



Sebastian Trepesch

Vernetzt und zugemailt
Jugendliche bei Facebook & Co

Tectum

Sebastian Trepesch

Vernetzt und zugemailt.

Jugendliche bei Facebook & Co

Umschlagabbildung: © Miodrag Gajic : www.istockphoto.com

© Tectum Verlag Marburg, 2010

ISBN 978-3-8288-5334-8

(Dieser Titel ist als gedrucktes Buch unter der
ISBN 978-3-8288-2505-5 im Tectum Verlag erschienen.)

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	7
2. Theoretische Grundlagen.....	11
2.1. Definitionen der Kernbegriffe	11
2.1.1. Web-Community.....	11
2.1.2. Alltagsflucht	13
2.1.3. Lebensgestaltung.....	14
2.1.4. Alltagsflucht →← Lebensgestaltung	15
2.1.5. Identität	16
2.2. Forschungsfeld und Forschungsstand.....	17
2.2.1. Uses and Gratifications	18
2.2.2. Eskapismusthese.....	23
2.2.3. Internet-Nutzung.....	26
2.2.4. Web-Communities	28
2.2.5. Identität im Internet	33
2.2.6. Jugendliche im Internet.....	37
3. Methode.....	41
3.1. Experience Sampling Methode	41
3.2. Forschungsdesign	46
3.2.1. Rekrutierung und Stichprobenbeschreibung	46
3.2.2. Fragebogen-Konstruktion.....	48
3.2.3. Datenerhebung mittels ESM.....	51
3.2.4. Datenaufbereitung.....	53
4. Ergebnisse.....	59
4.1. Ein erster Überblick: Datenanalyse	59
4.1.1. Profile & Kontakte	61
4.1.2. Nutzungsmotive und deren Dimensionsreduzierung.....	64
4.2. Auswertung.....	68
4.2.1. Beschäftigung in Sozialen Netzwerken.....	68

4.2.2. Eskapismusmotive für die Nutzung von Web-Communities.....	70
4.2.3. Persönlichkeitsmerkmale.....	78
5. Interpretation	81
5.1. Community-Nutzung und deren Motive.....	81
5.2. Virtuelle Identitäten in Sozialen Netzwerken.....	87
5.3. Gratifikationen →← Persönlichkeitsmerkmale	89
5.4. Anmerkungen zur Methode.....	90
6. Diskussion: ESM fehlt am Platz?	93
6.1. Die Arbeit in der Kritik	93
6.2. „Experience Sampling“-Experience	96
7. Zusammenfassung und Ausblick	101
7.1. Experience Community.....	101
7.2. Zweischneidigkeit Web-Community	102
8. Bibliografie	105
9. Anhang	113
(mit Anschreiben Probanden, Nutzungshäufigkeiten, ES-Fragebogen, Profilfragebogen)	

„Die anderen Communities besuche ich nur,
wenn ich Langeweile oder Geburtstag habe.“

Probandin über ihre Nutzung von Online-Netzwerken

1. Einführung

„In buchstäblich allen gesellschaftlichen Bereichen hat das Internet Fuß gefasst: Im Arbeits- und im Privatleben, in Wirtschaft, Politik, Bildung, Kultur, Gesundheitswesen usw.“ Das stellte Döring (2003: 17) vor sieben Jahren fest. Eine Zeitspanne, in der sich in diesem Bereich viel entwickelt hat. Web 2.0, Smartphones, Facebook, iPad – um ein paar Schlagworte zu nennen. Wenn „damals“ das Internet schon überall verankert war, wie ist es dann heute zu bezeichnen? Vielleicht: Omni-präsent. Wer noch nicht auf Ü30-Partys tanzt, ist mit ihm groß geworden. Er ist ein „Digital Native“, also ein Jugendlicher oder junger Erwachsener, der in das digitale Zeitalter geboren wurde und computer-vertiert ist (Palfrey & Gasser 2008: 409f).

Diese Jugendlichen haben zu großen Teilen etwas gemeinsam, wohl über alle Altersklassen, viele gesellschaftlichen Schichten hinweg: Sie nutzen Web-Communities, also Netzwerke, in denen sie sich darstellen, mit anderen Nutzern verknüpfen und austauschen: Knapp drei Viertel der Jugendlichen haben die Portale schon genutzt, 41% machen

dies sogar täglich, wie die Studie „Jugend, Information, (Multi-) Media“ („JIM“) aufdeckte (Kutteroff et al. 2008: 54). Welche andere aktiv benutzte Freizeitbeschäftigung kann so viele Jugendlichen hinter sich versammeln? Eine Massenbewegung, die man sich nur nicht bewegen sieht – wie auch immer man das verstehen möchte.

