



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Identity Style – Style Your Identity“
Identitätsstile Jugendlicher und Social Network Sites

Verfasserin

Corina Malicek, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juni 2009

Matrikelnummer:	0306717
Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 066 841
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Betreuerin:	PD Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker

Für meine Eltern,
die mich Schritt für Schritt
erwachsen werden ließen
und mich lehrten

Dimidium facti,
qui coepit, habet:
Sapere aude, incipe!

Inhaltsverzeichnis

VORWORT

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

1.	Einleitung	1
1.1	Erkenntnisinteresse	1
1.2	Forschungsfragen	2
1.3	Aufbau der Arbeit	3
2.	Identität	5
2.1	Identität als Problem	5
2.2	Definition von Identität	6
2.3	Aspekte der Identität	7
2.3.1	Personale und soziale Identität	7
2.3.2	Rolle und Individuum	7
2.3.3	Identifikationsebenen der Identität	8
2.3.4	Identitätskompetenz und Identitätsarbeit	9
2.4	Moderne und Postmoderne	9
2.4.1	Moderne Betrachtung von Identität	9
2.4.2	Postmoderne Betrachtung von Identität	10
2.5	Abschlussbetrachtung von Identität	11
3.	Identitätstheorien	13
3.1	George Herbert Mead	13
3.2	Erving Goffman	14
3.3	Erik H. Erikson	16
3.3.1	Grundpfeiler psychosozialer Krisen	16
3.3.2	Identität und Diffusion	17
3.3.3	Kritikpunkte der Theorie	19
3.4	James E. Marcia	19
3.4.1	Arten des Identitätsstatus	20
3.4.1.1	Erarbeitete Identität	20
3.4.1.2	Moratorium	20
3.4.1.3	Übernommene Identität	21
3.4.1.4	Diffuse Identität	21
3.4.2	Aktuelle Forschungsbefunde bezüglich des Identitätsstatus	22
3.4.3	Kritikpunkte der Theorie	23
3.5	Michael D. Berzonsky	24
3.5.1	Arten der Identitätsstile	25
3.5.1.1	Informationsorientierter Identitätsstil	25
3.5.1.2	Normorientierter Identitätsstil	25
3.5.1.3	Diffus-vermeidend-orientierter Identitätsstil	26
4.	Computervermittelte Kommunikation	29
4.1	Rahmenbedingungen computervermittelter Kommunikation	29
4.2	Theorien zur Medienwahl	31
4.2.1	Rationale Medienwahl	31
4.2.1.1	Theorie der sozialen Präsenz	32
4.2.1.2	Theorie der medialen Reichhaltigkeit	33
4.2.2	Normative Medienwahl	33
4.2.2.1	Theorie der sozialen Beeinflussung	34
4.2.3	Interpersonale Medienwahl	34
4.3	Theorien zu Medienmerkmalen	34
4.3.1	Restriktionsmodell (Kanalreduktionsmodell)	34
4.3.2	Theorie der sozialen Hinweisreize	35

4.4	Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten	35
4.4.1	Theorie der Soziale Informationsverarbeitung	35
4.4.2	Simulation und Imagination	36
4.4.3	Soziale Identität und Deindividuation	36
5.	Identität zwischen On- und Offline	39
5.1	Rahmenbedingungen für Identität im Internet	39
5.2	Forschungsansätze der Identität im Internet	40
5.3	Veränderung bestehender Identitäten	41
5.3.1	Virtuelle Identität	41
5.3.2	Identitäts-Hopping	43
5.3.3	Aktivierung und Akzentuierung von Identität	44
5.4	Fakes und Trolls	44
5.5	Identitätsverlust und Flucht in Schein-Identitäten	45
5.6	Jugendliche im Internet	46
5.6.1	Jugendliche in der Cybermoderne	46
5.6.2	Soziale Vergleichsprozesse im Internet	46
5.6.3	Peergroup und Freundschaft	47
5.6.4	Selbstoffenbahrung im Internet	48
5.7	Anonymität im Internet	49
5.8	Zusammenfassende Betrachtungen	49
6.	Social Network Sites	51
6.1	Soziale Netzwerke und virtuelle Gemeinschaften	51
6.2	Definition Social Network Site	52
6.2.1	Merkmale von Social Network Sites	53
6.2.2	Nutzenaspekte und Nutzungsaspekte	54
6.2.2.1	Identitätsmanagement	55
6.2.2.2	Expertensuche	56
6.2.2.3	Kontextawareness	57
6.2.2.4	Netzwerkawareness	57
6.2.2.5	Kontaktmanagement	58
6.2.2.6	Unterstützung eines gemeinsamen Austauschs	58
6.3	Social Network Site als virtuelle Realität	58
6.4	Social Software	59
6.5	SNS als Forschungsfeld	59
6.6	Jugendliche und SNS	60
6.6.1	Möglichkeiten und Risiken für Jugendliche	62
6.7	Geschichte von SNS	62
6.8	Nutzung von Social Network Sites	62
6.8.1	Nutzertypologien	62
6.8.2	Preisgabe von Informationen	64
6.8.3	Sichtbarkeit und Offenlegung von Daten	64
6.9	Profilname	66
6.10	Profilbild	66
6.11	Freundesliste	67
6.12	SchülerVZ	68
6.12.1	Geschichte von schülerVZ	68
6.12.2	Profilkomponenten	68
7.	Empirische Studie	71
7.1	Hypothesen	71
7.2	Untersuchungsdesign	74
7.2.1	Kategorien und Operationalisierung	74
7.2.1.1	Art und Ausmaß der Selbstdarstellung	74
7.2.1.2	Art und Ausmaß der Nutzung von schülerVZ	75
7.2.1.3	Art und Ausmaß der Informationssuche auf fremden Profilen	76

