541003>
- Bergner, R. M., & Bridges, A. J. (2002). The Significance of Heavy Pornography Involvement for Romantic Partners: Research and Clinical Implications. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 28(3), 193–206. <https://doi.org/10.1080/009262302760328235>
- Beyens, I., Vandebosch, L., & Eggermont, S. (2014). Early Adolescent Boys' Exposure to Internet Pornography: Relationships to Pubertal Timing, Sensation Seeking, and Academic Performance: Relationships to Pubertal Timing, Sensation Seeking, and Academic Performance. *The Journal of Early Adolescence*, 35(8), 1045–1068. <https://doi.org/10.1177/0272431614548069>
- Bilandzic, H., Thomaß, B., Karmasin, M., & Rath, M. (2014). Wirkungsforschung. In Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin (S. 159–178). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19016-7_9
- Blasius, J., Brandt, M., Bacher, J., Wolf, C., & Weichbold, M. (2009). Repräsentativität in Online-Befragungen. In *Umfrageforschung* (S. 157–177). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91852-5_8
- Boeringer, S. B. (1994). Pornography and sexual aggression: Associations of violent and nonviolent depictions with rape and rape proclivity. *Deviant Behavior*, 15(3), 289–304. <https://doi.org/10.1080/01639625.1994.9967974>
- Bogale, A., & Seme, A. (2014). Premarital sexual practices and its predictors among in-school youths of Shendi town, West Gojjam zone, north western Ethiopia. *Reproductive Health*, 11, 49. <https://doi.org/10.1186/1742-4755-11-49>

- Böhning, D. (1998). Stichprobengröße. In *Allgemeine Epidemiologie und Ihre Methodischen Grundlagen*. Walter de Gruyter GmbH. <https://doi.org/10.1515/9783486796988>
- Bonfadelli, H., & Friemel, T. (2017). *Medienwirkungsforschung*. 6. Aufl. Konstanz: UVK. <https://doi.org/10.36198/9783838546995>
- Bonino, S., Ciairano, S., Rabaglietti, E., & Cattellino, E. (2006). Use of pornography and self-reported engagement in sexual violence among adolescents. *European Journal of Developmental Psychology*, 3(3), 265–288. <https://doi.org/10.1080/17405620600562359>
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the fiction film*. Madison, Wis.: Univ. of Wisconsin Press.
- Borgogna, N. C., McDermott, R. C., Berry, A. T., & Browning, B. R. (2020). Masculinity and Problematic Pornography Viewing: The Moderating Role of Self-Esteem. *Psychology of Men & Masculinity*, 21(1), 81–94. <https://doi.org/10.1037/men0000214>
- Böthe, B., Vaillancourt-Morel, MP., Bergeron, S., Demetrovics, Z. (2019). Problematic and Non-Problematic Pornography Use Among LGBTQ Adolescents: a Systematic Literature Review. *Curr Addict Rep* 6, 478–494. <https://doi.org/10.1007/s40429-019-00289-5>
- Boyle, K. (2000). The pornography debates: Beyond cause and effect. *Women's Studies International Forum*, 23(2), 187–195. [https://doi.org/10.1016/S0277-5395\(00\)00077-7](https://doi.org/10.1016/S0277-5395(00)00077-7)
- Braithwaite, S. R., Coulson, G., Keddington, K., & Fincham, F. D. (2015). The Influence of Pornography on Sexual Scripts and Hooking Up Among Emerging Adults in College. *Archives of Sexual Behavior*, 44(1), 111–123. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0351-x>
- Bridges, A. J., & Morokoff, P. J. (2011). Sexual media use and relational satisfaction in heterosexual couples. *Personal Relationships*, 18(4), 562–585. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2010.01328.x>
- Bridges, A. J., Wosnitzer, R., Scharrer, E., Sun, C., & Liberman, R. (2010). Aggressive and sexual behavior in best-selling pornography videos: A content analysis. *Violence Against Women*, 16(10), 1065–1085. <https://doi.org/10.1177/1077801210382866>
- Brown, J. D., & L'Engle, K. L. (2009). X-Rated: Sexual Attitudes and Behaviors Associated With U.S. Early Adolescents' Exposure to Sexually Explicit Media. *Communication Research*, 36(1), 129–151. <https://doi.org/10.1177/0093650208326465>

- Brown, J. D., Dutton, K. A., & Cook, K. E. (2001). From the top down: Self-esteem and self-evaluation. *Cognition and Emotion*, 15(5), 615–631.
<https://doi.org/10.1080/02699930126063>
- Brown, M., Amoroso, D. M., Ware, E. E., Pruesse, M., & Pilkey, D. W. (1973). Factors affecting viewing time of pornography. *The Journal of Social Psychology*, 90(1), 125-135.
<https://doi.org/10.1080/00224545.1973.9922628>
- Brownmiller, S. (1976). *Against our will : men, women and rape*. Penguin Books.
- Bundesamt für Statistik. (2025) Bevölkerung: Stand und Entwicklung. Bfs.admin.ch.
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/stand-entwicklung.html> (Zugriff 02.03.2025)
- Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung. (2025) Bevölkerungsstand in Deutschland (1816-2022). Bib.bund.de. <https://www.bib.bund.de/DE/Fakten/Fakt/B01-Bevoelkerungsstand-ab-1816.html>. (Zugriff 02.03.2025)
- Burkart, R., Uni-Taschenbücher GmbH, & Böhlau-Verlag. (2021). *Kommunikationswissenschaft : Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft* (6., verbesserte und ergänzte Auflage). Böhlau Verlag. <https://doi.org/10.36198/9783838557137>
- Camilleri, C., Perry, J. T., & Sammut, S. (2021). Compulsive Internet Pornography Use and Mental Health: A Cross-Sectional Study in a Sample of University Students in the United States. *Frontiers in Psychology*, 11, 613244.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.613244>
- Cawston, A. (2018). The feminist case against pornography: a review and re-evaluation. *Inquiry*, 62(6), 624–658. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2018.1487882>
- Check, J. V. P., & Guloien, T. H. (1989). Reported proclivity for coercive sex following exposure to sexually violent pornography, non-violent dehumanizing pornography, and erotica. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Pornography*, 159-184. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Check, J. V. P., & Malamuth, N. M. (1984). Can there be positive effects of participation in pornography experiments? *The Journal of Sex Research*, 20(1), 14–31.
<https://doi.org/10.1080/00224498409551204>

