



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

Die öffentliche Privatsphäre Jugendlicher auf Social Network Sites

Eine qualitativ-empirische Untersuchung aus der
Perspektive des Symbolischen Interaktionismus

Verfasser

Johannes Burger, Bakk.techn.

angestrebter akademischer Grad

Diplom-Ingenieur (Dipl.-Ing.)

Wien, 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer:

A 066 935
Medieninformatik
ao. Univ. Prof. Dr. Gerald Steinhardt

Abstract

Facebook, MySpace, Netlog and similar social network sites constitute an integral part of most adolescents' everyday life. Despite heavy media coverage of incidents with these platforms from stalking and phishing to identity theft young people still disclose sensitive data. The question arises: Why do adolescents decide to live a life of public privacy on social network sites, considering the risks attached? In order to find an answer to this question, a qualitative, empirical study from the perspective of symbolic interactionism focusing on the work of Mead, Blumer and Goffman consisting of four group discussions with adolescents is conducted. The socioscientific, hermeneutical evaluation follows Mayring's qualitative content analysis and the core sentence method by Leithäuser and Volmerg. In addition, the study draws upon Erikson's developmental psychology and Habermas' theory on the structural transformation of the public sphere. The results support most of the previous, primarily quantitative studies, but provide much deeper insight into adolescents' social usage and subjective structures of relevance. Adolescents use these platforms to extend their socialization environment, which leads to the users' socioeconomic status being reflected in the selection of the social network site. They spend time together in this new public space with its new subjective and to some extent subversive practices of usage, discuss their activities, share photos, cultivate existing friendships and connect with so far loose contacts made offline. It is important for them to be in control of their self presentation, although authenticity does not really matter to them. When it comes to privacy, they show uncertainty and indifference. They neither consider the potential audience, into which more and more adults intrude, nor do they realize how low their inhibition threshold for data made public is. Persistence, replicability and searchability of the data disclosed in its digital form makes it hard to contain the self presentation's audience, which constitutes the main issue on social network sites. Therefore adolescents' awareness should be raised and developers are in demand to improve the platforms' features concerning this matter.

Kurzfassung

Facebook, MySpace, Netlog und ähnliche Social Network Sites bilden für die meisten Jugendlichen einen integralen Bestandteil ihres Alltags. Trotz stetiger, medialer Berichterstattung über Zwischenfälle mit solchen Plattformen, wie Stalking, Phishing und Identitätsdiebstahl, offenbaren Jugendliche oft intime Daten. Diese Arbeit verfolgt daher die zentrale Fragestellung, warum sich Jugendliche, in Anbetracht der damit verbundenen Risiken, entscheiden, ein öffentliches Privatleben auf Social Network Sites zu führen. Zur Beantwortung wird, ausgehend von einem handlungstheoretischen Zugang, eine qualitativenempirische Studie aus der Perspektive des Symbolischen Interaktionismus mit Schwerpunkt auf den Ansätzen von Mead, Blumer und Goffman in Form von vier Gruppendiskussionen mit Jugendlichen durchgeführt. Die Auswertung erfolgt sozialwissenschaftlich-hermeneutisch gemäß der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring und der Kernsatzfindung nach Leithäuser und Volmerg. Ergänzend werden die Theorien zur Entwicklungspsychologie von Erikson und zum Strukturwandel der Öffentlichkeit von Habermas herangezogen. Die Ergebnisse bestätigen viele Resultate früherer, größtenteils quantitativer Untersuchungen, gewähren allerdings tieferen Einblick in die soziale Gebrauchsweise und die subjektiven Relevanzstrukturen von Jugendlichen. Sie nutzen Social Network Sites als Erweiterung ihres Sozialisationsumfeldes, weshalb die Wahl der Plattform den sozioökonomischen Status der User widerspiegelt. In diesem neuen sozialen Raum mit neuen eigensinnigen, teils subversiven Aneignungspraktiken verbringen die Jugendlichen Zeit miteinander, diskutieren gemeinsame Aktivitäten, tauschen Fotos aus, pflegen bestehende Freundschaften und bauen zuweilen bislang flüchtige Offlinebekanntschaften aus. Den Jugendlichen ist es wichtig, Kontrolle über ihre Selbstdarstellung zu haben, wobei der Wahrheitsgehalt für sie eine untergeordnete Rolle spielt. Bezüglich Privacy zeigen sie Unsicherheiten und Desinteresse. Sie sind sich weder des potentiellen Publikums, unter das sich zunehmend Erwachsene mischen, noch ihrer äußerst niedrigen Hemmschwelle bei der Veröffentlichung von Daten im Klaren. Persistenz, Reproduzierbarkeit und einfaches Durchsuchen der Daten machen die Eingrenzung des Publikums ihrer Selbstdarstellung zum Hauptproblem der Social Network Sites. Möglichkeiten zur Minimierung dieses Problems bestehen beispielsweise in stärkerer Bewusstseinsbildung bei den Jugendlichen und einer dahingehenden Erweiterung der Funktionen auf den Plattformen.

Johannes
Burger

Die öffentliche Privatsphäre Jugendlicher auf Social Network Sites

Eine qualitativ-empirische Untersuchung
aus der Perspektive des
Symbolischen Interaktionismus

Inhalt

Einführung	7
1 Theoretische Grundlagen	13
1.1 Grundlagen des Symbolischen Interaktionismus	15
1.1.1 Meads Konzept der symbolvermittelten Interaktion	15
1.1.2 Blumers Prämissen des Symbolischen Interaktionismus	21
1.1.3 Die Selbstdarstellung bei Goffman	22
1.2 Sozialisation in der “Confessional Culture”	28
1.2.1 Jugend und Sozialisation unter Bezugnahme auf Eriksons Theorie von Identität und Lebenszyklus	28
1.2.2 Der gesellschaftliche Strukturwandel zur “Confessional Culture”	35
1.2.3 Die Jugend im Web 2.0	42
1.2.4 Social Network Sites	44
1.2.4.1 Begrifflichkeit	44
1.2.4.2 “Facebook helps you connect and share with the people in your life”	48
1.2.4.3 MySpace - “A Place For Friends”	48
1.2.4.4 StudiVZ - “Bist Du schon drin?”	49
1.2.4.5 Netlog	49
1.2.4.6 Epos4	50
1.3 Der Umgang Jugendlicher mit Social Network Sites	51
1.3.1 Selbstdarstellung auf der Profilseite	51
1.3.1.1 Einrichten eines Profils	52
1.3.1.2 Fotos als zentrales Requisit	54
1.3.1.3 Multimediale Ausdrucksmittel	56
1.3.1.4 Kontakte	59
1.3.1.5 Einschränkungen und Aneignungspraktiken	60
1.3.1.6 Probleme der Selbstdarstellung	64
1.3.1.7 Identitätsarbeit	67
1.3.1.8 Aufmerksamkeitskämpfe	70
1.3.2 Interaktion zwischen Onlinefreunden	72
1.3.2.1 Der Begriff der Freundschaft auf Social Network Sites	73

1.3.2.2 Networking bei Jugendlichen	76
1.3.2.3 Nachrichtendienste auf Social Network Sites	78
1.3.2.4 Social Capital und Social Ties	80
1.3.3 Besonderheiten am Nutzungsverhalten	81
1.3.3.1 Motivation zur Nutzung	82
1.3.3.2. Unterschiede in der Nutzung	84
1.3.3.3 User-Typen	86
1.3.4 Privacy-Risiken	88
1.3.4.1 Privacy auf Social Network Sites	88
1.3.4.2 Risiken und Gefahren	91
1.3.4.3 Das Privacy-Verhalten Jugendlicher	98
1.3.4.4 Beispiele für Zwischenfälle	101
1.3.4.5 Aktuelle Ergebnisse	103
1.3.4.6 Ausblick	104
2 Methodisches Vorgehen	107
2.1 Methodologie	109
2.1.1 Merkmale qualitativer Sozialforschung	109
2.1.2 Gütekriterien	113
2.2 Analyseverfahren	115
2.2.1 Erhebungsverfahren: Gruppendiskussion	115
2.2.2 Aufbereitungsverfahren: Transkript	117
2.2.3 Auswertungsverfahren: Qualitative Inhaltsanalyse mit Kernsatzfindung	118
2.3 Empirische Untersuchung	121
2.3.1 Vorstellung des Materials	121
2.3.2 Bestimmung des Ausgangsmaterials	121
2.3.2.1 Festlegung des Materials	121
2.3.2.2 Analyse der Entstehungssituation	122
2.3.2.3 Formale Charakterisierung des Materials	124
2.3.3 Fragestellung der Analyse	124
2.3.3.1 Richtung der Analyse	124
2.3.3.2 Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung	124
2.3.4 Ablauf der Analyse	125
2.3.4.1 Bestimmung der Analysetechnik	125
2.3.4.2 Festlegen der Analyseeinheit	125
2.3.4.3 Analyseschritte mittels Categoriesystem	125
2.3.4.4 Rücküberprüfung des Categoriesystems an Theorie und Material	128
2.3.4.5 Interpretation der Ergebnisse in Richtung der Hauptfragestellung	128
2.3.4.6 Einschätzung der Aussagekraft anhand inhaltsanalytischer Gütekriterien	128

3 Empirische Ergebnisse	131
3.1 Interpretation der Ergebnisse	133
3.1.1 Kategorie 1: Gruppen als Requisit der Selbstdarstellung	134
3.1.1.1 Nutzung zur Selbstdarstellung	134
3.1.1.2 Diskussionen in der Gruppe	137
3.1.1.3 Besonderheiten der Gebrauchsweise	139
3.1.1.4 Conclusio	142
3.1.2 Kategorie 2: Der Feed als Aufmerksamkeitsmarkt	142
3.1.2.1 Bedürfnis nach Anteilnahme	143
3.1.2.2 Fortführen der Kommunikation	147
3.1.2.3 Besonderheiten der Nutzung	149
3.1.2.4 Conclusio	150
3.1.3 Kategorie 3: Kontaktmanagement auf Social Network Sites	150
3.1.3.1 Alte Freunde	151
3.1.3.2 Flüchtige Bekanntschaften	152
3.1.3.3 Neue Freunde	155
3.1.3.4 Besonderheiten der Nutzung	157
3.1.3.5 Unerwünschte Kontakte	158
3.1.3.6 Conclusio	161
3.1.4 Kategorie 4: Fotos als zentrales Requisit	162
3.1.4.1 Foto-Sharing mit Peers	162
3.1.4.2 Selbstdarstellung auf Fotos	165
3.1.4.3 Tabugrenzen	167
3.1.4.4 “Unknown Audiences”	170
3.1.4.5 Conclusio	173
3.1.5 Kategorie 5: Privacy - Die gläserne Wand zur Hinterbühne	173
3.1.5.1 Angaben auf der Profilseite	174
3.1.5.2 Das Verhältnis zur Privatsphäre	177
3.1.5.3 Löschen eines Profils	180
3.1.5.4 Conclusio	181
3.1.6 Kategorie 6: Versuch einer individuellen Selbstdarstellung auf der Profilseite	182
3.1.6.1 Soziale Normen	182
3.1.6.2 Aussehen der Profilseite	184
3.1.6.3 Fakes	185
3.1.6.4 Conclusio	186
3.1.7 Kategorie 7: Social Network Sites als “Networked Publics”	187
3.1.7.1 Die “Networked Public” als Ort des Zeitvertreibs	187
3.1.7.2 Planen gemeinsamer Aktivitäten	189
3.1.7.3 Conclusio	190
3.1.8 Kategorie 8: Störung durch Nichtmitglieder der “Peer Public”	191
3.1.8.1 Störung durch Kinder	191
3.1.8.2 Störung durch Erwachsene	192

3.1.8.3 Weitere Störfaktoren	194
3.1.8.4 Conclusio	194
3.1.9 Kategorie 9: Freunde als primärer Beitrittsgrund	195
3.1.9.1 Gründe für den Beitritt	195
3.1.9.2 Die Plattformen im Vergleich	196
3.1.9.3 Conclusio	198
3.2 Anmerkungen zu den Gruppendiskussionen	199
3.2.1 AHS Stadt	199
3.2.2 Berufsschule	199
3.2.3 AHS Land	200
3.2.4 BHS	201
3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse	202
3.3.1 Zentrale Ergebnisse	202
3.3.2 Ausblick	206
Quellen	209
Curriculum Vitae	231

Einführung

Facebook, MySpace, StudiVZ, Netlog und ähnliche Web-2.0-Plattformen bilden für viele Jugendliche einen integralen Bestandteil ihres Alltags. Bei den meistbesuchten Websites liegt Facebook hinter Google auf Platz 2 und wäre hinter China und Indien das Land mit der dritthöchsten Einwohnerzahl.¹ Die Generation, die mit Computer und Internet aufgewachsen ist, wird häufig als “Generation Net”, “Generation N”², “Generation @”³ oder “Digital Natives”⁴ bezeichnet. In der Jugend versucht der Einzelne seine soziale Rolle in der Gemeinschaft zu festigen und ein sicheres Gefühl von Identität zu erlangen. Allerdings stehen den Jugendlichen heute vielfältigere Optionen zur persönlichen Entwicklung und Ausdifferenzierung offen als jemals zuvor. Stets kombiniert das Individuum seine Entwicklung mit aktuellen Leitbildern und den zur Verfügung stehenden Technologien.⁵ Die „Digital Natives“ sind in eine Gesellschaft vernetzter Digitaltechnologien, Blogs, Instant Messaging und mobiler Endgeräte gewachsen. Dadurch haben sie völlig neue Möglichkeiten vorgefunden und mitgeprägt, sich kreativ auszudrücken. Social Network Sites erweitern ihr Sozialisationsumfeld. Sie können auf diesen Plattformen Zeit mit Freunden verbringen und sich austauschen. Im Zuge dessen legen Jugendliche meist für jedermann zugängliche Nutzerprofile an, laden Fotos und Videos von sich und Freunden hoch und kommunizieren mittels Privatnachrichten und öffentlichen Kommentaren. Dabei offenbaren sie oft intime Details aus ihrem Privatleben und zeigen ein scheinbar schwach ausgeprägtes Privacy-Bewusstsein. Die wenigsten bedenken das potentielle Publikum und die damit verbundene Problematik der Selbstdarstellung beziehungsweise mögliche Gefahren, wie Stalking, Social Phishing oder

¹ vgl. “A world of connections” (2010). *The Economist: A special report on social networking*, 30. Jänner, S. 1.

² vgl. Kümmerl, Alexandra (2003). “Kommunikation im Internet. Neue Möglichkeiten für sozial unsichere Kinder und Jugendliche”. Diss. Universität Wien, S. 96.

³ Angerer-Rittmannsberger, Martina (1999). “Generation @? Die Untersuchung einer Beziehung und ihrer möglichen Folgen”. Dipl. Universität Wien.

⁴ Palfrey, John & Gasser, Urs (2008). *Born Digital: understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic.

⁵ vgl. Erikson, Erik H. (1970). *Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel*. Stuttgart: Klett, (Orig. *Identity. Youth and Crisis*. 1968), S. 19ff.

Identitätsdiebstahl. Dieser Umstand führt zu der zentralen Fragestellung: Warum entscheiden sich Jugendliche, in Anbetracht der damit verbundenen Risiken, ein öffentliches Privatleben auf Social Network Sites zu führen?

Im öffentlichen Diskurs dominieren meist die beiden Extreme der Technologie-Skeptiker und der -Euphoriker.⁶ Während zum Beispiel Andrew Keen im Web 2.0 die ultimative kulturelle Verflachung und Social Network Sites als Portale für Narzissten sieht⁷, preist die Gegenseite Social Network Plattformen als Gelegenheit zur globalen Vernetzung unabhängig von Herkunft, Rasse und sozialem Status. Öffentliche Panikmache, wie im Fall von MySpace die übertriebene Darstellung der Gefahr für Kinder durch Sexualstraftäter,⁸ gibt es bei jeder neuen technologischen Entwicklung, angefangen bei Platons Medienkritik an der Schrift⁹ über Kritik am Fernsehen bis hin zu der an Social Network Sites.

Die Wissenschaft muss beide Standpunkte unbefangen und kritisch analysieren und die Folgen der Mediennutzung im weitreichenden Kontext betrachten. Etwa seit dem Jahr 2004 setzen sich wissenschaftliche Untersuchungen intensiv mit Social Network Sites auseinander. Die ersten akademischen Studien haben Social Network Plattformen in Hinblick auf Privacy¹⁰ und Social Capital¹¹ untersucht. Danah boyd [sic]¹² befasst sich in

⁶ vgl. Penzenauer, Teresa (2009). "Chancen und Risiken der jugendlichen Internetnutzung: unter Berücksichtigung der Internetviel- und Internetwenignutzung". Dipl. Universität Wien, S. 20ff.

⁷ vgl. Keen, Andrew (2008). *Die Stunde der Stümper: Wie wir im Internet unsere Kultur zerstören*. München: Hanser, (Orig. *The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture*. 2007).

⁸ vgl. Marwick, Alice E. (2008). "To catch a predator? The MySpace moral panic". *First Monday*, 2. Juni, 13(6). Zugriff am 19. April 2010 unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2152/1966>.

⁹ vgl. Platon (ohne Jahr). *Phaidros oder Vom Schönen*. übertragen und eingeleitet von Kurt Hildebrandt. Stuttgart: Reclam. Zugriff am 19. April 2010 unter http://www.peter-matussek.de/Leh/V_08_Material/V_08_M_01/Phaidros_Dialog.pdf.

¹⁰ vgl. z.B. Acquisti, Alessandro & Gross, Ralf (2006). "Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook". *Privacy Enhancing Technologies Workshop*, S. 36ff; Acquisti, Alessandro & Gross, Ralf (2005). "Information revelation and privacy in online social networks". *Proceedings of the ACM CCS Workshop on Privacy in the Electronic Society*, S. 71ff.

¹¹ vgl. z.B. Lampe, Cliff/Ellison, Nicole & Steinfield, Charles (2006). "A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing". *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*, S. 167ff.

¹² zur Kleinschreibung vgl. <http://www.danah.org/name.html>.

unzähligen Arbeiten mit dem Aspekt der Identität auf Social Network Sites.¹³ Das Freundesnetzwerk wird vielfach für netzwerk- und grafentheoretische Überlegungen herangezogen.¹⁴ Weitere Studien stützen sich auf einen linguistischen Ansatz,¹⁵ den Uses-Gratifications-Approach¹⁶ sowie Signaltheorie und Common Ground Theory.¹⁷ Außerdem können die Ergebnisse von früheren Studien zu E-Commerce-, Chat- und Dating-Websites herangezogen werden.¹⁸ Bisherige Studien sind vorrangig quantitativer Natur und basieren auf der statistischen Auswertung von Nutzerprofilen. Aus diesem Grund werden in einigen Arbeiten qualitative Untersuchungen gefordert, um die Hintergründe der Nutzung zu beleuchten.¹⁹

The dominant approach of this line of inquiry is quantitative research focused on capturing the essential elements of online behavior, either automatically or through survey methods, and applying statistical data analysis for identifying the emerging patterns. However, by narrowing the

¹³ vgl. z.B. boyd, danah m. & Heer, Jeffrey (2006). "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster". *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences*, S. 59ff.; boyd, danah m. (2007a). "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life". Buckingham, David (Hg.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning: Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge: MIT Press.

¹⁴ vgl. z.B. Wilson, Christo et al. (2009). "User interactions in social networks and their implications". *Proceedings of the Fourth ACM European conference on Computer Systems*, S. 205ff.; Chun, Hyunwoo et al. (2008). "Comparison of Online Social Relations in Terms of Volume vs. Interaction: A Case Study of Cyworld". *Proceedings of the 8th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement*, S. 57ff.; Kumar, Ravi/Novak, Jasmine & Tomkins, Andrew (2006). "Structure and Evolution of Online Social Networks". *Proceedings of the 12th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining*, S. 611ff.

¹⁵ vgl. z.B. Arjan, Rajiv/Pfeil, Ulrike & Zaphiris, Panayiotis (2008). "Age Differences in Online Social Networks". *CHI '08 extended abstracts on Human factors in computing systems*, S. 2739ff.

¹⁶ vgl. z.B. Joinson, Adam N. (2008). "'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and Uses of Facebook". *CHI '08: Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 1027ff.

¹⁷ vgl. z.B. Lampe, Cliff/Ellison, Nicole & Steinfield, Charles (2007). "A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 435ff.

¹⁸ vgl. z.B. Subrahmanyam, Kaveri/Greenfield, Patricia M. & Tynes, Brendesha (2004). "Constructing sexuality and identity in an online teen chat room". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25(6), S. 651ff.;

Ellison, Nicole/Heino, Rebecca & Gibbs, Jennifer (2006). "Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11. Zugriff am 20. April 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>.

¹⁹ vgl. Zhao, Shanyang/Grasmuck, Sherri & Martin, Jason (2008). "Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships". *Computers in Human Behavior*, 24(5), S. 1832; Walther, Joseph B. et al. (2008). "The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?". *Human Communication Research*, 34 (1), S. 28ff.

research focus on user behavior, such an approach fails to shed light into emotions and values which are particularly important in the holistic understanding of user experience.²⁰

Die vorliegende Arbeit versucht dieser Forderung nachzukommen und untersucht ausgehend von einem handlungstheoretischen Standpunkt anhand einer qualitativ-empirischen Studie aus der Perspektive des Symbolischen Interaktionismus mit Schwerpunkt auf den Ansätzen von Mead, Blumer und Goffman die subjektiven Relevanzstrukturen von Jugendlichen hinsichtlich Social Network Plattformen und deren soziale Gebrauchsweisen.

Diverse Berichte über Zwischenfälle Jugendlicher mit Social Network Sites machen die Relevanz des Untersuchungsgegenstandes der vorliegenden Arbeit deutlich. Die Vermutung liegt nahe, dass Jugendliche ein mangelndes Privacy-Bewusstsein aufweisen. Die Langzeitfolgen ihres Handelns auf diesen Plattformen und die damit verbundenen Gefahren werden scheinbar kaum bedacht beziehungsweise sind sie vom heutigen Standpunkt aus noch nicht zur Gänze absehbar. Neben der bereits angeführten zentralen Fragestellung, soll deshalb geklärt werden, wie Jugendliche zum Thema Privacy stehen und ob hier eine verstärkte Bewusstseinsbildung, wie zum Beispiel im Schulunterricht, notwendig ist. Es ist außerdem von Interesse, weshalb sich Social Network Sites gerade bei Jugendlichen hoher Beliebtheit erfreuen, wie diese die Plattformen verwenden und welchen Nutzen sie darin sehen. Es soll untersucht werden, wie ihre Profile aussehen, welche Daten sie darin zugänglich machen und welche Inhalte für sie auf einer Profilseite von Relevanz sind. Ein weiterer Aspekt der Studie betrifft den Umgang Jugendlicher mit den einzelnen Funktionen und ihren Kontakten auf Social Network Sites. Für die Analyse erweisen sich vor allem persönliche Erfahrungen der Jugendlichen auf solchen Plattformen als nützlich.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in drei Abschnitte. Im ersten werden die theoretischen Grundlagen zusammengefasst, damit das für die Interpretation der empirischen Ergebnisse notwendige Vorverständnis gegeben ist. Die Basis bildet die Theorie des Symbolischen Interaktionismus, die inhaltlich und theoretisch klare Parallelen zur qualitativen Vorgehensweise aufweist. Diese Theorie geht davon aus, dass die Bedeutung von Objekten

²⁰ Sas, Corina et al. (2009a). "Emotional Experience on Facebook Site". *Proceedings of the 27th international conference extended abstracts on Human factors in computing systems*, S. 2.

innerhalb des Interaktionsprozesses ausgehandelt wird und verlangt deshalb zur Untersuchung von menschlichem Handeln Methoden zu verwenden, welche die subjektive Bedeutung für die Interaktionsteilnehmer in der konkreten Situation berücksichtigen (Kapitel 1.1). Jugendliche machen den Großteil der User von Social Network Sites aus. Sie sind grundsätzlich für neue Technologien offen und stehen diesen eher unvoreingenommen gegenüber. Nach Erikson spielt in dieser Phase des Lebenszyklus die Festigung der Identität und der damit verbundenen Selbstdarstellung innerhalb der Gesellschaft eine besonders wichtige Rolle. Social Network Sites stellen den Jugendlichen dafür neue Werkzeuge zur Verfügung. Der vermeintliche Widerspruch der “öffentlichen Privatsphäre” im Titel der Arbeit macht bereits auf das von Habermas aufgezeigte Verschwimmen der Grenzen zwischen öffentlich und privat in der “Confessional Culture” aufmerksam (Kapitel 1.2). In Kapitel 1.3 wird der Umgang Jugendlicher mit Social Network Sites analysiert. Besonderes Augenmerk wird auf die Selbstdarstellung auf der Profilseite und das damit verbundene Ausdrucksrepertoire sowie soziale Aneignungspraktiken gelegt. Weiters werden der Begriff der Freundschaft und Kommunikation auf Social Network Sites untersucht und Besonderheiten am Nutzungsverhalten ausgearbeitet. Abschließend werden die Problematik von Privacy und die damit einhergehenden Risiken erörtert.

Im zweiten Abschnitt werden die Untersuchungsmethode und methodologische Grundlagen erläutert. Die empirische Untersuchung hält sich an die Prinzipien und Gütekriterien der qualitativen Sozialforschung (Kapitel 2.1) und folgt dem von Mayring vorgeschlagenen Analyseverfahren (Kapitel 2.2). Die Erhebung erfolgt in vier Gruppendiskussionen mit Jugendlichen. Durch den dynamischen Prozess der Diskussion werden psychische Sperren bei den Teilnehmern eher durchbrochen als bei Einzelinterviews und es kann nicht nur die Sichtweise eines Individuums, sondern die der ganzen Gruppe erschlossen werden. Die Auswertung der Transkripte erfolgt sozialwissenschaftlich-hermeneutisch gemäß der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring und der Kernsatzfindung nach Leithäuser und Volmerg (Kapitel 2.3). Kapitel 3 umfasst die Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse und der gewonnenen Einsichten.

Kapitel 1

Theoretische Grundlagen

1.1 Grundlagen des Symbolischen Interaktionismus

Da die Interpretation der Untersuchungsergebnisse aus der Perspektive des Symbolischen Interaktionismus erfolgt, wird zunächst in dessen Terminologie und zentrale Konzepte eingeführt.

1.1.1 Meads Konzept der symbolvermittelten Interaktion

Einen wichtigen Grundstein für die Entwicklung des Symbolischen Interaktionismus legte der amerikanische Sozialpsychologe George H. Mead. In seinen von Charles W. Morris 1934 unter dem Titel *Mind, Self and Society*²¹ herausgegebenen Vorlesungsmitschriften versucht er, die “Genese des Ich oder der Identität sozial zu begründen”.²² Er leitet Wissen aus dem empirisch “beobachtbaren aufeinander bezogenen Handeln von Individuen”²³ ab und grenzt sich somit von den introspektiven Methoden der Psychologie ab. Da Mead dem Individuum ein großes Maß an Entscheidungsfreiheit zuschreibt, unterscheidet sich seine Konzeption von der konventionellen Auffassung der Psychoanalyse ebenso wie vom traditionellen Behaviorismus.²⁴

Das Individuum nimmt gemeinsam mit anderen an dem gesellschaftlichen Erfahrungs- und Verhaltensprozess teil.²⁵ Alle Mitglieder einer Gemeinschaft leben innerhalb derselben Rahmenbedingungen.²⁶ Der Einzelne interpretiert seine Umwelt jedoch ausgehend von

²¹ Mead, George H. (1973). *Geist, Identität und Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. *Mind, Self and Society*, Chicago: University 1934).

²² Steinhardt, Gerald (1989). “G.H. Meads Theorie symbolvermittelter Interaktion: Ein interaktionstheoretischer Ansatz der Identitätsbildung”. Hackl, B. (Hg.). *Funktionieren oder Handeln: Grundlagen emanzipatorischer Erziehung und Bildung*, I. (Schulheft 54). Wien/München, S. 107.

²³ *ibid.* S. 109.

²⁴ vgl. Landler, Clara (2009). “Im Profil: Das Profil als interaktive Praxis und dynamische Repräsentation der Kommunikation im Web 2.0”. Dipl. Universität Wien, S. 22.

²⁵ vgl. Mead (1973), S. 129.

²⁶ vgl. *ibid.* S. 72.

seinen subjektiven Erfahrungen und der dadurch entwickelten persönlichen “Sensibilität”.²⁷

Der Organismus ist also in gewissem Sinn für seine Umwelt verantwortlich. Da sich Organismus und Umwelt gegenseitig bestimmen und in ihrer Existenz voneinander abhängig sind, folgt, dass der Lebensprozess, um richtig verstanden zu werden, im Hinblick auf ihre Wechselwirkung beobachtet werden muss.²⁸

In Kommunikation mit den Mitmenschen tritt der Einzelne durch die Übermittlung von Gesten. Die Geste, egal ob beispielsweise in Form einer Handbewegung oder vokal artikuliert, verweist auf ein “Objekt innerhalb des gesellschaftlichen Verhaltensbereichs”.²⁹ Die Geste wird zu einem Reiz für ein anderes Individuum, das als Reaktion sein Verhalten anpasst. Diese Anpassung dient wiederum als Reiz für sein Gegenüber.³⁰ Kommunikation besteht folglich in “gegenseitige[r] Anpassung des Verhaltens”.³¹ Hinter jeder Geste steht eine Idee, die das Individuum transportieren will. Gelingt es dem Individuum mit Hilfe der Geste, die Idee in seinem Gegenüber auszulösen, handelt es sich um ein “signifikantes Symbol”.³² Mit anderen Worten ist ein Symbol “nichts anderes als der Reiz, dessen Reaktion schon im Vorhinein feststeht”.³³ Mit jedem Kommunikationsprozess verfolgt der Einzelne ein gewisses Ziel, das den Sinn ausmacht. Er versucht, die Kommunikation durch seine Handlungen und Anpassungen zu lenken und dieses Ziel zu erreichen. Sinn besteht in der “dreiseitigen Beziehung zwischen Geste und erstem Organismus, Geste und zweitem Organismus sowie Geste und anschließenden Phasen der jeweiligen gesellschaftlichen Handlung”.³⁴ Die “anpassende Reaktion des zweiten Organismus gibt der Geste des ersten Organismus ihren jeweiligen Sinn”.³⁵ Zum Beispiel ist beim Boxkampf das Ausweichen die Interpretation eines Angriffs. Der Mensch kann mit Hilfe eines Symbols auf diesen Sinn hinweisen.³⁶

²⁷ Mead (1973), S. 173.

²⁸ *ibid.* S. 171.

²⁹ *ibid.* S. 85.

³⁰ *vgl. ibid.* S. 82.

³¹ *ibid.* S. 84.

³² *ibid.* S. 85.

³³ *ibid.* S. 224.

³⁴ *ibid.* S. 116.

³⁵ *ibid.* S. 117.

³⁶ *vgl. ibid.* S. 162.

Mead hebt die vokale Geste als grundlegendste und wichtigste hervor, weil “bei der vokalen Geste hört das Wesen den von ihm selbst ausgelösten Reiz genauso, wie wenn sie von anderen Wesen gesetzt wird”.³⁷ Alle weiteren Zeichensprachen, wie die Schrift, werden ausgehend von der vokalen Geste entwickelt.³⁸ Die Sprache ist außerdem die Grundlage für das menschliche Denken. Nur durch sprachliche Symbole ist der Mensch in der Lage Merkmale und Beziehungen von Objekten herauszugreifen und näher zu betrachten.³⁹ Denken kann als “nach innen verlegtes oder implizites Gespräch des Einzelnen mit sich selbst mit Hilfe solcher Gesten”⁴⁰ definiert werden. Dabei spielt der Einzelne unterschiedliche Szenarien durch und entscheidet sich auf Grund der gewonnenen Erkenntnis für eine Handlung.

Die Identität ist dem Individuum nicht von Geburt an gegeben, sondern entwickelt sich kontinuierlich innerhalb des gesellschaftlichen Erfahrungszusammenhangs.⁴¹ Der Einzelne muss in der Lage sein, sich selbst aus der Perspektive der Gesellschaft zu betrachten und aus dieser Position auf sich selbst entsprechend zu reagieren. “Dieses gesellschaftliche Verhalten liefert das Verhalten, in dem Identität auftritt”.⁴² Identität ist somit weniger Substanz, sondern viel mehr ein Prozess, der in einer bestimmten Gemeinschaft situiert ist.⁴³ Die unmittelbaren Erfahrungen, die der Einzelne in der Gesellschaft macht, werden analysiert, abstrahiert und in die Erfahrungen der Identität aufgenommen. Dadurch entwickelt er bestimmte Haltungen gegenüber seiner Umwelt, welche die Persönlichkeit ausmachen.⁴⁴

Allerdings kann der Einzelne nicht in jeder Kommunikation seine vollständige Identität zum Ausdruck bringen. Einerseits fehlt dazu meist der zeitliche Rahmen. Andererseits hat er für jeden Menschen und jede Gruppe eine andere Bedeutung. Während er in einer Gruppe zum Beispiel seine politische Seite auslebt, diskutiert er in einer anderen eher über Sport. Unterwegs mit Freunden verhält er sich anders als zu Hause bei der Familie. Die

³⁷ Mead (1973), S. 104.

³⁸ vgl. *ibid.* S. 107.

³⁹ vgl. *ibid.* S. 163, 125ff., 235.

⁴⁰ *ibid.* S. 86.

⁴¹ vgl. *ibid.* S. 89, 177ff.

⁴² *ibid.* S. 184.

⁴³ vgl. *ibid.* S. 222.

⁴⁴ vgl. *ibid.* S. 177, 205.

verschiedenen Gruppen- oder Teilidentitäten entsprechen verschiedenen sozialen Reaktionen.⁴⁵ In ihrer Summe konstituieren die Teilidentitäten die vollständige Identität des Individuums, deren “Einheit und Struktur [...] die Einheit und Struktur des gesellschaftlichen Prozesses als Ganzen”⁴⁶ widerspiegelt. “Ein Mensch hat eine Persönlichkeit, weil er einer Gemeinschaft angehört, weil er die Institutionen dieser Gemeinschaft in sein eigenes Verhalten nimmt”.⁴⁷ Er nimmt meist an verschiedenen, kleineren funktionalen Gemeinschaften, so genannten “Cliques”, teil. Diese verfolgen meist ein bestimmtes Ziel, wie es beispielsweise bei einem Fußballverein der Fall ist.⁴⁸

Die Fähigkeit in einer bestimmten Situation die Perspektive des Interaktionspartners einzunehmen, muss, nicht zuletzt auf Grund des Gebrauchs von signifikanten Symbolen, vom Menschen erlernt werden. Aus diesem Grund verbringen Kinder viel Zeit mit Spiel (*play*), in welchem sie die Rolle verschiedener, konkreter Personen übernehmen. Indem sie zum Beispiel Polizist, Indianer oder Lehrer spielen, probieren sie die der Rolle entsprechenden Reaktionen zu organisieren.⁴⁹ “Das ist die einfachste Art und Weise, wie man sich selbst gegenüber ein anderer sein kann. [...] So entwickelt sich in ihm und in seiner anderen, antwortenden Identität eine organisierte Struktur. Beide Identitäten pflegen einen Dialog mit Hilfe von Gesten”.⁵⁰ Die nächste Stufe bildet das organisierte Spielen, der Wettkampf (*game*). In diesem Fall gelten bestimmte Spielregeln, Reaktionen, die bei allen Teilnehmern identische Haltungen auslösen. Damit das Kind die Regeln befolgen kann, muss es in der Lage sein, die Haltungen aller Mitstreiter zu übernehmen.⁵¹ Der letzte Schritt der Identitätsbildung besteht für Mead darin, sich gleichsam von außen zu betrachten, das heißt sich selbst gegenüber die Rolle des verallgemeinerten Anderen (*generalized other*) einzunehmen. Er versteht darunter die Fähigkeit, “dass das jeweilige Individuum die Haltung anderer sich selbst gegenüber übernimmt und dass es schließlich alle diese Haltungen zu einer einzigen Haltung oder einer einzigen Position kristallisiert”.⁵² Da das Individuum die zu erwartende Reaktion der Gesellschaft auf sein Handeln bedenkt,

⁴⁵ vgl. Mead (1973), S. 184f.

⁴⁶ *ibid.* S. 186.

⁴⁷ *ibid.* S. 204.

⁴⁸ vgl. *ibid.* S. 312f.

⁴⁹ vgl. *ibid.* S. 192.

⁵⁰ *ibid.* S. 193.

⁵¹ vgl. *ibid.* S. 193f.

⁵² *ibid.* S. 130.

übt die Gesellschaft einen gewissen Grad an Kontrolle auf ihre Mitglieder und deren Identität aus. Umgekehrt beeinflussen die Individuen die Gesellschaft durch ihr Handeln.⁵³

Der prozesshafte Charakter der Identität wurde bereits hervorgehoben. Die Identität kann weiters in die beiden Phasen des *me* und des *I* unterteilt werden.⁵⁴ Das *me* tritt stets im Handeln des Menschen auf und kann als “soziale Rolle”⁵⁵ der Identität beziehungsweise als verinnerlichter verallgemeinerter Anderer beschrieben werden. Das *I* besteht hingegen in den spontanen Reaktionen auf die Haltungen der anderen.⁵⁶ Die impulsive Reaktion des *I* ist niemals vollständig vorhersehbar, wird aber vom gesellschaftlichen *me* ähnlich einem Zensor an die jeweilige Situation und die Konventionen und Regeln der Gemeinschaft angepasst.⁵⁷ Trotz dieser Anpassung an die Gesellschaft bleibt das Individuum “ein bestimmter Teil der Gemeinschaft, mit einem bestimmten Erbe und einem bestimmten Standpunkt, die ihn von allen anderen Mitgliedern unterscheiden”.⁵⁸

Der Mensch versucht seine Identität genauer zu bestimmen und sich auf positive Art und Weise schärfer von den anderen abzugrenzen, um sich ihnen gegenüber einzigartig und überlegen zu fühlen. Ihm steht dazu eine Vielfalt an Möglichkeiten zur Auswahl. Zum Beispiel kann er sich durch das Erarbeiten einer mit hohem wirtschaftlichen oder sozialen Ansehen verbundenen Position oder persönlicher Modegewohnheiten von seinen Mitmenschen abheben.⁵⁹ Ist es dem Menschen möglich, sich in einer Handlung persönlich auszudrücken, indem er Verantwortung übernehmen, selbstständig agieren und seine eigenen Ideen einbringen kann, entspricht dies einer der “erregendsten und befriedigendsten Erfahrungen”.⁶⁰ Allerdings muss er auch dazu bereit sein, stereotype Arbeit zur

⁵³ vgl. Mead (1973), S. 198.

⁵⁴ In der Übersetzung von Ulf Pacher werden die beiden Termini als “nicht übersetzbar” eingestuft und mit “ICH” und “Ich” wiedergegeben. vgl. Mead (1973), S. 216, 442f. In der vorliegenden Arbeit werden wegen der besseren Unterscheidbarkeit Meads Ausdrücke beibehalten.

⁵⁵ Stryker, Sheldon (1976). “Die Theorie des Symbolischen Interaktionismus”. Auwärter, Manfred/Kirsch, Edith & Schröter, Manfred (Hg.). *Seminar: Kommunikation, Interaktion, Identität*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 260.

⁵⁶ vgl. Mead (1973). S. 217f.

⁵⁷ vgl. *ibid.* S. 211, 254, 325.

⁵⁸ *ibid.* S. 244.

⁵⁹ *ibid.* S. 249f.

⁶⁰ *ibid.* S. 257.

Erhaltung der Gemeinschaft zu leisten. Emotionale Befriedigung wird ihm nur zuteil, wenn ein Publikum seine Leistung anerkennt.⁶¹

Kommunikation ist das “Grundprinzip der gesellschaftlichen Organisation”,⁶² weil durch sie die Individuen enger miteinander verbunden werden.⁶³ Die gesellschaftliche Entwicklung wird von zwei Polen bestimmt. Auf der einen Seite konstituieren Gruppenreaktionen gesellschaftliche Institutionen. “Darunter verstehen wir, dass die ganze Gemeinschaft unter bestimmten Voraussetzungen gegenüber dem Einzelnen gleich handelt”.⁶⁴ Eine Institution ist also eine “Organisation von Haltungen, die wir alle in uns tragen”.⁶⁵ In ihrer Gesamtheit stellen sie den “institutionellen Pol” dar.⁶⁶ Diesem steht der “physiologische Pol”, der die “fundamentalen biologischen oder physiologischen Impulse und Bedürfnisse”⁶⁷ des Menschen umfasst, gegenüber. Diese bilden die Grundlage für alle Formen von gesellschaftlichem Verhalten. Der Sexualtrieb ist der wichtigste Impulsgeber. Er steht in enger Verbindung mit dem Elternimpuls. Mit Hilfe dieses Konzepts versucht Mead innerhalb seiner Theorie zu erklären, wie es zu solidarischem Handeln kommen kann. “Familie ist also die grundlegende Einheit für die Vermehrung und Aufrechterhaltung der Gattung”.⁶⁸ Staat, Schule, Kirche und ähnliche institutionelle Organisationsformen beruhen auf der Familie und dem verallgemeinerten Elternimpuls, dem Nachbarschaftsgefühl.⁶⁹ Dieses veranlasst den Einzelnen, seinen Mitmenschen zu helfen, zu kooperieren und Güter zu tauschen. Nicht nur ein Mitmensch, sondern auch kleine Gegenstände können die elterliche Art des Zärtlichkeitsgefühls im Individuum auslösen.⁷⁰ Das Nachbarschaftsgefühl kann in der gesellschaftlichen Aktivität so weit gehen, dass *me* und *I* darin verschmelzen. In einer solchen Situation identifiziert sich der Einzelne mit allen Beteiligten, weil sie alle identisch reagieren. Die gemeinsame Rettung einer Person

⁶¹ vgl. Mead (1973), S. 256.

⁶² *ibid.* S. 299.

⁶³ vgl. *ibid.* S. 330.

⁶⁴ *ibid.* S. 210.

⁶⁵ *ibid.* S. 255.

⁶⁶ vgl. *ibid.* S. 276.

⁶⁷ *ibid.* S. 273.

⁶⁸ *ibid.* S. 275.

⁶⁹ vgl. *ibid.* S. 274, 287.

⁷⁰ vgl. *ibid.* S. 305, 337.

aus einem brennenden Fahrzeug wäre zum Beispiel eine solche Situation. Dabei wird ihm ein „Hochgefühl, das zu den religiösen und patriotischen Haltungen, gehört“ zuteil.⁷¹

1.1.2 Blumers Prämissen des Symbolischen Interaktionismus

Mead ist mit seiner Theorie der symbolvermittelten Interaktion der geistige Vater des Symbolischen Interaktionismus, hat ihn aber nie als solchen benannt.⁷² Es war Herbert Blumer, der den Begriff des Symbolischen Interaktionismus prägte. Er fasste die Theorie als Perspektive der empirischen Sozialwissenschaft auf und formulierte drei Prämissen des Symbolischen Interaktionismus:⁷³

1. Menschen handeln „Dingen“ gegenüber auf der Grundlage von Bedeutungen, die diese Dinge für sie besitzen.
2. Die Bedeutung dieser Dinge entsteht in/wird abgeleitet aus den sozialen Interaktionen, die man mit seinen Mitmenschen eingeht.
3. Diese Bedeutungen werden im Rahmen der Auseinandersetzung mit ebendiesen Dingen in einem interpretativen Prozess benützt und auch abgeändert.⁷⁴

Aus Sicht des Symbolischen Interaktionismus ist den Dingen ihre Bedeutung weder auf Grund ihrer Beschaffenheit gegeben, noch wird sie von psychologischen Prozessen innerhalb des Menschen bestimmt. Bedeutung wird im Interaktionsprozess zwischen Individuen ausgehandelt, interpretiert und adaptiert.⁷⁵ Gesellschaftliche Normen, Rollenbilder, Erwartungen und Bedürfnisse fließen selbstverständlich in den Interaktionsprozess ein, determinieren jedoch das menschliche Handeln nicht. Wie sehr solche Rahmenbedingungen das Handeln beeinflussen, ist von der jeweiligen Situation abhängig.⁷⁶ Es würde ebenso zu kurz greifen, den Symbolischen Interaktionismus als Subjektivismus abzutun. Der Einzelne handelt zwar auf Grund der Bedeutung, welche die Dinge für ihn haben, aber seine Erlebniswelt ähnelt auf Grund des gemeinsamen, gesellschaftlichen Erfahrungs- und Verhaltensprozesses jener seiner Mitmenschen.⁷⁷

⁷¹ Mead (1973), S. 320f.

⁷² Helle, Horst J. (2001). *Theorie der symbolischen Interaktion: ein Beitrag zum verstehenden Ansatz in Soziologie und Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Westdt., S. 64.

⁷³ vgl. Blumer, Herbert (1998). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Los Angeles/Berkeley: University, (Orig. New Jersey: Prentice-Hall 1969), S. 1, 21.

⁷⁴ *ibid.* S. 2. Übersetzung nach Burkart, Roland (2002). *Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. 4. Auflage, Wien/Köln/Weimar: Böhlau, S. 55.

⁷⁵ vgl. Blumer (1998), S. 4f.

⁷⁶ vgl. *ibid.* S. 75.

⁷⁷ vgl. Burkart (2002), S. 57.

Blumers Formulierung des Symbolischen Interaktionismus deckt sich weitgehend mit Meads theoretischer Konzeption. Allerdings reduziert er die schon bei Mead dürftige Definition von Gesellschaft auf einen “bloßen Interaktionszusammenhang von Individuen”.⁷⁸ Aus diesem Grund wird im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit die Terminologie Meads beibehalten. Blumers Zugang zur empirischen Sozialwissenschaft wird in Kapitel 2.1 im Detail erläutert.

1.1.3 Die Selbstdarstellung bei Goffman

Erving Goffman baut mit seiner Theorie der Selbstdarstellung im Alltag auf Meads Interaktions- und Identitätsbegriff auf.⁷⁹ Er knüpft an die Idee der dynamischen Rollenübergabe und Rollenübernahme an, welche sich das Individuum in *play* und *game* aneignet. Obwohl Goffman den Einfluss der Gesellschaft auf das Handeln des Einzelnen etwas vernachlässigt, erweist sich sein Zugang zum Symbolischen Interaktionismus als besonders fruchtbar für die Interpretation der Selbstdarstellung auf Social Network Sites.⁸⁰

Goffman bedient sich bei seinem Modell des Vokabulars der Theaterwelt. Er bezeichnet dieses Vorgehen selbst als ein primär “rhetorisches Manöver”,⁸¹ hat das Modell aber “so formalisiert und abstrahiert, dass es auf jede gesellschaftliche Einrichtung angewandt werden kann”.⁸² Wie Mead vertritt auch Goffman den Standpunkt, dass menschliches Handeln in der Gesellschaft stets in sozialen Rollen erfolgt.⁸³ Treffen zwei Individuen aufeinander, wollen beide möglichst viele Informationen über den anderen erlangen. Je nach Situation stehen dem Einzelnen verschiedene Informationsquellen zur Verfügung. Er kann beispielsweise das Verhalten des anderen, seine äußere Erscheinung, unterschiedliche Symbole, wie Kleidung und Schmuck, interpretieren, ihn mit bekannten Personen vergleichen oder Klischees und Vorurteile auf ihn übertragen.⁸⁴ Ein Informationsspiel in

⁷⁸ Steinhardt (1989), 108f.

⁷⁹ vgl. Landler (2009), S. 23.

⁸⁰ vgl. Mummendey, Hans D. (1990). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe, S. 75.

⁸¹ Goffman, Erving (2003). *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper, (Orig. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday 1959), S. 232.

⁸² *ibid.* S. 218.

⁸³ vgl. *ibid.* S. VII.

⁸⁴ vgl. *ibid.* S. 5f.

Form eines “potentiell endlosen Kreislauf[s]”⁸⁵ beginnt. Dabei beeinflussen einander die Teilnehmer wechselseitig, um Schritt für Schritt die Realität zu enthüllen.⁸⁶ Die Beeinflussung des Gegenübers nennt Goffman “Darstellung” (*performance*).⁸⁷ Unter einer “Rolle” (*part*) versteht er ein “vorherbestimmtes Handlungsmuster”,⁸⁸ das auch in anderen Situationen vorgeführt werden kann. Sind die Rechte und Pflichten der Rolle mit einem bestimmten Status verbunden, wird sie als “soziale Rolle” bezeichnet. Diese kann mehrere Teilrollen umfassen.

Das Selbst entsteht in “der Gesamtszene seiner Handlung, und wird von den Merkmalen lokaler Ereignisse erzeugt, die sie für Beobachter interpretierbar machen”.⁸⁹ Es kann als “dramatische Wirkung”⁹⁰ auf den anderen aufgefasst werden. Der Einzelne passt die Konzeption des Selbst bewusst oder unbewusst an die jeweilige Situation an. Nicht von ungefähr stammt der Begriff der Person vom Lateinischen *persona*, Maske, ab. Die Maske, welche der Einzelne in der Interaktion aufsetzt, ist sein wahres Selbst. Er stellt sich so dar, wie er von den anderen gesehen werden will. Die Rolle ist ein integraler Bestandteil seiner Persönlichkeit.⁹¹

Dem Einzelnen steht zur Darstellung ein standardisiertes Ausdrucksrepertoire, die “Fassade”, zur Verfügung.⁹² Sie umfasst einerseits eine szenische Komponente, vergleichbar mit Bühne und Kulisse am Theater. Dazu zählen zum Beispiel Möbel oder Dekoration. Andererseits wird er durch persönliche Komponenten, wie Alter, Geschlecht, Mimik, Gestik und Kleidung, charakterisiert. Grundsätzlich wird eine in sich kohärente, widerspruchsfreie Fassade erwartet. Die Fassade wird in manchen Fällen auch bewusst als dramaturgische Ausdrucksform verwendet. In Dienstleistungen zeugt weiße Kleidung zum Beispiel von besonderer Reinlichkeit. Sowohl Darsteller als auch Zuseher müssen mit dem Vokabular der Fassade umgehen können, um Situationen korrekt zu inszenieren und zu interpretieren. Zusätzlich können besondere Hinweise eingestreut werden, um die Situation

⁸⁵ Goffman (2003), S. 12.

⁸⁶ vgl. *ibid.* S. 227f.

⁸⁷ *ibid.* S. 18.

⁸⁸ *ibid.* S. 18.

⁸⁹ *ibid.* S. 231.

⁹⁰ *ibid.*

⁹¹ vgl. *ibid.* S. 21.

⁹² *ibid.* S. 23.

dramaturgisch zu gestalten. Zum Beispiel achtet ein Schiedsrichter normalerweise darauf, bei jeder Entscheidung besondere Entschlossenheit zu signalisieren. Der Darsteller muss seinen Ausdruck streng kontrollieren und darf sich nicht seinen Impulsen hingeben. Ansonsten kann der Zuseher auf Widersprüchlichkeiten stoßen und aus der Interaktion herausgerissen werden.⁹³ “Wir müssen bereit sein zu sehen, dass der Ausdruck von Realität, den eine Darstellung erweckt, ein zartes, zerbrechliches Ding ist, das durch das kleinste Missgeschick zerstört werden kann”.⁹⁴ In den meisten Situationen arbeiten mehrere Individuen als “Ensemble” (*team*) bei der Darstellung zusammen.⁹⁵ Die Mitglieder des Ensembles sind voneinander abhängig und gezwungen zu kooperieren, um die Gesamtwirkung der Darstellung zu erzielen.

Das sozialisierte Individuum hat gelernt so zu handeln, wie es das Publikum in einer bestimmten Situation von ihm erwartet. Häufig hat der Einzelne ein idealisiertes Bild seiner Rolle vor Augen. Er versucht dann bei seiner Darstellung die Werte der Gesellschaft noch stärker zu verkörpern und Elemente, die nicht zu diesem Ideal passen, vor dem Publikum zu verstecken.⁹⁶ Damit die verschiedenen Rollen des Einzelnen nicht in Widerspruch zu einander stehen, ist es unumgänglich, das Publikum zu unterteilen. Wie schon Mead aufgezeigt hat, besteht die Identität des Individuums aus mehreren Gruppenidentitäten. Nur durch die Segregation der Gruppen kann das Individuum seine Rollen dramaturgisch erfolgreich darstellen.⁹⁷

Eine Möglichkeit zur Abgrenzung besteht in Darstellungen in verschiedenen Regionen. Diese sind durch “raum-zeitliche Wahrnehmungsschranken”⁹⁸ voneinander getrennt und ermöglichen das Beobachten von jeweils einer “Vorstellung”. Eine Region lässt sich wiederum in Vorder- und Hinterbühne unterteilen. Auf der Vorderbühne findet die eigentliche Vorstellung statt. Sie beinhaltet die szenischen Komponenten und es gelten darauf bestimmte Normen und Höflichkeitsregeln gegenüber dem Publikum und den Ensemblegenossen.⁹⁹ Eine Wand trennt die Hinterbühne davon ab. Die Hinterbühne

⁹³ vgl. Goffman (2003), S. 24ff.

⁹⁴ ibid. S. 52.

⁹⁵ vgl. ibid. S. 73ff.

⁹⁶ vgl. ibid. S. 35, 40.

⁹⁷ vgl. ibid. S. 46, 126ff.

⁹⁸ ibid. S. 99.

⁹⁹ vgl. ibid. S. 100ff.

bezeichnet nach Goffman den Ort, “wo das, was man unterdrückt hat, in Erscheinung tritt”.¹⁰⁰ Hier herrscht Vertrautheit unter den Individuen. Die Maske kann abgelegt und mit Requisiten experimentiert werden. Was nicht Teil der Vorder- oder Hinterbühne ist, befindet sich außerhalb der Region.¹⁰¹

Eine Darstellung kann auch unwahr, unaufrichtig und voller Geheimnisse sein.¹⁰² Goffmans Interesse richtet sich aber weniger auf die Frage nach dem Realitätsgehalt, sondern viel mehr auf das Erwecken eines bestimmten Eindrucks innerhalb von Interaktion und wie dieser als unwahr enttarnt werden kann. “Zur Beantwortung vieler soziologischer Fragen ist es vielleicht nicht einmal notwendig zu entscheiden, was mehr Realität hat: der hervorgerufene Eindruck oder der Eindruck, den der Darsteller beim Publikum nicht aufkommen lassen will”.¹⁰³ Entscheidend ist also die Glaubhaftigkeit und nicht der Wahrheitsgehalt einer Darstellung.

In seiner Abhandlung über stigmatisierte Personen setzte sich Goffman näher mit dem Identitätsbegriff auseinander.¹⁰⁴ Er unterscheidet zwischen sozialer, persönlicher und Ich-Identität. Die soziale Identität wird über die bereits erläuterte Darstellung im Interaktionsprozess konstituiert. Die persönliche Identität kann als “unique combination of life history items that comes to be attached to the individual with the help of these pegs for his identity” definiert werden.¹⁰⁵ Sie wird über Identitätsdokumente, wie die Krankenakte, die Sozialversicherungsnummer oder den Namen, vermittelt. Bei diesen beiden Identitätstypen handelt es sich um “other persons’ concerns and definitions regarding the individual whose identity is in question”.¹⁰⁶ Die Ich-Identität vergleicht Goffman mit der Konzeption von Erikson.¹⁰⁷ Sie meint das subjektive Empfinden von Identität des Einzelnen.

¹⁰⁰ Goffman (2003), S. 104.

¹⁰¹ vgl. *ibid.* S. 124.

¹⁰² vgl. *ibid.* S. 19ff.

¹⁰³ *ibid.* S. 61.

¹⁰⁴ Goffman, Erving (1990). *Stigma. Notes on the Management of the Spoiled Identity*. London: Penguin, (Orig. New Jersey: Prentice-Hall 1963).

¹⁰⁵ *ibid.* S. 74.

¹⁰⁶ *ibid.* S. 129.

¹⁰⁷ vgl. Kapitel 1.2.1.

Stigmatisierte Personen “müssen so tun, als ob sie normal wie alle anderen sind, damit diese so tun können, als ob sie sie als Normale betrachten”.¹⁰⁸ Goffman bezeichnet dieses Verhalten wie folgt: “A phantom acceptance is thus allowed to provide the base for a *phantom normalcy*”.¹⁰⁹ Dieses Konzept wird von Habermas um die *phantom uniqueness*, das “Bedürfnis, sich als einzigartig darzustellen und Aufmerksamkeit auf sich zu lenken”, erweitert,¹¹⁰ welches mit Meads Überlegenheitsgefühl verglichen werden kann. Folglich besteht eine Spannung zwischen der *phantom normalcy*, der Täuschung, dass der Einzelne ein akzeptiertes Mitglied einer Gemeinschaft ist, und der *phantom uniqueness*, der Täuschung, dass er ein einzigartiges Individuum ist. Krappmann interpretiert soziale und persönliche Identität beziehungsweise die damit verbundenen Täuschungen als Dimensionen auf einer Zeitachse.¹¹¹ Die soziale Identität bildet die horizontale Achse und beschreibt das Bedürfnis nach Akzeptanz und Normalität beziehungsweise nach *phantom normalcy*. Die persönliche Identität entspricht der vertikalen Dimension und dem Verlangen nach Einzigartigkeit, der *phantom uniqueness*. Der Einzelne strebt nach Balance zwischen diesen beiden Kräften in der Ich-Identität.¹¹²

Abschließend sei ein weiteres Mal hervorgehoben, dass sich die Darstellung und Anpassung direkt aus dem Interaktionsprozess und den darin auftretenden Erwartungen der Interaktionspartner ergibt. Der Einzelne strebt danach, seinen Eindruck beim anderen zu steuern. Folgendes Zitat bringt Goffmans Konzeption auf den Punkt:

Woraus auch immer das menschliche Bedürfnis nach sozialem Kontakt und Geselligkeit entsteht, es scheint sich in zwei Formen auszuwirken: dem Bedürfnis, ein Publikum zu haben, vor dem man sein zur Schau getragenes Selbst ausprobieren kann, und dem Verlangen nach Ensemblegenossen, mit denen man sich verschwörerischer Vertraulichkeit und Entspannung hinter der Bühne hingeben kann.¹¹³

¹⁰⁸ Abels, Heinz (2007). *Interaktion, Identität, Präsentation. Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie*. Wiesbaden: VS, S. 193; vgl. auch Habermas, Jürgen (1973). “Stichworte zur Theorie der Sozialisation”. *Kultur und Kritik. Verstreute Aufsätze*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. 1968), S. 132ff.

¹⁰⁹ Goffman (1990), S. 148.

¹¹⁰ Abels (2007), S. 193.

¹¹¹ vgl. Krappmann, Lothar (2000). *Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen*. Stuttgart: Klett-Cotta, S. 77ff, S. 133ff.

¹¹² vgl. auch Oevermann, Ulrich (1973). *Sprache und soziale Herkunft. Ein Beitrag zur Analyse schichtenspezifischer Sozialisationsprozesse und ihrer Bedeutung für den Schulerfolg*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. 1972), S. 388f.

¹¹³ Goffman (2003), S. 187.

Ausgehend vom Standpunkt des hier kurz zusammengefassten Symbolischen Interaktionismus, mit Schwerpunkt auf den Theorien von Mead, Blumer und Goffman, soll im folgenden Kapitel die Rolle der Jugendlichen in der heutigen Gesellschaft analysiert werden.

1.2 Sozialisation in der “Confessional Culture”

In der Jugend versucht der Einzelne seine Identität zu festigen. Er sucht seinen Platz in der heutigen Gesellschaft. Diese wird auf Grund des gegenwärtig zu beobachtenden Wandels der Öffentlichkeit unter anderem als “Confessional Culture” bezeichnet.¹¹⁴ Die Mitglieder der Geständniskultur veröffentlichen, zum Beispiel im Reality-TV, auf Blogs oder Social Network Sites, aus freien Stücken Details aus ihrem Privatleben. Im folgenden Abschnitt wird die Rolle der Jugendlichen, die Gesellschaft, in der sie leben, und die neuen Technologien, wie das Web 2.0 und Social Network Sites, die ihr Sozialisationsumfeld erweitern, näher untersucht.

1.2.1 Jugend und Sozialisation unter Bezugnahme auf Eriksons Theorie von Identität und Lebenszyklus

Innerhalb eines gemeinsamen, gesellschaftlichen Erfahrungs- und Verhaltensprozesses haben Individuen ähnliche Haltungen gegenüber ihrer Umwelt. Ihre Vorstellungen spiegeln den gesellschaftlichen Wandel wider, nehmen aber für die Ich-Entwicklung des Einzelnen konkrete Ausprägungen an. Identität kann ohne den gesellschaftlichen Prozess nicht auftreten. Der Mensch hat nur als Angehöriger einer Gemeinschaft, deren Haltungen und Institutionen er annimmt, eine Identität.¹¹⁵

Um die Jugendphase und die Sozialisation des Individuums hinreichend zu beleuchten, wird Erik H. Eriksons Theorie von Identität und Lebenszyklus herangezogen.¹¹⁶ Sein Werk zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass er den klassischen Interpretationsrahmen der Psychoanalyse um eine psychosoziale und psychohistorische Dimension erweitert. Erikson

¹¹⁴ Burgess, Jean & Green, Joshua (2009). “The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture Beyond the Professional-Amateur Divide”. Snickers, Pelle & Vonderau, Patrick (Hg.). *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library, S. 94.

¹¹⁵ vgl. Mead (1973). S. 184, 204.

¹¹⁶ vgl. Erikson, Erik H. (1973). *Identität und Lebenszyklus: Drei Aufsätze*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. *Identity and the Life Cycle*. 1959).

ist der Meinung, dass “bei der Besprechung der Identität nicht das persönliche Wachstum vom Wandel der Gemeinschaft”¹¹⁷ getrennt werden kann. Da die traditionelle Psychoanalyse den Einfluss von Umwelt und sozialem Leben vernachlässigt, kann sie Identität “nicht ganz erfassen”.¹¹⁸ “Nur in Zusammenarbeit könnten Psychoanalyse und Sozialwissenschaft nachzeichnen, wie der Lebenskreis des Einzelnen von Anfang bis Ende von der Geschichte der Gemeinwesen durchwoben ist”.¹¹⁹

Leithäuser und Volmerg gehen mit ihrer “psychoanalytischen Sozialpsychologie” einen ähnlichen Weg und versuchen die Psychoanalyse zur Erforschung von sozialen Beziehungen einzusetzen.¹²⁰ Ihren zentralen Untersuchungsgegenstand beschreiben sie als die “sozialisatorischen Prozesse und Wirkungen, die eine Gesellschaft auf ihre Mitglieder hat”.¹²¹ Gesellschaftliche Verhältnisse werden in die psychischen Strukturen integriert und wirken regulierend. Umgekehrt werden in sozialen Situationen und Rollen psychische Triebimpulse befriedigt und Wünsche und Bedürfnisse erfüllt.¹²²

Eine solche erweiterte Auffassung der Psychoanalyse lässt sich mit dem Symbolischen Interaktionismus vereinbaren. Klare Parallelen lassen sich bezüglich der Entwicklung von Identität erkennen:

Die Tatsache, dass sich jede Identität durch den oder im Hinblick auf den gesellschaftlichen Prozess bildet und sein individueller Ausdruck ist - oder vielmehr Ausdruck der für sie typischen organisierten Verhaltensweisen, die sie in ihren jeweiligen Strukturen erfasst -, ist sehr leicht mit der Tatsache zu vereinbaren, dass jede einzelne Identität ihre eigene spezifische Individualität, ihre eigenen einzigartigen Merkmale hat, weil jede einzelne Identität innerhalb dieses Prozesses, während sie seine organisierten Verhaltensstrukturen spiegelt, ihre eigene und einzigartige Position innerhalb seiner formt und somit in seiner organisierten Struktur irgendeiner anderen Identität innerhalb dieses Prozesses spiegelt.¹²³

Menschen, die derselben Volksgruppe angehören, in derselben geschichtlichen Zeit Leben oder auf dieselbe Art und Weise ihr Brot verdienen, werden auch von gemeinsamen Vorstellungen von gut und böse geleitet. Diese Vorstellungen spiegeln in unendlicher Variation das Ungreifbare des historischen Wandels wider, und dennoch nehmen sie für die Ich-Entwicklung jedes Einzelnen in

¹¹⁷ Erikson (1970), S. 19.

¹¹⁸ *ibid.* S. 20.

¹¹⁹ Erikson (1973), S. 11.

¹²⁰ vgl. Leithäuser, Thomas & Volmerg, Birgit (1988). *Psychoanalyse in der Sozialforschung. Eine Einführung am Beispiel einer Sozialpsychologie der Arbeit*. Opladen: Westdt, S. 9.

¹²¹ *ibid.* S. 53.

¹²² vgl. *ibid.* S. 10.

¹²³ Mead (1973), S. 245.

Gestalt der herrschenden soziologischen Modelle und Leitbilder von gut und böse sehr konkrete Formen an.¹²⁴

Im Allgemeinen ist Sozialisation “der ‘weitgefasste Begriff für den [ontogenetischen, R.B.] Prozess der Menschwerdung des Menschen, der Vergesellschaftung und Individuierung gleichermaßen umfasst”.¹²⁵ Eine exakte Definition ist vom zugrundeliegenden sozialisationstheoretischen Konzept abhängig. “Eine umfassende Sozialisationstheorie, die alle bisher vorhandenen Positionen und Erkenntnisse integriert, existiert nicht; sie ist [...] - wenigstens was die nahe Zukunft betrifft - auch nicht in Sicht”.¹²⁶

Aus Sicht des Symbolischen Interaktionismus, der keine Entwicklungspsychologie, sondern den “Entwurf einer Entwicklungslogik” liefert, ist Sozialisation als “Prozess der Persönlichkeitsentwicklung [zu] verstehen, der sich im Medium gesellschaftlichen Umgangs unter je konkreten gesellschaftlich-historischen Bedingungen durch Tätigkeit und soziale Interaktion realisiert”.¹²⁷ Da der Mensch im Gegensatz zu anderen Lebewesen “unfertig” geboren wird, muss er sich stetig vervollständigen. Die Relevanz von Kommunikation und der Rollenübernahme des verallgemeinerten Anderen für den Entwicklungsprozess wurde bereits hervorgehoben. Es handelt sich um einen Prozess, “in dem sich menschliche Wesen im Verlauf sozialer Interaktionen Symbolsysteme aneignen, mit deren Hilfe sie dann nicht nur ihre Umwelt interpretieren, sondern auch ‘Selbst-Bewusstsein’ erlangen”.¹²⁸

Das Selbst- oder Identitätsbewusstsein definiert Mead als das “Auslösen jener Haltungen in uns selbst, die wir auch in anderen auslösen, besonders dann, wenn es sich um wichtige Reaktionen handelt, die die Mitglieder der Gemeinschaft prägen”.¹²⁹ Im Gegensatz dazu bezeichnet das herkömmliche Bewusstsein den menschlichen Erfahrungsbereich. Dazu zählt zum Beispiel die Erfahrung von Schmerz oder Freude. Erst nach Entwicklung des

¹²⁴ Erikson (1973), S. 11.

¹²⁵ Mühlbauer, Karl R. (1980). *Sozialisation: Eine Einführung in Theorien und Modelle*. München: Fink, S. 25, zitiert nach Burkart (2002), S. 144.

¹²⁶ Burkart (2002), S. 146.

¹²⁷ Steinhardt (1989), S. 116, 107.

¹²⁸ Burkart (2002), S. 154.

¹²⁹ Mead (1973), S. 205f.

Identitätsbewusstseins können neue Erkenntnisse vollständig in die Identität des Individuums integriert werden.¹³⁰

Dieses Konzept ist vergleichbar mit der Ich-Synthese bei Erikson:

Das bewusste Gefühl, eine *persönliche Identität* zu besitzen, beruht auf zwei gleichzeitigen Beobachtungen: der unmittelbaren Wahrnehmung der eigenen Gleichheit und Kontinuität in der Zeit, und der damit verbundenen Wahrnehmung, dass auch andere diese Gleichheit und Kontinuität erkennen.¹³¹

Die Ich-Synthese drückt die Wechselbeziehung zwischen der Gruppenidentität und der Ich-Identität aus. Nach Leithäuser und Volmerg wird diese Wechselbeziehung von den beiden Prozessen der Vergesellschaftung und der Individuierung konstituiert. Im Sozialisationsprozess lernt das Individuum Triebe zu unterdrücken und zu kultivieren. Vergesellschaftung umfasst ökonomische Verhältnisse und Strukturen, Individuierung die Besonderheiten der Identität des Einzelnen, immer vor der Folie ähnlicher gesellschaftlicher Erfahrungen.¹³²

Freud selbst verwendet den Identitätsbegriff nur einmal vollinhaltlich, und zwar in einem psychosozialen Kontext. Er beschreibt nämlich sein Verhältnis zum Judentum als ein "klare[s] Bewusstsein innerer Identität".¹³³

Der junge Mensch muss lernen, dort am meisten er selbst zu sein, wo er auch in den Augen der anderen am meisten bedeutet - jene anderen natürlich, die wieder für ihn die höchste Bedeutung erlangt haben. Der Begriff 'Identität' drückt also insofern eine wechselseitige Beziehung aus, als er sowohl ein dauerndes inneres Sich-Selbst-Gleichsein wie ein dauerndes Teilhaben an bestimmten gruppenspezifischen Charakterzügen umfasst".¹³⁴

Identität ist durch ein stetig revidiertes Realitätsgefühl des Selbst geprägt. Das Ich-Ideal, das allen Traditionen, Normen und Geboten der Gesellschaft entspricht, ist das Ziel.¹³⁵

¹³⁰ vgl. Mead (1973), S. 212ff.

¹³¹ Erikson (1973), S. 18.

¹³² vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 21ff., 54f.

¹³³ Freud, Sigmund (1926). "Ansprache an die Mitglieder des Vereins B'nai B'rith". *GW*, 17, zitiert nach Erikson (1973), S. 124.

¹³⁴ Erikson (1973), S. 124.

¹³⁵ vgl. *ibid.* S. 189f.

Erikson unterteilt die Epigenese der Identität in sechs Phasen: Säuglingszeit, frühe Kindheit, Kindheit, Schulalter, Adoleszenz und Jenseits der Identität.¹³⁶ Das Kind muss seine naive Selbstliebe ablegen und eine realistische Ich-Identität schaffen. Erfahrungswelt, soziale Leitbilder, Ideen und Mitmenschen bilden die Grundlage für die Entwicklung einer Gruppenidentität.¹³⁷ Die wichtigste primäre Sozialisationsinstanz stellt die Familie dar. Neben dem kulturellen Umfeld, in dem der Einzelne aufwächst, hat vor allem die primäre Bezugsperson, häufig ist dies die Mutter, maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklung spezifischer Individualität im Einzelnen.¹³⁸ Jede Interaktion geht in die Bildung individueller und sozialtypischer Haltungen ein.

Das Denken oder der intellektuelle Prozess - Die Verinnerlichung und innere Dramatisierung der äußeren Übermittlung signifikanter Gesten durch den Einzelnen, als sein wichtigstes Mittel, andere, zur selben Gesellschaft gehörige Wesen zu beeinflussen -, ist die früheste Erfahrungsphase in der Genesis und Entwicklung der Identität.¹³⁹

Durch die Vergesellschaftung lernt der Einzelne Triebenergie und Triebbedürfnisse auf sozial wertvolle Ziele zu richten. Er erfährt durch die vollbrachten Leistungen und die Funktionslust Befriedigung und Bestätigung. Die gesellschaftlichen Normen und Gebote werden ins Über-Ich integriert.¹⁴⁰ Die Kindheit ist ein Entwicklungsprozess, in dem das Individuum sein Wissen vermehrt und sich an die Gesellschaft anpasst. Dadurch nimmt allmählich die Bedeutung des Einzelnen für die Gesellschaft zu.