7.2.1.4	Art und Ausmaß von Gruppenmitgliedschaften	77
7.2.1.5	Identity-Status-Interview (ISI-6G)	77
8.	Auswertungsverfahren und Analyse	79
8.1	Hinweise zur Auswertung	79
8.2	Ergebnisdarstellung	79
8.2.1	Demographische Daten	79
8.2.2	Deskriptive Statistik	80
8.3	Auswertung nach Identitätsstilen	90
8.4	Zusammenfassende Darstellung signifikanter Ergebnisse	96
8.4.1	Dichotome Identitätsstile	96
8.4.2	Identitätsstile nach Kategorien	97
9.	Fazit	99
9.1	Identitätsstil und Selbstdarstellung	99
9.2	Identitätsstil und Art und Ausmaß der Nutzung	100
9.3	Identitätsstil und Informationssuche	101
9.4	Identitätsstil und Gruppenmitgliedschaft	101
9.5	Identitätsstile und Alter	102
9.6	Diskussion und Forschungsstand	103
9.7	Ausblick	104
	ANHANG	
	LITERATURVERZEICHNIS	
	FRAGEBOGEN	
	HÄUFIGKEITSTABELLEN	
	KREUZTABELLEN	
	ABSTRACT	
	LEBENS LAUF	

1. Einleitung

„Das ist der unausweichliche Lauf der Dinge, der den Menschen aus einem von seiner Einbildungskraft verführten in ein lügenhaftes und maskiertes Wesen verwandelt. Nachdem er allen Dingen ein falsches Antlitz verliehen hat, kann er nur mit einer Grimasse oder Maske vor ihnen einhergehen. Er ist heuchlerisch, weil er entfremdet ist“ (Starobinski 1989:25).

1.1 Erkenntnisinteresse

Das Internet hat bereits vor langer Zeit seinen Platz im Alltagsleben von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen erkämpft. Der Trend jedoch, Profile auf Social Networking Seiten zu errichten, hat erst im Verlauf der letzten Jahre ungeahnte Dimensionen angenommen. Es scheint fast, als wären erst gestern die Schreie der Netzkritiker verstummt, die der „Dotcomeuphorie“ einen jähen Untergang prophezeiten und dem Medium Internet nur eine kurze Lebenszeit attestierten. Thiedeke nennt es eine Rückkehr des „Internet-Hype“, eine permanente mediale Präsenz des Themas Internet, vor allem seiner (tatsächlichen und möglichen) gesellschaftlichen Auswirkungen (vgl. ebd. 2008:45). Im Zuge der vorliegenden Magisterarbeit soll weniger der Aspekt der Authentizität der Profile, oder die Gefahr