- Collison, J., Mahlberg, J. (2019). Psychometric evaluation of the Body Image Concern Inventory in an undergraduate sample. *Clinical Psychologist (Australian Psychological Society)*, 23(2), 112–123. <https://doi.org/10.1111/cp.12169>
- Cooper, A., Galbreath, N., & Becker, M. A. (2004). Sex on the Internet: Furthering Our Understanding of Men With Online Sexual Problems. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18(3), 223–230. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.18.3.223>
- Cornell, D. (2000). *Feminism and pornography*. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press.
- Cowan, G., Lee, C., Levy, D., & Snyder, D. (1988). Dominance and Inequality in X-Rated Videocassettes. *Psychology of Women Quarterly*, 12(3), 299–311. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1988.tb00945.x>
- Coyne, S. M., Ward, L. M., Kroff, S. L., Davis, E. J., Holmgren, H. G., Jensen, A. C., Erickson, S. E., & Essig, L. W. (2019). Contributions of Mainstream Sexual Media Exposure to Sexual Attitudes, Perceived Peer Norms, and Sexual Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Adolescent Health*, 64(4), 430–436. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.11.016>
- Daneback, K., Træen, B., & Månsson, S.-A. (2009). Use of Pornography in a Random Sample of Norwegian Heterosexual Couples. *Archives of Sexual Behavior*, 38(5), 746–753. <https://doi.org/10.1007/s10508-008-9314-4>
- Daniels, E. A. (2009). Sex Objects, Athletes, and Sexy Athletes: How Media Representations of Women Athletes Can Impact Adolescent Girls and College Women. *Journal of Adolescent Research*, 24(4), 399–422. <https://doi.org/10.1177/0743558409336748>
- Dean, C. J. (2000). *The frail social body : pornography, homosexuality, and other fantasies in interwar France*. Univ. of California Press. <https://doi.org/10.1525/california/9780520219953.001.0001>
- Demaré, D., Lips, H. M., & Briere, J. (1993). Sexually Violent Pornography, Anti-Women Attitudes, and Sexual Aggression: A Structural Equation Model. *Journal of Research in Personality*, 27(3), 285–300. <https://doi.org/10.1006/jrpe.1993.1020>
- Dines, G. (2017). Growing Up with Porn: The Developmental and Societal Impact of Pornography on Children. *Dignity (Kingston, R.I.)*, 2(3). <https://doi.org/10.23860/dignity.2017.02.03.03>

- Dittmar, J.F. (2012). Grundlagen der Medienwissenschaft. 2. Aufl. TU Berlin. <https://doi.org/10.14279/depositonce-4817>
- Dobson, M. (1993). [Review of *Pornography and Representation in Greece and Rome*, by A. Richlin]. *Journal of the History of Sexuality*, 4(2), 293–295. <http://www.jstor.org/stable/3704293>
- Dogan, O., & Yassa, M. (2019). Major Motivators and Sociodemographic Features of Women Undergoing Labiaplasty. *Aesthetic Surgery Journal*, 39(12), 517–527. <https://doi.org/10.1093/asj/sjy321>
- Donevan, M., & Mattebo, M. (2017). The relationship between frequent pornography consumption, behaviours, and sexual preoccupation among male adolescents in Sweden. *Sexual & Reproductive Healthcare*, 12, 82–87. <https://doi.org/10.1016/j.srhc.2017.03.002>
- Donnerstein, E., & Berkowitz, L. (1981). Victim reactions in aggressive erotic films as a factor in violence against women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(4), 710–724. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.41.4.710>
- Donnerstein, E., & Linz, D. (1986). Mass Media Sexual Violence and Male Viewers: Current Theory and Research. *The American Behavioral Scientist (Beverly Hills)*, 29(5), 601–618. <https://doi.org/10.1177/000276486029005007>
- Donsbach, W., & Mothes, C. (2013). The Dissonant Self: Contributions from Dissonance Theory to a New Agenda for Studying Political Communication. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 3–44. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679124>
- Doornwaard, S. M., Bickham, D. S., Rich, M., Vanwesenbeeck, I., van den Eijnden, R. J., & ter Bogt, T. F. (2014). Sex-related online behaviors and adolescents' body and sexual self-perceptions. *Pediatrics*, 134(6), 1103–1110. <https://doi.org/10.1542/peds.2014-0592>
- Dou, W., Cho, I., ElTayeb, O., Choo, J., Wang, X. & Ribarsky, W. (2015). DemographicVis: Analyzing demographic information based on user generated content. In 2015 IEEE Conference on Visual Analytics Science and Technology (VAST). IEEE, 57–64. <https://doi.org/10.1109/VAST.2015.7347631>
- Döveling, K., & Konijn, E.A. (Eds.). (2021). Routledge International Handbook of Emotions and Media (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429465758>

- du Prel, J. B., Röhrig, B., Hommel, G., Blettner, M. (2010). Auswahl statistischer testverfahren. *Deutsches Ärzteblatt*, 107(19), 343-348. <https://doi.org/10.3238/arztebl.2010.0343>
- Dudek, D., Grobbelaar, M., & Reid Boyd, E. (2024). Wondering about a Love Literacy: Unspoken Desire in Sarah J. Maas's *A Court of Mist and Fury* (2016). *M/C Journal*, 27(4). <https://doi.org/10.5204/mcj.3073>
- Duncan, D. F., & Donnelly, J. W. (1991). Pornography as a Source of Sex Information for Students at a Private Northeastern University. *Psychological Reports*, 68(3), 782. <https://doi.org/10.2466/pr0.1991.68.3.782>
- Dwulit, A. D., & Rzymiski, P. (2019). Prevalence, patterns and self-perceived effects of pornography consumption in polish university students: A cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10), 1861. <https://doi.org/10.3390/ijerph16101861>
- Eckes, T., & Six-Materna, I. (1999). Hostilität und Benevolenz: Eine Skala zur Erfassung des ambivalenten Sexismus. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 30(4), 211–228. <https://doi.org/10.1024//0044-3514.30.4.211>
- Eveland, W. P., Shah, D. V., & Kwak, N. (2003). Assessing Causality in the Cognitive Mediation Model: A Panel Study of Motivations, Information Processing, and Learning During Campaign 2000. *Communication Research*, 30(4), 359–386. <https://doi.org/10.1177/0093650203253369>
- Ferring, D., & Filipp, S.-H. (1996). Messung des Selbstwertgefühls: Befunde zu Reliabilität, Validität und Stabilität der Rosenberg-Skala. *Diagnostica*, 42(3), 284-292.
- Festinger L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fisher, W. A., & Barak, A. (1991). Pornography, erotica, and behavior: more questions than answers. *International journal of law and psychiatry*, 14(1-2), 65–83. [https://doi.org/10.1016/0160-2527\(91\)90025-i](https://doi.org/10.1016/0160-2527(91)90025-i)
- Fisher, J. T., Hopp, F. R., & Weber, R. (2019). Modality-Specific Effects of Perceptual Load in Multimedia Processing. *Media and Communication (Lisboa)*, 7(4), 149–165. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2388>