Drei wesentliche Prozesse der Entwicklung werden in Es, Ich und Über-Ich widerspiegelt. Das Es entspricht dem "Prozess der Organisation des menschlichen Körpers innerhalb des Zeit-Raums eines Lebenszyklus".¹⁴¹ Dazu zählen beispielsweise Epigenese und Libidoentwicklung. Das Ich organisiert die Erfahrungen durch die Ich-Synthese. Das Über-Ich entspricht dem "Prozess der sozialen Organisation der Ich-Organismen in geographisch-historischen Einheiten".¹⁴² Entscheidend an dieser Auffassung ist, dass nicht

¹³⁶ vgl. Erikson (1970), S. 91ff.

¹³⁷ Erikson (1973), S. 14ff.

¹³⁸ vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 55ff.

¹³⁹ Mead (1973), S. 216.

¹⁴⁰ vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 70.

¹⁴¹ Erikson (1973), S. 52.

¹⁴² ibid. S. 53.

nur das Es, sondern auch historische Bedingungen das Handeln des Menschen beeinflussen.¹⁴³

Tritt der Einzelne in die Jugendphase ein, besteht seine neue Aufgabe darin, die soziale Rolle zu festigen. In der damit einhergehenden Krise, muss er seine Ich-Identität von Neuem bestätigen. Er muss prüfen, wie er im Vergleich zu seinem eigenen Selbstgefühl in den Augen anderer erscheint und wie er seine Rollen und Fertigkeiten mit den modernen Idealen und Leitbildern in Einklang bringen kann. Hat er die Krise der Kindheit mit neugewonnenem Vertrauen in sich selbst überwunden, sucht er in der Jugend Vertrauen in Menschen, Ideen und Gesellschaft.¹⁴⁴ Gelingt es ihm, das Vertrauen in seine Wahrnehmung der eigenen Gleichheit und Kontinuität in der Zeit und in die Wahrnehmung seiner Mitmenschen ebendieser Gleichheit und Kontinuität zu bestätigen, wird seine Ich-Identität von Neuem gestärkt.¹⁴⁵ Die aktuellen ideologischen Strukturen seiner Umgebung üben maßgeblichen Einfluss auf ihn aus. In jeder Periode kombiniert das Individuum seine Entwicklung mit den dominierenden Technologien. Es ist Aufgabe der Gemeinschaft, seine Wahlmöglichkeiten zu lenken und einzuschränken.¹⁴⁶

Jugendliche suchen zur Überwindung der Krise oder, um vorübergehend Unsicherheiten zu verdecken, ein "befriedigende[s] Gefühl der Zugehörigkeit",¹⁴⁷ Treue, Verständnis und Bestätigung in Cliques. Sie führen oft ausgiebige Gespräche mit ihren Freunden, um durch die Kommunikation mehr über sich selbst herauszufinden. In diesem psychosozialen Moratorium zwischen Kindheit und Erwachsensein experimentiert das Individuum mit Rollen, bis es seinen Platz in der Gesellschaft gefunden hat. Mead und Goffman zeigen mit den Konzepten des Überlegenheitsgefühls beziehungsweise der persönlichen Identität auf, dass der Einzelne, wiewohl ähnlich, nach Individualität strebt. Er will sich von den anderen unterscheiden. Dies gelingt ihm, wenn er etwas findet, das er besser kann als seine Mitmenschen.¹⁴⁸ Am Weg zu seinem "eigenen Stil der Individualität"¹⁴⁹ kann das

¹⁴³ vgl. Mead (1973), S. 49ff;

vgl. auch Lorenzer, Alfred (1970). *Kritik des psychoanalytischen Symbolbegriffs*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

¹⁴⁴ vgl. Erikson (1970), S. 131.

¹⁴⁵ vgl. Erikson (1973), S. 106f.

¹⁴⁶ vgl. Erikson (1970), S. 28.

¹⁴⁷ Erikson (1973), S. 108; vgl. auch Erikson (1970), S. 131, 246.

¹⁴⁸ vgl. Mead (1973), S. 253.

¹⁴⁹ Erikson (1970), S. 47.

Zugehörigkeitsgefühl zu Cliques, das sich zum Beispiel in der Kleidung oder der Sprache äußert, eine hilfreiche Stütze sein.¹⁵⁰

Die zeitliche Ausdehnung der Adoleszenz lässt den falschen Eindruck entstehen, dass die Identitätsbildung in Cliques und Subkulturen bereits endgültig sei.¹⁵¹ Die Entwicklung der Identität wird durch die längere Verweildauer im Bildungssystem und den ungewissen Übergang in die Berufswelt erschwert. Doch gerade die Arbeit bildet die wichtigste Vergesellschaftungsinstanz. Die Bedürfnisse, Wünsche und die Sinnsuche des Individuums sind eng mit der Arbeit verknüpft.¹⁵² Die „Verlängerung der Jugendphase mit jenen Unbestimmtheiten hat zur Folge, dass Heranwachsende heute in einem unübersichtlichen Gelände leben“.¹⁵³ Die Laufbahn des Individuums wird von der Gesellschaft weniger strikt vorgegeben und es kommt zu einer Entstrukturierung der Jugend und einer Individualisierung der Lebensläufe. Diese Entwicklung bringt neue Chancen, aber auch Risiken mit sich. Durch den Trend zum „Selbstmanagement“¹⁵⁴ ist der Einzelne zunehmend für sich selbst zuständig.¹⁵⁵ Die zunehmende Vernetzung trägt dazu bei, dass es „schwieriger wird zu erkennen, an welche Identifikations- und Imitationsmodelle ein Mediennutzer seine Erfahrungen und Handlungsimpulse anbindet“.¹⁵⁶

Der Erwachsene zeichnet sich dadurch aus, dass er im Vergleich zu früheren Entwicklungsstufen eine balanciertere Ich-Identität besitzt. Seine Identität weist eine gewisse Einheitlichkeit auf, er kann seine Umwelt aktiv meistern und sich und die Welt richtig erkennen. Erst auf dieser Entwicklungsstufe ist ihm wahre Intimität mit dem anderen Geschlecht, seinen Freunden und sich selbst möglich. Scheitert der Einzelne an

¹⁵⁰ Fühlt sich jedoch der Einzelne mit der Krise überfordert, kann es zu einer Identitätsdiffusion kommen. Eine Folge davon kann sein, dass er, meist temporär, in eine Gruppenbewegung, wie Techno Ende der Neunziger, flieht.

vgl. Erikson (1973), S. 108f., 115, 136ff.

¹⁵¹ vgl. Erikson (1970), S. 131.

¹⁵² vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 61.

¹⁵³ Baacke, Dieter (1997). *Medienpädagogik*. Tübingen: Niemeyer, S. 66.

¹⁵⁴ Reichert, Ramón (2008). *Amateure im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web2.0*. Bielefeld: Transcript, S. 20;

vgl. auch Beck, Ulrich (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

¹⁵⁵ vgl. auch Tillmann, Angela (2008). *Identitätsspielraum Internet: Lernprozesse und Selbstbildungspraktiken von Mädchen und jungen Frauen in der virtuellen Welt*. Weinheim/München: Juventa, S. 30ff.

¹⁵⁶ Baacke (1997), S. 21; vgl. auch Erikson (1973), S. 112; Penzenauer (2009), S. 34.

dieser Herausforderung, lebt er oft isoliert oder führt nur stereotype, distanzierte Beziehungen.¹⁵⁷ Probleme aus der Kindheit können im Erwachsenen als vage Ängste fortbestehen. Diese individuellen Probleme haben in weiterer Folge auch Auswirkungen auf die Gesellschaft, mit der das Individuum in stetiger Wechselbeziehung steht.¹⁵⁸

Anpassungsmechanismen helfen dem Einzelnen ein befriedigendes Leben zu führen. Die Normen der Gesellschaft im Über-Ich müssen sich über das Ich mit den Trieben im Es vereinbaren lassen. Dazu bildet sich im Lauf der Entwicklung das Ich-Ideal. Dieses beeinflusst die Vorstellung des Einzelnen, wie er und seine soziale Rolle sein sollen.¹⁵⁹ Die Anpassungsmechanismen erlauben es ihm, sich unbewusst mit seiner Rolle in der Gesellschaft zu identifizieren. Die Rolle wird zum Bestandteil des Ich und von diesem ununterscheidbar. Zum Beispiel handelt das Individuum nicht als Schiedsrichter, sondern es ist der Schiedsrichter. Den Einfluss der Gesellschaft auf die Rolle und deren Idealisierung im Sozialisationsprozess hebt Goffman hervor. „Denn während wir lernen, unsere Rollen im wirklichen Leben zu spielen, richten wir unsere eigenen Inszenierungen aus nach den uns allmählich unbewusst vertrautwerdenden Rollen derjenigen, an die wir uns wenden.“¹⁶⁰ Manche Handlungen werden zwar sehr wohl bewusst in Hinblick auf die gespielte Rolle vollzogen,¹⁶¹ dennoch ist eine Rolle mehr als nur die Ausführung von damit verbundenen Verhaltensweisen. Sie ist gleichzeitig ein libidinöses und aggressives Erlebnis, das Befriedigung bringt. Die Verinnerlichung der Rolle stellt so einen Anpassungsmechanismus dar, ohne den der Umgang mit der Gesellschaft für das Individuum nur schwer möglich ist.¹⁶²

1.2.2 Der gesellschaftliche Strukturwandel zur „Confessional Culture“

Die entscheidende Rolle der Gesellschaft für die Entwicklung des Individuums wurde bereits mehrfach betont. Aus diesem Grund wird im folgenden Abschnitt der Struktur-

¹⁵⁷ vgl. Erikson (1973), S. 58, 114f.

¹⁵⁸ vgl. Erikson (1970), S. 122.

¹⁵⁹ vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 82f.

¹⁶⁰ Goffman (2003), S. 67.

¹⁶¹ vgl. *ibid.* S. 221.

¹⁶² vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 83f.

wandel der Gesellschaft hin zur heutigen “Confessional Culture” oder “Participatory Culture”¹⁶³ näher beleuchtet.

In der Frühphase des Internets wurde die weitgehende Anonymität im World Wide Web eher positiv gesehen. Diese Zeit kann mit dem Motto “On the Internet, nobody knows you're a dog” charakterisiert werden.¹⁶⁴ Doch allmählich vollzog sich ein Paradigmenwechsel und immer mehr Webanwendungen wurden personalisiert.¹⁶⁵ “Coming out of the industrial age, when mass-produced goods outclassed anything you could make yourself, this sudden tilt toward consumer involvement is a complete Lazarus move: ‘We thought that died long ago’”.¹⁶⁶ So überraschend, wie im Magazin *Wired* beschrieben, ist diese Entwicklung aber nicht. Vorboten finden sich bereits in TV-Formaten wie der Versteckten Kamera und diversen Talk- und Reality-Shows. Das Web 2.0 und Social Network Sites bilden den nächsten Schritt. Der schwammige Begriff des Web 2.0 wird häufig Tim O'Reilly zugeschrieben, obwohl er bereits zuvor in Fachzeitschriften Verwendung gefunden hat.¹⁶⁷ Er bezeichnet eine neue Phase des Internets, die durch einen starken Zuwachs an User Participation, User Generated Content und Information Sharing gekennzeichnet ist.¹⁶⁸ Im Web 2.0 ist es wichtig, dass der Nutzen einer Website für den User klar ersichtlich ist. Nur wenn er einen Mehrwert für sich erkennt, produziert er selbst Inhalte. Nicht nur die Interaktion zwischen den Usern, sondern auch zwischen User und Entwickler nimmt zu. Viele Web-2.0-Dienste, wie Gmail, Google Maps und Flickr, werden als “Perpetual Beta” veröffentlicht. Der User erhält Zugang zu einer mehr oder weniger

¹⁶³ Jenkins, Henry et al. (2005). “Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century”. Zugriff am 20. April 2010 unter <http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>, S. 3.

¹⁶⁴ “Cartoon Captures Spirit of the Internet” (2000). *The New York Times*, 14. Dezember, Zugriff am 21. April 2010 unter <http://www.nytimes.com/2000/12/14/technology/14DOGG.html?pagewanted=1&ei=5070&en=f0518aafecf36fd&ex=1183089600>.

¹⁶⁵ vgl. auch Landler (2009), S. 17ff.

¹⁶⁶ Kelly, Kevin (2005). “We Are the Web”. *Wired*, 13. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.wired.com/wired/archive/13.08/tech.html?pg=3&topic=tech&topic_set=, S. 3.

¹⁶⁷ vgl. O'Reilly, Tim (2005). “What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”. *O'Reilly*, 30. September, Zugriff am 21. April 2010 unter <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

¹⁶⁸ vgl. auch Richter, Alexander/Koch, Michael (2007). “Social Software: Status quo und Zukunft”. Technischer Bericht Nr. 2007-01, Universität der Bundeswehr München. Zugriff am 17. September 2009 unter http://www.unibw.de/wow5_3/forschung/social_software/, S. 4ff.

unfertigen Version, die anhand seines Umgangs damit von den Entwicklern nach und nach angepasst und verbessert wird.¹⁶⁹

Jürgen Habermas sieht den Ursprung der Entwicklung zu einer neuen Form der Öffentlichkeit bereits viel früher und setzt in dem Text *Strukturwandel der Öffentlichkeit*¹⁷⁰ mit seiner Argumentation in der Frühen Neuzeit an. Habermas' Recherchen ergaben, dass der Begriff der Öffentlichkeit im deutschen Sprachgebrauch erst im 18. Jahrhundert auftritt. Die Vorstellung der Privatsphäre existiert schon früher und ist eng mit dem Haus verbunden. Öffentlichkeit hat ihren Ursprung bei den alten Griechen, die mit ihren Diskussionen am Marktplatz eine Öffentlichkeit geschaffen haben. Im Mittelalter ist Öffentlichkeit dem Herrscher in Form seiner öffentlichen Repräsentanz vorbehalten. Der Begriff ist somit an eine Person gebunden. Langsam nimmt aber die Repräsentanz der Obrigkeit beim öffentlichen Fest vor dem Volk als Publikum ab und es setzt ein Strukturwandel ein. Das Hofleben verläuft zunehmend in Abgeschiedenheit vom Volk. Der Staat, die öffentliche Gewalt, kapselt sich von der Gesellschaft ab. Der Begriff der Öffentlichkeit büßt seinen Bezug zum Hof Schritt für Schritt ein und allmählich kristallisiert sich die moderne Bedeutung von Öffentlichkeit und Privatsphäre heraus. Privat ist, was unter "Ausschluss von der Sphäre des Staatsapparates"¹⁷¹ geschieht.

Die Ausbreitung der kapitalistischen Produktionsweise bringt quasi als Nebenprodukt die Presse hervor. Zunächst als Privatkorrespondenzen über Waren und Preise zwischen den Städten ausgetauscht, werden Nachrichten im Lauf der Zeit um Informationen zu den Geschehnissen am Hof ergänzt und zur Absatzsteigerung auch zum Verkauf angeboten. Die daraus hervorgegangene Publizität wird zu einem maßgeblichen Motor für die Herausbildung der bürgerlichen Öffentlichkeit, der "Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute".¹⁷² Die Bürger beginnen Gegebenheiten, die bisher als nicht fragwürdig angesehen worden sind, zu hinterfragen. Ihre Kritikfähigkeit erproben sie zunächst an Theater, Literatur und Kultur. In Kaffeehäusern und Lesesälen führen sie

¹⁶⁹ vgl. Paulischin, Kathrin A. (2008). "Mediaanthropology@work: social software und soziale online Netzwerke im Web 2.0. Eine ethnographische Untersuchung im studiVZ". Dipl. Universität Wien, S. 20.

¹⁷⁰ Habermas, Jürgen (1990). *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. Neuwied: Luchterhand 1962).

¹⁷¹ Habermas (1990), S. 66.

¹⁷² ibid. S. 86.

kulturelle und zunehmend auch politische Diskussionen. Die Publizität bildet das Sprachrohr für das öffentliche Raisonement der Bürger, die der absoluten Herrschaft kritisch gegenüberstehen. Die Herrschaftsform soll in das Gegenteil von Hobbes' Formel, "auctoritas non veritas facit legem",¹⁷³ transformiert werden. Mit dem im öffentlichen Diskurs gewonnenen Selbstvertrauen, das mit zunehmender, ökonomischer Macht einhergeht, sieht sich die bürgerliche Öffentlichkeit als einzig legitime Instanz für die Verabschiedung von Gesetzen.¹⁷⁴

Obwohl sich das Gemeinvolk an diesen Debatten kaum beteiligt, ist es in der bürgerlichen Öffentlichkeit grundsätzlich jedem gestattet, seine Meinung kundzutun. Auch Amateure dürfen ein Urteil über eine Theatervorstellung fällen. Das Ideal der Humanität lebt auf und die Begriffe von Empfindsamkeit und Subjektivität breiten sich aus. Die Selbstbeobachtung der Bürger schlägt sich in der Literatur nieder. Das bürgerliche Trauerspiel und der psychologische Roman, in dem es gilt den "Unterschied von Sein und Schein vollends zu verschleiern",¹⁷⁵ entstehen. Das private Tagebuch wird zum öffentlichen Briefwechsel, der als "der innerste Hof des Privaten, [...] stets schon auf Publikum bezogen" ist. "Das Publikum, das derlei liest und bespricht, hat sich darin selbst zum Thema".¹⁷⁶

In weiterer Folge kommt es jedoch zu einer zunehmenden Privatisierung und Vereinsamung des Einzelnen. Anstelle eines Familienzimmers steht jedem Familienmitglied ein Einzelzimmer zur Verfügung. Die Trennung von öffentlich und privat verläuft im Salon mitten durch das Haus. Aus dem intimen Wohnzimmer formieren sich die Privatleute im Salon zu einem Publikum.¹⁷⁷ Ein Verstaatlichungsprozess der Gesellschaft und ein Vergesellschaftungsprozess des Staates setzen ein. Zu den ersten Eingriffen des Staates in die Privatsphäre des Einzelnen zählen die allgemeine Schul- und Wehrpflicht. Da das ökonomische Gleichgewicht vom freien Markt nicht länger garantiert werden kann, muss auch hier der Staat regulierend eingreifen. Familie und Freizeit verbleiben als Refugium des Privaten. Selbst die Arbeit nimmt öffentlichen Charakter an. Habermas

¹⁷³ Hobbes, Thomas (1651). *Leviathan*, zitiert nach Habermas (1990), S. 179.

¹⁷⁴ vgl. Habermas (1990), S. 55-100.

¹⁷⁵ Habermas (1990), S. 115.

¹⁷⁶ *ibid.* S. 114, 107.

¹⁷⁷ vgl. *ibid.* S. 120.

spricht vom “Schein intensivierter Privatheit in einer auf den Bereich der kleinfamilialen Konsumentengemeinschaft zusammengeschrumpften Intimsphäre”.¹⁷⁸ Der Verlust der Privatsphäre macht sich vor allem im städtischen Lebensraum und sogar in dessen Architektur bemerkbar.¹⁷⁹

Da die zunehmend intensivierten Mittel der Massenkommunikation jeder propagandistischen Beeinflussung offenstehen und im Hause selber eine Öffentlichkeit schaffen, wie Zeitungen und Bücher es nie vermochten, treibt die Entsicherung privater Sphäre, gefühlsmäßig jedenfalls, einer Krise entgegen.¹⁸⁰

Der Medienpädagoge Dieter Baacke schreibt diesbezüglich: “Die besondere Leistung der Medien im Modernisierungsprozess besteht also darin, *Öffentlichkeit her- und sicherzustellen*”.¹⁸¹ Für den Einzelnen wird es zwar immer einfacher sich Informationen anzueignen, allerdings fehlt ihm eine öffentliche Diskussion dieser Informationen. Psychologische und ökonomische Erleichterungen des Zugangs zu Kulturgütern, wie die Anpassung des Inhalts an die Bedürfnisse der Masse und niedrige Preise durch Taschenbücher, haben längerfristig zur Entstehung von Infotainment, der Yellow Press und ähnlichen Formaten geführt. Das einst kulturräsonierende Publikum wird zu einem kulturkonsumierenden Publikum.¹⁸²

Öffentlichkeit wird zur Sphäre der Veröffentlichung privater Lebensgeschichten, sei es, dass die zufälligen Schicksale des sogenannten kleinen Mannes oder die planmäßig aufgebaute Stars Publizität erlangen, sei es, dass die öffentlich relevanten Entwicklungen und Entscheidungen ins private Kostüm gekleidet und durch Personalisierung bis zur Unkenntlichkeit entstellt werden.¹⁸³

Vor diesem Hintergrund stellt die sogenannte “Confessional Culture” den nächsten logischen Schritt im Strukturwandel der Öffentlichkeit dar. Die Vereinzelung setzt sich fort, weil jeder alleine vor seinem Computer sitzt und ins Web 2.0 eintaucht, wo er freiwillig Details aus seinem Privatleben veröffentlicht. Der Zugang gestaltet sich noch einfacher und billiger als früher zum Taschenbuch, das Literatur für die Masse erschwinglich gemacht hat. Dabei gibt der Einzelne Privates preis und kann selbst als Amateur zu allem seine Meinung in Form von Ratings und Kommentaren abgeben. “Der entprivatisierte Intimbereich wird publizistisch ausgehöhlt, eine entliteralisierte Pseudo-

¹⁷⁸ Habermas (1990), S. 243.

¹⁷⁹ vgl. *ibid.* S. 229ff.

¹⁸⁰ Plessner, Helmuth (1960). “Das Problem der Öffentlichkeit und die Idee der Entfremdung”. *Göttinger Universitätsreden*, 28, Göttingen: Vandenhoeck, S. 9.

¹⁸¹ Baacke (1997), S. 10.

¹⁸² vgl. Habermas (1990), S. 256ff.

¹⁸³ *ibid.* S. 262.

öffentlichkeit zur Vertrauenszone einer Art Überfamilie zusammengezogen".¹⁸⁴ Die Social Network Site fungiert unter diesem Gesichtspunkt als "soziale Heizdecke". Sie trägt dazu bei, dass die Trennung von öffentlich und privat weiter verschwimmt. Der Einzelne kann in den eigenen vier Wänden, ja sogar in seinem Schlafzimmer, über den Computer an die Öffentlichkeit treten. In dieser neuen Öffentlichkeit ist er, im Unterschied zu den von Habermas kritisierten, traditionellen Medien wie Radio und Fernsehen, Sender und Empfänger zugleich.¹⁸⁵ Allerdings werden auf Social Network Sites größtenteils belanglose Alltäglichkeiten mit Freunden besprochen. Aktionen wie die Grassroot-Kampagne von Barack Obama, die Besetzung des Wiener Museumsquartiers¹⁸⁶ und die Studentenproteste 2009,¹⁸⁷ bei denen sich eine aktive Öffentlichkeit konstituiert, bilden die Ausnahme.¹⁸⁸ Wie Marx schon in Bezug auf die bürgerliche Öffentlichkeit eingewendet hat,¹⁸⁹ bilden sich auch im Web 2.0 neue Formen der Herrschaftsgewalt. Vermeintlich basisdemokratische Ratings und Votings erwecken nur den Anschein wahrer Gleichberechtigung.¹⁹⁰ Habermas' Befürchtung einer refeudalisierten Gesellschaft, die weder rational noch diskutant ist, hat sich aber nicht ganz bewahrheitet.¹⁹¹

Social Network Sites erwecken außerdem den Eindruck höherer Authentizität als andere Formate der Geständniskultur, weil sie zum Beispiel im Gegensatz zum Fernsehen nicht für jedermann offensichtlich moderiert, inszeniert oder dramaturgisch aufbereitet werden.

¹⁸⁴ Habermas (1990), S. 250.

¹⁸⁵ *ibid.* S. 261.

¹⁸⁶ vgl. Marits, Mirjam (2009). "Museumsquartier: Aufruhr um neue Hausordnung". *Die Presse*, 8. Juni, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/panorama/wien/485664/index.do?from=suche.intern.portal>.

¹⁸⁷ vgl. Schwarz, Christoph (2009). "Die Tücken der Onlinerevolution". *Die Presse*, 23. Oktober, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/techscience/hightech/517218/index.do?from=suche.intern.portal>.

¹⁸⁸ vgl. auch Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels & Gebel, Christa (2009). "Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher: Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen". Erster Teil der Studie *Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche*. München: Institut für Medienpädagogik. Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf S. 74ff. Dieses Phänomen wird unter anderem als "Slacktivism" bezeichnet. vgl. z. B. Morozov, Evgeny (2009). "The brave new world of slacktivism". *Foreign Policy*, 19. Mai, Zugriff am 15. Mai 2010 unter http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism.

¹⁸⁹ vgl. Habermas (1990), S. 201ff.

¹⁹⁰ vgl. Reichert (2008), S. 7, 13ff.

¹⁹¹ vgl. Habermas (1990), S. 326, 337.

Sie zeigen den vermeintlichen Alltag des Menschen.¹⁹² Der Einzelne kann selbst entscheiden, welches Profil oder welches Fotoalbum er sich als nächstes ansieht. Im Gegenzug erklärt er sich bereit, seine Anonymität aufzugeben.

Mead und Goffman zeigen auf, dass der Mensch ein gesellschaftliches Wesen ist und ein Publikum beziehungsweise soziale andere benötigt. Nur durch die Rückmeldung in sozialer Interaktion können Erfolge erlebt und Erfahrungen in das Selbst integriert werden.¹⁹³ Das Bedürfnis nach sozialer Interaktion hat vermutlich maßgeblichen Anteil an der Entwicklung des anonymen World Wide Web zum personalisierten Web 2.0. Nicht Konzerne und Software-Unternehmen haben das Web 2.0 geschaffen. Der Prozess ist aus der Gesellschaft selbst hervorgegangen. Wie das Telefon, hat sich auch das Internet “diese soziale Gebrauchsweise im Laufe seiner ‘kulturellen Biographie’ (Kopytoff 1988) erst erobert”.¹⁹⁴ Indem der Einzelne das Medium gebraucht, modifiziert er es und dessen Bedeutung. “Der Amateur greift aktiv in den Produktionsprozess seines Mediums ein”.¹⁹⁵ Die Relevanz der Personalisierung von Web-Inhalten für den Einzelnen, zeigt sich zum Beispiel an der Entstehung der MySpace-Themes. Das Aussehen eines Nutzerprofils konnte ursprünglich nur durch eine Programmierlücke adaptiert werden. Die User nutzten diese aus und passten ihre Profile mit CSS an. Die Betreiber reagieren auf diese Nutzungspraktik, sodass personalisierte Themes und Layouts heute ein integraler Bestandteil von dieser Social Network Site sind.¹⁹⁶ Die sozialen Nutzungspraktiken sind ebenso verantwortlich, dass Google Orkut in den USA weitgehend abgelehnt, aber in Brasilien äußerst stark genutzt wird.¹⁹⁷ In Österreich ist die Plattform Bebo größtenteils

¹⁹² vgl. Peters, Kathrin & Seier, Andrea (2009). “Home Dance: Mediacy and Aesthetics of the Self on YouTube”. Snickers, Pelle & Vonderau, Patrick (Hg.). *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library, S. 187ff.

¹⁹³ vgl. Mead (1973), S. 287ff; Goffman (2003), S. 187.

¹⁹⁴ Steinhardt, Gerald (2002). “Das Subjekt im Netz: Identität und Kommunikation im Zeitalter des Internet”. *Psychosozial*, 25. Jg, Heft III, Nr. 89, Gießen: Psychosozial, S. 28.

¹⁹⁵ Daniels, Dieter (2002). *Kunst als Sendung: Von der Telegrafie zum Internet*. München: Beck, S. 185.

¹⁹⁶ vgl. boyd (2007a), S. 4ff.

¹⁹⁷ vgl. boyd, danah m. & Ellison, Nicole B. (2007). “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), S. 210ff.

unbekannt, während sie in Großbritannien hinter Facebook auf Platz 2 in der Nutzerstatistik liegt.¹⁹⁸

Ohne den technischen Fortschritt, wie Breitbandverbindungen und Flatrates, wäre die “Participatory Culture” selbstverständlich undenkbar. Neue Technologien wie Ajax tragen zu höherer Usability bei und erleichtern es einem unerfahrenen User, sich im Internet zurechtzufinden. Der Hauptgrund für die große Verbreitung von Social Network Sites besteht aber in der sozialen Komponente. Es bereitet dem Einzelnen Vergnügen, mit anderen zu interagieren. Neugier spielt ebenfalls eine entscheidende Rolle. Social Network Sites laden den User zum Beispiel mit ihrem Aufbau und diversen Funktionen ein, sich durch die Profile und Fotos anderer zu klicken und Neues zu entdecken.¹⁹⁹

1.2.3 Die Jugend im Web 2.0

Jugendlichen wird häufig nachgesagt, dass sie sich schneller als Erwachsene mit neuen Technologien zurechtfinden. Was den technischen Umgang betrifft, mag dies oft zutreffen. Doch auf inhaltlicher Ebene ist dies fraglich.²⁰⁰

Es ist ein populärer Irrtum zu glauben, dass schon Kinder im Umgang mit neuen Technologien kompetenter seien als Erwachsene – sie sind meist nur unbefangener am Computer und im Internet. Die Mystifizierung einer “generation @” hält der wissenschaftlichen Untersuchung nicht Stand.²⁰¹

Auf jeden Fall sind Jugendliche offener für neue Technologien und stehen ihnen unvoreingenommen gegenüber. Nach Erikson versuchen Jugendliche, ihre Identität zu festigen und mit aktuellen Leitbildern und Technologien zu verknüpfen. Medien sind für

¹⁹⁸ Lawrence, Helen (2009). “Bebo”. *Social Media Statistics*. Zugriff am 21. April 2010 unter <http://socialmediastatistics.wikidot.com/bebo> ;

vgl. auch Näser, Torsten (2008). “Authentizität 2.0: Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ‚Echtheit‘ im Videoportal YouTube”. *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 9, Beitrag 2. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2_2008_Naaser.pdf .

¹⁹⁹ vgl. Hart, Jennefer et. al. (2008). “Exploring the Facebook Experience: A New Approach to Usability”. *Proceedings of the 5th Nordic conference on Human-computer interaction*, S. 471ff.

²⁰⁰ vgl. Dörken-Kucharz, Thomas & Aufenanger, Stefan (2008). *Medienkompetenz: Zauberwort und Leerformel des Jugendmedienschutzes?* Baden: Nomos, S. 12f.

²⁰¹ Schulmeister, Rolf (2009). *Gibt es eine “Net Generation”?* Hamburg: Universität. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.zhw.uni-hamburg.de/uploads/schulmeister_net-generation_v3.pdf .

sie generell der "zentrale identitätsstiftende Faktor".²⁰² Jeder von ihnen kennt Harry Potter und jeder kennt MySpace. Social Network Sites bieten ihnen eine neue Möglichkeit, ihr Selbstgefühl innerhalb der Peer Group und der Gesellschaft zu bestätigen. Der rasche Wandel der Gesellschaft in der Moderne erschwert diesen Prozess.²⁰³ Waren gestern noch MySpace und Twitter "in", sind heute Foursquare und Chatroulette angesagt.

Jugendliche kommen einem Großteil ihrer Tätigkeiten online nach. Dabei unterscheiden sie bei ihren Teilidentitäten nicht zwischen online und offline, sondern mit welcher Gruppe sie, auf welche Art auch immer, in Kontakt treten.²⁰⁴ Mit Goffmans Terminologie können verschiedene Applikationen und Programmfenster von Instant Messenger, Social Network Plattform und Onlinespiel als verschiedene Regionen bezeichnet werden. Multitasking am Computer entspricht somit dem schnellen Wechsel von Teilidentitäten und Darstellungen. Der Umgang Jugendlicher mit Computern und dem Internet unterscheidet sich von dem Erwachsener. E-Mail ist für die meisten Erwachsenen noch immer das wichtigste Kommunikationsmittel im Internet. Deshalb verbinden Jugendliche E-Mail mit der Welt der Erwachsenen. Sie sind oft gezwungen, E-Mails zu versenden, wenn sie sich an Lehrer oder andere Erwachsene wenden wollen. Um mit Freunden in Kontakt zu treten, werden andere Kanäle bevorzugt. Einerseits können sich die Jugendlichen dadurch von der Erwachsenenwelt und der damit verbundenen Teilidentität abgrenzen. Andererseits bieten Instant Messaging und Social Network Sites technische Vorteile.²⁰⁵

Erwachsene nutzen Social Network Sites eher für Networking im eigentlichen Sinn. Jugendliche verbringen die meiste Zeit auf solchen Plattformen, um durch Kommentare, Statusnachrichten oder Fotos in Kontakt mit schon bestehenden Freunden zu treten. Beiden Gruppen stehen dieselben technischen Mittel zur Verfügung, aber beide Gruppen haben unterschiedliche, an ihre Bedürfnisse angepasste Nutzungspraktiken entwickelt.²⁰⁶ Der Zugang Jugendlicher zu Social Network Sites wird vielfach als "Spielplatz" für die

²⁰² Petsch, Barbara (2009). "Lasst uns träumen". Interview mit Rudolf Simek, *Die Presse am Sonntag*, 20. Dezember, S. 42.

²⁰³ vgl. Erikson (1973), S. 46.

²⁰⁴ vgl. Thomas, Angela (2007). *Youth Online: Identity and Literacy in the Digital Age*. New York: Lang, S. 163ff.

²⁰⁵ vgl. Subrahmanyam, Kaveri & Greenfield, Patricia (2008). "Online Communication and Adolescent Relationships". *The Future of Children*, 18(1), S. 124ff.

²⁰⁶ vgl. boyd, danah m. (2008b). "Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics". Diss. University of California, S. 116f.

Entwicklung von Identität, Intimität und Sexualität bezeichnet.²⁰⁷ Jugendliche haben schon früher Orte, an denen sie sich von den Erwachsenen abkapseln und unter sich sein können, aufgesucht. Dazu zählen öffentliche und halböffentliche Räume, wie Einkaufszentren und Parkplätze im späten 20. Jahrhundert. Dort verbringen sie Zeit mit Freunden, kommunizieren und handeln ihre Identität aus. An diesen Orten, können die Eltern keine Kontrolle über die Jugendlichen ausüben. Selbst zu Hause wird der Alltag der Jugendlichen auf vielfache Weise von den Eltern strukturiert. Social Network Sites eröffnen ihnen einen neuen Raum, in dem sie Zeit in der Peer Group verbringen können. Außerdem werden raumzeitliche Distanzen aufgehoben.²⁰⁸ danah boyd [sic] bezeichnet Social Network Sites als “Networked Publics”:

Networked publics connect people through networked technology and create public spaces through networked technology in which people can come together. User-generated content is a core part of networked publics. People don't just consume together - they produce together. And, ideally, they consume and produce as part of everyday participation.²⁰⁹

Herkömmliche Websites sucht der Einzelne wegen der Informationen, die er sich dort zu finden erhofft, auf. Social Network Sites werden primär wegen Freunden besucht. Rolf Schulmeister gibt in *Gibt es eine “Net Generation”?* einen detaillierten Überblick über den Forschungsstatus zum Thema Digital Natives und kommt zu der Conclusio, “dass die neue Kulturtechnik für diejenigen, die mit ihr aufgewachsen sind, keine neue Kulturtechnik ist wie für die Älteren, sondern ein Alltagswerkzeug, dessen vorwiegender Zweck die Kommunikation ist, um den Kontakt zu den Peers zu erhalten und zu organisieren”.²¹⁰

1.2.4 Social Network Sites

1.2.4.1 Begrifflichkeit

Das Konzept des *sozialen Netzwerks* erlaubt, die Einbettung des Individuums in der Sozialität differenzierter zu beschreiben. Neben persönlichen Netzwerken (enge Verwandte, intime Freunde) und eher intim gestalteten Zonen (Familie) gibt es auch solche, die eher auf die Produktivität oder

²⁰⁷ vgl. Subrahmanyam/Greenfield (2008), S. 124ff; Subrahmanyam et al. (2004), S. 4;

Siibak, Andra (2009). “Constructing the Self through the Photo selection: Visual Impression Management on Social Networking Websites”. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1). Zugriff am 21. April 2010 unter <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1>.

²⁰⁸ vgl. boyd (2008b), S. 176.

²⁰⁹ boyd, danah m. (2008a). “Understanding Socio-Technical Phenomena in a Web2.0 Era”. *MSR New England Lab Opening*, Cambridge, 22. September.

²¹⁰ Schulmeister (2009), S. 115.

Effektivität angelegt sind (Ökonomie, Politik) oder andere, die ausschließlich formalen Charakter haben (Zugehörigkeit zu einer Steuergruppe).²¹¹

Diese Definition von Baacke bezieht sich auf die sozialen Netzwerke im Alltag des Menschen. Sie erfüllen vor allem den Zweck der sozialen Unterstützung des Individuums. Social Network Sites versuchen dieses Konzept zu implementieren und können folgendermaßen definiert werden:

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (i) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (ii) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (iii) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.²¹²

In der Literatur sind unzählige Definitionen von Social Networking Sites, Online Social Networks und Social Network Services zu finden.²¹³ Die hier angeführte Begriffsbestimmung von danah boyd [sic] wird häufig als Referenz genannt. Sie greift bewusst auf den Terminus der Social Network Site zurück, um diese Plattformen klar von Networking im eigentlichen Sinn abzugrenzen. Facebook, Bebo oder MySpace dienen eher dazu, sich und sein Netzwerk zu präsentieren und mit Bekannten zu kommunizieren. Selbstverständlich können auch neue Kontakte über diese Plattformen geknüpft werden. Wie sich später noch zeigen wird, handelt es sich dabei aber um die Ausnahme.

Social Network Sites zeichnen sich dadurch aus, dass sie am Individuum orientiert sind und durch diverse Rating-, Voting- und Comment-Funktionen rückgekoppelt sind. One-to-Many-Kommunikation erlaubt es, die Beziehung zu einer großen Zahl an Kontakten einfach aufrechtzuerhalten. Nicht die Daten auf der Plattform, sondern die Verknüpfungen zwischen ihnen bieten den primären Mehrwert. Ihre Funktionen unterstützen das Individuum beim Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement.²¹⁴

Social Network Sites lassen sich nach Themenschwerpunkt grob in berufsorientierte Plattformen, wie LinkedIn und Xing, interessenorientierte, wie das rund um Musik

²¹¹ Baacke (1997), S. 22.

²¹² boyd/Ellison (2007).

²¹³ vgl. z.B. Treese, Win (2008). "Social Network? Which One?" *netWorker*, 12(1), New York: ACM, S. 13f; Ellison, Nicole/Steinfeld, Charles & Lampe, Cliff (2006). "Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook". *Annual Conference of the International Communication Association*, Dresden.

²¹⁴ vgl. Landler (2009), S. 35f.; Paulschin (2008), S. 21.

gestaltete MySpace, und allgemein sozialorientierte Sites einteilen. Letztere können oft nach geografischen oder demografischen Merkmalen unterteilt werden. StudiVZ und Facebook waren beispielsweise in den Anfangsjahren grundsätzlich an Studenten gerichtet.²¹⁵ Medienorientierte Netzwerke, wie YouTube und Flickr, und virtuelle Onlinewelten, wie SecondLife, werden in dieser Arbeit von Social Network Sites abgegrenzt und nicht näher behandelt.

Die erste Plattform, auf die diese Definition zutrifft, wird 1997 ins Leben gerufen und nach dem Konzept der "Six Degrees of Separation"²¹⁶ SixDegrees.com benannt. Die einzelnen Funktionen sind zwar schon früher von anderen Websites angeboten worden, werden aber auf SixDegrees.com zum ersten Mal zu einer Social Network Site zusammengefasst. Die Plattform ist allerdings ihrer Zeit voraus. Das Konzept kann sich nicht durchsetzen und die Seite muss im Jahr 2000 geschlossen werden. "Looking back, its founder believes that SixDegrees was simply ahead of its time".²¹⁷ Dennoch treten ab diesem Zeitpunkt immer wieder Social Network Sites in unterschiedlicher Ausprägung auf.

Die zweite Welle der Social Network Plattformen wird von Ryze.com, Tribe.net, LinkedIn und Friendster ausgelöst. Diesmal werden sie von den Usern akzeptiert und sind sogar dermaßen erfolgreich, dass der Begriff "YASNS", "Yet Another Social Networking Service", geprägt wird.²¹⁸ 2004 setzt ein enormer Zustrom an Jugendlichen zu MySpace ein. Anfänglich treten viele bei, um die Aktivitäten ihrer Lieblingsbands zu verfolgen. Später registrieren sich viele, weil ein Großteil ihrer Freunde schon dabei ist. Erst durch die Übernahme von MySpace durch Rupert Murdochs News Corporation um 580 Millionen US-Dollar wird 2005 auch die breite Masse auf Social Network Sites

²¹⁵ vgl. Landler (2009), S. 42;

Brandtzæg, Petter B. & Heim, Jan (2007). "User loyalty and online communities: why members of online communities are not faithful". *Proceedings of the 2nd international conference on intelligent technologies for interactive entertainment*, S. 2.

²¹⁶ vgl. Kapitel 1.3.2.2.

²¹⁷ boyd/Ellison (2007).

²¹⁸ ibid.

aufmerksam. Ab diesem Zeitpunkt setzen ebenfalls erste Meldungen über die Gefahren dieser neuen Technologie, vor allem über sexuelle Belästigung von Minderjährigen, ein.²¹⁹

Die Kernkomponenten aller Social Network Sites sind sehr ähnlich und variieren in ihrer Ausprägung abhängig vom Schwerpunkt der jeweiligen Plattform und dem damit einhergehenden Publikum. Die Basis jedes Netzwerks bildet das persönliche Profil. Dieses muss nach dem Registrieren als Formular ausgefüllt werden. Es umfasst neben einem Profilfoto normalerweise demografische Daten wie Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus, Kontaktinformationen und Interessen. Meist steht es dem Einzelnen frei zu entscheiden, welche Daten er angibt und welche Daten nur für sein Netzwerk sichtbar sind. Oft können Multimedia-Inhalte, wie Videos und Fotos, eingebunden und Design und Layout an den persönlichen Geschmack angepasst werden. Interaktion zwischen den Teilnehmern kann auf vielfache Art erfolgen. Dazu zählen Privatnachrichten, eine öffentliche Pinnwand auf der Profilseite, ein Privatchat, diverse Diskussionsforen, das Verlinken und Kommentieren von Fotos und Statusmeldungen. Außerdem kann der User Gruppen zu bestimmten Themenbereichen beitreten oder Fan von Bands und anderem werden. In letzter Zeit gewinnen auch kleine Spiele und Anwendungen an Popularität.²²⁰

Die Plattformen Facebook, MySpace, StudiVZ, Netlog und Epos4 werden im folgenden Abschnitt näher vorgestellt. Sie zählen zu den populärsten Netzwerken²²¹ und werden von den Teilnehmern der Gruppendiskussionen genutzt. Eine detaillierte Analyse des vollständigen Funktionsumfangs jeder dieser Plattformen ist in Hinblick auf die Fragestellung dieser Arbeit nicht von Relevanz. Die Unterschiede, die für die Jugendlichen wichtig sind, werden in der Analyse der Gruppendiskussionen ausführlich behandelt. Diese Social Network Sites verlangen zur Registrierung Vorname, Nachname, Geburtstag, Geschlecht, eine gültige E-Mail-Adresse und ein Passwort. Zusätzlich ist auf StudiVZ die

²¹⁹ vgl. boyd/Ellison (2007);

Reedy, Sarah (2008). "From MySpace to the office space". *Connected Planet Online*, 16. Juni, Zugriff am 21. April 2010 unter http://connectedplanetonline.com/ims/news/telecom_myspace_office_space/index.html.

²²⁰ vgl. boyd/Ellison (2007).

²²¹ Schaeferberger, Michael (2010). "Chancen und Gefahren von Online Communities, quantitative Ergebnisse: Studie über die Nutzung von Online Communities durch Kinder und Jugendliche in Österreich". *Saferinternet.at/Jugendkultur.at*, Institut für Jugendkulturforschung. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.saferinternet.at/fileadmin/files/Online_Communities_Studie/Ergebnisse_Safer_Internet_Quantitativ_Ultimativ.pdf.

Angabe der Hochschule nötig. Alle Plattformen weisen umfassende, feingranuläre Privacy-Optionen auf.

1.2.4.2 “Facebook helps you connect and share with the people in your life”²²²

Facebook wurde ursprünglich als Plattform für Studenten gegründet, öffnete sich aber 2006 für alle Teilnehmer und ist mit mittlerweile über 400 Millionen aktiven Usern die größte Social Network Site.²²³ Die Ausrichtung von Facebook ist klar formuliert: “Facebook is a social utility that helps people communicate more efficiently with their friends, family and coworkers”.²²⁴ Die Interaktion zwischen den Teilnehmern wird durch den Feed auf der Startseite, der alle Handlungen auf Facebook von Freunden zusammenfasst, gefördert. “We’ve noticed that people are more likely to become active users if they enter a dense, active network”,²²⁵ erklärt Jeff Hammersbacher, ein Forschungsmitarbeiter von Facebook. Anzumerken ist, dass auf Facebook der Name und die Liste der Freunde für jeden sichtbar ist. Der Zugang zu den übrigen Daten kann vom User festgelegt werden.

1.2.4.3 MySpace - “A Place For Friends”²²⁶

Gegründet 2004 war MySpace lange Zeit die populärste Social Network Site. Obwohl MySpace eigentlich nicht unbedingt als Plattform für Musiker konzipiert war, entwickelte sie sich auf Grund der Nutzer bald in diese Richtung und konnte sich dadurch vom damaligen Hauptkonkurrenten Friendster abgrenzen. Musiker sahen in MySpace eine kostengünstige Möglichkeit für Werbung und Ankündigungen.²²⁷ Vor allem Jugendliche fühlten sich wegen dieser Ausrichtung angesprochen. Heute beschreibt sich MySpace als “technology company connecting people through personal expression, content, and

²²² Facebook (2010). Startseite. Zugriff am 21. April 2010 unter www.facebook.com.

²²³ “Press Room: Statistics” (2010). Facebook. Zugriff am 21. April 2010 unter <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.

²²⁴ “Press Room: About” (2010). Facebook. Zugriff am 21. April 2010 unter <http://www.facebook.com/press.php>.

²²⁵ Howard, Bill (2008). “Analyzing Online Social Networks”. *Communications of the ACM*, 51(11), S. 16.

²²⁶ MySpace (2010). Startseite. Zugriff am 21. Februar 2010 unter www.myspace.com.

²²⁷ vgl. Rosenblum, David (2007). “What Anyone Can Know: The Privacy Risks of Social Networking Sites”. *IEEE Security and Privacy*, 5(3), S. 42; boyd/Ellison (2007), S. 8

culture”.²²⁸ Dieses Konzept schlägt sich bereits auf der Startseite, die Werbung für Musik und Film beinhaltet, nieder. MySpace wird von drei Hauptgruppen, nämlich Künstlern, Jugendlichen und der “post-college urban social crowd”, genutzt.²²⁹

1.2.4.4 StudiVZ - “Bist Du schon drin?”²³⁰

Das Studienverzeichnis, kurz StudiVZ, wurde 2005 gegründet und zählt heute neben dem SchülerVZ und MeinVZ für Berufstätige zu den VZ-Netzwerken. Diese weisen gemeinsam 16 Millionen registrierte Nutzer auf, wobei 6 Millionen zum StudiVZ zählen. Dieses ist auf Studenten im deutschsprachigen Raum ausgerichtet.²³¹ Auf Grund der großen Ähnlichkeit zum Vorreiter Facebook, wurden Plagiatsvorwürfe laut.²³² Während Facebook seitdem kontinuierlich weiterentwickelt wird, ist StudiVZ bis auf kleine Änderungen unverändert. Die Privacy ist standardmäßig auf “unsichtbar” gesetzt. Ein neues Profil scheint für andere also erst auf, wenn der User seine Sicherheitseinstellungen anpasst.

1.2.4.5 Netlog

Netlog wurde im Jahr 2000 gegründet und auf den gesamteuropäischen Markt zugeschnitten.²³³ “Netlog ist eine Online Plattform, auf der sich User kennenlernen und ihr soziales Netzwerk erweitern können. Es ist ein soziales Online Portal, speziell auf die europäische Jugend ausgerichtet”.²³⁴ Die Plattform wird mittlerweile in 20 Sprachen angeboten und ist vor allem in Österreich, der Schweiz, Italien, Belgien, Rumänien und der Türkei beliebt. Insgesamt sind über 60 Millionen User registriert, fast vier Millionen davon entfallen auf den deutschsprachigen Raum.²³⁵ Der Aufbau der Seite lädt zum Entdecken von neuen Profilen und Veranstaltungen ein. Es gibt sogar eine maßgeschneiderte Privacy-

²²⁸ “Press Room” (2010). *MySpace*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.myspace.com/pressroom>.

²²⁹ boyd/Ellison (2007), S. 9.

²³⁰ *StudiVZ* (2010). Startseite. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.studivz.net>.

²³¹ vgl. “Über uns”, (2010). *StudiVZ*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.studivz.net/l/press>.

²³² vgl. Bakst, Alex (2006). “Internet Start-Up auf Deutsch: StudiVZ Takes on Facebook”. *Spiegel Online*, 11. Juli, Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.spiegel.de/international/0,1518,446353,00.html>.

²³³ vgl. Abboud, Leila (2010). “How Netlog Leaps Language Barriers: Diversity Challenges Belgian Social-Networking Web Site”. *The Wall Street Journal*, 1. November, Zugriff am 22. April 2010 unter http://online.wsj.com/public/article/SB119387616952078433-jqe372LNIRy_8HI5PymOiR5Ff84_20071201.html?mod=tff_main_tff_top.

²³⁴ “Über Netlog: Impressum” (2010). *Netlog*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://de.netlog.com/go/about>.

²³⁵ “Statistiken” (2010). *Netlog*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://de.netlog.com/go/about/statistics>.

Einstellung “Neue Leute kennen lernen”. Dennoch kann die Sichtbarkeit des Profils auch auf das persönliche Netzwerk eingeschränkt werden.

1.2.4.6 Epos4

Epos4 ist wegen seiner regionalen Ausrichtung auf das niederösterreichische Waldviertel außerhalb dieser Region relativ unbekannt. Die Gründer selbst charakterisieren die Plattform als “unabhängigen Jugendverein”, der sich die “Förderung der Jugend- bzw. Jugendkultur der Region zum Ziel gesetzt” hat.²³⁶ Sie wurde 2002 ins Leben gerufen und wies zu diesem Zeitpunkt neben Artikeln zu diversen Themen eine Profil-, Chat- und Nachrichtenfunktion auf. Mittlerweile entspricht der Funktionsumfang dem einer durchschnittlichen Social Network Site. Epos4 hält derzeit bei rund 45 000 Usern. Der regionale Schwerpunkt wird in Werbung für Veranstaltungen und Event-Fotos widergespiegelt. Die für eine Social Network Plattform untypische öffentliche Chatfunktion ist ein Relikt aus den Anfangsjahren. Die Privacy-Optionen sind marginal. Es ist aber möglich, das Profil bis auf den Nickname leer zu lassen.

²³⁶ “F.A.Q.” (2010). *Epos4*. Zugriff am 21. Februar 2010 unter <http://www.epos4.at>.

1.3 Der Umgang Jugendlicher mit Social Network Sites

Nachdem die Grundlagen der Sozialisation und Social Network Sites dargestellt wurden, sollen die sozialen Gebrauchsweisen der Jugendlichen unter Bezugnahme auf bestehende, wissenschaftliche Literatur aus Sicht des Symbolischen Interaktionismus näher beleuchtet werden. Vor allem Goffmans Theorie erweist sich für die Analyse der Selbstdarstellung auf der Profilseite als äußerst fruchtbar. Außerdem werden der Wandel des Freundschaftsbegriffs und die Interaktion mit den Werkzeugen der Social Network Sites erläutert. Besonderes Augenmerk wird auf Unterschiede in der Nutzung auf Grund von sozioökonomischem Status und Region gelegt. Abschließend werden die mit Social Network Sites verbundenen Risiken zusammengefasst.

1.3.1 Selbstdarstellung auf der Profilseite

Nach Goffman versucht der Einzelne den Eindruck, den er bei den anderen hinterlässt, zu kontrollieren. Wie bereits in Kapitel 1.1.3 erläutert, kann diese Selbstdarstellung auf Grund des umfassenden Ausdrucksrepertoires zahlreiche Ausprägungen annehmen. Die Autobiografie ist wohl eine der bekanntesten und ältesten Formen. Dabei handelt es sich um eine Retrospektive auf das eigene Leben, bei der es die gesellschaftlichen Konventionen und Erwartungen beinahe fordern, sich etwas idealisiert darzustellen.²³⁷ Neben dem Tagebuch können auch Videos, Gedichte oder Musik als Instrumente der Selbstdarstellung herangezogen werden. Vor allem das Stammbuch beziehungsweise das Poesiealbum, in dem Freundschaften und Erinnerungen gesammelt werden, erlebt im Web 2.0 in Form der Social Network Sites eine Renaissance.²³⁸

²³⁷ vgl. Mummendey (1990), S. 18ff.

²³⁸ vgl. Horn, Sebastian (2007). "Facebook: Virtueller Nebenschauplatz der Gegenwart". *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 19 (N.F. 7) 3, S. 126.

1.3.1.1 Einrichten eines Profils

Die Verbreitung von Social Network Sites und die damit verbundene Selbstdarstellung in Onlineprofilen reduzieren die Anonymität im Internet. Zwar ist es möglich, falsche Daten bekannt zu geben beziehungsweise erlauben manche Social Network Sites, unter ihnen Netlog und Epos4, Nicknames anstelle tatsächlicher Namen, aber durch die Verflechtung mit dem Freundschaftsnetzwerk wird ein solches Vorgehen stark eingeschränkt.²³⁹

Der erste Schritt nach dem Registrieren auf einer Social Network Site besteht im Anlegen eines persönlichen Profils. Die Herangehensweise Jugendlicher an diese Aufgabe lautet nicht, „Wie kreiere ich meine Onlineidentität?“, sondern sie überlegen, wie sie sich am besten auf der Profilseite ausdrücken können. Dieser Vorgang ist vergleichbar mit dem Einrichten und Gestalten ihres Zimmers.²⁴⁰ Einer der Hauptgründe für den Beitritt sind bereits registrierte Freunde.²⁴¹ Es ist naheliegend, dass sich ein Neuling zunächst die Profile dieser Freunde ansieht und zur Orientierung nimmt. Dadurch kann sich der Einzelne den zur Verfügung stehenden Symbolvorrat aneignen und lernen ihn richtig einzusetzen und zu interpretieren. Die Technologie der Social Network Sites legt zwar den Rahmen fest, die Darstellung selbst erfolgt aber nach sozialen Normen. Der Einzelne muss sich in die Sprache der Social Network Plattform einfinden und mit den organisierten Verhaltensweisen und Gewohnheiten vertraut werden. Erst dann kann er eine den Erwartungen seiner Freunde entsprechende Fassade in Form seines Profils errichten und sich erfolgreich darstellen.

By looking at others' profiles, teens get a sense of what types of presentations are socially appropriate; others' profiles provide critical cues about what to present on their own profile. While profiles are constructed through a series of generic forms, there is plenty of room for them to manipulate the profiles to express themselves.²⁴²

²³⁹ Zu Nicknames gab es bereits vor der Zeit von Social Network Sites Studien. Diese kommen zu dem Ergebnis, dass Nicknames und die damit einhergehende Anonymität zur Generalisierung und Sexualisierung der Kommunikation führen. Die Wahl des Nicknames fällt meist auf einen männlich oder weiblich konnotierten Namen, der oft auch sexuell aufgeladen ist, wie zum Beispiel „babe“, „hot“ oder „sexyhexy“. Der Nickname wird zu einem Symbol für das Geschlecht. Häufig beinhaltet er den a/s/l-Code: age, sex, location. Der Nickname in dieser Codierung repräsentiert die Identität in einer sehr stark reduzierten Form. vgl. boyd, danah m. (2001). „Sexing the Internet: Reflections on the Role of Identification in Online Communities“. Sexualities, Medias, Technologies, University of Surrey, 21.-22. Juni.

²⁴⁰ vgl. boyd (2008a).

²⁴¹ vgl. Wagner et al. (2009), S. 63

²⁴² boyd (2007a), S. 10.

Jugendliche verbringen mit dem Einrichten oft viel Zeit, experimentieren mit den Zeichen und tauschen Tipps aus. Hat der Einzelne die Grundlagen für den Umgang auf der Plattform erlernt, versucht er seinen eigenen kreativen Umgang mit den Zeichen unter Beweis zu stellen, um sich von den anderen abzuheben. Dadurch kann er einerseits Akzeptanz in der Gruppe erfahren und andererseits seine Einzigartigkeit zum Ausdruck bringen und versuchen soziale und persönliche Identität in Balance zu bringen. Gemäß Blumers dritter Prämisse wird die Bedeutung durch die Benützung abgeändert. Somit wird das neue Profil zum Reiz für die alten Mitglieder. Die Freunde nehmen unter Umständen als Reaktion Änderungen an ihren Profilen vor. Es handelt sich also um einen permanenten Aushandlungsprozess.

Im Alltag kann das Individuum die Darstellung mit Hilfe der Fassade, also zum Beispiel mit der Kleidung oder der Mimik, beeinflussen. Online verfügt es über keinen physischen Körper. "People must learn to *write themselves into being*".²⁴³ Jedes noch so kleine Detail eines Profils wird zu einem Teil der Darstellungsstrategie des Einzelnen. Damit die Rolle kohärent wirkt, sollte jede Komponente bewusst als Ausdruck kontrolliert werden.²⁴⁴ Die Kategorie "About Me" erlaubt meist als einziges Feld eine freie Antwort. Deshalb wird es von vielen Jugendlichen verwendet, um eine besondere Seite ihrer Identität zu zeigen. Manche fügen einen Link zu einem Musikvideo ein, andere ein Gedicht oder ein Zitat aus einem Liedtext. Da sich manche bei dieser Möglichkeit zur freien Assoziation unwohl fühlen, lassen sie das Feld auch leer. Grundsätzlich ist es den Jugendlichen ein Bedürfnis, ihre Individualität zum Ausdruck zu bringen. Bei der Analyse von MySpace-Profilen wurde festgestellt, dass Jugendliche bewusst oder unbewusst Antworten auf die Fragen nach Hobbys und Interessen angeben, die sie von ihren Freunden unterscheiden. Sie reflektieren bei ihren Angaben die Gemeinschaft, innerhalb derer die Interaktion stattfindet.²⁴⁵

²⁴³ Sundén, Jenny (2003). *Material Virtualities*. New York: Lang, zitiert nach boyd (2007a), S. 12.

²⁴⁴ vgl. auch Liu, Hugo & Maes, Pattie (2005). "InterestMap: Harvesting Social Network Profiles for Recommendations". *Workshop: Beyond Personalization*, S. 5.

²⁴⁵ vgl. boyd (2008b), S. 135.

Hat der Einzelne sein Profil fertig eingerichtet, erwartet er selbstverständlich eine Reaktion seiner Freunde.²⁴⁶ Feedback in Form eines ersten Eintrages auf der noch leeren Pinnwand wäre eine Möglichkeit. Social Network Sites erlauben dem Individuum das Überprüfen des eigenen Selbstgefühls und die Aushandlung von Identität. “The desire to be cool on MySpace is part of the more general desire to be validated by one’s peers”.²⁴⁷ Das Ziel für den Jugendlichen besteht darin, dass die eigene Wahrnehmung der Gleichheit und Kontinuität in der Zeit mit der Wahrnehmung durch die anderen identisch ist. Positive Resonanz trägt zur Festigung der sozialen Rolle, auch offline, bei.²⁴⁸ Jeder neue Kommentar von einem Freund auf der eigenen Pinnwand wird zu einem Symbol der Akzeptanz und Beliebtheit in der Gemeinschaft.

1.3.1.2 Fotos als zentrales Requisit

“Im Web 2.0 steht die Kommunikation über Bilder im Vordergrund”.²⁴⁹ Den direkten Verweis auf den physischen Körper liefert das Profilfoto. Natürlich können ganze Fotoalben hochgeladen werden, aber das Profilfoto wird am häufigsten betrachtet. Zu diesem Ergebnis kommt Michele Strano, die sich intensiv mit der Funktion des Profilfotos auseinandergesetzt hat.²⁵⁰ Der Einzelne wählt bewusst eine Aufnahme, die den Normen der Social Network Site entspricht und auf der er sich selbst als attraktiv einschätzt. Häufig handelt es sich um Schnappschüsse, auf denen der Einzelne Spaß mit Freunden hat. Dies lässt ihn sozial begehrtestenswert erscheinen und ermöglicht es den Beteiligten, sich nochmals an das Erlebte zu erinnern.²⁵¹ Jugendliche nutzen das Profilfoto auch, um die angeführten Hobbys und Interessen zu untermauern.

When emphasising the need to select photos that would display important moments in their lives, portray their personality or where they appear together with important others, the youth seem to

²⁴⁶ vgl. Lenhart, Amanda & Madden, Mary (2007). “Teens, Privacy & Online Social Networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace”. *PEW Internet Report: Teens, Social Networking, Identity, Safety*. Zugriff am 22. April unter http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf.pdf, S. 22ff.

²⁴⁷ boyd (2007a), S. 13.

²⁴⁸ vgl. Döring, Nicola (2008). “Psychische Folgen der Internetnutzung”. *Aus Politik und Zeitgeschichte: Neue Medien, Internet, Kommunikation*, 39, S. 41ff.

²⁴⁹ Richard, Birgit (2008). “Art 2.0: Kunst aus der YouTube! Bildguerilla und Medienmeister”. Richard, Birgit & Ruhl, Alexander (Hg.). *Konsumguerilla. Widerstand gegen Massenkultur*. Frankfurt/Main: Campus, S. 225.

²⁵⁰ vgl. Strano, Michele M. (2008). “User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images”. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2), Artikel 5.

²⁵¹ vgl. Zhao et al. (2008), S. 16f.

have tried to create their 'ideal self' (Higgins 1987) taken from the point of view of important others (e.g. parents).²⁵²

Sie versetzen sich bei der Auswahl also in die Rolle des verallgemeinerten Anderen. Als Beispiel nennen Ellison et al. das Profil eines Akademikers auf einer Dating-Website. Eines seiner beiden Fotos zeigt ihn vor seinem Diplom, das andere mit freiem Oberkörper. Er selbst sagt, "one is sort of [my] intellectual side and one is sort of the athletic side".²⁵³ Diese Auswahl kann auf zwei Ebenen interpretiert werden. Erstens zeigt sie, worauf er bei seiner Selbstdarstellung besonderen Wert legt, und zweitens dient sie als Beweis für seine Aussagen auf textueller Ebene. Die Funktion des Fotos als Beweismittel ist mehrfach belegt.²⁵⁴ Ein Bild wirkt auf den Besucher eines Profils glaubhafter als eine verbale Selbstbeschreibung, weil es vermeintlich schwieriger ist, sich auf einem Foto in einem besseren Licht zu präsentieren.²⁵⁵ Die Möglichkeit Fotoalben zu veröffentlichen und Personen zu Verlinken, erweitert diese Strategie. Allerdings sagen Fotos mehr aus, als dem Einzelnen vielleicht auf den ersten Blick bewusst ist. Sie erweitern die Darstellung um eine Ebene, denn auch der Hintergrund der Fotos wird zur Bühne und alle darauf sichtbaren Objekte zu Requisiten, die oft einen tiefen und vermeintlich authentischen Einblick in das Privatleben einer Person gestatten. Goffman hebt hervor, dass schon kleine Ungereimtheiten in der Gesamtheit der Darstellung das Publikum aus der Vorstellung herausreißen können. Die Ausdruckskontrolle wird durch Fotos zusätzlich erschwert.

User unter 30 neigen dazu, ihr Profilfoto regelmäßig auszutauschen.²⁵⁶ Dieser Umstand könnte darauf zurückzuführen sein, dass mit der sich verändernden Identität auch die Fotos entsprechend angepasst werden. Die Identität eines Erwachsenen weist eine gewisse Einheitlichkeit auf und er erachtet es deshalb als unnötig, sein Foto häufig zu aktualisieren.

Bei den Profilfotos hat sich auf MySpace ein besonderes Zeichen, das mittlerweile auf alle Plattformen übergegriffen hat, herausgebildet: die "MySpace Angle".

²⁵² Siibak (2009).

²⁵³ Ellison et al. (2006).

²⁵⁴ vgl. *ibid.*

²⁵⁵ vgl. auch Mummendey (1990), S. 64.

²⁵⁶ vgl. Strano (2008).

These photographs are normally self-portraits taken by holding the camera above one's head. Because the camera is only at arm's length the subject fills the entire frame, though it is the face that is featured most prominently — due to foreshortening the subject's body appears small.²⁵⁷

Aus diesem Grund werden die abgebildeten Subjekte vom Betrachter oft als attraktiver eingestuft. Diese Kameraeinstellung hat sich zu einem Internet-Meme entwickelt und umfasst mittlerweile mehrere Subgenres, die mit speziellen Posen verbunden sind, wie “asian”, “shocked” oder “emo”. Allerdings wird sie von vielen als verfälschend abgetan und hat für heftige Reaktionen bei der Onlinecommunity gesorgt. Auf YouTube sind unzählige Fan- und Hater-Clips dazu zu finden, wie zum Beispiel der “MySpace Angle Whore Song”.²⁵⁸ Der Grund für die harte Kritik könnte darin liegen, dass durch diese bewusste Verfälschung der Realität die Problematik der vermeintlichen Authentizität von Social Network Sites ins Bewusstsein der User gerufen wird. Eine der Grundsäulen des Web 2.0 und der “Confessional Culture” gerät durch Aktionen wie die MySpace Angle ins Wanken.

1.3.1.3 Multimediale Ausdrucksmittel

Neben der textuellen Beschreibung und dem Foto weisen die heutigen Profile auf Social Network Sites eine Vielfalt an multimedialen Ausdrucksmitteln zur Selbstdarstellung, wie Video, Musik, Applikationen, Spiele, Statusmeldungen und Kommentarfunktion, auf. Im Zuge einer Studie zu Facebook wurde eine Einteilung der Zeichen nach ihrem Inhalt vorgenommen.²⁵⁹

1. “Genuine Self Expressions” beziehen sich auf für den Einzelnen als wichtig empfundene Ereignisse, sei es eine Hochzeit, ein neuer Job oder neue Schuhe. Er will diese Ereignisse mit anderen teilen, weil ihm emotionelle Befriedigung nur dann zuteilwird, wenn er die Anerkennung der Leistung von einem Publikum erfährt. Waren andere an dem Ereignis beteiligt, können sie sich nochmals zurückerinnern und einen

²⁵⁷ Sessions, Lauren F. (2009). “You Looked Better on MySpace’: Deception and authenticity on Web 2.0”. *First Monday*, 14(7). Zugriff am 22. April unter <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2539/2242>.

²⁵⁸ CgsMusicVideos (2009). “MySpace Angle Whore Song”. *YouTube*. Zugriff am 22. April unter <http://www.youtube.com/watch?v=HjRxZXl0oK0>.

²⁵⁹ vgl. Sas et al. (2009a); Die Unterteilung in die Rollen “Preparation”, “Communication”, “Performance” und “Observation” wird nicht übernommen. Sas et al. meinen selbst: “The distinction between the roles [...] is a subtle one.”, S. 4349.

Kommentar abgeben. Aber auch Nichtbeteiligte können zur Interaktion angeregt werden. Ihre Reaktion fällt vermutlich in eine der folgenden beiden Kategorien.

2. Die “Appreciative Expressions” sind Zeichen der Dankbarkeit und der Anerkennung. Die vermutlich einfachste Form ist ein Klick auf “Like” unter einer Statusmeldung. Ein solcher Ausdruck muss nicht zwingend eine Reaktion auf die Handlung eines anderen sein, sondern kann auch eine spontane Grußbotschaft auf der Pinnwand eines Freundes sein, um ihm Freude zu bereiten oder aufzumuntern. Hier schwingt Meads Konzept des Nachbarschaftsgefühl mit.
3. Bei “Competitive Expressions” nimmt der Einzelne Bezug auf die Handlung eines anderen, wie zum Beispiel auf die Veröffentlichung eines neuen Foto. Ziel ist es, den anderen oder das ganze Publikum mit einem Kommentar zu unterhalten. Dies geschieht jedoch oft auf Kosten des anderen und soll das eigene Ansehen steigern. Es drängt sich ein Verweis auf Meads Überlegenheitskonzept auf,²⁶⁰ weil sich der Einzelne durch ein solches Vorgehen vorteilhaft gegenüber dem anderen positionieren kann.

“Music is cultural glue among youth”.²⁶¹ Die Relevanz von Musik als Freizeitbeschäftigung hat bei Jugendlichen außerdem signifikant zugenommen, weil sie dank iPod, MP3-Player und Handy ubiquitär geworden ist.²⁶² Vor allem MySpace profitiert von dieser Entwicklung.²⁶³ Jugendliche können mit ihrem Musikgeschmack die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Jugendkultur, wie Hip-Hop oder Emo, signalisieren. Über die Social Network Site können sie Musik mit Freunden teilen. Kommentiert beispielsweise jemand einen Song auf dem Profil eines anderen, kann er sich dadurch als “Experte” inszenieren und sein Ansehen heben.²⁶⁴

²⁶⁰ vgl. Kapitel 1.1.1.

²⁶¹ boyd (2007a), S. 4.

²⁶² vgl. Schulmeister (2009), S. 149.

²⁶³ vgl. boyd (2007a), S.4ff.

²⁶⁴ vgl. Schorb, Bernd et al. (2009). “Videoplattformen-Report 2009: YouTube und Co. – neue Medienräume Jugendlicher”. *MeMo_VP09 Medienkonvergenz Monitoring*. Universität Leipzig. Zugriff am 23. April 2010 unter http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_VP09.pdf, S. 31.

Als weiterer Trend ist “Computer-Mediated Tactility”.²⁶⁵ zu verzeichnen. Applikationen wie “SuperPoke” erlauben es Aktionen, die eigentlichen physischen Kontakt erfordern, wie “Hug”, “Pinch” oder “Throw a Sheep”, online durchzuführen. Auf der Pinnwand des anderen erscheint eine kleine Grafik mit Text. Diese Zeichen drücken physische Nähe zwischen Sender und Empfänger aus. Außerdem kann es eine Reaktion beim Publikum auslösen. In der Studie wird als Beispiel angeführt, dass es das Ansehen einer Person in der Gruppe heben kann, wenn sie von einer bestimmten Person virtuell umarmt wird. Ein vergleichbares Beispiel zur Popularitätssteigerung führt auch Goffman an: “Es ist häufig beobachtet und berichtet worden, dass ein Mädchen, das im Wohnheim ans Telefon gerufen wird, sich mehrmals rufen lässt, um alle anderen merken zu lassen, dass es angerufen wird.”²⁶⁶

Viele Social Network Sites bieten kleine, asynchrone Multiplayer-Spiele an. Zum Beispiel absolviert der Einzelne ein Wissensquiz. Ein anderer sieht das Ergebnis im Feed und will sich mit ihm messen. Da ein solches Spiel zu zwischenmenschlicher Interaktion führt, weist es eine soziale Komponente auf. Solche Spiele zeichnen sich nicht durch die Flow-Erfahrung aus, sondern sprechen die “Playfulness” im Menschen an. Playfulness “doesn’t imply absorption, skills, challenges, or even attention; also, playfulness is a mood, presenting a much longer duration than emotions, such as, for instance, ‘fun’”.²⁶⁷ Diese sozialen Spiele sind meist extrem simpel und entsprechen eher der Repräsentation eines Spiels. Sie nutzen keine aufwendige Game-Engine, sondern laufen vielmehr auf symbolischer, oft textueller Ebene ab. “Facebook Applications seem to offer just the dramatic tale of actions instead of the actions themselves”.²⁶⁸ Als Beispiel sei “Mafia Wars” auf Facebook genannt.