Im Zuge der vorliegenden Magisterarbeit soll weniger der Aspekt der Authentizität der Profile, der Gefahr der Gewaltverherrlichung, Pornographie (vgl. Arnsperger 2007:o.S.) oder des zur Schau gestellten antisozialen Verhaltens wie etwa durch Drogen- und Alkoholkonsum thematisiert werden, sondern vielmehr die Möglichkeit für Jugendliche, in sensiblen Phasen der Identitätsformation Profile dazu zu nutzen, an ihrer Identität zu arbeiten, zu basteln, sie zu formen und eventuell Aspekte auch abzuändern. Im Bezug auf das Internet wird zu diesem Zweck eine Social Network Site betrachtet, die sich bei Österreichs SchülerInnen großer Beliebtheit erfreut – schülerVZ. Es wird von einem Modell unterschiedlicher Identitätsstile ausgegangen, welches postuliert, dass sich Jugendliche zwischen dem 14 und dem 22. Lebensjahr in einer sensiblen Phase der Identitätskreation befinden, die sich durch ein gewisses Maß an Explorationsverhalten bezüglich möglicher Alternativen, aber auch durch innere Verpflichtung und Krisen auszeichnet. Heranwachsende in sensiblen Entwicklungsphasen setzen sich einem permanenten Vergleich aus – sie vergleichen sich mit Schulkollegen, mit Freunden aus Freizeiteinrichtungen, Schauspielern, Musikern, fremden Personen – kurz mit allen, die sich auf identitätsrelevanten Ebenen zum Vergleich anbieten. Dabei werden Unterschiede zwischen der eigenen Person und den anderen deutlich. Gerade aber bei der Suche nach

der eigenen Identität muss eine Abgrenzung zwischen dem „Selbst“ und „den anderen“ stattfinden, welche sowohl erfolgreich verlaufen (Identität wird herausgebildet), aber auch misslingen (in Form einer Identitätsdiffusion) kann. Es stellt sich nun die vorrangige Frage, wie die Möglichkeiten einer Social Network Site (Selbstdarstellung, Vernetzung, Nutzung, Informationssuche) zur Identitätsarbeit genutzt werden können und auch tatsächlich genutzt werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass Jugendliche unterschiedlicher Identitätsstile sich auch bei der Nutzung der Social Network Sites voneinander unterscheiden werden.

1.2 Forschungsfragen

Im Zuge einer ersten Literaturrecherche wurden vier große Bereiche identifiziert, die im Bezug auf Identität im Internet von großer Relevanz für die Studie sind. Einerseits wird die Selbstpräsentation bzw. die Selbstdarstellung der SchülerInnen auf schülerVZ von Interesse sein und danach gefragt, in welchem Ausmaß sie sich selbst darstellen und welche bzw. wie viele Informationen sie von sich preisgeben. Weiters wird Art und Ausmaß der Nutzung der Social Network Site von Interesse sein. Wie häufig wird das eigene Profil besucht und aktualisiert? Wie lange sind betreffende SchülerInnen bereits registriert und aus welchem Grund haben sie sich dazu entschlossen, ein Profil auf schülerVZ zu erstellen? Social Network Sites zeichnen sich gerade dadurch aus, dass Profile anderer SchülerInnen auch betrachtet werden können. Es wird demnach untersucht, in welchem Ausmaß und aus welchem Grund Profile anderer SchülerInnen besucht werden. Werden Informationen eher gezielt oder wahllos gesucht? Der letzte Themenblock wird sich mit den Gruppenmitgliedschaften beschäftigen und erfragt unter anderem, inwieweit Gruppen als repräsentative Elemente der eigenen Identität betrachtet werden.

Es ergeben sich folgende Forschungsfragen:

- FF1:** Gibt es einen Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und der Art und Ausmaß der Selbstpräsentation bzw. Selbstdarstellung auf schülerVZ?
- FF2:** Gibt es einen Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und Art und Ausmaß Nutzung von schülerVZ?
- FF3:** Gibt es einen Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und Art und Ausmaß der Informationssuche auf fremden Profilen?
- FF4:** Gibt es einen Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und Gruppenmitgliedschaften auf schülerVZ?