- Fisher, W. A., & Grenier, G. (1994). Violent pornography, antiwoman thoughts, and antiwoman acts: In search of reliable effects. *The Journal of Sex Research*, 31(1), 23–38. <https://doi.org/10.1080/00224499409551727>
- Fortner, R.S. (2014). The Origins of Media Theory. In *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (eds R.S. Fortner and P.M. Fackler). <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch2>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Funston, R. (1971). Pornography and Politics: The Court, the Constitution, and the Commission. *Political Research Quarterly*, 24(4), 635–652. <https://doi.org/10.1177/106591297102400401>
- García, J. A., Olmos, F. C., Matheu, M. L., & Carreño, T. P. (2019). Self esteem levels vs global scores on the Rosenberg self-esteem scale. *Heliyon*, 5(3), e01378. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01378>
- Garos, S., Beggan, J. K., Kluck, A., & Easton, A. (2004). Sexism and Pornography Use: Toward Explaining Past (Null) Results. *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 16(1), 69–96. https://doi.org/10.1300/J056v16n01_05
- Gehrau, V. (2016). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: Potthoff, M. (eds) *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09923-7_16
- Gjurković M., Karan, M., Vukojević, I., Bošnjak, M., & Šnajder, J. (2021). PANDORA TALKS: Personality and Demographics on Reddit. In: *Proceedings of the Ninth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media*, 138–152, Online. Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/2021.socialnlp-1.12>
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491–512. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Gogolin, T., Norris, E., Murch, H., & Volk, F. (2024). The Effect of Male Body Dissatisfaction on Sexual and Relationship Satisfaction in the Presence of Pornography Use and

- Depression. *The Journal of Men's Studies*, 32(3), 450–475. <https://doi.org/10.1177/10608265241236478>
- Goldstein, M. J., Kant, H. S., & Hartman, J. J. (1973). *Pornography and Sexual Deviance: A Report of the Legal and Behavioral Institute, Beverly Hills, California* (1st ed.). University of California Press. <https://doi.org/10.2307/jj.8085293>
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460–476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Greenier, K. D., Kernis, M. H., & Waschull, S. B. (1995). Not all high (or low) Self-Esteem People Are the Same, 51–71. Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-1280-0_4.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *The International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1–16. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>
- Gustafsson, T. (2022). The untrustworthy transnational origin of illicit porn films in the interwar and war years. *Porn Studies* (Abingdon, UK), 9(1), 101–117. <https://doi.org/10.1080/23268743.2021.1922307>
- Gwinn, A. M., Lambert, N. M., Fincham, F. D., & Maner, J. K. (2013). Pornography, Relationship Alternatives, and Intimate Extradyadic Behavior. *Social Psychological & Personality Science*, 4(6), 699–704. <https://doi.org/10.1177/1948550613480821>
- Häggström-Nordin, E., Sandberg, J., Hanson, U., Tydén, T. (2006). 'It's everywhere!' Young Swedish people's thoughts and reflections about pornography. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 20(4), 386–393. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6712.2006.00417.x>
- Hald, G. M., & Malamuth, N. M. (2008). Self-Perceived Effects of Pornography Consumption. *Archives of Sexual Behavior*, 37(4), 614–625. <https://doi.org/10.1007/s10508-007-9212-1>
- Hald, G. M., Malamuth, N. M., & Yuen, C. (2010). Pornography and attitudes supporting violence against women: revisiting the relationship in nonexperimental studies. *Aggressive Behavior*, 36(1), 14–20. <https://doi.org/10.1002/ab.20328>

- Hald, G. M., Malamuth, N. N., & Lange, T. (2013). Pornography and sexist attitudes among heterosexuals. *Journal of Communication*, 63(4), 638-660. <https://doi.org/10.1111/jcom.12037>
- Hanson, R. K., Cox, B., & Woszczyna, C. (1991). Assessing Treatment Outcome for Sexual Offenders. *Annals of Sex Research*, 4(3), 177-208. <https://doi.org/10.1177/107906329100400301>
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2009). Muscular Ideal Media Images and Men's Body Image: Social Comparison Processing and Individual Vulnerability. *Psychology of Men & Masculinity*, 10(2), 109-119. <https://doi.org/10.1037/a0014691>
- Hedrick, A. (2021). A Meta-analysis of Media Consumption and Rape Myth Acceptance. *Journal of Health Communication*, 26(9), 645-656. <https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1986609>
- Hunt, L. (1996). *The invention of pornography: obscenity and the origins of modernity, 1500 – 1800*. New York, NY: Zone books.
- Jäckel, M. (2011). *Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung* (5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93191-3>
- Jaggar, A. M. (1994). *Living with contradictions: controversies in feminist social ethics*. Boulder, Colo. [u.a.]: Westview Pr. <https://doi.org/10.4324/9780429499142>
- Jankowski, G. (2019). The sexism of men's body dissatisfaction accounts. *Psychology of Women and Equalities Section Review*, 2 (1). <https://doi.org/10.53841/bpspowe.2019.2.1.38>
- Jansma, L. L., Linz, D. G., Mulac, A., & Imrich, D. J. (1997). Men's interactions with women after viewing sexually explicit films: Does degradation make a difference? *Communication Monographs*, 64(1), 1-24. <https://doi.org/10.1080/03637759709376402>
- Karsay, K., Knoll, J., & Matthes, J. (2018). Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 9-28. <https://doi.org/10.1177/0361684317743019>

- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181. <https://doi.org/10.2307/2094393>
- Kendrick, W. M. (1997). *The Secret Museum. Pornography in Modern Culture*. University of California Press.
- Kenrick, D. T., Gutierrez, S. E., & Goldberg, L. L. (1989). Influence of popular erotica on judgments of strangers and mates. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25(2), 159–167. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(89\)90010-3](https://doi.org/10.1016/0022-1031(89)90010-3)
- Kiefer, M. L. (2017). Journalismus als Dienstleistung? Eine dienstleistungstheoretische Einschätzung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(4), 682–703. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-4-682>
- Kohut, T., Baer, J. L., & Watts, B. (2015). Is Pornography *Really* about “Making Hate to Women”? Pornography Users Hold More Gender Egalitarian Attitudes Than Nonusers in a Representative American Sample. *The Journal of Sex Research*, 53(1), 1–11. <https://doi.org/10.1080/00224499.2015.1023427>
- Koletic, G. (2017). Longitudinal associations between the use of sexually explicit material and adolescents' attitudes and behaviors: A narrative review of studies. *Journal of Adolescence* (London, England.), 57(1), 119–133. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.04.006>
- Krämer, S. (2015). *Medium, Messenger, Transmission: An Approach to Media Philosophy*. Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048524990>
- Kvalem, I. L., Træen, B., Lewin, B., & Štulhofer, A. (2014). Self-perceived effects of Internet pornography use, genital appearance satisfaction, and sexual self-esteem among young Scandinavian adults. *Cyberpsychology*, 8(4). <https://doi.org/10.5817/CP2014-4-4>
- Lambert, N. M., Negash, S., Stillman, T. F., Olmstead, S. B., & Fincham, F. D. (2012). A Love That Doesn't Last: Pornography Consumption and Weakened Commitment to One's Romantic Partner. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 31(4), 410–438. <https://doi.org/10.1521/jscp.2012.31.4.410>
- Lewandowski, S. (2012). *Die Pornographie der Gesellschaft: Beobachtungen eines populärkulturellen Phänomens*. Bielefeld: transcript Verlag. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839421345>