Kein Wunder, dass man mindestens alle paar Wochen in den Medien über Soziale Netzwerke liest – negativ, meistens. Einmal regen sich Nutzer in großer Zahl über geplante Änderungen auf, ein ander Mal bemängelt Stiftung Warentest den sehr mangelhaften Umgang mit privaten Daten, dann protestiert die Verbraucherschutzministerin. Die Nutzung von Sozialen Netzwerken zu ergründen, fordert nicht nur die Aktualität und eine Forschungslücke (schließlich gibt es die Portale ja erst ein paar Jahre), sondern auch eine gewisse Brisanz. Grace-Farfaglia et al. (2006: 97) weisen konkret auf Forschungsbedarf darüber hin, wie Menschen ihre Alltagsaktivitäten mit der Community-Nutzung austarieren. Die in diesem Buch besprochene Studie stellt sich die Frage: Jugendliche in Web-Communities – Alltagsflucht oder Lebensgestaltung?

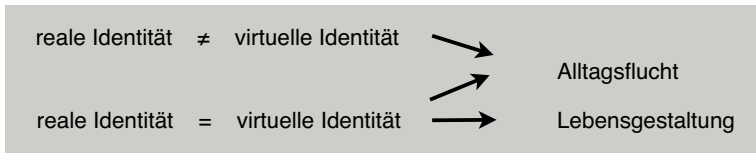
Warum werden Soziale Netzwerke genutzt? Warum wird das Internet überhaupt genutzt? Eine Frage, die in mehreren Dimensionen beantwortet werden kann. Um sich einer Antwort nähern zu können, muss man den Alltag der „Surfer“ sowie die jeweilige Situation kennen, meinen Meyen et al. (2009: 515). Vorliegende Abhandlung will dieser Forderung wenigstens teilweise Rechnung tragen und situativ vorgehen. Für Jugendliche ist der Computer beziehungsweise das Internet (die Begriffe werden teilweise gleichgesetzt, vgl. Kutteroff et al. 2008: 16) mittlerweile das „Medium mit der höchsten Bindungskraft“ (dito). Die Nutzer arbeiten, vor allem bei Web 2.0-Anwendungen, selbst an den Inhalten mit, indem sie zum Beispiel persönliche Profile erstellen, Beiträge schreiben und Fotoalben hochladen. Die Online-Netzwerke spielen dabei eine zentrale Rolle.

„Die anderen Communities besuche ich nur, wenn ich Langeweile oder Geburtstag habe. Also eher selten.“ Geburtstag hat man nur einmal im Jahr. Das Zitat dieser Probandin vorliegender Arbeit lässt vermuten: Motive, Nutzungsweisen und Zusammenhänge in Sozialen Netzwerken können sehr vielseitig sein und werden sich nur schwer vollständig aufdecken lassen – falls das überhaupt möglich ist. Diese Studie geht deshalb von vornherein den Weg, gar nicht alle Gratifikationen aufdecken zu wollen. Vielmehr wird ein Teilaspekt herausgegriffen, der dafür tiefgreifender untersucht wird: Alltagsflucht und Lebensgestaltung. Während bei ersterem noch relativ gut auf der Mediennutzungsforschung aufgebaut werden kann, verhält es sich bei letzterem schon schwieriger. Das werden wir gleich zu Beginn bei den Definitionen feststellen und den Begriff im Rahmen der Datenauswertung etwas modifizieren, bevor wir Interpretation und Diskussion angehen.

Fest steht: Ein Großteil der Jugendlichen nutzt die Sozialen Netzwerke sehr häufig. Was bedeuten ihnen nun eskapistische Motive? Die Studie geht sowohl explorativ als auch hypothesengeleitet vor. Kernfrage ist und bleibt der Gegensatz zwischen Alltagsflucht und Lebensgestaltung: Dienen die Portale als nützliches Werkzeug, um den Alltag zu meistern? Oder stellen sie eine Befriedigung eskapistischer Bedürfnisse dar, gilt es also eher, aus der Realität in eine Parallelwelt zu fliehen? Einerseits greifen wir hier auf die Uses and Gratifications-Forschung zurück und bedienen uns deren Motivskalen.