Johan Huizinga hat sich dem Spiel und dessen Bedeutung aus kulturwissenschaftlicher Sichtweise angenähert.²⁶⁹ Huizinga betont die Regelgeleitetheit. Das Spiel zeichnet sich

²⁶⁵ Zarghooni, Sasan (2007). “A Study of Self-Presentation in Light of Facebook”. Bakk. University of Oslo, S. 19.

²⁶⁶ Goffman (2003), S. 8.

²⁶⁷ Rao, Valentina (2008). “Facebook Applications and Playful Mood: the Construction of Facebook as a ‘Third Place’”. *Proceedings of the 12th international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era*, S. 10.

²⁶⁸ *ibid* S. 12.

²⁶⁹ vgl. Huizinga, Johan (1987). *Homo Ludens: Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Reinbek: Rowohlt, (Orig. 1938).

durch Bewegung, Spannung, Ordnung, Begeisterung und Feierlichkeit aus.²⁷⁰ Es ist außerdem eine Form der Darstellung:

Das Spiel ist ein Kampf um etwas oder eine Darstellung von etwas. Diese beiden Funktionen können sich auch vereinigen, in der Weise, dass das Spiel einen Kampf um etwas 'darstellt' oder aber ein Wettstreit darum ist, wer etwas am besten darstellen kann.²⁷¹

Er führt als Beispiel einen Pfau an, der seine Federpracht präsentiert. Indem er etwas Besonderes zeigt, hebt er sich positiv von den anderen ab. Oft ist das Spiel eine "Verbildlichung, stellvertretende Verwirklichung".²⁷² Diese Charakterisierung trifft auf die Spiele auf Social Network Sites zu, weil sie meist nur textbasiert und mit wenigen Grafiken ablaufen. Sie erlauben es dem User kurz aus dem echten Leben herauszutreten, in soziale Interaktion einzutreten und das Selbst zu bestätigen.

1.3.1.4 Kontakte

"You are who you know".²⁷³ Diese Aussage trifft selbstverständlich auch auf Social Network Sites zu. Die Freundesliste auf der Social Network Plattform ist mehr als nur ein Adressbuch. Sie wird zu einem Symbol, einem Requisit, das dem Zuseher wertvolle Informationen über den sozialen Hintergrund des Profilinhabers liefert. Freundschaften auf Social Network Plattformen sind wechselseitig und es besteht grundsätzlich keine Möglichkeit zwischen engen Vertrauten und flüchtigen Bekannten zu unterscheiden. Es wurde beobachtet, dass der Inhaber eines Profils attraktiver und sympathischer wirkt, wenn er viele Kontakte besitzt, besonders dann, wenn diese auf ihren Profilfotos attraktiv aussehen.²⁷⁴

Die Kontakte auf der Social Network Plattform entsprechen dem Ensemble der Darstellung. Das bedeutet, die Ensemblegenossen können in alle von Goffman genannten Sonderrollen, vom Denunzianten bis zum Vermittler, schlüpfen.²⁷⁵ Beispielsweise kann ein Freund die Vorstellung des Einzelnen zerstören, indem er durch einen Kommentar auf der

²⁷⁰ vgl. Huizinga (1987), S. 9ff.

²⁷¹ ibid. S. 22.

²⁷² ibid. S. 24.

²⁷³ boyd (2007a), S. 13.

²⁷⁴ vgl. Strano (2008); Walther et al. (2008), S. 36.

²⁷⁵ vgl. Goffman (2003), S. 133ff.

Pinnwand eine unwahre Darstellung enttarnt oder ein Geheimnis preisgibt. Ebenso kann er Fotos veröffentlichen, die dem Individuum unangenehm sind und im Widerspruch zu seiner Selbstdarstellung stehen.²⁷⁶ Dabei handelt es sich um eine Komponente der Vorstellung, die sich der Kontrolle des Einzelnen weitestgehend entzieht.

Nicht zu unterschätzen ist die Relevanz des Feldes über den Beziehungsstatus für Jugendliche. Viele nutzen dieses, um den Ernst, den der Partner einer Beziehung entgegenbringt, zu überprüfen, weil der andere die Partnerschaft explizit und für alle Kontakte sichtbar bestätigen muss. Die Social Network Site bietet damit ein Symbol, das den Eintritt in eine feste Beziehung formalisiert und öffentlich darstellt. Auf Facebook ist es sogar möglich, dieses Feld um einen Link auf das Profil des Partners zu erweitern.²⁷⁷

1.3.1.5 Einschränkungen und Aneignungspraktiken

Die textuelle Ebene eines Profils weckt, wie bereits erläutert, den Eindruck von Manipulierbarkeit und lässt dem Zuseher die Selbstinszenierung des Profilinehabers bewusst werden. Auch in Gegenwart eines Spiegels, einer Kamera oder eines Mikrofons verhält sich der Mensch selbstzentrierter.²⁷⁸ Deshalb legt der Zuseher erhöhtes Augenmerk auf Komponenten, die vermeintlich außerhalb der Kontrolle des Besitzers liegen, wie Fotos und Videos. Der Darsteller und Besitzer des Profils ist sich dieses Umstandes natürlich ebenso bewusst. Da der Zuseher bereits eine idealisierte Selbstdarstellung auf textueller Ebene erwartet, wird eine ebensolche vom Darsteller mehr oder weniger erzwungen.²⁷⁹ Bei der Analyse von Facebook-Profilen konnte nachgewiesen werden, dass sich die Selbstdarstellung auf Grund des genannten Phänomens verändert hat. Heute werden auf einer Profilseite weniger diskursive und mehr präsentative Symbole verwendet.²⁸⁰ Der Darsteller konzentriert sich stärker auf den Ausdruck, den er ausstrahlt, als auf den Ausdruck, den er von sich gibt.²⁸¹ Zu diesen Ausdrucksformen zählen

²⁷⁶ vgl. boyd (2007a), S. 12.

²⁷⁷ vgl. Obremski, Collin (2008). "The Interplay of Real Life and Facebook in Defining Interpersonal Romantic Relationships". *collino.net*. Zugriff am 23. April 2010 unter <http://www.collino.net/wp-content/uploads/2010/01/Collin-Obremski-The-Interplay-of-Real-Life-and-Facebook.pdf>, S. 4.

²⁷⁸ vgl. Mummendey (1990), S. 108.

²⁷⁹ vgl. Walther et al. (2008), S. 5.

²⁸⁰ vgl. Wagner et al. (2009), S. 46ff.; Zhao et al. (2008).

²⁸¹ vgl. Goffman (2003), S. 8.

beispielsweise Kontakte, Kommentare, Musik-Playlists und Fotos. Diese Vorgehensweise spiegelt auch den Prozesscharakter von Identität besser wider. Identität ist keine Substanz, die der Einzelne in Form einer Beschreibung auf einem Profil veräußern kann, sondern ein Prozess innerhalb eines Erfahrungs- und Verhaltensprozesses. Der Zuseher muss sich näher mit dem Umfeld des Einzelnen auseinandersetzen. Er kann Profile und Fotoalben von Mitgliedern der Gemeinschaft konsultieren, um sich ein Bild von der Person zu machen.²⁸²

Das Ausdrucksrepertoire der Fassade ist auf Social Network Sites trotz aller multimedialer Vielfalt im Vergleich zur Offlineinteraktion stark reduziert. Aus diesem Grund werden sogar für den Profilinehaber unbewusste Gesten vom Rezipienten interpretiert. Dazu zählen Rechtschreib- und Grammatikfehler.²⁸³ Diese werden häufig als Zeichen für mangelnde Bildung aufgefasst. Im schlimmsten Fall führt das dazu, dass er als weniger attraktiv eingestuft wird. Selbst die Uhrzeit einer Handlung auf der Social Network Site kann als Ausdrucksmittel aufgefasst werden. Befindet sich jemand oft früh am Morgen auf einer Social Network Site, kann er als Frühaufsteher identifiziert werden.²⁸⁴ Eine Untersuchung zu sogenannten "Thin Slice Judgments",²⁸⁵ bei der Fremde andere Personen anhand ihres Profils bewerten sollten, hat ergeben, dass heute die meisten Menschen, vor allem Frauen, bereits geübt in der korrekten Interpretation des eingeschränkten Ausdrucksrepertoires sind.²⁸⁶

Trotz der sozialen Gebrauchsweisen ist der User auf die technischen Vorgaben der Betreiber angewiesen. Die hochstrukturierten Profile bestehen zur einfachen Datenverarbeitung größtenteils aus Formularen mit Dropdown-Listen und Textboxen. Mit anderen Worten legen die Betreiber wichtige Elemente des Bühnenbilds fest. Die Selbstdarstellung erfolgt ähnlich wie im Big Brother Container unter "Laborbedingungen". So wie es kein

²⁸² vgl. Walther et al. (2008), S. 5;

Gosling, Samuel D./Gaddis, Sam & Vazire, Simine (2007). "Personality Impressions Based on Facebook Profiles". *International Conference on Weblogs and Social Media*, Boulder, USA, 26-28. März.

²⁸³ vgl. Lampe et al. (2007), S. 2.; Walther et al. (2008), S. 7.

²⁸⁴ vgl. Ellison et al. (2006).

²⁸⁵ Stecher, Kristin & Counts, Scott (2008). "Thin Slices of Online Profile Attributes". *International Conference on Weblogs and Social Media*, Seattle, USA, 30. März-2. April.

²⁸⁶ Evans, David C./Gosling, Samuel D. & Carroll, Anthony (2008). "What Elements of an Online Social Networking Profile Predict Target- Rater Agreement in Personality Impressions?" *International Conference on Weblogs and Social Media*, Seattle, USA, 30. März-2. April.

Verstecken vor den Kameras im Container gibt, wird auch der Bildschirm zu einer omnipräsenten Kamera. Kategorien wie “Liebesstatus” und “macht gerade” legen es dem Einzelnen nahe, Details seines Privatlebens preiszugeben. Die Vorgaben der Social Network Sites fordern institutionell hergestellte Bekenntnisse und eine standardisierte Darstellung des Alltags.²⁸⁷ Diese Standardisierung steht im Widerspruch zur freien Selbstdarstellung im Web 2.0. Ramón Reichert verwendet den Begriff des “Biografie-Legos” beziehungsweise der “Ikea-Biografie”. Der Einzelne baut sich mit den verfügbaren Steinen seine Identität zusammen. Die damit einhergehenden “Visibilitätszwänge” werden vom Einzelnen allmählich als normal akzeptiert. Wie Habermas zeigt, verschwimmen die Grenzen zwischen öffentlich und privat in der Geständniskultur.²⁸⁸

Die standardisierten Vorgaben auf der Profilseite sind allerdings nicht neutral. In den meisten Fällen wird der User als Konsument dargestellt und soll seinen Geschmack und seine Vorlieben bezüglich Konsumgütern wie Literatur, Musik, Film, Fernsehen und Ähnlichem preisgeben. So gesehen können diese Vorgaben als Bestätigung von Habermas’ These, dass sich die Öffentlichkeit von einer kulturräsonierenden zu einer kulturkonsumierenden Öffentlichkeit, innerhalb derer “Meinungsaustausch über Konsumartikel” erfolgt, entwickelt hat, gesehen werden.²⁸⁹ Für die Betreiber selbst sind die Daten primär von wirtschaftlichem Interesse und können zum Beispiel für angepasste Werbung verwendet werden. Der wirtschaftliche Aspekt der Social Network Sites wird im Kapitel 1.3.4.2 näher ausgeführt.

Ein kulturpessimistischer Standpunkt, wie Pethes ihn in *Der Test des großen Bruders: Menschenexperiment Massenmedium* vertritt, greift zu kurz. Die User entwickeln eigene Nutzungspraktiken der Vorgaben auf Social Network Plattformen. “Die Alltagskunst der Akteure im Netz besteht letzten Endes darin, trickreiche Wege und Taktiken des Umgangs mit dem auferlegten System und alternativen Modi der Selbstsetzung zu entwickeln”.²⁹⁰ Der Einzelne versucht oftmals das Beste aus den Vorgaben zu machen, sie zu untergraben

²⁸⁷ vgl. Pethes, Nicolas (2001). “Der Test des großen Bruders: Menschenexperiment Massenmedium”. Keck, Annette & Pethes, Nicolas (Hg.). *Mediale Anatomien. Menschenbilder als Medienprojektionen*. Bielefeld: Transcript, S. 351ff.

²⁸⁸ vgl. Reichert (2008), S. 72.

²⁸⁹ Habermas (1990), S. 288.

²⁹⁰ Reichert (2008), S. 72.

und zu umgehen, wie es bei den MySpace-Themes der Fall war. Als weiteres Beispiel für subversive Aneignungspraktiken kann die Gruppenfunktion auf StudiVZ genannt werden. Da die Profelfelder für die Selbstdarstellung stark beschränkt waren, wurden Gruppen zu besonderen Vorlieben und Eigenschaften gegründet, wie zum Beispiel “Ich liebe den Geruch von Regen!!” oder ““To do’-Listen abhaken macht mich glücklich”. Bei Gruppenmitgliedern scheint der Gruppenname auf der Profilseite auf. In weiterer Folge hat sich ein Diskurs mit immer bizarrer betitelten Gruppen und immer länger werdenden Gruppenlisten entwickelt. Dieser Diskurs hat sich so weit verselbstständigt, dass Gruppen wie “” zur Pinnwand bitte nach unten scrollen “” beziehungsweise “♪♪ du hast alle Gruppen gelesen...gibs zu, du stehst auf mich!♪♪” ins Leben gerufen wurden. Den Usern war es wichtig, mehr über sich auszusagen und eine ausgereifere Selbstdarstellung zu erzielen, als in den Gruppen zu diskutieren, was der ursprüngliche Zweck der Gruppenfunktion war. Ähnlich verläuft der Diskurs zur “Dislike”-Schaltfläche auf Facebook. Es besteht die Möglichkeit zu jeder Handlung eines anderen durch einen Klick auf die Schaltfläche “Like” positives Feedback zu geben. Mittlerweile wird vermutlich wegen der Vielzahl an trivialen Statusmeldungen in Gruppen wie “We Want a Dislike Option” und “100,000 strong to gain a "dislike" button.” die “Dislike”-Funktion gefordert. Ebenso fällt die Antwortfunktion auf Twitter in den Bereich der Praktiken eigensinniger Aneignung. Die Plattform hat in ihren Anfängen keine Möglichkeit geboten, um auf Tweets zu antworten. Deshalb haben User ein “@” vor den Namen des Absenders der ursprünglichen Nachricht gesetzt, um eine Antwort zu signalisieren. Heute ist dieses Symbol, sowie die genauso entstandene Retweet-Funktion mit “RT”, fixer Bestandteil von Twitter.²⁹¹

Außerdem experimentieren viele User mit den Funktionen der Social Network Sites, was als “Kommunikationsguerilla” bezeichnet werden kann.²⁹² Zu den sozialen Experimenten zählen beispielsweise Gruppen wie “1 Millionen Mitglieder in 24 Stunden? (Weltrekord) Versuch Nr.2” oder die “Doppelgänger-Week” auf Facebook: “Wechsle in dieser Woche dein Profilbild auf das Foto einer berühmten Person (SchauspielerIn, MusikerIn, SportlerIn,...), von dem/der schon mal behauptet [sic] wurde, dass du ihm/ihr ähnlich

²⁹¹ vgl. auch Java, Akshay et al. (2007). “Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities”. *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis*, S. 56-65.

²⁹² Näser (2008), n.p.

siehst... und poste diesen Text in deinem Status...” Das Besondere an diesen Aktionen ist, dass sie nicht von den Betreibern, sondern von den Usern selbst gestartet werden und sich viral verbreiten.²⁹³

1.3.1.6 Probleme der Selbstdarstellung

Für Goffman ist der Wahrheitsgehalt der Darstellung von geringer Relevanz. Reicherts Argumentation bezüglich Social Network Sites geht in eine ähnliche Richtung. Das Spiel mit Authentizität und dem Grad an medialer Inszenierung ist ein Charakteristikum aller Formate der Geständniskultur. Es ist dieser Schwebezustand zwischen Faktischem und Fiktionalem, der Spannung erzeugt und einen besonderen Reiz auf den Zuseher ausübt. Zeitvertreib und Unterhaltung stellen ja einen wichtigen Grund zur Nutzung von Social Network Sites dar. Dennoch dürfte der Schein von Authentizität für die User wichtig sein, zumindest wenn er getrübt wird. Wie bereits bei der MySpace-Angle erwähnt, führen Handlungen, welche die Authentizität infrage stellen, zu heftigen Reaktionen innerhalb der Community. Das populärste Beispiel ist “lonelygirl15”, der Vlog eines jungen Mädchens, das Details ihres Privatlebens, wie den ersten Kuss, mit der ganzen Welt über YouTube teilte. Ihre Enttarnung als Schauspielerin sorgte 2006 sogar in traditionellen Medien für Schlagzeilen. Ein vergleichbarer Diskurs wurde bereits in den Siebzigerjahren zum dokumentarischen Film geführt, mit dem Ergebnis, dass der “Dokumentarfilm aufgrund seiner medialen Eigenschaften nicht in der Lage ist, einen unverfälschten, neutralen oder wertfreien Bezug zu außerfilmischen Fakten herzustellen”.²⁹⁴ Authentizität steht stets im Spannungsfeld von historischen und gesellschaftlichen Variablen und hängt vor allem von der jeweiligen Situation ab. Der Einzelne geht an ein bestimmtes Medium mit Erwartungen und Vorwissen um den medialen Rahmen heran. Erst wenn der Inhalt selbst für seine Erwartungen in dieser Situation unwahr erscheint, kommt es zum Vertragsbruch, wie eben bei einem Fake auf der Social Network Plattform. Medium und Rezipient stehen in einem wechselseitigen Verhältnis und bestimmen gemeinsam, was als authentisch akzeptiert wird. Spezielle Handlungs- und Kommunikationspraktiken auf Social Network Sites, wie der

²⁹³ vgl. Reichert (2008), S. 28f.

²⁹⁴ Wember, Bernward (1972). *Objektiver Dokumentarfilm? Modell einer Analyse und Materialien für den Unterricht*. Berlin: Colloquium, zitiert nach Näser (2008), n.p.

informelle Stil der Mitteilungen mit Akronymen, umgangssprachlichen Ausdrücken und Inflektiven, verstärken den Eindruck von Authentizität.²⁹⁵

Goffmans Konzept von Vorder- und Hinterbühne kann auf Social Network Sites übertragen werden. Die Vorderbühne entspricht dem Profil. Hier können die bisher besprochenen Requisiten der Plattform für die Vorstellung benutzt werden und es gelten die genannten Normen und Höflichkeitsregeln. Das Profil ist für das Publikum frei zugänglich, außer der User hat mit Hilfe der Privacy-Einstellungen bestimmten Individuen den Zugriff auf sein Profil untersagt und sie zu "Außenseitern" gemacht. Handlungen auf der Hinterbühne können auf der Social Network Site in Form von Privatnachrichten und dem Privatchat oder außerhalb der Plattform per E-Mail, Instant Messaging, Handy oder persönlichem Treffen vollzogen werden.²⁹⁶ Persönliche Dinge, welche zu privat für jedermann sind oder, welche die Vorstellung stören würden, können auf der Hinterbühne besprochen werden. Der Einzelne kann auf diesem Weg Ensemblegenossen auf unpassendes Verhalten auf der Vorderbühne aufmerksam machen und sie zum Beispiel bitten, ein peinliches Foto zu entfernen. Das Bearbeiten des eigenen Profils findet ebenfalls im Schutz der Hinterbühne statt. Erst wenn der Einzelne mit den Änderungen zufrieden ist, macht er sie für das Publikum zugänglich. Feingranuläre Privacy-Optionen erlauben es dem User heute meist selbst festzulegen, wo sich die Wand zwischen den beiden Teilen der Bühne befindet. Beispielsweise können die textuellen Angaben auf der Profilseite Teil der Vorderbühne und die Fotogalerie Teil der Hinterbühne sein. Die Grenze zwischen Vorder- und Hinterbühne kann aber durchbrochen werden. Ein Foto, das Teil der Hinterbühne des Einzelnen ist, kann von einem Ensemblegenossen kopiert und über sein Profil für alle zugänglich gemacht werden. Außerdem können sich Außenseiter unter das Publikum mischen. Dies ist der Fall, wenn ein Ensemblegenosse einem Außenseiter über sein Benutzerkonto den Zugang zu einer Vorstellung ermöglicht.

Die Frage nach dem Publikum stellt grundsätzlich eines der Hauptprobleme auf einer Social Network Plattform dar. Die Selbstdarstellung erfolgt im Prinzip ohne genaue Kenntnis des Publikums. Boyd bezeichnet diese Problematik als "Unknown Audiences".²⁹⁷

²⁹⁵ vgl. Näser (2008); Paulischin (2008), S. 104.

²⁹⁶ vgl. Sas et al (2009a).

²⁹⁷ boyd/Heer (2006).

Goffman greift dieses Phänomen ebenfalls auf. Da eine Darstellung nur in Hinblick auf ein Publikum möglich ist, kann sich der Darsteller ein Publikum vorstellen.²⁹⁸ Doch auch bei diesem Lösungsversuch bleibt die Frage offen, wie sich dieses Publikum zusammensetzt. Die Art der Darstellung und die angenommene Gruppenidentität des Einzelnen ist von der jeweiligen Situation abhängig. Diese wird von der Gemeinschaft, innerhalb derer die Interaktion stattfindet, festgelegt. Bei einem Rendezvous präsentiert sich der Einzelne zum Beispiel anders als beim Weggehen mit Freunden. Die Situation auf einer Social Network Site wird durch drei Faktoren definiert.²⁹⁹ Die Architektur der jeweiligen Plattform gibt die technischen Voraussetzungen vor. MySpace lässt beispielsweise mehr kreativen Freiraum zu als Facebook. Zweitens ist die Plattform auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet. Im Fall von MySpace wären dies Musiker und Musikinteressierte. Den größten Einfluss hat das persönliche Netzwerk. Zum Beispiel beeinflusst der Freundeskreis, welche Interpreten der Einzelne kennt und auf seine Profilseite auf MySpace hinzufügt. Das Individuum wird in seinem Handeln von den Strukturen der Social Network Site und der sozialen Gemeinschaft beeinflusst und beeinflusst diese wiederum in ihrem Handeln.

Eine erfolgreiche Darstellung kann nur durch die Segregation des Publikums gelingen. Genau dies ist aber auf Grund des zentralen, öffentlichen Profils praktisch unmöglich. Jugendliche stellen sich meist ihre Peer Group als Publikum vor.³⁰⁰ Je mehr Freunde einer Social Network Site beitreten, desto wahrscheinlicher wird es, dass verschiedene Freundeskreise aufeinandertreffen. Dies erschwert eine kohärente Selbstdarstellung. Mittlerweile treten auch immer mehr Erwachsene Social Network Plattformen bei. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass sich die Darstellung Jugendlicher in der Familie von der Darstellung unter Freunden unterscheidet und Fotos existieren, die nicht unbedingt für die Eltern gedacht sind.³⁰¹

Viele User sind sich dieser Problematik bewusst. Als Ausweg reduzieren manche ihr Profil auf rudimentäre Inhalte oder tätigen unsinnige Angaben. Andere richten mehrere Profile

²⁹⁸ vgl. Goffman (2003), S. 77.

²⁹⁹ Marwick, Alice E. (2005). "Selling Your Self: Online Identity in the Age of a Commodified Internet." MA, University of Washington, S. 115ff.

³⁰⁰ vgl. Ellison et al. (2006).

³⁰¹ vgl. Zarghooni (2007), S. 10;

Lampe, Cliff/Ellison, Nicole B. & Steinfield Charles (2008). "Changes in Use and Perception of Facebook". *Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work*, S. 729.

ein oder registrieren sich auf mehreren Plattformen, um unterschiedliche Freundeskreise anzusprechen.³⁰² Einige Social Network Sites haben ebenfalls reagiert und erlauben das Einrichten von Kontaktgruppen, denen unterschiedliche Sichtbarkeitseinstellungen zugewiesen werden können. Allerdings merkt der Zuseher diese Einteilung der Kontakte. Dadurch kann sich ein Individuum zum Beispiel die Frage stellen, warum er nur zu den “Bekannten” zählt und ihm nicht das Privileg der “Freunde” zuteilwird, Fotos einzusehen.

1.3.1.7 Identitätsarbeit

Selbstdarstellung auf Social Network Sites erfordert kontinuierliche Selbstreflexivität und Self-Monitoring.³⁰³ Das Konzept des Self-Monitoring stammt von Mark Snyder und beschäftigt sich damit, wie die eigene Person im Alltagsleben möglichst wirksam zur Geltung kommt. Der Einzelne analysiert, welches Verhalten eine bestimmte Situation von ihm erfordert und wie er seine gewünschte Darstellung erreichen kann.³⁰⁴ Reichert wendet den Begriff des Selbstmanagements auf den Umgang mit Social Network Sites an. Dieses umfasst Selbstbeobachtung, Selbstinstruktion, Selbstkontrolle, Zielsetzungen und Flexibilität und berücksichtigt biografische Sozialisation, persönliche Lebensführung, kulturelles Umfeld, und berufliche Laufbahnplanung.³⁰⁵ Alle diese Konzepte weisen klare Parallelen zu Mead und Goffman auf. Die Selbstthematisierung auf Social Network Plattformen ermöglicht es dem Einzelnen, sein Leben festzuhalten, Abstand zu nehmen und sich selbst zu betrachten, zu reflektieren und sich dadurch bewusst zu verändern.³⁰⁶ Die Problematik der Publikumssegregation kann dem Einzelnen verschiedene, eventuell widersprüchliche Aspekte seiner Identität ins Bewusstsein rufen und er kann versuchen, sie so weit wie möglich zu einer widerspruchsfreien Gesamtidentität zu integrieren.³⁰⁷ Umgekehrt kann dieser Umstand auch Druck auf ihn ausüben: “Therefore, MySpace

³⁰² vgl. Zhao (2008), S. 1823.

³⁰³ vgl. boyd (2008b), S. 129f.

³⁰⁴ vgl. Mummendey (1990), S. 110.

³⁰⁵ vgl. Reichert (2008), S. 20.

³⁰⁶ vgl. Peters/Seier (2009), S. 187f;

Derartiges Verhalten kann die Extremform des “Self-Tracking”, bei dem der Alltag des Einzelnen vollständig protokolliert und in Zahlen erfasst werden soll, annehmen. vgl. z. B. Wolf, Gary (2009). “Know Thyself: Tracking Every Facet of Life, from Sleep to Mood to Pain, 24/7/365”. *Wired*, 22. Juni, Zugriff am 15. Mai 2010 unter http://www.wired.com/medtech/health/magazine/17-07/lbnp_knowthyself?currentPage=1.

³⁰⁷ vgl. Horn (2007), S. 126ff.

actually may introduce pressure for an integration of self-presentations into one that is appropriate to everyone, from your best friend who shares your value system to a distant acquaintance who may not”.³⁰⁸

So wie sich die Identität durch jede Interaktion im gesellschaftlichen Erfahrungs- und Verhaltensbereich kontinuierlich ändert und angepasst wird, können auch die Daten auf der Plattform stetig geändert und entsprechend angepasst werden.

While an outsider might see as wasted the time expended on profile updates and exchanges of the latest pictures and URLs, another interpretation is that these seemingly trivial activities are examples of online fashion, signals of social position in an information based society.³⁰⁹

Wie bei Kleidung gibt es auch auf Social Network Sites Moden und Trends. Der Einzelne kann neue oder besonders beliebte Applikationen auf sein Profil hinzufügen, die veralteten Musikvideos gegen aktuelle austauschen oder eine neues Theme installieren. Das rasche Erkennen von Trends und das Zeigen von Modebewusstsein nehmen symbolhaften Charakter an. Ein “Early Adopter” wirkt risikobereit. Er demonstriert, dass er sich in der schnelllebigen Zeit zurechtfindet und sich Veränderungen schnell anpassen kann.³¹⁰ Diese Fertigkeit stellt ein Ziel in der Jugend dar und bietet dem Einzelnen eine weitere Möglichkeit, sich durch seine *phantom uniqueness* vorteilhaft von der Masse abzuheben.

Studien haben ergeben, dass extrovertierte Menschen mit hohem Selbstwertgefühl, dieses durch die Selbstdarstellung auf der Social Network Plattform weiter ausbauen. Sie verwenden durchschnittlich mehr Wörter auf ihrem Profil, verfügen über längere Freundeslisten und laden mehr Fotos und Videos hoch. Auf den Fotos sind sie häufiger mit Freunden und auf Partys zu sehen. In Summe wirkt ihre Selbstdarstellung ausgereifter, oft auch riskanter.³¹¹ Diese Ergebnisse stimmen mit Mummendeys Ausführung überein, dass

³⁰⁸ Manago, Adriana M. et al. (2008). “Self-presentation and gender on MySpace”. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, S. 455.

³⁰⁹ Donath, Judith (2007). “Signals in social supernets”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), Artikel 12. Zugriff am 23. April 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html>.

³¹⁰ vgl. *ibid.*

³¹¹ vgl. Obremski (2008); Krämer, Nicole, C. & Winter, Stephan (2008). “Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites”. *Journal of Media Psychology*, Volume 20(3), S. 106–116.

Menschen mit schwachem Selbstwertgefühl Mitmenschen in der Interaktion weniger beeinflussen können, also weniger soziale Macht besitzen.³¹²

Selbstreflexion und Selbsterkenntnis sind aber nur der erste Schritt zur Assimilation bestehender Erfahrungen in die Identität. Die Anpassung muss auch von den anderen als solche wahrgenommen werden. Die vermeintliche Kontrolle über die Selbstdarstellung auf Social Network Plattformen wirkt irreführend. In der realen Welt hat die Selbstdarstellung eine ephemere Qualität und ist stark von der Situation abhängig. Daten im Internet sind hingegen persistent und entziehen sich oft der Kontrolle des Einzelnen. Es ist leicht möglich, dass Google völlig veraltete Daten über jemanden, alte Statusmeldungen oder Fotos zu Tage bringt. Der eigentliche Vorteil der Selbstdarstellung auf Social Network Sites kann sich unter Umständen in sein Gegenteil verkehren.³¹³

“Tools are not just added to human activity; they transform it”,³¹⁴ schreibt der russische soziohistorische Theoretiker Tikhomirov in Anlehnung an Wygotsky. Social Network Sites stellen dem Einzelnen neue Werkzeuge zur Selbstdarstellung und Identitätsentwicklung zur Verfügung und verändern diese dadurch. Zum Beispiel hat eine Studie ergeben, dass Merkmale eher in die Identität integriert werden, wenn sie auf einer Social Network Plattform ausgedrückt werden. Stellt der Einzelne ein Foto von sich und einem Sportwagen auf seine Profilseite, integriert er dieses Merkmal eher in seine Identität, weil er es vor einem größeren Publikum präsentiert.³¹⁵

Erikson zu Folge experimentiert der Einzelne in der Adoleszenz mit seiner Identität. Sherry Turkle hat sich intensiv mit den diesbezüglichen Möglichkeiten im Internet auseinandergesetzt.³¹⁶ Gemäß ihrer Ausführungen sollten Social Network Sites das ideale Werkzeug für das Ausprobieren verschiedener Identitäten mit Hilfe verschiedener Profile sein. Doch “ein Experimentieren oder ein spielerischer Umgang mit der Selbstdarstellung zum

³¹² vgl. Mummendey (1990), S. 136.

³¹³ vgl. boyd, danah m. (2002). "Faceted Id/entity: Managing Representation in a Digital World". Master's Thesis. Cambridge: MIT, S. 61ff.

³¹⁴ Tikhomirov, O. K. (1974). "Man and computer: The impact of psychological processes on the development of psychological processes". Olson, D. E. (Hg.). *Media and symbols: The forms of expression, communication, and education*. Chicago: University Press, zitiert nach Manago et al. (2008), S. 447.

³¹⁵ vgl. Manago et al. (2008).

³¹⁶ vgl. Turkle, Sherry (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.

Zwecke der Gestaltung multipler Identitäten, wie dies einst Sherry Turkle (1995) für das Internet konstatierte, ist bei Facebook nicht zu beobachten”.³¹⁷ Die meisten falschen Angaben Jugendlicher betreffen das Alter, damit sie Zutritt zu für Minderjährige gesperrte Bereiche erlangen. Wenn sie ein Fake-Profil anlegen, tun sie dies oft zur Unterhaltung gemeinsam mit anderen vor dem Computer.³¹⁸ Auf Social Network Plattformen werden kaum andere Rollen ausprobiert, sondern mit den Möglichkeiten der Selbstdarstellung auf der Profilseite experimentiert.³¹⁹

1.3.1.8 Aufmerksamkeitskämpfe

“Facebook und Co: Horte für Narzissten und Selbstdarsteller”, titelt *Der Standard*. am 29. August 2009 und beruft sich auf eine Studie der San Diego State University.³²⁰ Ähnliche Vorwürfe wurden bereits 1996 gegen private Homepages laut. Anstoß zur Kritik gibt damals wie heute auch die amateurhafte Umsetzung.³²¹ Andrew Keen polemisiert in *Cult of the Amateur* gegen das Bloggen von privaten Details.³²² Die schlimmste Form des Narzissmus sieht er in den Vlogs und Ego-Clips auf YouTube. “Die alten etablierten Medien sind durch ein personalisiertes Medium ersetzt, und das Internet ist zu einem Spiegel unseres Selbst geworden”.³²³ Anstelle von Nachrichten über Politik und Kultur wird nur mehr Alltägliches im Web 2.0 verbreitet. Dies führe zu einer kulturellen Verflachung und einer Vorherrschaft der Mittelmäßigkeit. Die Vernetzung auf Social Network Sites erfolgt für Keen nur zum Schein. In Wirklichkeit sei “unendliches Geltungsbedürfnis” der Antrieb.³²⁴ Er nennt die Plattformen “Altäre für den Kult der

³¹⁷ Horn (2007), S. 128.

³¹⁸ vgl. Gross, Elisheva F. (2004). “Adolescent Internet use: What we expect, what teens report”. *Applied Developmental Psychology*, 25, 635ff.

³¹⁹ vgl. Subrahmanyam/Greenfield (2008), S. 139; Zhao et al. (2008), S. 1831;

Subrahmanyam, Kaveri et al. (2008). “Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults”. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, S. 420ff..

³²⁰ “Facebook und Co: Horte für Narzissten und Selbstdarsteller” (2009). *Der Standard*, 29. August, Zugriff am 23. April 2010 unter <http://derstandard.at/1250691536692/Web-20-Facebook-und-Co-Horte-fuer-Narzisst-und-Selbstdarsteller> ;

vgl. auch Twenge, Jean M. & Campbell W. Keith (2009). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Simon&Schuster.

³²¹ vgl. Döring, Nicola (2002). “Personal Home Pages on the Web: A Review of Research”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7 (3). Zugriff am 23. April 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html> .

³²² Keen (2008).

³²³ *ibid*, S. 14f.

³²⁴ *ibid*. S.15.

Selbstübertragung [...] in denen wir unser gewinnendes Wesen anpreisen oder mit Heldentaten prahlen, die wir in unserem letzten Vollrausch vollbracht haben”.³²⁵ Selbstverständlich handelt es sich bei seinem Text um eine übertriebene Polemik. Doch Rolf Haubl vom Sigmund-Freud-Institut in Frankfurt bestätigt in einem Zeitungsinterview, dass in der heutigen Gesellschaft der Kampf um Aufmerksamkeit zugenommen hat:

Kinder und Jugendliche sind heute einer Reizüberflutung ausgesetzt, an der Medien natürlich einen großen Anteil haben. Sie müssen immer mehr dafür tun, um beachtet und anerkannt zu werden und geraten dadurch unter gesellschaftlichen Druck. [...] Die Bindung zwischen Eltern und Kindern hat gesamtgesellschaftlich nachgelassen, was dazu führt, dass sich die Kinder selbst behaupten müssen.³²⁶

Die Aufmerksamkeit des Menschen ist ein begrenztes Gut.³²⁷ Am deutlichsten wird der Aufmerksamkeitskampf bei der Werbung, die ständig auf neue Art und Weise versucht, die Aufmerksamkeit des Einzelnen auf ein bestimmtes Produkt zu lenken. Auf vergleichbare Weise etabliert sich eine Ökonomie der sozialen Aufmerksamkeit. Social Network Sites bieten dafür eine ideale Plattform. Der Einzelne gibt Informationen aus seinem Leben preis, um die Aufmerksamkeit anderer zu erlangen. Auffällig ist, dass die Tabugrenze stetig sinkt und der Einzelne es als selbstverständlich empfindet, private Details zu veröffentlichen. Symbole der Popularität am Aufmerksamkeitsmarkt der Social Network Site können zum Beispiel Kommentare anderer sein. Pinnwandeinträge werden zu “‘Trophäen’ sozialer Beziehungen”.³²⁸ Allerdings erfordert die Imagepflege ebenso die aktive Teilnahme des Einzelnen, die Reichert in Anlehnung an Goffman als “‘anteilnehmende Aufmerksamkeit’” bezeichnet.³²⁹

Immer aber ist das eigene soziale Image, selbst wenn es persönlicher Besitz und Zentrum der eigenen Sicherheit und des Vergnügens sein kann, nur eine Anleihe von der Gesellschaft; es wird einem entzogen, es sei denn, man verhält sich dessen würdig. Anerkannte Eigenschaften und ihre Beziehungen zum Image machen aus jedem Menschen seinen eigenen Gefängniswärter; dies ist ein fundamentaler Zwang, auch wenn jeder Mensch seine Zelle gerne mag.³³⁰

Um Aufmerksamkeit zu erlangen, lernt der Einzelne sich so zu inszenieren, wie es die anderen verlangen. “The teens I met often face pressure to be witty, entertaining, creative,

³²⁵ Keen (2008), S. 15.

³²⁶ “Facebook und Co” (2009).

³²⁷ vgl. auch Franck, Georg (1998). *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.

³²⁸ Reichert (2008), S. 77.

³²⁹ *ibid.*

³³⁰ Goffman, Erving (1971). *Interaktionsrituale: Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 15.

or otherwise interesting while writing themselves into being online”.³³¹ Die Jugendlichen müssen kontinuierlich neue Inhalte liefern, um ihre Onlineexistenz im Gedächtnis der anderen und somit am Leben zu erhalten. Die Aufgabe sich von den anderen abzugrenzen, wird von den standardisierten Profilseiten erschwert.³³² Die Gefahr der Ökonomie der Aufmerksamkeit besteht in “Zero Comments”,³³³ also wenn eine Handlung des Einzelnen die Aufmerksamkeit keines einzigen Mitmenschen erregt und ohne Kommentar verbleibt.

Zusammenfassend kann man sagen, dass Social Network Sites für die Jugendlichen eine Erweiterung des Sozialisationsumfeldes und ein neues Mittel zur Erprobung der Selbstdarstellung darstellen. Die Rolle der Freunde wurde bisher nur kurz in Bezug auf die symbolische Funktion der Kontaktliste erwähnt. Deshalb setzt sich das nächste Kapitel genauer mit dem sozialen Netzwerk auseinander.

1.3.2 Interaktion zwischen Onlinefreunden

“Facebook is a game. [...] the goals are to win friends and influence people”.³³⁴ So wie ausufernden Narzissmus bei der Selbstdarstellung auf der Profilseite befürchten Kulturpessimisten eine Aushöhlung des Freundschaftsbegriffs. Sie machen Social Network Sites dafür verantwortlich, dass Freunde zu einer Liste von Kontakten verkommen.³³⁵ Bei Freunden auf Social Network Plattformen handelt es sich im Grunde um eine Metapher. “Although designers and theoreticians have emphasized the metaphors that translate the physical to the digital, these metaphors are often inaccurate, if not deceptive”.³³⁶ Inwiefern die Metapher der Freunde tatsächlich trügerisch ist und ob sie die Bedeutung von Freundschaft im Alltag transformiert, wird im folgenden Abschnitt behandelt.

³³¹ boyd (2008b), S. 129

³³² vgl. Reichert (2008), S. 16, 74.

³³³ vgl. Lovink, Geert (2007). *Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture*. New York: Routledge.

³³⁴ Krotoski, Aleks (2007, 15. November). “Playing Games with Facebook: the Future of Virtual Worlds”. *The Guardian*. Zugriff am 23. April 2010 unter <http://www.guardian.co.uk/technology/gamesblog/2007/nov/15/playinggameswithfacebookth>.

³³⁵ vgl. z.B. Garreau, Joel (2008). “Friends Indeed? As We Click With More Pals Online, The Idea of Friendship Multiplies”. *The Washington Post*, 20. April, Zugriff am 23. April 2010 unter <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/04/18/AR2008041800736.html>.

³³⁶ boyd (2002), S. 31.

1.3.2.1 Der Begriff der Freundschaft auf Social Network Sites

Der Begriff des “Networking” stammt aus der Geschäftswelt und bezeichnet einen “goal-oriented process in which one’s social circle is constantly expanded in order to connect with as many people as possible, in order to gain business advantages”.³³⁷ Eine Social Network Site stellt dem Einzelnen die Mittel für Networking zur Verfügung. Auf Plattformen wie Xing und LinkedIn wird dieses auch professionell betrieben. Wie schon in Kapitel 1.2.4 erläutert, nutzen Jugendliche die Plattformen aber nicht für Networking im engeren Sinn, sondern ergänzend zu Handy und Instant Messaging, um in Kontakt mit ihrer Peer Group, ihrem alltäglichen sozialen Netzwerk, zu bleiben.³³⁸

“If you're not on MySpace, you don't exist”.³³⁹ Auch bei Social Network Sites spielt Gruppenzwang unter Jugendlichen eine Rolle.³⁴⁰ Mit dem Beitritt sind aber noch längst nicht alle Probleme gelöst. Da Social Network Sites für jedermann frei zugänglich sind, kann es für den Einzelnen schwierig sein zu entscheiden, welche Freundschaftsanfrage er ablehnen und welche er annehmen soll. Akzeptiert er nur Mitglieder seiner Peer Group, würde dies eine kohärente Selbstdarstellung erleichtern. Andererseits kann es für den anderen, besonders in der Jugend, eine Enttäuschung sein, als Freund abgelehnt zu werden. Die öffentlich formalisierte Darstellung von Freundschaft bildet eine weitere Stufe in der Mediatisierung des Privaten.

Das Dilemma der Onlinefreundschaft kann mit Meads Terminologie veranschaulicht werden. Die Freundschaftsanfrage des Einzelnen kann als Geste in einer Interaktion interpretiert werden. Sie verweist auf die Kontaktliste, also ein Objekt innerhalb des gemeinsamen Verhaltensbereichs, in die er gerne aufgenommen werden möchte. Umgekehrt würde auch der andere zu seiner Liste hinzugefügt. Der andere reagiert auf diesen Reiz, indem er sich entscheidet die Schaltfläche “Annehmen” oder “Ablehnen”

³³⁷ Marwick (2005), S 106.

³³⁸ vgl. ibid, S. 97ff;

boyd, danah m. (2008c), "Teen Socialization Practices in Networked Publics". *MacArthur Forum*, Palo Alto, California, 23. April.

³³⁹ boyd (2008c).

³⁴⁰ vgl. Hui, Pan & Buchegger, Sonja (2009). "Groupthink and Peer Pressure: Social Influence in Online Social Network Groups". In *Proceeding International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*, Athen, 20-22. Juli.

anzuklicken. Und genau hier liegt das Problem. Zum einen ist diese soziale Interaktion höchst eingeschränkt. Zum anderen handelt es sich bei der Freundschaft auf Social Network Sites um eine relativ neue Geste, sodass sie noch kein signifikantes Symbol ist. Die Bedeutung dieser Art von Freundschaft ist noch nicht für alle Beteiligten gleich. “Gesten werden zu signifikanten Symbolen, wenn sie im Gesten setzenden Wesen die gleichen Reaktionen implizit auslösen, die sie explizit bei anderen Individuen auslösen oder auslösen sollen - bei jenen Wesen, an die sie gerichtet sind”.³⁴¹ Der eine kann den Sinn der Freundesliste in einem Adressverzeichnis aller seiner Kontakte, seien sie auch noch so oberflächlich, sehen, der andere nimmt nur Personen auf, die seiner Auffassung von Freundschaft im engeren Sinn entsprechen. Boyd hat die verbreitetsten Haltungen kategorisiert:³⁴²

- Actual friends
- Acquaintances, family members, colleagues
- It would be socially inappropriate to say no because you know them
- Having lots of Friends makes you look popular
- It's a way of indicating that you are a fan (of that person, band, product, etc.)
- Your list of Friends reveals who you are
- Their Profile is cool so being Friends makes you look cool
- Collecting Friends lets you see more people³⁴³
- It's the only way to see a private Profile
- Being Friends lets you see someone's bulletins and their Friends-only blog posts
- You want them to see your bulletins, private Profile, private blog
- You can use your Friends list to find someone later
- It's easier to say yes than no.

Nach Blumer wird die Bedeutung der Dinge durch ihre Verwendung stetig interpretiert und adaptiert. Im Lauf der Zeit bildet sich in den einzelnen Freundeskreisen und allmählich auch gruppenübergreifend eine allgemeine Bedeutung heraus. Der Trend geht derzeit in die Richtung alle Personen anzunehmen, die der Einzelne zumindest einmal getroffen hat. Dieser erweiterte Freundeskreis kann als “Peer Public” bezeichnet werden, weil es sich dabei nicht um die eigentliche Peer Group handelt.³⁴⁴ Dennoch müssen Jugendliche

³⁴¹ Mead (1973), S. 86.

³⁴² boyd, danah m. (2006). “Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites”. *First Monday*, 11(12). Zugriff am 23. April 2010 unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>.

³⁴³ Dabei handelt es sich um ein spezielles Phänomen der Plattform Friendster. Dort sind Profile nur bis zu Bekannten vierten Grades zugänglich. Aus diesem Grund werden strategisch Kontakte hinzugefügt, um sich Einblick in die Profile eines neuen, weiter entfernt liegenden Subnetzwerks zu verschaffen. Kontakte, die nur zu diesem Zweck geknüpft werden, werden auch “Gateway-Friends” genannt; vgl. boyd (2006).

³⁴⁴ vgl. boyd (2008c).

beachten, welche Kontakte in ihrer Liste aufscheinen. Social Network Sites sind ein Ort, an dem Jugendliche unter sich sein wollen. Befinden sich Erwachsene oder gar Lehrer oder die Eltern in der Freundesliste, könnte dies dem Ansehen des Einzelnen in der Peer Group schaden.³⁴⁵

Mit der Implementierung der “Top-8”-Funktion goss MySpace beim Freundschaftsdiskurs nochmals Öl ins Feuer. Diese ermöglichte es dem Einzelnen seine acht besten Freunde gesondert am Profil zu präsentieren. In Kapitel 1.3.1.4 wurde auf die Problematik hingewiesen, dass in der Kontaktliste nicht zwischen engen Freunden und flüchtigen Bekannten unterschieden wird. Die “Top-8”-Funktion hätte dem entgegengewirkt. Tatsächlich ergaben sich für die Jugendlichen aber neue Schwierigkeiten. Die Aufnahme in die Top-Liste erwies sich als ähnlich kompliziert wie die Auswahl von Freunden für die Kurzwahlliste am Handy oder für die Einladung zu einer Party. Die Jugendlichen fanden einen Ausweg darin, Fake-Profile von Stars und Idolen anstelle von Freunden in die “Top-8” aufzunehmen.³⁴⁶

Welche Folgen haben diese Nutzungspraktiken nun auf die Bedeutung des Freundschaftsbegriffs? Im alltäglichen Sprachgebrauch versteht man unter Freundschaft, “a relationship that involves some degree of mutual love or admiration”.³⁴⁷ Eine auf Social Network Plattformen angepasste Definition könnte lauten: “friendship is defined as the regularity of the visits to one’s page”.³⁴⁸ David Beer kritisiert boyds [sic] Standpunkt, dass Jugendliche zwischen “echten Freunden” und “Onlinefreunden” unterscheiden. Er argumentiert, dass sich durch das Eindringen der Social Network Sites in die Alltagswelt der alltägliche Sprachgebrauch von Freundschaft verändert.³⁴⁹ Der Ausgang dieser Entwicklung kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht hinreichend abgeschätzt werden, weil dieser Prozess noch nicht abgeschlossen ist.

³⁴⁵ vgl. boyd (2008a).

³⁴⁶ vgl. boyd (2006); boyd (2007a), S. 14; boyd, danah m. (2009). “Friendship”. Ito, Mizuko et al. (Hg.) *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, Digital Youth: Kids' Informal Learning with Digital Media: An Ethnographic Investigation of Innovative Knowledge Cultures, Cambridge: MIT Press. Zugriff am 24. April 2010 unter <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/book-friendship>.

³⁴⁷ boyd (2006).

³⁴⁸ Rosenblum (2007), S. 41.

³⁴⁹ vgl. Beer, David (2008). “Social network(ing) sites.revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, S. 516–529.

1.3.2.2 Networking bei Jugendlichen

Forschungen zu sozialen Netzwerken gibt es seit dem frühen 20. Jahrhundert.³⁵⁰ Allerdings betreiben Jugendliche auf Social Network Sites nur begrenzt Networking im eigentlichen Sinn. Neben der Peer Group fügen sie häufig alte Freunde aus einer früheren Schule hinzu. Die Social Network Site erlaubt es raumzeitliche Distanzen zu überwinden. Der Einzelne sucht in dem Fall auf der Plattform explizit nach einer bestimmten Person, die er als Kontakt hinzufügen will. Dieses Vorgehen wird von Lampe et al. als “Social Searching” bezeichnet.³⁵¹ Der Einzelne nimmt dabei einen Offlinekontakt auf die Social Network Site mit. “Social Browsing” meint im Gegensatz dazu, das freie Surfen und Stöbern nach neuen Kontakten auf einer Social Network Plattform.

Social searchers would use the site to investigate specific people with whom they share an offline connection to learn more about them. Social browsers would use the site to find people or groups online with whom they would want to connect offline.³⁵²

“Social Searching” kommt zum Tragen, wenn eine flüchtige Bekanntschaft, zum Beispiel von einer Party, ausgebaut wird. Über das Profil erhält der Einzelne tieferen Einblick in das Leben des neuen Kontaktes und kann die flüchtige Selbstdarstellung validieren und ergänzen. Das Vertrauen in diese Person wird zusätzlich gestärkt, wenn sie anhand ihrer Freundesliste in einen bekannten Freundeskreis eingeordnet werden kann.³⁵³ Schritt für Schritt wird meist zu reichhaltigeren Medienkanälen gewechselt. Was mit einer öffentlichen Nachricht auf der Pinnwand beginnt, kann über Chat, Instant Messaging, E-Mail und SMS mit einem realen Treffen enden.³⁵⁴ “Social Searching” wird oft betrieben,

³⁵⁰ z. B. Forschungen von Stanley Milgram und Robin Dunbar vgl. Howard (2008), S. 14ff; Wilson et al. (2009);

Adamic, Lada A./Buyukkokten, Orkut & Adar, Eytan. (2003). “A social network caught in the Web”. *First Monday*, 8(6). Zugriff am 24. April unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1057/977> ;

Ahn, Yong-Yeol et al. (2007). “Analysis of Topological Characteristics of Huge Online Social Networking Services”. *Proceedings of the 16th international conference on World Wide Web*, S. 835ff.;

Donath, Judith & boyd, danah m. (2004). “Public displays of connection”. *BT Technology Journal*, 22(4), S. 71ff.

“Primates on Facebook: Even online, the neocortex is the limit” (2009, 26. Februar). *The Economist*. Zugriff am 6. Juli 2009 unter http://www.economist.com/sciencetechnology/PrinterFriendly.cfm?story_id=13176775 .

³⁵¹ Lampe et al. (2006),

³⁵² *ibid*, S. 167.

³⁵³ vgl. Donath (2007).

³⁵⁴ vgl. Tillmann (2008), S. 59.

um über Nachbarn im Wohnheim oder Klassenkameraden mehr Informationen zu erlangen. Die Social Network Sites erleichtern dieses Vorgehen mit umfassenden Suchfunktionen, diversen Filtern und Optionen.

“Social Browsing” bezieht sich auf das Finden neuer Kontakte, zum Beispiel auf Grund ähnlicher Interessen. Obwohl 40% der Jugendlichen angeben, von Fremden kontaktiert worden zu sein, bilden neue Freundschaften ausschließlich über eine Social Network Site die Ausnahme.³⁵⁵ Es handelt sich um einen Mythos, dass das Internet genutzt wird, um auf einfache Art und Weise Kontakt mit Fremden herzustellen. “Social Browsing” wird von Jugendlichen viel öfter als Zeitvertreib oder, um Partys in der Umgebung zu entdecken, betrieben. Manche Jugendlichen machen einen Wettbewerb daraus, wer die meisten oder die attraktivsten Freunde besitzt, und versenden unzählige Freundschaftsanfragen an Fremde. Der Ernst hinter derartigen Freundschaftsanfragen hält sich jedoch in Grenzen.³⁵⁶

Die Mitgliedschaft in Gruppen stellt eine weitere Möglichkeit dar, die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Netzwerk auszudrücken. Auf die soziale Gebrauchsweise der Gruppenfunktion zur Selbstdarstellung wurde bereits in Kapitel 1.3.1.5 hingewiesen. Darunter befinden sich aber auch Gruppen zu bestimmten Regionen, Städten und Schulen, die es beim “Browsing” erleichtern, Kontakte zu knüpfen. Ein Grund, weshalb es in den Gruppen kaum zu Diskussionen zu gemeinsamen Interessen kommt, besteht möglicherweise darin, dass zu diesen Themen eigene Plattformen existieren. Zu diesem Ergebnis kommt zumindest eine Studie über Bodybuilding.³⁵⁷ Bodybuilder kommunizieren über das Diskussionsforum einer anderen, speziell auf Bodybuilding ausgerichteten Website. Dort informieren sie sich über die neuesten Trends, präsentieren ihren Trainingsfortschritt einem Publikum und knüpfen neue Kontakte.

³⁵⁵ vgl. Subrahmanyam/Greenfield (2008), S. 130; boyd (2008c).

³⁵⁶ vgl. boyd (2009).

³⁵⁷ vgl. Ploderer, Bernd/Howard, Steve & Thomas, Peter (2008). “Being Online, Living Offline: The Influence of Social Ties over the Appropriation of Social Network Sites”. *Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work*, S. 333ff.

1.3.2.3 Nachrichtendienste auf Social Network Sites

Der Aufbau eines sozialen Netzwerks über eine Plattform dient natürlich nicht nur zur Selbstdarstellung, sondern auch zum Austausch von Nachrichten. Oft stellt das Profil den Ausgangspunkt für Kommunikation über den Privatchat oder die Pinnwand dar.³⁵⁸ Dabei sind wegen der fehlenden physischen Nähe niedrigere Hemmschwellen und unverbindlichere Interaktionen feststellbar.³⁵⁹

Innerhalb des eigenen Netzwerks verbringt der Einzelne einer Studie zufolge durchschnittlich 67% der Zeit mit dem Ansehen von Fotos, 22% mit dem Lesen von Statusmeldungen und 11% mit dem Feed. Dabei schlüpft er in die Rolle des Zusehers und beobachtet die Vorstellung seiner Freunde. Seine Tätigkeiten lassen sich grob in “searching for interesting events”, “reliving the good old times”, “re-experiencing others’ positive events” und “the joy of laugh” einteilen.³⁶⁰ Durch diese Handlungen bleibt er am Laufenden über die Ereignisse im Leben der anderen. Die Feed-Funktion erleichtert es, eine große Zahl an Kontakten zu verfolgen. Resnick nennt dies “peripheral awareness”.³⁶¹ Da dem Einzelnen bei dieser Mediennutzung absolute Kontrolle über den Verlauf der Handlungen zuteilwird, erlebt er eine Flow-Erfahrung. Er hat die Macht die Komplexität des sozialen Netzwerks zu überblicken und darin frei zu navigieren. Durch die zielgerichteten Handlungen kann ein berauschendes Gefühl der Kontrolle erwachsen.³⁶²

Weckt ein Element sein Interesse, kann er die Rolle wechseln und aktiv in die Interaktion eintreten. Zum Beispiel kann er einen Kommentar zu einer Statusmeldung abgeben. Die Kommentarfunktion wird von Jugendlichen besonders stark frequentiert. Sie ist eine einfache und schnelle Möglichkeit, die Beziehung zwischen Freunden zu bestätigen und

³⁵⁸ vgl. boyd/Heer (2006).

³⁵⁹ vgl. Kümmerl (2003), S. 87.

³⁶⁰ Sas et al. (2009a);

vgl. auch Sas, Corina et al. (2009b). “Dramaturgical Capitalization of Positive Emotions: The Answer for Facebook Success?”. *Proceedings of the 2009 British Computer Society Conference on Human-Computer Interaction*, S. 120ff.

³⁶¹ Resnick, Paul (2001). “Beyond Bowling Together: SocioTechnical Capital”. Carroll, John. (Hg.). *HCI in the New Millennium*. Reading: Addison-Wesley. Zugriff am 24. April 2010 unter <http://presnick.people.si.umich.edu/papers/stk/ResnickSTK.pdf>.

³⁶² vgl. Bartle, Richard A. (2004). *Designing Virtual Worlds*. United States: New Riders, S. 157

aufrechtzuerhalten. Der Inhalt einer derartigen Kommunikation ist meist zweitrangig. Entscheidend ist, dass der Einzelne dem anderen seine Aufmerksamkeit schenkt.³⁶³ Da Kommunikation dieser Art öffentlich sichtbar ist, lädt sie andere ein, ebenfalls teilzunehmen. Dabei gilt die "1%-Regel": "If you get a group of 100 people online then one will create content, 10 will 'interact' with it (commenting or offering improvements) and the other 89 will just view it".³⁶⁴ Die Funktionen der Social Network Sites, wie die automatische Erinnerung an Geburtstage von Kontakten, fördern Interaktion.³⁶⁵

Online ist der Symbolvorrat eingeschränkt. Die Interaktionspartner stellen daher mehr Fragen als gewöhnlich, um die Ungewissheit in der Kommunikation zu reduzieren. Mangels Anwesenheit eines physischen Gegenübers sinkt zudem die Hemmschwelle und es werden direktere und intimere Fragen gestellt. Für Jugendliche bietet sich dadurch die Möglichkeit, Schüchternheit und mangelndes Selbstbewusstsein auszugleichen.³⁶⁶ Repräsentiert zumindest ein Profilbild den Interaktionspartner, wird dieses Phänomen bereits abgeschwächt, weil es dadurch für den Einzelnen einfacher ist, sich in den anderen hineinzusetzen.³⁶⁷ Doch weniger Hemmungen führen ebenso zu einer ruppigeren Umgangsart.³⁶⁸ Zudem können auf Grund des reduzierten Symbolvorrats schnell Klischees, Vorurteile und Stereotype auf das Gegenüber übertragen werden. "This approach is particularly problematic because people are not likely to reevaluate their initial

³⁶³ vgl. Donath (2007).

³⁶⁴ Arthur, Charles (2006). "What is the 1% rule?" *The Guardian*, 20. Juli, Zugriff am 24. April 2010 unter <http://www.guardian.co.uk/technology/2006/jul/20/guardianweeklytechnologysection2>.

³⁶⁵ vgl. Viswanath, Bimal et al. (2009). "On the Evolution of User Interaction in Facebook". *Proceedings of the 2nd ACM workshop on Online social networks*, S. 37.

Das Ergebnis dieser Studie ist kritisch zu rezipieren, weil zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht hinreichend abgeschätzt werden kann, ob es sich beim beobachteten Verhalten nicht nur um einen Anfangseffekt handelt.

³⁶⁶ vgl. Valkenburg, Patti M. & Peter, Jochen (2009). "Social Consequences of the Internet for Adolescents A Decade of Research". *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), S. 1-5.

³⁶⁷ vgl. Bos, Nathan. et al. (2002). "Effects of four computer-mediated communications channels on trust development". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves*, S. 135ff.;

Joinson, Adam N. & Paine, Carina, B. (2006). "Self-disclosure, Privacy and the Internet". *CHI '06 extended abstracts on Human factors in computing systems*, S. 1187ff.

³⁶⁸ vgl. Grossfurtner, Christof (2008). "Entscheidungen zu Selbstveröffentlichungshandlungen auf Social Network Sites". Dipl. Universität Wien, S. 18.

impressions”.³⁶⁹ Höhere Anonymität wirkt sich in niedrigerer Selbstaufmerksamkeit, De-individualisierung und aggressiverem Verhalten aus.³⁷⁰

1.3.2.4 Social Capital und Social Ties

Die Theorie des “Social Capital” und der “Strong” und “Weak Ties” wird in der Literatur zu Social Network Sites häufig aufgegriffen. Aus diesem Grund werden diese Theorien in einem kurzen Exkurs vorgestellt.

Der Begriff des Social Capital wurde unter anderem von Pierre Bourdieu verwendet und meint “the sum of the resources, actual or virtual, that accrue to an individual or a group by virtue of possessing a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition”.³⁷¹ Eine andere Definition bezeichnet “Social Capital” als “glue that holds together social aggregates such as networks of personal relationships, communities, regions, or even whole nations”.³⁷²

Putnam greift dieses Konzept auf und erweitert es um die Untertypen “Bridging” und “Bonding Capital”. Stellt eine Person den Kontakt zu einem neuen Netzwerk her, handelt es sich um “Bridging Social Capital”. Dieser Typ eröffnet Zugang zu neuen Kontakten. Bonding Social Capital bezeichnet enge Beziehungen zu Familie und Freunden. Sie dienen als emotionale Stützen. Mit dieser Begriffsbestimmung baut Putnam auch auf Granovetters Theorie der “Strong” und “Weak Ties” auf.³⁷³ Diese unterscheiden sich je nach aufgebrachter Zeit, emotionaler Intensität, Intimität und gegenseitiger Hilfe in der Beziehung. “Strong Ties” gehen normalerweise mit “Bonding Social Capital” einher, “Weak Ties” mit “Bridging Capital”. “Social Capital” wird außerdem positiv mit persönlichem Wohlbefinden und Selbstwertgefühl in Verbindung gebracht. Nachdem ein

³⁶⁹ boyd (2002), S. 40.

³⁷⁰ vgl. Mummendey (1990), S. 173f.

³⁷¹ Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loïc J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago, London: University of Chicago Press, S. 14, zitiert nach Ellison et al. (2006), S. 6;

vgl. auch Bourdieu, Pierre (1976). *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyliischen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

³⁷² Huysman, Marleen & Wulf, Volker (2004). *Social Capital and Information Technology*. Cambridge: MIT Press, S. 1, zitiert nach Ellison et al. (2006), S. 7.

³⁷³ vgl. Granovetter, Mark (1983). “The strength of weak ties: A network theory revisited.” *Sociological Theory*, 1, S. 201ff.

hohes “Social Capital” und eine hohe Anzahl an Kontakten grundsätzlich Vorteile für den Einzelnen mit sich bringen, sollte beides gesteigert werden. Social Network Sites bieten dafür eine gute Möglichkeit.³⁷⁴ Vor allem latente Beziehungen können dadurch kostengünstig in “Weak Ties” umgewandelt werden. “Bonding Capital” nur durch den Gebrauch einer Social Network Plattform zu vermehren, ist hingegen unwahrscheinlich.³⁷⁵

“Rather than experiencing an impoverished social network, certain kinds of Facebook use may allow users to accrue new silver while keeping old gold”.³⁷⁶ Die Werkzeuge der Social Network Sites vereinfachen auf vielfache Weise die Interaktion mit Kontakten und verkomplizieren sie, wie die “Top-8”-Funktion demonstriert, auch teilweise. Die Freundschaftsmetapher auf Social Network Plattformen bleibt nicht ohne Wirkung auf die Alltagswelt. Der technischen Metapher gelingt es selten, mehr als ein Abklatsch der Realität zu sein. Dennoch muss immer versucht werden, sie zu verbessern. Ein Vorschlag besteht in der Implementierung eines virtuellen Kaffeeautomaten. Denn in vielen Organisationen ist der Kaffeeautomat ein zentraler Knotenpunkt für das Knüpfen neuer Kontakte.³⁷⁷

1.3.3 Besonderheiten am Nutzungsverhalten

Da der Fokus der vorliegenden Arbeit nicht auf dem Nutzungsverhalten Jugendlicher liegt, sondern Hintergründe beleuchtet werden sollen, werden die Ergebnisse von rein

³⁷⁴ vgl. Pearson, Erika (2009). “All the World Wide Web’s a stage: The performance of identity in online social networks”. *First Monday*, 14(3). Zugriff am 24. April 2010 unter <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2162/2127>.

³⁷⁵ vgl. auch Lampe et al. (2007);

Ellison, Nicole B./Steinfeld, Charles & Lampe, Cliff (2007). “The benefits of Facebook ‘friends’: Social capital and college students’ use of online social network sites”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), Artikel 1;

Gilbert, Eric & Karahalios, Karrie (2009). “Predicting Tie Strength With Social Media”. *Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems*, S. 211ff.;

Haythornthwaite, Caroline (2005). “Social Networks and Internet Connectivity Effects”. *Information, Communication & Society*, 8(2), S. 125ff.;

Steinfeld, Charles/Ellison, Nicole B. & Lampe, Cliff (2008). “Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis”. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, S. 434–445.

³⁷⁶ Ellison et al. (2006), S. 30.

³⁷⁷ vgl. Sunnerstam, Maria & Eriksson, Thommy (2008). “The next step in social networking software: the global coffee machine”. *Proceedings of the 3rd international conference on Digital Interactive Media in Entertainment and Arts*, S. 504f.

quantitativen Studien zu Social Network Sites weitgehend ausgeklammert. Ausführliche Nutzungsstatistiken Jugendlicher sind zum Beispiel im “PEW Internet Report”³⁷⁸ zu finden. Um dem Leser ein ungefähres Gefühl für Durchschnittswerte bei der Nutzung zu vermitteln, wird ein kurzer Auszug aus dem “Press Room”, der zentralen Anlaufstelle für Statistiken, von Facebook gezeigt.³⁷⁹

Company Figures

- More than 350 million active users
- 50% of our active users log on to Facebook in any given day
- More than 35 million users update their status each day
- More than 55 million status updates posted each day
- More than 2.5 billion photos uploaded to the site each month
- More than 3.5 billion pieces of content (web links, news stories, blog posts, notes, photo albums, etc.) shared each week
- More than 3.5 million events created each month
- More than 1.6 million active Pages on Facebook
- More than 700,000 local businesses have active Pages on Facebook
- Pages have created more than 5.3 billion fans

Average User Figures

- Average user has 130 friends on the site
- Average user sends 8 friend requests per month
- Average user spends more than 55 minutes per day on Facebook
- Average user clicks the Like button on 9 pieces of content each month
- Average user writes 25 comments on Facebook content each month
- Average user becomes a fan of 2 Pages each month
- Average user is invited to 3 events per month
- Average user is a member of 12 groups

1.3.3.1 Motivation zur Nutzung

Bisher wurden stets Freunde als Beitrittsgrund zu Social Network Sites genannt. Leitner et al. haben sich mit der Frage, welche Gründe den Einzelnen motivieren, sich auf einer Social Network Plattform zu registrieren, näher auseinandergesetzt. Sie kommen zu folgendem Ergebnis: “people use online communities because they support/enable (a) friendship and (b) people’s ambition of being an open-minded person that is (c) up to date

³⁷⁸ Lenhart/Madden (2007).

³⁷⁹ “Press Room: Statistics” (2010). Facebook. Zugriff am 21. Februar 2010 unter <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.

and well informed and (d) able to make self-reflected decisions”.³⁸⁰ Demnach werden die Plattformen aus Gründen der Kommunikation und dem Aufrechterhalten von Freundschaften, auch über Zeit und Raum, verwendet. Außerdem unterstützen sie das Knüpfen neuer Kontakte, weil der Einzelne sich schnell und einfach über diese informieren kann. Neugier und Interesse des Individuums spielen dabei eine entscheidende Rolle. Social Network Sites eignen sich weiters zum Informations- und Meinungsaustausch.³⁸¹

Für das Verlassen einer Plattform haben Brandtzæg und Heim acht Hauptgründe ausgearbeitet:³⁸²

1. Lack of interesting people/friends
2. Low quality content
3. Low usability
4. Harassment/bullying
5. Time-consuming/isolating
6. Low Trust
7. Over-commercialized
8. Dissatisfaction with moderators

An erster Stelle steht natürlich der Mangel an Freunden auf der Social Network Site. Findet der Einzelne weder Freunde aus der Peer Group noch andere mit ähnlichen Interessen und Werten, büßt die Plattform für ihn eine Kernkomponente, die Interaktion, ein. Social Network Sites dienen häufig als Zeitvertreib. Bietet die Plattform wenig Updates und Neuerungen beziehungsweise fehlt dem Individuum die Möglichkeit selbst hinreichend Inhalte zu veröffentlichen, wird die Website schnell langweilig. Außerdem verliert der User bei unübersichtlicher Gestaltung der zunehmend multimedialen Inhalte schnell den Spaß an der Nutzung. Auch an alten Funktionen, wie zum Beispiel dem “Poke”-Feature, verliert der User nach gewisser Zeit das Interesse: "At first you'd get pokes from random people. Now the novelty has worn off".³⁸³ Um die Langzeitmotivation der User zu fördern, wird der Funktionsumfang der meisten Social Network Sites

³⁸⁰ Leitner, Michael/Wolkerstorfer, Peter & Tscheligi, Manfred (2008). "How Online Communities Support Human Values". *Proceedings of the 5th Nordic conference on Human-computer interaction: building bridges*, S. 503ff.

³⁸¹ vgl. Leitner et al. (2008);

Anzumerken ist, dass es sich hierbei um die in Interviews genannten Gründe handelt. Da diese teilweise im Widerspruch zu den übrigen Studien stehen, ist ihre faktische Validität anzuzweifeln.

³⁸² Brandtzæg/Heim (2007).