- Lewis, J. (2008). Presumed Effects of Erotica: Some Notes on the Report of the Commission on Obscenity and Pornography. *Film International (Göteborg, Sweden)*, 6(6), 7–16. <https://doi.org/10.1386/fiin.6.6.7>
- Littleton, H. L., Axsom, D., & Pury, C. L. S. (2005). Development of the body image concern inventory. *Behaviour Research and Therapy*, 43(2), 229–241. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2003.12.006>
- Littleton, H., & Breitkopf, C. R. (2008). The Body Image Concern Inventory: validation in a multiethnic sample and initial development of a Spanish language version. *Body image*, 5(4), 381–388. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2008.06.004>
- Lo, V., Neilan, E., Sun, M., & Chiang, S. (1999). Exposure of Taiwanese adolescents to pornographic media and its impact on sexual attitudes and behaviour. *Asian Journal of Communication*, 9(1), 50–71. <https://doi.org/10.1080/01292989909359614>
- Longino H. E. (1980). Pornography, oppression, and freedom: A closer look. In Lederer L. (Ed.), *Take back the night: Women on pornography* (pp. 40–54). New York: William Morrow.
- Lüders, M. (2008). Conceptualizing personal media. *New Media und Society*, 10(5), 683–702. <https://doi.org/10.1177/1461444808094352>
- Ma, C. M. S., & Shek, D. T. L. (2013). Consumption of Pornographic Materials in Early Adolescents in Hong Kong. *Journal of Pediatric & Adolescent Gynecology*, 26(3), S18–S25. <https://doi.org/10.1016/j.jpaa.2013.03.011>
- MacKinnon, C. (1987). *Feminism Unmodified: Discourses on Life and law*. Cambridge: HUP.
- Maddox, A.M., Rhoades, G.K. & Markman, H.J. (2011). Viewing Sexually-Explicit Materials Alone or Together: Associations with Relationship Quality. *Arch Sex Behav* 40, 441–448. <https://doi.org/10.1007/s10508-009-9585-4>
- Malamuth, N. M. (1978). *Erotica, Aggression and Perceived Appropriateness*.
- Manning, M. A., Bear, G. G., & Minke, K. M. (2006). Self-Concept and Self-Esteem. In G. G. Bear & K. M. Minke (Eds.), *Children's needs III: Development, prevention, and intervention* (pp. 341–356). National Association of School Psychologists.

- Martins, Y., Tiggemann, M., & Kirkbride, A. (2007). Those Speedos Become Them: The Role of Self-Objectification in Gay and Heterosexual Men's Body Image. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 33(5), 634–647. <https://doi.org/10.1177/0146167206297403>
- Marwick, A. (1998). *The sixties : cultural revolution in Britain, France, Italy, and the United States, c. 1958 - c. 1974* (1. publ.). Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press.
- McKee, A. (2007). The relationship between attitudes towards women, consumption of pornography, and other demographic variables in a survey of 1,023 consumers of pornography. *International Journal of Sexual Health*, 19, 31–45. https://doi.org/10.1300/J514v19n01_05
- McKee, A., Albury, K., & Lumby, C. (2008). *The porn report*. Melbourne: Melbourne University Press.
- McKenzie-Mohr, D., Zanna, M. P. (1990). Treating women as sexual objects: Look to the (gender schematic) male who has viewed pornography. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16(2), 296-308. <https://doi.org/10.1177/0146167290162010>
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale: Development and Validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20(2), 181–215. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x>
- Miller, D. J., Kidd, G., Raggatt, P. T. F., McBain, K. A., & Li, W. (2020) Pornography use and sexism among heterosexual men, *Communication Research Reports*, 37:3, 110-121, <https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1777396>
- Mock, T. (2006). Was ist ein Medium?: Eine Unterscheidung kommunikations-und medienwissenschaftlicher Grundverständnisse eines zentralen Begriffs. *Publizistik*, 51(2), 183–200. <https://doi.org/10.1007/s11616-006-0056-9>
- Morgan, E. M. (2011). Associations between Young Adults' Use of Sexually Explicit Materials and Their Sexual Preferences, Behaviors, and Satisfaction. *The Journal of Sex Research*, 48(6), 520–530. <https://doi.org/10.1080/00224499.2010.543960>
- Mundorf, N., D'Alessio, D., Allen, M., & Emmers-Sommer, T. (2007). Effects of sexually explicit media. In R. W. Preiss (Ed.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*, 181-198. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

- Noqabi, M.S., Ebrahimi-Nejad, G., Arjmand, M.T., & Gharavi, M.M. (2023). The Relationship and Prediction Rate of Internet Sex Addiction with Body Dysmorphic Disorder (BDD) in Men. *The International Journal of Indian Psychology*, 11(1), 1665-1676. <https://doi.org/10.25215/1101.172>
- Oakley, J. H., Palagia, O., & American School of Classical Studies at Athens. (2009). *Athenian potters and painters.. Volume II*. Oxbow Books ; David Brown Book Company.
- Oatley, K., Strange, J. J., Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). Emotions and the Story Worlds of Fiction. In *Narrative Impact* (1st ed., pp. 39–69). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410606648-4>
- Online-umfrage.org (o.D.). *Stichprobenrechner*. <https://www.online-umfrage.org/rechner/stichprobenrechner/> (Zugriff: 02.03.2025)
- ORF. (2025). *Österreichs Bevölkerung wuchs auf 9,2 Millionen*. <https://orf.at/stories/3384485/>. (Zugriff 02.03.2025)
- Owen, R. A. (2024). “A New Kind of Death”: Rape, Sex, and Pornography as Violence in Andrea Dworkin’s Thought. *Political Theory*, 52(5), 754–781. <https://doi.org/10.1177/00905917241239032>
- Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C., & Reid, R. C. (2012). The Impact of Internet Pornography on Adolescents: A Review of the Research. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 19(1–2), 99–122. <https://doi.org/10.1080/10720162.2012.660431>
- Paslakis, G., Chiclana Actis, C., & Mestre-Bach, G. (2022). Associations between pornography exposure, body image and sexual body image: A systematic review. *Journal of Health Psychology*, 27(3), 743–760. <https://doi.org/10.1177/1359105320967085>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006). Adolescents’ exposure to sexually explicit online material and recreational attitudes toward sex. *Journal of Communication*, 56(4), 639–660. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00313.x>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2010). Processes underlying the effects of adolescents’ use of sexually explicit internet material: The role of perceived realism. *Communication Research*, 37(3), 375-399. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/0093650210362464>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2011). The influence of sexually explicit Internet material and peers on stereotypical beliefs about women's sexual roles: similarities and differences

between adolescents and adults. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(9), 511–517. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0189>

Posner, R.A. (1994). *Sex and Reason*. Cambridge, Harvard University Press.

