Dmitry Pankov

Die Gründe für das Streben und den Weggang aus Online-Gemeinschaften des russischsprachigen Internet in eine „reale“ Unterhaltung

Back in reality: dreaming of being offline

Masterarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2008 GRIN Verlag
ISBN: 9783640515547

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/141951

Dmitry Pankov

Die Gründe für das Streben und den Weggang aus Online-Gemeinschaften des russischsprachigen Internet in eine „reale“ Unterhaltung

Back in reality: dreaming of being offline

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Back in reality: dreaming of being offline

Die Gründe für das Streben und den Weggang aus Online-Gemeinschaften des russischsprachigen Internet in eine „reale“ Unterhaltung

Qualifikationsarbeit
zur Erlangung des Hochschulgrades
„Master of Arts in Medienmanagement“

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
Hochschule für Musik und Theater Hannover

Eingerichtet von Dmitry Pankov am 28. Mai 2009

ABSTRACT

In den letzten Jahren sind in Russland verschiedene öffentliche Organisationen, Bewegungen, Protest-Aktionen entstanden, die ursprünglich in Online-Communities im Runet (russischsprachiges Internet) entstanden sind und deren Umsetzung später im Offline dort geplant wurde. Aus ökonomischen, sozialen und politischen Gründen war es daher interessant herauszufinden, welche Faktoren diese Prozesse beeinflussen und unter welchen Voraussetzungen Online- in Offline-Beziehungen umgewandelt werden können.

Um diese Frage zu beantworten, wurde aus der bestehenden Literatur ein theoretisches Modell herausgearbeitet, das den Transfer von sozialen Verhältnissen aus dem Online ins Offline (die Entstehung von Offline-Interaktionen aufgrund der Kommunikation in der Online Community) erklären soll. Um einige theoretische Dimensionen zu operationalisieren, wurden Interviews mit aktiven Nutzern des sozialen Service „Internet" durchgeführt und um das gesamte Modell zu prüfen, wurde die Online-Befragung zu zwei verschiedenen Zeitpunkten organisiert.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die befragten Teilnehmer die Online Community in erster Linie als Mittel, Leute mit den eigenen Interessen zu finden und neue soziale Kontakte zu knüpfen, als „soziale Suchmaschine" und „soziales Labor" betrachten. Im Prozess der Kommunikation in der Online Community entsteht das Gefühl der Zugehörigkeit zu diesen Online-Gruppen, die durch die Übereinstimmung der Interessen, Hobbys, Vorlieben der Teilnehmer zu erklären ist. Das größte Problem der Online Community ist nach Meinung der Nutzer die fehlende Möglichkeit, Emotionen auszudrücken, was nach der Identifikation mit einer Online-Gruppe zur Entstehung des Wunsches führen kann, sich offline zu treffen. Aber für die Entscheidung, sich offline zu treffen, ist auch das Gefühl der Unzufriedenheit mit der eigenen sozialen Umgebung(Unterhaltungskreis) notwendig, welche die Interessen, Hobbys, politischen Einstellungen und Kulturpräferenzen der Nutzer nicht teilt. Deswegen kann man den Versuch, aus dem Online ins Offline zu wechseln, als das Streben nach Anerkennung der persönlichen Identität erklären, die von der eigenen sozialen Gruppe offline eher missachtet oder unterdrückt, zumindest nicht vollständig geteilt wird. In einer Online Community bietet sich den Nutzern größere soziale Mobilität und diese Gemeinschaften helfen, mehr harmonische Beziehungen gemäß den eigenen Interessen und Vorlieben zu schaffen, die er später ins Offline übertragen kann.