³⁸³ Sege, Irene (2005). "Where everybody knows your name: On campus, thefacebook is turning clicks into cliques". *The Boston Globe*, 27. April, Zugriff am 24. April 2010 unter http://www.boston.com/news/globe/living/articles/2005/04/27/where_everybody_knows_your_name/?page=1.

kontinuierlich erweitert. Eine Studie hat ergeben, dass User, die viele Funktionen der Plattform nutzen, länger dabei bleiben.³⁸⁴

1.3.3.2. Unterschiede in der Nutzung

Verschiedenste Faktoren führen zu Unterschieden in der Nutzung von Social Network Sites. Da der Einzelne die Plattform, auf welcher die meisten seiner Freunde registriert sind, wählt, werden Merkmale wie der sozioökonomische Status auf Social Network Sites übertragen. MySpace ist zunächst von urbanen Twens genutzt worden. Heute wird es von musikinteressierten Teens bevölkert. Facebook ist an Universitäten gestartet worden. Als es sich für jedermann geöffnet hat, sind viele der gebildeteren User von MySpace zu Facebook abgezogen. Die Medien haben zu diesem Trend ebenfalls ihren Beitrag geleistet, weil MySpace von Anfang an als Gefahr für Kinder dargestellt worden ist. "MySpace ist zum Ghetto der digitalen Gesellschaft geworden. [...] Seine Nutzer sind eher braun oder schwarz und haben Werte, vor denen sich die weiße Gesellschaft fürchtet".³⁸⁵ Boyd vergleicht das Phänomen mit dem "white flight" in die Suburbs. Diese Entwicklung steht im Widerspruch zum demokratischen Gedanken des Internets, weil sie klassenübergreifende Kommunikation einschränkt.³⁸⁶

Geschlechtsspezifische Differenzen können ebenfalls auf Social Network Sites nachgewiesen werden. In den Achtzigern wurde festgestellt, dass sich Mädchen nicht in gleichem Ausmaß für Computer interessieren wie Jungen. Diese These wurde in den Neunzigern auch in Bezug auf das Internet bestätigt.³⁸⁷ Die Ergebnisse ließen erwarten, dass Jungen mehr Zeit online und mit Onlinespielen verbringen als Mädchen, die mehr Wert auf soziale Interaktion legen. Aktuelle Studien ergeben, dass Männer und Frauen in etwa gleich viel Zeit online sind. Auf Grund des Multitaskings ist es schwierig

³⁸⁴ vgl. Ferebee, Susan S. & Davis, James W. (2009). "Factors that Persuade Continued Use of Facebook among New Members". *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*, Artikel 35.

³⁸⁵ Röttgers, Janko (2009). "MySpace als 'Ghetto der digitalen Gesellschaft'". *ORF Futurezone*, 22. September, Zugriff am 24. April 2010 unter <http://futurezone.orf.at/stories/1627828/>.

³⁸⁶ vgl. "MySpace für Prolos, Facebook für Popper" (2007). *ORF Futurezone*, 25. Juni, Zugriff am 24. April 2010 unter <http://futurezone.orf.at/stories/202665/>;

boyd, danah m. (2007b). "Viewing American class divisions through Facebook and MySpace." *Apophenia Blog Essay*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html>.

³⁸⁷ vgl. Tillmann (2008), S. 9.

herauszufinden, wie viel Zeit sie welcher Tätigkeit widmen. Bis auf eine kleine Gruppe männlicher “Heavy Gamer” dürfte es jedoch keine nennenswerten Unterschiede geben.

Auf Social Network Plattformen treten aber sehr wohl unterschiedliche Gebrauchsweisen auf. Frauen tauschen im Durchschnitt öfter ihr Profilfoto aus und ändern das Aussehen ihrer Profilseite. Auf dem Profilfoto versuchen sie, dem aktuellen Schönheitsideal zu entsprechen. Sie lächeln meistens, um von den Besuchern als fröhlicher Mensch eingeschätzt zu werden.

It could be that in a culture that puts so much emphasis on women's looks female users are more likely to be dissatisfied with their appearance. The fact that women are more likely to say they chose a profile image because it makes them look attractive suggests that this explanation may have some merit.³⁸⁸

Außerdem sind Frauen häufiger mit Freunden oder bei einem speziellen Anlass auf dem Profilfoto zu sehen. Dies lässt die Vermutung zu, dass Frauen mehr Wert auf die Konstruktion und Darstellung ihrer Gruppenidentität legen. Sie präsentieren sich vermehrt bei sozialen Aktivitäten und betreiben auch online verstärkt Networking im eigentlichen Sinn.³⁸⁹ Männer wollen hingegen einen einzigartigen Eindruck mit ihrem Profil erzielen. Sie heben ihre Individualität hervor und nehmen selten Änderungen vor. In Hinblick auf die Sichtbarkeitseinstellungen werden ebenfalls Unterschiede verzeichnet. Da männliche User die Plattformen eher zum Flirten benutzen, sind ihre Profile häufiger öffentlich zugänglich.³⁹⁰

In der Stadt und am Land sind oft unterschiedliche Nutzungspraktiken vorzufinden. In beiden Regionen existieren verschiedene technologische Bedürfnisse. “Party Lines” beim Telefon waren zum Beispiel eine für das ländliche Gebiet typische Praxis. In dieser Region werden neue Technologien offen aufgenommen. Neue Kommunikationsformen eröffnen neue Möglichkeiten die großen Distanzen zu überwinden.³⁹¹

³⁸⁸ Strano (2008).

³⁸⁹ Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid & Hasebrink, Uwe (Hg.) (2009). “Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0 -Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen”. Kurzfassung des Endberichts, Universität Hamburg/Salzburg. Zugriff am 25. April 2010 unter http://www.lfm-nrw.de/downloads/zusammenfassung_socialweb.pdf, S. 10.

³⁹⁰ vgl. Schaefferberger (2010); vgl. auch Siibak (2009).

³⁹¹ vgl. Gilbert, Eric/Karahalios, Karrie & Sandvig, Christian (2008). “The Network in the Garden: An Empirical Analysis of Social Media in Rural Life”. *Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 1603.

Untersuchungen zur Nutzung von Social Network Sites ergeben, dass die durchschnittliche Anzahl an Freunden am Land nur ein Drittel der Anzahl in der Stadt beträgt. Der Einzelne könnte zwar neue Leute über die Plattform kennenlernen, wie bereits erläutert stellt dies aber die Ausnahme dar. Normalerweise werden die alltäglichen Kontakte auf die Social Network Site mitgenommen. Einem Menschen in der Stadt bietet sich viel eher die Möglichkeit neue, flüchtige Bekanntschaften zu schließen und diese auch auf der Plattform als Kontakt, wenn auch nur als “Weak Tie”, hinzuzufügen. Die Zahl an engen Vertrauten ist in beiden Regionen identisch. Außerdem ist der Zugang zu Privatsphäre und Öffentlichkeit in der Stadt ein anderer. Deshalb dürfte den Stadtmenschen, die ihre Profile eher für jedermann zugänglich machen, die neue Öffentlichkeit auf der Social Network Site nicht soviel ausmachen.³⁹²

1.3.3.3 User-Typen

Jedem User stehen die gleichen technischen Mittel auf der Social Network Site zur Verfügung. Nicht minder relevant sind die sozialen Normen innerhalb der Online-gemeinschaft. Wie sich der Einzelne tatsächlich verhält, bleibt ihm überlassen und ist situationsabhängig. Der Gemeinschaft steht es frei, eventuelles Fehlverhalten zu sanktionieren.³⁹³ In der Literatur gibt es einige Versuche die unterschiedlichen Haltungen gegenüber Social Network Plattformen zu kategorisieren. Die meisten Studien befassen sich explizit mit einer bestimmten Plattform.³⁹⁴ Die hier durchgeführte Einteilung basiert auf den genannten Studien und bemüht sich, plattformübergreifende Gültigkeit zu haben. Daher fällt sie sehr grob aus.

³⁹² vg. Gilbert (2008).

³⁹³ vgl. auch. Goffman (2003), S. 84.

³⁹⁴ vgl. Backstrom, Lars et al. (2008). “Preferential Behavior in Online Groups”. *Proceedings of the international conference on Web search and web data mining*, S. 117ff;

Bulik, Beth S. (2009). “What Your Favorite Social Network Says About You”. *Advertising Age*. Zugriff am 25. April 2010 unter http://adage.com/digital/article?article_id=137792 ;

Haas, Sabine et al. (2007). “Web 2.0: Nutzung und Nutzertypen”. *Media Perspektiven*, 4, S. 215ff.;

Krishnamurthy, Balachander/Gill, Phillipa & Arlitt, Martin (2008). “A Few Chirps About Twitter”. *Proceedings of the first workshop on Online social networks*, S. 19ff.;

Maia, Marcelo/Almeida, Jussara & Almeida, Virgílio (2008). “Identifying User Behavior in Online Social Networks”. *Proceedings of the 1st Workshop on Social Network Systems*, S. 1ff.;

Landler (2009), S. 45ff.; Grossfurtner (2008), S. 67ff.; Schmidt et al. (2009).

1. *Selbstdarsteller* legen Wert auf ein reichhaltiges Profil mit detaillierten Angaben zu ihrer Person, Gruppen und multimedialen Inhalten. Sie inszenieren sich bewusst auf der Social Network Site und stellen regelmäßig neue Inhalte zur Verfügung, um die Aufmerksamkeit des sozialen Netzwerks aufrechtzuerhalten. Zum Publikum zählen nicht nur Freunde, sondern auch ein großes Netzwerk an Bekannten.
2. Der *soziale User* nutzt Social Network Sites primär, um mit seinen Freunden in Kontakt zu bleiben. Die Kommunikation kann auch über Fotos und multimediale Inhalte erfolgen. Die Selbstdarstellung ist für ihn kaum relevant, weil seine Freunde ihn ohnehin gut kennen. Gelegentlich wird die Plattform auch genutzt, um flüchtige Bekanntschaften auszubauen.
3. *Zusehern* ist die aktive Teilnahme in Form von Selbstdarstellung oder Kommunikation und die damit gewonnene Aufmerksamkeit entweder egal oder sie haben diesbezüglich Privacy-Bedenken. Sie geben selten selbst eine Vorstellung und sind das Publikum für die anderen. Sie besuchen eine Social Network Site auf Grund des Unterhaltungsangebots und der vorhandenen Informationen, zum Beispiel um am Laufenden zu bleiben. Kommunikation erfolgt meist über Privatnachrichten. Viele, die neu auf einer Social Network Site sind, verhalten sich zunächst als Zuseher. Sobald sie die gesellschaftlichen Normen der Plattform kennengelernt haben, nehmen sie auch aktiv teil. Die passive Teilnahme als Zuseher wird oft als "Lurking" bezeichnet. Ein "Lurker" besucht zwar regelmäßig die Social Network Site, gibt aber selbst nie eine Vorstellung. Auch als Zuseher ist er aber Teil der Vorstellung anderer und fühlt sich als Teil der Community.³⁹⁵

Die angeführten Kategorien sollen nur die allgemeinsten Haltungen der User bezeichnen. Der Übergang zwischen ihnen verläuft fließend. Als Sonderfall sind Fake-Profile zu erwähnen. Diese sind nicht authentisch in ihrer Darstellung. Auf einer herkömmlichen

³⁹⁵ vgl. Lee, Yu-Wei/Chen, Fei-Ching & Jiang, Huo-Ming (2006). "Lurking as Participation: A Community Perspective on Lurkers' Identity and Negotiability". *Proceedings of the 7th international conference on Learning sciences*, S. 404ff.;

Rafaeli, Sheizaf/Ravid, Gilad & Soroka, Vladimir (2004). "De-lurking in virtual communities: a social communication network approach to measuring the effects of social and cultural capital". *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*, S. 10ff.

Fake-Profilseite schlüpft der Einzelne in eine andere Rolle. Je nachdem wie viel Zeit er in die Gestaltung des Profils investiert, kann die Darstellung relativ glaubhaft wirken. Nimmt er die Identität einer realen Person an, wird er als "Fraudster" bezeichnet. In der Frühphase der Social Network Plattformen gab es noch keinerlei Gruppenfunktionen. Deshalb wurden Fake-Profile von Musikern und Celebritys angelegt, damit diese als Freunde am Profil aufscheinen. Die Authentizität solcher Profile war sekundär. Im Vordergrund stand abermals der Aspekt der Darstellung von Interessen. Es dauerte nicht lange und die Werbebranche hatte das Potential der Social Network Sites entdeckt und startete virale Kampagnen mit Fake-Profilen.³⁹⁶

1.3.4 Privacy-Risiken

Nachdem die Nutzung der Social Network Sites durch Jugendliche hinreichend beleuchtet wurde, werden im Folgenden die damit verbundenen Risiken aufgezeigt. Der zuvor angestellte Vergleich einer Profilseite mit dem Schlafzimmer eines Jugendlichen hinkt. Das Zimmer eines Jugendlichen ist eigentlich ein intimer Raum. Das Profil einer Social Network Site ist hingegen für die ganze Welt zugänglich. Daher wird häufig die Metapher des "glass-bedroom" gebraucht.³⁹⁷ Der Einzelne handelt in seinem Schlafzimmer als ob es sein intimer Raum wäre. Er hat kaum ein Bewusstsein dafür, dass die Wände aus Glas sind und sein Zimmer für die anderen einsehbar ist. Ständig kommen Freunde und Fremde vorbei. Manche ignorieren seine Vorstellung auf der vermeintlichen Hinterbühne, andere treten in Interaktion mit ihm.

1.3.4.1 Privacy auf Social Network Sites

Das Bild des gläsernen Schlafzimmers soll die Komplexität des Öffentlichkeitsbegriffs verdeutlichen. Öffentlichkeit und Privatsphäre sind diffuse Termini. Noch dazu verschwimmen die öffentliche und die private Sphäre in der Spätmoderne zunehmend. Ihre Definition ist von der jeweiligen Situation abhängig. Zum Beispiel können Kredit-

³⁹⁶ vgl. boyd/Heer (2006);

boyd, danah m. (2008d). "None of this is Real: Identity and Participation in Friendster". Karaganis, Joe (Hg.). *Structures of Participation*. New York: Social Science Research Council, S. 132-157.

³⁹⁷ Pearson (2009).

kartendaten als privat angesehen werden.³⁹⁸ Eine Definition nennt Privatsphäre “a right to be let alone”.³⁹⁹ Eine oft zitierte Begriffsbestimmung stammt von Alan Westin. “Westin’s theory describes privacy as the control over how information about a person is handled and communicated to others. Altman added that privacy includes limiting social interaction and included regulating personal space and territory”.⁴⁰⁰ Altmann sieht Privacy als “selective control of access to the self”, als einen dialektischen und dynamischen Prozess, der stark situationsabhängig ist.⁴⁰¹ In Anlehnung an sein Konzept lässt sich Privacy durch drei Grenzen beschreiben.⁴⁰² Die “Disclosure Boundary” steht im Spannungsfeld zwischen Privacy und Publicity und beschreibt, welche Informationen der Einzelne in seiner Gemeinschaft publik macht. Die “Identity Boundary” betrifft die Selbstdarstellung und die “Temporal Boundary” macht auf die Problematik von Datenpersistenz im Internet aufmerksam. Burgoon et al. führen eine ähnliche Einteilung in “Psychological”, “Informational” und “Interactional Dimension” ein und ergänzen eine physische Dimension, welche die physische Gegenwart und das Eindringen in den persönlichen Raum betont.⁴⁰³

Goffman legt den Übergang von öffentlich zu privat mit der Wand zwischen Vorder- und Hinterbühne fest. Wirklich privat ist etwas nur so lange, wie es der Einzelne für sich behält. Ob etwas bereits öffentlich ist, sobald er es engen Freunden anvertraut oder sobald er generell in Interaktion mit einem anderen tritt, ist interpretationsabhängig.⁴⁰⁴ “In dem Moment jedenfalls, in dem das Individuum sich anderen insbesondere *fremden* Personen gegenüber äußert, wo es sich ihnen gegenüber verhält, Kontakt zu ihnen aufnimmt, ‘stellt es Öffentlichkeit her’, präsentiert es sich öffentlich”.⁴⁰⁵ Mummendey greift auf die

³⁹⁸ vgl. Simpson, Andrew (2008). “On the need for user-defined fine-grained access control policies for social networking applications”. *Proceedings of the workshop on Security in Opportunistic and Social networks*, Artikel 1.

³⁹⁹ Joinson/Paine (2008), S. 14.

⁴⁰⁰ Kwasny, Michelle N. et al. (2008). “Privacy and Technology: Folk Definitions and Perspectives”. *CHI '08 extended abstracts on Human factors in computing systems*, S. 3292.

⁴⁰¹ Altman, Irwin (1977). “Privacy Regulation: Culturally Universal or Culturally Specific?”. *Journal of Social Issues*, 33 (3), S. 67, zitiert nach Palen, Leysia & Dourish, Paul (2003). “Unpacking ‘Privacy’ for a Networked World”. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 2.

⁴⁰² vgl. Palen/Dourish (2003).

⁴⁰³ vgl. Joinson/Paine (2008), S. 15f;

vgl. auch Burgoon, J.K. et al. (1989). “Maintaining and restoring privacy through communication in different types of relationship”. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(2), S. 131ff.

⁴⁰⁴ vgl. Mummendey (1990), S. 57ff.

⁴⁰⁵ *ibid.* S. 57.

Definition von Mead zurück und beruft sich auf die “significant others”,⁴⁰⁶ die bedeutsamen Anderen. Eine Öffentlichkeit muss nicht unbedingt gegenwärtig sein, macht sich aber in Form von Normen bemerkbar. Im Zuge einer Studie wurden User befragt, was sie mit Privacy verbinden. Es stellte sich heraus, dass die meisten pragmatisch vorgehen. Auf der einen Seite wollen sie sich schützen, aber auf der anderen Seite auch den Zugriff auf ihre Daten erlauben. Wichtig ist es ihnen, die Kontrolle über die Einstellungen und Vertrauen in die Website zu haben.⁴⁰⁷

So vielfältig die Definitionen auch sind, sie alle zeigen, dass das Verhältnis von privat und öffentlich nicht binär, sondern fließend ist.⁴⁰⁸ Noch dazu können die Daten in digitaler Form, wie es bei Social Network Sites der Fall ist, mit minimalem Aufwand weiterverarbeitet werden, sodass sich die Frage stellt, welche Daten des Einzelnen schützenswert sind. Besonders schwierig gestaltet sich die Gratwanderung zwischen öffentlich und privat für Jugendliche. Die “Networked Publics” bieten eine neue Möglichkeit, sich in der Öffentlichkeit zu inszenieren und dadurch die Identität und den Platz in der Gesellschaft zu erproben und zu festigen. Der Privacy-Gedanke ist daher bei Jugendlichen ein anderer als bei Erwachsenen.⁴⁰⁹ Das Auftreten in der Öffentlichkeit ist für sie eine Voraussetzung, um die mit der Jugend verbundenen Aufgaben zu meistern. Zu einem gewissen Grad ist “Selbst-Veröffentlichung” erforderlich, um das Vertrauen von Mitmenschen zu gewinnen und eine Gruppenidentität zu bilden.⁴¹⁰ Doch die öffentliche Preisgabe von Daten bringt Gefahren und Risiken mit sich.

⁴⁰⁶ vgl. Mummendey (1990), S. 72.

⁴⁰⁷ vgl. Kwasny et al. (2008), S. 4.

⁴⁰⁸ boyd, danah m. (2007c). “Social Network Sites: Public, Private, or What?” *Knowledge Tree*. Zugriff am 25. April unter: http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28 .

⁴⁰⁹ vgl. boyd (2007a), S. 18ff; boyd (2008b), S. 138ff.

⁴¹⁰ vgl. Strater, Katherine & Lipford, Heather R. (2008). “Strategies and Struggles with Privacy in an Online Social Networking Community”. *Proceedings of the 22nd British HCI Group Annual Conference on HCI 2008: People and Computers XXII: Culture, Creativity, Interaction*, 1, S. 118; Joinson/Paine (2008), S. 2ff.

1.3.4.2 Risiken und Gefahren

Die folgende Ausarbeitung der Privacy-Risiken basiert auf den Ergebnissen mehrerer Arbeiten und versucht diese in eine kohärente Darstellung zu integrieren.⁴¹¹

Im Alltag wird Privacy durch physische Barrieren vereinfacht. Wände oder ausreichende Distanz zu anderen ermöglichen es, die Interaktionsteilnehmer genau zu beschränken. Zum Beispiel kann der Einzelne während eines Gesprächs im Kaffeehaus einen Blick in die Runde werfen und überprüfen, wer sich noch in Hörweite des Gesprächs befindet.⁴¹² Außerdem kann er dem anderen mittels Mimik oder Gestik signalisieren, dass bestimmte Inhalte vertraulich sind. Solche Barrieren werden auf Social Network Sites in Form von Privacy-Optionen umgesetzt.

⁴¹¹ vgl. Acquisti/Gross (2005), S. 8f.; boyd (2007c), S. 3; boyd (2008c); Joinson/Paine (2006), S. 21ff.; Penzenauer (2009), S. 83ff.; Rosenblum (2007), S. 44ff; Strater/Lipford (2008); Subrahmanyam/Greenfield (2008), S. 127; Wagner et al. (2009), S. 81ff.; "A World of Connections" (2010); Ahern, Shane et al. (2007). "Over-Exposed? Privacy Patterns and Considerations in Online and Mobile Photo Sharing". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 357ff.; Allen, Malcolm (2006). "Social Engineering: A Means to Violate a Computer System". *SANS Institute InfoSec Reading Room*. Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.sans.org/reading_room/whitepapers/engineering/social-engineering-means-violate-computer-system_529 ; Aspan, Maria (2008). "How Sticky Is Membership on Facebook? Just Try Breaking Free". *The New York Times*, 11. Februar, Zugriff am 19. April 2009 unter http://www.nytimes.com/2008/02/11/technology/11facebook.html?_r=1&pagewanted=print ; Fraunhofer-Institut für Sichere Informationstechnologie (2008). *Privatsphärenschutz in Soziale-Netzwerke-Plattformen*. Zugriff am 29. April 2010 unter http://www.sit.fraunhofer.de/Images/SocNetStudie_Deu_Final_tcm105-132111.pdf ; Gibson, Robert (2007). "Who's Really in Your Top 8: Network Security in the Age of Social Networking". *Proceedings of the 35th annual ACM SIGUCCS conference on User services*, S. 131ff.; Hewitt, Anne & Forte, Andrea (2006). "Crossing Boundaries: Identity Management and Student/Faculty Relationships on the Facebook". *CSCW'06*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.andreaforte.net/HewittForteCSCWPoster2006.pdf> ; Jagatic, Tom N. et al. (2007). "Social Phishing". *Communications of the ACM*, 50(10), S. 94ff.; Korolova et al. (2008). "Link Privacy in Social Networks". *Proceeding of the 17th ACM conference on Information and knowledge management*, S. 289ff.; Schrock, Andrew & boyd, danah m. (2008). "Online Threats to Youth: Solicitation, Harassment, and Problematic Content". *Enhancing Child Safety & Online Technologies: Final Report of the Internet Safety Technical Task Force*. Harvard University, Berkman Center for Internet & Society, S. 17ff, 42ff.; Strater, Katherine & Richter, Heather (2007). "Examining Privacy and Disclosure in a Social Networking Community". *Proceedings of the 3rd symposium on Usable privacy and security*, S. 157f.; Wolak, Janis et al. (2008). "Online 'Predators' And Their Victims: Myths, Realities, And Implications For Prevention And Treatment". *American Psychologist*, 63, S. 111ff.

⁴¹² vgl. Rosenblum (2007), S. 45;

Boyd nennt vier Eigenschaften, die Kommunikation auf Social Network Sites von der im Alltag unterscheidet.⁴¹³

1. “Persistence”: Das gesprochene Wort ist ephemer. Asynchrone Kommunikationsformen auf Social Network Sites sind hilfreich, weil zeitliche Barrieren aufgehoben werden können. Allerdings müssen die Daten zu diesem Zweck gespeichert werden. Aussagen aus der Kindheit und der Jugend, die längst nicht mehr aktuell sind und nicht mehr den Tatsachen entsprechen, können Jahre später noch von Suchmaschinen ans Tageslicht gebracht werden.
2. “Searchability”: Auf Grund der Persistenz können die Daten einfach durchsucht werden. Der Umstand, dass der Großteil der Daten in vorgegebene Formulare eingetragen wird, vereinfacht die gezielte Suche zusätzlich. Häufig ist sogar das geografische Auffinden einer Person möglich. Die Liste der belegten Lehrveranstaltungen eines Studenten, Statusmeldungen, Kommentare und neuerdings auch Geotagging lassen feststellen, wo sich eine Person befindet.
3. “Replicability”: Das geschriebene Wort auf Social Network Plattformen kann kopiert und dekontextualisiert und so die Aussage verfälscht werden. Außerdem kann die Kopie nicht vom Original unterschieden werden beziehungsweise kann das Original, egal ob Text, Bild oder Video, bearbeitet werden.
4. “Invisible Audiences”: Wie bereits erwähnt, ermöglicht es die eingeschränkte Reichweite der Stimme im Alltag das Publikum einer Interaktion zu erkennen. In der “Networked Public” ist es praktisch unmöglich, das gesamte potentielle Publikum wahrzunehmen. Dieser Umstand wird durch die ersten drei Merkmale verschärft, weil die Daten an jedem Ort und zu jeder Zeit wiedergegeben werden können.

Diese vier Charakteristika bringen unzählige Risiken mit sich. Im Prinzip erfolgt die Interaktion auf einer Social Network Plattform in einer ungeklärten Situation mit unbekanntem Publikum. Die Problematik der Gruppenidentitäten und der Publikums-segregation wurde bereits in Kapitel 1.3.1.6 erläutert. Boyd bezeichnet das Problem als “collapsed contexts”. “The lack of spatial, social, and temporal boundaries makes it difficult to maintain distinct social contexts”.⁴¹⁴ Diese kann in einer unglaublichen

⁴¹³ vgl. boyd (2007a), S. 7ff.; boyd, (2007c), S. 2f.; boyd (2008a), boyd (2008b), 27ff.

⁴¹⁴ boyd (2008b), S. 34.

Selbstdarstellung und einem Gefühl des Kontrollverlusts über die Selbstdarstellung im Individuum resultieren. Neben dem Publikum muss der Einzelne die Situation, in der die Daten abgerufen werden können, berücksichtigen. Die Persistenz der veröffentlichten Daten kann zur Dekontextualisierung führen. Abgesehen davon, dass das Publikum dadurch zusätzlich vergrößert wird, können die Daten im falschen Kontext gänzlich andere als die intendierten Informationen hervorbringen.⁴¹⁵ Der Jugendliche passt sich in seinem Handeln an die Normen der von ihm vorgestellten Situation an. In der Peer Group wählt er vermutlich einen lockeren Umgangston mit teils vulgärer Sprache. Stolpert ein Lehrer über derartige Äußerungen, kann dieser sie leicht falsch interpretieren. Er sieht eine Gruppenidentität des Jugendlichen, die eigentlich nicht für ihn bestimmt ist. Ein Zitat von Cardinal Richelieu bringt es auf den Punkt: “If you give me six lines written by the hand of the most honest of men, I will find something in them which will hang him”.⁴¹⁶

Trotz diverser Privacy-Optionen vereinfachen Social Network Sites das Auffinden personenbezogener Daten. Alle Daten sind zentral gespeichert und mittels umfangreicher Suchfunktion beziehungsweise spezieller Personensuchmaschinen, wie 123people, Yasni und Spock, die auch Blogs, Amazon-Wunschzettel, Foren und Google-News mit-einbeziehen, schnell und unkompliziert zu durchforsten. Mittlerweile bindet auch Google Daten von Social Network Sites in die Suche ein. Auf Grund der heutzutage geringen Kosten von Speicherplatz können Daten, egal wie unwichtig sie auch sein mögen, aggregiert werden. Dies ermöglicht das Anlegen digitaler Dossiers, die von sexueller Orientierung über Partyfotos, Geo-Daten bis hin zur religiösen Einstellung alles enthalten.⁴¹⁷ Aggregation personenbezogener Daten ist einerseits für die Werbebranche, andererseits auch für die Behörden von Interesse.

⁴¹⁵ vgl. boyd (2002), S. 34ff;

vgl. auch Lederer, Scott/Mankoff, Jennifer & Dey, Anind K. (2003). “Who Wants to Know What When? Privacy Preference Determinants in Ubiquitous Computing”. *CHI '03 extended abstracts on Human factors in computing systems*, S. 724f.

⁴¹⁶ zitiert nach Conti, Gregory & Sobiesk, Edward (2007). “An Honest Man Has Nothing to Fear: User Perceptions on Web-based Information Disclosure”. *Proceedings of the 3rd symposium on Usable privacy and security*, S. 112ff.

⁴¹⁷ vgl. auch Guy, Ido et al. (2008). “Harvesting with SONAR - The Value of Aggregating Social Network Information”. *Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 1070ff.

Liegen Datensets ohne eindeutigen Identifier, wie vollständigen Name oder Adresse, vor, können sie auf Grund anderer Übereinstimmungen meist trotzdem zusammengeführt werden. Schon einige wenige demografische Daten einer Social Network Plattform genügen, um den Einzelnen eindeutig zu identifizieren. Auf Grund der Fülle von Angaben können sie oft sogar mit anonymen Benutzerkonten verknüpft werden. Selbst wenn bestimmte Daten durch Privacy-Einstellungen gesperrt sind, erlaubt die Freundesliste Rückschlüsse auf das Individuum. Sind beispielsweise alle Freunde des Users über 40, handelt es vermutlich um keinen Teenager. Sind alle Freunde katholischen Glaubens, trifft dies mit großer Wahrscheinlichkeit auch auf ihn zu. Am M.I.T. wurde 2007 eine Applikation entwickelt, welche die sexuelle Orientierung eines Users basierend auf den Angaben auf der Profilseite identifiziert.⁴¹⁸ Das Profilfoto bietet eine weitere Möglichkeit zur Identifikation. Meisten handelt es sich um eine Großaufnahme des Gesichts, die sich gut zur Gesichtserkennung eignet.

Vielen ist die fehlende Transparenz, was die Betreiber mit der Menge an Daten machen, ein Dorn im Auge. Die Zugriffsrechte anderer Nutzer können festgelegt werden. Der Umgang mit den Daten von Seiten der Betreiber bleibt größtenteils im Dunkeln. Wie der folgende Auszug aus dem "Statement of Rights and Responsibilities" von Facebook zeigt, haben die Betreiber freie Hand über vom User veröffentlichte Daten:

For content that is covered by intellectual property rights, like photos and videos ("IP content"), you specifically give us the following permission, subject to your privacy and application settings: you grant us a non-exclusive, transferable, sub-licensable, royalty-free, worldwide license to use any IP content that you post on or in connection with Facebook ("IP License").⁴¹⁹

Social Network Sites sind kommerzielle Unternehmen, die sich finanzieren müssen. Ihr Gut sind die Daten, die es gewinnbringend einzusetzen gilt. Eine Möglichkeit stellt personalisierte Werbung dar. "Facebook's audience is bigger than any TV network that has ever existed on the face of the earth, says Randall Rothenberg, the head of the Interactive Advertising Bureau (IAB)".⁴²⁰ Sony hat zum Beispiel 2009 einen Versuch gezielter

⁴¹⁸ vgl. Johnson, Carolyn Y. (2009). "Project 'Gaydar': At MIT, an experiment identifies which students are gay, raising new questions about online privacy". *The Boston Globe*, 20. September, Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.boston.com/bostonglobe/ideas/articles/2009/09/20/project_gaydar_an_mit_experiment_raises_new_questions_about_online_privacy/.

⁴¹⁹ "Statement of Rights and Responsibilities" (2010). *Facebook*. Zugriff am 31. März 2010 unter <http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf>.

⁴²⁰ "A world of connections" (2010), S. 6.

Werbung auf Social Network Plattformen unternommen und damit bessere Resultate als mit Fernsehwerbung erzielt. Neben dem bereits erwähnten “Stealth Advertising”, bei dem die Werbung als Fake-Profil getarnt ist, gibt es zu vielen Produkten Fanseiten und Gruppen auf Social Network Plattformen, denen die User freiwillig beitreten können. Der Einzelne wird über Neuigkeiten und Aktionen zu diesem Produkt auf dem Laufenden gehalten und die Firma kann eine persönliche Bindung zum Kunden aufbauen. “The real appeal to advertisers is the opportunity to create personal relationships with millions of actual young people. What we really struck upon is the power of friendship”.⁴²¹ Hier spielt ebenfalls die Ökonomie der Aufmerksamkeit eine Rolle. Im Fernsehen schenkt der Einzelne einer bestimmten Sendung seine Aufmerksamkeit. In der Werbeunterbrechung wird versucht, diese Aufmerksamkeit auszunutzen. Bücher treibt dieses Prinzip auf die Spitze, wenn er sagt, “dass die Zeitung den Charakter einer Unternehmung annimmt, welche Anzeigenraum als Ware produziert, die durch einen redaktionellen Teil absetzbar wird”.⁴²² Auf Social Network Plattformen schenkt der Einzelne die Aufmerksamkeit seinen Freunden. Mit Hilfe von Bannern und Pop-ups wird versucht diese Aufmerksamkeit auf bestimmte Produkte zu lenken. Da die Profile Daten zu seinen Vorlieben enthalten, ist gezielte Werbung, “behavioural advertising” möglich.⁴²³ Deshalb bemühen sich die Betreiber, dass der User nur ein einziges, zentrales Profil, auf dem alle Facetten des Individuums gesammelt sind, besitzt. Die umfassenden Profile werden von Werbefirmen nach Keywords durchsucht. Simanowski sieht aus diesem Grund im Web 2.0 eine “Degradierung der Nutzer zu Adressaten von Werbung”.⁴²⁴ Kostenpflichtige Premium-Dienste, wie “Spotlight” auf Netlog, und lukrative Abkommen mit Suchmaschinenbetreibern dienen als weitere Einnahmequellen. Wie bereits erwähnt, zählt eine offensichtlich kommerzielle Ausrichtung der Plattform zu den Gründen, diese zu verlassen.

Werbung kann zwar an den Nerven des Users zehren, stellt aber keine Gefahr dar. Anders verhält es sich mit Social Phishing oder Social Engineering. Dabei werden die Daten durch Manipulation zugänglich gemacht. Der Angreifer gibt sich als vertrauenswürdige Instanz

⁴²¹ Holmes, Elizabeth (2006). “On MySpace Millions of Users Make ‘Friends’ With Ads”. *The Wall Street Journal*, 7. August, Zugriff am 30. April 2010 unter <http://pdfind.com/wsjcom-on-myspace-millions-of/>.

⁴²² zitiert nach Habermas (1990), S. 278.

⁴²³ vgl. “A world of connections” (2010), S. 13.

⁴²⁴ Simanowski, Roberto (2008). *Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft: Kultur - Kunst - Utopien*. Reinbek: Rowohlt, S. 70.

aus, um sensible Daten zu stehlen. Eine simple Möglichkeit besteht darin, über ein Fake-Profil Freundschaftsanfragen an wahllose Personen zu verschicken. Diese Fake-Profile weisen meist Profilfotos attraktiver Personen auf. Im Zuge einer Studie wurden von 250 000 Anfragen 75 000 angenommen. Fast ein Drittel akzeptiert einen völlig Fremden als Kontakt und gewährt ihm Einblick in das Profil.⁴²⁵ Der Angreifer kann sich die gewonnenen Daten zunutze machen und eine personalisierte Nachricht, in der er zum Beispiel zur Bekanntgabe von Bankdaten auffordert, an das Opfer versenden.

Im Kontext der Social Network Sites nimmt Spam einen neuen Charakter an. Die Entscheidung, was für das Individuum als Spam empfunden wird, gestaltet sich als subjektiv. Während der eine sich zum Beispiel über eine Freundschaftsanfrage von Britney Spears freut, sieht sie ein anderer als Spam an. Privatnachrichten zu Neuigkeiten in einer Gruppe können als nützliches Feature oder als störende Nachrichtenflut empfunden werden.⁴²⁶

“Online Harassment”, “Cybermobbing”, “Cyberbullying” und “Cyberstalking” sind Begriffe, die vor allem in Bezug auf Kinder und Jugendliche oft Schlagzeilen machen.

Online harassment or “cyberbullying” has been defined as “an overt, intentional act of aggression towards another person online” (Ybarra and Mitchell 2004a: 1308) or a “willful and repeated harm inflicted through the use of computers, cell phones, and other electronic devices” (Hinduja and Patchin 2009: 5). They may involve direct (such as chat or text messaging), semipublic (such as posting a harassing message on an e-mail list) or public communications (such as creating a website devoted to making fun of the victim). Outside of academic dialogue and discipline, these two terms are frequently used interchangeably, and they have some conceptual similarity (Finkelhor 2008: 26). “Cyberstalking” is another term that captures online activities that may be related to harassment (Jaishankar et al. 2008; McQuade and Sampat 2008), but suffers from a similar lack of conceptual clarity, as definitions of cyberstalking vary widely. Researchers consider it variously as being an attempt to harass or control others online or understand it as an online extension of offline stalking (Adam 2002; Ogilvie 2000; Philips and Morrissey 2004; Sheridan and Grant 2007).⁴²⁷

Social Network Sites bieten eine Vielzahl von Funktionen, die für Cyberbullying missbraucht werden können. Peinliche Videos können einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden. Private Fotos oder intime Gespräche eines anderen können kopiert und zum Beispiel auf dem eigenen Profil veröffentlicht werden. Die Verbreitung von

⁴²⁵ vgl. Acquisti/Gross (2005).

⁴²⁶ vgl. Zinman, Aaron & Donath, Judith (2007). “Is Britney Spears Spam?”. *CEAS 2007: Fourth Conference on Email and Anti-Spam*, Mountain View, 2.-3. August.

⁴²⁷ Schrock/boyd (2008), S.22.

Onlineinhalten kann in Ausnahmefällen eine Eigendynamik entwickeln. Findet zum Beispiel ein Video Anklang in der Community, kann es sich viral weiterverbreiten und sogar zu einem Internet-Meme entwickeln, wie das “Star Wars Kid” demonstriert.⁴²⁸

In der Frühphase der Social Network Sites geisterte das Schreckgespenst der “sexual predators” durch die Medien. Diese Bedrohung wurde besonders oft in Verbindung mit MySpace genannt. Die Zahlen sprechen heute jedoch eine andere Sprache. Erstens haben derartige Delikte in den letzten Jahren abgenommen. Zweitens sind eher anonyme Chats und Instant Messaging davon betroffen. Sexuelle Angebote auf Social Network Plattformen richten sich vorrangig an Frauen und stammen meist von Gleichaltrigen oder Mittzwanzigern.⁴²⁹

Die Folgen der Mitgliedschaft auf einer Social Network Site für den Einstieg in die Berufswelt sind umstritten. Einige Unternehmen geben an, dass der Durchschnittsbewerber aus Zeitmangel nur über Suchmaschinen überprüft wird. Handelt es sich um eine Anstellung in der Führungsebene, wird die Internet-Präsenz des Bewerbers aber genauer durchleuchtet. Das genaue Vorgehen hängt stark von der Branche ab. Eine Befragung im Auftrag des Bundesverbraucherschutzministeriums hat ergeben, dass mehr als ein Viertel der Unternehmen ihre Bewerber online durchleuchten. Wichtig ist, dass nicht gleich auf der ersten Ergebnisseite exzessive Partyfotos aufscheinen. Andererseits können sich Ergebnisse auch positiv auf die Bewerbung auswirken, wenn der Kandidat durch seine Onlineaktivitäten interessanter wirkt.⁴³⁰

Oft werden Social Network Sites als nächster Schritt zum Überwachungsstaat und dem gläsernen Menschen bezeichnet. Vor allem in den Statusmeldungen werden minutiös

⁴²⁸ raze7ds (2006). “Star Wars Kid”. *YouTube*, 15. Jänner, Zugriff am 30. April 2010 unter <http://www.youtube.com/watch?v=HPPj6vilBmU>.

⁴²⁹ vgl. Schrock/boyd (2008); Subrahmanyam/Greenfield (2008), S. 134f.; vgl. auch Mitchell, Kimberly J./Wolak, Janis & Finkelhor, David (2007). “Trends in Youth Reports of Sexual Solicitations, Harassment and Unwanted Exposure to Pornography on the Internet”. *Journal of Adolescent Health*, 40(2), S. 116ff.;

Wolak, Janis/Mitchell, Kimberly J. & Finkelhor, David (2006). “Online Victimization of Youth: Five Years Later”. *National Center for Missing and Exploited Children Bulletin*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.unh.edu/ccrc/pdf/CV138.pdf>.

⁴³⁰ vgl. “Facebook: Chefs prüfen Bewerber in sozialen Netzwerken” (2009). *Zeit Online*, 21. August, Zugriff am 30. April 2010 unter <http://www.zeit.de/online/2009/35/Firmen-Bewerber-Internet>.

private Details veröffentlicht. Simanowski kritisiert, dass sich die Menschen damit freiwillig Big Brother zuwenden. “Das Internet ist eine Kamera, überall und jederzeit im Einsatz; im Internet ist man immer nackt”.⁴³¹ Er stellt die Frage:

Ist dies die Überanpassung, an der das System zugrunde gehen soll? Oder ist es nur Gedankenarmut und Gleichgültigkeit, die kaum erstaunt bei einer Generation, die den Begriff Big Brother nicht mit George Orwells negativer Utopie verbindet, sondern mit einer unterhaltsamen Reality-Show, und die sich durch das Handy dazu verleiten lässt, privateste Gespräche mit Mitreisenden und Mitwartenden zu teilen?⁴³²

In den Anfangsjahren des Internets herrschte die Angst, dass Jugendliche online auf für ihr Alter ungeeignete Inhalte stoßen könnten. Heute sind es oft die Jugendlichen selbst, die anstößige Inhalte publizieren. Videos von Schlägereien oder erotische Bilder sind häufig auf den Profilen Jugendlicher zu finden.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass viele schon zuvor existierende Gefahren auch auf Social Network Sites auftreten. Manche Funktionen verstärken das Ausmaß, wie zum Beispiel Cyberbullying vor einem viel größeren Publikum stattfindet. Ansonsten kann man sich Smiths Urteil anschließen: “despite popular concerns about teens and social networking, our analysis suggests that social network sites are not inherently more inviting to scary or uncomfortable contacts than other online activities”.⁴³³

1.3.4.3 Das Privacy-Verhalten Jugendlicher

Da die Betreiber die Privacy-Optionen ständig adaptierten, werden an dieser Stelle allgemeine Tendenzen zum Thema zusammengefasst. Bei Kommunikation spielt im Alltag wie auf Social Network Plattformen Vertrauen eine große Rolle.⁴³⁴ Diesbezüglich liegen die Ergebnisse unzähliger Studien aus dem E-Commerce-Bereich vor. Der Betreiber muss signalisieren, dass ihm die Privatsphäre des Users wichtig ist. Hilfestellungen, Feedback und Privacy-Optionen vermitteln ein Gefühl der Sicherheit und des Vertrauens. Dadurch

⁴³¹ Simanowski (2008), S. 59.

⁴³² *ibid.* S. 60f.

⁴³³ Smith, Aaron (2007). “Data Memo”. *PEW Internet: Teens and Online Stranger Contact*. Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Stranger_Contact_Data_Memo.pdf, S. 2.

⁴³⁴ vgl. auch Dwyer, Catherine/Hiltz, Starr R. & Passerini, Katia (2007). “Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace”. *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*, Keystone, 9.-12. August.

gibt der Einzelne eher Daten auf der Plattform bekannt.⁴³⁵ "Ultimately, the most effective way for commercial Web providers to develop profitable exchange relationships with online customers is to earn their trust".⁴³⁶

Erste Schritte zur Sicherung eines angemessenen Verhaltens stellen die Netiquette und die "Melden"-Funktion dar. Letztere erlaubt es dem User Inhalte, die gegen die AGB verstoßen, einem Moderator zu melden. Auf MySpace hält zusätzlich ein Drittel der Mitarbeiter nach verbotenen Inhalten Ausschau.⁴³⁷ Facebook stellt ebenfalls hunderte Mitarbeiter für diesen Zweck ab.⁴³⁸

Jugendliche entwickeln meist eigene Privacy-Strategien. Eine oftmals anzutreffende Strategie lautet "Security through Obscurity".⁴³⁹ Viele Jugendliche denken, dass sie nichts zu befürchten haben, solange sie in der Masse nicht auffallen. Ihnen ist bewusst, dass im Prinzip jeder Zugriff auf ihre Daten hat, sehen aber keinen Grund, weshalb sich jemand gerade für ihr Profil interessieren sollte. Häufig werden Zeichnungen, extreme Closeups oder Fotos von Gegenständen als Profilbild verwendet, um die Anonymität zu steigern. Außerdem geben viele einen Nickname oder eine Abkürzung anstelle des echten Namens an. Konkrete Ereignisse werden umschrieben, sodass sie nur Freunde verstehen können.⁴⁴⁰

Viele User folgen einem Alles-oder-nichts-Prinzip. Wer Wert auf seine Privatsphäre legt, macht sein ganzes Profil nur für Freunde zugänglich. Die feingranulären Optionen werden selten genutzt. Der Grad der Privatsphäre wird meist bei der Registrierung festgelegt und dann nie wieder verändert. Viele vergessen, welche Einstellungen sie getroffen haben oder wie die Default-Einstellungen lauten. Das ist insofern problematisch, als sich auch die sozialen Normen auf Social Network Sites im Lauf der Zeit ändern. War am Anfang das

⁴³⁵ vgl. Metzger, Miriam J. (2004). "Privacy, Trust, and Disclosure: Exploring Barriers to Electronic Commerce". *Journal of Computer-Mediated Communication*. 9(4).

⁴³⁶ Hoffman, Donna L./Novak, Thomas P. & Peralta, Marcos (1999). "Building consumer trust online". *Communications of the ACM*, 42(4), S. 85.

⁴³⁷ vgl. Shreve, Jenn (2006). "MySpace Faces a Perp Problem". *Wired*, 18. April, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2006/04/70675>.

⁴³⁸ vgl. Parr, Ben (2010). "Facebook Turns to the Crowd to Eradicate Offensive Content". *Mashable*, 4. Jänner, Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://mashable.com/2010/01/04/facebook-community-council/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Mashable+%28Mashable%29.

⁴³⁹ boyd (2007c), S. 4.

⁴⁴⁰ vgl. *ibid.*

Bewusstsein von Privacy mehrheitlich mangelhaft, regeln Neuregistrierte ihre Privatsphäre genauer. Die optimalen Einstellungen hängen vor allem davon ab, was der Einzelne auf der Social Network Site sucht. Für Personen, die nur alte Klassenkameraden wiederfinden wollen, genügt es wenig Daten verfügbar zu machen. Will jemand neue Leute kennenlernen, sollte er den Großteil der Daten öffentlich zugänglich machen.⁴⁴¹ Bei der Freigabe der Daten dient die Rolle des verallgemeinerten Anderen als Entscheidungshilfe. Der Einzelne fragt sich, was für die Besucher seiner Profilseite von Interesse ist.⁴⁴²

Auf vielen Social Network Sites sind die Privacy-Optionen unübersichtlich gestaltet. Außerdem sind die Default-Einstellungen oft so konfiguriert, dass ein Großteil der Daten für jedermann einsehbar ist.⁴⁴³ Facebook hat diesbezüglich vor kurzem für Aufsehen gesorgt. Gleichzeitig mit der Erweiterung der Privacy-Optionen wurden alle Profile standardmäßig öffentlicher als zuvor eingestellt. Mark Zuckerberg machte im Zuge dessen selbst hunderte Privatfotos auf seinem Profil zugänglich und argumentierte, dass sich die sozialen Normen von öffentlich und privat mit der Hilfe von Facebook verändert hätten: "I'm trying to make the world a more open place".⁴⁴⁴ Social Network Sites illustrieren in der Tat den von Habermas behandelten Wandel der Öffentlichkeit. "One of the things that is most fascinating about [Facebook] is how it illuminates the changing nature of public and private identity. [...] People my age have a completely different attitude about what is fair game".⁴⁴⁵

Die Feed-Funktion hat zur Bewusstseinsbildung von Öffentlichkeit auf Social Network Sites maßgeblich beigetragen. Bei der Einführung 2006 sorgte sie für zum Teil heftige Reaktionen. Viele sahen durch die aggregierte Darstellung aller ihrer Handlungen auf der

⁴⁴¹ vgl. Strater/Lipford (2008).

⁴⁴² vgl. Consolvo, Sunny et al. (2005). "Location Disclosure to Social Relations: Why, When, & What People Want to Share". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, S. 81ff.

⁴⁴³ vgl. Simpson (2008); Strater/Lipford (2008).

⁴⁴⁴ zitiert nach "Mark Zuckerberg entblößt sich für mehr Offenheit" (2009). *Der Standard*, 14. Dezember, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://derstandard.at/1259281813943/Mark-Zuckerberg-entbloesst-sich-fuer-mehr-Offenheit> ;

vgl., Bankston, Kevin (2009). "Facebook's New Privacy Changes: The Good, The Bad, and The Ugly". *Electronic Frontier Foundation*, 9. Dezember, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.eff.org/deeplinks/2009/12/facebooks-new-privacy-changes-good-bad-and-ugly> ;

"A world of connections" (2010), S. 12.

⁴⁴⁵ Hass, Nancy (2006). "In Your Facebook.com". *The New York Times*, 8. Jänner, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.nytimes.com/2006/01/08/education/edlife/facebooks.html?pagewanted=2> .

Startseite anderer ihre Privatsphäre beschnitten. Die Gruppe “Students Against Facebook News Feed” schaffte es innerhalb von 24 Stunden auf über 700 000 Mitglieder. Sofort reagierte Zuckerberg mit einem Blog-Eintrag: “Calm down. Breathe. We Hear You”.⁴⁴⁶ Innerhalb einer Gruppe wurde öffentlich über die neue Funktion diskutiert und eine Lösung gefunden. Die Absicht hinter dem Feed sei es, die Menschen durch den effektiven Umgang mit den Daten näher zusammenzubringen. Alle Daten, die im Feed aufscheinen, waren auch vorher für jedermann zugänglich. Allerdings hat der Feed die soziale Dynamik verändert. Bisher musste der Einzelne die Profilseite eines anderen besuchen, um seine Handlungen zu verfolgen. Dies wird eher von guten Freunden, die Zeit in die Freundschaft investieren, erwartet. Der Feed serviert den Kontakten alle Handlungen auf der Startseite. Musste der Einzelne zur Vorderbühne gehen, um Teil des Publikums zu sein, kommt die Vorderbühne nun zu ihm. Die Schranken zur Vorstellung waren nicht struktureller, sondern sozialer Natur.⁴⁴⁷ Eine Information muss nicht als privat gelten, weil sie niemandem, sondern nur einem bestimmten Publikum bekannt ist. Dank des Feeds gehen heute viele User bewusster mit ihren Daten um, weil ihnen klar ist, dass sie vor einem großen Publikum stehen. Manche reduzieren jedoch das Publikum auf die Personen, die selbst regelmäßig im Feed aufscheinen und passen ihre Darstellung an sie an. Dabei umfasst das wahre Publikum die gesamte Kontaktliste, wenn nicht sogar mehr.⁴⁴⁸

1.3.4.4 Beispiele für Zwischenfälle

Die Problematik der Publikumssegregation beziehungsweise der “collapsed contexts”⁴⁴⁹ wurde einem Schüler in Pennsylvania, der den Direktor “parodierte”, zum Verhängnis. Die Parodie wurde außerhalb des Kontexts von MySpace nicht als solche interpretiert und der Schüler der Schule verwiesen.⁴⁵⁰

⁴⁴⁶ Zuckerberg, Mark (2006). “Calm down. Breathe. We Hear You”. *The Facebook Blog*, 6. September, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://blog.facebook.com/blog.php?post=2208197130>.

⁴⁴⁷ vgl. boyd, danah m. (2008e). “Facebook’s Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence”. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14, S. 13ff.

⁴⁴⁸ vgl. Rosenblum (2007); Strater/Lipman (2008), S. 115.

⁴⁴⁹ boyd (2008b), S. 34.

⁴⁵⁰ vgl. boyd(2007a), S. 17.

Auch die Behörden machen sich Social Network Sites zunutze.⁴⁵¹ Beispielsweise gelang es der Polizei an der George Washington University, der Northern Kentucky University und der University of Kentucky, Studenten wegen Alkoholkonsums und Lärmbelästigung mit Hilfe der Pinnwandeinträge und Partyfotos auszuforschen.⁴⁵² Mit Lehrbeauftragten kommt es immer wieder zu Auseinandersetzungen, weil kritische Kommentare auf Social Network Plattformen auftauchen. Ein Student der Oklahoma University wurde sogar vom Secret Service verhört, weil er die Gruppe “Bush Sucks” gegründet hatte.⁴⁵³ Studenten der George Washington University kündigten ein großes Bierfest über eine Plattform an. Als, wie zu erwarten, die Polizei eintraf, saßen die Studenten bei Kaffee und Kuchen, auf dem “Beer” geschrieben stand.⁴⁵⁴

Spiele und Applikationen stellen für viele einen netten Zeitvertreib auf Social Network Sites dar. Allerdings haben zum Beispiel Anwendungen auf Facebook standardmäßig vollen Zugriff auf alle Daten des eigenen Profils und der Profile sämtlicher Kontakte. Dabei wären die meisten Anwendungen mit einem Bruchteil der Daten noch voll funktionsfähig.⁴⁵⁵ Somit können Facebook-Applikationen missbraucht werden, um sich Zugriff auf sämtliche Daten eines Nutzers und dessen Kontakte zu verschaffen. Mittlerweile haben die Betreiber auf die Kritik reagiert und Zugriffsoptionen für Anwendungen integriert. An den Standardeinstellungen hat sich jedoch nichts geändert.⁴⁵⁶

⁴⁵¹ vgl. auch Lampe et al. (2008), S. 729.

⁴⁵² vgl. Perry, Stephanie (2006). “Can facebook lead to your arrest? Police are using the popular website to investigate criminal activity”. *The Daily Free Press*, 25. Jänner, Boston University. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.dailyfreepress.com/news/can-facebook-lead-to-your-arrest-1.924940>.

⁴⁵³ vgl. Hodge, Matthew J. (2006). “The Fourth Amendment and privacy issues on the “new” internet: Facebook.com and MySpace.com”. *Southern Illinois University Law Journal*, 31, S. 95ff.

⁴⁵⁴ vgl. Hass (2006);

vgl. auch Romano, Andrew (2006). “Walking a New Beat: Surfing MySpace.com helps cops crack the case.” *Newsweek*, 24. April, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.newsweek.com/id/47100>;

Lipford, Heather R./Besmer, Andrew & Watson Jason (2008). “Understanding privacy settings in facebook with an audience view”. *Proceedings of the 1st Conference on Usability, Psychology, and Security*. Artikel 2.

⁴⁵⁵ vgl. Krishnamurthy, Balachander & Wills, Craig E. (2008). “Characterizing Privacy in Online Social Networks”. *Proceedings of the first workshop on Online social networks*, S. 37ff;

vgl. auch Conley, Chris (2009). “Quiz: What Do Facebook Quizzes Know About You?”. *ACLU of Northern California*, 11. Juni, Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://www.aclunc.org/issues/technology/blog/quiz_what_do_facebook_quizzes_know_about_you.shtml;

Felt, Adrienne et al. (2008). “Talking to Strangers Without Taking Their Candy: Isolating Proxied Content”. *Proceedings of the 1st Workshop on Social Network Systems*, S. 25ff.

⁴⁵⁶ vgl. He, Ray C. (2010). “New Privacy Controls for Your Applications”. *The Facebook Blog*, 17. Februar, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://blog.facebook.com/blog.php?post=311056167130>.

Immer wieder sorgen Sicherheitspannen auf Social Network Sites für Schlagzeilen. Zuletzt waren wegen eines Bugs kurzfristig die E-Mail-Adressen aller Facebook-User sichtbar.⁴⁵⁷ Von einem Viertel der SchülerVZ-User, das sind mehr als eine Million Menschen, wurden Daten inklusive Name, Geschlecht, Alter, Schule und Profilfoto unrechtmäßig ausgelesen.⁴⁵⁸

1.3.4.5 Aktuelle Ergebnisse

Da von der “Safer Internet”-Studie aktuelle Ergebnisse aus Österreich zum Thema “Gefahren im Internet” vorliegen, werden diese kurz zusammengefasst. Im Zuge der quantitativen Untersuchung wurden 402 Elf- bis Neunzehnjährige befragt.⁴⁵⁹

Als größte Nachteile von Social Network Sites werden von 40% “nervige” Werbung und von einem Drittel das Beschimpfen von Freunden eingestuft. Diese werden von übertrieben positiver Selbstdarstellung, Malware und Anmachen gefolgt. Jeder Zehnte berichtet von Vorfällen wie sexueller Belästigung, Kontakt mit der Polizei und Anzeigendrohung. Bei Negativerfahrungen im Bekanntenkreis stehen Eingriffe in die Privatsphäre, bei denen sich Fremde als Profilinhaber ausgeben und Daten ändern, an erster Stelle. Jeder Fünfte hatte Probleme mit peinlichen Fotos.

Bei der Selbsteinschätzung, ob die Jugendlichen selbst schon problematische Inhalte veröffentlicht hätten, reagieren die meisten gelassen. Gerade einmal 10% fühlen sich betroffen, primär durch Fotos, die nicht für die Öffentlichkeit gedacht waren. Die Selbstdarstellung ist ihnen wichtig, denn zwei Drittel haben nach sich im Internet gesucht. Jeder Zehnte ist dabei auf unangenehme Resultate gestoßen. Vor dem Veröffentlichen von Bildern fragen sie kaum um die Erlaubnis der abgebildeten Personen. Bezüglich Privacy-Einstellungen gibt ein Drittel zu, sich wenig auszukennen. Nur jeder Siebente behauptet, über Privacy gut informiert zu sein. Dabei handelt es sich hauptsächlich um männliche

⁴⁵⁷ vgl. “Bug: Alle Mail-Adressen bei Facebook einsehbar” (2010). *Winfuture*, 31. März, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://winfuture.de/news,54550.html>.

⁴⁵⁸ vgl. “SchülerVZ: Hacker sammelte Daten Minderjähriger” (2009). *Die Presse*, 19. Oktober, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/techscience/internet/sicherheit/515994/index.do> ; vgl. auch. Reisinger, Don (2009). “Hundreds of Facebook groups hijacked”. *CNET*, 10. November, Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://news.cnet.com/8301-17939_109-10394058-2.html.

⁴⁵⁹ vgl. Schaefferberger (2010).

Jugendliche. Zu den Daten, die zu privat sind, um sie auf einer Social Network Plattform zu veröffentlichen, zählen Passwörter, Telefonnummer, Adresse, peinliche Fotos und Fotos von Lehrern. Auffällig ist, dass diese Selbsteinschätzung große Widersprüche aufweist:

Über 60 Prozent der Befragten geben selbstbewusst an, dass ihnen aufgrund ihres vorsichtigen Verhaltens in den Communities nichts Unangenehmes passieren kann. Im gleichen Atemzug geben 50 Prozent der Jugendlichen zu, dass, wenn alles was sie jemals in den Communities gemacht haben veröffentlicht werden würde, dies sehr unangenehm für sie wäre.⁴⁶⁰

Diese Ergebnisse bestätigen, dass Jugendliche bei Privacy widersprüchliche Verhaltensweisen an den Tag legen. Das Resümee der Studie lautet:

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass die überwiegende Mehrheit der 11- bis 19jährigen ÖsterreicherInnen ihre Aktivitäten in den Social Communities als unproblematisch sehen. Parallel dazu ist die Kenntnis über negative Konsequenzen durchaus gegeben – bis hin zu Extremfällen. Dies weist darauf hin, dass der Umgang mit dem Netz gerade bei den jüngeren wenig reflektiert und mit geringem Risikobewusstsein erfolgt. In diesem Zusammenhang muss gleichzeitig berücksichtigt werden, dass augenscheinlich viele UserInnen Probleme negieren beziehungsweise die meisten negativen Konsequenzen als nicht bedrohlich oder einfach als zum Onlinealltag zugehörig empfinden – somit auch wesentliche Voraussetzungen für die Entwicklung eines ausgeprägten Risikobewusstseins fehlen.⁴⁶¹

1.3.4.6 Ausblick

Der Schutz der Privatsphäre Jugendlicher auf Social Network Sites gestaltet sich als komplexes Problem. Den Jugendlichen selbst fehlt es oft an Risikobewusstsein. Mit ihren Eltern kommunizieren sie heute weniger, dafür mehr innerhalb der Peer Group. Im Durchschnitt hat die Hälfte der Eltern das Profil ihres Kindes nicht durchgelesen beziehungsweise hat es ein Drittel noch nicht einmal gesehen.⁴⁶² Gleichzeitig bestehen viele Eltern darauf, die Aktivitäten der Jugendlichen auf Social Network Plattformen zu kontrollieren. Diese sehen ihr Profil aber als “my space” an, und wollen nicht, dass Erwachsene in ihre “Networked Public” eindringen.⁴⁶³ Viele Eltern und Schulen reagieren darauf mit dem Verbot von Social Network Sites.⁴⁶⁴

⁴⁶⁰ Schaefberger (2010), S. 11.

⁴⁶¹ *ibid.* S. 17.

⁴⁶² vgl. boyd (2009); Subrahmanyam/Greenfield (2008), S. 137f.

⁴⁶³ boyd (2007c), S. 5f.

⁴⁶⁴ vgl. Levy, James (2007). “Opinion: The real reason schools need Facebook”. *eLearn Magazine*, 2007(12). Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1361061>.

Im Zuge der Studie “Privatsphäre 2.0, Beeinträchtigung der Privatsphäre in Österreich” wurde ein Katalog von Maßnahmen zum besseren Schutz von Privatsphäre zusammengestellt:⁴⁶⁵

1. Bewusstseinsbildung: Das nötige Bewusstsein muss in der Bevölkerung geschaffen werden, um einen gesellschaftlichen Diskurs zu starten. Es wird eine Informationspflicht für Privacy-Zwischenfälle vorgeschlagen. Die Betreiber von Web 2.0 Plattformen sollen explizit auf die langfristigen Auswirkungen von veröffentlichten Daten hinweisen.
2. Regulierung: Eine kommerzielle Nutzung der Daten soll nur mit Zustimmung des Users erfolgen. Ein Beitritt zu der Plattform sollte aber auch ohne diese Zustimmung möglich sein. Die Sicherheitsvorkehrungen sollten bestimmten Standards entsprechen, damit die Daten vor Missbrauch hinreichend geschützt sind. Eine Datenschutzkommission als unabhängige und aktive Kontrollinstanz wird vorgeschlagen.
3. Forschungen im Bereich von Privacy Enhancing Technologies, wie zum Beispiel Daten mit “Ablaufdatum”, sollen gefördert werden.

Alle technischen Vorkehrungen zum Schutz der Privatsphäre erweisen sich als nutzlos, wenn das Bewusstsein bei den Jugendlichen fehlt. Social Network Sites sind fest im Erfahrungs- und Verhaltensprozess der Jugendlichen verankert. Dieses komplexe Gefüge erlaubt keine simplen Lösungen wie Verbote. Der CEO von Tribe.net sieht die aktuelle Debatte um Privatsphäre positiv: “Social networking has the potential to create an intelligent order in the current chaos by letting you manage how public you make yourself and why and who can contact you”.⁴⁶⁶ Natürlich bringen die Social Network Sites die teilweise Veröffentlichung der Privatsphäre mit sich. Doch diese Entwicklung ist nur ein Element des gesellschaftlichen Strukturwandels zu einer neuen Öffentlichkeit.

⁴⁶⁵ vgl. Sterbik-Lamina, Jaro/Peissl, Walter & Cas, Johann (2009). *Privatsphäre 2.0: Beeinträchtigung der Privatsphäre in Österreich. Neue Herausforderungen für den Datenschutz*, ITA-Projektberichte, Wien. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://epub.oeaw.ac.at/ita/ita-projektberichte/d2-2a53.pdf>.

⁴⁶⁶ Black, Jane (2004, 20. Februar). “The Perils and Promise of Online Schmoozing”. *Business Week*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://www.businessweek.com/technology/content/feb2004/tc20040220_3260_tc073.htm.

Ronald Rivest, er war an der Entwicklung der RSA-Verschlüsselung beteiligt, bringt die genannten Risiken auf den Punkt: „What was once private is now public. What once was hard to copy is now trivial to duplicate. What was once easily forgotten is now stored forever”.⁴⁶⁷

⁴⁶⁷ zitiert nach Friedemann, Mattern (2001). „Ubiquitous Computing: Der Trend zur Informatisierung und Vernetzung aller Dinge“. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.vs.inf.ethz.ch/publ/papers/Internetkongress.pdf>, S. 8

Kapitel 2

Methodisches Vorgehen

2.1 Methodologie

Qualitatives und quantitatives Vorgehen müssen in der empirischen Forschung über soziales Handeln keinen Widerspruch darstellen. Bei den meisten Erkenntnisprozessen gehen die beiden Hand in Hand. Allerdings wurde die qualitative Seite bisher etwas vernachlässigt.⁴⁶⁸ Die qualitative Methode “versteht sich als forschungspraktische Einlösung der Kritik an standardisierten Messverfahren der empirischen Sozialforschung [...] und der Erkenntnis, dass der komplexe und prozessuale Kontextcharakter der sozialwissenschaftlichen Forschungsgegenstände kaum durch normierte Datenermittlung zu erfassen ist, vielmehr situationsadäquate, flexible und die Konkretisierung fördernde Methoden notwendig sind”.⁴⁶⁹ Soziales Handeln wird, wie auch Mead aufzeigt, nicht von Normen determiniert, sondern ist situationsbezogen und prozesshaft. Innerhalb der Situation passt sich der Einzelne an die gesellschaftlichen Strukturen und die Erwartungen der anderen an.⁴⁷⁰ Aus diesem Grund ist eine Hinwendung zur Sichtweise der Akteure sinnvoll.

2.1.1 Merkmale qualitativer Sozialforschung

Girtler fasst vier Hauptkritikpunkte an rein quantitativ, naturwissenschaftlich ausgerichteten Verfahren der Sozialforschung zusammen:⁴⁷¹

1. Soziale Phänomene existieren nicht außerhalb des Individuums, sondern sie beruhen auf den Interpretationen der Individuen einer sozialen Gruppe, die es zu erfassen gilt.
2. Soziale Tatsachen können nicht vordergründig als objektiv identifiziert werden, sondern sie sind als soziale Handlungen von ihrem Bedeutungsgehalt her beziehungsweise je nach Situation anders zu interpretieren.

⁴⁶⁸ vgl. Mayring, Philipp (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. 5. Auflage, Weinheim/Basel: Beltz, S. 19.

⁴⁶⁹ Witzel, Andreas (1985). “Das problemzentrierte Interview”. Jüttemann, Gerd (Hg.). *Qualitative Forschung in der Psychologie*, Weinheim/Basel: Beltz, S. 227.

⁴⁷⁰ vgl. *ibid.* S. 228.

⁴⁷¹ Girtler, Roland (1984). *Methoden der qualitativen Sozialforschung: Anleitung zur Feldarbeit*. Wien/Köln/Graz: Böhlau, zitiert nach Lamnek, Siegfried (2005). *Qualitative Sozialforschung*. 4. Auflage, Weinheim/Basel: Beltz, S. 6f.

3. Quantitative Messungen und ihre Erhebungstechniken können soziales Handeln nicht wirklich erfassen; [...] Häufig führen sie dazu, dass dem Handeln eine bestimmte Bedeutung unterschoben wird, die eher die des Forschers als die des Handelnden ist.
4. Das Aufstellen von zu testenden Hypothesen vor der eigentlichen Untersuchung kann dazu führen, dem Handelnden eine von ihm nicht geteilte Meinung oder Absicht zu suggerieren oder aufzuoktroyieren.

“Dieser Primat der Methode über die Sache verhindert eine angemessene und gültige Erfassung der interessierenden Sachverhalte”⁴⁷² und schafft eine “Scheinobjektivität”.⁴⁷³ Mayring formuliert die folgenden Postulate, die er zu dreizehn *methodischen Säulen* des qualitativen Denkens entwickelt.⁴⁷⁴

1. Deskription: Damit Verfahren und Ergebnisinterpretation adäquat sind, muss die Methode *einzelfallbezogen* sein. Eine solche Herangehensweise muss *offen* sein und, um eine Begrenzung zu vermeiden, ohne vorhergehende Hypothesenbildung verfahren.⁴⁷⁵ Die Theorie soll aus der “komplexen Alltagswelt der Individuen” gebildet werden und zwar nach dem Sinn, “den Individuen ihren Handlungs- und Deutungsmustern unterlegen”.⁴⁷⁶ Damit die “eigensinnige[n] Welt”⁴⁷⁷ des Individuums verstanden werden kann, muss stets der Kontext berücksichtigt werden. Garfinkel spricht von einer “dokumentarischen Methode der Interpretation”.⁴⁷⁸ Der Sinn jeder Handlung ist der Ausdruck einer latenten Haltung und umgekehrt wird diese Haltung durch jede konkrete Handlung erfasst. So wie bei einer Interaktion die Äußerungen im Wechselspiel aufeinander angepasst werden, muss auch das “Offenhalten von Interpretationsspielräumen” erhalten bleiben, um eine Anpassung zu erlauben. Die empirische Forschung darf nicht entlang eines starren Fragenkatalogs ausgerichtet sein, sondern muss sich an die Situation anpassen.⁴⁷⁹ Ein weiteres Merkmal ist die Gegenstandsorientierung. Die Methode ist nicht von vornherein normiert. Sie soll

⁴⁷² Lamnek (2005), S. 11.

⁴⁷³ *ibid.* S. 15.

⁴⁷⁴ vgl. Mayring (2002), S. 20ff.

⁴⁷⁵ vgl. auch Lamnek (2005), S. 21, 100ff; Blumer (1998), S. 29f.; Glaser, Barney & Strauss, Anselm (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.

⁴⁷⁶ Witzel (1985), S. 228.

⁴⁷⁷ Blumer, Herbert (1973). “Der methodologische Standpunkt des symbolischen Interaktionismus”. Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hg.). *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit*. Reinbek: Rowohlt, zitiert nach Witzel (1985)S, 229.

⁴⁷⁸ Garfinkel, Harold (1964). “Studies of the Routine Grounds of Everyday Activities”. *Social Problems*, 11, S. 255-258, Berkeley: University Press, zitiert nach Witzel (1985)S, 229.

⁴⁷⁹ Witzel (1985), S. 229.

einen geeigneten Zugang zur Handlungs- und Bewusstseinsanalyse ermöglichen. Die Teilmethoden können im Verlauf der Untersuchung adaptiert werden.⁴⁸⁰ Trotz der Offenheit müssen die einzelnen Verfahrensschritte selbstverständlich explizit dokumentiert werden und nach begründeten Regeln ablaufen. Nur durch exakte *Methodenkontrolle* kann die Überprüfbarkeit der Ergebnisse garantiert werden.

2. Interpretation: Die Interpretation ist stets vom *Vorverständnis* des Forschers abhängig. Obwohl der Forscher möglichst naiv und vorbehaltlos innerhalb der empirischen Erhebungssituation agieren soll, kann er nicht ohne Vorwissen handeln. Allerdings muss dieses Vorwissen offengelegt werden. Schließlich soll das gesammelte Hintergrundwissen für das Verständnis und für die Interpretation fruchtbar gemacht werden. Der Wissenshintergrund wird dementsprechend zusammengefasst und systematisiert. Besonderes Augenmerk muss auf die Rahmenbedingungen der betroffenen Individuen gelegt werden.⁴⁸¹ Dem Forscher wird eine Doppelrolle zuteil. Er agiert bei der Erhebung als vorbehaltloser Forscher und bei der Auswertung als Theoretiker. Eine Möglichkeit zur Auflösung dieser vermeintlichen Gegensätze schlägt Blumer mit den “sensitizing concepts” vor.⁴⁸² In einem ersten Schritt formuliert der Forscher das Problemfeld, um seine Wahrnehmung zu sensibilisieren. Im zweiten Schritt muss er sein Vorwissen gegenüber der Empirie offenhalten und das neu gewonnene Wissen als neues Vorwissen integrieren. Dann kann er sich wieder neues Wissen aneignen und dieses wieder integrieren et cetera. Das Vorverständnis wird in Form der hermeneutischen Spirale⁴⁸³ am Gegenstand weiterentwickelt, bis er den Gegenstand für adäquat erfasst erachtet. Es besteht eine “Verschränkung von bestehendem und zu ermittelndem Wissen”.⁴⁸⁴ Alle Prozesse müssen begründet und überprüft werden. Die Interaktion zwischen Forscher und Gegenstand verläuft nicht statisch. Forschung ist ein *Interaktionsprozess*, in dem sich Forscher und Gegenstand gegenseitig beeinflussen und verändern. Da die Methode prozessorientiert ist, muss die konkrete Vorgehensweise für die jeweilige Untersuchung angepasst werden.⁴⁸⁵

⁴⁸⁰ vgl. Witzel (1985), S. 232.