1.3 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in folgende Themenkomplexe: Kapitel 2 wird sich explizit mit dem Begriff der Identität beschäftigen und diesen von unterschiedlichen Aspekten her beleuchten, um einerseits eine Operationalisierung für nachfolgende Studie zu schaffen, wie auch das generelle Problem, psychische Konstrukte in der Forschung zu untersuchen, aufzuzeigen. Kapitel 3 bietet einen kursorischen Überblick über die Identitätstheorien von Erik H. Erikson, James E. Marcia und Michael D. Berzonsky, die die Grundlage der Studie bilden. Auch schließt sich hier nahtlos an die Beschreibung der Theorien die Eingliederung in aktuelle Forschungen und Kritikpunkte an. Kapitel 4 beschäftigt sich mit der computervermittelten Kommunikation, welche als Basis der Konstruktion von Identität im Internet betrachtet werden kann. Es werden die Unterschiede zur Face-to-Face-Kommunikation aufgezeigt und die wichtigsten kommunikationswissenschaftlichen Theorien und Modelle der computervermittelten Kommunikation behandelt. Kapitel 5 befasst sich mit dem Konstrukt der Identität im Internet und wagt den Brückenschlag von Online- und Offline-Identitätstheorien, sowie Chancen und Gefahren. Kapitel 6 beleuchtet Definition, Entstehung und Aspekte der Social Network Sites und behandelt im Besonderen auch schülerVZ, welches Untersuchungsgegenstand der anschließenden Studie ist. Mit diesem Kapitel endet auch der theoretische Teil der Arbeit und leitet mit Kapitel 7 die empirische Studie ein, in der die Identitätsstile in Verbindung mit der Social Network Site schülerVZ betrachtet werden. In Kapitel 8 finden sich die Auswertungsverfahren der Arbeit wie auch die Analyse der Forschungsergebnisse. Mit Kapitel 9, dem Fazit und der Diskussion der Untersuchungsergebnisse schließt auch vorliegende Studie.

2. Identität

„In Wirklichkeit aber ist kein Ich, auch nicht das naivste, eine Einheit, sondern eine höchst vielfältige Welt, ein kleiner Sternenhimmel, ein Chaos von Formen, von Stufen und Zuständen, Erbschaften und Möglichkeiten“ (Hesse 1994:70)

2.1. Identität als Problem

Sowohl die inflationäre Verwendung des Begriffes der Identität (vgl. Keupp 1998:7), die kontinuierliche wie auch beharrliche Diskursivierung – insbesondere innerhalb der Sozialwissenschaften –, als auch die Überschneidung zu artverwandten Begriffen wie Ich, Persönlichkeit, Selbstkonzept, Selbst u.v.m., verhindern eine eindeutige Definition. Der Begriff bezeichnet ebenso viele Phänomene, wie er Gesichter zu haben scheint. Die Beschäftigung mit der Frage „Wer bin ich?“ kann als Habitus des Menschen der Moderne betrachtet werden, intensiviert durch eine voranschreitende Entbettung des Individuums (vgl. Misoch 2004:18; Keupp / Höfer 1998:7). In der Festlegung einer Definition, in der Frage nach der Identität, wird gleichzeitig der perspektivische Rahmen determiniert und die Betrachtung auf eine psychologisch v.a. sozialpsychologische Ebene gelegt. Der Identitätsdiskurs kommt bereits einer Schlacht gleich, „bei der so viel Pulver verschossen wird und man nie genau weiß, ob es sich um Platzpatronen handelt [...]“ (vgl. ebd. 1998:26). Die Identität ist dabei nicht zum Problem geworden, sondern „sie konnte überhaupt nur als Problem existieren, sie war von Geburt an ein Problem, wurde als Problem geboren“ (Bauman 1995:134). Identität in jener begrifflichen Form, wie sie der vorliegenden Arbeit als forschungsleitender Terminus dienen soll, hat sich während der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in der wissenschaftlichen Sprache eingemischt und durch den stets fließenden Charakter nicht nur seine Grenzen offen gehalten, sondern auch die Forschung vorangetrieben. „Identität“ muss ein immerwährendes Siegel der Neuheit zugesprochen werden, denn dieser Terminus wird als Grenzgänger der Disziplinen mit scheinbarer Bedeutungsgleichheit verwendet und beschreibt in der Praxis doch gänzlich unterschiedliche Phänomene (vgl. Kaufmann 2005:34f.). Etymologisch entstammt der Begriff dem Lateinischen „idem“ („derselbe“) (Brockhaus 1997:938). Es müssen jedoch mindestens zwei Dinge zueinander in Relation gesetzt werden, um die Bezeichnung „identisch“ sinnvoll zu machen (vgl. Hausser 1995:3). Nicht nur in der Frage, was denn genau zueinander in Relation gesetzt werden soll, zeigen sich die Probleme der „Identität“, sondern auch in der oftmals essentialistischen Begriffsverwendung (vgl. Kaufmann 2005:51), der Schwierigkeit der Abgrenzung zu

artverwandten Termini, der Diversität der Beobachtungsperspektiven sowie der zeitlichen Begrenzung (vgl. Spangenberg 2000:133).