INHALTSVERZEICHNIS

Abstract ..... **II**

Inhaltsverzeichnis ..... **III**

Abbildungsverzeichnis ..... **V**

Tabellenverzeichnis ..... **V**

Anhangsverzeichnis ..... **VI**

1 Einleitung **1**

1.1. Problemstellung 1
1.2. Relevanz 2
1.3. Aufbau der Arbeit 5

2 Forschungsgegenstand **6**

2.1. Online Community im Runet 6
2.2. Begriffsdefinition und Einordnung: Online Community 7
2.3. On- und Off-Unterschiede 8
2.4. Gemeinschaft, Gesellschaft und Online Community 11
2.5. Sozialer Transfer 12

3 Theoretische Einordnung **15**

3.1. Struktur von Online-Communities 15
3.2. Veränderung von Struktur 17
3.3. Place Identity 18
3.3.1. Members 18
3.3.2. Selbstpräsentation online 21
3.3.3. Interaktion 22
3.3.4. Shared goal: Befriedigung der sozialen Bedürfnisse 27
3.4. Place Attachment. Affektive Gründe des sozialen Transfers 28
3.4.1. Low social presence 29
3.4.2. Emotionen 30
3.5. Zwischenfazit 31

4 Hypothesen und theoretisches Modell der Forschung **32**

4.1. Theoretisches Modell der Forschung 32
4.1.1. Abhängige Variable: sozialer Transfer 33
4.1.2. Unabhängige Variable: Interne Faktoren 33
4.1.3. Unabhängige Variable: Externe Faktoren 33
4.2. Hypothesen 34

5 Methodische Umsetzung 35

5.1. Qualitative Studie 35
5.1.1. Methodenauswahl 35
5.1.2. Operationalisierung und Gestaltung des Leitfadens 36
5.1.3. Durchführung der Studie 38
5.1.4. Transkription und Analyse der Interviews 40
5.2. Quantitative Studie 40
5.2.1. Methodenauswahl 40
5.2.2. Design der Studie 41
5.2.3. Operationalisierung 42
5.2.4. Umsetzung des Fragebogens 50
5.2.5. Durchführung der Studie 51

6 Ergebnisse 55

6.1. Ergebnisse der qualitativen Studie 55
6.1.1. Motivation zur Teilnahme an der Online Community 55
6.1.2. Betrachtung der Möglichkeiten von Online Unterhaltung 57
6.1.3. Interaktionen im Offline. Die Gründe 60
6.1.4. Zwischenfazit 62
6.2. Ergebnisse der quantitativen Studie 63
6.2.1. Motivation der Nutzung von Online-Communities 63
6.2.2. Die Rolle von Identität in der Online-Kommunikation 64
6.2.3. Einstellung zu Online-Kommunikation 71
6.2.4. Sozialer Transfer 72
6.2.5. Zwischenfazit: Überprüfung der Hypothesen der Studie 79

7 Fazit und Ausblick 81

7.1. Beantwortung der Forschungsfragen 81
7.2. Sozialer Transfer als soziale Technologie 83
7.3. Blick in der Zukunft 85

Literaturverzeichnis 86

Anhang 91

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Hierarchical Composition of Community and Sense of Community 16
Abbildung 2: Identitätskonzept 18
Abbildung 3: Balance von Identität 20
Abbildung 4: Interaktionssituation und Identität 20
Abbildung 5: Selbstpräsentation im Internet 22
Abbildung 6: Entstehung von Online-Gruppen 25
Abbildung 7: Entstehung von Identifikation mit der Online Gruppe 26
Abbildung 8: Theoretisches Modell der Forschung 34
Abbildung 9: Modell zum sozialen Transfer 42
Abbildung 10: Veränderung des Identitätskonzeptes der Nutzer von Online-Communities zwischen der ersten und zweiten Welle der Befragung 67
Abbildung 11: Entwicklung der Online-Identifikation (Cross-Lagged-Panel-Analyse) 69
Abbildung 12: Zufriedenheit mit dem sozialen Kontext 70