⁴⁸¹ vgl. ibid. S. 230.

⁴⁸² Blumer (1998), S. 147f.

⁴⁸³ vgl. auch Lamnek (2005), S. 59ff.

⁴⁸⁴ Witzel (1985), S. 231.

⁴⁸⁵ vgl. Witzel (1985), S. 233.

3. Subjekt im Alltag: Der Mensch muss in seiner *Ganzheit* erfasst werden. Eine analytische Trennung kann sich zwar manchmal als hilfreich erweisen, muss aber wieder zusammengeführt werden. Teilaspekte stehen in einer dialektischen Beziehung und müssen ganzheitlich betrachtet werden. Qualitatives Vorgehen muss stets *historisch* sein, weil humanwissenschaftliche Gegenstände immer eine Geschichte haben und sich kontinuierlich verändern. Die Untersuchung muss *problemorientiert* erfolgen. Der Forscher orientiert sich an einer relevanten konkreten, gesellschaftlichen Problemstellung, auf die er den Gegenstand bezieht.⁴⁸⁶
4. Verallgemeinerungsprozess: Bei der *argumentativen Verallgemeinerung* wird die Begründung im Einzelfall generalisiert. Dies muss explizit, argumentativ abgesichert erfolgen. Außerdem muss begründet werden auf welche Situationen, Bereiche und Zeiten die Resultate verallgemeinerbar sind. *Induktives* Vorgehen zur Stützung und Verallgemeinerung kann nützlich sein, muss aber ebenso kontrolliert erfolgen. Die gewonnenen Regeln werden nicht als allgemein gültig postuliert, weil der Mensch nicht nach fixen Gesetzen tickt. Regeln sind stets *kontextgebunden*.

Wie schon mehrfach durchgeklungen ist, entspricht die Vorgehensweise der qualitativen Sozialforschung auf inhaltlich-theoretischer Ebene den theoretischen Grundlagen des Symbolischen Interaktionismus, “dessen Forscherverständnis mit dem zentralen Anliegen explorativer beziehungsweise qualitativer Forschung übereinstimmt”.⁴⁸⁷ Ziel der Wissenschaft ist es, “Funktion und Bedeutung der verwendeten Symbolsysteme zu untersuchen”.⁴⁸⁸ Welche entscheidende Rolle dabei der Sprache zukommt, hat bereits Mead aufgezeigt. Blumer schlägt eine Vorgehensweise aus Exploration und Inspektion vor. Exploration meint das Eindringen des Forschers in eine für ihn fremde Lebenswelt mit einem flexiblen und reflexivem Vorgehen, damit die methodischen Schritte ständig reflektiert und korrigiert werden. Die Inspektion ist die analysierende Tätigkeit, welche die Exploration überlagert. In diesem Schritt werden Zusammenhänge zwischen den empirischen Sachverhalten und der Theorie gesucht und diskutiert. Bei der Untersuchung

⁴⁸⁶ Witzel (1985), S. 230.

⁴⁸⁷ Lamnek (2005), S. 37.

⁴⁸⁸ Helle, Horst J. (1977). *Verstehende Soziologie und Theorie der symbolischen Interaktion*. Stuttgart: Teubner, zitiert nach Lamnek (2005), S. 38.

orientiert sich der Forscher an den drei grundlegenden methodologischen Prämissen des Symbolischen Interaktionismus, die bereits im Kapitel 1.1.2 angeführt wurden.⁴⁸⁹ Folgendes Zitat von Blumer fasst die Haltung des Symbolischen Interaktionismus zur sozialwissenschaftlichen Forschung zusammen:

Respect the nature of the empirical world and organize a methodological stance to reflect that respect. This is what I think symbolic interactionism strives to do.⁴⁹⁰

2.1.2 Gütekriterien

Eine essentielle Komponente jeder empirischen Untersuchung ist die Einschätzung der gewonnenen Erkenntnisse anhand von Gütekriterien. Klassische Kriterien aus der quantitativen Forschung sind Validität und Reliabilität.⁴⁹¹ Mayring merkt an, dass diese nicht ohne weiteres für qualitative Zwecke übernommen werden können. So wie die Methode an den Gegenstand angepasst wird, müssen auch die Gütekriterien an die entwickelte Methode angepasst werden. Aus diesem Grund sind standardisierte Kriterien aus der quantitativen Forschung problematisch. Bei der Gültigkeit ist in der qualitativen Forschung nicht die Validität an sich, sondern der Prozess der Validierung das Ziel. Validierung ist ein sozialer Diskurs, der bereits in der Erhebungssituation, aber auch während der Interpretation zu beachten ist.⁴⁹² Reliabilität wird natürlich auch in der qualitativen Sozialforschung angestrebt, jedoch müssen die quantitativen Methoden der Standardisierung abgelehnt werden. Lamnek kommt zu dem Schluss, dass Nachteile bei der Reliabilität durch höhere Validität ausgeglichen werden.⁴⁹³

Da es Mayring für nicht angemessen hält, das Vorgehen aus der quantitativen Forschung zu übernehmen, entwickelt er eigens sechs übergreifende Gütekriterien für die qualitative Forschung.⁴⁹⁴

⁴⁸⁹ vgl. auch Blumer (1998), S. 1ff; Lamnek (2005), S. 38ff., 83ff.

⁴⁹⁰ Blumer (1998), S. 60.

⁴⁹¹ vgl. Mayring (2002), S. 140f.

⁴⁹² vgl. Lamnek (2005), S. 148ff.

⁴⁹³ vgl. *ibid.* S. 172.

⁴⁹⁴ vgl. Mayring (2002), S. 144ff.

1. Verfahrensdokumentation: Da die Methode für den Forschungsgegenstand adaptiert werden muss, ist eine genaue Dokumentation der Vorgehensweise unumgänglich. Nur so kann der Erkenntnisgewinn nachvollzogen werden.
2. Argumentative Interpretationsabsicherung: Eine Interpretation lässt sich zwar nicht beweisen, kann aber sehr wohl hinreichend begründet werden. Dazu sind ein adäquates Vorverständnis, eine schlüssige Interpretation, das Erklären von Brüchen, das Überprüfen und Erklären von Alternativauslegungen und die Widerlegung von konträren Deutungen notwendig.
3. Regelgeleitetheit: Die Offenheit der Methode verlangt ein systematisches Vorgehen bei der Analyse und eine exakte Dokumentation.
4. Nähe zum Gegenstand: Wie schon mehrmals erwähnt, orientiert sich die qualitative Forschung nahe am Gegenstand und versucht direkt am Subjekt in dessen Alltagswelt anzuknüpfen.
5. Kommunikative Validierung: Durch eine Diskussion der Interpretation mit den zu erforschenden Subjekten kann diese zusätzlich abgesichert werden. Sie sind keine reinen "Datenlieferanten, sondern lebende Subjekte",⁴⁹⁵ deren Einschätzung der Interpretation hilfreich sein kann.
6. Triangulation: Dieser Begriff meint unterschiedliche Quellen, Denkansätze und Interpretationen auszuprobieren. Die Ergebnisse von verschiedenen Lösungswegen werden zwar nie kongruent sein, können aber Stärken und Schwächen an den Methoden aufzeigen.

⁴⁹⁵ Lamnek (2005), S. 147.

2.2 Analyseverfahren

Die für diese Untersuchung gewählte Zugangsweise folgt in seiner Struktur dem von Mayring vorgeschlagenen Vorgehen.⁴⁹⁶ Demnach setzt sich die Untersuchung aus Erhebungs-, Aufbereitungs- und Auswertungsverfahren zusammen. Alle drei Schritte müssen auf den Gegenstand und die konkrete Fragestellung bezogen werden.

2.2.1 Erhebungsverfahren: Gruppendiskussion

Die subjektive Bedeutung von Dingen für den Einzelnen lässt sich durch Beobachtung alleine kaum feststellen. Daher ist es in der qualitativen Sozialforschung wichtig, mit den Subjekten in Dialog zu treten. Viele Haltungen des Einzelnen sind eng an den sozialen Zusammenhang gebunden. Sollen öffentliche Meinungen, kollektive Einstellungen und Ideologien an die Oberfläche gebracht werden, erweist sich eine Gruppendiskussion als besonders praktikabel.⁴⁹⁷

Denn die Erfahrungen zeigen, dass in gut geführten Gruppendiskussionen Rationalisierungen, psychische Sperren durchbrochen werden können und die Beteiligten dann die Einstellungen offen legen, die auch im Alltag ihr Denken, Fühlen und Handeln bestimmen. Solche subjektiven Bedeutungsstrukturen entstehen ja auch im Wesentlichen in sozialen Situationen, in Alltagsdiskussionen.⁴⁹⁸

Mangold schreibt der Gruppendiskussion drei Aufgaben zu: Sie kann tiefliegende, intime, individuelle Meinungen aufdecken, einen Überblick über Meinungsinhalte geben und eine Meinungsermittlung unter den Entstehungsbedingungen in der Alltagssituation ermöglichen. Der informelle Kommunikationscharakter bildet im Idealfall eine Gruppenmeinung heraus, "die verhaltens- und einstellungsprägende Beeinflussungen und Kontrollen auf die einzelnen Gruppenmitglieder ausüben".⁴⁹⁹ Es äußert sich nicht mehr das Individuum als solches, sondern in seiner Zugehörigkeit zur Gruppe. Der Einzelne kann zwar nach wie vor

⁴⁹⁶ vgl. Mayring (2002), S. 65ff.

⁴⁹⁷ vgl. ibid. S. 76ff.

⁴⁹⁸ ibid. S. 77.

⁴⁹⁹ Witzel (1985), S. 240.

seine Meinung äußern, passt sie aber an seine Ziele innerhalb der Diskussionssituation an. Die öffentliche Meinung kann nie mit der Summe von Einzelmeinungen gleichgesetzt werden.⁵⁰⁰

Der Ablauf einer Gruppendiskussion wird von Lamnek, Mayring und Witzel ähnlich gegliedert.⁵⁰¹ Der erste Schritt des Erhebungsverfahrens besteht gemäß dem Ablaufmodell von Mayring in der “Formulierung der Fragestellung”.⁵⁰²

Aus dieser lassen sich der Grundreiz und weitere Reizargumente, welche eine Diskussion unter den Teilnehmern provozieren sollen, ableiten. Der Diskussionsleiter stellt diese zu einem Leitfaden zusammen. Allerdings stellt dieser kein Skelett für ein strukturiertes Interview, sondern eine Gedächtnisstütze für den Diskussionsleiter dar. Das Hintergrundwissen wird darin thematisch organisiert, um zu einer “kontrollierten und vergleichbaren Herangehensweise an den Forschungsgegenstand zu kommen”.⁵⁰³ Gerät die Diskussion ins Stocken, kann er ein neues Problemfeld ansprechen und so einen neuen Impuls geben.

Die Gruppenbildung stellt den nächsten Schritt dar. Aus der Fragestellung lässt sich ableiten, welche Gruppe von Personen für die Untersuchung relevant ist. Als Gruppengröße hat sich fünf bis maximal fünfzehn Teilnehmer als sinnvoll erwiesen. Ist die Gruppe zu klein, treten kaum gegensätzliche Meinungen zu Tage. Ist sie zu groß, fällt die Gruppe oft auseinander und verhindert das Bilden von Fronten. Die Gruppe sollte nach Möglichkeit auch im Alltag als solche bestehen. Der Erkenntnisgewinn steht und fällt mit der Auswahl der Teilnehmer. Daher sollte hier mit großer Sorgfalt vorgegangen werden.

Witzel schlägt für sein problemzentriertes Interview einen Kurzfragebogen zur Erfassung relevanter Rahmenbedingungen als Einstieg vor. Die Diskussion wird durch die Darbietung des Grundreizes, wie zum Beispiel durch eine Textstelle oder einen kurzen Film zum Thema, angestoßen. Dieser soll eine Diskussion provozieren. Der Leiter soll sich aus der Diskussion so weit wie möglich heraushalten. Die Diskussion findet zwischen den

⁵⁰⁰ vgl. Lamnek (2005), S. 423.

⁵⁰¹ vgl. auch ibid. S. 408ff.

⁵⁰² Mayring (2002), S. 79.

⁵⁰³ Witzel (1985), S. 236.

Teilnehmern statt. Durch seine Kommentare soll der Leiter bei den anderen ein Gemeinsamkeitsgefühl wecken und mit seinen Bemerkungen zur Diskussion ermuntern. Bei Unklarheiten kann er nachfragen. Verständnis- und erzählungsgenerierende Kommunikationsstrategien wechseln einander ab. Nach Möglichkeit soll die Erzähllogik von den Teilnehmern entwickelt werden. Der Leiter muss seine Fragen so formulieren, dass sie die Diskussionsteilnehmer zum Erzählen anregen und dennoch das Thema in keine bestimmte Richtung lenken.⁵⁰⁴ Dadurch soll ein Frage-Antwort-Spiel umgangen werden. War der Grundreiz nicht ausreichend stimulierend, kann der Leiter weitere Reizargumente aus seinem Leitfaden nachliefern. Nach Witzel verlaufen Diskussionen in vier Phasen:⁵⁰⁵ Nach einem anfänglichen, allgemeinen Vorantasten durch die Teilnehmer kommt es zu einer spezifischeren Sondierung. Hier kann der Leiter wichtige Einzelheiten erfragen und die Taktik des Zurückspiegels, der Konfrontation oder einer Verständnisfrage anwenden. Erfahrungsbeispiele des Individuums sind für die Interpretation besonders fruchtbar. Sind am Ende der Diskussion noch wichtige Punkte offen, kann der Leiter auch noch Ad-hoc Fragen stellen, um diese abschließend zu klären. Nach Abschluss der eigentlichen Gruppendiskussion kann eine Metadiskussion zur Bewertung erfolgen.

Die Gruppendiskussion wird mit einem Tonband aufgezeichnet, damit sich der Leiter voll und ganz auf die Diskussion konzentrieren kann. Bei der Analyse kann er anhand der Aufzeichnung sowohl seine Rolle, als auch die der Teilnehmer verfolgen. Denn auch der Leiter selbst ist Teilnehmer des Untersuchungsgegenstandes, weil er durch sein Einhaken und Nachfragen das Gespräch beeinflusst.⁵⁰⁶ Die Aufnahme bildet die Grundlage für die folgende Aufbereitung.

2.2.2 Aufbereitungsverfahren: Transkript

Mayring weist explizit darauf hin, wie wichtig die Deskription, also die angemessene Beschreibung des Gegenstandes, in der qualitativen Forschung ist.⁵⁰⁷ Während der Erhebung werden der Realität Informationen entlockt. Diese Informationen sind aber nur

⁵⁰⁴ vgl. Witzel (1985), S. 244f.

⁵⁰⁵ vgl. ibid. S. 245ff.

⁵⁰⁶ vgl. ibid. S. 238.

⁵⁰⁷ vgl. Mayring (2002), S. 85.

von Nutzen, wenn sie auch exakt aufgezeichnet und aufbereitet werden. Hauptdarstellungsmittel der Wissenschaft ist die Sprache in Form des geschriebenen Worts. Mit Hilfe der Aufzeichnung der Gruppendiskussion wird ein Transkript als “literarische Umschrift, die auch Dialekt im gebräuchlichen Alphabet wiedergibt” erstellt.⁵⁰⁸ Die methodische Kommentierung des Transkripts zeigt Schlüsselstellen auf und soll problematische Eingriffe des Diskussionsleiters nicht verheimlichen.⁵⁰⁹

2.2.3 Auswertungsverfahren: Qualitative Inhaltsanalyse mit Kernsatzfindung

Mit Hilfe des Auswertungsverfahrens wird das aus der Kommunikation stammende Material analysiert. Die Auswertung muss systematisch, regel- und theoriegeleitet erfolgen, mit dem Ziel, “Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen”.⁵¹⁰ Ein Vorteil der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring besteht in ihrer kommunikationswissenschaftlichen Verankerung.⁵¹¹ Das Material wird im Hinblick auf seine Entstehung und in seinem Kontext interpretiert. Die Regelgeleitetheit wird durch ein zuvor angelegtes Ablaufmodell gewährleistet. Dieses wird für den Gegenstand adaptiert und ermöglicht es jeden Analyseschritt zu begründen.⁵¹² Die Qualitative Inhaltsanalyse besteht aus Vorstellung des Materials, Bestimmung des Ausgangsmaterials, Fragestellung und der Analyse selbst. Der genaue Ablauf wird an dieser Stelle nicht näher erläutert, weil das folgende Kapitel 2.3 in seiner Struktur genau Mayrings Ablaufmodell entspricht.⁵¹³

Lamnek kritisiert an Mayrings Vorgangsweise, dass sie zu sehr quantitativ orientiert ist und der Einzelne nicht in seiner Komplexität nachvollzogen werden kann. Die analytischen Kategorien Mayrings würden den Menschen zu sehr skalieren.⁵¹⁴ Um diesen quantitativen Einflüssen entgegenzuwirken, wird Mayrings Qualitative Inhaltsanalyse um die Kernsatzfindung nach Leithäuser und Volmerg erweitert. Mayring selbst hebt hervor, dass die

⁵⁰⁸ Mayring (2002), S. 91.

⁵⁰⁹ vgl. Witzel (1985), S. 243.

⁵¹⁰ Mayring, Philipp (2007). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 9. Auflage, Weinheim/Basel: Beltz, S. 13.

⁵¹¹ vgl. *ibid.* S. 42.

⁵¹² vgl. *ibid.* S. 43.

⁵¹³ vgl. auch Lamnek (2005), S. 517ff.

⁵¹⁴ vgl. Lamnek (2005), S. 528.

Qualitative Inhaltsanalyse für induktive Kategoriebildung geeignet ist. Somit lassen sich Kernsatzfindung und Inhaltsanalyse sinnvoll vereinbaren.⁵¹⁵

Die Kernsatzfindung entstammt der psychoanalytischen Textinterpretation.⁵¹⁶ Dieses Vorgehen ist strikt induktiv. Es wird weder von der “Perspektive der Äußerung, noch von dem Situationsbezug, in dem die Äußerung steht, abstrahiert”.⁵¹⁷ Die Stärke der Kernsatzfindung besteht darin, dass keine allgemeinen Kategorien gebildet werden, sondern “natürliche Verallgemeinerungen” im Verlauf der Diskussion durch die Teilnehmer die Ausgangsbasis bilden. Besonders fruchtbar sind Passagen, in denen die Teilnehmer persönliche Erfahrungen einbringen und diese selbst im Verlauf der Diskussion analysieren. Solche natürliche Verallgemeinerungen werden als Kernsätze aufgegriffen. Häufig wird eine Phase der Diskussion von einem Teilnehmer mit einem Kernsatz beendet und die Diskussion bewegt sich einem neuen Themenkomplex zu. Für den Einzelnen relevante Diskussionspunkte machen sich auch auf sprachlicher Ebene bemerkbar.⁵¹⁸

1. Wiederholung: Wichtige Aspekte werden im Lauf der Diskussion wiederholt aufgegriffen.
2. Betroffenheit lässt sich an Ausdruck und Wortwahl des Einzelnen feststellen.
3. Erlebnisbezug: Bringt der Einzelne eigene Erlebnisse und Erfahrungen ein, sind diese Aussagen wegen ihres Realitätsbezuges für die Kernsatzfindung nützlich.
4. Die Beteiligung mehrerer Teilnehmer ist ein Indikator für hohe Relevanz.

Nachdem das Transkript auf Kernsätze untersucht worden ist, schlagen Leithäuser und Volmerg vor, diese zunächst nach ähnlichem Inhalt zu Themenblöcken und in weiterer Folge zu Erfahrungsfeldern und Erfahrungsdimensionen zu gruppieren. Da der Prozess der Zusammenfassung nach Mayring exakter definiert ist, wird dieser stattdessen verwendet. Bei Mayrings Form der Materialreduktion werden die Kernsätze durch Abstraktion auf eine überschaubare Zahl gebündelt, ohne wesentliche Inhalte auszublenden.⁵¹⁹ Falls notwendig kann ein zweiter Durchlauf auf einem höheren Abstraktionsniveau angehängt

⁵¹⁵ vgl. Mayring (2002), S. 115; Mayring (2007), S. 74.

⁵¹⁶ vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 234ff.

⁵¹⁷ ibid. S. 245.

⁵¹⁸ vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 240.

⁵¹⁹ vgl. Mayring (2007), S. 58.

werden. Außerdem können bei Bedarf eine Explikation, also das nachträgliche Hinzuziehen von theoretischem Material um Unklarheiten auszumerzen, und eine inhaltliche Strukturierung der Ergebnisse durchgeführt werden.⁵²⁰ Das Herzstück der Inhaltsanalyse bildet die Entwicklung eines Categoriesystems aus dem Ausgangsmaterial. “Technische Unschärfen werden durch theoretische Stringenz ausgeglichen”.⁵²¹

⁵²⁰ vgl. Mayring (2007), S. 58.

⁵²¹ ibid. S. 45.

2.3 Empirische Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung folgt in ihrer Struktur Mayrings Auswertungsverfahren. Alle relevanten Dokumente zu den einzelnen Analyseschritten sind auf der beiliegenden DVD zu finden.

2.3.1 Vorstellung des Materials

Das Ziel der Untersuchung besteht darin, Antworten auf die eingangs formulierten, zentralen Fragen zu finden. Es soll unter anderem geklärt werden, welche Inhalte Jugendliche auf Social Network Sites veröffentlichen, warum sie dies tun und ob sie sich der damit verbundenen Risiken bewusst sind.

Dazu werden “ermittelnde Gruppendiskussionen”,⁵²² bei denen die Meinungen der Teilnehmer im Mittelpunkt stehen, durchgeführt. Die Analyse soll gemäß den in den Kapiteln 2.1 und 2.2 angeführten Grundsätzen erfolgen. Das Vorverständnis wurde im Kapitel 1 dargelegt.

2.3.2 Bestimmung des Ausgangsmaterials

2.3.2.1 Festlegung des Materials

Die vier Transkripte der Gruppendiskussionen an der AHS in der Stadt, der AHS am Land, der BHS und der BS bilden den Corpus für die Analyse.

⁵²² Lamnek (2005), S. 413.

2.3.2.2 Analyse der Entstehungssituation

Die Gruppendiskussionen werden mit Jugendlichen der elften Schulstufe, also im Alter von 16 bis 17 Jahren, durchgeführt. Um einen möglichst alltagsnahen Konstitutionsprozess der Diskussion sicherzustellen, werden die Teilnehmer einer Gruppendiskussion aus derselben Schulklasse gewählt. Innerhalb dieser homogenen, natürlichen Gruppe sollten kaum Hemmungen bestehen, weil alle Teilnehmer untereinander bekannt sind und die Gruppe auch außerhalb der Erhebungssituation als solche besteht. Die Teilnehmer stammen aus dem gleichen Erfahrungsraum und verfügen über das gleiche Bezugssystem. Daher sollte die anfängliche Phase des Abtastens kurz ausfallen und die Diskussion schnell an Tiefe gewinnen.⁵²³ Um einen sozioökonomischen Querschnitt zu garantieren, werden vier Gruppendiskussionen in unterschiedlichen Schultypen und Regionen durchgeführt. Eine Diskussion findet an einer Berufsschule, eine an einer Berufsbildenden Höheren Schule und zwei in Allgemeinbildenden Höheren Schulen statt, wobei eine der AHS in der Stadt und die andere am Land situiert ist. Die in Kapitel 1.3.3.2 erwähnten Unterschiede in der Technologienutzung von Stadt und Land sind ein Mitgrund für diese Entscheidung. Neben der kollektiven Meinung der Jugendlichen sollen auch Unterschiede und Widersprüche zwischen den einzelnen Gruppendiskussionen ausgearbeitet werden. Die Diskussionen finden nicht unter Laborbedingungen statt, sondern direkt im Klassenzimmer, also in der für die Gruppe vertrauten Umgebung.⁵²⁴ Um eine sinnvolle Diskussion zu gewährleisten, wird die Anzahl der Teilnehmer auf sieben bis neun beschränkt, wobei sich der Anteil an männlichen und weiblichen Teilnehmern in etwa die Waage hält. Zu beachten ist, dass sich der Kontext Schule aber auch hemmend auf die Jugendlichen auswirken kann. Die Problematik der Schulsituation muss bei der Analyse berücksichtigt werden. Die Durchführung der Gruppendiskussionen erfolgt in den Monaten Mai und Juni 2009.

Auf einen Kurzfragebogen, wie ihn Witzel vorschlägt, wird verzichtet. Die relevanten Rahmenbedingungen der Schule sind ohnehin bekannt und zwischen den einzelnen Teilnehmern wird in den Transkripten und bei der Auswertung keine besondere

⁵²³ vgl. Lamnek (2005), S. 427, 438.

⁵²⁴ vgl. ibid. S. 477.

Unterscheidung getroffen, weil die kollektive Meinung von primärem Interesse ist. Im Verlauf der ersten Gruppendiskussion an der AHS in der Stadt stellt sich heraus, dass sich eine anfängliche Fragerunde, welche Social Network Sites von den Jugendlichen genutzt werden und ob ihre Profile öffentlich oder privat sind, als sinnvoll erweist, weil einige Diskussionspunkte stark von der Plattform und den Sichtbarkeitseinstellungen abhängig sind. Zu Beginn wird nochmals darauf hingewiesen, dass die Teilnahme freiwillig und anonym erfolgt und in absolut keinem Zusammenhang mit der Schule steht. Die Teilnehmer werden um Erlaubnis ersucht, die Diskussion für die spätere Analyse aufzuzeichnen. Der Ablauf einer Gruppendiskussion und die Themenstellung werden kurz vorgestellt. Zum Einstieg in die Diskussion wird kurz das Profil des Diskussionsleiters auf Facebook gezeigt, um ein Gemeinsamkeitsgefühl zu wecken. Den Grundreiz bildet ein anderes, reales Facebook-Profil, das der Diskussionsrunde über einen Beamer präsentiert wird. Das Profil ist öffentlich und kann ausgehend von den Ergebnissen aus Kapitel 1 als durchschnittlich eingestuft werden. Die Diskussion wird mit der Frage nach Meinungen zu diesem Profil und wie die Profile der Diskussionsteilnehmer im Vergleich beschaffen sind eröffnet. Weitere Reizargumente werden anhand des Leitfadens eingestreut. Der Leitfaden wird nach der ersten Diskussion leicht adaptiert. An den Inhalten wird nichts verändert. Doch manche Formulierungen werden angepasst, sodass sie offener und praktikabler sind. Nach etwa zwei Drittel der vorgesehenen Diskussionsdauer von ein bis eineinhalb Stunden ist die Präsentation eines zweiten Profils geplant. Das Profil wird erst zu diesem Zeitpunkt eingebracht, weil es die Diskussion eindeutig in Richtung Privacy lenkt. Zum Einstieg soll allerdings die allgemeine Auffassung der Jugendlichen von Social Network Sites geklärt werden. Außerdem kann so überprüft werden, ob die Diskussionsteilnehmer von selbst auf das Thema Privacy zu sprechen kommen. Nach Abschluss der Gruppendiskussion wird noch eine kurze Metadiskussion bei abgeschaltetem Aufnahmegerät zur Bewertung und Reflexion der Diskussion geführt. Anzumerken ist, dass an den ersten beiden Gruppendiskussionen in der AHS Stadt und der BS ein Mitarbeiter vom Institut für Gestaltungs- und Wirkungsforschung der Technischen Universität Wien teilnimmt, um den Diskussionsleiter zu unterstützen. Die Möglichkeit eines zweiten Leiters zur Kontrolle als “stiller Beobachter” wird auch von Mayring positiv erwähnt.⁵²⁵ Nach der Diskussion wird

⁵²⁵ vgl. Mayring (2002), S. 78.

ein kurzes Postskript mit Anmerkungen und Besonderheiten über Verlauf, Schlussfolgerungen und Assoziationen der Gruppendiskussion verfasst.

2.3.2.3 Formale Charakterisierung des Materials

Die Aufzeichnung der Gruppendiskussion wird transkribiert. Auf die Verwendung eines speziellen Zeichensystems wird zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Transkripts verzichtet. Kurze Nachdenkpausen werden mit drei Punkten gekennzeichnet. Andere Bemerkungen, wie zum Beispiel kollektives Lachen, werden in Klammern angeführt. Zwischen den einzelnen Teilnehmern wird nicht genauer als “M” für männlich und “W” für weiblich differenziert, weil die Einzelmeinung einer bestimmten Person nicht von Relevanz ist. Wortmeldungen des Leiters sind mit “L” gekennzeichnet. Zusätzlich zu den Transkripten liegen die Postskripte vor. Diese Bemerkungen können für die Interpretation von Nutzen sein und dienen als Gedächtnisstütze für den Verlauf der jeweiligen Diskussion.

2.3.3 Fragestellung der Analyse

2.3.3.1 Richtung der Analyse

Die Analyse erfolgt in Hinblick auf die Theorie des Symbolischen Interaktionismus mit Fokus auf die Thesen von Mead, Goffman und Blumer.

2.3.3.2 Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung

Die Auswertung wird streng induktiv durchgeführt. Die Transkripte müssen in Hinblick auf die Fragestellung der Untersuchung analysiert werden. Die zentrale Frage dieser Arbeit lautet: Warum entscheiden sich Jugendliche, in Anbetracht der damit verbundenen Risiken, ein öffentliches Privatleben auf Social Network Sites zu führen? Weitere Aspekte der Untersuchung lassen sich aus den theoretischen Grundlagen und dem darauf aufbauenden Leitfaden ableiten. Es soll unter anderem beleuchtet werden, wie Jugendliche Social Network Sites verwenden, welchen Nutzen sie darin sehen, wie ihre Profile aussehen und

welche Elemente der Profilseite für sie von Relevanz sind. Von besonderem Interesse sind persönliche Erfahrungen der Jugendlichen im Umgang mit den einzelnen Funktionen und den Kontakten. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf ihrer Haltung zum Thema Privacy.

2.3.4 Ablauf der Analyse

2.3.4.1 Bestimmung der Analysetechnik

Die Analyse erfolgt in Form einer Zusammenfassung nach Mayring. Falls es sich als notwendig erweist, wird eine zweite Iteration auf einem höheren Abstraktionsniveau oder eine Strukturierung oder Explikation angehängt. Die folgende Darstellung orientiert sich an dem von Mayring vorgeschlagenen Ablauf und seiner Diktion.

2.3.4.2 Festlegen der Analyseeinheit

Eine Textstelle wird dann zu einem Kernsatz, wenn sie eines oder mehrere der in Kapitel 2.2.3 angeführten Kriterien nach Leithäuser und Volmerg erfüllt. Bemerkungen der Teilnehmer, die zwar keine Gruppenmeinung bilden, aber trotzdem interessant sind, werden gesondert als Ergänzungen notiert.

2.3.4.3 Analyseschritte mittels Categoriesystem

2.3.4.3.1 Identifikation der Analyseeinheiten im Transkript

Dieser Schritt wurde bereits in 2.3.4.2 vorgenommen. Kernsätze werden aus den Transkripten extrahiert. Zu jedem Kernsatz wird der thematische Zusammenhang, die Gruppe, der Kontext der Äußerung und die Begründung, weshalb es sich um einen Kernsatz handelt, notiert. Damit keine relevanten Details verlorengehen wird der Kernsatz im Zweifelsfall aufgenommen. Kernsätze, die sich später als unwichtig herausstellen, werden im Zuge der Zusammenfassung gestrichen. Pro Transkript sind etwa 60 bis 70 Kernsätze gefunden worden.

2.3.4.3.2 Paraphrasierung der inhaltstragenden Stellen gemäß der Z1-Regel⁵²⁶

- (i) Was nicht inhaltstragend ist, wird gestrichen.
- (ii) Alle Aussagen werden auf eine einheitliche Sprachebene umformuliert und
- (iii) in ihre grammatikalische Kurzform gebracht.

2.3.4.3.3 Bestimmung des angestrebten Abstraktionsniveaus

Alle Paraphrasen unterhalb dieses Niveaus müssen nach der Z2-Regel generalisiert werden:

- (i) Die Paraphrase muss so generalisiert werden, dass der ursprüngliche Gegenstand im neuen impliziert ist.
- (ii) Die Satzaussagen müssen genauso generalisiert werden.
- (iii) Paraphrasen, die bereits über dem angestrebten Niveau sind, können belassen werden.
- (iv) Im Zweifelsfall kann eine theoretische Vorannahme zu Hilfe genommen werden.

2.3.4.3.4 Reduktion durch Selektion

Bedeutungsgleiche Paraphrasen werden gemäß der Z3-Regel ausgelassen:

- (i) Bedeutungsgleiche Aussagen werden gestrichen.
- (ii) Ist eine Paraphrase auf dem neuen Niveau nicht inhaltstragend wird sie auch gestrichen.
- (iii) Paraphrasen, die weiterhin inhaltstragend sind, werden selektiert.
- (iv) Auch hier kann im Zweifelsfall eine theoretische Vorannahme zu Hilfe genommen werden.

2.3.4.3.5 Reduktion durch Bündelung

Durch Konstruktion und Integration nach der Z4-Regel werden die Paraphrasen auf ein neues Abstraktionsniveau gehoben:

⁵²⁶ Mayring legt für die Zusammenfassung die Interpretationsregeln "Z1", "Z2", "Z3" und "Z4" fest. Diese bestehen jeweils aus den Schritten (i) bis (iii) beziehungsweise (i) bis (iv). vgl. Mayring (2007) S. 59ff.

- (i) Paraphrasen zu einem ähnlichen Gegenstand werden gebündelt.
- (ii) Paraphrasen mit mehreren Aussagen zu einem Gegenstand werden zusammengeführt.
- (iii) Paraphrasen mit mehreren Aussagen zu unterschiedlichen Gegenständen werden zusammengefasst.
- (iv) Wie immer kann im Zweifelsfall eine theoretische Vorannahme hilfreich sein.

Bei allen Schritten wird der Kontext der Äußerungen mitgeführt, damit die Abstraktionen sinngemäß in Bezug auf den Kontext durchgeführt werden können. Für die erste Diskussion in der AHS Stadt werden alle Einzelschritte getrennt voneinander vorgenommen. Für die übrigen drei Transkripte werden, wie auch von Mayring bei großen Datenmengen vorgeschlagen, die Schritte 2, 3, 4 und 5 kombiniert.⁵²⁷

2.3.4.3.6 Zusammenstellung der neuen Aussagen als Categoriesystem

Die resultierenden Paraphrasen werden zu einem Categoriesystem integriert.

2.3.4.3.7 Rücküberprüfung des zusammenfassenden Categoriesystems am Ausgangsmaterial

Die Kategorien werden nochmals an den ursprünglichen Transkripten überprüft. Vereinzelt werden Formulierungen adaptiert. Die Postskripte der Gruppendiskussionen werden um neue Besonderheiten, die im Zuge der Zusammenfassung aufgefallen sind, erweitert.

Nach der ersten Zusammenfassung liegt für jede Gruppendiskussion ein Categoriesystem vor. Mit Hilfe der vier Categoriesysteme ist es einfacher, Unterschiede zwischen den Gruppen auszuarbeiten. In einem zweiten Durchgang der Zusammenfassung werden die Kategorien auf einem höheren Abstraktionsniveau diskussionsübergreifend kombiniert. Die einzelnen Schritte werden an dieser Stelle nicht noch einmal angeführt. Da der Corpus durch die zweifache Zusammenfassung bereits überschaubar ist, wird keine Explikation oder Strukturierung mehr vorgenommen.

⁵²⁷ vgl. Mayring (2007), S. 60ff.

2.3.4.4 Rücküberprüfung des Categoriesystems an Theorie und Material

Das übergreifende Categoriesystem wird ebenfalls rücküberprüft. Die finalen Kategorien bilden den Ausgangspunkt für die Interpretation.

2.3.4.5 Interpretation der Ergebnisse in Richtung der Hauptfragestellung

Dieser vorletzte Schritt in Mayrings Ablaufmodell wird auf Grund seines Umfangs zur besseren Übersicht gesondert im folgenden Kapitel 3, “Empirische Ergebnisse”, ausführlich behandelt. Den letzten Punkt des methodischen Teils bildet die Anwendung der Gütekriterien.

2.3.4.6 Einschätzung der Aussagekraft anhand inhaltsanalytischer Gütekriterien

In Kapitel 2.1.1 wurden sechs Gütekriterien nach Mayring angeführt. Gemäß dieser Richtlinien wird die Interpretation der Ergebnisse durchgeführt.⁵²⁸

Das Vorverständnis wurde in Kapitel 1 erläutert. Die Instrumente der Analyse sowie die Durchführung und Auswertung der Datenerhebung wurden im Detail offengelegt. Alle Dokumente der Untersuchung befinden sich auf der beiliegenden DVD. Somit sollte die Verfahrensdokumentation hinreichend abgesichert sein. Bei der Interpretation der Ergebnisse wurde Wert auf argumentative Absicherung gelegt. Vermutungen von Zusammenhängen wurden als solche formuliert und theoretisch begründet ohne den Schein von Allgemeingültigkeit vorzutäuschen. Brüche und eventuelle Widersprüche in der Argumentation wurden aufgezeigt und erläutert. Die Methode wurde an den Gegenstand angepasst. Die systematische Analyse gemäß Mayrings Ablaufmodell garantiert die Regelgeleitetheit des Vorgehens. Da die Datenerhebung in Form von Gruppendiskussionen mit Jugendlichen stattfand, sollte die Nähe zum Untersuchungsgegenstand gegeben sein. In zweiwöchigem Abstand wurde der aktuelle Status der Untersuchung im Diplomanden-

⁵²⁸ Die Einschätzung der Auswertung orientiert sich an Gahleitner, Silke-Birgitta (2005). “Doppelt hinschauen: Die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring als Instrument für die Gender-Forschung am Beispiel einer Untersuchung zu geschlechtsspezifischen Aspekten sexueller Gewaltforschung”. Mayring, Philipp & Gläser-Zikunda, Michaela (Hg.). *Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse*. Weinheim, Basel: Beltz, S. 222-234.

seminar mit dem Betreuer der Arbeit, Studienassistenten und Kollegen diskutiert und die Analyse kommunikativ validiert. Die Interpretation der Ergebnisse wurde von Außenstehenden kritisch durchgesehen und auf Nachvollziehbarkeit überprüft. Außerdem wurden verschiedene Interpretationsmöglichkeiten durchgespielt und ihre Stärken und Schwächen abgewogen, bevor die Entscheidung zugunsten einer bestimmten Auslegung getroffen wurde. Die Interpretation verlief stets offen und reflexiv, sodass die Ergebnisse kontinuierlich revidiert, korrigiert und verfeinert wurden.

Kapitel 3

Empirische Ergebnisse

3.1 Interpretation der Ergebnisse

Um Einblick in die soziale Gebrauchsweise von Social Network Sites durch Jugendliche zu erhalten, wurden vier Gruppendiskussionen mit Jugendlichen durchgeführt und auf Tonband aufgenommen. Die erhobenen Daten wurden in Form von Transkripten aufbereitet. Diese wurden mit Hilfe der induktiven Kernsatzfindung nach Leithäuser und Volmerg auf natürliche Verallgemeinerungen im Diskussionsfluss analysiert. Die resultierenden Kernsätze der Gruppendiskussionen wurden in Kapitel 2.3.4 gemäß Mayrings Modell der Qualitativen Inhaltsanalyse auf einen überschaubaren Korpus zusammengefasst. Dabei wurden die Kernsätze zunächst durch Paraphrasierung auf eine einheitliche Sprachebene gebracht. Die Paraphrasen wurden auf ein festgelegtes Abstraktionsniveau generalisiert, bedeutungsgleiche Aussagen gestrichen und ähnliche gebündelt. Die resultierenden Aussagen konnten zu folgendem Categoriesystem zusammengestellt werden:

1. Gruppen als Requisit der Selbstdarstellung
2. Der Feed als Aufmerksamkeitsmarkt
3. Kontaktmanagement auf Social Network Sites
4. Fotos als zentrales Requisit
5. Privacy - Die gläserne Wand zur Hinterbühne
6. Versuch einer individuellen Selbstdarstellung auf der Profilseite
7. Social Network Sites als “Networked Publics”
8. Störung durch Nichtmitglieder der “Peer Public”
9. Freunde als primärer Beitrittsgrund

Das bisherige Vorgehen entsprach einer horizontalen Hermeneutik. Bei der in diesem Kapitel durchgeführten Interpretation der Ergebnisse wird entlang ihrer thematischen Struktur gemäß einer vertikalen Hermeneutik in die Tiefe gegangen.⁵²⁹

⁵²⁹ vgl. Leithäuser/Volmerg (1988), S. 247.

3.1.1 Kategorie 1: Gruppen als Requisite der Selbstdarstellung

Die Gruppendiskussionen ergeben, dass die Gruppenfunktionen und Fanseiten auf Social Network Sites von Jugendlichen primär zur erweiterten Selbstdarstellung verwendet werden. In allen vier Diskussionsrunden sind sich die Schüler über die Bedeutung einer Gruppenmitgliedschaft einig: “Nur um zu zeigen, dass man dabei is”.⁵³⁰

3.1.1.1 Nutzung zur Selbstdarstellung

Da sich diese Gebrauchsweise in allen Diskussionsrunden herauskristallisiert, lässt sich der Schluss ziehen, dass der sozioökonomische Status mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit keinen Einfluss auf den Einsatz von Gruppen und Fanseiten als Requisiten hat. Die Erkenntnisse aus Kapitel 1.2.1 können als mögliche Erklärung für diese bei Jugendlichen weitverbreitete Aneignungspraktik herangezogen werden. Nach Erikson besteht in der Jugend eine Herausforderung für den Einzelnen darin, die Ich-Identität zu stärken. Deshalb strebt er nach der Übereinstimmung zwischen seinem Selbstgefühl und der Wahrnehmung durch die Mitmenschen, der Balance zwischen *phantom uniqueness* und *phantom normalcy*. Mit Meads Terminologie ausgedrückt, will er in sich dieselbe Haltung wie in den anderen auslösen. Aus diesem Grund spielt während dieser Entwicklungsphase die Individuierung und die Selbstdarstellung in der Gemeinschaft eine entscheidende Rolle. Mit der Mitgliedschaft in einer Gruppe haben sich die Jugendlichen ein neues Ausdrucksmittel ihrer Individualität zu eigen gemacht. Die Antwort eines Schülers auf die Frage, welchen Gruppen er beitrifft, bestätigt diese These: “Zum Beispiel, weiß auch nicht, irgendwie was Außergewöhnliches”.⁵³¹ Durch das Aufscheinen außergewöhnlicher Gruppen, wie zum Beispiel “Erwin Schrödinger will kill you like a cat maybe”,⁵³² kann er sich mit seiner Identität positiv von den anderen abheben.⁵³³ Ebenso kann eine Gruppenmitgliedschaft das Zugehörigkeitsgefühl des Einzelnen, beispielsweise zu einer bestimmten Jugendkultur oder Musikrichtung, stärken und ihm bei der Entwicklung als

⁵³⁰ Die Abkürzungen “AHS Land”, “AHS Stadt”, “BHS” und “BS” verweisen auf die jeweiligen Transkripte, welche auf der beiliegenden DVD zu finden sind; AHS Stadt S. 28; vgl. auch AHS Land S. 16; BHS S. 17; BS S. 15, 18.

⁵³¹ BHS S. 17.

⁵³² *ibid.* S. 15.

⁵³³ vgl. Kapitel 1.1.1.

Stütze weiterhelfen. Als Beispiele werden unter anderem Vorlieben bei Getränken, TV-Serien sowie die Gruppen “Homer Simpson ist cool”⁵³⁴ und “Ich brauche keine Heizung. Ich habe einen Acer-Laptop”⁵³⁵ genannt. Die Schüler erklären mehrmals, dass es sich um Gruppen mit “lustigen” Namen handelt,⁵³⁶ mit denen sich der Einzelne identifizieren kann: “Bei mir is das eigentlich so, das, was bei mir auch privat so is. Also das sind so witzige Sachen halt, aber die stimmen halt wirklich, und dann tritt’s bei, sag ich mal”.⁵³⁷

In Kapitel 1.3.1.7 wurde aufgezeigt, dass die persönliche Biografie von der Gesellschaft heute weniger reguliert wird als früher, sodass dem Einzelnen mehr Freiheit und Verantwortung bei der Lebensführung zuteilwird. In Hinblick auf Selbstmanagement und Biografiearbeit stellen Gruppen und Fanseiten ebenfalls ein neues Werkzeug dar. Eine Gruppenmitgliedschaft kann entscheidende Eckpfeiler der persönlichen Laufbahn markieren, wie es zum Beispiel bei der Gruppe zu einer Schulklasse der Fall ist: “Ja, zum Beispiel, da gibt’s so einen Club, ‘7A’ oder da gibt’s a so Klassenclubs”.⁵³⁸ Zusätzlich zu einer herkömmlichen Biografie ermöglichen es Gruppen jedes noch so nebensächlich wirkende Merkmal, wie die Vorliebe “Lang schlafen ist toll”,⁵³⁹ in die Onlinebiografie auf Social Network Sites aufzunehmen.

Jugendliche führen untereinander oft ausführliche Gespräche, in denen sie mehr über sich und ihre Freunde erfahren und ihre Identität festigen.⁵⁴⁰ Sie versuchen ihre Entwicklung mit aktuellen Leitbildern und Technologien zu verknüpfen und eignen sich in der sozialen Interaktion neue Symbolsysteme an. Die Funktionen der Social Network Sites stellen den Jugendlichen dazu einen neuen Vorrat an Gesten zur Verfügung. Der Diskurs über eine bestimmte Band muss beispielsweise nicht über vokale Interaktion erfolgen, sondern kann durch den Beitritt zu einer Fangruppe initiiert werden. Diese Handlung des Einzelnen wird zu einer Geste auf seiner Profilseite beziehungsweise im Feed seiner Kontakte: “Ja du hast halt da auch auf der Seite die Leiste, wo du die neuen Fotos siehst oder was gerade

⁵³⁴ AHS Stadt S. 28.

⁵³⁵ BHS S. 15.

⁵³⁶ vgl. BS S. 15.

⁵³⁷ BHS S. 17.

⁵³⁸ AHS Land S. 16.

⁵³⁹ AHS Stadt S. 28.

⁵⁴⁰ vgl. Kapitel 1.2.1.

kommentiert worden sind und dann neue Gruppen, neue Fans und so”.⁵⁴¹ Das angesprochene Publikum in der “Networked Public” ist dabei größer als bei traditioneller Kommunikation innerhalb der Peer Group. Die Mitglieder der “Peer Public” erfahren dadurch mehr über einander und können als Reaktion auf diese Geste ebenfalls der Gruppe beitreten, einen Kommentar dazu abgeben oder den Einzelnen in eine andere Gruppe, die ihn auch interessieren könnte, einladen.⁵⁴²

Es wurde bereits mehrfach der Vergleich der Profilseite mit dem Zimmer eines Jugendlichen gezogen.⁵⁴³ Früher konnte der Einzelne guten Freunden Zutritt zu seinem Zimmer gewähren. Dieses gehört laut Goffman zur szenischen Komponente der persönlichen Fassade und gibt mit Möbeln, Dekoration und Einrichtungsgegenständen tiefen Einblick in die Identität des Besitzers.⁵⁴⁴ Das Individuum versucht im Interaktionsprozess, möglichst viele Informationen über sein Gegenüber in Erfahrung zu bringen und die eigene Preisgabe von Informationen durch die Selbstdarstellung zu kontrollieren. Im Internet verfügt der Einzelne über keine physische Fassade. Die Social Network Site schafft hier Abhilfe und ermöglicht dem User eine reichhaltige Darstellung auf der Profilseite. So wie er im Zimmer zum Beispiel ein Poster seines Lieblingsfilms aufhängt, kann er online einer Fangruppe beitreten. Je kontrollierter und detaillierter die Selbstdarstellung erfolgt, desto geringer ist die Gefahr, dass der andere trotz reduziertem Symbolvorrat Vorurteile und Klischees auf den Einzelnen überträgt.⁵⁴⁵ Da das virtuelle Bühnenbild im Internet für mehr Personen zugänglich ist als das reale Zimmer eines Jugendlichen, wurde die Metapher des gläsernen Schlafzimmers herangezogen.⁵⁴⁶ Der offene Zugang wird von den Jugendlichen in den Gruppendiskussionen kaum als Visibilitätszwang verspürt, sondern viel mehr als nützlich angesehen. Sie treten der Gruppe zu einer Band bei, “damit die anderen sehen, was man hört”.⁵⁴⁷

Die Nutzungspraktik der Gruppenfunktion durch Jugendliche illustriert Blumers dritter Prämisse, die besagt, dass die Bedeutung von Dingen im Zuge der Auseinandersetzung mit

⁵⁴¹ BHS S. 17.

⁵⁴² Zum Nutzen einer Vergrößerung des Publikums für Jugendliche vgl. auch Kategorie 3.

⁵⁴³ vgl. Kapitel 1.3.1.1, 1.3.4.

⁵⁴⁴ vgl. Kapitel 1.1.3.

⁵⁴⁵ vgl. Kapitel 1.3.2.3.

⁵⁴⁶ vgl. Kapitel 1.3.4.

⁵⁴⁷ BHS S. 17.

ihnen abgeändert wird. Der ursprüngliche Sinn der Gruppen bestand darin, sich als Fan einer bestimmten Sache darstellen und sich mit Gleichgesinnten zu dem gemeinsamen Interessengebiet austauschen zu können. Die zuvor ausgearbeiteten Gründe haben dazu geführt, dass die Jugendlichen ihre eigensinnige Gebrauchsweise entwickelt haben. Der Einzelne übernimmt die Rolle des verallgemeinerten Anderen und interpretiert seine Selbstdarstellung im Profil. Die vorhandenen Profelfelder reichen für eine hinreichende Darstellung offensichtlich nicht aus. Folglich wird der Gruppenmitgliedschaft eine neue Bedeutung zugeschrieben und damit weitere Eigenschaften und Vorlieben ausgedrückt. Der in Kapitel 1.3.1.5 festgestellte Trend zur Gruppe als Requisit bestätigt sich somit in den Gruppendiskussionen. Mit dieser Nutzungspraktik durchbrechen die Jugendlichen die standardisierten Vorgaben der Betreiber und können eine Darstellung als reine Konsumenten umgehen.⁵⁴⁸ Mit Gruppen wie “Knopfleiste der Bettdecke muß nach unten!”⁵⁴⁹ machen sie von dieser Möglichkeit Gebrauch. Die freiwillige Mitgliedschaft in den zuvor angeführten Acer- und Simpsons-Gruppen kann jedoch auch als Bestätigung von Habermas’ These einer kulturkonsumierenden Gesellschaft interpretiert werden, deren Mitglieder sich über Konsumgüter charakterisieren.⁵⁵⁰

3.1.1.2 Diskussionen in der Gruppe

Auf Grund der eigensinnigen Gebrauchsweise finden in den Gruppen kaum Diskussionen statt: “Im Prinzip is es ja dann wie ein Forum, aber es reizt mich nicht unbedingt. Also ich meld’ mich dann zwar bei diesen Gruppen, weil ich dann will, dass da in meinem Profil steht, dass ich bei der und der Gruppe dabei bin, aber wirklich aktiv da jetzt mitschreiben tu ich eigentlich nicht.”⁵⁵¹ Es wurde bereits eingehend analysiert, dass Jugendlichen die Selbstdarstellung wichtiger ist, als in den Gruppen zu diskutieren. Sie führen jedoch noch andere Gründe für ihren Umgang mit der Gruppenfunktion an: “Es werden ein paar Einträge gemacht, aber das interessiert mich nicht, weil das irgendwelche Leute sind eigentlich, also die’st nicht kennst”.⁵⁵² Auch auf die Frage, ob ein Teilnehmer eine neue

⁵⁴⁸ vgl. Kapitel 1.3.1.5.

⁵⁴⁹ BHS S. 17.

⁵⁵⁰ vgl. Kapitel 1.2.2.

⁵⁵¹ BS S. 15; vgl. auch ibid S. 18, AHS Land S. 16, AHS Stadt S. 28.

⁵⁵² BHS S. 17.

Bekanntheit durch die Gruppenfunktion gemacht hat, reagieren sie ablehnend.⁵⁵³ Die Jugendlichen zeigen keinerlei Interesse daran, über Gruppen neue Kontakte zu knüpfen. Wie in Kapitel 1.3.2.2 argumentiert, werden Social Network Plattformen primär zur Kommunikation mit dem bestehenden Freundeskreis verwendet. Dieser Punkt wird in Kategorie 3 im Detail ausgeführt. Selbst in eine eigens für den Auslandsaufenthalt eines Klassenkameraden gegründeten Gruppe sind keine Beiträge geschrieben worden: “I mein, für solche Sachen is halt ICQ, Skype, MSN und so halt viel besser”.⁵⁵⁴ Instant Messaging ist, vermutlich weil es sich dabei um eine synchrone Form der Kommunikation handelt, vorgezogen worden. Wie ein Jugendlicher anmerkt, sind Detailfragen zu einem Thema in Gruppen wenig sinnvoll: “Und wann ma’ sich dann für irgendwas interessiert, dann kennt ma’ si’, glaub i, nach, nach einer Stund’ eh besser aus als alle dort. [...] Die gehen ned in solche Clubs, wenn’s so ein großes Interesse haben”.⁵⁵⁵ Profis halten sich auf speziellen Plattformen zu einem Themengebiet auf. Dieses Merkmal wurde in Kapitel 1.3.2.2 in Bezug auf Bodybuilding aufgezeigt. Auf sozialorientierten Social Network Sites, zu denen die von den Jugendlichen genutzten zählen, steht nicht der Austausch inhaltlich fundierter Nachrichten, sondern der soziale Aspekt im Vordergrund.

Obwohl Diskussionen innerhalb von Gruppen die Ausnahme bilden, werden im Lauf der Diskussionsrunden dennoch einige wenige Beispiele dafür genannt. In der AHS in der Stadt berichtet eine Teilnehmerin von Diskussionen über Veranstaltungen.⁵⁵⁶ Da Eventmanagement eine oft genannte Nutzung von Social Network Sites darstellt, wird es im Zusammenhang mit “Networked Publics” in Kategorie 7 noch genauer erläutert. In der AHS am Land verwenden ein paar Jugendliche die Gruppen der Social Network Site für Sportwetten⁵⁵⁷ und Politdiskussionen. “Also vor allem wenn’s um die EU-Wahl oder so geht, da kann i scho’ mal zwei Stunden mit irgendwen über des diskutieren oder z’fetzen oder einfach g’scheit, ja, also, ned nur, dass ma’ fad is und scrolle, scrolle irgendwelche scheiß Sachen, ja”.⁵⁵⁸ Möglicherweise beteiligen sich gerade die Schüler der AHS auf Grund ihres höheren Bildungsgrades an politischen Diskussionen. Fraglich ist, ob dieser

⁵⁵³ vgl. BHS S. 17.

⁵⁵⁴ AHS Land S. 16.

⁵⁵⁵ AHS Land S. 16.

⁵⁵⁶ vgl. AHS Stadt S. 28.

⁵⁵⁷ vgl. AHS Land S. 15.

⁵⁵⁸ *ibid.* S. 9.

Umstand auch mit der ländlichen Region in Verbindung steht. Übt sich ein Jugendlicher in der politischen Diskussion, kann er damit einen Beitrag zur Identitätsbildung leisten. Er lernt sich gegenüber anderen zu behaupten und handelt seinen Platz in der Gesellschaft aus. Die großen Distanzen am Land minimieren die Möglichkeiten für derartige Debatten. Die Social Network Plattform im Sinne einer "Networked Public" stellt dafür einen neuen Raum zur Verfügung.⁵⁵⁹ Eine weitere Ausnahme tritt in der Berufsschule auf. In einer berufsspezifischen Gruppe werden amüsante Begegnungen mit Kunden ausgetauscht: "Aber es steht da einfach, weiß ich nicht, 'Ich hatte eine ältere Dame, die wollte 'Satan der Weise' oder so irgendwas'".⁵⁶⁰ Bedenken, dass diese Informationen in falsche Hände geraten und Kunden verärgern könnten, hat die Jugendliche bei dieser Nutzung keine, weil keine Namen genannt werden und das Gespräch nur für Gruppenmitglieder einsehbar ist. Allerdings ist anzumerken, dass der Beitritt zu der Gruppe jedem User freisteht.

3.1.1.3 Besonderheiten der Gebrauchsweise

Auf den meisten Plattformen können die User nach Belieben Gruppen oder Fanseiten anlegen. Deshalb existieren oft unzählige Gruppen zu dem gleichen Thema. Einerseits kritisieren die Jugendlichen diesen Umstand, andererseits treten sie selbst mehrfach Gruppen zum selben Thema bei: "M: Also ich glaub ich bin jetzt schon zehnmal oder so Fan von Scrubs. M: Ja, voll. Ich hab's vorher grad wieder g'sehn, hab ich wieder auf 'Add' geklickt".⁵⁶¹ Es stellt sich die Frage, welchen Sinn es hat, dasselbe Requisit mehrmals zu verwenden. Die Begründung eines Schülers für den Beitritt zu Gruppen wurde bereits zuvor zitiert: "Damit die anderen sehen, was man hört".⁵⁶² Tritt er mehrfach einer Fan-Gruppe einer bestimmten Band bei, könnte er damit ausdrücken wollen, dass ihm ebendiese Band sehr wichtig ist. Außerdem scheint bei jedem Beitritt die Handlung im Feed seiner Kontakte auf. Damit bestätigt der Einzelne seine Onlineexistenz von Neuem,⁵⁶³ zieht die Aufmerksamkeit seiner Kontakte auf sich und ruft ihnen ins Gedächtnis, welche Musik ihm gefällt.

⁵⁵⁹ vgl. auch Kapitel 1.3.3.2.

⁵⁶⁰ BS S. 15.

⁵⁶¹ BHS S. 17.

⁵⁶² *ibid.*

⁵⁶³ vgl. Kapitel 1.3.1.8.

Der Freundeskreis des Einzelnen auf der Social Network Site wirkt sich in mehrfacher Hinsicht regulierend auf die Auswahl an Gruppenmitgliedschaften aus. Einerseits lernt er neue Gruppen meist dadurch kennen, dass ein Freund beigetreten ist und diese Handlung im Feed aufscheint.⁵⁶⁴ Andererseits muss die Gruppe zu seiner dargestellten Gruppenidentität passen. Der Wahrheitsgehalt der Selbstdarstellung spielt nach Goffman eine untergeordnete Rolle.⁵⁶⁵ Entscheidend ist die Glaubwürdigkeit der Darstellung des Einzelnen. Diese wird vom Ensemble, den Freunden, überwacht. Im Zweifelsfall kann ein Ensemblegenosse die anderen auf eine inkohärente Darstellung mit einem Kommentar aufmerksam machen oder er wendet sich auf der Hinterbühne mit einer Privatnachricht direkt an den Einzelnen.

Auf MySpace weisen Gruppen eine besondere Ausprägung auf und werden von den Usern oft verwendet, um Neuigkeiten über Interpreten zu erfahren, neue Musik zu entdecken und Lieder mit Freunden zu teilen. In allen Diskussionsrunden, mit Ausnahme der AHS am Land, die aber wegen Epos4 eine leichte Sonderstellung einnimmt, werden diese positiv erwähnt: “Naja, auf MySpace hab ich halt viele Künstler mit mir befreundet, weil ich dann einfach immer Aktualisierungen mitbekomm’, zum Beispiel Alben, die rauskommen neu, oder, weiß ich nicht, Shows, keine Ahnung. Is für mich halt eine Informationsquelle”.⁵⁶⁶ MySpace wird in den Gruppendiskussionen seinem Ruf bezüglich Musik gerecht. Diese Ausrichtung stellt für viele sogar einen Beitrittsgrund dar.⁵⁶⁷ Allerdings machen die Jugendlichen darauf aufmerksam, dass mittlerweile auch andere Plattformen ausgereifte Funktionen für den Umgang mit Musik und Video anbieten, wie zum Beispiel das Einbetten von Videoclips im Profil oder in Statusmeldungen.⁵⁶⁸ Derartige Gruppenmitgliedschaften dienen nicht ausschließlich der Selbstdarstellung. Der Vorteil für die Mitglieder besteht vielmehr darin, dass sie automatische Benachrichtigungen bei Neuigkeiten zu Interpreten erhalten. Dieser Nutzen bildet ein für das Web 2.0 typisches Quidproquo:⁵⁶⁹ Der Einzelne gibt seine Vorlieben bezüglich Musik preis und wird im Gegenzug am Laufenden gehalten. Automatische Benachrichtigungen erweisen sich für die

⁵⁶⁴ vgl. BHS S. 17.

⁵⁶⁵ vgl. Kapitel 1.1.3.

⁵⁶⁶ BS S. 14; vgl. auch ibid S. 3, AHS Stadt S. 7, BHS S. 25.

⁵⁶⁷ vgl. AHS Stadt S. 38, BHS S. 6.

⁵⁶⁸ vgl. BHS S. 25.

⁵⁶⁹ vgl. Kapitel 1.2.2.

Schüler nicht nur in Bezug auf Musik als nützlich. Ein Teilnehmer erhält über die Gruppenfunktion stets Informationen über die nächsten Trainingseinheiten seines Wakeboard-Clubs.⁵⁷⁰ Eine Jugendliche der AHS in der Stadt ist selbst in einer Band und nutzt MySpace als Plattform für Werbung und Ankündigungen:

W: Ja nicht nur das. Ich bin selbst in einer Band und haben es halt so geschafft ziemlich viele Gigs zu organisieren, und halt, also Werbung zu machen, also wenn wir halt ein Konzert haben, dann senden wir erst einmal eine Event-Einladung aus an alle. Wir kennen ziemlich viele Leute eigentlich nur über MySpace, die dann auch wirklich zu den Konzerten kommen, überhaupt wenn wir nicht in Wien spielen. Und das ist, das ist ein Riesenvorteil, weil auch die meisten Locations eine MySpace-Seite haben.⁵⁷¹

Ein Übermaß an Benachrichtigungen zehrt jedoch an den Nerven der Jugendlichen und wird als Spam empfunden.⁵⁷² Zwei Schülerinnen lehnen die Gruppenfunktion grundsätzlich ab:

W: Ich war noch bei gar keiner Gruppe.

W: Ich bin glaub ich noch nie von selbst bei einer Gruppe beigetreten. Also das brauch ich nicht, weil es geht mir eh ur am Nerv, wenn irgendwelche Freunde von mir eingetragen sind "Sind der und der Gruppe beigetreten." Und ich denk mir dann, schön, du magst das und das, aber muss man da jetzt mit andern Leuten in einer Gruppe sein, dass das so is? Ich bin halt zweimal, glaub ich, eingeladen worden und hab halt nix dagegen gemacht.⁵⁷³

Sie erachtet es offensichtlich als unnötig, jede Facette ihrer Identität durch die Mitgliedschaft in einer Gruppe auszudrücken und anderen auf diese Weise mitzuteilen. Bereits in den theoretischen Grundlagen wurde ausgearbeitet, dass eine exzessive oder übertrieben positive Selbstdarstellung von den anderen oft als negativ empfunden wird, weil sie die Authentizität der Darstellung auf der Social Network Site infrage stellt.⁵⁷⁴ Dieser Aspekt tritt auch in anderen Kategorien noch mehrmals auf.⁵⁷⁵

An der AHS am Land ist eine Änderung am Nutzungsverhalten festzustellen: "I mein, es war früher vielleicht so, dass man zeigt hat, was für Interessen man hat, aber jetzt geht, glaub i , eh keiner mehr zu irgendwelche Clubs".⁵⁷⁶ An dieser Schule scheint sich das Interesse am Beitritt zu Gruppen gelegt zu haben. Dies könnte sich darauf zurückführen

⁵⁷⁰ vgl. BHS S. 25.

⁵⁷¹ AHS Stadt S. 7.

⁵⁷² vgl. BHS S. 25.

⁵⁷³ AHS Stadt. S. 25.

⁵⁷⁴ vgl. Kapitel 1.3.1.2, 1.3.1.6.

⁵⁷⁵ vgl. Kategorie 2, 6, 7.

⁵⁷⁶ AHS Land S. 16.

lassen, dass die Jugendlichen bereits allen für ihre Selbstdarstellung relevanten Gruppen beigetreten sind. Der Umstand, dass sie nicht aus den Gruppen austreten, stützt diese These.⁵⁷⁷ Außerdem wurde in Kapitel 1.3.3.1 anhand der “Poke”-Funktion gezeigt, dass alte Features nach einer gewissen Zeit an Reiz verlieren und User bei einem Mangel an neuen Funktionen häufig die Social Network Site verlassen. Vielleicht trifft dies auch auf den mittlerweile ausufernden Gebrauch der Gruppenfunktion zu.⁵⁷⁸ Außerdem gibt es auch auf Social Network Sites Trends und Moden, die sich mit der Zeit ändern.⁵⁷⁹

3.1.1.4 Conclusio

Jugendliche nutzen die Gruppenfunktion vorrangig als Instrument zur Selbstdarstellung. Die Social Network Sites stellen ihnen einen Vorrat an neuen Gesten zur Verfügung. Durch diese Aneignungspraktik können sie die Vorgaben der Betreiber umgehen und ihre individuelle Darstellung erweitern. Das Aufscheinen einer Gruppe auf der Profilseite kann mit einem Poster im Zimmer verglichen werden. Das Ausdrücken von Individualität und Zugehörigkeit ist für die Jugendlichen offensichtlich von höherer Relevanz als das Knüpfen neuer Kontakte oder die Diskussion in Gruppen. In manchen Fällen dient eine Mitgliedschaft auch dazu, automatisierte Benachrichtigungen zu erhalten.

3.1.2 Kategorie 2: Der Feed als Aufmerksamkeitsmarkt

Aufmerksamkeit ist, wie in Kapitel 1.3.1.8 erläutert, auf Grund der Datenflut im Web 2.0 ein begrenztes Gut. Der Einzelne legt auf Social Network Sites Details aus seinem Privatleben offen, um die Aufmerksamkeit seiner Kontakte auf sich zu lenken. Durch die Feed-Funktion verfügen die Plattformen, allen voran Facebook, über eine kollektive Vorderbühne, auf der alle kürzlich durchgeführten Handlungen von Kontakten gesammelt dargestellt werden. Der Einzelne erhält auf der Startseite automatisch einen Überblick der Vorstellungen seiner Freunde. Spricht ihn eine Vorstellung an, kann er in die Interaktion eintreten.

⁵⁷⁷ vgl. AHS Land S. 16.

⁵⁷⁸ vgl. Kapitel 1.3.1.5.

⁵⁷⁹ vgl. Kapitel 1.3.1.7.

3.1.2.1 Bedürfnis nach Anteilnahme

Die Gebrauchsweise des Feeds wird in allen vier Gruppendiskussionen thematisiert. Einige Schülerinnen der AHS führen das Teilen von Gefühlslagen und Stimmungen wie “nicht so toll”, “glücklich” und “Schularbeit Scheiße Lernen”,⁵⁸⁰ also “Genuine Self Expressions”, als Beispiel an. Sie versetzen sich in die Perspektive ihrer Kontakte und formulieren eine Statusmeldung, welche ihre Freunde mit hoher Wahrscheinlichkeit anspricht, wie zum Beispiel “lernt”. Ihre Freunde nehmen wiederum die Position des Verfassers ein und reagieren auf den Reiz mit Mitgefühl in Form eines Kommentars wie “Viel Glück”, damit sich der andere besser fühlt.⁵⁸¹ Meads Nachbarschaftsgefühl schwingt bei dieser Kommunikation mit. Gleichzeitig stellen sie sich durch den tröstenden Kommentar gegenüber ihren Kontakten als einfühlsame Menschen dar. Der Sinn der Statusmeldung besteht praktisch in der Antwort der anderen. Der Status ermöglicht eine an die Gefühlslage des anderen angepasste Antwort. Die Jugendlichen sind sich dieses Umstandes bewusst:

Man weiß halt einfach, wie man die Leute anschreiben muss. Wenn da steht “glücklich”, dann kann man mehr riskieren. Wenn sie traurig sind, dann darf man halt nicht so blöde Sachen schreiben. [...] Man kann sich halt anpassen an die Person mit seinen Nachrichten.⁵⁸²

In derselben Gruppendiskussion wird die Problematik der Aufmerksamkeit angesprochen. Eine Schülerin nennt als Motivation für das Verfassen einer Statusmeldung: “Falls sich irgendwer dafür interessiert, was ich gerade mache”. Sie empfindet es als “ganz lieb”, wenn Freunde auf den Status “krank” mit Gute-Besserungs-Wünschen reagieren.⁵⁸³ Offensichtlich sehnt sie sich nach Anteilnahme. Mead und Goffman zeigen auf, dass der Einzelne die Rückmeldung eines Publikums benötigt. Die Social Network Site bietet ihm die Möglichkeit, ein riesiges Publikum anzusprechen. Der andere kann schnell und einfach auf die Statusmeldung im Feed reagieren. Selbst “Weak Ties”, welche ansonsten von der Erkrankung des Einzelnen nie erfahren hätten, erhalten tiefen Einblick in das Privatleben und können ihre Anteilnahme durch einen Klick auf “Reply” ausdrücken und die Onlinefreundschaft von Neuem bestätigen. Der Einzelne verspürt nicht nur bei negativen

⁵⁸⁰ AHS Stadt S. 22, 11.

⁵⁸¹ *ibid.* S. 22.

⁵⁸² *ibid.*

⁵⁸³ *ibid.* S. 21.