Andererseits wird eine Überlegung hinsichtlich der Persönlichkeitsdarstellung auf den Profilseiten überprüft: Stellt sich die Person so dar, wie sie in Wirklichkeit ist, oder spielt sie jemand anderen? Unterscheidet sich die reale Identität von der virtuellen Identität, sollte das Motiv der Internet-Nutzung Alltagsflucht sein. Denn auf diese Weise kann ein ständiger Bezug zur realen Welt, zu Freunden, Familie, Interessengruppen schwer vorstellbar durchgeführt werden. Entspricht die reale Identität der virtuellen, kann das hingegen sowohl auf Lebensgestal-

tung als auch auf Alltagsflucht hindeuten. Kurz dargestellt verhalten sich demnach die Zusammenhänge:



Die eben genannte Thesen werden in der Interpretation (Kapitel 5.2) genauer diskutiert.

Beide Herangehensweisen, die Uses and Gratifications-Skalen sowie der (ansatzweise) Identitätsabgleich sollen miteinander verglichen und mit den Aktivitäten der Jugendlichen in verschiedenen Communities einander gegenübergestellt werden: Zieht Eskapismus vielleicht nur bestimmte Tätigkeiten nach sich, nur rezipierende, oder produzierende?

Um, wie eben schon angedeutet, tiefere Einblicke in das Themenfeld bekommen zu können, arbeitet die Studie mit der Experience Sampling Methode: 13 Probanden im Alter von 16 bis 19 Jahren wurden über einen Zeitraum von drei Wochen begleitet, sie füllten insgesamt durchschnittlich je neun Fragebögen auf einen Stimulus hin aus – eine Mischung aus quantitativer und qualitativer Forschung. Es wurden weniger generelle Informationen von den Jugendlichen erfragt – dies geschah zusätzlich durch einen zweiten Fragebogen –, sondern die konkreten Situationen. Bevor wir uns jedoch genauer der Methode widmen, sollen zunächst die theoretischen Grundlagen erörtert werden.

2. Theoretische Grundlagen

Um den theoretischen Hintergrund der vorliegenden Studie darzustellen, werden zunächst die wesentlichen Begriffe geklärt: Web-Community, Alltagsflucht beziehungsweise Eskapismus, Lebensgestaltung sowie Identität. Anschließend steigen wir im forschungstheoretischen Hintergrund tiefer in die Materie ein.

2.1. Definitionen der Kernbegriffe

„Definition“ stammt vom lateinischen „definire“ und bedeutet „abgrenzen, festsetzen, beschränken“. Im Folgenden wird versucht, eben dies für die wichtigsten Begriffe dieser Arbeit vorzunehmen.

2.1.1. Web-Community

Web-Communities¹, genauer gesagt Nutzungsmotive und Profile ihrer Mitglieder, bilden den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit. Um sie zu definieren, müssen wir etwas ausholen und beim Medium Internet ansetzen.

Für das Internet hält Döring (2003: 43) die Bezeichnung *„Informations- und Kommunikations-Infrastruktur“* am besten geeignet. Dieser Begriff kann die verschiedensten Ausprägungen des Internets einbeziehen, wobei als Voraussetzung grundsätzlich Technikeinsatz beim Produzenten wie Rezipienten sowie Netzwerktechnik erforderlich ist. Technisch betrachtet bezeichnet Döring (dito) es daher als ein *„tertiäres bzw. quarträres Medium“*.

Allerdings kann zwischen Inhalts-Produzent und Rezipient nicht klar unterschieden werden: Die Nutzer sind nämlich nicht nur passive Le-

¹ Der Anglizismus „Community“ müsste laut Duden (Scholze-Stubenrecht et al. 2009: 317) den Plural „Communities“ bekommen. Um ein ständiges Unbehagen der anglophilen Leser zu vermeiden, wird auf die englische Variante zurückgegriffen. Im Gegensatz verwendet der Autor gerne den Begriff „Soziale Netzwerke“ synonym, der kontextfrei allerdings nicht eindeutig genug wäre.

ser, sondern wirken selbst bei der Erstellung von Inhalten mit. In erster Linie trifft das bei Angeboten des Web 2.0 zu – ein Begriff, der es in die 25. Auflage des Dudens (Scholze-Stubenrecht et al. 2009: 1162) geschafft hat und ursprünglich von O'Reilly geprägt wurde. Ausgehend von seiner eher wirtschaftlich geprägten Definition (O'Reilly 2005) sieht man mittlerweile allgemein als die Grundlagen des Web 2.0:

1. „Die Gestaltung oder Mitgestaltung von Webangeboten und
2. die Verwendung des Internets als öffentliche Kommunikationsplattform.“

(Trump et al. 2008: 209).