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Struktur von Online-Communities 17
Tabelle 2: Hypothese - Balance von Identität 21
Tabelle 3: Hypothese - Identifikation 25
Tabelle 4: Hypothese - Identitifikation mit Online Community 27
Tabelle 5: Hypothese - psychologische Bedürfnisse (Hypothese) 28
Tabelle 6: Hypothese - Einstellung zu Online-Kommunikation 30
Tabelle 7: System der Hypothesen 34
Tabelle 8: Darstellung der Stichprobe nach Berufsstatus, Geschlecht und Kommunikationsvorlieben 39
Tabelle 9: Operationalisierung „Soziale Identität“ 43
Tabelle 10: Operationalisierung „Personale Identität“ 44
Tabelle 11: Collective Self-Esteem-Skala 45
Tabelle 12: Operationalisierung „Einstellung zu Online-Kommunikation“ 47
Tabelle 13: Operationalisierung „Zufriedenheit mit Online-Kommunikation“ 48

Tabelle 14: Operationalisierung „Motivation von sozialen Transfer“ 48
Tabelle 15: Operationalisierung „Wunsch nach Sozialem Transfer“ 49
Tabelle 16: Operationalisierung „Sozialer Transfer“ 50
Tabelle 17: Umsetzung des Fragebogen 51
Tabelle 18: Laufzeit und die Teilnehmerzahl der Studie 54
Tabelle 19: Faktorlösung zur Motivation der Nutzung von Online-Communities 64
Tabelle 20: Identitätskonzept der Nutzer von Online-Communities 66
Tabelle 21: Regressionsmodell zum Einfluss der Online-Kommunikation auf die soziale Identifikation mit der Online Community 67
Tabelle 22: Regressionsmodell zum Einfluss der Online-Kommunikation auf die personale Identifikation mit der Online Community 68
Tabelle 23: Faktorlösung zur Einstellungen der Nutzer gegenüber Online-Kommunikation 71
Tabelle 24: Kennwerte der Skala „Wunsch eines Offline-Treffens“ 73
Tabelle 25: Kennwerte der Skala „Treffen im Online“ (zweite Befragungswelle) 73
Tabelle 26: Faktorlösung zur Motivation für den sozialen Transfer 74
Tabelle 27: Regressionsmodell zum Einfluss der internen und externen Faktoren des sozialen Transfers auf die Entstehung des Wunsches, Online- in Offline-Beziehungen umzuwandeln 75
Tabelle 28: Regressionsmodell zum Einfluss der einzelnen Determinanten auf die Offline-Treffen der Vertreter der Online-Gruppe 77
Tabelle 29: Ergebnisse der Studie 80

ANHANGSVERZEICHNIS

A. 1) Qualitative Studie: Leitfaden Interview (Russisch) 92
A. 2) Qualitative Studie: Leitfaden Interview (Übersetzung ins Deutsche) 94
A. 3) Quantitative Studie: Fragebogen (Screenshot - Russisch) 96
A. 4) Quantitative Studie: Fragebogen (Übersetzung ins Deutsche) 106
A. 5) Quantitative Studie: Faktorlösung zur sozialen Identifikation der Nutzer 115
A. 6) Erklärung 116

1 EINLEITUNG

I'm sentimental, if you know what I mean;
I love the country but I can't stand the scene.
And I'm neither left or right.
I'm just staying home tonight,
Getting lost in that hopeless little screen.
Leonard Cohen

1.1. Problemstellung

Das moderne Russland bezeichnen viele Autoren einerseits als anonymisierte Gesellschaft mit fehlender sozialer Kooperation und Zusammenarbeit, anderseits kann man aber verschiedene Spuren von Zwangskollektivierung ermitteln, die in Form von mächtiger sozialer Kontrolle und Intoleranz zu verschiedenen Arten des individualistischen Verhalten ausgeprägt ist (vgl. ISRAS, 2007; Troschkin, 1991; Grineva, 2004).