Erlebnissen ein Bedürfnis nach Anteilnahme, sondern auch bei persönlichen Erfolgen. Erst durch die Rückmeldung und die Anerkennung seiner Leistung von einem Publikum kann er Erfolg erfahren.⁵⁸⁴

Diesbezüglich gibt es aber auch gegenteilige Meinungen. Manche ziehen es vor, in schwierigen Stunden alleine zu sein. So meint eine Schülerin: „Is ja unnötig... Ich brauch das nicht, dass jeder auf MySpace weiß, ja mir geht's jetzt scheiße [...] Da halt ich mich eher von der Seite fern, weil das deprimiert mich möglicherweise nur noch mehr“.⁵⁸⁵ Außerdem geben die Jugendlichen zu bedenken, dass das öffentliche Mitteilen des Wohlbefindens und die damit verbundenen Erwartungen von Feedback zu einer Enttäuschung führen können: „Wenn du merkst, niemand schreibt dir was, dass sich niemand für dich interessiert“.⁵⁸⁶ Im Falle von „Zero Comments“ oder gar von öffentlichem Auslachen, von dem ein Schüler berichtet,⁵⁸⁷ kann sich die Gefühlslage des Individuums weiter verschlechtern. Die Jugendlichen geben an, dass die Anzahl an Kommentaren eine entscheidende Rolle für den Verfasser der Statusmeldung spielt.⁵⁸⁸ Diese Ansicht stützt Reicherts These, dass Kommentare von Jugendlichen als „Trophäen sozialer Beziehungen“ gesehen werden.⁵⁸⁹ Sie müssen sich im Sinne von Goffmans anteilnehmender Aufmerksamkeit regelmäßig auf der Social Network Plattform durch eine Statusmeldung oder Ähnliches bemerkbar machen und ihre Onlineexistenz von Neuem bestätigen. Einerseits können sie dadurch „Trophäen“ sammeln und sich und ihre „Beliebtheit“ vor den anderen zeigen. Andererseits können sie durch das Feedback der anderen ihren Platz in der Gemeinschaft ausloten und sich ihrer selbst vergewissern. Da die Kommunikation auf einer Social Network Plattform gespeichert bleibt und der Einzelne sie zu einem beliebigen Zeitpunkt in aller Ruhe analysieren kann, werden Self-Monitoring und Selbstmanagement vereinfacht.⁵⁹⁰ Er kann seine Selbstdarstellung und die Reaktionen des Publikums reflektieren und sie dadurch bewusst adaptieren.

⁵⁸⁴ vgl. Kapitel 1.3.1.3.

⁵⁸⁵ AHS Stadt S. 22.

⁵⁸⁶ *ibid.* S. 21.

⁵⁸⁷ vgl. AHS Land S. 6.

⁵⁸⁸ vgl. AHS Stadt S. 21.

⁵⁸⁹ vgl. Kapitel 1.3.1.8.

⁵⁹⁰ vgl. Kapitel 1.3.1.7.

Als Garant für Feedback und Anteilnahme wird der Status “krank” genannt. Die Jugendlichen merken an, dass dieser Sachverhalt missbraucht werden kann: “M: Wenn du mal Aufmerksamkeit brauchst: ‘krank.’ W: Jetzt schreibst du’s jedes mal”.⁵⁹¹ Derartiger Missbrauch der Statusmeldung wird heftig kritisiert. Sie nennen Kontakte, die “als Standardeinstellung [...] ‘Mir geht’s schlecht’ oder so” haben.⁵⁹² Der offensichtliche Einsatz der Statusmeldung zum Generieren von Aufmerksamkeit stößt auf Ablehnung. Die Äußerungen der Jugendlichen lassen darauf schließen, dass dieser Umgang in ihrem Freundeskreis öfter vorkommt. Sie nennen diese Kontakte “Aufmerksamkeitsleute” und “Mitleidsleute”, die “Propaganda” für sich betreiben.⁵⁹³ Diese ablehnende Haltung gegenüber der bewusst manipulativen Verwendung der Statusmeldung erinnert an die Reaktion auf exzessive Selbstdarstellung auf der Profilseite. Es scheinen für die Jugendlichen soziale Normen auf Social Network Sites zu existieren, innerhalb derer Selbstdarstellung und das Erlangen von Aufmerksamkeit akzeptabel sind. Werden diese Grenzen überschritten, kratzt dies an der Authentizität auf Social Network Plattformen. Im Grunde verwenden die meisten die Plattformen als “soziale Heizdecke” zur Selbstvergewisserung, wollen sich dies aber anscheinend nicht eingestehen. Die übertriebene Nutzung durch andere rückt diesen Sachverhalt ins Bewusstsein des Individuums, was ihm unangenehm ist. Diesbezügliche soziale Normen unterscheiden sich vermutlich je nach Plattform und sozialer Gemeinschaft. Netlog bietet sogar die Möglichkeit, Fotos gegen Aufpreis für eine begrenzte Dauer in das “Spotlight” zu stellen. Diese Fotos scheinen auf der Startseite aller Besucher von Netlog auf. Dem Großteil der befragten Jugendlichen geht diese Funktion aber zu weit: “Freunde machen’s, aber brauch da nicht unbedingt oben im Mittelpunkt stehen”.⁵⁹⁴

Ein paar männliche Teilnehmer lehnen die Anteilnahme über Social Network Sites kategorisch ab und tun das Mitgefühl als unecht ab:

W: Und dann kommen immer von den anderen, das is dann praktisch, weil dann kommen von den anderen, “Hey ich muss auch lernen, hoffentlich tröstet dich das”, oder so, und dann ja is halt nett...
W: Ja.
M: Da sagt man “Nein...”.

⁵⁹¹ AHS Stadt S. 21.

⁵⁹² AHS Land S. 6.

⁵⁹³ *ibid.*

⁵⁹⁴ BHS S. 23; vgl. auch S. 22.

M: "Das is mir scheißegal". Und es is einem ja auch scheißegal.⁵⁹⁵

Sie stufen Kommentare der Anteilnahme als reine Selbstdarstellung ein. Möglicherweise versuchen sie dadurch in der Diskussion ihre Geschlechterrolle als "harte Kerle" gegenüber den gefühlsbetonten Mitschülerinnen zu behaupten. Andere Teilnehmer merken an, dass sie zwar auf diese Meldung reagieren würden, aber nicht in Form eines öffentlichen Kommentars: "Na, also ich seh's schon irgendwie, wenn eine Freundin als Status 'deprimiert' hat, dann schreib ich ihr gleich eine E-Mail, was halt los is. So halt".⁵⁹⁶ Auf diese Weise entkräften sie die Anschuldigung, dass das Mitgefühl unecht sei. Als echte Freunde verspüren sie kein Bedürfnis ihr Mitgefühl vor anderen zu zeigen, sondern ihr Augenmerk gilt nur dem Freund, an den sie sich direkt, möglicherweise via Privatenachricht, Instant Messaging oder Handy, wenden. Die Handlung wird auf die Hinterbühne verlegt, wo der einzige Zuseher der Vorstellung der adressierte Freund ist. Die "Strong Tie" zu diesem wird weiter gestärkt.

In der BHS werden die Normen und Gewohnheiten bezüglich des Inhalts einer Statusmeldung näher diskutiert. Auslöser für das Ändern der Statusmeldung kann sein, "wenn irgendwas Großartigeres passiert" oder "was länger andauert", wie zum Beispiel "Ich hab die Schule geschafft", "wenn man wieder Single is", "wenn man sich auf irgendwas freut oder wenn man was Besonderes macht" oder ein für den Freundeskreis spezifischer Running Gag.⁵⁹⁷ Nicht jede Alltagshandlung des Einzelnen ist für die anderen von Interesse. Ein Ereignis muss eine besondere Qualität, wie längere Dauer oder hohe Relevanz für den Einzelnen, aufweisen. Derartige Meldungen veranlassen die anderen eher, mit einem Kommentar zu reagieren als "Ich geh essen, ich geh schlafen ich geh duschen".⁵⁹⁸ Der Einzelne muss sich in die Rolle seiner Kontakte versetzen, um die Relevanz eines Ereignisses passend zur jeweiligen Gruppenidentität einzuschätzen.

Als weitere Möglichkeit, um die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken, werden unqualifizierte Aussagen und ein hohes Maß an Rechtschreibfehlern angeführt. In Kapitel 1.3.1.5 wurde aufgezeigt, dass auf Grund des reduzierten Ausdrucksrepertoires jede

⁵⁹⁵ AHS Stadt S. 11f.

⁵⁹⁶ AHS Stadt. S. 22.

⁵⁹⁷ BHS S. 15.

⁵⁹⁸ *ibid.*

Kleinigkeit, inklusive Rechtschreibfehler, als Geste interpretiert wird. Die diesbezüglichen Aussagen stammen aus der AHS am Land. Boyd erklärt, dass die Wahl der Social Network Sites unter anderem vom sozioökonomischen Status beeinflusst wird.⁵⁹⁹ Die betroffene Region bildet aber eine Ausnahme, weil alle Jugendlichen Epos4 nutzen. Aus diesem Grund treffen auf dieser Plattform vor allem bei öffentlichen Umfragen und Diskussionen User unterschiedlichsten Alters, Bildungsgrades und sozialen Status aufeinander. Die AHS-Schüler können sich dadurch von den anderen positiv abheben und ihr Überlegenheitsgefühl stärken. Selbstverständlich erregen Fehler auch auf anderen Plattformen Aufmerksamkeit. Jedoch tritt dieses Phänomen auf Epos4 wahrscheinlich verstärkt auf.

Wie Erikson erläutert, haben vor allem Jugendliche großes Interesse daran, sich mit anderen oft und lange auszutauschen, um ihre Identität zu entwickeln und zu festigen. Die Teilnehmer der Gruppendiskussion nutzen die Plattformen als “Networked Public”.⁶⁰⁰ Treffen sich Jugendliche in einem Einkaufszentrum, kann der Einzelne die Aufmerksamkeit der Peer Group durch eine Wortmeldung auf sich ziehen. Diese Geste entspricht der Statusmeldung in der “Networked Public”. Allerdings ist die Mitgliederzahl der “Peer Public” deutlich größer als die einer traditionellen Peer Group. Somit teilen die Jugendlichen ihre Gefühle, Stimmungen, Wünsche, Erfolge und Tätigkeiten mit einem größeren Personenkreis, was ein weiterer Hinweis auf das Verschwimmen von Öffentlichkeit und Privatheit ist. Anzumerken ist, dass auf Grund fehlender physischer Präsenz weniger Hemmungen bestehen und die Tabugrenzen im Strukturwandel zur Geständnis-kultur weiter sinken.⁶⁰¹ Diese Aspekte bewahrheiten sich in diversen Wortmeldungen, die in Kategorie 3 fallen.

3.1.2.2 Fortführen der Kommunikation

Hat der Einzelne die Aufmerksamkeit auf sich gelenkt und haben die Kontakte mit Kommentaren reagiert, kann die Interaktion natürlich noch weitergehen. Neben der Anteilnahme von Freunden, führen die Jugendlichen die Initiation einer Diskussion als Grund für das Ändern der Statusmeldung an: “Naja, dass die anderen dann Kommentare

⁵⁹⁹ vgl. Kapitel 1.3.3.2.

⁶⁰⁰ vgl. auch Kategorie 7.

⁶⁰¹ vgl. Kapitel 1.3.2.3; 1.3.1.8.

abgeben und so ein Gespräch beziehungsweise eine lustige Diskussion entstehen kann”.⁶⁰² Die erste Geste einer Interaktion muss nicht zwingend eine Statusnachricht sein. Social Network Sites bieten dafür viele mögliche Handlungen. Unter anderem können das Veröffentlichen neuer Fotos, der Beitritt zu einer Gruppe oder das Absolvieren eines Quiz eine Interaktion anstoßen. Der Feed gibt den Jugendlichen eine Bühne für ihre Handlungen und schafft so Aufmerksamkeit, die zu einer Interaktion führen soll.⁶⁰³

Die durch die Feed-Funktion initiierte Kommunikation wird häufig über andere Kanäle fortgeführt. Ein Teilnehmer erklärt, dass ein Kommentar zu einem Foto an ein großes Publikum gerichtet ist, während ein Pinnwandeintrag den Inhaber direkt adressiert.⁶⁰⁴ Anzumerken ist, dass, zum Beispiel auf Facebook, trotz des vermeintlich unterschiedlichen Publikums, beide Kommunikationsformen im Feed aller Kontakte aufscheinen. Für direkte Kommunikation vor allem zu privaten Inhalten mit einer Person nutzen die Jugendlichen außerdem die Chatfunktion oder wechseln auf Instant Messaging. Fraglich ist, wie häufig Jugendliche generell die Pinnwand verwenden beziehungsweise, ob diese auf Grund der Feed-Funktion an Relevanz verloren hat. Die Schüler der BHS machen kaum mehr Gebrauch von der Pinnwand, Teilnehmer der Berufsschule haben das Gästebuch generell deaktiviert und die Schüler der AHS am Land kritisieren, dass “zu 80% immer nur ‘Hallo wie geht’s?’” auf der Pinnwand steht, weil “irgendwas Wichtiges wird da sowieso nicht besprochen, weil’s erstens zu privat is entweder oder weil’s, weil ma’ die eh jeden Tag sieht.”⁶⁰⁵

So umstritten die Feed-Funktion auf Facebook zunächst war, bildet sie heute als Aufmerksamkeitsmarkt das Herz der Plattform. Die Gruppendiskussionen lassen einen Wandel der Nutzungsstrategien erkennen. Während die von boyd [sic] befragten Jugendlichen noch darüber klagen, regelmäßig die Profile aller Freunde auf Neuigkeiten kontrollieren zu müssen, um am Laufenden zu bleiben, macht der Feed ein solches Vorgehen obsolet. Das Profil mit der Pinnwand scheint generell selten besucht zu werden. Als Ausnahme nennen die Schüler der Berufsschule Verabredungen. Aus organisatorischen

⁶⁰² BS S. 4; vgl. auch AHS Land S. 23.

⁶⁰³ vgl. AHS Land S. 2f; BHS S. 15.

⁶⁰⁴ vgl. BHS S. 27.

⁶⁰⁵ vgl. ibid; BS S. 20; AHS Land S. 9.

Gründen, „Weil’s halt einfach praktisch is, weil’s auch alle Freunde gleich sehn“,⁶⁰⁶ werden diese manchmal über einen öffentlichen Pinnwandeintrag geplant. Obwohl die Kommunikation formal an eine Person gerichtet ist, sollen damit mehrere angesprochen werden. Zu feierlichen Anlässen wie Geburtstagen oder Ostern werden auf der Pinnwand Glückwünsche hinterlassen.⁶⁰⁷ Diese fallen in die Kategorie der „Appreciative Expressions“, bei denen der Einzelne seine Anerkennung gegenüber dem anderen zum Ausdruck bringt und sich dabei auch öffentlich vor der „Peer Public“ inszeniert. Außerdem richten sie manchmal Freunden, zu denen sie schon länger keinen Kontakt mehr gehabt haben, Grüße über die Pinnwand aus.

3.1.2.3 Besonderheiten der Nutzung

Auch zur Feed-Funktion haben sich subversive Nutzungspraktiken, wie in Kapitel 1.3.1.5 erwähnt, herausgebildet. Mit ihnen loten die Jugendlichen die Grenzen der Funktion aus und spielen mit ihnen. Im folgenden Beispiel scheint ein Jugendlicher eine derartige Aktion als Zeitvertreib und um die Bereitschaft der anderen zur Teilnahme zu testen, gestartet zu haben.

Und ein Freund so hat spaßhalber geschrieben, „Der 30 000, der 30 000. Besucher bekommt 100 Kommentare.“ (lacht) Und ich so: „Wie viel Besucher hast schon?“ Innerhalb von den Kommen..., innerhalb von diesem Shout hat er glaub ich 200 Besucher g’habt. Und ich so, „Ja du bist so deppert,“ (lacht) und er so, „Ja, Wurscht“. War halt gaudehalber.⁶⁰⁸

Wie zuletzt häufig in den Medien berichtet, können unbedachte Äußerungen auf Social Network Sites zu Problemen mit Vorgesetzten in der Schule und im Beruf führen. Diese Problematik wird wenig überraschend in der Berufsschule angesprochen. An dieser Stelle sei nur erwähnt, dass der Einzelne dadurch ebenfalls beim Verfassen einer Statusmeldung eingeschränkt wird: „Ja, ich hab ja viele Arbeitskollegen drinnen. Ich tät’ da nie reinschreiben, ‘<Vorname> langweilt sich vorzüglich in der Arbeit’“. ⁶⁰⁹

Der Umfang an Benachrichtigungen kann auch zu weit gehen und als lästiger Zeitverlust empfunden werden: „Ich find das eher lästig, wenn man zehn so Einladungen hat, mach

⁶⁰⁶ BS. S. 20.

⁶⁰⁷ vgl. BS S. 20.

⁶⁰⁸ ibid. S. 22.

⁶⁰⁹ BS S. 4.

das und das und das und dann kannst immer auf ‘Ignorieren’ klicken und beim nächsten Mal wieder”.⁶¹⁰ Die Flut an Benachrichtigungen und Einladungen hängt damit zusammen, dass viele Applikationen den User nach dem Beenden auffordern, eine bestimmte Zahl an Freunden zur Benutzung dieser Applikation einzuladen. Oft wird dem User auch, wie zum Beispiel bei einem IQ-Test, vorgetäuscht, nur ab einer bestimmten Anzahl an versandten Einladungen sein Ergebnis einsehen zu können. Diese Meldung lässt sich aber normalerweise übergehen.⁶¹¹

3.1.2.4 Conclusio

Die Feed-Funktion ist für die Jugendlichen von hoher Relevanz und hat zu einer Änderung der Nutzungsweise von Social Network Sites geführt. Da der Einzelne die Vorstellungen seiner Kontakte über den Feed als kollektive Vorderbühne verfolgen kann, werden die Profile mit den Pinnwänden seltener besucht. Das Verfassen einer Statusmeldung kann mit einer Wortmeldung in der Peer Group im Alltag verglichen werden. Die Äußerung kann einerseits als Einleitung zu einer Diskussion dienen, andererseits versucht der Einzelne mit seiner Selbstdarstellung im Feed, die Aufmerksamkeit seiner Kontakte zu erregen, um ihre Anteilnahme oder Anerkennung zu erfahren. Der Feed erlaubt schnell und einfach mehrere Personen anzusprechen und auf Handlungen anderer zu reagieren, wobei die Kommunikation auch über andere Kanäle fortgesetzt werden kann. Dabei gelten spezifische soziale Normen und Gewohnheiten. Statusmeldungen sind meist von besonderer Wichtigkeit für den Einzelnen, weisen eine gewisse Dauer auf und beschreiben häufig Stimmungen und Gefühlslagen. Der Feed trägt außerdem zum Verschwinden der Grenze zwischen privat und öffentlich bei.

3.1.3 Kategorie 3: Kontaktmanagement auf Social Network Sites

Alle Jugendlichen verwenden sozialorientierte Social Network Sites. Diese Kategorie widmet sich dem Umgang mit Kontakten, den auf den Plattformen zur Verfügung stehenden Funktionen und den sozialen Normen.

⁶¹⁰ AHS Land S. 3; vgl. auch AHS Stadt S. 10.

⁶¹¹ vgl. auch AHS Stadt S. 25.

3.1.3.1 Alte Freunde

Also ich hab halt schon bemerkt, dass seitdem ich MySpace hab, dass ich halt Leute g'funden hab, die ich schon länger nimmer g'sehn hab, wo's Jahre her is, wo keine Telefonnummer da is oder sonst was. Also das is schon irgendwo ein Vorteil.⁶¹²

In allen vier Gruppendiskussionen berichten Jugendliche davon, über eine Social Network Site wieder mit alten Freunden in Kontakt getreten zu sein. Dabei handelt es sich vor allem um alte Freunde aus der Volksschule, zu denen der Kontakt wieder aufgenommen oder aufrechterhalten worden ist.⁶¹³ Die Schüler empfinden diesen Umstand als positiv. Spezielle Gründe führen sie keine an. Sie bezeichnen es als "ganz lustig" beziehungsweise "schon nett, wenn man da was wieder hört".⁶¹⁴ An dieser Stelle können nur Vermutungen über die Beweggründe angestellt werden. In Kategorie 2 wurde aufgezeigt, dass Jugendliche auf Social Network Plattformen nach Aufmerksamkeit, einem Publikum und Interaktion streben. In dieser Hinsicht kann ein Zuwachs des Publikums nur von Vorteil sein.⁶¹⁵ Die Personen in der Freundesliste des Einzelnen geben den Besuchern als Requisit der Selbstdarstellung Aufschluss über seine Identität. Wie in Kapitel 1.3.1.4 angemerkt, werden Personen mit vielen Kontakten als sympathischer eingestuft. Faktoren wie Neugier oder Nostalgie könnten ebenfalls eine Rolle spielen.

Die Plattformen stellen zur Pflege von Kontakten eine Vielzahl an Funktionen zur Verfügung. Facebook wird in diesem Zusammenhang positiv hervorgehoben, weil es dem Einzelnen vor allem am Anfang durch die Vorschläge möglicher Bekanntschaften das Aufbauen eines Freundesnetzwerks erleichtert.⁶¹⁶ So erzählt ein Jugendlicher: "Und so hab ich, also wie ich Facebook neu gehabt hab, hab ich da innerhalb von zwei, drei Wochen urviele von der Volksschule neu wieder, also Kontakt aufgenommen und so. Das is schon ziemlich cool find ich".⁶¹⁷ Selbst wenn der User den Nachnamen einer Bekanntschaft nicht kennt, kann er diese über Subnetzwerke und Gruppen, beispielsweise zu Schule oder Wohnort, auffinden.⁶¹⁸ Die umfangreichen Suchfunktionen erweisen sich ebenfalls als

⁶¹² AHS Stadt S. 1.

⁶¹³ vgl. AHS Land S. 10; BHS S. 24; BS S. 3.

⁶¹⁴ BHS S. 24 bzw. BS S. 4.

⁶¹⁵ vgl. auch Kapitel 1.3.2.4.

⁶¹⁶ vgl. AHS Stadt S. 37.

⁶¹⁷ BHS S. 24.

⁶¹⁸ vgl. AHS Stadt S. 28.

hilfreich, wenn er jemanden kontaktieren will, dessen E-Mail-Adresse und Handynummer unbekannt sind.⁶¹⁹

Die Aussagen der Jugendlichen bestätigen die Annahme, dass sie primär aus dem Alltag bekannte Personen als Kontakte auf Social Network Plattformen hinzufügen. Da ihnen manchmal deren Nachname unbekannt ist, liegt die Vermutung nahe, dass es sich dabei nicht nur um enge Freunde, sondern auch um eher oberflächliche Bekanntschaften handelt. Deshalb erweist es sich als nützlich, wenn der echte und vollständige Name des Individuums auf der Plattform einsehbar ist, um eine Identifikation zu erleichtern: “Das ist auch besser finde ich von Facebook im Gegensatz zu Netlog, weil Netlog, da hat jeder irgendeinen anderen Nickname und beim Namen hat auch nicht wirklich jeder seinen richtigen stehen”.⁶²⁰ Nicknames werden als Nachteil betrachtet, weil sie das Auffinden von Bekannten erschweren. Im Gegensatz zu Netlog genügt es auf Facebook den Namen im Suchfeld einzugeben, um den gewünschten Kontakt aufzuspüren.

Jugendliche verwenden Social Network Sites ebenfalls, um trotz raumzeitlicher Distanzen mit Freunden in Kontakt zu bleiben. Schülerinnen der AHS in der Stadt führen Cousins in der Türkei und den Auslandsaufenthalt einer Freundin in Kanada als Beispiel an.⁶²¹ In der AHS am Land haben die Klassenkameraden für einen Freund eine Gruppe zu seinem Australien-Aufenthalt gegründet und eine Schülerin der Berufsschule berichtet von einer Freundin, die in die USA gezogen ist, und mit ihr über Facebook und StudiVZ kommuniziert.⁶²² In der BHS wird die Internationalität einer Social Network Site als positiv angesehen, weil dadurch auch die Kommunikation mit Bekanntschaften aus dem Urlaub im Ausland ermöglicht wird.⁶²³

3.1.3.2 Flüchtige Bekanntschaften

Mit Ausnahme der Berufsschule ergibt sich in allen Gruppen eine Diskussion über das Vertiefen flüchtiger Bekanntschaften mit Hilfe von Social Network Sites. Dennoch ist es

⁶¹⁹ vgl. AHS Stadt. S.1, 10.

⁶²⁰ BHS S. 24.

⁶²¹ vgl. AHS Stadt S. 9.

⁶²² vgl. AHS Land S. 16; BS S. 3.

⁶²³ vgl. BHS S. 24.

sehr wahrscheinlich, dass diese Praktik auch an der Berufsschule Anwendung findet, weil sie innerhalb der anderen Diskussionsrunden als allgemein üblich dargestellt wird.

Bei den flüchtigen Bekanntschaften scheint es sich primär um Kontakte zu handeln, die der Einzelne beim Ausgehen am Wochenende in Lokalen oder bei Veranstaltungen geknüpft hat.⁶²⁴ Wie ein Teilnehmer anmerkt, ist es gängige Praxis zu sagen, „Ja, ich bin Facebook“,⁶²⁵ sodass die Bekanntschaft später über die jeweilige Plattform ausgebaut werden kann. Bleiben diese Kontakte oberflächlich, stört es die Jugendlichen kaum: „I mein, zeitweis’ hat man da ja auch a, die man nur flüchtig kennt, owa hast’as hoid dabei.“⁶²⁶ Diese „Weak Ties“ können mit Hilfe der Social Network Site schnell und einfach aufrechterhalten werden. Als Beispiel führt eine Schülerin Geburtstagsgratulationen an: „Ich mein ich hab urviele, die halt, die ich einfach so ein bissl kenn’ und dann weiß nicht, zum Geburtstag gratulieren und ja, solche Sachen halt“.⁶²⁷ Auf der Social Network Plattform scheint für jeden Kontakt eine automatische Geburtstagserinnerung auf. Dadurch kann die Bekanntschaft mit minimalem Aufwand von Neuem bestätigt werden. Der folgende Ausschnitt belegt, dass die Jugendlichen durchaus bewusst die Social Network Site einsetzen, um eine Vielzahl an „Weak Ties“ zu erhalten und über deren Privatleben am Laufenden zu bleiben:

Und es ist auch so, dass man einfach zu vielen Leuten schwierig Kontakt hat, weil einfach die Zeit ein bissl fehlt und dann kommen aber doch einfach von denen immer wieder so, ja, nette Meldungen und dann freut man sich einfach drüber, dass man doch ein bissl Kontakt hat. Weiß nicht, weil man einfach keine Zeit für den hat, oder einfach, um sich besser anzufreunden, weil ich hab viele Freunde, mit denen ich jetzt nicht so supertoll befreundet bin, die ich halt kenn’ und dann kann man doch irgendwie so ein bissl besser sich kennenlernen.⁶²⁸

Selbst wenn jemand den Namen einer neuen Bekanntschaft vergessen hat, gestaltet es sich mit den Werkzeugen der Social Network Plattform als relativ einfach, diesen aufzufinden. Als Beispiel nennt ein Jugendlicher die Links auf Fotos vom Wochenende zu den abgebildeten Personen.⁶²⁹ Ist es dem Jugendlichen möglich, die Bekanntschaft einem bestimmten Freundeskreis zuzuordnen, kann sie ebenso auf Basis des Profilbildes über die Freundesliste eines Kontaktes aufgespürt werden. Jugendliche nutzen die Social Network

⁶²⁴ vgl. AHS Land S. 22.

⁶²⁵ BHS S. 13.

⁶²⁶ AHS Land S. 22.

⁶²⁷ AHS Stadt S. 5.

⁶²⁸ ibid. S. 11f.

⁶²⁹ vgl. BHS S. 16.

Plattform aber nicht nur, um mit neuen Bekanntschaften in Kontakt zu bleiben, sondern auch um mehr über diese in Erfahrung zu bringen. Eine Jugendliche erklärt, dass sie aus Neugier die Profilseite von neuen Kontakten, die sie “eben nicht so supertoll kennt”,⁶³⁰ wahrscheinlich weil die Begegnung bei der Veranstaltung von zu kurzer Dauer gewesen ist, als Informationsquelle heranzieht. Außerdem ist es dem Einzelnen unmöglich, während eines kurzen Aufeinandertreffen alle Facetten seiner Identität beziehungsweise alle Gruppenidentitäten auszudrücken. Durch die Einbettung im Freundeskreis, diverse Fotos und Kommentare kann der andere einen größeren Teil der Identität kennenlernen. Im selben Atemzug sprechen die Jugendlichen die Problematik positiv verfälschter Selbstdarstellung auf der Social Network Site an. Sie sind sich dieses Themas offensichtlich deutlich bewusst und geben sogar zu, selbst ein positives Bild auf eine andere Person zu projizieren:

M: Na, es is ja, zum Beispiel, zum Leute Kennenlernen. Also man kann zum Beispiel jemanden, den man zwar vom Sehn her kennt, aber irgendwie ned...

W: ...einschätzen kann...

M: ...einschätzen kann und, i mein, und da kann man sich bei eam dann ein pos...sich bei, schriftlich hoid, per Mail hoid positiver machen, als ma' eigentlich is. Das heißt, man kann ein falsches Bild von sich selber irgendwie über Epos auf die Person projizieren. Und so kummt ma hoid zu so netten...

(allgemeines Lachen)

M: Sie können, sie können sich... (unverständlich)

W: ...Bekanntschaften. (lacht)

M: ...zu netten Bekanntschaften, kurzfristige nette Bekanntschaften.

(allgemeines Lachen)

M: Zum Beispiel.

M: Wurde das jetzt umschrieben?⁶³¹

Der nächste Schritt im Ausbau einer Bekanntschaft scheint für Jugendliche nach der Kommunikation über eine Social Network Plattform in Instant Messaging zu bestehen: “Dann tauscht man nach der Zeit vielleicht ICQ oder was aus, dass es ein wenig schneller geht und dann, ja”.⁶³² Diese synchrone Form der Kommunikation kommt einem traditionellen Gespräch einen Schritt näher. Gemäß den Überlegungen in Kapitel 1.3.2.2 wären die nächste Stufen das Austauschen der Handynummer und ein persönliches Treffen.

⁶³⁰ AHS Stadt S. 11.

⁶³¹ AHS Land S. 9.

⁶³² ibid. S. 23; vgl. auch BHS S. 16.

3.1.3.3 Neue Freunde

Die Jugendlichen sagen selbst, dass das Knüpfen neuer Freundschaften ausschließlich über eine Social Network Site die Ausnahme bildet. In der AHS in der Stadt hat zum Beispiel eine Schülerin ihren Freund über MySpace kennengelernt. Gleichzeitig heben die Schüler hervor, dass dies selten vorkommt und sie dem skeptisch gegenüberstehen.⁶³³ Grundsätzlich bevorzugen sie es, neue Leute offline kennenzulernen: “M: Na, is ma’ d’Zeit d’schod, dass i ma’ irgendwelche Typen anschau’. [...] W: Ja, lern schon lieber wen persönlich kennen als eben Internet”.⁶³⁴ Vermutlich haben sie auf Grund der eingeschränkten Kanäle und der Gefahr von manipulativer Selbstdarstellung zu wenig Vertrauen in reine Onlinekontakte. Dennoch führen sie Onlinestrategien zum Kennenlernen neuer Personen, bei denen die Risiken, hinter Licht geführt zu werden, minimiert werden, an.

Manchmal erregen Aussagen bei öffentlichen Umfragen oder in Forumdiskussionen die Aufmerksamkeit des Einzelnen, sodass er sich auf der Profilseite näher über den anderen informiert und eventuell mit ihm in Kontakt tritt.⁶³⁵ Auch der Erhalt von Komplimenten zu einem Foto oder auf der Pinnwand werden angeführt. Allerdings ist bei derartigen Kommentaren Kreativität gefragt: “M: Ja, aber wenn, wenn mal so kommt ‘Ja, wie geht’s da?’, dann interessiert’s mich gleich gar nimmer, weil... M: Ja, ‘XXX’”.⁶³⁶ Einige Teilnehmer der BHS und der BS betreiben “Social Browsing” und suchen neue Kontakte über die Profile von Freunden. In solche Personen haben Jugendliche, wie schon erwähnt, wegen der Einbettung in einem bekannten Freundeskreis größeres Vertrauen als in einen völlig Fremden: “Freunde, ob vielleicht jemand dabei is, den ich kenn’, und dann frag ich ob der den kennt, warum der den kennt, ob der nett is”.⁶³⁷ Die meisten Jugendlichen dieser beiden Schulen nutzen Netlog. Die Ausrichtung dieser Plattform zum Kennenlernen neuer Menschen lässt sich somit bestätigen.⁶³⁸ Aus dem Umstand, dass dieses Vorgehen sehr oberflächlich ist, wird kein Hehl gemacht. Ein “geiles Profilbild” weckt das Interesse der

⁶³³ vgl. AHS Stadt S. 6.

⁶³⁴ AHS Land S. 22f.

⁶³⁵ vgl. *ibid.*

⁶³⁶ BHS S. 27.

⁶³⁷ BS S. 6.

⁶³⁸ vgl. Kapitel 1.2.4.

Jugendlichen.⁶³⁹ Beim Stöbern durch die Profile sind für sie vor allem die Fotos von Relevanz: “Ja, Fotos, so Interessen und so, das interessiert mich eigentlich nicht. [...] I schau mir immer nur die Fotos an”.⁶⁴⁰ Die Aussagen der Jugendlichen gehen konform mit der These aus Kapitel 1.3.1.2, dass es sich bei Fotos um das zentrale Requisit der Selbstdarstellung auf Social Network Sites handelt. Kategorie 4 widmet sich ebenfalls diesem Merkmal.

Auf Grund der regionalen Spezialisierung von Epos4 kommt es sogar vor, dass Jugendliche beim Ausgehen zufällig jemanden von der Plattform wiedererkennen: “M: Also i hab das oft so, dass i wen auf Epos kennenlernen’ und dann beim Fortgehen... M: Hey, den kenn’ i!”⁶⁴¹ In der Großstadt ist es natürlich um ein Vielfaches unwahrscheinlicher, dass jemand eine Person von der Social Network Plattform zufällig beim Ausgehen in einem Lokal trifft. Die Personen teilen meist ein Merkmal, das sie auch im Alltag verbindet, sei es ein gemeinsamer Freund oder, wie bei folgendem Beispiel, ein Stammlokal:

Also nicht wirklich so auf aus nichts heraus mich anschreiben und dann wirklich befreundet sein auf längere Zeit, sondern einfach, weil wir gesehen haben, wir kennen die gleichen Leute oder wir gehen ins gleiche Lokal. So is es mir schon passiert, dass ich einen Großteil der Leute, die in dieses Lokal geht, eigentlich über MySpace erst mal kennengelernt hab.⁶⁴²

Eine Schülerin illustriert mit einem Beispiel, auf welch vielfältige Art und Weise Jugendliche die Funktionen der Social Network Sites nutzen: “Mein Freund hat einfach mal geschaut, wie viele Leute es gibt, die denselben Nachnamen haben, und hat dann ein paar angeschrieben, woher kommt der Name und so. Und ja, sind jetzt auch befreundet”.⁶⁴³ Die Wahrscheinlichkeit, dass es auf Grund des gemeinsamen Nachnamens zu mehr als einer formalen Freundschaft kommt, ist natürlich gering.

⁶³⁹ BHS S. 13.

⁶⁴⁰ *ibid.*; vgl. auch BS S. 6.

⁶⁴¹ AHS Land. S. 23.

⁶⁴² AHS Stadt S. 6.

⁶⁴³ *ibid.* S. 9.

3.1.3.4 Besonderheiten der Nutzung

Genannte Praktiken führen zu einer großen Zahl an Kontakten auf Social Network Sites. Von den Aussagen der Jugendlichen lässt sich bei der Anzahl an Freunden auf eine Untergrenze von etwa 100 schließen. In der Diskussion werden einige Faktoren, die diese Zahl beeinflussen, genannt.

An erster Stelle steht die Wahl der Plattform selbst. Bei Netlog sind 200 Kontakte keine Ausnahme. Netlog ist auf das Finden neuer Freunde ausgelegt und der Umgang unter den Usern entsprechend locker. Auf StudiVZ ist die Anzahl an Freunden deutlich geringer. Ein Teilnehmer hat auf Facebook gar um die Hälfte weniger Kontakte. Die Jugendlichen stufen Facebook als seriöser ein. Dementsprechend enger gestaltet sich eventuell das Freundschaftsverhältnis. Auf MySpace zählen auch Musiker zu den Kontakten, welche bei einer Schülerin etwa 80% ausmachen. Ein Schüler merkt an, dass die Anzahl an Freunden auf Grund der stetigen Aufnahme flüchtiger Bekanntschaften in die Kontaktliste auch von der Dauer der Mitgliedschaft abhängig ist.⁶⁴⁴ Wie in Kapitel 1.3.2.2 erläutert, verhält sich die Zahl an “Strong Ties” mit etwas 15 relativ konstant, während die an “Weak Ties” kontinuierlich zunimmt.

“Weak Ties”, die lange Zeit nicht mehr aufs Neue bestätigt worden sind, werden von den Jugendlichen zum Teil gelöscht. Dies passiert offensichtlich häufiger bei reinen Onlinebekanntschaften: “Na wenn man ihn früher in einem Forum oder was kennengelernt hat und man sieht die Person: ‘Wer is das?’”⁶⁴⁵ Außerdem ist eine Änderung am Nutzerverhalten festzustellen. Eine Teilnehmerin hat anfangs alle Freundschaftsanfragen bestätigt. Mittlerweile selektiert sie und entfernt veraltete Kontakte, weil sie den Überblick über ihre Kontakte verloren hat. Auch andere Schüler sortieren von Zeit zu Zeit Personen, zu denen sie keinerlei Kontakt mehr haben, aus ihrer Kontaktliste aus.⁶⁴⁶

Ein mehrmals genanntes Charakteristikum von Freundschaft auf einer Social Network Site besteht darin, dass der Einzelne mit dem anderen zumindest schon gesprochen oder ihn

⁶⁴⁴ vgl. AHS Stadt S. 37; BHS S. 15f.

⁶⁴⁵ AHS Land. S. 25.

⁶⁴⁶ vgl. BHS S. 14.

persönlich getroffen hat.⁶⁴⁷ Bleibt in weiterer Folge jedoch die Interaktion mit dem Kontakt aus, verliert dieser seinen Nutzen. Es stellt sich die Frage, ob dieser die Vorstellung des Einzelnen überhaupt noch verfolgt. Eine Person, die in keinem Interaktionsprozess mit dem Einzelnen steht, ist nicht für die Selbstdarstellung in der Kontaktliste geeignet. Interpretiert der Besucher der Profilseite die Kontaktliste, kann er nicht zwischen echten Freunden und veralteten Kontakten unterscheiden und dadurch ein falsches Bild vom Profilinhaber bekommen.⁶⁴⁸ So gesehen ist es nachvollziehbar, wenn Jugendliche manche Kontakte wieder entfernen.

Nicht zuletzt beeinflusst der individuelle Zugang zum Freundschaftsbegriff die Anzahl an Kontakten.⁶⁴⁹ Die Teilnehmer der Gruppendiskussionen geben an, Freunde nicht zu “sammeln”, weil ihnen die Anzahl an Kontakten egal ist und sie es als nicht notwendig empfinden, ihr Ego durch eine große Zahl an “Freunden” zu stärken oder sich als besonders beliebt darzustellen.⁶⁵⁰ Zumindest eine Schülerin in der AHS der Stadt fällt mit 230 Facebook-Kontakten aus der Reihe.

3.1.3.5 Unerwünschte Kontakte

Nicht alle Freundschaftsanfragen sind von den Jugendlichen erwünscht. Das bewusste Sammeln von Kontakten um beliebter zu erscheinen, lehnen die Jugendlichen größtenteils ab und nehmen Anfragen von völlig Fremden meist nicht an, besonders, wenn sie eine Anfrage ohne jeglichen Kommentar erhalten.⁶⁵¹ Genauso negativ wirken sich viele Rechtschreibfehler in einer Nachricht aus.⁶⁵² Als ein Grund für das Ablehnen derartiger Anfragen nennt eine Schülerin, dass der Fremde ansonsten alle Fotos einsehen könnte.⁶⁵³ Eine Teilnehmerin zeigt auf, dass die Wahrscheinlichkeit eine Freundschaftsanfrage zu erhalten höher ist, wenn die Sichtbarkeitseinstellungen es einem Fremden verbieten, Fotos und weitere Details der Profilseite einzusehen. Oft folgt nach der Annahme keine weitere Nachricht, sei es, weil ihn die Fotos nicht ansprechen, oder, weil er schon mit den Fotos

⁶⁴⁷ vgl. AHS Stadt S. 37; BHS S. 15f.

⁶⁴⁸ vgl. Kapitel 1.3.1.4.

⁶⁴⁹ vgl. Kapitel 1.3.2.1.

⁶⁵⁰ vgl. AHS Stadt S. 7, 37.

⁶⁵¹ vgl. *ibid.* S. 7, 12.

⁶⁵² vgl. BS S. 7.

⁶⁵³ vgl. *ibid.* S. 4.

alleine zufrieden ist.⁶⁵⁴ Als Motivation hinter solchen Freundschaftsanfragen vermuten die Schüler, dass die Fremden auf Grund der großen Anzahl an Kontakten populär wirken oder die privaten Fotos sehen wollen.⁶⁵⁵

Vor allem die User von Netlog klagen über Nachrichten von Fremden. Die Schüler der AHS stehen dieser Plattform, die vorrangig in der BS und der BHS genutzt wird, skeptisch gegenüber:

W: Ich weiß nicht. Also Netlog is so ziemlich das Öffentlichste, was du haben kannst.

W: Das, man kann's auch nicht löschen, hab ich gehört.

W: ...ja, eben, und, da von Freundin von mir haben sie gesagt, ja, schreiben sie irgendwelche Typen an und irgendwie so, total so, ja, "Willst du dich mit mir treffen?" und so, so irgendwie so, Anmachemäßig und das find' ich einfach so unangenehm. Das will ich einfach nicht. Das, das brauch ich nicht.⁶⁵⁶

Die einfachste Strategie beim Erhalt derartiger Nachrichten besteht darin, sie zu ignorieren.⁶⁵⁷ Manchmal genügt dies aber nicht. Eine Schülerin hat sich wegen der Flut an Anfragen gezwungen gesehen, ihre Instant Messaging Adresse aus dem Profil zu entfernen.⁶⁵⁸ Eine andere Schülerin hat wegen der hohen Zahl an Kontakten ihr ursprüngliches Profil aufgegeben und ein neues angelegt.⁶⁵⁹ Vor allem Männer fallen mit anstößigen Privatnachrichten negativ auf: "Ja von den Männern kommt ja nur anderes. [...] Ich sag mal, es kommt auf's Alter an. (lacht) Also von 'Hallo' bis 'Wie geht's?' bis zu keine Ahnung, 'Lust auf Sex?' [...] 'Ich bin <Vorname>, möchte ficken', irgendwie so was".⁶⁶⁰ Manche setzen störende Personen auf die Blacklist, um weiteren Belästigungen aus dem Weg zu gehen.⁶⁶¹ Auch die Schüler der AHS in der Stadt, die größtenteils auf MySpace und Facebook registriert sind, erwähnen Nachrichten von fremden Männern, wenngleich diese seltener auftreten als auf Netlog. Die teilweise sehr direkten Angebote der Männer untermauern die These, dass die Tabugrenzen bei Kommunikation auf Social Network Sites niedrig ist. Die sozialen Gewohnheiten im Umgang mit anderen scheinen generell rauer zu sein: "Das is ja vollkommen Wurscht im Prinzip. Ich mein, das sind

⁶⁵⁴ vgl. AHS Stadt S. 12.

⁶⁵⁵ vgl. AHS Stadt S. 7.

⁶⁵⁶ AHS Stadt S. 23.

⁶⁵⁷ vgl. BS S. 7.

⁶⁵⁸ vgl. ibid. S. 19.

⁶⁵⁹ vgl. ibid. S. 16.

⁶⁶⁰ ibid S. 13.

⁶⁶¹ ibid.

Leute, die du nicht kennst und die du niemals sehn wirst. Du löschst sie und sie werden dir nicht nachtrauern. Das is wirklich, also so sensibel darf man wirklich nicht sein was solche Sachen betrifft”.⁶⁶²

In diesem Zusammenhang wird ein weiteres Mal die Relevanz des Profilfotos unterstrichen. Es gilt für Jugendliche als Norm auf Social Network Sites ein Profilfoto zu besitzen. Fremde, die sie kontaktieren und kein Profilfoto haben, wirken “suspekt” und scheinen etwas verbergen zu wollen.⁶⁶³ Unerwünschte Nachrichten und Freundschaftsanfragen kommen meist von Personen, die “40 Jahre alt sind und männlich und kein Foto angeben”.⁶⁶⁴

Unangenehme Anfragen müssen nicht zwangsläufig von Fremden kommen. Zum Beispiel berichten die Schüler der AHS in der Stadt von einer Lehrerin, die sich auf Facebook angemeldet hat. Eine Lehrerin in der Freundesliste zu haben wirkt für die Schüler irritierend.⁶⁶⁵ Einerseits hat ein solcher Kontakt Auswirkungen auf die Selbstdarstellung, andererseits bekommt sie über die Plattform tieferen Einblick in das Privatleben der Schüler. Ein Jugendlicher merkt an, dass er Kontakte, die ihn schon im Alltag nerven, nicht auch noch online treffen möchte: “Ähm, der Nachteil is, dass man plötzlich von Menschen kontaktiert werden könnte, die einen überhaupt nicht am Herzen liegen... nerven, stören, belästigen, von denen man im Alltag schon genug hat”.⁶⁶⁶ Offline fehlen ihm eventuell die Möglichkeiten, sich der Gegenwart der unerwünschten Person zu entziehen beziehungsweise würde es als unhöflich aufgefasst werden. Online gelten jedoch andere soziale Normen. Ein Schüler aus der Berufsschule berichtet, dass er selbst einmal als unerwünschter Kontakt auf einer Social Network Site abgelehnt worden ist:

W: Natascha Kampusch is auf Facebook.

W: Was, wirklich?

M: ...Mhm.

W: ...Ohh!

M: Ich hab ihr mal eine Freundschaftsanfrage geschickt und d’rauffin hat sie mich gefragt, warum sie sich mit mir anfreunden sollte, wobei, wo sie mich doch gar nicht kennt.⁶⁶⁷

⁶⁶² AHS Stadt S. 5; vgl. auch Kapitel 1.3.2.3.

⁶⁶³ *ibid.* S. 12.

⁶⁶⁴ *ibid.* S. 7.

⁶⁶⁵ vgl. *ibid.* S. 2.

⁶⁶⁶ *ibid.*

⁶⁶⁷ BS. S. 14.

In der Berufsschule werden die Möglichkeiten des Kontaktmanagements auf Social Network Sites treffend zusammengefasst:

L1: Ahm, worin seht's ihr jetzt für euch persönlich den größten Vorteil oder eben Nachteil durch die Plattformen?

W: Ja ich lern' neue Leute kennen oder ich lern' alte Leute noch mal neu kennen. (lacht) Halt...

W: (lacht)

W: Ja das is halt irgendwie beides, Vorteil und Nachteil in einem. (lacht)

W: ...Und der Nachteil is, dass man auch oft Nachrichten bekommt oder Freundschaftsanfragen von irgendwelchen.

W: Die Privatsphäre is sicher eingeschränkt und...⁶⁶⁸

3.1.3.6 Conclusio

Ein Schüler der AHS der Stadt stellt bezüglich der Kontakte auf Social Network Sites die Frage: "Was hast du, was bringt dir das? Die nerven dich eh jeden Tag deines Lebens und dann hast du sie im Internet auch noch."⁶⁶⁹ Wie er richtig bemerkt, werden meist bestehende Kontakte auf die Social Network Site mitgenommen. Jugendliche lernen online kaum neue Freunde kennen. Falls sie "Social Browsing" betreiben, durchsuchen sie Fotoalben von Bekannten, weil sie diesen größeres Vertrauen entgegen bringen. Die im Profil angeführten Interessen spielen für sie eine untergeordnete Rolle. Ein Hauptgrund zum Hinzufügen einer Person besteht darin, mehr Informationen über sie zu erlangen. Vor allem flüchtige Bekanntschaften werden auf diese Weise ausgebaut. Es stellt sich die Frage, ob Social Network Sites das Austauschen von Handynummern mit neuen Bekanntschaften verdrängt. Während es die Handynummer lediglich erlaubt, eine Person zu kontaktieren, bieten Social Network Plattformen zusätzlich reichhaltige Informationen über den Unbekannten. Außerdem ist dieser mit Hilfe der Funktionen der Website einfach aufzufinden. Viele Jugendliche haben über Social Network Sites den Kontakt mit alten Freunden wieder aufgenommen und überbrücken raumzeitliche Distanzen, zum Beispiel zu Freunden und Verwandten im Ausland. Alle diese Nutzungspraktiken führen zu einer großen "Peer Public". Diese stellt in Form der Kontaktliste ein Requisit der Selbstdarstellung dar. Die Jugendlichen nennen als Charakteristikum von Onlinefreunden, dass sie diese zumindest schon einmal persönlich getroffen und mit ihnen gesprochen haben. Latente Kontakte können schnell und unkompliziert in "Weak Ties" umgewandelt und aufrechterhalten

⁶⁶⁸ BS. S. 17.

⁶⁶⁹ AHS Stadt S. 28.

werden. Die Selbstdarstellung vor einer großen Öffentlichkeit spielt einerseits eine tragende Rolle bei der Verortung des Individuums in der Gesellschaft, andererseits führt sie zur Entstehung des “glass-bedrooms”. Aus diesem Grund sind nicht alle Freundschaftsanfragen erwünscht und bilden eine neue Form von Spam. Dazu zählen auch penetrante Belästigungen von großteils männlichen Usern.

3.1.4 Kategorie 4: Fotos als zentrales Requisit

In den bisherigen Kategorien hat sich bereits mehrfach geäußert, dass Jugendliche großes Interesse an Fotos zeigen. Auch in den theoretischen Grundlagen wurde ausgearbeitet, dass im Web 2.0 die Kommunikation verstärkt über Bilder erfolgt. Dieses Kapitel widmet sich den Bedeutungen, welche die Fotofunktionen auf Social Network Sites für Jugendliche haben.

3.1.4.1 Foto-Sharing mit Peers

In allen Gruppendiskussionen zeichnet sich ab, dass Fotos ein essentieller Bestandteil der Social Network Plattform sind. Die Diskussionen kehren mehrmals zu diesem Thema zurück und verharren auch relativ lange dabei. In Kategorie 3 hat sich herausgestellt, dass Jugendliche beim “Social Browsing” primär Profilbilder und Fotoalben betrachten. Die textuelle Ebene ist für sie uninteressant. Diesbezüglich meinen zwei Schüler der AHS: “M: Ja, weil das andere kann man leicht verfälschen. M: Das, was am Profil steht ist meistens eh nur Blahblah”.⁶⁷⁰ Außerdem bestätigt sich die Vermutung, dass sich die Jugendlichen für die Selbstdarstellung ihre Freunde als Publikum vorstellen.⁶⁷¹ “Glaub nicht, dass das jetzt so viele interessiert, weil die, was mich kennen, wissen meine Interessen eh und so, und so geht’s im Prinzip glaub ich allein nur um Fotos und ja, so ein bisserl zum Herumschreiben und so”.⁶⁷² Da die Interaktion vorrangig mit Freunden erfolgt, spielt das Teilen von Fotos mit der Peer Group eine entscheidende Rolle.

⁶⁷⁰ AHS Land S. 21; vgl. auch Kapitel 1.3.1.2.

⁶⁷¹ vgl. Kapitel 1.3.1.6.

⁶⁷² BHS S. 23.

In der “Networked Public” kann grundsätzlich nicht mittels vokaler Gesten kommuniziert werden. Die textuelle Ebene wird zwar zur Kommunikation verwendet, aber auf Social Network Sites ist der Ausdruck, den der Einzelne ausstrahlt wichtiger, als der, den er von sich gibt.⁶⁷³ Folglich kommt dem Foto als Geste hohe Relevanz zu. Die Social Network Plattformen stellen zum Teilen von Fotos einige nützliche Funktionen zur Verfügung, die von den Teilnehmern aller vier Gruppendiskussionen eingesetzt werden. Anstatt den Freunden von besonderen Ereignissen zu erzählen, können sie ihnen Bilder, die sie offensichtlich als glaubwürdiger empfinden, zeigen. Außerdem sind die Fotos in der “Peer Public” für einen größeren Personenkreis zugänglich, was sie als positiv ansehen.⁶⁷⁴

Das ist aber auch wieder was, was praktisch ist, weil dadurch, dass man jetzt keine Fotoalben und so mehr hat, hat man irgendwie die Bilder, kann man sie trotzdem herzeigen, anderen Leuten, die jetzt nicht zu einem nach Hause kommen, zum Computer gehen, sondern man kann sie halt im Internet herzeigen, weil man nicht den Fotoalbum oder sonst was mit sich rumtragen kann, weil man die Bilder nicht mehr ausgedruckt hat.⁶⁷⁵

Zu Bildern, die sie auf der Social Network Site veröffentlichen, zählen neben Aufnahmen eines Urlaubs⁶⁷⁶ und dem öffentlichen Dokumentieren von neuen Frisuren⁶⁷⁷ primär Fotos gemeinsamer Unternehmungen mit Freunden, wie von Klassenreisen, Partys und abendlichem Ausgehen.⁶⁷⁸ Weiters schildert eine Jugendliche:

Oder wenn ein, eine Freundin oder ein Freund irgendwo im Ausland ist, und du wissen möchtest wie’s dort aussieht. Also eine Freundin von mir ist derzeit, studiert derzeit in Istanbul, und da geh ich auf ihr MySpace-Profil und sie hat eben Bilder von ihrem Zimmer, in dem sie derzeit lebt, von Schulkollegen, also, hm, Kommilitonen eher. Und das ist eigentlich ziemlich praktisch. Oder, wenn man halt mit jemandem gemeinsam wegfährt und der hat aber die ganzen Bilder gemacht und er lädt die Bilder auf MySpace kannst du’s von dort einfach, dir runterladen, anschauen.⁶⁷⁹

Die Jugendlichen laden einerseits Fotos hoch, um mit ihren Freunden Erlebnisse zu teilen, und andererseits, um Fotos von gemeinsamen Aktivitäten für jedermann zugänglich zu machen. Die Motivation für ersteres Verhalten dürfte im Verlangen nach Anteilnahme liegen.⁶⁸⁰ Im zweiten Fall wollen sie ihren Freunden das Kopieren und lokale Speichern

⁶⁷³ vgl. Kapitel 1.3.1.5.

⁶⁷⁴ vgl. BHS S. 23.

⁶⁷⁵ AHS Stadt S. 18.

⁶⁷⁶ vgl. BS S. 5; AHS Land S. 17.

⁶⁷⁷ vgl. AHS Stadt S. 13.

⁶⁷⁸ vgl. *ibid*; BHS S. 5.

⁶⁷⁹ AHS Stadt S. 8.

⁶⁸⁰ vgl. Kapitel 1.3.1.3.

der Fotos ermöglichen.⁶⁸¹ Ein Schüler der AHS erläutert, dass er zunächst alle Fotos einer solchen Aktivität veröffentlicht und nach gewisser Zeit, wenn alle Beteiligten Gelegenheit zum Kopieren gehabt haben, zum Teil löscht. Lädt er alle Fotos eines Ereignisses hoch, befinden sich darunter vermutlich auch einige langweilige Bilder, die Außenstehenden einen falschen Eindruck von dem Ereignis vermitteln könnten. Vielleicht stört es ihn, wenn diese längerfristig Teil seiner Selbstdarstellung wären. Die Jugendlichen schätzen das Teilen von Fotos über eine Social Network Site als praktischer als das Versenden via Instant Messaging ein. Die Fotos müssen nämlich nicht einzeln an jede Person verschickt werden und können außerdem kommentiert werden.⁶⁸² Die Schüler verbringen gerne Zeit damit, sich Fotos von Freunden anzusehen.⁶⁸³ Betrachten sie Bilder von gemeinsamen Erlebnissen und tauschen sie sich via Kommentarfunktion darüber aus, können sie Vergangenes noch einmal durchleben und reflektieren. In Kategorie 2 wurde bereits gezeigt, dass neue Fotos häufig Ausgangspunkt für Interaktion sind. Schauen sich die Jugendlichen Fotos von anderen Ereignissen an, fällt dies in die Kategorie “re-experiencing others’ positive events”.⁶⁸⁴ Dadurch bleiben sie über das Leben ihrer Freunde am Laufenden. Einige Teilnehmer merken an, dass ausgearbeitete Fotos, vermutlich wegen ihrer physischen Qualität, schöner als Bilder in Onlinegalerien sind, diese aber zu kostspielig für sie sind.⁶⁸⁵

Ein weiterer Vorteil besteht im Verlinken von Personen. Auch dieses Feature wird von den Jugendlichen stark frequentiert, weil es das Auffinden von Personen und das Teilen der Fotos über den Feed vereinfacht. Ein Schüler erklärt, dass er nicht alle abgebildeten Personen auf jedem Foto verlinkt, wenn in einem Album immer dieselben Leute zu sehen sind.⁶⁸⁶ Die Hauptsache für ihn besteht darin, dass die Fotos der gewünschten Person auffindbar sind.

⁶⁸¹ vgl. BS S. 5; AHS Stadt S. 13.

⁶⁸² vgl. BHS S. 23.

⁶⁸³ vgl. AHS Land S. 17; AHS Stadt S. 13;; BHS S. 7.

⁶⁸⁴ vgl. Kapitel 1.3.2.3.

⁶⁸⁵ vgl. AHS Stadt S. 17.

⁶⁸⁶ vgl. BHS S. 9.

3.1.4.2 Selbstdarstellung auf Fotos

Die Meinungen zur Selbstdarstellung auf Fotos gehen auseinander und sind teilweise widersprüchlich. Der folgende Auszug aus der Gruppendiskussion der AHS in der Stadt illustriert diesen Sachverhalt:

W: Ich hab glaub ich kein einziges, kein einziges hab ich glaub ich selber gemacht, zumindest wo ich allein drauf bin. Also, ich bin nicht so eine, die sich da hinstellt mit der Kamera und sich aufstyled und dann fotografiert mich.

W: Ich mach das, ich mach das im Allgemeinen selten, dass ich mir... ich mach das, wenn ich, ich mach das nur mit Freunden so was.

W: Ich mach das uger, das macht urviel Spaß. Aber es is nicht so, dass ich mich präsentieren möcht'. Es macht einfach Spaß.

W: Aber es gibt schon welche. Also es gibt ein paar Leute, wo ich weiß, ok, die haben mich jetzt geaddet, und ich hab sie halt bestätigt, weil ich sie ja doch irgendwie kenn', aber halt nicht so viel Kontakt zu ihnen hab, und manchmal schaut man sich halt das eben doch an, weil man ein bissl neugierig is, weil man den eben nicht so supertoll kennt und dann stell ich immer fest, Hilfe... (allgemeines Lachen) Fotos vorm Spiegel und ich weiß nicht...

W: Das macht Spaß hey! (ironisch) Ja wirklich.

W: ... ja ich weiß, aber es is, dann irgendwo eingebildet und das is einfach...

M: Beim Profil freut man sich, dass man sich selbst mal sieht.

W: Wieso is das eingebildet, wenn man sich selbst gern fotografiert und wenn einem die Bilder die man macht g'fallen?! Das is einfach nur ein Können...⁶⁸⁷

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob sich die Jugendlichen ihrer Haltung gegenüber Fotos bewusst sind. Einerseits betonen sie, Fotos nicht primär zu veröffentlichen, um sich öffentlich darzustellen, andererseits führen sie Beispiele, bei denen das eindeutig der Fall ist, an. Zum Thema der Selbstporträts nach dem Styling kristallisieren sich während der Diskussion zwei Zugangsweisen heraus. Zwei Schülerinnen "outen" sich als Befürworterinnen, wobei eine dem Druck der Gruppe nachgibt und sich nicht mehr zu Wort meldet. Die zweite verteidigt ihr Verhalten und stellt es als Fertigkeit dar. Sie beteuert zwar, dass sie sich gerne mit Freundinnen schminkt und fotografiert, weil sie Spaß daran hat und nicht um sich zu präsentieren. Jedoch ist fraglich, weshalb sie solche Fotos trotzdem auf der Social Network Site veröffentlicht. Ihr Verhalten erinnert an das Zitat von Goffman aus Kapitel 1.1.3: Sie stillt ihr "Bedürfnis, ein Publikum zu haben, vor dem man sein zur Schau getragenes Selbst ausprobieren kann, und dem Verlangen nach Ensemblegenossen".⁶⁸⁸

⁶⁸⁷ AHS Stadt S. 12.

⁶⁸⁸ Goffman (2003), S. 187.

Die anderen distanzieren sich klar von Fotos, auf denen sich der Einzelne alleine zur Schau stellt, weil dies in ihren Augen eingebildet wirkt: “Ich find’s eben auch urkomisch, wenn man nur Fotos draufstellt, wo man wirklich, eine einzige Person drauf is und das bin ich”.⁶⁸⁹ Im weiteren Verlauf dieser Gruppendiskussion erklärt eine Schülerin, dass sie kaum Fotos, die Freunde zeigen, veröffentlicht, weil sie diese weder bloßstellen, noch mit ihnen angeben möchte: “‘Der is mein Freund, der, und der!’ und ich bin mit so tollen Leuten befreundet, kennt’s ihr alle. Deshalb, ja, geb’ ich persönlich lieber nur Bilder von mir rauf, weil ich niemanden vor den Kopf stoßen möcht”.⁶⁹⁰ Ihre Aussage widerspricht eindeutig der zuvor gewonnenen Erkenntnis und erlaubt die Vermutung, dass sich manche Jugendliche ihre Haltung zur Selbstdarstellung nicht eingestehen wollen.

Zur Selbstdarstellung auf Fotos werden an der AHS der Stadt klare Worte gefunden: “W: Es geht mir gar nicht so ums Präsentieren. M: Mir auch nicht. W: Mir auch nicht. Mir geht’s darum, dass ich Leute kontaktieren kann, die ich sonst nicht erreich”.⁶⁹¹ Trotzdem tauchen im weiteren Verlauf dieser und der anderen Diskussionen Äußerungen auf, die in klarem Widerspruch zu den getätigten Aussagen stehen. Wie sie auf Fotos abgebildet sind und wie diese rezipiert werden, spielt sehr wohl eine Rolle für Jugendliche. Als Strategie beim Durchstöbern der Fotos erklären mehrere Jugendliche, dass sie zunächst Fotos, auf die sie verlinkt sind, ansehen und sich von diesen weiterklicken: “M: Da schaut ma’ dann wieder, wenn man selber auf einem oben is, schaut ma immer, ob ein Kommentar dabei is. (lacht) M: ‘Superspacho’”.⁶⁹² Eine Schülerin führt als Grund an, dass sie überprüfen will, ob keine peinlichen Bilder von ihr veröffentlicht werden.⁶⁹³ Eine andere Teilnehmerin gibt offen zu, dass sie Wert auf eine kontrollierte, positive Selbstdarstellung im Internet legt:

Ich stell da schon nur Fotos von mir rein, wo ich finde, dass ich halb..., also wo, das mir einfach gefällt, ja. Ich würd’ nicht irgendwas reinstellen, wo ich jetzt mein, dass ich total schrecklich ausschau’ und, weil ich mein, das bringt ja auch nix. Also, ich mein, es soll schon ein positive, schon positiv überkommen.⁶⁹⁴

Jugendliche haben folglich Interesse an der Rezeption der Fotos und dem Feedback der anderen. Die Kommentarfunktion und die “Like”-Schaltfläche ermöglichen dieses. Diese

⁶⁸⁹ AHS Stadt S. 13.

⁶⁹⁰ *ibid.* S. 15.

⁶⁹¹ *ibid.* S. 10.

⁶⁹² BHS S. 7.

⁶⁹³ vgl. AHS Stadt S. 15.

⁶⁹⁴ *ibid.* S. 18.

Funktionen können für den Einzelnen den Charakter eines Beliebtheitsbarometers annehmen. Außerdem dienen sie als Indikatoren, wie viel Aufmerksamkeit ein Bild erregt. In diesem Sinne nutzen die Jugendlichen Fotos zur Selbstreflexion und Self-Monitoring.

Weiters wird kurz Biografiearbeit und Selbstdokumentation auf Social Network Sites angesprochen. Auf die Frage einer Jugendlichen, „Willst du gar nicht dokumentieren wie du aussiehst, damit du mal, wenn du älter bist sehn kannst, so hab ich mal ausgesehen?“, reagieren die Mitschüler ablehnend.⁶⁹⁵ Dennoch gehen die Meinungen deutlich auseinander. Ein Schüler wirft ein, dass es praktisch unmöglich ist, Daten wieder aus dem Internet zu löschen, während eine Schülerin keine Privacy-Bedenken hat, sondern sich Sorgen macht, dass die Fotos bei einem „Breakdown“ des Internets verloren gehen könnten. Sie einigen sich darauf, dass Fotos zur Dokumentation des Lebens nicht zwangsläufig auf einer Social Network Site veröffentlicht werden müssen, sondern anderorts dauerhaft gespeichert werden können.

3.1.4.3 Tabugrenzen

Fotos mit problematischen Inhalten scheinen für die Jugendlichen ein Thema zu sein, weil sie einige Beispiele von Bildern, die sie bewusst nicht veröffentlicht oder wieder gelöscht haben, anführen. Ein Teilnehmer dankt seinen Freunden, Fotos, die er nicht einmal seiner Mutter gezeigt hat, nicht veröffentlicht zu haben.⁶⁹⁶ Allerdings sind sie einstimmig der Meinung, dass derartige Bilder sehr selten auftreten. Eine Schülerin merkt an, dass sie nie etwas Negatives über einen echten Freund ins Internet stellen würde, selbst wenn es sich nur um ein Foto, auf dem ein großer „Pickel“ zu sehen ist, handelt.⁶⁹⁷

Diese Aussagen können jedoch in die Irre führen. Die Jugendlichen achten zwar prinzipiell auf den Inhalt der Fotos, haben aber eine extrem niedrige Hemmschwelle. Es stellt sich heraus, dass Alkohol und Zigaretten als vollkommen unbedenklich eingestuft werden. Auf die Frage, ob öffentliche Fotos, auf denen sie mit Alkohol zu sehen sind, für sie ein Problem wären, antworten sie beispielsweise mit: „Absolut nicht, nein...“.⁶⁹⁸ „Das macht

⁶⁹⁵ AHS Stadt S. 17.

⁶⁹⁶ vgl. AHS Stadt S. 35.

⁶⁹⁷ vgl. *ibid*; vgl. auch *ibid*. S. 15.

⁶⁹⁸ BS S. 8.

meistens die Fotos a ein wenig lustiger dann”.⁶⁹⁹ Als Beispiel für ein derartiges Foto nennt eine Jugendliche ein Bild, auf dem sie eine Bierdose am Kopf balanciert. Eine Praxis der Jugendlichen besteht im Verlinken der Partygäste auf Alkoholflaschen, die an diesem Abend konsumiert werden. Von einem Schüler existiert auf einer Social Network Site ein Foto, das ihn beim Konsum von Alkohol zeigt, aus einer Zeit, in der ihm dieser noch gesetzlich verboten gewesen ist.⁷⁰⁰ Von einem anderen Teilnehmer ist ein Bild, auf dem er betrunken und mit nacktem Oberkörper auf einer Lautsprecherbox in einer Diskothek tanzt, frei zugänglich.⁷⁰¹

Mehrere Jugendliche halten fest, dass sie keine Fotos von sich bei einer “Sauforgie” oder einem “Extrem-Absturz” auf einer Social Network Site sehen möchten.⁷⁰² Gleichzeitig finden sie es unterhaltsam, ebensolche Fotos von anderen zu veröffentlichen und sich mittels Kommentarfunktion gemeinsam mit anderen darüber lustig zu machen. Dabei handelt es sich mit hoher Wahrscheinlichkeit um “Competitive Expressions”,⁷⁰³ bei denen der Einzelne auf Kosten des anderen ein Publikum unterhält, um sein eigenes Ansehen zu steigern. In jeder Diskussionsrunde meinen die Jugendlichen, dass sich solche Zwischenfälle sehr oft ereignen.⁷⁰⁴ Wenn der Betroffene auf das Foto aufmerksam wird und alle ihren Spaß gehabt haben, entfernen es aber manche auf Wunsch.⁷⁰⁵ Unter echten Freunden will sich der Einzelne nicht unbeliebt machen.⁷⁰⁶ Weigern sie sich jedoch ein Foto zu löschen, steht dem Betroffenen die Möglichkeit offen, zumindest seinen Link von dem Bild zu löschen und dadurch das Auffinden zu erschweren. Eine Schülerin führt als Beispiel ein Foto, auf dem sie schläft, an.⁷⁰⁷ Außerdem kann ein bedenkliches Foto bei einem Administrator gemeldet werden:

I mein, i war ja a scho’ amoi’ davon betroffen, und i mein, man kann si’ dann eh leicht, wenn man nur alleine drauf is, kann man des eh über die Moderatoren halt ganz einfach löschen lassen. Weil

⁶⁹⁹ AHS Land S. 19; vgl. auch AHS Stadt S. 32.

⁷⁰⁰ vgl. AHS Stadt S. 32.

⁷⁰¹ vgl. AHS Land S. 19.

⁷⁰² BS S. 8; BHS S. 6.

⁷⁰³ vgl. Kapitel 1.3.1.3.

⁷⁰⁴ vgl. AHS Land S. 18; AHS Stadt S. 14; BS S. 7.

⁷⁰⁵ vgl. BHS S. 6.

⁷⁰⁶ vgl. AHS Land S. 18.

⁷⁰⁷ vgl. BS S. 7.

das is ja ned erlaubt. Außer man is in einer Gruppen drauf, dann is halt, dann kannst halt nix machen.⁷⁰⁸

Eine weitere beliebte Strategie besteht im unkenntlich Machen von Personen: “Also ein Freund von mir macht’s so, wenn das wirklich der Fall is, dann nimmt er irgendwelche Smileys und pickt sie einfach über die Köpfe drüber”.⁷⁰⁹

Es stellt sich die Frage nach den tatsächlichen Tabugrenzen bei Jugendlichen. Eine Schülerin beteuert, dass sie keine Fotos, an die sich die abgebildeten Personen auf Grund von exzessivem Alkoholkonsum nicht mehr erinnern können, hochladen würde. Eindeutig zu weit gehen Fotos von illegalem Drogenkonsum.⁷¹⁰ Die Bilder des zweiten Grundreizes werden in der BHS nach kurzer Diskussion als “typische Wochenend’-Fotos” befunden und mit Aufnahmen vom Schikurs verglichen:⁷¹¹

M: Nur, nur dass wir am Schulschikurs kein Schlagobers haben.

M: Haben, haben wir uns am Schulschikurs gegenseitig Schlagobers von dem Bauch geknutscht.

M: ...Nein...

M: ...Nein, aber das is ja nicht...

M: Ja mit der ganzen Schokolade im Gesicht?

M: Nein, nein die Bilder, wo wir alle so stehen und so nach vorne fallen?

M: Ja, ok.

M: Ja, eh.

M: Oder wie er voll mir Schokolade war...

M: Oder wie der <Name> mit’n Bauch.

(allgemeines Lachen)

M: Oder der, oder der Kleiderhaken?

M: Ja, eh.

M: Das is, ich find die Fotos jetzt nicht so schlimm.

M: Nein...

M: Ich auch nicht.

M: ...Party halt.

Als wahre Tabus auf Fotos gelten kriminelle Handlungen, wie “rechtsextreme Äußerungen oder Symbole”.⁷¹² So stufen sie das Bild des zweiten Grundreizes mit der Waffe als bedenklich ein, weil es für den Betrachter nicht ersichtlich ist, dass es sich dabei um ein Spielzeug handelt. Ein Schüler hat beispielsweise ein Foto, auf dem eine Person mit einem Hakenkreuz am T-Shirt abgebildet ist, gemeldet, “weil das is wirklich moralisch

⁷⁰⁸ AHS Land S. 18.

⁷⁰⁹ BS S. 8; vgl. auch AHS Stadt S. 16.