Potthoff, M. (2016). *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*. Springer, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09923-7>

Poulsen, F. O., Busby, D. M., & Galovan, A. M. (2013). Pornography Use: Who Uses It and How It Is Associated with Couple Outcomes. *The Journal of Sex Research*, 50(1), 72–83. <https://doi.org/10.1080/00224499.2011.648027>

Rai A., & Sharma R. (2021). Self-Perception, Body-Image and Self-Esteem Among Young Adults. *International Journal of Indian Psychology*, 9(3), 120-124. <https://doi.org/10.25215/0903.014>

Rasmussen, K. (2016). A Historical and Empirical Review of Pornography and Romantic Relationships: Implications for Family Researchers. *J Fam Theory Rev*, 8: 173-191. <https://doi.org/10.1111/jftr.12141>

Reinecke, J. (2022). Grundlagen der standardisierten Befragung. In: Baur, N., Blasius, J. (eds) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_62

Rogala, C., & Tydén, T. (2003). Does pornography influence young women's sexual behavior? *Women's Health Issues*, 13(1), 39-43. [https://doi.org/10.1016/S1049-3867\(02\)00174-3](https://doi.org/10.1016/S1049-3867(02)00174-3)

Rollero, C., Glick, P., & Tartaglia, S. (2014). Psychometric properties of short versions of the ambivalent sexism inventory and ambivalence toward men inventory. *TPM Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*, 21(2), 149–159. <https://doi.org/10.4473/TPM21.2.3>

Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1977). Mass Media Use: Causes and Effects. *Communications*, 3(3), 336–352. <https://doi.org/10.1515/comm-1977-0306>

Rusbult, C. E., Johnson, D. J., & Morrow, G. D. (1986). Determinants and consequences of Exit, Voice, Loyalty, and Neglect: Responses to dissatisfaction in adult romantic involvements. *Human Relations*, 39(1), 45-63. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/001872678603900103>

- Russell, D. E. H. (1988). Pornography and Rape: A Causal Model. *Political Psychology*, 9(1), 41–73. <https://doi.org/10.2307/3791317>
- Rusticus, S. (2014) Body Image. In: Michalos, A.C. (eds) *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, S.420-423. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_224
- Sawetz, J. (2015). *Kommunikations- und Marketingpsychologie: Medien, Konsum, Individuum, Kollektivität; Grundlagen kommunikativer und persuasiver Prozesse aus Psychologie, Neurowissenschaften, Evolutionsbiologie, Systemtheorie und Semiotik* (7. Auflage). Wien: [Selbstverlag].
- Schaller, S., & Træen, B. (2008). T10-O-28 Attitudes toward pornography, self-esteem and feelings about sex in a longitudinal sample of Norwegian adolescents. *Sexologies: European Journal of Sexology*, 17, S148–S148. [https://doi.org/10.1016/S1158-1360\(08\)72927-X](https://doi.org/10.1016/S1158-1360(08)72927-X)
- Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3., vollständig überarbeitete Auflage). Mohr Siebeck.
- Schneider, J. P. (2000). Effects of cybersex addiction on the family: Results of a survey. *Sexual Addiction & Compulsivity: The Journal of Treatment and Prevention*, 7(1), 31-58. <https://doi.org/10.1080/10720160008400206>
- Schulte-van Maaren, Y. W., Giltay, E. J., van Hemert, A. M., Zitman, F. G., de Waal, M. W., Van Rood, Y. R., & Carlier, I. V. (2014). Reference values for the Body Image Concern Inventory (BICI), the Whitely Index (WI), and the Checklist Individual Strength (CIS-20R): The Leiden Routine Outcome Monitoring Study. *Journal of affective disorders*, 164, 82–89. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2014.03.013>
- Short, M. B., Black, L., Smith, A. H., Wetterneck, C. T., & Wells, D. E. (2012). A review of Internet pornography use research: Methodology and content from the past 10 years. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(1), 13-23. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0477>
- Shumway, T., & Daines, R. (2012). Pornography and divorce. Paper presented at the *7th Annual Conference on Empirical Legal Studies*. Hier Verfügbar: SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2112435>.
- Sigel, L. (2005). *International Exposure: Perspectives on Modern European Pornography, 1800–2000*. Ithaca, NY: Rutgers University Press. <https://doi.org/10.36019/9780813541044>

- Simon, S. C., & Greitemeyer, T. (2019). The impact of immersion on the perception of pornography: A virtual reality study. *Computers in Human Behavior*, 93, 141–148. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.018>
- Skoog, T., Stattin, H., & Kerr, M. (2009). The role of pubertal timing in what adolescent boys do online. *Journal of Research on Adolescence*, 19(1), 1–7. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2009.00578.x>
- Slade, D. (1994). What is body image? In: *Behaviour Research and Therapy* 32(5):497-502. [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)90136-8](https://doi.org/10.1016/0005-7967(94)90136-8)
- Slater, M. D., Henry, K. L., Swaim, R. C., & Anderson, L. L. (2003). Violent Media Content and Aggressiveness in Adolescents: A Downward Spiral Model. *Communication Research*, 30(6), 713–736. <https://doi.org/10.1177/0093650203258281>
- Sommantico, M., Gioia, F., Boursier, V., Iorio, I., & Parrello, S. (2021). Body Image, Depression, and Self-Perceived Pornography Addiction in Italian Gay and Bisexual Men: The Mediating Role of Relationship Satisfaction. *Mediterranean Journal of Clinical Psychology*, 9(1), 1–19. <https://doi.org/10.6092/2282-1619/mjcp-2758>
- Sontag, S. (2006). *Kunst und Antikunst. 24 literarische Analysen.* Frankfurt am Main.
- Spiller, R., Rudeloff, C., & Döbler, T. (2022). *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft* (1st ed. 2022). Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2>
- Spreckelsen, P. von, Glashouwer, K. A., Bennik, E. C., Wessel, I., & de Jong, P. J. (2018). Negative body image: Relationships with heightened disgust propensity, disgust sensitivity, and self-directed disgust. *PloS One*, 13(6), e0198532. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0198532>
- Stall-Paquet, C. (2020). Audio Erotica Is the Latest Self-Care Tool For Women. 9. April 2020, Fashion. <https://fashionmagazine.com/wellness/audio-porn-apps-for-women/> (Zugriff: 07.09.2025)
- Stark, B., & Schneiders, P. (2022). Uses and Gratifications Research. In: Spiller, R., Rudeloff, C., Döbler, T. (eds) *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft.* Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_4
- Statistik Austria. (2025). *Bevölkerung nach Alter/Geschlecht.* <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und->