Die Verbreitung der neuen Web 2.0-Technologien hat zu Entstehung neuartiger Formen der sozialen Kommunikation und Organisation geführt, die einen neuen sozialen Raum geschaffen haben und den Menschen von den vielen Beschränkungen der eigenen Gesellschaft befreit haben. Tatsächlich bieten die Web 2.0 Dienste den Individuen die Möglichkeit, den gewünschten sozialen Kontext zu schaffen und sich im Internet vor der Realität zu verstecken. Auf diese Weise entstehen in den sozialen Netzen Blogs, virtuelle Welten und Online-Gruppen, wo sich die Teilnehmer über gewünschte Themen unterhalten und gleichzeitig neu vernetzt werden können durch die Schaffung alternativer Gemeinschaften.

Die soziale Folge dieses Prozesses kann man schon jetzt beobachten. Das Runet (die russischsprachige Form des Internet) wurde zur alternativen sozialen Welt für viele Nutzer. Einige Wissenschaftler bezeichnen das heutige „Runet“ (vgl. Scherbina, 2009; Konradowa, 2005; Kovalenko, 2005) als Parallelgesellschaft, die unabhängig von dem Russland abseits der virtuellen Welt existiert. Im realen „Offline“-Russland gibt es keine politische Konkurrenz, keine Diskussionen, fast keine bürgerliche Aktivität. Online ist das alles anders: Communities, Aktionen, Ideologische Auseinandersetzungen – das alles findet sich hier.

Die Frage, die aufgrund sozialer Gründe äußerst relevant ist, lautet wie folgt: Welcher Zusammenhang besteht zwischen Offline- und Online-Russland? Existieren diese zwei

Welten unabhängig voneinander oder gibt es irgendwelche Schnittpunkte?
Potenziell können die neugeborenen Online-Communities in „reale“ umgewandelt werden, was für die Teilnehmer die Veränderung der eigenen sozialen Umgebung und für die Gesellschaft neue soziale Elemente, Bewegungen und mögliche Transformation der Strukturen bedeutet.
Indirekte Beweise, dass diese Form der sozialen Evolution möglich ist, kann man in der Entstehung der im Web 2.0 organisierten Offline-Aktionen erkennen. Ziele dieser Veranstaltungen sind unterschiedlich – politische Protestbewegungen und Flashmob oder Treffen der Teilnehmer eines Online-Rollenspiels (2x2-Bewegung, wir sind für WAGS, „Bachmina-Prozess“).
Aber diese Bewegungen und Aktionen hatten Ausnahmecharakter und fanden meistens unter der Bedingung von äußerer politischer Bedrohung statt. Doch warum wurden diese Aktionen organisiert und warum können die anderen, vielleicht friedlicheren Formen der Online-Gemeinschaften in der Offline-Welt erscheinen?

Zur Entstehung von Offline-Gemeinschaften und Interaktionen aus Online-Communities im Runet existieren bisher noch keine wissenschaftlichen Studien. Lediglich aus verwandten Themenbereichen wie Internet-Psychologie oder Mediensoziologie lassen sich einige Erkenntnisse ableiten. Indirekte Feststellungen zu den Faktoren der Umwandlung von Online-Kommunikation/Konversation in die Offline-Form liegen in einzelnen Forschungsarbeiten wie zum Beispiel „Netville-Studie“ vor (weiter in der Arbeit: Kapitel 2.5.). Angesichts fehlender Erkenntnisse zur Entstehung von Offline-Beziehungen durch die Unterhaltung in Online-Communities wird in der vorliegenden Arbeit ein Versuch gemacht, diese wissenschaftliche Lücke zu schließen und eine Antwort oder zumindest Teilerkenntnis auf die folgende Forschungsfrage zu bekommen:

FF: „Unter welchen Voraussetzungen können Online-in Offline- Beziehungen umgewandelt werden?“

1.2. Relevanz

Die Beantwortung der oben genannten Frage ist aus mehreren sozialen, wissenschaftlichen, ökonomischen und politischen Gründen relevant. Das russische Internet wird in dieser Arbeit als passendes Beispiel verwendet, weil die vielen sozialen Möglichkeiten, die Web 2.0 bietet, besonders in Krisen- und anonymisierten