⁷¹⁰ vgl. AHS Stadt S. 34.

⁷¹¹ BHS S. 18.

⁷¹² AHS Land S. 19; vgl. auch BHS S. 19.

bedenklich und a verboten”.⁷¹³ Außerdem lassen die Äußerungen der Jugendlichen auch bei Fotos einen Wandel der Nutzung erkennen. Diverse Berichte in den Medien und Zwischenfälle im Freundeskreis erhöhen zumindest teilweise die Aufmerksamkeit.⁷¹⁴

3.1.4.4 “Unknown Audiences”⁷¹⁵

Die bisherigen Aussagen lassen darauf schließen, dass Jugendliche Wert auf eine positive Selbstdarstellung mittels Fotos und die Kontrolle über diese legen. Allerdings ist ihre Hemmschwelle bei den Inhalten von Fotos sehr niedrig. Es zeichnet sich immer deutlicher ab, dass sie das potentielle Publikum ihrer Darstellung kaum bedenken.

M: Ich mein, so Schikursfotos schauen sich dann meistens eh nur die an, die dabei waren.

M: Ja.

W: Mhm.

L: Sind die Schikursfotos dann öffentlich oder privat?

M: Öffentlich.

M: Öffentlich.

M: Öffentlich.⁷¹⁶

Die Meinung, dass sich Fotos ohnehin nur die beteiligten Personen ansehen, tritt mehrmals auf und entspricht der zuvor genannten Privacy-Strategie “Security through Obscurity”.⁷¹⁷ Außerdem bekräftigen sie ihre Haltung damit, dass auf Facebook Fotos nur für Kontakte zugänglich seien,⁷¹⁸ was in Anbetracht der häufigen Änderungen an den Privacy-Einstellungen von Seiten des Betreibers längerfristig anzuzweifeln ist.⁷¹⁹ Die User von Epos4 zeigen ebenfalls keinerlei Bedenken. Sie wiegen sich in Sicherheit, weil die Plattform in ihren Augen zu wenig bekannt ist.⁷²⁰ Die besonderen Merkmale von Kommunikation auf einer Social Network Site, wie “Persistence”, “Searchability”, “Replicability” und “Invisible Audiences” und die damit verbundenen Folgen scheinen nicht beachtet zu werden.⁷²¹ Eine Ausnahme stellt eine Schülerin der AHS in der Stadt dar, die mit ihrer Aussage die Problematik des Publikums treffend zusammenfasst:

⁷¹³ AHS Land S. 19.

⁷¹⁴ vgl. z.B. AHS Land S. 18.

⁷¹⁵ vgl. Kapitel 1.3.1.6.

⁷¹⁶ BHS S. 9.

⁷¹⁷ vgl. Kapitel 1.3.4.3.

⁷¹⁸ vgl. BS S. 8, 10.

⁷¹⁹ vgl. z. B. “Mark Zuckerberg entblößt sich für mehr Offenheit” (2009).

⁷²⁰ vgl. AHS Land S. 29.

⁷²¹ vgl. Kapitel 1.3.4.2.

Wenn, nein, aber da jetzt irgendein Foto is, wo du nicht so toll drauf ausschaust. Deine Freunde wissen aber, dass gar nicht so bist. Weißt was ich mein? Dass du nicht so extrem bist. Aber was mich dann stört is, wo meine Daten landen. Und deswegen will ich nicht irgendein Foto, wo ich halbbetrunken irgendwo in einer Ecke lieg', weil ich Angst hab, dass die irgendwann vielleicht irgendwem einmal in die Hände fällt oder irgendjemand sie einsehen kann und ich eben ich einfach nicht will, dass sie eingesehen werden. Also da geht's mir dann eher um den Datenschutz und nicht um Leute, die ich kenn', weil da denk ich mir "Mein Gott, hat jeder mal, sicher", dass man einfach mal betrunken is, also.⁷²²

Bedenken über die zukünftige Karriere stellen während der Schulzeit kein Selektionskriterium für Fotos dar, weil für die Schüler die Berufswelt noch zu weit weg liegt. Außerdem könne man später die Fotos sperren, sodass sie nur mehr für Freunde sichtbar sind.⁷²³ Zwei Jugendliche können der Persistenz sogar etwas Positives abgewinnen: "M: Naja, das kann aber auch lustig sein. Man sieht sich selber nach drei Jahren, wenn man dann irgendwo war und... M: Es kann eh sein. Zum Beispiel man is dann, man is dann 30 oder so und man sieht, da war i mit 16 irgendwo oder mit 17".⁷²⁴

Selbst auf die Frage hin, was Lehrer oder Arbeitgeber zu diversen peinlichen Party-Fotos sagen würden, zeigen sich die Jugendlichen wenig beeindruckt. Zunächst bezeichnet es ein Teilnehmer als "sehr großen Zufall", wenn ein zukünftiger Arbeitgeber derartige Bilder zu Gesicht bekommt.⁷²⁵ Sie kontern sogar:

M: Ja, aber der wird sich dann auch denken, dass er mal jung war und irgendwie Scheiße gemacht hat.

M: Wir waren alle mal jung.

M: Ja und bei den Lehrern is's mir egal, weil was, was sollen die mir machen, wenn ich am Wochenende wem Schlagobers vom Bauch leck.

M: Ja eh, was ich am Wochenende mach, is ja egal.

M: Das is meine Privatangelegenheit eigentlich.

M: Wenn ich am Wochenende eine Bank überfall.⁷²⁶

Diese Meinung teilen auch die Jugendlichen der Berufsschule. Sie meinen, es sei abhängig vom jeweiligen Chef. Solange sie mit ihrem Handeln dem Unternehmen keinerlei Schaden zufügen, können sie in ihrer Freizeit tun und lassen was sie wollen. "Ich glaub es gibt auch

⁷²² AHS Stadt S. 35.

⁷²³ vgl. BHS S. 20f.

⁷²⁴ BHS S. 29.

⁷²⁵ BHS S. 20.

⁷²⁶ ibid.

viele Fotos von Chefs, wo sie nicht so gut drauf ausschauen. Man muss nur Weihnachtsfeiern...”.⁷²⁷

Zuvor wurde festgehalten, dass die Jugendlichen einen Vorteil der Onlinealben gegenüber traditionellen Fotoalben, in der Vergrößerung des Publikums sehen. Allerdings zeigt sich, dass es bei ihnen diesbezüglich an Bewusstsein mangelt. Eine Schülerin erzählt, dass ein Freund sie auf ein Foto von ihr auf StudiVZ aufmerksam gemacht hat. Sie ist auf dieser Plattform jedoch nicht registriert und hat keinerlei Kontrolle darüber, was ihr sehr unangenehm ist.⁷²⁸ Ein drastischeres Beispiel wird in der Berufsschule angeführt. Das Foto einer Schülerin ist in der Tageszeitung *Heute* zu einem Bericht über “Krocha” abgedruckt worden. Sie ist auf dem Bild zwar nur die Nebenperson, aber dennoch groß zu sehen. Außerdem scheint sie bei der Google-Suche nach Bildern zum Suchbegriff “Krocha” auf der ersten Ergebnisseite auf. Diesen Zwischenfall bezeichnet sie als “nicht mehr so lustig”.⁷²⁹ Die Größe des Publikums der Zeitung ist der Jugendlichen eindeutig unangenehm. Das potentielle Publikum eines Fotos auf einer Social Network Site ist aber noch größer. Diesbezüglich äußert sie jedoch keinerlei Bedenken.

In den Diskussionen zeigt sich, dass die Jugendlichen durchaus über diverse Zwischenfälle mit Social Network Sites Bescheid wissen. Eine Schülerin führt das Beispiel des “Drunken Pirate”, einer US-Studentin, die auf Grund eines Partyfotos von der Universität verwiesen wurde,⁷³⁰ an und meint, dass bei Fotos Vorsicht geboten sei, weil sich Arbeitgeber auch im Internet über Interessenten informieren.⁷³¹ In der BHS haben sich sogar Lehrer die Fotoalben der Schüler auf Social Network Plattformen angesehen.⁷³² Dennoch scheint dieses Wissen das Verhalten der Jugendlichen kaum zu beeinflussen. Erst nach mehrmaligem Nachhaken gestehen sich die Schüler der Berufsschule ein, dass Fotos im Internet für ein sehr großes potentielltes Publikum zugänglich sind: “W: Ja, aber ganz ehrlich, wenn ich irgendein Foto ins Internet stelle, muss ich damit rechnen, dass das

⁷²⁷ BS. S. 11.

⁷²⁸ vgl. AHS Stadt S. 18.

⁷²⁹ vgl. BS S. 8.

⁷³⁰ vgl. Brandstetter, Sabine (2008). “Wie MySpace & Co. die Karriere gefährden”. *Die Presse*, 24. September, Zugriff am 11. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/bildung/unilive/416782/index.do?from=suche.intern.portal>.

⁷³¹ vgl. AHS Stadt S. 29; BHS S. 20.

⁷³² vgl. BHS S. 10.

öffentlich werden könnte... M: Ja, das stimmt schon. Also so haglich darf man da glaub ich nicht sein”.⁷³³

3.1.4.5 Conclusio

Jugendliche nutzen Fotos als zentrales Requisit der Selbstdarstellung auf Social Network Sites. Kontrolle über die Darstellung, die in Hinblick auf ihre Freunde erfolgt, und die Rezeption sind ihnen äußerst wichtig. Allerdings haben sie Probleme sich diese Haltung einzugestehen. Sie schreiben Fotos höhere Authentizität als der textuellen Ebene zu. Weiters erlaubt es die Social Network Site, die Fotos mit anderen zu teilen und sich darüber auszutauschen. Die Vergrößerung des Publikums sehen sie als Pluspunkt und nicht als Risiko. Diesbezüglich machen sich Mängel am Bewusstsein bemerkbar. Eine mögliche Erklärung für ihre Haltung liegt in der veränderten Auffassung von Privatheit in der “Confessional Culture”. Die Inhalte der Fotos beachten sie zwar beim Veröffentlichen, haben jedoch eine sehr niedrige Hemmschwelle. Selbst die Fotos des zweiten Grundreizes klassifizieren sie als typische Aufnahmen vom Wochenende. Einzig kriminelle Handlungen sind für sie Tabu. Bedenken bezüglich ihrer Berufskarriere äußern sie keine. Sie haben zwar von diversen Zwischenfällen mit Social Network Sites in den Medien gehört beziehungsweise schon selbst miterlebt, was aber ihr Verhalten kaum beeinflusst. Im nächsten Kapitel wird dem Privacy-Verhalten der Jugendlichen genauer auf den Grund gegangen.

3.1.5 Kategorie 5: Privacy - Die gläserne Wand zur Hinterbühne

In der vorigen Kategorie wurde bereits konstatiert, dass Jugendliche über Gefahren und Risiken im Umgang mit Social Network Sites Bescheid wissen. Dies belegt auch der folgende Ausschnitt:

W: Und da ich schon dran glaub, dass das nicht ein mit Datenschutz und diese, ich glaub schon, dass man sehr drauf, ähm, reingreifen kann, und, dass die Firmen da doch irgendwie da, ja, gewiss... Ich mein, wie verdienen Leute, die Facebook machen ihr Geld? Ja, also ich glaub schon, dass man ein bissl durchsichtig dadurch wird.

⁷³³ BS S. 11.

[...]

W: Und es kann einfach jeder alles kommentieren und jedes Foto anschauen...

W: Und wenn man das nicht will...

W: ...und wenn man das nicht will, dann ist es einfach unangenehm. Ich denk mir, ich geh auch nicht zu irgendwelchen wildfremden Leuten hin und sag ihnen jetzt wie ich mich fühl.⁷³⁴

Der Grundreiz in Form der beiden Profile stößt in allen vier Gruppen wie geplant eine Diskussion über die öffentlich zugänglichen Inhalte an. In dieser Kategorie wird analysiert, inwiefern sie ihre Daten tatsächlich schützen.

3.1.5.1 Angaben auf der Profilseite

Die Jugendlichen sind mit wenigen Ausnahmen einhelliger Meinung, welche persönlichen Daten für eine Social Network Plattform ungeeignet sind. Bisher wurden zwei Richtwerte bezüglich Privacy gefunden. Die Darstellung krimineller Handlungen geht für sie eindeutig zu weit.⁷³⁵ Das Profilfoto gilt als Minimum an für jedermann sichtbarem Content.⁷³⁶ Bei den Schülern herrscht allgemeiner Konsens, dass Postanschrift, Handynummer, E-Mail-Adresse und Instant Messaging Adresse nur für Freunde sichtbar sein sollten. Als Grund wird bezüglich der E-Mail-Adresse der Erhalt von Spam angeführt. Außerdem wollen sie nicht von fremden Personen via E-Mail oder Handy kontaktiert werden.⁷³⁷

Eine E-Mail scheint für die Jugendlichen eine andere Bedeutung als eine Privatnachricht auf einer Social Network Site zu haben: "Weil die Leute eh private Nachrichten schreiben können und E-Mail ist dann, find ich, doch schon wieder was anderes".⁷³⁸ Mit Hilfe der Terminologie Goffmans kann eine mögliche Erklärung dafür gefunden werden. Die Jugendlichen konzipieren ihre Selbstdarstellung auf der Social Network Plattform mit einem bestimmten Publikum vor Augen, das meist aus Freunden besteht. Kontaktiert sie ein unbekannter Zuseher aus der Region der Social Network Site per E-Mail, dringt er dadurch in eine andere Region beziehungsweise die Hinterbühne des Jugendlichen ein. Eine derartige Kommunikation würde die Trennwand zwischen den Regionen durchbrechen und es würde zu einem Konflikt zwischen den unterschiedlichen

⁷³⁴ AHS Stadt S. 15, 24.

⁷³⁵ vgl. Kapitel 3.1.4.3.

⁷³⁶ vgl. Kapitel 3.1.3.5.

⁷³⁷ vgl. AHS Land S. 11, AHS Stadt S. 5, BHS S. 1, BS S. 18.

⁷³⁸ BS S. 19.

Gruppenidentitäten, die mit diesen beiden Regionen verbunden sind, kommen. Die Plattform bildet eine eigene Region und umfasst eigene Formen der Interaktion, zu denen Pinnwand, Privatnachricht und Chat zählen. Ein bewusstes Durchbrechen der Regionen empfindet der Jugendliche als unangenehm und sieht darin eine Störung der Privatsphäre. Telefonnummer und Privatadresse werden als noch intimer eingestuft. Während E-Mail und Privatnachricht noch das Medium Internet gemein ist, weisen ein Anruf, ein Brief oder gar ein Besuch eine gänzlich andere Qualität auf. Deshalb sehen sie das Angeben der Postanschrift als geradezu abwegig an: “M: Bekommt ma’ ein Brieflerl von wem. (lacht) [...] M: I mein, was für an Sinn hod des, wenn ma’ die Adress’ hinschreibt?”⁷³⁹ Falls jemand die Jugendlichen kontaktieren möchte, stehen ihm auf der Social Network Plattform genügend Möglichkeiten zur Verfügung. Die Gruppenidentitäten auf der Plattform, also unter Freunden, und zu Hause bei der Familie scheinen für sie in keiner Relation zu stehen. Ein Schüler der AHS empfindet es als ausreichend, den Wohnort anzugeben. Dieser ist wahrscheinlich ein integraler Bestandteil seiner Identität und hilft einem Besucher der Profilseite seine Herkunft einzuschätzen.

In Kategorie 2 wurde schon kurz die öffentliche Pinnwand thematisiert. Diese hat durch den Feed an Relevanz eingebüßt und wird ab und zu verwendet, um aus organisatorischen Gründen mehrere Personen anzusprechen und, um Grüße und Gratulationen zu hinterlassen. Auf die Frage, wann die Teilnehmer eine Privatnachricht und wann einen Pinnwandeintrag verfassen, reagieren sie unschlüssig. Den Gegenstand einer Privatnachricht schätzen sie meist auch als privat, also direkt an eine Person gerichtet, mit einem Inhalt vertraulicher Natur, ein. Im Gegensatz dazu sind die Inhalte von Pinnwandeinträgen weniger intim und es ist unproblematisch, dass sie jedermann lesen kann. Pinnwandeinträge werden bei derartigen Inhalten bevorzugt, weil sie weniger Mausklicks erfordern und somit schneller zu verfassen sind.⁷⁴⁰ Als Alternative für intime Konversationen führen die Jugendlichen auch Instant Messaging an.⁷⁴¹

Manche Inhalte haben für die Jugendlichen einen zu intimen Charakter, um sie im Internet zu veröffentlichen. Das kann daran liegen, dass sie eine Seite ihrer Identität zeigen würden,

⁷³⁹ AHS Land S. 11; vgl. auch BS S. 18.

⁷⁴⁰ vgl. BS S. 20; BHS S. 27.

⁷⁴¹ vgl. AHS Land S. 9; BHS S. 27.

die sich nicht mit der Darstellung auf der Social Network Site vereinbaren lässt. Als Beispiele werden persönliche Gedanken und selbst verfasste Gedichte genannt.⁷⁴² Eine Schülerin meint, dass sie intime Gedanken auch in intmem Rahmen mit anderen teilen will. Da sie ihre engsten Freunde auch privat trifft, ist dazu keine Social Network Plattform notwendig. Dies trifft auf ebenfalls familiäre Angelegenheiten zu.⁷⁴³ Wie sich schon in Bezug auf Fotos herausgestellt hat, trennen die Jugendlichen die Gruppenidentität, die sie innerhalb der Familie annehmen, von jener auf der Social Network Plattform: “Was ich heftig find, is, wenn man, wenn man so Bilder mit der Familie reintut. [...] W: Süß! (ironisch) W: Das is meine Mami, das is mein Papi und das is meine kleine Schwester!”⁷⁴⁴ Solche Inhalte wären nicht nur schädlich für die Darstellung, sondern werden von den Jugendlichen auch aus anderen Gründen als unangenehm empfunden. Vor allem Bilder jüngerer Geschwister haben in ihren Augen nichts im Internet verloren. Für diese Haltung dürften nicht zuletzt diverse Medienberichte über Stalking und Pädophile auf MySpace gesorgt haben.

Die öffentlichen Angaben hängen außerdem von den jeweiligen Gewohnheiten der Gemeinschaft ab. Ein Teilnehmer erzählt, dass es im Kreis seiner Arbeitskollegen die Norm ist, die Handynummer im Profil anzugeben. Dadurch steigt natürlich die Erreichbarkeit, was in diesem Fall erwünscht ist: “Aber ich bin auch froh, wenn die anderen die Telefonnummer angegeben haben, weil bei vielen Arbeitskollegen, wenn ich die mal erreichen muss und ich hab die nicht im Handy eing’speichert, find ich das schon praktisch”.⁷⁴⁵ Das Vertrauen unter den Kollegen scheint groß genug zu sein, um ihnen Zutritt zu dieser Region zu gewähren. Privacy-Bedenken zeigt er diesbezüglich keine, weil die Daten nur für seine Freunde einsehbar sind. Anzumerken ist, dass der Freundeskreis auf Social Network Sites schnell anwächst und daher die Nummer längerfristig nicht nur für enge Vertraute sichtbar sein wird.

⁷⁴² vgl. AHS Stadt S. 11, 15.

⁷⁴³ vgl. BHS S. 18.

⁷⁴⁴ AHS Stadt S. 14.

⁷⁴⁵ BS S. 18.

3.1.5.2 Das Verhältnis zur Privatsphäre

In der AHS am Land wird generell die Sinnhaftigkeit von Privacy auf Social Network Sites infrage gestellt: “Wenn ma’ jetzt irgendwen stalken will oder so, gibt ma’ des einfach bei herold.at ein”.⁷⁴⁶ Auch Google wird als Alternative genannt. Diese Haltung zeugt vom Bewusstsein der Jugendlichen, dass im Internet veröffentlichte Daten unter Umständen für jedermann zugänglich werden. Eine Schülerin hat sogar mit der Personensuchmaschine 123people überprüft, welche Daten über sie zu finden sind. Ein Verweigerer jeglicher Social Network Site macht seine Kollegen darauf aufmerksam: “Was mal im Internet war, kommt auch nicht wieder raus”.⁷⁴⁷

In Kategorie 4 wurden mit “Security through Obscurity” kurz Privacy-Strategien der Jugendlichen angesprochen. Die genannte Haltung trifft nicht nur auf Fotos, sondern auf das ganze Profil zu. Sie denken, dass sich ohnehin die wenigsten Besucher ein Profil vollständig durchlesen. Außerdem offenbaren die Profile in ihren Augen keinerlei relevante Informationen über ihr Privatleben.⁷⁴⁸ Sie geben an, dies absichtlich zu fördern, indem sie ihre öffentlichen Äußerungen vage formulieren: “Ich würd’ nie die komplette Wahrheit mit allem reinschreiben, weil ich genau weiß, dass es öffentlich is. Aber allein um die Information zu geben, dass ich was sagen will, aber ohne genau zu sagen, was ich sagen will, das is, das hat schon...”.⁷⁴⁹ Das bedeutet, dass sie sich des Umstandes, dass das Publikum größer als ihr alltäglicher Freundeskreis ist, bewusst sind. Derartige Kommunikation fällt in den Bereich von Goffmans Ensemble-Verschöpfung.⁷⁵⁰ Das Ensemble besteht aus den engsten Freunden. Die übrigen Kontakte zählen zum Publikum. Die verschlüsselte Kommunikation kann nur von den Ensemblegenossen vollständig verstanden werden. An diesem Vorgehen lässt sich deutlich der Konflikt zwischen öffentlicher Aufmerksamkeit und privater Kommunikation ausmachen. Einerseits wollen sie die Aufmerksamkeit des Publikums, andererseits soll dieses die Kommunikation nicht zur Gänze verstehen können.

⁷⁴⁶ AHS Land S. 10.

⁷⁴⁷ AHS Stadt S. 17.

⁷⁴⁸ vgl. *ibid.* S. 19, 23.

⁷⁴⁹ *ibid.* S. 11.

⁷⁵⁰ vgl. Goffman (2003), S. 161ff.

Der Konflikt macht sich auch bei der Anzeige, wer zuletzt das Profil besucht hat, bemerkbar. Vor allem in der AHS in der Stadt sorgt diese Funktion für rege Diskussion:

W: Habt's ihr eigentlich diese, diese, das Ding, das neu is auf MySpace, das man sehn kann wer auf deiner Seite war und die sehn dich aber dann auch, habt's ihr das eigentlich auf anonym?

W: Ja, ich hab das auf anonym.

M: Das hab ich noch gar nicht gesehen.

M: Nein.

W: Mir is das Wurscht.

W: Na es gibt so ein Ding, das du eben, dann hast du so einen Balken. Also ich hatte das ganz am Anfang nicht auf anonym logischerweise, weil ich' dann erst auf anonym schalten musste...

W: Ja, ja.

W: ...ähm, ja da stand eben so, also die Bilder und der Name eben der Leute, die auf meiner Seite waren und die haben im Gegenzug dazu auch gesehen wenn ich auf ihrer Seite war. Das hab ich sofort auf anonym geschaltet, das fand ich urblöd.

W: Nein, so was stört mich.

W: Nein, so was mag ich auch nicht.

M: Das fänd' ich nicht so schlimm.

M: Das war mir eigentlich völlig Wurscht.

W: Das mag ich nicht.

M: Ob andere Leute mich sehn ob ich auf ihrer Seite bin.

W: Da kannst du auch feststellen wer dich stalked und wer dich nicht stalked.

W: Ja aber das is mir ja Wurscht

W: Es geht nicht ums Stalken, es geht einfach nur ums interessiert Sein und Schauen was es Neues gibt oder keine Ahnung, aber es is nicht Stalken. Ich mein ja vielleicht...⁷⁵¹

Die in diesem Auszug angeführten Haltungen sind auch für die übrigen Gruppendiskussionen und Plattformen repräsentativ. Zunächst wird der ungeschriebene Vertrag zwischen den Usern, Informationen preiszugeben, um im Gegenzug Einblick in das Leben der anderen zu erhalten, angesprochen.⁷⁵² Auf diesen wird später noch genauer eingegangen. Eine Fraktion der Schüler ist über die Features schlecht informiert und zeigt weder sonderliches Interesse noch Bedenken. Die andere empfindet es als unangenehm beim Beobachten beobachtet zu werden und deaktiviert die Funktion nach Möglichkeit.⁷⁵³ Die Schüler prangern vor allem Netlog in dieser Hinsicht als "penetrant" an, weil auf dieser Plattform der Profilinehaber über jede noch so kleine Handlung des Einzelnen benachrichtigt wird.⁷⁵⁴ Auf Grund der Ausrichtung von Netlog generieren die Features dieser Plattform im Vergleich zu anderen verstärkt Aufmerksamkeit. Die Teilnehmer der Gruppendiskussion fühlen sich dadurch aber in ihrem Beobachten ertappt. Sie wenden

⁷⁵¹ AHS Stadt S. 10.

⁷⁵² vgl. auch BS S. 18.

⁷⁵³ vgl. auch ibid. S. 6.

⁷⁵⁴ AHS Stadt S. 23f.

diesbezüglich sogar selbst den Begriff des Stalking an, versuchen sich aber klar davon zu distanzieren.

Die Meinungen gehen auseinander, ab wann das Verhalten auf einer Social Network Site als Stalking bezeichnet werden kann: “Wenn er Fotos reinstellt und ich schau mir die an, dann is er eh selber Schuld. Das is kein Stalken.” Ein anderer Teilnehmer meint, “Ich find das is dann Stalken, wenn man auf einem Profil is oder so und dann die Kommentare durchliest oder so”. Seine Mitschüler gehen noch weiter und halten erst das Überwachen der Profile aller Kontakte einer Person und regelmäßiges Kontaktieren per Privatnachricht oder Kommentarfunktion als bedenklich.⁷⁵⁵ Hier macht sich ebenfalls der Konflikt zwischen Privatheit und Öffentlichkeit bemerkbar. Einerseits dient eine Social Network Site zum Generieren von Aufmerksamkeit, andererseits geht ein zu hohes Maß an Aufmerksamkeit zu weit und wird als Stalking angesehen. Das bereits genannte Spotlight auf Netlog lenkt beispielsweise die Aufmerksamkeit der ganzen Community auf ein Foto.

In drei der vier Gruppendiskussionen entwickelt sich eine Diskussion in Richtung Vertrag zwischen Usern.⁷⁵⁶ Auf einer Social Network Site gilt das ungeschriebene Gesetz, dass der eine seine Daten preisgibt und im Gegenzug Einblick in die des anderen erhält. Gesperrte Profile werden von den Jugendlichen deshalb ungern gesehen und gelten als Vertragsbruch. Ein Schüler begründet seine Haltung damit, dass er “ja schon irgendwie Neues entdecken” will.⁷⁵⁷ Eine Schülerin der AHS gesteht, dass die Anschuldigungen von Stalking und Voyeurismus auf Social Network Sites nicht aus der Luft gegriffen sind.⁷⁵⁸ Die Jugendlichen merken weiters an, dass die Sichtbarkeitseinstellungen von den im Profil enthaltenen Daten abhängig sind: “Wenn man die Telefonnummer drin hat, dann tu’ ich’s auf privat”.⁷⁵⁹ Bei den tatsächlichen Privacy-Einstellungen machen sich jedoch große Unsicherheiten bemerkbar.

Innerhalb der jeweiligen Schulklasse scheint keine Norm bei Sichtbarkeitseinstellungen zu existieren. Viele sind unsicher, welche Daten sie veröffentlicht haben, wissen über ihre

⁷⁵⁵ BHS S. 16.

⁷⁵⁶ vgl. auch Kapitel 1.3.1.6.

⁷⁵⁷ AHS Land S. 21; vgl. auch AHS Stadt S. 12.

⁷⁵⁸ vgl. AHS Stadt S. 10.

⁷⁵⁹ BHS S. 2.

Einstellungen nicht Bescheid oder haben die Default-Einstellungen belassen. Ein paar Teilnehmer erklären ein öffentliches Profil zu führen, weil darin ohnehin nur für jedermann bedenkenlos zugängliche Daten zu finden seien.⁷⁶⁰ Außerdem haben die wenigsten der Jugendlichen einen Blick in die AGB geworfen: “Da kann man ja auch die Bibel lesen”.⁷⁶¹ An Meldungen über neue Sicherheitsoptionen zeigen sie ebenso geringes Interesse. Derartige Nachrichten werden als lästig empfunden und möglichst rasch weggeklickt.

In Anbetracht ihrer Haltung zu Privacy und ihrer niedrigen Tabugrenze bei Inhalten, kann festgestellt werden, dass es den Jugendlichen an Risikobewusstsein fehlt. Das Privacy-Verhalten der Schüler entpuppt sich als widersprüchlicher Grenzgang zwischen öffentlich und privat. Ihre Haltung kann als Bestätigung von Habermas’ These, dass die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit in der Moderne verschwimmen, gedeutet werden. Die Lage ist für die Jugendlichen allerdings zusätzlich erschwert. Wie in Kapitel 1.2.1 und 1.3.4 ausgearbeitet, ist für sie ein gewisser Grad an Selbstveröffentlichung zur Entwicklung der Ich-Identität unumgänglich. Eine Schülerin der AHS bringt diesen Konflikt auf den Punkt:

Wozu, ich frag mich halt, wozu präsentier ich mich im Internet, wenn ich’s, wenn ich’s dann eh nur den Leuten zeig, die ich kenn’. Ich mein, es is ja auch dazu da, um neue Leute kennen zu lernen. Und es is halt wahrscheinlicher, dass dich jemand als Freund haben will, wenn er weiß, keine Ahnung, was du schreibst und was, auf was für Veranstaltungen du gehst oder so, wenn du irgendwelche Bilder halt hast, als wenn er dich so, auf gut Glück anschreibt und dann erst später merkt, so ja, mit der mag ich ja gar nix zu tun haben, und dann is man aber schon möglicherweise mitten im Gespräch drinnen und ich kann nicht einfach sagen Tschüss. Ich weiß nicht, das is ja auch unfreundlich.⁷⁶²

3.1.5.3 Löschen eines Profils

Ein weiterer Aspekt, der noch in der Privacy-Kategorie behandelt wird, ist das Problem des vollständigen Löschens von Profilen. Während sich das Entfernen eines Benutzerkontos mit allen zugehörigen Daten auf Netlog, StudiVZ und Epos4 als relativ unproblematisch erweist, war es auf Facebook vorübergehend nur möglich, ein Benutzerkonto zu deaktivieren. Sollte sich jemand zu einem späteren Zeitpunkt entschließen, wieder auf Facebook zurückzukehren, kann er seinen Account reaktivieren und erspart sich seine

⁷⁶⁰ vgl. AHS Stadt S. 23; BHS S. 2; BS S. 18.

⁷⁶¹ AHS Stadt S. 3; vgl. auch BHS S. 21f.

⁷⁶² AHS Stadt S. 5.

Daten abermals einzugeben. Die Schüler der AHS befinden ein solches Vorgehen aber als äußerst unwahrscheinlich. Sie würden es vorziehen eine neues Profil anzulegen.⁷⁶³

Das Entfernen von Profilen ist für die Jugendlichen ein Thema und mehrfach praktiziert worden. Beispielsweise hat eine Schülerin problemlos ihr Zweitprofil auf MySpace gelöscht.⁷⁶⁴ Zwei Jugendlichen ist es jedoch nicht gelungen, ihr Profil von Facebook zu entfernen.⁷⁶⁵ Obwohl auf Netlog das Löschen generell möglich sein sollte, scheint die Funktion so versteckt zu sein, dass eine Schülerin dieses Unterfangen aufgegeben hat.⁷⁶⁶ Bei den Schüler am Land herrscht Unklarheit, welche Schritte nötig sind, um ein Profil auf Epos4 zu löschen.⁷⁶⁷ Die Jugendlichen bestehen jedoch auf die Möglichkeit ein Profil vollständig entfernen zu können. Ansonsten würde ihnen die Kontrolle über ihre Selbstdarstellung genommen.

3.1.5.4 Conclusio

Die Grenze zur Privatsphäre ist für die Jugendlichen bei den Angaben im Profil klar: Postanschrift, Handynummer, E-Mail-Adresse und Instant Messaging Adresse gehen zu weit. Diese Haltung lässt sich mit den verschiedenen Gruppenidentitäten, die dadurch bedient werden, begründen. Außerdem sind die Angaben von den jeweiligen Normen der Gemeinschaft abhängig. Intime Details, wie familiäre Angelegenheiten, veröffentlichen sie ebenfalls nicht auf einer Social Network Plattform. Mit diesem Vorgehen rechtfertigen sie auch ihre Privacy-Einstellungen. Hier machen sich jedoch Defizite bei den Schülern bemerkbar. Manchen sind die Einstellungen egal, andere zeigen große Unsicherheiten, was tatsächlich auf ihrer Profilseite zugänglich ist. Anhand mehrerer Aussagen wird deutlich, dass sich die Jugendlichen durchaus bewusst sind, dass sich das potentielle Publikum größer als ihr Freundeskreis gestaltet. Eine Schülerin bringt einen passenden Vergleich: "Ich denk mir, ich geh auch nicht zu irgendwelchen wildfremden Leuten hin und sag ihnen jetzt wie ich mich fühl".⁷⁶⁸ Ein paar Teilnehmer geben zu, dass das Verhalten auf Social

⁷⁶³ vgl. AHS Land S. 32.

⁷⁶⁴ vgl. AHS Stadt S. 25.

⁷⁶⁵ vgl. ibid. S. 9, 24; AHS Land S. 31.

⁷⁶⁶ vgl. BS S. 17.

⁷⁶⁷ vgl. AHS Land S. 31.

⁷⁶⁸ AHS Stadt S. 24.

Network Sites an Voyeurismus grenzt. Aus diesem Grund sehen sie es als Vertragsbruch, wenn jemand sein Profil sperrt. Es ist ihnen aber unangenehm dabei ertappt zu werden. Wie wirkungsvoll die Privacy-Strategien der Jugendlichen sind, ist zweifelhaft.

3.1.6 Kategorie 6: Versuch einer individuellen Selbstdarstellung auf der Profilseite

L1: Ja und was schreibt's ihr jetzt rein zum Beispiel?

M: Nichts anderes als die anderen auch reinschreiben. (lacht)⁷⁶⁹

Diese Aussage trifft den Nagel auf den Kopf. Die meisten Jugendlichen geben ähnliche Daten an wie ihre Freunde. In jeder Gruppe bilden sich mit der Zeit gewisse soziale Normen heraus. Wie in diesem Kapitel aufgezeigt wird, wirken diese Normen teilweise als Zwänge. Dennoch versuchen Jugendliche sich durch ihre Angaben von den anderen zu unterscheiden.

3.1.6.1 Soziale Normen

Die Jugendlichen zeigen bezüglich der Inhalte auf der Profilseite auf, dass Hobbys, persönliche Interessen und der Geburtstag für sie von besonderer Relevanz sind. Als Grund nennen sie die Möglichkeit, durch Gemeinsamkeiten neue Kontakte knüpfen zu können.⁷⁷⁰ Diese Aussage steht jedoch im Widerspruch zu den Erkenntnissen aus den Kategorien 3 und 4. Neue Freunde auf der Social Network Plattform zu finden stellt die Ausnahme dar. Außerdem sagen die Schüler selbst, dass textuelle Angaben für sie weniger interessant als Fotos sind. Deshalb erscheint es als wahrscheinlicher, dass sie Wert auf diese Angaben legen, weil sie sich dadurch von den anderen abgrenzen und durch ihre Stärken und ihre Individualität positiv abheben können.⁷⁷¹ Gerade in der Jugend spielt das Finden der eigenen Stärken eine entscheidende Rolle. Diese Angaben erlauben es einem Jugendlichen einerseits die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Interessensgruppe und andererseits seine individuellen Vorlieben auszudrücken. Musik nimmt in diesem Zusammenhang, wie in

⁷⁶⁹ AHS Stadt S. 1.

⁷⁷⁰ vgl. BHS S. 3.

⁷⁷¹ vgl. Kapitel 1.1.1.

Kapitel 1.3.1.3 ausgeführt, eine besonders wichtige Position ein. Der folgende Auszug illustriert dies:

M: Nur bei Musik hab ich richtig viel reing'schrieben. Das is auch das Wichtigste.
W: Ja das hat, das hatte ich auch ne Zeit lang. Aber da hab ich auch nur die Genres aufgeschrieben.
Das is mir zu deppert g'worden und jetzt hab ich bei "Musik, Doppelpunkt, hör ich."
W: Hör ich?
W: Mhm.
W: Joa...
W: Cool.
W: Is was ganz was Feines.
W: Und du genießt sie nicht, die Musik, sondern hörst sie?
W: Musik hör ich, ja.
W: Ja.
M: Musik analysier ich. (lacht)
W: Man kann ja auch schreiben "Musik is mir Wurscht."
W: Naja, Bücher hab ich "lesen", Fernsehen hab ich "kenn' ich", bei Helden hab ich "können mich".
(lacht)
W: (lacht)
W: Sehr, sehr kreativ. (ironisch)
W: Ja, gell, Wahnsinn, ich bin ein Wahnsinn. Ja, ich weiß's.
M: Bombe. (ironisch)⁷⁷²

Außerdem zeigt sich bei der Diskussion über Musik der Versuch von kreativen Antworten, um sich von den anderen positiv zu unterscheiden. Ein paar Teilnehmer machen sich, vielleicht aus Neid auf die Kreativität ihrer Mitschülerin oder weil sie diesen Regelbruch als arrogant empfinden, sofort über ihre Angaben lustig. In der AHS am Land wird der Konflikt zwischen individuellem Ausdruck und Zwangsangabe explizit thematisiert: "Man versucht zwar irgendwie individuell zu wirken, aber im Prinzip schaut eh jedes Profil gleich aus".⁷⁷³ Das Profil wird als im Grunde "unnötig" bezeichnet. Würden die Jugendlichen nur mit bestehenden Kontakten kommunizieren, hätte der Schüler mit seiner Aussage sogar recht. Doch zum Ausbau flüchtiger Bekanntschaften können die Daten der Profilseite durchaus nützlich sein.⁷⁷⁴ Außerdem wird durch die sozialen Normen der Social Network Site Druck auf den Einzelnen ausgeübt, ein Profil anzulegen. Es signalisiert die Existenz des Individuums in der Onlinewelt. Ein leeres Profil wäre ein Vertragsbruch und inakzeptabel für die Jugendlichen.

⁷⁷² AHS Stadt S. 19.

⁷⁷³ AHS Land S. 5, vgl. auch S. 24.

⁷⁷⁴ vgl. Kapitel 3.1.3.2

In manchen sozialen Gruppen herrscht der Zwang, bestimmte Antworten im Profil zu geben, wie zum Beispiel “ich hasse Leute, die keine eigene Meinung haben”.⁷⁷⁵ Den Jugendlichen zufolge sind davon vor allem Kinder betroffen. Dieser Zwang geht so weit, dass manche diese Angaben machen, ohne über den eigentlichen Hintergrund Bescheid zu wissen. Die Bedeutung von “Ich hasse Nazis” wird durch eine derartige Verwendung abgeändert und drückt nicht mehr die Antipathie gegen Anhänger des Nationalsozialismus, sondern die Zugehörigkeit zu einer Gruppe und die Akzeptanz sozialer Normen aus. Selbstverständlich garantieren die sozialen Gewohnheiten auch einen adäquaten Umgangston auf der Plattform: “Weil, wenn ich zum Beispiel reinschreiben würde, was ich wirklich hasse, dann hätt’ ich glaub ich fast, bald keine Freunde mehr”.⁷⁷⁶ Wie im Alltag regulieren soziale Normen das gemeinsame Leben.

Wie die Schüler der BHS aufzeigen, hängen die Angaben auch von der Motivation des Einzelnen, die Plattform zu nutzen, ab. Je nachdem mit welchen Erwartungen und Zielen er der Social Network Site beitrifft, gestaltet er seine Selbstdarstellung:

Wenn ich jetzt... zum Beispiel Single bin und ich will andere kennenlernen, dann schreib’ ich halt irgendwas über mich rein, dass ich andere kennenlernen will. Wenn ich aber nur wegen meinen Freunden zum Chatten drinnen bin, dann wissen sie eigentlich viel über mich, sag ich einmal. Dann schreib ich nicht so alles Mögliche rein.⁷⁷⁷

3.1.6.2 Aussehen der Profilseite

Diskussionsübergreifend ergibt sich, dass die Jugendlichen selten Änderungen an der Profilseite vornehmen. Offensichtlich tritt der Einzelne der Plattform mit einer bestimmten Motivation bei und investiert einmalig Zeit in eine entsprechende Selbstdarstellung auf der Profilseite. Danach aktualisiert er diese kaum. Als Gründe für Änderungen nennen die Jugendlichen Langeweile, Lust auf Neues und veraltete Musik oder Hintergrundbilder. Es spielt für sie keine Rolle, wenn die Angaben nicht mehr ganz aktuell sind. Die Aktualität multimedialer Elemente wird als wichtiger eingestuft als die von textuellen Angaben im Profil.⁷⁷⁸

⁷⁷⁵ AHS Land S. 6.

⁷⁷⁶ ibid.

⁷⁷⁷ BHS S. 2.

⁷⁷⁸ vgl. AHS Stadt S. 20; BHS S. 6; BS S. 6.

In der AHS der Stadt sorgt der Vorwurf des Verweigerers von Social Network Sites, dass alle Profile identisch aussehen, für erhitzte Gemüter. Der Rest der Gruppe verteidigt die Einzigartigkeit ihrer Profile. Vollständige Eigenkompositionen machen sie zwar wegen des hohen Zeitaufwandes keine, dennoch wählen sie nach dem persönlichen Geschmack aus der Vielzahl an Vorlagen eine passende aus und adaptieren diese. Das meist einheitliche Layout der Profilseite stört sie kaum. Es wird als zweckmäßig befunden und schränkt die Kreativität bei Inhalt und Design nicht ein.⁷⁷⁹ Auch aus den übrigen Gruppendiskussionen erschließt sich, dass das Aussehen der Profilseite durchaus von Relevanz für die Jugendlichen ist und sie personalisierte Profilseiten schätzen: “Bei MySpace kann ma des frei gestalten. Da gibt’s wirklich phasenweise, zum Beispiel bei der Homepage von da, bei der MySpace-Seiten von <Name> oder so, das is ganz einfach nur schön. Das is fast Kunst schon”.⁷⁸⁰ Das Anpassen von Design und Layout bietet ihnen eine weitere Möglichkeit zur Selbstdarstellung. Sie führen Facebook im Gegensatz zu MySpace und Netlog als Negativbeispiel an, weil dort ein fixes Aussehen vorgegeben ist.⁷⁸¹ Die Schüler der AHS am Land beschwerten sich über die Strategie von Epos4, Änderungen am Design nur gegen Aufpreis zu gestatten. Vor allem Kinder seien von solchen teuren Spielereien gefährdet. Die merklich kommerzielle Ausrichtung der Plattform missfällt den Jugendlichen und wird als “Geldmacherei” bezeichnet”.⁷⁸²

3.1.6.3 Fakes

In dieser Gruppe wird außerdem der Missbrauch von Profilen durch Fakesters diskutiert. In übertrieben positiver Selbstdarstellung mit Fotos von anderen, attraktiven Personen sehen die Schüler das Bedürfnis nach Eigenwerbung zur Steigerung des Selbstwertgefühls.

Auf der einen Seite sollen die Profile oder sie sind dazu gedacht, die eigene Persönlichkeit und so im Internet darzustellen und wiederzugeben. Auf der anderen Seite kann man sie natürlich auch dazu benutzen, dass man die eigene Persönlichkeit so wiedergibt, wie man sie gerne hätt’ und wie man will, dass sie andere sehn und nicht so, wie sie wirklich is.⁷⁸³

⁷⁷⁹ vgl. AHS Stadt S. 25, 12.

⁷⁸⁰ AHS Land S. 12.

⁷⁸¹ vgl. BHS S. 6; BS S. 5.

⁷⁸² AHS Land S. 12.

⁷⁸³ ibid. S. 6.

Andere legen Fake-Profile an, um anonym ihre Meinung kundzutun oder, um andere User zu beschimpfen. Diese Handlungen würden sie auf Grund der sozialen Normen unter ihrer tatsächlichen Identität nicht vollziehen.⁷⁸⁴ In der AHS in der Stadt hat ein Teilnehmer kurzfristig selbst falsche Informationen auf seiner Profilseite angegeben:

M: Ich find es auch lustig, mal falsche Infos preiszugeben. Ich hab ganz am Anfang, "über mich", hab ich mal geschrieben, dass ich eben in einer Band bin, was ich tu, und dass ich Schlagzeuger bin einfach so...

M: (lacht)

W: Echt?

(allgemeines Lachen)

M: ...nur um unsern Schlagzeuger zu ärgern ein bisschen halt so, also einfach so ein bisschen.

M: Oder Beruf Pornostar, gell? (lacht)

W: Genau.

M: Und Religion irgend so ein Hindu-Glauben, ja.

W: Lesen, ja, Lieblingsbuch, "Ah ich kann nicht lesen."

M: Einkommen 1 Million.⁷⁸⁵

Ein solches Verhalten würde Sherry Turkles Theorie, dass Jugendliche im Internet frei mit ihrer Identität spielen und experimentieren, stützen.⁷⁸⁶ Da es sich bei genanntem Fall allerdings um den einzigen aus vier Gruppendiskussionen handelt, stellt dieses Verhalten wohl die Ausnahme dar. Außerdem lässt sich sein Handeln eher dem Experimentieren mit Authentizität und der Glaubwürdigkeit von Selbstdarstellung auf Social Network Sites zuordnen. Anpassungen der Selbstdarstellung erfolgen auf diesen Plattformen auf subtile Art und Weise, weil sie von den anderen nicht als solche enttarnt werden dürfen.

3.1.6.4 Conclusio

Das Streben nach individueller Selbstdarstellung auf der Profilseite bildet einen entscheidenden Schritt in der Identitätsbildung des Einzelnen. Er lernt zunächst die existierenden Gewohnheiten und Normen der Social Network Site kennen. Da er seinen Eindruck bei den anderen aber weitgehend kontrollieren will, spielt er mit den Vorgaben und Normen und versucht sich durch seine Kreativität von den anderen abzugrenzen und abzuheben.⁷⁸⁷ *Phantom normalcy* und *phantom uniqueness* können daran festgemacht werden. Wie Goffman aufzeigt, passt sich der Einzelne an die Erwartungen des Publikums

⁷⁸⁴ vgl. ibid S 6, 27.

⁷⁸⁵ AHS Stadt S. 19.

⁷⁸⁶ vgl. Kapitel 1.3.1.7.

⁷⁸⁷ vgl. Kapitel 1.3.1.5.

an und versucht ein idealisiertes Bild seiner Rolle zu erschaffen.⁷⁸⁸ Das Extrem bildet ein Fake-Profil, welches von den Schülern jedoch kritisch gesehen wird. Ihnen sind Musik und multimediale Elemente der Profilseite besonders wichtig. Diese werden im Gegensatz zu textuellen Angaben auch häufiger aktualisiert.

3.1.7 Kategorie 7: Social Network Sites als “Networked Publics”

In den bisherigen Kategorien sind bereits Fälle für die Verwendung von Social Network Sites als “Networked Publics” aufgetreten. Sie stellen den Jugendlichen einen neuen Raum, in dem sie unter anderem über Politik und Sport debattieren,⁷⁸⁹ zur Verfügung. Die vier Faktoren “Persistence”, “Searchability”, “Replicability” und “Invisible Audiences” sind kennzeichnend für sie.⁷⁹⁰ Auf Grund der strukturellen Vorgaben der Social Network Sites unterscheidet sich deren Repertoire an Gesten von dem des Alltags. Interaktion findet primär über den von den Usern veröffentlichten Content, wie zum Beispiel Fotos, statt. Ziel dieser Kategorie ist es zu beleuchten, wie die Jugendlichen mit diesem neuen Raum umgehen.

3.1.7.1 Die “Networked Public” als Ort des Zeitvertreibs

In den Gruppendiskussionen stellt sich heraus, dass Social Network Sites genutzt werden, um über die Aktivitäten von Freunden informiert zu sein. Aus diesem Grund ist die “Networked Public” für viele Jugendliche ein Ort, dem sie regelmäßig einen kurzen Besuch abstatten. Als Richtwert ergeben sich fünf bis zehn Minuten pro Tag. Falls sie auf etwas Interessantes stoßen, werden sie zu einer Reaktion angeregt und hinterlassen selbst einen neuen Inhalt, zum Beispiel einen Kommentar zu einem Foto. Diese Form der Interaktion erfolgt asynchron. Treffen sie zufällig auf einen Bekannten, können sie zu synchroner Kommunikation, beispielsweise über die Chatfunktion, wechseln. In solchen Fällen verbringen sie mehr Zeit in der “Networked Public”. Viele Schüler besuchen sie stets beim Einschalten des Computers. Andere überwachen die “Networked Public” immer

⁷⁸⁸ vgl. Kapitel 1.1.3.

⁷⁸⁹ vgl. Kapitel 3.1.1.2.

⁷⁹⁰ vgl. Kapitel 1.3.4.1; 1.3.4.2; 1.2.3.

über ein eigenes Browserfenster und warten auf das Eintreffen eines Freundes. Währenddessen können sie anderen Aktivitäten am Computer nachgehen.⁷⁹¹ Eine Schülerin gibt an, seit ihrem Auszug bei den Eltern viel seltener Social Network Sites zu besuchen. Dies stützt die These, dass Jugendliche in den Plattformen einen neuen Raum außerhalb des elterlichen Kontrollbereichs sehen. Seitdem die Schülerin ihre eigene Wohnung besitzt, muss sie sich nicht mehr ins Internet zurückziehen, um ungestört mit Freunden Zeit zu verbringen.

Für viele stellen Social Network Sites einen Zeitvertreib dar. Aus Langeweile stöbern sie in Fotoalben und Profilen, unterhalten sich mit Freunden und beschäftigen sich mit Spielen. Deshalb loggen sie sich meist wochentags von der Schule und dem Arbeitsplatz aus ein.⁷⁹² Einige Schüler bezeichnen es sogar als “Zeitverschwendung, wenn man die ganze Zeit auf MySpace sitzt und von dem zu dem klickt und sich die Bilder anschaut und dann zum nächsten geht”.⁷⁹³ Allerdings scheint diese Zeitverschwendung in so mancher Unterrichtsstunde durchaus willkommen zu sein. Ausgehend von den Profilen von Freunden und Geschwistern klicken sie sich “immer vo’ einem Freund am nächsten Freund”⁷⁹⁴ und betreiben “Social Browsing”. Neugier dürfte dabei ebenfalls eine treibende Kraft sein: “Na halt Profile durchlesen, na gut, man kommt dann immer auf neue Sachen drauf”.⁷⁹⁵ Besonders hohen Unterhaltungswert schreiben die Jugendlichen den Statusmeldungen mancher Kontakte, die jede noch so irrelevante Alltagshandlung veröffentlichen, zu. Als Beispiele nennen sie “Ich komm jetzt vom Spazieren und nachher geh ich zu meiner Mutter”, “ich mach grad Schnitzel” und “jetzt bin ich am Klo”.⁷⁹⁶

Da diese Gebrauchsweisen der Unterhaltung dienen, dürfte die Authentizität der Selbstdarstellung anderer für die Jugendlichen, wie für Goffman, eine untergeordnete Rolle spielen.⁷⁹⁷ Wie bereits in Kategorie 2 erwähnt, amüsieren sich manche über peinliche

⁷⁹¹ vgl. AHS Stadt S. 8; BHS S. 7; BS S. 15f.

⁷⁹² vgl. AHS Land S. 14; AHS Stadt S. 8; BHS S. 7; BS, S. 16.

⁷⁹³ AHS Stadt S. 8.

⁷⁹⁴ AHS Land S. 7.

⁷⁹⁵ AHS Land S. 14; vgl. auch S. 21; AHS Stadt S. 12.

⁷⁹⁶ BHS S. 7.

⁷⁹⁷ vgl. Kapitel 1.3.1.6.

Fehler und Aussagen anderer, um ihr Überlegenheitsgefühl zu stärken.⁷⁹⁸ Dies unterstreicht die folgende Aussage:

I mein, weil die ganzen Plattformen sind im Prinzip nur zur Unterhaltung da. Also i bin da ned dabei, dass i irgendwelche Freunde finde oder so, [...] ganz einfach nur, weil mir, aus purer Langeweile. Also, da klickt man irgendwelche Profile an, schaut sich halt, keine Ahnung, von Zwölfjährigen, so genannten Nazis oder so an, die was keine Ahnung haben, "ich hasse Sladen", also S, L, A, D, E, N.⁷⁹⁹

Die Spiele auf Social Network Sites beschreiben die Schüler als primitiv und kurzweilig und bestätigen damit die Überlegungen zur "Playfulness" in Kapitel 1.3.1.3. Sie spielen meist, wenn sie eine Einladung von einem Freund erhalten und gerade nichts Besseres zu tun haben. Trotz des einfachen Spielprinzips und der mangelnden Game-Engine ist einigen Spielen Suchtpotential zu eigen. Dennoch beschränkt sich Spielen auf Social Network Sites bei den meisten auf die Schule. In der Freizeit sind ihnen offensichtlich andere Dinge wichtiger.⁸⁰⁰

Jugendliche spielen nicht nur zum persönlichen Zeitvertreib, sondern legen Wert auf die soziale Komponente. Viele Spiele auf Social Network Sites nutzen die Daten der Plattform oder erlauben es den Usern sich mit anderen zu messen, zu kooperieren oder zumindest andere zu demselben Spiel einzuladen, um später eventuell darüber zu diskutieren. Als positives Beispiel nennen die Jugendlichen die Spiele von ICQ, weil dabei mehrere Teilnehmer gleichzeitig gegeneinander antreten können. Beim direkten Wettkampf schwingt abermals Meads Überlegenheitsgefühl mit. Außerdem können die Ergebnisse eines Spiels oder eines Quiz als Requisiten der Selbstdarstellung interpretiert werden.⁸⁰¹

3.1.7.2 Planen gemeinsamer Aktivitäten

Eine essentielle Tätigkeit in der "Networked Public" besteht für die Jugendlichen im Planen von gemeinsamen Freizeitaktivitäten. Die Jugendlichen sind mit diversen Funktionen rund um Events vertraut und stufen diese als sehr praktisch ein. Auf Social Network Sites können sie sich schnell und einfach über neue Veranstaltungen und die Wochenendpläne ihrer Freunde informieren und selbst Freunde zu Aktivitäten einladen.

⁷⁹⁸ vgl. AHS Land S. 21.

⁷⁹⁹ ibid. S. 8.

⁸⁰⁰ vgl. ibid S. 4; BHS S. 4.

⁸⁰¹ vgl. AHS Land S. 4.

Meist werden Zusatzinformationen zu den Events, wie Eintrittspreis oder Lageplan, angeboten. Außerdem können danach Fotos der Veranstaltung hochgeladen und Kommentare dazu abgegeben werden. Dadurch bekommt auch der Veranstalter Feedback. Diese Funktionen werden von den Jugendlichen ebenfalls zur Organisation eigener Partys und Veranstaltungen verwendet.⁸⁰²

Diese Gebrauchsweise bestätigt die eingangs formulierte Annahme, dass Kommunikation in der “Networked Public” vermehrt über Content erfolgt. Im Alltag beschließt der Einzelne eine Veranstaltung zu besuchen. Er teilt dies seinen Freunden mit, kann ihnen alle nötigen Informationen geben und versuchen ihnen die Anreise zu erklären oder auf einer Karte zu zeigen. In der “Networked Public” existieren andere Gesten. Entschließt er sich eine Veranstaltung zu besuchen, scheint diese Handlung im Feed seiner Freunde auf. Außerdem kann er ihnen eine Einladung schicken. Sind seine Freunde interessiert, finden sie auf der Event-Seite alle notwendigen Informationen, inklusive eines Lageplans und der aktuellen Gästeliste. Meistens können die User selbst Inhalte ergänzen.

3.1.7.3 Conclusio

Alle in dieser Kategorie angeführten Verhaltensweisen deuten darauf hin, dass Jugendliche Social Network Sites im Sinne von boyds [sic] “Networked Publics” nutzen. Sie verbringen gemeinsam Zeit, tauschen sich untereinander zu diversen Themen aus, planen ihre Freizeit und haben gemeinsam Spaß in einem öffentlichen Raum außerhalb des Kontrollbereichs der Eltern. Der Symbolvorrat in der “Networked Public” unterscheidet sich vom alltäglichen, sodass Interaktion primär über User Generated Content erfolgt. Mit dieser sozialen Gebrauchsweise leisten die Jugendlichen einen wesentlichen Beitrag zu ihrer Identitätsbildung. Die “Networked Public” kann die traditionelle Öffentlichkeit jedoch nicht ersetzen. Diesen Umstand belegt die Nutzung der Social Network Site zum Planen gemeinsamer Freizeitaktivitäten, die außerhalb der “Networked Public” stattfinden.

⁸⁰² vgl. AHS Land S. 14; AHS Stadt S. 8, 28; BHS S. 24f.

3.1.8 Kategorie 8: Störung durch Nichtmitglieder der “Peer Public”

Als “Peer Public” wurde in Kapitel 1.3.2.1 der erweiterte Freundeskreis des Einzelnen auf der Social Network Site definiert. Personen außerhalb dieser Gruppe und vor allem außerhalb seiner Altersklasse wirken sich meist irritierend aus.

3.1.8.1 Störung durch Kinder

Die Gegenwart von Kindern auf Social Network Sites stört Jugendliche. Sie fühlen sich vor allem auf Netlog durch ihre zum Teil unsinnigen Meldungen belästigt.⁸⁰³ Dies lässt sich mit der Nutzung der Plattformen als “Networked Publics” erklären. Auch im Alltag halten sich die Jugendlichen an Orten, wo sie ungestört von Kindern unter sich sein können, auf. Die Jugendlichen fühlen sich durch die unqualifizierten Aussagen der Kinder bei diversen Umfragen genervt. Sie verzerren das Ergebnis und zerstören durch ihr Unwissen oft Diskussionen. Als Beispiele werden die Teilnahme von dreizehn-, vierzehnjährigen Kindern an Abstimmungen zur Nationalratswahl und zur EU-Wahl angeführt. Bei Umfragen steht zwar meist die Auswahlmöglichkeit “Ich darf noch nicht wählen” zur Verfügung, allerdings findet diese bei den Kindern kaum Verwendung. Viel mehr geben sie ein falsches, höheres Alter an, um alle Funktionen der Social Network Sites nutzen zu können.⁸⁰⁴

Außerdem veröffentlichen viele Kinder anzügliche Fotos von sich, ohne sich der Folgen und Gefahren bewusst zu sein: “Also da laden vierzehnjährige Mädels hoch, wo sie nackt dasteh’n und sagen, ‘Aahj, nimm mich!’, wirklich! Ohne Spaß, das is überhaupt nicht lustig. [...] Aber trotzdem hat sie innerhalb was weiß ich, was ich g’sehn hab, von zwei Minuten 1500 Kommentare g’habt”.⁸⁰⁵ Die Schüler nennen dieses Verhalten “krank” und weisen auf die Möglichkeit, solch verbotene Inhalte zu melden, hin. Die Kinder befinden sich noch auf einer niedrigeren Entwicklungsstufe und stellen eine Last für die

⁸⁰³ vgl. BHS S. 14.

⁸⁰⁴ vgl. AHS Land S. 7, 26.

⁸⁰⁵ BS S. 7.

Jugendlichen in ihrer Entwicklung dar. In den verschiedenen Altersklassen haben die Dinge auf Social Network Plattformen verschiedene Bedeutungen. Daher ist eine reibungslose Interaktion zwischen Kindern und Jugendlichen kaum möglich. Ebenso bereiten ältere User Probleme.

3.1.8.2 Störung durch Erwachsene

In der BHS und der AHS am Land werden mehrere Beispiele für Zwischenfälle mit Lehrern genannt. In beiden Schulen haben sich Schüler auf Social Network Sites negativ über ihre Lehrer geäußert.

Nein, nein, es war so. Schüler haben auf Netlog angefangen. Eine Schülerin hat über eine Lehrerin von uns angefangen zu lästern und dann haben halt relativ viele von unserer Abteilung halt angefangen mitzumachen und dann wurde ziemlich schnell über sehr viele Lehrer gelästert und das hat dann halt irgendwer gesehen. Das war dann... ein Schüler und der hat's dann den Lehrern weiter...⁸⁰⁶

In diesem Fall sind Schüler sogar wegen Rufschädigung angezeigt worden. In einer anderen Klasse haben Jugendliche Videos, die Lehrer auf der Toilette zeigen, und von Schlägereien auf YouTube veröffentlicht. Diese sind nach kurzer Zeit aber wieder gelöscht worden.⁸⁰⁷

Das Grundproblem besteht darin, dass die Schüler auf Social Network Sites über die Lehrer sprechen, ohne sich der besonderen Eigenschaften dieser Kommunikation bewusst zu sein, die boyd [sic] mit "Persistence", "Searchability", "Replicability" und "Invisible Audiences" zusammenfasst. Das Publikum ist daher sehr schwierig einzuschätzen und abzugrenzen.⁸⁰⁸ Somit fällt es den Jugendlichen schwer, die passende Gruppenidentität anzunehmen. Die Selbstdarstellung innerhalb der Peer Group ist gegenüber einem Lehrer höchstwahrscheinlich inakzeptabel. Sieht sich ein Lehrer die Profilseite eines Schülers an, stößt er auf eine neue Seite des Jugendlichen, die nie für ihn gedacht gewesen ist. Abgesehen davon, dass ein Onlinepublikum nur schwierig abgegrenzt werden kann, ist es ebenso schwierig dieses einzugrenzen. Ein peinliches Video von einem Lehrer, wie es in der BHS angeführt wird, ist für ein riesiges Publikum zugänglich und kann den Ruf der

⁸⁰⁶ BHS S. 10.

⁸⁰⁷ vgl. BHS S. 12.

⁸⁰⁸ vgl. Kapitel 1.3.1.6.

Lehrkraft nachhaltig schädigen. Aus diesem Grund ist eine Anzeige wenig verwunderlich. Der Vater einer Diskussionsteilnehmerin, der von Beruf Lehrer ist, meint, dass er sich aus Selbstschutz nicht genauer auf Social Network Sites umschaue. Er will es vermeiden, in den Raum der Jugendlichen einzudringen. Ein Lehrer der AHS am Land hat sich allerdings auf Epos4 registriert.⁸⁰⁹

Da die Jugendlichen den Altersdurchschnitt auf Epos4 auf 13 bis 14 Jahre schätzen, schlagen sie eine Altersbeschränkung vor. In ihren Augen ist es eine „Frechheit“, dass fünfzigjährige Männer über die Social Network Site einfach in Kontakt mit jungen Mädchen treten können.⁸¹⁰ Richtlinien bezüglich des Alters auf Social Network Sites würde das Problem der Publikumssegregation zum Teil lösen. Die meisten Social Network Sites erlauben zwar mittlerweile eine Einteilung der Kontakte in Gruppen mit spezifischen Sichtbarkeitseinstellungen, jedoch scheinen die Jugendlichen über diese Funktionen noch zu wenig informiert zu sein.

Neben den Lehrern dringen immer häufiger die Eltern der Jugendlichen in „Networked Publics“ ein. Viele Jugendliche stehen vor dem Dilemma, eine Freundschaftsanfrage ihrer Eltern zu erhalten. Die Schüler sind uneins, ob Eltern in der Kontaktliste akzeptabel sind. Ein paar haben die Freundschaftsanfragen akzeptiert, während sich einer der Teilnehmer weigert, weil er seinem Vater nicht Einblick in die Fotoalben gewähren will.⁸¹¹ Eltern lösen bei den Jugendlichen einen Konflikt bei der Selbstdarstellung aus.⁸¹² Andere Elternteile stehen Social Network Plattformen skeptisch gegenüber. Einer Schülerin ist der Beitritt wegen Privacy-Bedenken sogar untersagt worden.⁸¹³

Ein kurioses Beispiel für die Nutzung von Erwachsenen wird in der Diskussion am Land angeführt. Dort ist anhand der Profilangabe der Jugendlichen die Alterskontrolle beim Einlass zu einer Veranstaltung durchgeführt worden. Die Diskussionsteilnehmer weisen

⁸⁰⁹ vgl. AHS Land S. 25.

⁸¹⁰ ibid.

⁸¹¹ vgl. AHS Stadt S. 7, 9; BHS S. 12.

⁸¹² vgl. Kapitel 1.3.2.1.

⁸¹³ vgl. AHS Stadt S. 9.

darauf hin, dass dieses Vorgehen “komplett dumm” ist, “weil a paar Leut’ ham’ angeben, dass sie minus drei [Jahre] sind oder so”.⁸¹⁴

3.1.8.3 Weitere Störfaktoren

Überraschenderweise wird in keiner der Gruppendiskussionen Werbung als sonderlich störend empfunden. Die Jugendlichen scheinen durch ihre Erfahrung im Internet schlimmere Werbestrategien als die Banner auf Social Network Sites gewohnt zu sein. Werbeflächen über und rechts vom eigentlichen Inhalt der Plattformen beachten sie gar nicht. Da sich die Anzeigen auf Epos4 auf regionale Events beschränken, werden sie von den Jugendlichen teilweise als informativ angesehen. Als deutlich störender empfinden sie Pop-ups, weil diese extra geschlossen werden müssen und somit mit einer lästigen Verzögerung verbunden sind. Werbung in Form von kleinen Spielen, wie Darts oder Elfmeterschießen, wird von manchen tatsächlich absolviert. Als wesentlich lästiger stufen sie Kettenbriefe und andere Formen von Spam ein.⁸¹⁵

Als typischen Inhalt eines Kettenbriefes nennen die Schüler: “Schick diese Nachricht an zehn Personen weiter, weil sonst wirst du zehn Jahre Pech in der Liebe haben”.⁸¹⁶ Manchmal winkt auch ein besonderes Video oder Bild als Belohnung: “Schick den Link 5000 mal weiter und du siehst das Video, wie ich sie entjungfere”.⁸¹⁷ Die Jugendlichen erhalten solche Nachrichten auf allen Plattformen von Fremden aber auch von Freunden, manchmal sogar per SMS. Die meisten ignorieren diese Art von Spam und löschen die Nachrichten. Dennoch verursachen sie unnötigen Aufwand.

3.1.8.4 Conclusio

Social Network Sites sind für die Jugendlichen ein Ort der Sozialisation. Kinder und Erwachsene, also Nichtmitglieder der Peer Group, stören diesen Prozess und führen zu Konflikten innerhalb der Selbstdarstellung. Diverse Zwischenfälle lassen sich vor allem auf die Problematik der Publikumssegregation zurückführen. Werbung wird kaum als

⁸¹⁴ AHS Land S. 26.

⁸¹⁵ vgl. AHS Land S. 14; BHS S. 22.

⁸¹⁶ BS S. 12.

⁸¹⁷ *ibid.*

Störfaktor empfunden. Wie schon in Kapitel 1.3.1.6 werden unerwünschte Nachrichten und Kettenbriefe als deutlich lästiger gesehen.

3.1.9 Kategorie 9: Freunde als primärer Beitrittsgrund

Es wurde mehrfach belegt, dass sich die Jugendlichen ihre Freunde als Publikum für ihre Darstellung auf der Social Network Site vorstellen. Die Freunde sind meist auch der ausschlaggebende Faktor für den Beitritt zu einer bestimmten Plattform.

3.1.9.1 Gründe für den Beitritt

In drei von vier Gruppendiskussionen nennen die Teilnehmer Freunde als entscheidenden Grund, sich bei einer Social Network Site anzumelden.⁸¹⁸ Diese Haltung lässt sich mit hoher Wahrscheinlichkeit auf die AHS in der Stadt ausdehnen. Bei der AHS am Land kommt hinzu, dass nicht nur Freunde, sondern praktisch alle Gleichaltrigen aus der Region auf Epos4 sind.⁸¹⁹ Außerdem führen sie die im Vergleich zum Mobiltelefon kostengünstige Kommunikation mit Freunden als Beitrittsgrund an. Mittlerweile sind die Handytarife aber erschwinglicher geworden.⁸²⁰

Zwei Teilnehmer der vier Gruppendiskussionen lehnen eine Mitgliedschaft auf Social Network Sites ab:

M: Es hat mich nie interessiert, all diese dummen Anmeldungen. [...] Ich hab's mir, ich hab mir ein paar mal, wie g'sagt, die Benutzerbedingungen oder wie sie auch immer heißen durchgelesen. Es hat mich relativ erschreckt und dann wollt ich's doch nicht machen. Und dann, das is auch so eine Massenseite, die im Grunde nicht anpassbar is, außer mit ein paar Layouts, die hunderttausend Menschen auch so haben.

[...]

L2: Was genau stört dich an den AGBs, dass du sagst, du machst nicht mit?

M: Ähm, ja die Tatsache, dass alles, alles, was ich rauflade, dass das bereits dem Betreiber gehört. Keine Ahnung warum, aber es hat mich irgendwie g'stochen, dass ich das, dann nicht auf "OK" gedrückt habe.⁸²¹

⁸¹⁸ vgl. BHS S. 6; BS S. 3.

⁸¹⁹ vgl. AHS Land S. 10.

⁸²⁰ vgl. ibid. S. 8.

⁸²¹ AHS Stadt S. 26f.

Während dieser Schüler auf Grund von Privacy-Überlegungen den Plattformen fernbleibt, sieht die andere Jugendliche computervermittelte Kommunikation als Zeitverschwendung:

W: Ich find die so zeitverscheißend. (allgemeines Lachen) Also ich bin nicht der Mensch, der sich vor den Computer setzt und irgendwie Nachrichten schreibt. Also mag ich nicht.

L2: Mhm. War bis jetzt auch keine Notwendigkeit da, mal das auszuprobieren?

W: Nein.⁸²²

3.1.9.2 Die Plattformen im Vergleich

Im Lauf der Diskussionen werden von den Jugendlichen die Vor- und Nachteile der jeweiligen Social Network Site erwähnt. Diese werden abschließend zusammengefasst.

In der BHS werden Social Network Sites nach dem Alter der User unterschieden. In der Frühphase des Web 2.0 haben Kinder und Jugendliche die Plattform SMS.at genutzt, obwohl diese vom Funktionsumfang kaum mit heutigen Social Network Sites vergleichbar ist. Den wirklichen Einstieg in die “Networked Public” stellt für viele Netlog dar. Die nächste Stufe bildet MySpace, wo sich die meisten Jugendlichen zu Hause fühlen. StudiVZ und Facebook sprechen eher eine ältere Generation an. Diese Zuordnung stimmt weitgehend mit den Zielgruppen der Betreiber überein.⁸²³

Die Meinungen, ob Facebook auf Grund seines fixen Layouts und Designs übersichtlicher ist, gehen stark auseinander.⁸²⁴ Auf jeden Fall fühlen sich die Jugendlichen durch das vorgegebene Aussehen des Profils in ihrer Freiheit und Kreativität eingeschränkt. In der AHS am Land wird außerdem die kommerzielle Ausrichtung von Facebook im Vergleich zu Epos4 bekrittelt.⁸²⁵ Die Sprache auf Facebook wird mehrfach diskutiert. In der AHS am Land wird der “komisch englisch-deutsche Kauderwelsch” als störend empfunden, während die Schüler der Berufsschule generell deutschsprachige Websites bevorzugen.⁸²⁶ Hier besteht mit Sicherheit ein Zusammenhang mit dem Bildungsgrad und den Englischkenntnissen der Jugendlichen. Eine Schülerin der Berufsschule lehnt Facebook

⁸²² BS. S. 4.