2.2 Definition von Identität

In vorliegender Arbeit wird eine psychologische respektive sozialpsychologische Betrachtung von Identität im Zentrum stehen. Dennoch muss darauf verwiesen werden, dass bei der Vorstellung unterschiedlichster Identitätskonzepte auf das begriffliche Verständnis der betreffenden Autoren gesondert eingegangen wird. In Anlehnung an die bereits erwähnte etymologische Herkunft des Wortes „Identität“ versteht man darunter „zum einen im allgemeinen Sinne die vollständige Übereinstimmung eines Objektes oder eines Subjektes in allen Einzelheiten mit sich selbst und zum anderen die auf relativer Konstanz von Verhaltensmuster und/oder Einstellungen beruhende einheitliche (personale) Betrachtung seiner selbst“ (vgl. Misoch 2004:19). Ergänzend zur Frage „Wer bin ich?“ meint Hausser „Wer bin ich im Vergleich zu anderen / zu dort / zu damals“ (vgl. ebd. 1995:4). Er relativiert also nicht nur innere und äußere Konstanz, sondern stellt auch den zeitlichen und situationalen Faktor in den Vordergrund. Komplexer und ergiebiger bietet sich Krappmanns Definition an:

„Die Einzigartigkeit jedes Individuums wird durch die Summe der Eigenschaften und Merkmale erzeugt, welche das Individuum kennzeichnet. Wenn alle diese Einzelaspekte zu einem schlüssigen Ganzen zusammengefasst werden, sich innerhalb diesem stimmig und in innerer Kohärenz zueinander befinden, über einen zeitlich Verlauf sich treu bleiben (Kontinuität), so verwendet man für dieses relativ einheitliche Konstrukt einer Person den Terminus der Identität (vgl. Krappmann 2000:76).

Diese Definition ist mehrschichtig und beruht ganz allgemein auf der überdauernden Integration mehr oder weniger stabiler Einzelaspekte des Individuums zu einem sinnvollen Ganzen. Sowohl der zeitliche Aspekt wie auch die Identität als „Bauwerk“, als Konstrukt, stechen hier deutlich hervor. Krappmann betont dabei die im Prozess der Identitätsentwicklung stattfindende Gratwanderung zwischen einer allgemeinen Norm („so sein wie alle anderen“) und einer sich entwickelnden Individualität („so sein wie niemand“) (vgl. ebd. 2000:78). Für vorliegende Arbeit essenziell ist Keupps Definition, denn sie betont nicht nur die Relevanz der Identität für das eigene Verständnis wie auch das Verständnis anderer, sondern legt den Schwerpunkt auf seine Doppelrolle:

„Identität bildet ein selbstreflexives Scharnier zwischen der inneren und der äußeren Welt. Genau in dieser Funktion wird der Doppelcharakter sichtbar. Sie soll das unverwechselbare Individuelle, aber auch das sozial Akzeptable darstellbar machen. Insofern stellt sie immer eine Kompromißbildung zwischen „Eigensinn“ und Anpassung dar, insofern ist der Identitätsdiskurs immer auch mit Bedeutungsvarianten von Autonomiestreben [...] assoziiert“ (Keupp et al. 1999:28).

2.3 Aspekte der Identität

2.3.1 Personale und soziale Identität

Personale und soziale Identität stellen die beiden Hauptdifferenzierungsachsen von Identität dar, wobei eine Trennung immer diffiziler wird, je enger sie im Sozialisationsprozess miteinander verschmelzen (vgl. Misoch 2004:24). Die soziale Identität beinhaltet auf der einen Seite sowohl die Selbstidentifikation mit einer sozialen Gruppe, wie auch die Definition durch diese. Das Individuum identifiziert sich nicht nur mit sich selbst, sondern auch mit dem ganzen Kollektiv. Auf der anderen Seite ist darunter die Gesamtheit der Merkmale, Erwartungen und Eigenschaften zu verstehen, die einem Individuum von Interaktionspartnern, also von außen, zugeschrieben wird (vgl. ebd. 2004:25). Tajfels (1978) Theorie der sozialen Identität zufolge konstituiert sich soziale Identität als Teil des Selbstkonzeptes nicht nur aufgrund der Verbundenheit zu einer sozialen Gruppe und ist hier deutlich von der personalen Identität, dem Gefühl einzigartig zu sein, abgegrenzt, sondern ist auch in vielfältiger Form vorhanden, da jedes Individuum an unterschiedlichsten Gruppen partizipiert (Geschlecht, Beruf, Nationalität etc.) (vgl. Utz 2002:169). Personale Identität beschreibt einen selbstreflexiven Prozess über den ein Individuum seine reale / ideale Identität herstellt (vgl. Hausser 1995:32). Mit anderen Worten beschreibt sie den Prozess der Selbstidentifikation aufgrund der empfundenen Kohärenz zwischen zugehörigen Merkmalen und Aspekt (vgl. Misoch 2004:26). Personale und soziale Identität sind als zwei Begriffe zu betrachten, die lediglich beschreiben, ob sich Individuen entweder über spezifische Vorlieben und Fähigkeiten identifizieren oder über Kollektive und soziale Gruppen.