[soziales/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/bevoelkerung-nach-alter/geschlecht](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerung-nach-alter-geschlecht-deutschland.html)
(Zugriff: 10.10.2025)

Statistisches Bundesamt. (2024). *Bevölkerung nach Altersgruppen*.
<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerung-altersgruppen-deutschland.html> (Zugriff 02.03.2025)

Stein, D., Silvera, R., Hagerty, R., & Marmor, M. (2012). Viewing pornography depicting unprotected anal intercourse: Are there implications for HIV prevention among men who have sex with men? *Archives of Sexual Behavior*, 41(2), 411-419.
<https://doi.org/10.1007/s10508-011-9789-2>

Stewart, D. N., & Szymanski, D. M. (2012). Young Adult Women's Reports of Their Male Romantic Partner's Pornography Use as a Correlate of Their Self-Esteem, Relationship Quality, and Sexual Satisfaction. *Sex Roles*, 67(5-6), 257–271. .
<https://doi.org/10.1007/s11199-012-0164-0>

Stewart, R., Wright, B., Smith, L., Roberts, S., & Russell, N. (2021). Gendered stereotypes and norms: A systematic review of interventions designed to shift attitudes and behaviour. *Heliyon*, 7(4), <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06660>

Sundar, S. S., Molina, M. D., & Cho, E. (2021). Seeing Is Believing: Is Video Modality More Powerful in Spreading Fake News via Online Messaging Apps? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(6), 301–319. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab010>

Swami, V., Coles, R., Wyzomska, K., Wilson, E., Salem, N., & Furnham, A. (2010). Oppressive Beliefs at Play: Associations among Beauty Ideals and Practices and Individual Differences in Sexism, Objectification of Others, and Media Exposure. *Psychology of Women Quarterly*, 34(3), 365–379.
<https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01582.x>

Trut, V., Sinovčić, P., Milavić, B.(2022). Initial Validation of the Ambivalent Sexism Inventory in a Military Setting. *Social Sciences*.11(4):176.
<https://doi.org/10.3390/socsci11040176>

Tylka, T. L. (2015). No Harm in Looking, Right? Men's Pornography Consumption, Body Image, and Well-Being. *Psychology of Men and Masculinity*, 16(1), 97–107.
<https://doi.org/10.1037/a0035774>

- Valkenburg, P. M., Peter, J., Walther, J. B., & Fiske, S. (2016). Media Effects: Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315–338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>
- van den Brink, F., Vollmann, M., Sternheim, L. C., Berkhout, L. J., Zomerdijs, R. A., & Woertman, L. (2018). Negative Body Attitudes and Sexual Dissatisfaction in Men: The Mediating Role of Body Self-Consciousness During Physical Intimacy. *Archives of Sexual Behavior*, 47(3), 693–701. <https://doi.org/10.1007/s10508-017-1016-3>
- Vandenbosch, L., & van Oosten, J. M. F. (2017). The Relationship Between Online Pornography and the Sexual Objectification of Women: The Attenuating Role of Porn Literacy Education. *Journal of Communication*, 67(6), 1015–1036. <https://doi.org/10.1111/jcom.12341>
- Vitouch, P. (2007). Fernsehen und Angstbewältigung : zur Typologie des Zuschauerverhaltens (3. Aufl.). VS, Verl. für Sozialwiss.
- von Collani, G., & Herzberg, P. Y. (2003). Eine revidierte Fassung der deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl von Rosenberg. *Zeitschrift für differentielle und diagnostische Psychologie*, 24(1), 3–7. <https://doi.org/10.1024/0170-1789.24.1.3>
- Ward, L. M. (2016). Media and Sexualization: State of Empirical Research, 1995–2015. *The Journal of Sex Research*, 53(4–5), 560–577. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1142496>
- Wills-Herrera, E. (2014). Self-Esteem. In: Michalos, A.C. (eds) *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, S.5772-5774. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_2635
- Wongsurawat, W. (2006). Pornography and social ills: evidence from the early 1990s. *Journal of Applied Economics*, 9(1), 185-213. <https://doi.org/10.1080/15140326.2006.12040644>
- Wright, P. J. (2011). Mass Media Effects on Youth Sexual Behavior Assessing the Claim for Causality. *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 343–385. <https://doi.org/10.1080/23808985.2011.11679121>
- Wright, P. J. (2012). Show Me the Data! Empirical Support for the "Centerfold Syndrome" *Psychology of Men & Masculinity*, 13(2), 180–198. <https://doi.org/10.1037/a0023783>

- Wright, P. J., & Bae, S. (2015). A National Prospective Study of Pornography Consumption and Gendered Attitudes Toward Women. *Sexuality & Culture*, 19(3), 444–463. <https://doi.org/10.1007/s12119-014-9264-z>
- Wright, P. J., & Funk, M. (2014). Pornography Consumption and Opposition to Affirmative Action for Women: A Prospective Study. *Psychology of Women Quarterly*, 38(2), 208–221. <https://doi.org/10.1177/0361684313498853>
- Wright, P. J., & Randall, A. K. (2012). Internet pornography exposure and risky sexual behavior among adult males in the United States. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1410–1416. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.003>
- Wyngaard, A. S. (2012). Rétif, Sade, and the origins of pornography: Le Pornographe as anti-text of la Philosophie dans le boudoir. *Eighteenth-Century Fiction*, 25(2), 383–406. <https://doi.org/10.3138/ecf.25.2.383>
- Yadav, A., Phillips, M. M., Lundeberg, M. A., Koehler, M. J., Hilden, K., & Dirkin, K. H. (2011). If a picture is worth a thousand words is video worth a million? Differences in affective and cognitive processing of video and text cases. *Journal of Computing in Higher Education*, 23(1), 15–37. <https://doi.org/10.1007/s12528-011-9042-y>
- You, S., & Shin, K. (2020). Sociocultural influences, drive for thinness, drive for muscularity, and body dissatisfaction among Korean undergraduates. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 1–10. <https://doi.org/10.3390/ijerph17145260>
- Zillich, A. (2013). Die Bedeutung von Gruppenprozessen für das Unterhaltungserleben. Eine Typenbildung am Beispiel der gemeinsamen Krimirezeption. *Medien & Kommunikationswissenschaft*. 61. 202–220. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-202>.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1984). Effects of massive exposure to pornography. In N. M. Malamuth & E. Donnerstein (Eds.), *Pornography and sexual aggression*, 115–138. Orlando, FL: Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-466280-3.50012-9>
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1988). Effects of prolonged consumption of pornography on family values. *Journal of Family Issues*, 9(4), 518–544. <https://doi.org/10.1177/019251388009004006>