Web-Communities bedienen sich der Technik des Web 2.0 (Palfrey & Gasser 2008: 417): Die Nutzer erstellen eine persönliche Profilseite, verknüpfen sich gegenseitig – laut Lange (2007: 39) „die wichtigste Eigenschaft des Web 2.0“ –, kommunizieren des Weiteren und nutzen diverse andere Portal-Funktionen (vgl. auch Palfrey & Gasser 2008: 416f). Es gibt zahlreiche Angebote mit unterschiedlichen inhaltlichen, zielgruppenspezifischen und/oder funktionalen Ausrichtungen. Manchmal stellt eine Community das „Nebenprodukt“ eines Internetauftritts dar, um die Rezipienten zu binden und ihnen einen Austausch zu ermöglichen.

In dieser Arbeit werden nur Angebote berücksichtigt, deren *zentrale Funktion das soziale Netzwerk, sprich die persönliche Präsentation und Verknüpfung plus Kommunikation mit anderen Nutzern, darstellt*. Hierfür wurden die Startseiten beziehungsweise Funktionenbeschreibungen (Stand: April 2010) der einzelnen Communities auf dieses Kriterium hin untersucht. Zum Beispiel SchülerVZ („Bleib in Kontakt mit Freunden und Mitschülern“) und MySpace („Du und deine Freunde“/„Vernetzt sein“) wurden demnach in die Studie einbezogen, twitter („Herausfinden, was gerade passiert, überall auf der Welt“) dagegen nicht.

2.1.2. Alltagsflucht

Alltagsflucht wird in der vorliegenden Arbeit gleichgesetzt mit Eskapismus. Nach Katz & Foulkes (1962: 380) werden unter diesem Begriff verschiedene Dimensionen betrachtet, wie zum Beispiel Entfremdungsweisen, psychologische Prozesse oder Medieninhalte. Schenk definiert fünf Merkmale als „typische[n] eskapistische[n] Inhalt“: „(1) Er lädt den Zuschauer ein, seine wirklichen Probleme zu vergessen, (2) sich passiv zu entspannen, (3) erzeugt Emotionen, (4) lenkt ab von den Normen und Regeln der Realität, (5) bietet Vergnügen und stellvertretende Erfüllung von Wünschen“ (Schenk 2007: 683). Damit geht Schenk auf die Forderungen von Katz & Foulkes (1962: 379ff) ein, dass der Begriff „Eskapismus“ nicht ausschließlich negativ bewertet werden darf und mehr beinhaltet als eine Realitätsflucht, da Menschen deprimiert und entfremdet sind.

Dies wird nämlich laut Reimer allgemein als die Ursache von Eskapismus angesehen: Man empfindet den Alltag als „defizitär und/oder psychisch belastend“ (Reimer 2008: 299). Folgt man dieser Ansicht, entsteht der Wunsch nach Ablenkung vom Alltag nicht erst durch das Vorhandensein entsprechender Medieninhalte – er besteht schon vorher. Vorderer (1996: 312) nennt ihn gar ein „menschliches Grundbedürfnis“. Er führt als Beleg dafür an, dass sich bei fast allen gesellschaftlichen Schichten entsprechende Merkmale finden lassen.

Vor allem in neuerer Literatur beschränkt sich Eskapismus nicht nur auf die eben genannte Entspannung und Ablenkung. Es wird teilweise hinzugefügt, wohin die Reise geht: in „virtuelle Welten“ (Reimer 2008: 299). Diese Idee ist mit Hilfe des Internets nicht nur kognitiv, sondern konkret „real-virtuell“ umsetzbar und wird deshalb in der vorliegenden Arbeit aufgegriffen. Wir definieren also Alltagsflucht wie folgt: *Alltagsflucht bedeutet einen zumindest zeitweisen Rückzug aus dem Alltag in eine andere, virtuelle Welt, um sich von den Problemen der Realität oder Missstimmung abzulenken.*