2.3.2 Rolle und Individuum

Individuum und Identität sind zwei Phänomene, die – obgleich eng verwandt – dennoch deutlich getrennt werden müssen, denn Individuum wird als kontinuierliche Verbindung zweier Prozesse verstanden: einem sozialen Gedächtnis auf der einen Seite, wie auch

einem System subjektiver Entschlossenheit auf der anderen, welches die Illusion einer offensichtlichen Gesamtheit verschafft (vgl. Kaufmann 2005:59). Auch neigt man in der heutigen Gesellschaft dazu den traditionell soziologischen Begriff der Rolle (die man spielt) und das Selbst (das man ist) gleichzusetzen. Als wäre das „Selbst-als-Rolle“, wie Goffman es beschreibt, eine Wesenheit, die im Körper des Individuums gefunden werden kann (vgl. Keupp 1995:291). Eine Person spielt jedoch unterschiedliche Rollen bzw. hat sie unterschiedliche Rollensätze inne (als Arbeiterin, Mutter, Nachbarin etc.), die sich aufgrund gesellschaftlicher Normen und Institutionen formen und sich in diesem Spannungsverhältnis zwischen Individuum, Institution und Organisation ausdifferenzieren (vgl. Castells 2002:8f.). Hingegen organisieren Identitäten Sinn, indem sie Prozesse der Selbstkonstruktion und Individuation beinhalten, während die Rollen bestimmte Funktionen organisieren (vgl. Castells 2002:9). Hausser trennt außerdem Identität, Rolle und Persönlichkeit voneinander, denn weder beschreibt Identität nur die Gesamtheit gesellschaftlicher Verhaltenserwartungen, wie dies die Rolle tut, noch die Gesamtheit der psychischen Merkmale, wie die Persönlichkeit. Identität ist im Gegensatz zu den beiden anderen Termini im Bewusstsein des Menschen verankert (vgl. ebd. 1995:3).

2.3.3 Identifikationsebenen der Identität

Im psychologischen Sinne gehen Keupp und Höfer davon aus, dass formale Merkmale wie Name, Adresse, Geburtstag, Augenfarbe oder Körpergröße – Merkmale also, die in offiziellen Dokumenten als „Identität“ festgehalten werden, als Identitätsmerkmale gelten (vgl. ebd. 1998:36): Besondere Aufmerksamkeit soll Attributen, Fähigkeiten, Werten und Zielen geschenkt werden, mit denen sich eine Person identifiziert und den daraus resultierenden Selbstinterpretationen. Diese gilt es bis zum Ende der Adoleszenz zu einem kohärenten Ganzen zu integrieren (vgl. Döring 2003:325). Auch Misoch beschreibt die korporalen Zeichen wie Haarfarbe, Alter oder auch Geschlechtszugehörigkeit als zentrale Punkte der individuellen Selbstidentifikation, wobei dem Gesicht als relativ unveränderlichem Merkmal der Identität eine besondere Rolle zugesprochen wird (vgl. ebd. 2004:22f.). Es bietet sich nicht nur das Erscheinungsbild, also äußere Faktoren, als Identifikationsgrundlage an, sondern auch die von einer Person ausgeführten Tätigkeiten und Handlungen, in beruflicher wie privater Hinsicht. Dies ist vornehmlich auf die unweigerliche Verknüpfung zwischen Beruf, Einkommen und daraus resultierendem sozialen Status zurückzuführen (vgl. ebd. 2004:23). Identität zeigt sich auch in der Expression individueller Ansichten, Wertungen, Gefühle und Gedanken. Mummendey merkt an, dass Individuen ihr Selbst auch immer über emotionale und kognitive Elemente definieren, wie beispielsweise die Selbstbeschreibung

als temperamentvoll, schüchtern, intelligent oder extravertiert (vgl. Mummendey in Misoch 2004:23).