Abstract (Deutsch)

Die vorliegende Arbeit widmet sich der Untersuchung der Auswirkungen unterschiedlicher pornographischer Medienformate auf psychometrische Konstrukte bei erwachsenen Personen im deutschsprachigen Raum. Im Fokus stehen hierbei insbesondere sexistische Einstellungen sowie Aspekte der Selbstwahrnehmung, konkret das Körperbild und das Selbstwertgefühl. Als theoretischer Rahmen dient der dynamisch-transaktionale Ansatz der Medienwirkungsforschung. Die Untersuchung wurde mittels eines standardisierten Online-Fragebogens durchgeführt, wobei eine Stichprobe von 600 Personen, die nach 1980 geboren wurden, rekrutiert wurde, um vergleichbare mediale Sozialisierungserfahrungen sicherzustellen. Die Datenerhebung erfolgte mithilfe des Ambivalent Sexism Inventory (ASI), des Body Image Concern Inventory (BICI) und der Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Die Hypothese, dass der Konsum pornographischer Videos stärker mit verstärkten stereotypischen Ansichten zu Geschlechterrollen einhergeht als andere Medienformen, konnte bestätigt werden. Personen, die pornographische Videos als bevorzugtes Medium angaben, wiesen im Vergleich zu Konsumierenden textbasierter Pornographie deutlich höhere Werte in allen betrachteten Dimensionen sexistischer Einstellungen auf. Dies deutet darauf hin, dass die Rezeption audiovisueller Medienformate oder die damit verbundene Nutzungshaltung einen prägenden Einfluss auf soziale Einstellungen haben kann. Obwohl eine Varianzanalyse einen statistisch signifikanten Unterschied im Körperbild zwischen den Mediengruppen feststellte, war dieser Effekt quantitativ sehr gering und Post-hoc-Tests konnten keine spezifischen, signifikanten paarweisen Unterschiede identifizieren. Die Hypothese, dass Videokonsument:innen ein negativeres Körperbild aufweisen, konnte daher nicht bestätigt werden. Für das Selbstwertgefühl konnten keine aussagekräftigen signifikanten Unterschiede zwischen den präferierten Mediengruppen festgestellt werden. Das Geschlecht der Befragten hatte hingegen einen signifikanten Einfluss auf das Körperbild. Zusammenfassend lässt sich ableiten, dass ein Indiz dafür besteht, dass die Wirkung pornographischer Medien auf die Wahrnehmung anderer stärker ausgeprägt ist als auf die Wahrnehmung des eigenen Selbst.

Abstract (English)

The present research investigates the effects of different pornographic media formats on psychometric constructs in adults in German-speaking countries. The focus is placed on sexist attitudes and aspects of self-perception, specifically body image and self-esteem. The theoretical framework is based on the dynamic-transactional approach to media effects research. The study was conducted using a standardized online questionnaire, with a sample of 600 individuals born after 1980 included to ensure comparable media socialization experiences. Data was collected using the Ambivalent Sexism Inventory (ASI), the Body Image Concern Inventory (BICI), and the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). The hypothesis that the consumption of pornographic videos is more strongly associated with reinforced stereotypical views on gender roles than other forms of media was confirmed. Individuals who indicated pornographic videos as their preferred medium scored significantly higher on all dimensions of sexist attitudes compared to consumers of text-based pornography. This suggests that the reception of audiovisual media formats or the associated usage attitudes can have a formative influence on social attitudes. Although a variance analysis found a statistically significant difference in body image between the media groups, this effect was quantitatively very small and post-hoc tests could not identify any specific, significant pairwise differences. The hypothesis that video consumers have a diminished body image could therefore not be confirmed. No meaningful significant differences between the preferred media groups could be found for self-esteem. The gender of the respondents, on the other hand, had a significant influence on body image. In summary, it can be concluded that there is an indication that the effect of pornographic media on the perception of others is more pronounced than on the perception of oneself.

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

ich freue mich über Dein Interesse, an dieser wissenschaftlichen Studie teilzunehmen!

Der folgende Fragebogen befasst sich mit den Auswirkungen pornographischer Mediennutzung. Die Teilnahme dauert ca. 15 Minuten.

Diese Befragung wird im Zuge der Abfassung einer **Masterarbeit an der Universität Wien** erstellt. Die Daten können von dem Betreuer oder der Betreuerin der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art. 89 Abs. 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortliche an dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Bevor der Fragebogen startet, siehst Du detaillierte Informationen zu Deinen Rechten im Zuge dieser Befragung und wirst nochmals um Deine Zustimmung gebeten. Deine Daten werden ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs. 5 FOG) erhoben und verarbeitet.

Du verfügst über folgende persönliche Rechte im Rahmen dieser Befragung:

Die Teilnahme an der Studie ist freiwillig. Du kannst den Fragebogen jederzeit abbrechen.

Deine Teilnahme ist anonym, Deine Antworten können nicht auf Dich zurückgeführt werden. Das bedeutet ebenfalls, dass Dein persönlicher Datensatz nach Abschluss der Befragung für uns nicht identifizierbar ist. Falls Du nach der Studie Auskunft über Deine Daten haben willst oder Deine Teilnahme zurückziehen, bitten wir Dich, dies im abschließenden Kommentarfeld (falls nötig gemeinsam mit einer Kontaktadresse) zu vermerken.

Deine Daten werden ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet. Die Forschung folgt keinem kommerziellen Interesse. Wir behandeln all Deine Daten streng vertraulich.

In diesem Teil der Befragung geht es darum, das momentane Selbstwertgefühl zu erfassen. Dazu werden verschiedene Aussagen präsentiert, bei denen die Zustimmung oder Ablehnung gemessen wird.

SW01 **Wie stehst du zu folgenden Aussagen?**

Bitte gebe den Grad der Zustimmung zu den folgenden Aussagen an:

Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
----------------------------------	------------------------	------------------	--------------------------------

Hin und wieder denke ich, daß ich gar nichts tauge.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
----------------------------------	------------------------	------------------	--------------------------------

Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
----------------------------------	------------------------	------------------	--------------------------------

Ich besitze die gleichen Fähigkeiten wie die meisten anderen Menschen auch.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
----------------------------------	------------------------	------------------	--------------------------------

Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	------------------	------------------------------------

Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	------------------	------------------------------------

Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	------------------	------------------------------------

Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	------------------	------------------------------------

Alles in allem neige ich dazu, mich für einen Versager zu halten.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	------------------	------------------------------------

Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	------------------	------------------------------------

Im folgenden Abschnitt geht es um deine Wahrnehmung und Einstellung zu deinem Körper. Deine ehrlichen Antworten sind sehr wichtig für uns und helfen uns, ein besseres Verständnis für verschiedene Perspektiven zu entwickeln.