Die zeitliche Einschränkung soll so verstanden werden, dass es sich bei diesem Rückzug durchaus um eine kurzfristige (obwohl ggf. regelmäßige) Aktion handelt. Im Gegensatz zu Katz & Foulkes (1962: 386), die von fortwährenden Phänomenen sprechen – dann könnte gesellschaftlicher Rückzug zum Problem werden –, wird hier ein situativer Ansatz gewählt: Vereinzelte Alltagsflucht muss noch lange nicht heißen, dass nicht trotzdem intensiv am gesellschaftlichen und politischen Leben teilgenommen wird (vgl. in etwa Utz 1999: 170). Für die Internetnutzung generell widerspricht sich das nicht, wie von Wolling (2001: 140) gezeigt wurde. Auch wird nicht der negativen Formulierung – beziehungsweise starken Ausprägung Evans (2001: 53ff) gefolgt, der zu häufigen eskapistischen Tätigkeiten unter anderem „crying, [...] drug use, [...] leaving post unopened“ zählt. Andererseits werden dauerhafter Eskapismus oder Krankheiten wie das Burn out-Syndrom, Depressionen oder (Internet-)Sucht nicht grundsätzlich ausgeschlossen, sie spielen jedoch in dieser Arbeit keine eigene Rolle.

2.1.3. Lebensgestaltung

Wird schon der Terminus „Eskapismus“ vielfältig verwendet, so ist der Begriff „Lebensgestaltung“ geradezu schwammig. In erster Linie fällt er in populärwissenschaftlichen (wenn überhaupt wissenschaftlichen) Ratgeberbüchern oder -Seminaren und meint so etwas wie Lebensziele setzen (vgl. z.B. www.zentrum-fuer-lebensgestaltung.com; Hammer 2009). In der vorliegenden Arbeit wird eine eigene Definition verwendet. Drei Aspekte kennzeichnen demnach die Lebensgestaltung:

1. Der Begriff ist handlungsorientiert. Es geht nicht um Absichten oder Ziele, sondern um konkrete Tätigkeiten.
2. Er hat einen positiven Charakter: Die Maßnahmen bringen einen Nutzen für den Alltag.
3. Die Lebensgestaltung nimmt direkten Bezug auf die reale Wirklichkeit. Das heißt, das normale Leben fernab des Computers oder anderer entsprechender Gerätschaften ist davon betroffen.

Ausgeschlossen sind damit Tätigkeiten im virtuellen Raum, die wegen anderer derartiger Aktivitäten vollzogen werden. Denn grundsätzlich wäre es vorstellbar, dass Menschen (fast) nur noch in einer virtuellen Wirklichkeit leben, dort einem Beruf und Hobby nachgehen, sich engagieren und soziale Beziehungen haben, dass sie also real nur physisch anwesend sind. Bei den Probanden dieser Studie kann dies gestrost ausgeschlossen werden, da sie schon durch Schule und Universität in der realen Welt fest verankert sind.

Lebensgestaltung meint hier also: *Organisatorische Maßnahmen, die auf das persönliche, reale Leben direkten Bezug nehmen.*

Hintergrund dieser eigenen Definition liefert unter anderem der „Grad der Alltagsintegration“ des Internets (Röser 2007: 165): Es zeigte sich, dass vor allem bei jungen Menschen der Webgebrauch fest im Alltag verankert ist (Großmann 2007: 183).

2.1.4. Alltagsflucht → ← Lebensgestaltung

Die beiden Begriffe werden bewusst gegensätzlich und überschneidungsfrei definiert. Grundsätzlich könnte man natürlich Alltagsflucht als einen Bestandteil von Lebensgestaltung begreifen, als das notwendige Grundbedürfnis, das die Erholung von der täglichen Routine bietet – und gleichzeitig selbst Routine werden kann. Somit wird hier unter Lebensgestaltung nicht die Gesamtheit aller Dinge einbezogen, die das Leben gestalten können. Der Begriff wird weniger weit und zudem positiv verstanden.

Dagegen erfasst Alltagsflucht negative Aspekte. Allerdings sollen nicht die eskapistischen Motive an sich als etwas Schlechtes bewertet werden, im Gegenteil, es kann durchaus oben genannter Aussage von Katz & Foulkes (1962: 379ff) zugestimmt werden. Negative Erfahrungen im Leben spielen eine Rolle, woraus resultiert, dass man sich der Alltagsflucht bedient. Dies begründet den Nebensatz der Definition Alltagsflucht: „um sich von den Problemen [...] abzulenken“ (siehe oben).