Forschungsergebnisse von Akhtar und Samuel (1996) zeigten, dass Identität als aus folgenden Komponenten bestehend, angenommen werden kann:

- Realistisches Körperbild
- Zeitliche Kontinuität des Selbsterlebens
- Echtheit und Authentizität
- Geschlechtsidentität
- Internalisiertes Gewissen
- Ethnische Identität (vgl. Akhtar & Samuel in Foelsch et al. 2008:155)

2.3.4 Identitätskompetenz und Identitätsarbeit

Identitätskompetenz bzw. Identitätsarbeit gibt einen Hinweis auf den gesellschaftlichen Wandel, denn nicht eine statische, einmal ausgeprägte und voll entwickelte Identität soll dem Anspruch nach Ziel der Identitätsarbeit sein, sondern vielmehr eine umfassende Fähigkeit, die Teil-Aspekte und Teil-Identitäten kontextspezifisch zu bilden und umzugestalten (vgl. Linville 1987:664). Unter Identitätsarbeit soll dabei die Betonung des Selbstkonzeptes und Selbstverständnisses verstanden werden und zeigt sich unter anderem daran, dass die unterschiedlichen Teilidentitäten sowohl integriert wie auch partiell abgeschirmt werden können (vgl. Döring 2003:337). Fink und Kammerl nennen das Hausser'sche Drei-Komponenten-Modell der Identität, welches ein realistisches Selbstkonzept, positives Selbstwertgefühl und Selbstwirksamkeit als Indikatoren für eine gelungene Identitätsarbeit als notwendig ansieht (vgl. ebd. 2001:10). Identitätsmanagement auf der anderen Seite meint die selektive Darstellung und Inszenierung der eigenen Identitäten (vgl. Döring 2003:337).

2.4 Moderne und Postmoderne

2.4.1 Moderne Betrachtung von Identität

Von einem anthropologischen Standpunkt aus gesehen, konstituierte sich die Identität des Menschen in traditionellen Gesellschaften zunächst starr und fest, geprägt durch soziale, gesellschaftliche, institutionelle Normen, sowie überlieferte Mythen und Religionen. Man war in erster Linie Mitglied eines Clans, eines Stammes oder einer Gruppe mit tradierten und

vorgegebenen Lebenswegen (vgl. Kellner 1995:214). Die Moderne als Epoche des Fortschritts, geprägt durch eine Geisteshaltung der linearen Universallösungen, spricht auch der Identität Dauerhaftigkeit und Einigkeit zu (vgl. Döring 2003:325). In der Moderne zeigt sich Identität wesentlich änderungsbereiter, vielschichtiger, vielfältiger und persönlicher – in hohem Maße reflexiv und innovativ. Zwar ist sie durch eine gewisse Kerneinheit gekennzeichnet, die relativ substantiell aufgrund vorgegebener Rollen und Normen besteht, aber auch durch Wandel und Innovation (vgl. Kellner 1995:214). In diesem Spannungsfeld der Moderne finden sich auch viele Theoretiker, die sich – im Grundgedanken übereinstimmend – dem theoretischen Problem der Identität auf unterschiedlichsten Ebenen nähern: Identität als substantielles Selbst, wie es etwa Descartes, Kant oder Husserl postulieren; das substanzlose Ich, wie es Hume beschreibt, aber auch Identität durch Identitätsarbeit, wie es Nietzsche, Heidegger und auch Sartre sehen (vgl. Kellner 1995:215). In der Moderne ist die Frage vorrangig, wie sich das Selbst herausbildet, wie es sich konstituiert, wahrgenommen und bewertet wird.