KB01 **Wie stehst Du zu deinem Erscheinungsbild?**

Bitte gebe an wie häufig die folgenden Aussagen auf dich zutreffen:

Ich bin mit Aspekten meines Aussehens unzufrieden

nie selten gelegentlich oft immer

Ich verbringe einen erheblichen Teil der Zeit damit, mein Aussehen im Spiegel zu überprüfen.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe das Gefühl, dass sich andere negativ über mein Aussehen äußern.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich zögere, mich an sozialen Aktivitäten zu beteiligen, wenn mein Aussehen nicht meiner Zufriedenheit entspricht

nie selten gelegentlich oft immer

Ich empfinde bestimmte Aspekte meines Aussehens als extrem unattraktiv.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich kaufe kosmetische Produkte, um mein Aussehen zu verbessern.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich suche die Bestätigung von anderen über mein Aussehen.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe das Gefühl, dass es bestimmte Aspekte meines Aussehens gibt, die ich gerne ändern würde.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich schäme mich für einen Teil meines Körpers.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich vergleiche mein Aussehen mit Models oder anderen.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich versuche, bestimmte Makel in meinem Äußeren zu kaschieren.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich analysiere Mängel in meinem Aussehen.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe Kleidung gekauft, um einen bestimmten Teil meines Aussehens zu verbergen.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich empfinde andere als körperlich attraktiver als mich.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe in Erwägung gezogen einen medizinischen Experten bezüglich der Mängel an meinem Aussehen zu konsultieren.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe wegen meines Aussehens soziale Aktivitäten verpasst.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe mich aufgrund meines Aussehens geschämt, das Haus zu verlassen.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich fürchte, dass andere Makel in meinem Aussehen finden werden.

nie selten gelegentlich oft immer

Ich habe es vermieden mein Aussehen im Spiegel zu betrachten.

nie

selten

gelegentlich

oft

immer

Seite 04

ASI

In diesem Abschnitt werden verschiedene Aussagen präsentiert, die Erwartungshaltungen an das Verhalten von Männern und Frauen in bestimmten Lebenssituationen betreffen. Es geht darum, wie stark Zustimmung oder Ablehnung zu diesen Aussagen besteht.

SE02 

Wie stehst Du zu folgenden Aussagen?

Bitte gebe den Grad der Zustimmung zu den folgenden Aussagen an:

Jeder Mann sollte eine Frau haben, die er schätzt.

**Stimme
überhaupt
nicht zu**

**Stimme
nicht zu**

**Stimme eher
nicht zu**

**Stimme eher
zu**

Stimme zu

**Stimme voll
und ganz zu**

Männer sind ohne Frauen unvollständig.

**Stimme
überhaupt
nicht zu**

**Stimme
nicht zu**

**Stimme eher
nicht zu**

**Stimme eher
zu**

Stimme zu

**Stimme voll
und ganz zu**

Frauen sollten von Männern geschätzt und geschützt werden.

Stimme

überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
-------------------------------	----------------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------	------------------------------------

Viele Frauen haben eine Qualität der Reinheit, die nur wenige Männer besitzen.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------	------------------------------------

Frauen haben im Vergleich zu Männern tendenziell ein ausgeprägteres moralisches Empfinden.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------	------------------------------------

Männer sollten bereit sein, ihr eigenes Wohlbefinden zu opfern, um die Frauen in ihrem Leben finanziell zu versorgen.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------	------------------------------------

Wenn Frauen in einem fairen Wettbewerb gegen Männer verlieren, beschweren sie sich in der Regel darüber, dass sie diskriminiert werden.

Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
--	----------------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------	------------------------------------

Wenn eine Frau einen Mann an sich bindet, versucht sie oft, ihn und sein Verhalten zu kontrollieren.

Stimme überhaupt	Stimme	Stimme eher	Stimme eher	Stimme voll
-----------------------------	---------------	--------------------	--------------------	--------------------

nicht zu nicht zu nicht zu zu Stimme zu und ganz zu

Frauen übertreiben ihre Probleme am Arbeitsplatz.

Stimme
überhaupt
nicht zu Stimme
nicht zu Stimme eher
nicht zu Stimme eher
zu Stimme zu Stimme voll
und ganz zu

Frauen versuchen, Macht zu gewinnen, indem sie die Kontrolle über Männer erlangen.

Stimme
überhaupt
nicht zu Stimme
nicht zu Stimme eher
nicht zu Stimme eher
zu Stimme zu Stimme voll
und ganz zu

Feministinnen stellen unangemessene Forderungen an Männer.

Stimme
überhaupt
nicht zu Stimme
nicht zu Stimme eher
nicht zu Stimme eher
zu Stimme zu Stimme voll
und ganz zu

Vielen Frauen macht es Spaß, Männer zu reizen, indem sie sich sexuell verfügbar zeigen und dann Annäherungsversuche zurückweisen.

Stimme
überhaupt
nicht zu Stimme
nicht zu Stimme eher
nicht zu Stimme eher
zu Stimme zu Stimme voll
und ganz zu

Seite 05**MED**

In diesem Teil der Befragung geht es um deine Präferenzen bei pornographischen Medien. Es werden Fragen gestellt, um mehr über die bevorzugten Medienformate und die Nutzungsweise dieser zu erfahren.

PM01 **1. In welcher Form konsumierst du am liebsten Pornographie?**PM02 **2. Wie oft konsumierst du pornographische Inhalte?**

Täglich

Mehrmals pro
WocheMehrmals pro
Monat

Seltener

Nie

PM03 **3. Mit welchem Alter hast Du angefangen regelmäßig Pornographie zu konsumieren?**

Nie

Seite 06**SOZ**

Abschließend möchten wir dich noch um einige Angaben zu deiner Person bitten.

SD19 SD04 

4. In welchem Jahr bist Du geboren?

Geburtsjahr:

SD05 **5. Was ist dein Geschlecht?**

Du bist:

 SD07 **6. In welchem Land lebst Du derzeit?**

Deutschland

Österreich

Schweiz

Anderes Land:

SD14 **7. Was machst Du beruflich?**

Schüler*in

In Ausbildung

Student*in

Angestellte*r

Pensionist*in

Selbstständig

Arbeitslos/Arbeit suchend

Sonstiges:

SD18

8. Möchtest Du zu dieser Befragung oder zum besseren Verständnis deiner Antworten noch etwas anmerken?

Ist dir während der Teilnahme an dieser Befragung etwas negativ aufgefallen? Waren die Fragen an einer Stelle nicht klar oder war Ihnen die Beantwortung unangenehm? Bitte schreibe kurz ein paar Stichworte dazu.

Letzte Seite**Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

B.A. Alina Dirr – 2024