⁸²³ vgl. BHS S. 5; vgl. auch Kapitel 1.2.4.

⁸²⁴ vgl. AHS Stadt S. 25; BHS S. 14; BS S. 3.

⁸²⁵ vgl. auch Kapitel 1.3.4.2.

⁸²⁶ AHS Land S. 31; BS S. 3.

sogar ab, weil dort ihrer Meinung nach “80% Ausländer” sind.⁸²⁷ Im Gegensatz dazu heben die Schüler der AHS die Internationalität von Facebook als positiv hervor. Bei den Jugendlichen genießt Facebook generell einen gehobeneren Status und wird eher mit Networking im eigentlichen Sinn in Verbindung gebracht.

Netlog erlaubt es dem User Profile frei zu gestalten. Außerdem wird die Benutzung öfters als einfach und intuitiv beschrieben. Allerdings sind viele User nicht mit ihrem echten Namen, sondern nur mit einem Nickname registriert, was das Auffinden von Personen erschwert. Die Jugendlichen klagen öfters über direkte sexuelle Angebote auf Netlog. Einerseits entspricht das Kennenlernen neuer Leute der Ausrichtung dieser Plattform, andererseits fühlen sich die Jugendlichen durch die Penetranz mancher Teilnehmer belästigt. Ebenso störend sehen sie die hohe Anzahl an Kindern.

Die VZ-Netzwerke finden wenig Anklang bei den befragten Jugendlichen. SchülerVZ wird praktisch gar nicht von ihnen genutzt. Eher registrieren sie sich frühzeitig auf StudiVZ, um sich den als umständlich empfundenen Umzug von SchülerVZ auf StudiVZ zu ersparen. Die Jugendlichen an der AHS am Land sind sich der regionalen Spezialisierung von Epos4 bewusst. Da die Community relativ klein ist, sind auch Funktionsumfang und Aussehen der Site mangelhaft.⁸²⁸

Großer Beliebtheit erfreut sich MySpace. Der Hauptvorteil dieser Plattform liegt nach wie vor in den Funktionen rund um Musik. Die Jugendlichen nutzen MySpace um Musik zu entdecken, Neuigkeiten zu Bands und Interpreten zu erfahren und günstig Musik herunterzuladen. Die Schülerin der AHS, die selbst Mitglied einer Band ist, verwendet MySpace auch zum Organisieren und Bewerben eigener Konzerte.⁸²⁹

Die Schüler am Land verwenden auf Grund der regionalen Spezialisierung primär Epos4. In der AHS in der Stadt konzentriert sich die Nutzung auf MySpace. Netlog wird von ihnen komplett abgelehnt. Ein Trend zu dieser Plattform lässt sich in der BS erkennen. Die Schüler der BHS betonen den gehobenen Status von Facebook, geben aber zu, daneben

⁸²⁷ BS S. 3.

⁸²⁸ vgl. AHS Land S. 30.

⁸²⁹ vgl. AHS Stadt S. 7, 38; BHS S. 6, 25; BS S. 3.

auch noch bei MySpace und Netlog Mitglied zu sein. Diese Tendenzen legen die Vermutung nahe, dass die Wahl der Social Network Site mit dem jeweiligen Schultyp und dem damit verbundenen Bildungsgrad zusammenhängt. In höheren Schulen bevorzugen die Schüler Facebook und MySpace, während in der Berufsschule klar Netlog dominiert. Die Berufsschüler lehnen Facebook wegen der englischen Sprache und dem geringen Anteil an Österreichern ab. Diese Haltungen würden boyds [sic] These, dass Herkunft und sozioökonomischer Status auch auf Social Network Sites eine Rolle spielen, stützen.⁸³⁰

3.1.9.3 Conclusio

Die Jugendlichen erwecken den Eindruck vorrangig die Social Network Site, auf welcher der Großteil ihrer Freunde registriert ist, zu nutzen und daneben noch auf ein bis zwei weiteren Plattformen sporadisch aktiv zu sein. Da alle Gebrauchsweisen, die in den bisherigen Kategorien behandelt worden sind, die Interaktion mit Freunden involvieren, erscheint dieses Ergebnis wenig überraschend. Der sozioökonomische Status schlägt sich auf die Wahl einer Social Network Site nieder.

⁸³⁰ vgl. Kapitel 1.3.3.2.

3.2 Anmerkungen zu den Gruppendiskussionen

Basierend auf den Postskripten und der Auswertung der Transkripte werden noch Besonderheiten der Gruppendiskussionen zusammengefasst.

3.2.1 AHS Stadt

In der AHS in der Stadt kommt sofort eine Diskussion zu Stande. Die meisten Schüler, darunter eine Vielrednerin, die Sängerin in einer Band ist, nutzen MySpace. Eine Schülerin setzt sich vehement für Facebook und ein Schüler lehnt Social Network Sites ab.

Die Diskussion verweilt besonders lange bei Fotos und konzentriert sich ab dem zweiten Grundreiz ausschließlich auf dieses Thema. Das zweite Profil erfüllt somit den geplanten Zweck. Die Teilnehmer machen sich zwar Gedanken über Privacy, sind aber der Meinung, ohnehin keine problematischen Inhalte zu veröffentlichen.

Für den Leiter handelt es sich um die erste Gruppendiskussion. Deswegen agiert er merklich zurückhaltend. Bei der Analyse des Transkripts fallen ein paar Stellen auf, an denen ein Nachhaken sinnvoll gewesen wäre. Zu manchen Punkten fehlt daher eine Erklärung der Jugendlichen und es können nur theoretische Überlegungen zur Motivation ihrer Handlungen angestellt werden.

3.2.2 Berufsschule

Die zweite Diskussion findet an der BS statt und verläuft äußerst schleppend. Die Diskussionsbereitschaft der Schüler ist minimal. Oft beantwortet ein Teilnehmer die Frage des Leiters in einem Satz, ohne, dass Einwände oder Anmerkungen von anderen Schülern kommen. Mit Fortdauer der Gruppendiskussion bessert sich die Lage, sodass die

Ergebnisse zwar nicht so umfangreich wie in der AHS in der Stadt, aber inhaltlich dennoch brauchbar und aufschlussreich sind. Ein Grund für die stockende Diskussion könnte sein, dass die Berufsschüler Frontalunterricht gewohnt sind und in der Klasse nicht soviel wie in der AHS diskutiert wird. Da die Berufsschüler weniger Zeit miteinander verbringen, sind sie untereinander weniger vertraut. Außerdem sind aus organisatorischen Gründen die übrigen Klassenkameraden während der Diskussion im selben Raum, was sich hemmend auf die Diskussionsteilnehmer auswirken könnte.

Die Berufsschüler diskutieren ebenfalls ausführlich über Fotos. Da sie neben ihrer Ausbildung schon beruflich tätig sind, stellen sie mehr Überlegungen zu ihrer Karriere als die Schüler der AHS an. Dies hat dennoch kaum Auswirkungen auf ihre Privacy-Einstellungen. Das Risikobewusstsein scheint noch niedriger als an der AHS zu sein. Der zweite Grundreiz sorgt bei ihnen kaum für Aufsehen. Die Teilnehmer nutzen primär Netlog. Eine Schülerin verweigert den Beitritt zu einer Social Network Sites. Bei dieser Gruppendiskussion handelt es sich um die einzige, in der Schüler explizit angeben, Social Network Plattformen, in ihrem Fall Netlog, zum Kennenlernen neuer Personen einzusetzen.

3.2.3 AHS Land

Die Diskussion verläuft in lockerer Atmosphäre und entwickelt sich sofort in Richtung Privacy. Sie nimmt wegen des regionalen Schwerpunkts auf Epos4 einen leichten Sonderstatus ein. In Kapitel 1.3.3.2 wurden besondere Nutzungspraktiken in ländlichen Regionen erwähnt. Diese bestätigen sich bei der Analyse der Gruppendiskussion. Die Plattform hat bereits ab ihrer Gründung 2002, lange vor dem Aufstieg von Facebook, großen Anklang bei Jugendlichen gefunden. Offensichtlich werden neue Kommunikationstechnologien am Land tatsächlich früher aufgenommen. Ein paar Schüler klagen, dass in ihrem Dorf kein beziehungsweise erst seit Kurzem Breitbandinternet verfügbar ist. Außerdem wird eine hohe Anzahl an Fake-Accounts vermerkt, ein Umstand, der sich ebenfalls auf die regionale Ausrichtung der Plattform beziehen könnte. Im Gegensatz zu Facebook ist es bei Epos4 wahrscheinlich, einen Onlinekontakt auch im Alltag zu

begegnen. Deshalb weichen mehr Jugendliche auf Fake-Accounts aus, um ihre Anonymität zu wahren.

Kommunikation spielt für die Jugendlichen am Land eine sehr große Rolle. Da Epos4 aber über keine Feed-Funktion verfügt, unterscheiden sich ihre Nutzungspraktiken von denen der anderen Jugendlichen. Sehr oft nennen sie Langeweile als Motivation, die Social Network Site zu besuchen. Die Fotos des zweiten Grundreizes halten sie für kaum bedenklich. Obwohl Privacy für sie ein Thema ist, machen sich Unsicherheiten bezüglich ihrer Sichtbarkeitseinstellungen bemerkbar.

3.2.4 BHS

Der Start in die Diskussion gelingt gut, wenngleich die Schüler nicht so diskussionsfreudig agieren wie in der AHS in der Stadt. Neben einem Vielredner halten sich zwei Teilnehmer eher zurück. Nach etwa 30 Minuten gerät die Diskussion etwas ins Stocken. Auch bei dieser Gruppendiskussion befinden sich die übrigen Kameraden im Klassenzimmer.

Wenig überraschend ist die Technisierung in der BHS am weitesten fortgeschritten. Einige Teilnehmer nutzen Social Network Sites regelmäßig von ihrem Mobiltelefon aus. Im Klassenzimmer ist WLAN verfügbar, weshalb sie oft während des Unterrichts Social Network Plattformen besuchen. Außerdem schicken ein paar Schüler noch während der Diskussion über das Handy eine Freundesanfrage an den Leiter.

Der zweite Grundreiz sorgt für erhitzte Gemüter, weil während des Schulschikurses ähnliche Fotos entstanden sind. Risikobewusstsein ist in dieser Diskussionsrunde erkennbar. Da die Hemmschwelle bei Inhalten auf Social Network Sites aber sehr niedrig ist, verwenden sie kaum adäquate Privacy-Einstellungen.

3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse

Bisherige Untersuchungen zur Nutzung von Social Network Sites durch Jugendliche waren vorrangig quantitativer Natur. Im Zuge der vorliegenden Studie konnten einige Resultate dieser Untersuchungen in ähnlicher Form beobachtet werden. Die qualitative Studie zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass sie nicht nur nackte Zahlen, sondern Hintergründe liefert und auf Grund der Nähe zum Gegenstand tieferen Einblick in die sozialen Gebrauchsweisen, Bedeutungen und Relevanzstrukturen der Jugendlichen gewährt. Außerdem ist dem Verfasser keine Untersuchung bekannt, die nicht nur Goffmans Theorie des Impression-Managements, sondern den Symbolischen Interaktionismus in seiner von Mead und Blumer geprägten Gesamtheit auf diesen Gegenstand anwendet. Weiters wird der Umgang Jugendlicher mit Social Network Plattformen innerhalb der “Confessional Culture” in den größeren Kontext von Habermas These zum gesellschaftlichen Strukturwandel gesetzt. Die gewonnenen Erkenntnisse bezüglich der Haltung Jugendlicher zu Selbstdarstellung auf Social Network Sites und deren Publikum erweisen sich als besonders aufschlussreich. Diese werden abschließend, gemeinsam mit weiteren zentralen Ergebnissen, nochmals kurz zusammengefasst.

3.3.1 Zentrale Ergebnisse

Social Network Sites erweitern das Sozialisationsumfeld der Jugendlichen. Während der Jugendphase muss das Individuum sein Selbstbewusstsein von Neuem stärken, soziale und persönliche Identität in der Ich-Identität in Balance bringen, seine Rolle in der Gesellschaft festigen und dabei die geltenden Normen und Leitbilder integrieren. Jugendliche sind grundsätzlich für neue Technologien offen und verknüpfen diese meist mit ihren persönlichen Fertigkeiten. Aus diesem Grund verwenden sie Social Network Sites im Sinne von danah boyds [sic] “Networked Public”. Die Plattformen bilden einen neuen sozialen Raum, in dem sie gemeinsam mit ihren Freunden Zeit verbringen können. Die besondere Qualität der “Networked Public” besteht darin, dass sich Jugendliche außerhalb des Wirkungsbereichs der Eltern ausprobieren und diskutieren können.

Der Umgang mit diesem neuen, öffentlichen Raum variiert unter den Jugendlichen. Manche von ihnen starten der Plattform bei jedem Einschalten des Computers einen Besuch ab, andere haben die Website stets in einem Browserfenster im Hintergrund geöffnet, um erreichbar zu sein. Bei intimen Gesprächsthemen wechseln sie oft zu synchronen Kommunikationsformen, wie der Chatfunktion auf der Social Network Site oder Instant Messaging. Die Kommunikation auf den Plattformen erfolgt über andere Gesten als traditionelle Kommunikation. Der Fokus liegt vor allem auf Fotos und anderen multimedialen Zeichen. Häufig besuchen die Jugendlichen Social Network Sites als Zeitvertreib bei Langeweile, auch während der Schul- und Arbeitszeit. Neben der sozialen Komponente motivieren diverse Funktionen, die einen Mehrwert bieten, die User Content zu generieren. Dazu zählt zum Beispiel die automatische Benachrichtigung bei Neuigkeiten zu einem Interpreten auf MySpace. Trotz des kommunikativen Gebrauchs der Social Network Plattformen können diese ein Person-to-Person-Treffen mit Freunden in der Öffentlichkeit nicht ersetzen. Jugendliche nutzen die Werkzeuge der Plattformen häufig, um Offlinetreffen und gemeinsame Aktivitäten effizient zu planen und zu organisieren. In den Gruppendiskussionen werden beispielsweise das Einbetten eines Lageplans und die interaktive Gästeliste als praktische Funktionen genannt.

Selbstdarstellung stellt einen zentralen Faktor im Alltagsleben des Einzelnen dar. Hat er die auf der Social Network Site gebräuchlichen Symbole erlernt, kann er sich auf kreative Art und Weise ausdrücken und inszenieren. Die Vorgaben auf der Profilseite, meist in Form von Dropdown-Listen und Textboxen, wirken dabei ermöglichend und regulierend. Die Jugendlichen gewähren den anderen Einblick in ihr Privatleben und wollen im Gegenzug auch mehr über die anderen erfahren können. Da die Plattformen in erster Linie der Unterhaltung dienen, schreiben die Jugendlichen dem Wahrheitsgehalt der Darstellung geringe Bedeutung zu, solange diese innerhalb gewisser Normen verläuft. Offensichtlich übertrieben positive Selbstinszenierung sowie ein leeres Profil sind für die Jugendlichen daher inakzeptabel und kommen für sie einem Vertragsbruch gleich. Profile ohne Foto stufen sie als suspekt ein, weil sie den Eindruck erwecken, der Besitzer habe etwas zu verbergen. Die Kontrolle über die Darstellung ist für die Jugendlichen von hoher Relevanz. Da ihnen die strikten Vorgaben auf der Profilseite nicht ausreichen, hat sich die eigensinnige Aneignungspraktik von Gruppennamen, wie "Ich liebe den Geruch von

Regen!!”, als Requisiten zur Erweiterung der Selbstdarstellung entwickelt. Die rein textuelle Ebene in Form der Beschreibung auf der Profilseite spielt für sie eine untergeordnete Rolle. Auffällig ist, dass sich die Jugendlichen mit ihren Aussagen zum Thema Selbstdarstellung in Widersprüche verstricken. Auf expliziter Ebene streiten sie ab, sich bewusst auf der Social Network Site darzustellen, faktisch setzen sie die Plattform aber zu diesem Zweck ein. Sie erwecken den Eindruck, dass sie sich ihr Bedürfnis nach Selbstdarstellung vor einem Publikum nicht eingestehen wollen. Denn Handlungen, welche den Selbstdarstellungscharakter der Nutzung von Social Network Sites in ihr Bewusstsein rücken, wie Fake-Profile und übertriebene Aufmerksamkeitsgenerierung, führen zu teils heftigen, ablehnenden Reaktionen.

Freunde, die bereits auf einer Social Network Site registriert sind, stellen den Hauptgrund für den Beitritt dar. Die Jugendlichen tauschen sich in der “Networked Public” fast ausschließlich mit bereits offline bestehenden Kontakten aus. Boyds These, dass die Wahl der Social Network Site den sozioökonomischen Status widerspiegelt, wird in den Gruppendiskussionen ebenfalls beobachtet. Die Jugendlichen nutzen die Plattformen, um alte Kontakte wiederaufleben zu lassen und raumzeitliche Distanzen bei der Kommunikation zu überwinden. Funktionen wie die automatische Geburtstagserinnerung für alle Kontakte und der Feed, in dem sämtliche Handlungen von Kontakten gesammelt dargestellt werden, erleichtern das Aufrechterhalten einer hohen Anzahl an “Weak Ties”. Flüchtige Offlinebekanntschaften werden von den Jugendlichen oft über eine Social Network Site ausgebaut. Die Suchfunktion und das Verlinken von Personen auf Fotos erleichtern das Auffinden. Über die Profilseite kann der Einzelne zusätzliche Hintergrundinformationen über den neuen Kontakt in Erfahrung bringen. Dem Kennenlernen neuer Bekannter ausschließlich über eine Social Network Plattform stehen die Jugendlichen skeptisch gegenüber. Die Vermutung liegt nahe, dass sie wegen der eingeschränkten Kommunikationskanäle sowie der Gefahr manipulativer Selbstdarstellung zu wenig Vertrauen in reine Onlinekontakte haben.

Der Feed kann als kollektive Vorderbühne interpretiert werden, auf der die Jugendlichen Gefühlslagen und besondere Ereignisse mit Freunden teilen. Da für sie in der Regel primär die Quantität beim Feedback zählt, heben sie das riesige Publikum eher positiv hervor. Ihre Auffassung von Öffentlichkeit geht konform mit der von Habermas bereits in den

Sechzigern aufgestellten Diagnose vom Strukturwandel der Öffentlichkeit. Diese besagt unter anderem, dass in der Spätmoderne die Bereiche von öffentlich und privat zunehmend verschmelzen. Der Einzelne kann heute selbst aus dem Schlafzimmer über eine Social Network Site an die Öffentlichkeit treten. Die Plattformen übernehmen vielfach die Funktion einer "sozialen Heizdecke" für den "entprivatisierten Intimbereich". Als Grenze zur Privatheit, die nicht überschritten werden soll, nennen die Jugendlichen Postanschrift, Handynummer, E-Mail-Adresse und Instant Messaging Adresse. Sie wollen diese Daten den Kontakten auf der Social Network Site nicht zugänglich machen, weil sie diese Kanäle vermutlich mit einer anderen Gruppenidentität und einem anderen Publikum verbinden. Der Einzelne stellt sich beispielsweise vor seinen Freunden anders dar als vor einem Lehrer. Dieser Umstand führt auch zum Hauptproblem für Jugendliche auf Social Network Plattformen.

Social Network Sites verlieren zunehmend ihre spezifische Qualität, ein Ort zu sein, an dem sich Jugendliche außerhalb des Wirkungsbereichs von Erwachsenen unterhalten und ausprobieren können. Auf Grund der steigenden Popularität der Plattformen melden sich immer mehr Erwachsene an. Sie erhalten so Zugang zur Selbstdarstellung Jugendlicher, die eigentlich für deren Freunde gedacht ist. Am deutlichsten wird dieser Wandel dort, wo Jugendliche mit ihren Eltern oder Lehrern konfrontiert werden. Dieses Problem wird durch die äußerst niedrige Hemmschwelle bei veröffentlichten Inhalten verstärkt. Selbst Aufnahmen exzessiven Alkoholkonsums stufen die Jugendlichen als unbedenklich ein. Noch dazu machen sich beim Thema Sicherheitseinstellungen Unsicherheit, Unwissenheit und Desinteresse bei den Jugendlichen bemerkbar. Da sie die Sichtbarkeit ihrer Daten nur mangelhaft anpassen, sind diese oft für jedermann frei zugänglich. Sie rechtfertigen ihr Verhalten damit, dass sie keinen Grund sehen, weshalb sich jemand bei der Fülle an Usern gerade ihr Profil ansehen sollte. Trotzdem erzählen viele der Diskussionsteilnehmer von Belästigungen durch unerwünschte Kontakte, direkten sexuellen Angeboten und Kettenbriefen mit anzüglichem Inhalt.

3.3.2 Ausblick

Da es sich bei Social Network Sites um ein relativ neues Phänomen handelt, haben sich in vielen Nutzungsbereichen noch keine Normen und Gebrauchsweisen etabliert. Erste Anzeichen von sozialen Gewohnheiten sind zum Beispiel bei der Auffassung von Freundschaft auf einer Plattform erkennbar. Die meisten Jugendlichen geben an, jedem Kontakt auf einer Social Network Site zumindest einmal offline begegnet zu sein und mit ihm gesprochen zu haben. Bei einigen Gebrauchsweisen handelt es sich vermutlich um Anfangseffekte, weil bereits Änderungen am Nutzungsverhalten, wie zum Beispiel bei der “Poke”-Funktion und der Pinnwand, festzustellen sind.

Wie aufgezeigt wurde, besteht für die Jugendlichen das Hauptproblem auf Social Network Sites in der mangelnden Publikumssegregation. Eine Selbstdarstellung, die eigentlich für Freunde gedacht ist, wird plötzlich auch für Erwachsene zugänglich. Die damit einhergehenden Schwierigkeiten haben bei den Jugendlichen bis zur Anzeige wegen Rufschädigung geführt. Boyd fasst die besonderen Eigenschaften von Kommunikation auf einer Social Network Plattform mit “Persistence”, “Searchability”, “Replicability” und “Invisible Audiences” zusammen. Diese Gegebenheiten sollten verstärkt ins Bewusstsein der Jugendlichen gerückt werden.⁸³¹ Einerseits können die Betreiber der Plattformen technische Lösungen integrieren, wie Funktionen, die dem Einzelnen das Publikum seiner Darstellung und die damit verbundenen Folgen deutlicher vor Augen führen beziehungsweise eine bessere Eingrenzung des Publikums zulassen. Eine Möglichkeit, um beispielsweise die ephemere Qualität von Alltagskommunikation umzusetzen, wäre das automatische Löschen einer Statusnachricht nach einem gewissen Zeitraum. Im Vergleich zu den Anfängen der Social Network Sites sind in diesem Bereich bereits positive Entwicklungen zu verzeichnen. Facebook erlaubt unter anderem Kontaktgruppen anzulegen und Daten nur für eine bestimmte Gruppe zugänglich zu machen. Allerdings haben die Gruppendiskussionen gezeigt, dass derartige Funktionen von Jugendlichen nur in Ausnahmefällen verwendet werden, weil sie ihnen entweder zu kompliziert oder gar nicht bekannt sind.

⁸³¹ vgl. auch Machill, Marcel & Zenker, Martin (2007). *YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? Problemfelder und Nutzung von Videoportalen*. Berlin: Friedrich-Ebert, S. 26f.

Ein anderer Ansatz besteht daher in stärkerer Bewusstseinsbildung bei den Usern. Auf Grund medialer Berichterstattung und Zwischenfällen im Bekanntenkreis sind Jugendliche durchaus über die Risiken von Social Network Sites informiert. Allerdings findet dieses Wissen nur begrenzt Berücksichtigung bei ihrem Umgang mit Daten. Es bedarf einer Sensibilisierung der Jugendlichen zum Thema Privacy, sodass sie bei der Selbstdarstellung das tatsächliche Publikum vor Augen haben, mit Bedacht Daten veröffentlichen und die Sicherheitsfunktionen der Social Network Plattformen verwenden. Diese Problematik wird noch stärker an Relevanz gewinnen, weil Social Network Sites, vor allem mit zunehmender Ubiquität durch Zugang über das Mobiltelefon und dem Trend zu Location Based Services und Geotagging, in Zukunft vermutlich noch tiefer in das Alltagshandeln des Einzelnen eindringen werden.

Auf dem Gebiet der sozialen Gebrauchsweise von Social Network Sites bedarf es vor allem weiterer Forschungen qualitativer Art. Zum einen ist die Anzahl qualitativer Studien noch gering, zum anderen kann so der situationsbezogene und prozesshafte Charakter des sozialwissenschaftlichen Forschungsgegenstandes erfasst werden. Breiter angelegte Untersuchungen mit einer größeren Zahl an Gruppendiskussionen sollten auf einen bestimmten Aspekt der Nutzung fokussieren, um diesen noch tiefergehender analysieren zu können. Da die in dieser Studie beobachteten Haltungen von Jugendlichen zum Thema Selbstdarstellung sehr widersprüchlich waren, könnte eine dahingehende Untersuchung, die auch das tatsächliche Aussehen der Profile einbezieht, aufschlussreich sein. Es wäre interessant herauszufinden, bei welchen der bisher beobachteten Nutzungspraktiken es sich um Anfangseffekte gehandelt hat und wie sich der Umgang mit Social Network Sites, auch in Hinblick auf die zunehmend mobile Verwendung, verändert. Außerdem ist eine nähere Betrachtung der Rückwirkungen von Social Network Plattformen auf den Alltag des Einzelnen notwendig, um zum Beispiel die Veränderung der Bedeutung von Zeichen, wie dem Freundschaftsbegriff, näher zu beleuchten.

Quellen

“A world of connections” (2010). *The Economist: A special report on social networking*, 30. Jänner.

Abboud, Leila (2010). “How Netlog Leaps Language Barriers: Diversity Challenges Belgian Social-Networking Web Site”. *The Wall Street Journal*, 1. November, Zugriff am 22. April 2010 unter http://online.wsj.com/public/article/SB119387616952078433-jqe372LNIRy_8HI5PymOiR5Ff84_20071201.html?mod=tff_main_tff_top.

Abels, Heinz (2007). *Interaktion, Identität, Präsentation. Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie*. Wiesbaden: VS.

Acquisti, Alessandro & Gross, Ralf (2005). “Information revelation and privacy in online social networks”. *Proceedings of the ACM CCS Workshop on Privacy in the Electronic Society*, New York: ACM, S. 71-80.

Acquisti, Alessandro & Gross, Ralf (2006). “Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook”. *Privacy Enhancing Technologies Workshop. Lecture Notes in Computer Science*, 4258, Heidelberg: Springer S. 36-58.

Adamic, Lada A./Buyukkokten, Orkut & Adar, Eytan. (2003). “A social network caught in the Web”. *First Monday*, 8(6). Zugriff am 24. April unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1057/977>.

Ahern, Shane et al. (2007). “Over-Exposed? Privacy Patterns and Considerations in Online and Mobile Photo Sharing”. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 357-366.

Ahn, Yong-Yeol et al. (2007). “Analysis of Topological Characteristics of Huge Online Social Networking Services”. *Proceedings of the 16th international conference on World Wide Web*. New York: ACM, S. 835-844.

Allen, Malcolm (2006). “Social Engineering: A Means to Violate a Computer System”. *SANS Institute InfoSec Reading Room*. Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.sans.org/reading_room/whitepapers/engineering/social-engineering-means-violate-computer-system_529.

Angerer-Rittmannsberger, Martina (1999). “Generation @? Die Untersuchung einer Beziehung und ihrer möglichen Folgen”. Dipl. Universität Wien.

- Arjan, Rajiv/Pfeil, Ulrike & Zaphiris, Panayiotis (2008). "Age Differences in Online Social Networks". *CHI '08 extended abstracts on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 2739-2744.
- Arthur, Charles (2006). "What is the 1% rule?" *The Guardian*, 20. Juli, Zugriff am 24. April 2010 unter <http://www.guardian.co.uk/technology/2006/jul/20/guardianweeklytechnologysection2> .
- Aspan, Maria (2008). "How Sticky Is Membership on Facebook? Just Try Breaking Free". *The New York Times*, 11. Februar, Zugriff am 19. April 2009 unter http://www.nytimes.com/2008/02/11/technology/11facebook.html?_r=1&pagewanted=print .
- Baacke, Dieter (1997). *Medienpädagogik*. Tübingen: Niemeyer.
- Backstrom, Lars et al. (2008). "Preferential Behavior in Online Groups". *Proceedings of the international conference on Web search and web data mining*. New York: ACM, S. 117-128.
- Bakst, Alex (2006). "Internet Start-Up auf Deutsch: StudiVZ Takes on Facebook". *Spiegel Online*, 11. Juli, Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.spiegel.de/international/0,1518,446353,00.html> .
- Bankston, Kevin (2009). "Facebook's New Privacy Changes: The Good, The Bad, and The Ugly". *Electronic Frontier Foundation*, 9. Dezember, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.eff.org/deeplinks/2009/12/facebooks-new-privacy-changes-good-bad-and-ugly> .
- Bartle, Richard A. (2004). *Designing Virtual Worlds*. United States: New Riders.
- Beck, Ulrich (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Beer, David (2008). "Social network(ing) sites.revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (2), S. 516-529.
- Black, Jane (2004, 20. Februar). "The Perils and Promise of Online Schmoozing". *Business Week*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://www.businessweek.com/technology/content/feb2004/tc20040220_3260_tc073.htm .
- Blumer, Herbert (1998). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Los Angeles/Berkeley: University, (Orig. New Jersey: Prentice-Hall 1969).

- Bos, Nathan. et al. (2002). "Effects of four computer-mediated communications channels on trust development". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves*. New York: ACM, S. 135-140.
- Bourdieu, Pierre (1976). *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyllischen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- boyd, danah m. (2001). "Sexing the Internet: Reflections on the Role of Identification in Online Communities". *Sexualities, Medias, Technologies*, University of Surrey, 21.-22. Juni. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.danah.org/papers/SexingTheInternet.conference.pdf>.
- boyd, danah m. (2002). "Faceted Id/entity: Managing Representation in a Digital World". Master's Thesis. Cambridge: MIT. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://smg.media.mit.edu/people/danah/thesis/danahThesis.pdf>.
- boyd, danah m. (2006). "Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites". *First Monday*, 11(12). Zugriff am 23. April 2010 unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>.
- boyd, danah m. (2007a). "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life". Buckingham, David (Hg.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning: Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge: MIT Press, S. 119-142.
- boyd, danah m. (2007b). "Viewing American class divisions through Facebook and MySpace." *Apophenia Blog Essay*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html>.
- boyd, danah m. (2007c). "Social Network Sites: Public, Private, or What?" *Knowledge Tree*. Zugriff am 25. April unter http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28.
- boyd, danah m. (2008a). "Understanding Socio-Technical Phenomena in a Web2.0 Era". *MSR New England Lab Opening*, Cambridge, 22. September. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.danah.org/papers/talks/MSR-NE-2008.html>.
- boyd, danah m. (2008b). "Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics". Diss. University of California.
- boyd, danah m. (2008c). "Teen Socialization Practices in Networked Publics". *MacArthur Forum*, Palo Alto, California, 23. April. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.danah.org/papers/talks/MacArthur2008.html>.

- boyd, danah m. (2008d). "None of this is Real: Identity and Participation in Friendster". Karaganis, Joe (Hg.). *Structures of Participation*. New York: Social Science Research Council, S. 132-157.
- boyd, danah m. (2008e). "Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), S. 13-20. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.danah.org/papers/FacebookPrivacyTrainwreck.pdf>.
- boyd, danah m. (2009). "Friendship". Ito, Mizuko et al. (Hg.) *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, Digital Youth: Kids' Informal Learning with Digital Media: An Ethnographic Investigation of Innovative Knowledge Cultures, Cambridge: MIT Press. Zugriff am 24. April 2010 unter <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/book-friendship>.
- boyd, danah m. & Ellison, Nicole B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Indiana: University, S. 210-230.
- boyd, danah m. & Heer, Jeffrey (2006). "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster". *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences*. Washington D.C.: IEEE. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf>.
- Brandstetter, Sabine (2008). "Wie MySpace & Co. die Karriere gefährden". *Die Presse*, 24. September, Zugriff am 11. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/bildung/unilive/416782/index.do?from=suche.intern.portal>.
- Brandtzæg, Petter B. & Heim, Jan (2007). "User loyalty and online communities: why members of online communities are not faithful". *Proceedings of the 2nd international conference on intelligent technologies for interactive entertainment*. Brüssel: ICST, S. 1-10.
- "Bug: Alle Mail-Adressen bei Facebook einsehbar" (2010). *Winfuture*, 31. März, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://winfuture.de/news,54550.html>.
- Bulik, Beth S. (2009). "What Your Favorite Social Network Says About You". *Advertising Age*. Zugriff am 25. April 2010 unter http://adage.com/digital/article?article_id=137792.
- Burgess, Jean & Green, Joshua (2009). "The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture Beyond the Professional-Amateur Divide". Snickers, Pelle & Vonderau, Patrick (Hg.). *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library, S. 89-107.
- Burgoon, J.K. et al. (1989). "Maintaining and restoring privacy through communication in different types of relationship". *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(2), S. 131-158.

- Burkart, Roland (2002). *Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. 4. Auflage, Wien/Köln/Weimar: Böhlau.
- “Cartoon Captures Spirit of the Internet” (2000). *The New York Times*, 14. Dezember, Zugriff am 21. April 2010 unter <http://www.nytimes.com/2000/12/14/technology/14DOGG.html?pagewanted=1&ei=5070&en=f0518aafeccf36fd&ex=1183089600> .
- CgsMusicVideos (2009). “MySpace Angle Whore Song”. *YouTube*. Zugriff am 22. April unter <http://www.youtube.com/watch?v=HjRxZXlooK0> .
- Chun, Hyunwoo et al. (2008). “Comparison of Online Social Relations in Terms of Volume vs. Interaction: A Case Study of Cyworld”. *Proceedings of the 8th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement*. New York: ACM, S. 57-70.
- Conley, Chris (2009). “Quiz: What Do Facebook Quizzes Know About You?”. *ACLU of Northern California*, 11. Juni, Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://www.aclunc.org/issues/technology/blog/quiz_what_do_facebook_quizzes_know_about_you.shtml .
- Consolvo, Sunny et al. (2005). “Location Disclosure to Social Relations: Why, When, & What People Want to Share”. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 81-90.
- Conti, Gregory & Sobiesk, Edward (2007). “An Honest Man Has Nothing to Fear: User Perceptions on Web-based Information Disclosure”. *Proceedings of the 3rd symposium on Usable privacy and security*. New York: ACM, S. 112-121.
- Daniels, Dieter (2002). *Kunst als Sendung: Von der Telegrafie zum Internet*. München: Beck.
- Donath, Judith (2007). “Signals in social supernets”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Artikel 12. Zugriff am 23. April 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html> .
- Donath, Judith & boyd, danah m. (2004). “Public displays of connection”. *BT Technology Journal*, 22(4). S. 71-82, Zugriff am 12. Oktober 2010 unter <http://www.danah.org/papers/PublicDisplays.pdf> .
- Döring, Nicola (2002). “Personal Home Pages on the Web: A Review of Research”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7 (3), Zugriff am 23. April 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html> .
- Döring, Nicola (2008). “Psychische Folgen der Internetnutzung”. *Aus Politik und Zeitgeschichte: Neue Medien, Internet, Kommunikation*, 39, Zugriff am 12. Oktober 2010 unter http://www.bpb.de/publikationen/ROLC82,0,0,Psychische_Folgen_der_Internetnutzung.html#art0 .

Dörken-Kucharz, Thomas & Aufenanger, Stefan (2008). *Medienkompetenz: Zauberwort und Leerformel des Jugendmedienschutzes?* Baden: Nomos.

Dwyer, Catherine/Hiltz, Starr R. & Passerini, Katia (2007). "Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace". *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*, Keystone, 9.-12. August, Zugriff am 20. April 2010 unter <http://csis.pace.edu/~dwyer/research/DwyerAM CIS2007.pdf>.

Ellison, Nicole/Heino, Rebecca & Gibbs, Jennifer (2006). "Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11. Zugriff am 20. April 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>.

Ellison, Nicole/Steinfeld, Charles & Lampe, Cliff (2006). "Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook". *Annual Conference of the International Communication Association*, Dresden, Zugriff am 12. Oktober 2010 unter <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.85.5541&rep=rep1&type=pdf>.

Ellison, Nicole B./Steinfeld, Charles & Lampe, Cliff (2007). "The benefits of Facebook 'friends': Social capital and college students' use of online social network sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), S. 1143-1168, Zugriff am 12. Oktober 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>.

Erikson, Erik H. (1970). *Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel*. Stuttgart: Klett, (Orig. *Identity. Youth and Crisis*. 1968).

Erikson, Erik H. (1973). *Identität und Lebenszyklus: Drei Aufsätze*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. *Identity and the Life Cycle*. 1959).

Evans, David C./Gosling, Samuel D. & Carroll, Anthony (2008). "What Elements of an Online Social Networking Profile Predict Target- Rater Agreement in Personality Impressions?" *International Conference on Weblogs and Social Media*, Seattle, 30. März-2. April, Zugriff am 12. Oktober 2010 unter http://psychster.com/library/EvansGoslingCarroll_ICWSM08.pdf.

Facebook (2010). Zugriff am 21. April 2010 unter www.facebook.com.

"Facebook: Chefs prüfen Bewerber in sozialen Netzwerken" (2009). *Zeit Online*, 21. August, Zugriff am 30. April 2010 unter <http://www.zeit.de/online/2009/35/Firmen-Bewerber-Internet>.

"Facebook und Co: Horte für Narzissten und Selbstdarsteller" (2009). *Der Standard*, 29. August, Zugriff am 23. April 2010 unter <http://derstandard.at/1250691536692/Web-20-Facebook-und-Co-Horte-fuer-Narzisst-und-Selbstdarsteller>.

“F.A.Q.” (2010). *Epos4*. Zugriff am 21. Februar 2010 unter <http://www.epos4.at>.

Felt, Adrienne et al. (2008). “Talking to Strangers Without Taking Their Candy: Isolating Proxied Content”. *Proceedings of the 1st Workshop on Social Network Systems*. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter http://www.cs.virginia.edu/felt/secure_mashups.pdf.

Ferebee, Susan S. & Davis, James W. (2009). “Factors that Persuade Continued Use of Facebook among New Members”. *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*, Artikel 35, New York: ACM, S. 1-8.

Franck, Georg (1998). *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.

Fraunhofer-Institut für Sichere Informationstechnologie (2008). *Privatsphärenschutz in Soziale-Netzwerke- Plattformen*. Zugriff am 29. April 2010 unter http://www.sit.fraunhofer.de/Images/SocNetStudie_Deu_Final_tcm105-132111.pdf.

Friedemann, Mattern (2001). “Ubiquitous Computing: Der Trend zur Informatisierung und Vernetzung aller Dinge”. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.vs.inf.ethz.ch/publ/papers/Internetkongress.pdf>.

Gahleitner, Silke-Birgitta (2005). “Doppelt hinschauen: Die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring als Instrument für die Gender-Forschung am Beispiel einer Untersuchung zu geschlechtsspezifischen Aspekten sexueller Gewaltforschung”. Mayring, Philipp & Gläser-Zikunda, Michaela (Hg.). *Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse*. Weinheim, Basel: Beltz, S. 222-234.

Garreau, Joel (2008). “Friends Indeed? As We Click With More Pals Online, The Idea of Friendship Multiplies”. *The Washington Post*, 20. April, Zugriff am 23. April 2010 unter <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/04/18/AR2008041800736.html>.

Gibson, Robert (2007). “Who’s Really in Your Top 8: Network Security in the Age of Social Networking”. *Proceedings of the 35th annual ACM SIGUCCS conference on User services*. New York: ACM, S. 131-134.

Gilbert, Eric & Karahalios, Karrie (2009). “Predicting Tie Strength With Social Media”. *Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 211-220.

Gilbert, Eric/Karahalios, Karrie & Sandvig, Christian (2008). “The Network in the Garden: An Empirical Analysis of Social Media in Rural Life”. *Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 1603-1612.

Glaser, Barney & Strauss, Anselm (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.

- Goffman, Erving (1971). *Interaktionsrituale: Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1990). *Stigma. Notes on the Management of the Spoiled Identity*. London: Penguin, (Orig. New Jersey: Prentice-Hall 1963).
- Goffman, Erving (2003). *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper, (Orig. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday 1959).
- Gosling, Samuel D./Gaddis, Sam & Vazire, Simine (2007). "Personality Impressions Based on Facebook Profiles". *International Conference on Weblogs and Social Media*, Boulder, USA, 26-28. März, Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.icwsm.org/papers/3--Gosling-Gaddis-Vazire.pdf>.
- Granovetter, Mark (1983). "The strength of weak ties: A network theory revisited." *Sociological Theory*, 1, Stony Brook: University, S. 201-233.
- Gross, Elisheva F. (2004). "Adolescent Internet use: What we expect, what teens report". *Applied Developmental Psychology*, 25(6), Amsterdam: Elsevier S. 633-649.
- Grossfurtner, Christof (2008). "Entscheidungen zu Selbstveröffentlichungshandlungen auf Social Network Sites". Dipl. Universität Wien.
- Guy, Ido et al. (2008). "Harvesting with SONAR - The Value of Aggregating Social Network Information". *Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 1017-1026.
- Haas, Sabine et al. (2007). "Web 2.0: Nutzung und Nutzertypen". *Media Perspektiven*, 4, Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.media-perspektiven.de/uploads/%20tx_mppublications/04-2007_Haas.pdf.
- Habermas, Jürgen (1973). "Stichworte zur Theorie der Sozialisation". *Kultur und Kritik. Verstreute Aufsätze*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. 1968).
- Habermas, Jürgen (1990). *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. Neuwied: Luchterhand 1962).
- Hart, Jennefer et. al. (2008). "Exploring the Facebook Experience: A New Approach to Usability". *Proceedings of the 5th Nordic conference on Human-computer interaction*. New York: ACM, S. 471-474.
- Hass, Nancy (2006). "In Your Facebook.com". *The New York Times*, 8. Jänner, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.nytimes.com/2006/01/08/education/edlife/facebook.html?pagewanted=2>.

- Haythornthwaite, Caroline (2005). "Social Networks and Internet Connectivity Effects". *Information, Communication & Society*, 8(2), London: Routledge, S. 125-147.
- He, Ray C. (2010). "New Privacy Controls for Your Applications". *The Facebook Blog*, 17. Februar, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://blog.facebook.com/blog.php?post=311056167130>.
- Helle, Horst J. (2001). *Theorie der symbolischen Interaktion: ein Beitrag zum verstehenden Ansatz in Soziologie und Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Westdt.
- Hewitt, Anne & Forte, Andrea (2006). "Crossing Boundaries: Identity Management and Student/Faculty Relationships on the Facebook". CSCW'06. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.andreaforte.net/HewittForteCSCWPoster2006.pdf>.
- Hodge, Matthew J. (2006). "The Fourth Amendment and privacy issues on the "new" internet: Facebook.com and MySpace.com". *Southern Illinois University Law Journal*, 31, Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.law.siu.edu/research/31fallpdf/fourthamendment.pdf>.
- Hoffman, Donna L./Novak, Thomas P. & Peralta, Marcos (1999). "Building consumer trust online". *Communications of the ACM*, 42(4), New York: ACM, S. 82-85.
- Holmes, Elizabeth (2006). "On MySpace Millions of Users Make 'Friends' With Ads". *The Wall Street Journal*, 7. August, Zugriff am 30. April 2010 unter <http://pdfind.com/wsocom-on-myspace-millions-of/>.
- Horn, Sebastian (2007). "Facebook: Virtueller Nebenschauplatz der Gegenwart". *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 19 (N.F. 7) 3, Göttingen: Hogrefe, S. 126-129.
- Howard, Bill (2008). "Analyzing Online Social Networks". *Communications of the ACM*, 51(11), New York: ACM, S. 14-16.
- Hui, Pan & Buchegger, Sonja (2009). "Groupthink and Peer Pressure: Social Influence in Online Social Network Groups". In *Proceeding International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*, Athen, 20-22. Juli, Los Alamitos: IEEE, S. 53-59.
- Huizinga, Johan (1987). *Homo Ludens: Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Reinbek: Rowohlt, (Orig. 1938).
- Jagatic, Tom N. et al. (2007). "Social Phishing". *Communications of the ACM*, 50(10), New York: ACM, S. 94-100.
- Java, Akshay et al. (2007). "Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities". *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis*. New York: ACM, S. 56-65.

- Jenkins, Henry et al. (2005). "Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century". Zugriff am 20. April 2010 unter <http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>.
- Johnson, Carolyn Y. (2009). "Project 'Gaydar': At MIT, an experiment identifies which students are gay, raising new questions about online privacy". *The Boston Globe*, 20. September, Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.boston.com/bostonglobe/ideas/articles/2009/09/20/project_gaydar_an_mit_experiment_raises_new_questions_about_online_privacy/.
- Joinson, Adam N. (2008). "'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and Uses of Facebook". *CHI '08: Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 1027-1036.
- Joinson, Adam N. & Paine, Carina, B. (2006). "Self-disclosure, Privacy and the Internet". *CHI '06 extended abstracts on Human factors in computing systems*. Zugriff am 11. Oktober 2010 unter people.bath.ac.uk/aj266/pubs_pdf/joinson_et_al_in%20review.pdf.
- Keen, Andrew** (2008). *Die Stunde der Stümper: Wie wir im Internet unsere Kultur zerstören*. München: Hanser, (Orig. *The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture*. 2007).
- Kelly, Kevin (2005). "We Are the Web". *Wired*, 13. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.wired.com/wired/archive/13.08/tech.html?pg=3&topic=tech&topic_set=.
- Korolova et al. (2008). "Link Privacy in Social Networks". *Proceeding of the 17th ACM conference on Information and knowledge management*. New York: ACM, S. 289-298.
- Krämer, Nicole, C. & Winter, Stephan (2008). "Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites". *Journal of Media Psychology*, Volume 20(3), Göttingen: Hogrefe, S. 106–116.
- Krappmann, Lothar (2000). *Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Krishnamurthy, Balachander/Gill, Phillipa & Arlitt, Martin (2008). "A Few Chirps About Twitter". *Proceedings of the first workshop on Online social networks*. New York: ACM, S. 19-24.
- Krishnamurthy, Balachander & Wills, Craig E. (2008). "Characterizing Privacy in Online Social Networks". *Proceedings of the first workshop on Online social networks*. New York: ACM, S. 37-42.

- Krotoski, Aleks (2007, 15. November). "Playing Games with Facebook: the Future of Virtual Worlds". *The Guardian*. Zugriff am 23. April 2010 unter <http://www.guardian.co.uk/technology/gamesblog/2007/nov/15/playinggameswithfacebookth>.
- Kumar, Ravi/Novak, Jasmine & Tomkins, Andrew (2006). "Structure and Evolution of Online Social Networks". *Proceedings of the 12th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining*. New York: ACM, S. 611-617.
- Kümmerl, Alexandra (2003). "Kommunikation im Internet. Neue Möglichkeiten für sozial unsichere Kinder und Jugendliche". Diss. Universität Wien.
- Kwasny, Michelle N. et al. (2008). "Privacy and Technology: Folk Definitions and Perspectives". *CHI '08 extended abstracts on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 3291-3296.
- Lamnek, Siegfried (2005). *Qualitative Sozialforschung*. 4. Auflage, Weinheim/Basel: Beltz.
- Lampe, Cliff/Ellison, Nicole & Steinfield, Charles (2006). "A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing". *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*. New York: ACM, S. 167-170.
- Lampe, Cliff/Ellison, Nicole & Steinfield, Charles (2007). "A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 435-444.
- Lampe, Cliff/Ellison, Nicole B. & Steinfield Charles (2008). "Changes in Use and Perception of Facebook". *Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work*. New York: ACM, S. 721-730.
- Landler, Clara (2009). "Im Profil: Das Profil als interaktive Praxis und dynamische Repräsentation der Kommunikation im Web 2.0". Dipl. Universität Wien.
- Lawrence, Helen (2009). "Bebo". *Social Media Statistics*. Zugriff am 21. April 2010 unter <http://socialmediastatistics.wikidot.com/bebo>.
- Lederer, Scott/Mankoff, Jennifer & Dey, Anind K. (2003). "Who Wants to Know What When? Privacy Preference Determinants in Ubiquitous Computing". *CHI '03 extended abstracts on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 724-725.
- Lee, Yu-Wei/Chen, Fei-Ching & Jiang, Huo-Ming (2006). "Lurking as Participation: A Community Perspective on Lurkers' Identity and Negotiability". *Proceedings of the 7th international conference on Learning sciences*. New York: ACM, S. 404-410.

- Leithäuser, Thomas & Volmerg, Birgit (1988). *Psychoanalyse in der Sozialforschung. Eine Einführung am Beispiel einer Sozialpsychologie der Arbeit*. Opladen: Westdt.
- Leitner, Michael/Wolkerstorfer, Peter & Tscheligi, Manfred (2008). "How Online Communities Support Human Values". *Proceedings of the 5th Nordic conference on Human-computer interaction: building bridges*. New York: ACM, S. 503-506.
- Lenhart, Amanda & Madden, Mary (2007). "Teens, Privacy & Online Social Networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace". *PEW Internet Report: Teens, Social Networking, Identity, Safety*. Zugriff am 22. April unter http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf.
- Levy, James (2007). "Opinion: The real reason schools need Facebook". *eLearn Magazine*, 2007(12). Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1361061>.
- Lipford, Heather R./Besmer, Andrew & Watson Jason (2008). "Understanding privacy settings in facebook with an audience view". *Proceedings of the 1st Conference on Usability, Psychology, and Security*. Berkeley: USENIX, Zugriff am 12. Oktober 2010 unter http://www.usenix.org/event/upsec08/tech/full_papers/lipford/lipford.pdf.
- Liu, Hugo & Maes, Pattie (2005). "InterestMap: Harvesting Social Network Profiles for Recommendations". *Workshop: Beyond Personalization*. San Diego, S. 54-59.
- Lorenzer, Alfred (1970). *Kritik des psychoanalytischen Symbolbegriffs*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Lovink, Geert (2007). *Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture*. New York: Routledge.
- M**achill, Marcel & Zenker, Martin (2007). *YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? Problemfelder und Nutzung von Videoportalen*. Berlin: Friedrich-Ebert.
- Maia, Marcelo/Almeida, Jussara & Almeida, Virgilio (2008). "Identifying User Behavior in Online Social Networks". *Proceedings of the 1st Workshop on Social Network Systems*. New York: ACM, S. 1-6.
- Manago, Adriana M. et al. (2008). "Self-presentation and gender on MySpace". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), Amsterdam: Elsevier, S. 446-458.
- Marits, Mirjam (2009). "Museumsquartier: Aufruhr um neue Hausordnung". *Die Presse*, 8. Juni, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/panorama/wien/485664/index.do?from=suche.intern.portal>.

- “Mark Zuckerberg entblößt sich für mehr Offenheit” (2009). *Der Standard*, 14. Dezember, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://derstandard.at/1259281813943/Mark-Zuckerberg-entbloesst-sich-fuer-mehr-Offenheit>.
- Marwick, Alice E. (2005). “Selling Your Self: Online Identity in the Age of a Commodified Internet.” MA, University of Washington.
- Marwick, Alice E. (2008). “To catch a predator? The MySpace moral panic”. *First Monday*, 2. Juni, 13(6). Zugriff am 19. April 2010 unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2152/1966>.
- Mayring, Philipp (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. 5. Auflage, Weinheim/Basel: Beltz.
- Mayring, Philipp (2007). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 9. Auflage, Weinheim/Basel: Beltz.
- Mead, George H. (1973). *Geist, Identität und Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. *Mind, Self and Society*, Chicago: University 1934).
- Metzger, Miriam J. (2004). “Privacy, Trust, and Disclosure: Exploring Barriers to Electronic Commerce”. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 9(4), Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue4/metzger.html>.
- Mitchell, Kimberly J./Wolak, Janis & Finkelhor, David (2007). “Trends in Youth Reports of Sexual Solicitations, Harassment and Unwanted Exposure to Pornography on the Internet”. *Journal of Adolescent Health*, 40(2), Amsterdam: Elsevier, S. 116-126.
- Morozov, Evgeny (2009). “The brave new world of slacktivism”. *Foreign Policy*, 19. Mai, Zugriff am 15. Mai 2010 unter http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism.
- Mummendey, Hans D. (1990). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe.
- MySpace (2010). Zugriff am 21. Februar 2010 unter www.myspace.com.
- “MySpace für Prolos, Facebook für Popper” (2007). *ORF Futurezone*, 25. Juni, Zugriff am 24. April 2010 unter <http://futurezone.orf.at/stories/202665/>.
- Näser, Torsten (2008). “Authentizität 2.0: Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ‚Echtheit‘ im Videoportal YouTube”. *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 9, Beitrag 2. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2_2008_Naaser.pdf.

- Obremski, Collin (2008). "The Interplay of Real Life and Facebook in Defining Interpersonal Romantic Relationships". *collino.net*. Zugriff am 23. April 2010 unter <http://www.collino.net/wp-content/uploads/2010/01/Collin-Obremski-The-Interplay-of-Real-Life-and-Facebook.pdf>.
- Oevermann, Ulrich (1973). *Sprache und soziale Herkunft. Ein Beitrag zur Analyse schichtenspezifischer Sozialisationsprozesse und ihrer Bedeutung für den Schulerfolg*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, (Orig. 1972).
- O'Reilly, Tim (2005). "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software". *O'Reilly*, 30. September, Zugriff am 21. April 2010 unter <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Palen, Leysia & Dourish, Paul (2003). "Unpacking 'Privacy' for a Networked World". *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 129-136.
- Palfrey, John & Gasser, Urs (2008). *Born Digital: understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic.
- Parr, Ben (2010). "Facebook Turns to the Crowd to Eradicate Offensive Content". *Mashable*, 4. Jänner, Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://mashable.com/2010/01/04/facebook-community-council/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Mashable+%28Mashable%29.
- Paulischin, Kathrin A. (2008). "Mediaanthropology@work: social software und soziale online Netzwerke im Web 2.0. Eine ethnographische Untersuchung im studiVZ". Dipl. Universität Wien.
- Pearson, Erika (2009). "All the World Wide Web's a stage: The performance of identity in online social networks". *First Monday*, 14(3). Zugriff am 24. April 2010 unter <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2162/2127>.
- Penzenauer, Teresa (2009). "Chancen und Risiken der jugendlichen Internetnutzung: unter Berücksichtigung der Internetviel- und Internetwenignutzung". Dipl. Universität Wien.
- Perry, Stephanie (2006). "Can facebook lead to your arrest? Police are using the popular website to investigate criminal activity". *The Daily Free Press*, 25. Jänner, Boston University. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.dailyfreepress.com/news/can-facebook-lead-to-your-arrest-1.924940>.
- Peters, Kathrin & Seier, Andrea (2009). "Home Dance: Mediacy and Aesthetics of the Self on YouTube". Snickers, Pelle & Vonderau, Patrick (Hg.). *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library, S. 187-203.

- Pethes, Nicolas (2001). "Der Test des großen Bruders: Menschenexperiment Massenmedium". Keck, Annette & Pethes, Nicolas (Hg.). *Mediale Anatomien. Menschenbilder als Medienprojektionen*. Bielefeld: Transcript, S. 351-372.
- Petsch, Barbara (2009). "Lasst uns träumen". Interview mit Rudolf Simek, *Die Presse am Sonntag*, 20. Dezember, Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://diepresse.com/home/kultur/literatur/529226/index.do?from=suche.intern.portal>.
- Platon (ohne Jahr). *Phaidros oder Vom Schönen*. übertragen und eingeleitet von Kurt Hildebrandt. Stuttgart: Reclam. Zugriff am 19. April 2010 unter http://www.peter-matussek.de/Leh/V_08_Material/V_08_M_01/Phaidros_Dialog.pdf.
- Plessner, Helmuth (1960). *Das Problem der Öffentlichkeit und die Idee der Entfremdung. Göttinger Universitätsreden*, 28, Göttingen: Vandenhoeck.
- Ploderer, Bernd/Howard, Steve & Thomas, Peter (2008). "Being Online, Living Offline: The Influence of Social Ties over the Appropriation of Social Network Sites". *Proceedings of the ACM 2008 conference on Computer supported cooperative work*. New York: ACM, S. 333-342.
- "Press Room" (2010). *Facebook*. Zugriff am 21. April 2010 unter <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>.
- "Press Room" (2010). *MySpace*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.myspace.com/pressroom>.
- "Primates on Facebook: Even online, the neocortex is the limit" (2009, 26. Februar). *The Economist*. Zugriff am 6. Juli 2009 unter http://www.economist.com/sciencetechnology/PrinterFriendly.cfm?story_id=13176775.
- Rafaeli, Sheizaf/Ravid, Gilad & Soroka, Vladimir (2004). "De-lurking in virtual communities: a social communication network approach to measuring the effects of social and cultural capital". *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*. Washington D.C.: IEEE, S. 70203.
- Rao, Valentina (2008). "Facebook Applications and Playful Mood: the Construction of Facebook as a 'Third Place'". *Proceedings of the 12th international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era*. New York: ACM, S. 8-12.
- raze7ds (2006). "Star Wars Kid". *YouTube*, 15. Jänner, Zugriff am 30. April 2010 unter <http://www.youtube.com/watch?v=HPPj6viIBmU>.
- Reedy, Sarah (2008). "From MySpace to the office space". *Connected Planet Online*, 16. Juni, Zugriff am 21. April 2010 unter http://connectedplanetonline.com/ims/news/telecom_myspace_office_space/index.html.

- Reichert, Ramón (2008). *Amateurs im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web2.0*. Bielefeld: Transcript.
- Reisinger, Don (2009). "Hundreds of Facebook groups hijacked". *CNET*, 10. November, Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://news.cnet.com/8301-17939_109-10394058-2.html.
- Resnick, Paul (2001). "Beyond Bowling Together: SocioTechnical Capital". Carroll, John. (Hg.). *HCI in the New Millennium*. Reading: Addison-Wesley. Zugriff am 24. April 2010 unter <http://presnick.people.si.umich.edu/papers/stk/ResnickSTK.pdf>.
- Richard, Birgit (2008). "Art 2.0: Kunst aus der YouTube! Bildguerilla und Medienmeister". Richard, Birgit & Ruhl, Alexander (Hg.). *Konsumguerilla. Widerstand gegen Massenkultur*. Frankfurt/Main: Campus, S. 225-246.
- Richter, Alexander/Koch, Michael (2007). "Social Software: Status quo und Zukunft". Technischer Bericht Nr. 2007-01, Universität der Bundeswehr München. Zugriff am 17. September 2009 unter http://www.unibw.de/wow5_3/forschung/social_software/,
- Romano, Andrew (2006). "Walking a New Beat: Surfing MySpace.com helps cops crack the case." *Newsweek*, 24. April, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.newsweek.com/id/47100>.
- Rosenblum, David (2007). "What Anyone Can Know: The Privacy Risks of Social Networking Sites". *IEEE Security and Privacy*, 5(3), Washington: IEEE, S. 40-49.
- Röttgers, Janko (2009). "MySpace als 'Ghetto der digitalen Gesellschaft'". *ORF Futurezone*, 22. September, Zugriff am 24. April 2010 unter <http://futurezone.orf.at/stories/1627828/>.
- Sas, Corina et al. (2009a). "Emotional Experience on Facebook Site". *Proceedings of the 27th international conference extended abstracts on Human factors in computing systems*. New York: ACM, S. 4345-4350.
- Sas, Corina et al. (2009b). "Dramaturgical Capitalization of Positive Emotions: The Answer for Facebook Success?". *Proceedings of the 2009 British Computer Society Conference on Human-Computer Interaction*. Swinton: British Computer Society, S. 120-129.
- Schaefferberger, Michael (2010). "Chancen und Gefahren von Online Communities, quantitative Ergebnisse: Studie über die Nutzung von Online Communities durch Kinder und Jugendliche in Österreich". *Saferinternet.at/Jugendkultur.at*, Institut für Jugendkulturforschung. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.saferinternet.at/fileadmin/files/Online_Communities_Studie/Ergebnisse_Safer_Internet_Quantitativ_Ultimativ.pdf.

- Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid & Hasebrink, Uwe (Hg.) (2009).
 “Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0 -Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen”. Kurzfassung des Endberichts, Universität Hamburg/Salzburg. Zugriff am 25. April 2010 unter http://www.lfm-nrw.de/downloads/zusammenfassung_socialweb.pdf .
- Schorb, Bernd et al. (2009). “Videoplattformen-Report 2009: YouTube und Co. – neue Medienräume Jugendlicher”. *MeMo_VP09 Medienkonvergenz Monitoring*. Universität Leipzig. Zugriff am 23. April 2010 unter http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_VP09.pdf .
- Schrock, Andrew & boyd, danah m. (2008). “Online Threats to Youth: Solicitation, Harassment, and Problematic Content”. *Enhancing Child Safety & Online Technologies: Final Report of the Internet Safety Technical Task Force*. Durham: Carolina Academic Press, S. 73-145.
- “SchülerVZ: Hacker sammelte Daten Minderjähriger” (2009). *Die Presse*, 19. Oktober, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/techscience/internet/sicherheit/515994/index.do>.
- Schulmeister, Rolf (2009). *Gibt es eine “Net Generation”?* Hamburg: Universität. Zugriff am 21. April 2010 unter http://www.zhw.uni-hamburg.de/uploads/schulmeister_net-generation_v3.pdf .
- Schwarz, Christoph (2009). “Die Tücken der Onlinerevolution”. *Die Presse*, 23. Oktober, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://diepresse.com/home/techscience/hightech/517218/index.do?from=suche.intern.portal> .
- Sege, Irene (2005). “Where everybody knows your name: On campus, thefacebook is turning clicks into cliques”. *The Boston Globe*, 27. April, Zugriff am 24. April 2010 unter http://www.boston.com/news/globe/living/articles/2005/04/27/where_everybody_knows_your_name/?page=1 .
- Sessions, Lauren F. (2009). “‘You Looked Better on MySpace’: Deception and authenticity on Web 2.0”. *First Monday*, 14(7). Zugriff am 22. April unter <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2539/2242> .
- Shreve, Jenn (2006). “MySpace Faces a Perp Problem”. *Wired*, 18. April, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2006/04/70675> .
- Siibak, Andra (2009). “Constructing the Self through the Photo selection: Visual Impression Management on Social Networking Websites”. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1). Zugriff am 21. April 2010 unter <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1> .
- Simanowski, Roberto (2008). *Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft: Kultur - Kunst - Utopien*. Reinbek: Rowohlt.

- Simpson, Andrew (2008). "On the need for user-defined fine-grained access control policies for social networking applications". *Proceedings of the workshop on Security in Opportunistic and Social networks*, New York: ACM, S. 1-8.
- Smith, Aaron (2007). "Data Memo". *PEW Internet: Teens and Online Stranger Contact*. Zugriff am 30. April 2010 unter http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Stranger_Contact_Data_Memo.pdf.
- "Statement of Rights and Responsibilities" (2010). *Facebook*. Zugriff am 31. März 2010 unter <http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf>.
- "Statistiken" (2010). *Netlog*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://de.netlog.com/go/about/statistics>.
- Stecher, Kristin & Counts, Scott (2008). "Thin Slices of Online Profile Attributes". *International Conference on Weblogs and Social Media*, Seattle, USA, 30. März-2. April, Zugriff am 30. April 2010 unter http://students.washington.edu/stech/ICWSM_ThinSlices.pdf.
- Steinfeld, Charles/Ellison, Nicole B. & Lampe, Cliff (2008). "Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, S. 434-445.
- Steinhardt, Gerald (1989). "G.H. Meads Theorie symbolvermittelter Interaktion: Ein interaktionstheoretischer Ansatz der Identitätsbildung". Hackl, B. (Hg.). *Funktionieren oder Handeln: Grundlagen emanzipatorischer Erziehung und Bildung*, I. (Schulheft 54). Wien/München, S. 107-118.
- Steinhardt, Gerald (2002). "Das Subjekt im Netz: Identität und Kommunikation im Zeitalter des Internet". *Psychosozial*, 25. Jg, Heft III, Nr. 89, Gießen: Psychosozial, S. 27-46.
- Sterbik-Lamina, Jaro/Peissl, Walter & Cas, Johann (2009). *Privatsphäre 2.0: Beeinträchtigung der Privatsphäre in Österreich. Neue Herausforderungen für den Datenschutz*, ITA-Projektberichte, Wien. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://epub.oeaw.ac.at/ita/ita-projektberichte/d2-2a53.pdf>.
- Strano, Michele M. (2008). "User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2), Artikel 5, Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402>.
- Strater, Katherine & Richter, Heather (2007). "Examining Privacy and Disclosure in a Social Networking Community". *Proceedings of the 3rd symposium on Usable privacy and security*. New York: ACM, S. 157-158.

- Strater, Katherine & Lipford, Heather R. (2008). "Strategies and Struggles with Privacy in an Online Social Networking Community". *Proceedings of the 22nd British HCI Group Annual Conference on HCI 2008: People and Computers XXII: Culture, Creativity, Interaction*. Swinton: British Computer Society, S. 111-119.
- Stryker, Sheldon (1976). "Die Theorie des Symbolischen Interaktionismus". Auwärter, Manfred/Kirsch, Edith & Schröter, Manfred (Hg.). *Seminar: Kommunikation, Interaktion, Identität*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 257-274.
- StudiVZ (2010). Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.studivz.net>.
- Subrahmanyam, Kaveri et al. (2008). "Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), Amsterdam: Elsevier, S. 420-433.
- Subrahmanyam, Kaveri & Greenfield, Patricia (2008). "Online Communication and Adolescent Relationships". *The Future of Children*, 18(1), Zugriff am 11. Oktober 2010 unter http://futureofchildren.org/futureofchildren/publications/docs/18_01_FullJournal.pdf, S. 119-146.
- Subrahmanyam, Kaveri/Greenfield, Patricia M. & Tynes, Brendesha (2004). "Constructing sexuality and identity in an online teen chat room". *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25(6), Amsterdam: Elsevier, S. 651-666.
- Sunnerstam, Maria & Eriksson, Thommy (2008). "The next step in social networking software: the global coffee machine". *Proceedings of the 3rd international conference on Digital Interactive Media in Entertainment and Arts*. New York: ACM, S. 504-505.
- Thomas, Angela (2007). *Youth Online: Identity and Literacy in the Digital Age*. New York: Lang.
- Tillmann, Angela (2008). *Identitätsspielraum Internet: Lernprozesse und Selbstbildungspraktiken von Mädchen und jungen Frauen in der virtuellen Welt*. Weinheim/München: Juventa.
- Treese, Win (2008). "Social Network? Which One?" *netWorker*, 12(1), New York: ACM, S. 13-15.
- Turkle, Sherry (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.
- Twenge, Jean M. & Campbell W. Keith (2009). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Simon&Schuster.
- "Über Netlog: Impressum" (2010). *Netlog*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://de.netlog.com/go/about>.

- “Über uns”, (2010). *StudiVZ*. Zugriff am 22. April 2010 unter <http://www.studivz.net/l/press>.
- Valkenburg, Patti M. & Peter, Jochen (2009). “Social Consequences of the Internet for Adolescents A Decade of Research”. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), Amsterdam: Association for Psychological Science, S. 1-5.
- Viswanath, Bimal et al. (2009). “On the Evolution of User Interaction in Facebook”. *Proceedings of the 2nd ACM workshop on Online social networks*. New York: ACM, S. 37-42.
- Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels & Gebel, Christa (2009). “Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher: Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen”. Erster Teil der Studie *Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche*. München: Institut für Medienpädagogik. Zugriff am 1. Mai 2010 unter http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf.
- Walther, Joseph B. et al. (2008). “The Role of Friends’ Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?”. *Human Communication Research*, 34(1), International Communication Society, Zugriff am 11. Oktober 2010 unter https://www.msu.edu/~jwalther/vita/pubs/facebook_hcr.pdf, S. 28-49.
- Wilson, Christo et al. (2009). “User interactions in social networks and their implications”. *Proceedings of the Fourth ACM European conference on Computer Systems*. New York: ACM, S. 205-218.
- Witzel, Andreas (1985). “Das problemzentrierte Interview”. Jüttemann, Gerd (Hg.). *Qualitative Forschung in der Psychologie*, Weinheim/Basel: Beltz, S. 227-255.
- Wolak, Janis et al. (2008). “Online ‘Predators’ And Their Victims: Myths, Realities, And Implications For Prevention And Treatment”. *American Psychologist*, 63(2), Washington D.C.: APA, S. 111-128.
- Wolak, Janis/Mitchell, Kimberly J. & Finkelhor, David (2006). “Online Victimization of Youth: Five Years Later”. *National Center for Missing and Exploited Children Bulletin*. Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://www.unh.edu/ccrc/pdf/CV138.pdf>.
- Wolf, Gary (2009). “Know Thyself: Tracking Every Facet of Life, from Sleep to Mood to Pain, 24/7/365”. *Wired*, 22. Juni, Zugriff am 15. Mai 2010 unter http://www.wired.com/medtech/health/magazine/17-07/lbnp_knowthyself?currentPage=1.
- Zarghooni, Sasan (2007). “A Study of Self-Presentation in Light of Facebook”. Bakk. University of Oslo.

Zhao, Shanyang/Grasmuck, Sherri & Martin, Jason (2008). "Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships". *Computers in Human Behavior*, 24(5), Amsterdam: Elsevier, S. 1816-1836.

Zinman, Aaron & Donath, Judith (2007). "Is Britney Spears Spam?". *CEAS 2007: Fourth Conference on Email and Anti-Spam*, Mountain View, 2.-3. August, Zugriff am 11. Oktober 2010 unter <http://smg.media.mit.edu/papers/Zinman/britneyspears.pdf>.

Zuckerberg, Mark (2006). "Calm down. Breathe. We Hear You". *The Facebook Blog*, 6. September, Zugriff am 1. Mai 2010 unter <http://blog.facebook.com/blog.php?post=2208197130>.

Curriculum Vitae



Angaben zur Person

Name	Johannes Burger
Geburtsdatum	15. November 1984
Geburtsort	Horn
Staatsangehörigkeit	Österreich

Ausbildung

1989 - 1994	Volksschule Friedersbach
1999 - 2003	Realgymnasium Zwettl
2003 - 2004	Grundwehrdienst in Allentsteig
SS2004 - WS2007	Universität Wien, Technische Universität Wien: Bakkalaureatsstudium Medieninformatik
WS2007	Erasmus-Mobilitätsprogramm: Cork Institute of Technology, Irland
SS2007 - voraussichtlich	Universität Wien: Diplomstudium
WS2010	Theater-, Film- und Medienwissenschaft
SS2008 - SS2010	Universität Wien: Masterstudium Medieninformatik

Berufserfahrung

WS2010	Corporate Design inkl. Online-Auftritt Firma "Koczeth HiTec Spengler"
SS2008	Unicredit Bank Austria, Freier Dienstvertrag
WS2007	Universität Wien, Fakultät für Informatik: IT-Projekt "Multimedia-Präsentation auf der Studieninformationsmesse BeSt 2008"
SS2005	Netzwerkadministration Volksschule Rieggers

Sprachkenntnisse

Englisch
Latein
Deutsch

Persönliche Fähigkeiten und Interessen

Film, Video, Drehbuch
Design, Layout, Grafik, Typografie
Fotografie, Bildbearbeitung
Gitarre, Literatur, Philosophie
Tennis, Volleyball, Schifahren, Laufen