2.4.2 Postmoderne Betrachtung von Identität

Hielt die Moderne an der „einzigen und wahren Wahrheit“ fest, so liegt der Schwerpunkt postmoderner Betrachtungen auf Vielfalt und Komplexität der Identität, die sich durch Multiplizität (einzelne Elemente) und Flexibilität (konkrete Situationen aktivieren Teilmengen) auszeichnet (vgl. Döring 2003:325). Teilidentitäten werden entdeckt und man spricht jedem Menschen eine Vielzahl an gruppen-, rollen-, raum-, körper- und auch tätigkeitsbezogenen Teilidentitäten zu (vgl. ebd. 2003:325). Das Individuum wird zum Baumeister seines eigenen Selbst, verfügt über eine selbstgewählte Biografie und ein eigenes „Design“ des Lebens (vgl. Eickelpasch & Rademacher 2004:7). Das aktive Bemühen um Identität zeigt sich auch durch das Bestreben des Individuums, Relationen in Bezug auf Kohärenz, Konsistenz und Kontinuität zwischen den einzelnen Teilidentitäten herzustellen (vgl. Hausser 1995:28f.) und durch diese Integrationsbemühungen die einander durchaus widersprechenden Teile zu harmonisieren (vgl. Fink & Kammerl 2001:4). Keupps Begriff der Patchwork-Identität trägt dieser Sichtweise Rechnung, aber auch Elkind (1990) spricht von einem Identitäts-Patchwork, verweisend auf die Ansicht, dass sich Identität ohne integrative Kraft formiert und keinen homogenen Kern besitzt (vgl. Oerter 2006:180).

Durch diese Flexibilisierung wird Identität gleichzeitig auch funktionaler für moderne Gesellschaften, da sie die Unvereinbarkeit unterschiedlichster Lebensbereiche erleichtert (vgl. ebd. 2006:180). Hitzler und Honer (1994) bezeichnen mit der Bastel-Identität eine

Existenzform der Spätmoderne, in der das Individuum aktiv sein Leben „montiert“ und gestaltet, gekennzeichnet durch den beständigen, mühelosen Wechsel zwischen unterschiedlichen Gruppenorientierungen. Dabei resultiert daraus kein zerrissenes, unbeständiges Selbst, keine pathologischen Identitätskrisen, sondern die Arbeit an der eigenen Identität ist ein zutiefst kreativer Prozess der Selbstkreation (vgl. Eickelpasch / Rademacher 2004:21f.). Auch Vogelgesang kommentiert die Identitätsentwicklung unter diesem Aspekt sehr treffend: „Wo die Relevanz von Rollen und Traditionen abnimmt, wächst die Bedeutung von situationalen Selbstdarstellungen“ (ebd. 2000:247). Woodward beschreibt die heutige Zeit als viel zu komplex, als dass die Menschen sie mit einer einzigen Identität bewältigen könnten – es wird eine Vielfalt an Identitäten verlangt, die auch miteinander in Konflikt stehen können (vgl. ebd. 1997:23). Die Stichworte, mit denen die Postmoderne in Zusammenhang gebracht wird, sind daher sowohl Veränderung wie auch Vielfalt. „Jede Epoche“, so Turkle, „konstruiert ihre eigenen Metaphern psychischen Wohlbefindens. Vor noch nicht allzu langer Zeit galt Stabilität als ein sozial erwünschter und kulturell verstärkter Wert [...] Heutzutage kommt es vor allem auf die Fähigkeit an, sich zu verändern und sich anzupassen – an neue Arbeitsplätze, neue Berufslaufbahnen, neue Geschlechterrollen und neue Technologien“ (ebd. 1998:415).

2.5 Abschlussbetrachtung von Identität

Ich bin keine Person. Ich entstehe jeden Moment, bleibe keinen.
(...) Ich mache Mich“ (Brecht 1991:404)

Die Netzwerkgesellschaft, wie sie Castells beschreibt, beruht auf der systematischen Trennung von Globalem und Lokalem und stellt somit den Prozess der Identitätskonstruktion in Frage. In einer vernetzten Welt, unabhängig der Vernetzungslogik vorherrschender Institutionen und Organisationen, muss sich Identität neu definieren, um Intimität auf Grundlage von Vertrauen herstellen zu können (vgl. ebd. 2002:13). Heute spricht man oft von der „Cybermoderne“ und „neuen Identitäten“. Damit ist jedoch keinesfalls gemeint, dass alte Identitäten durch eine neue Form ersetzt werden, sondern dies beschreibt ein postmodernes, multiples Identitätsmodell, demzufolge Teilidentitäten herausgebildet und in ein Patchwork eingegliedert werden (vgl. Döring 2003:326). Gerade das „Patchwork“ macht die Metapher zum interessierenden Aspekt, denn der Begriff verdeutlicht, dass es sich nicht mehr um einen homogenen und linearen Prozess der Identitätsformation handelt, der sich über den Verlauf von gleichförmigen „all-day“-Erfahrungen konstituiert, sondern die Bildung der Identität ist ein höchst kreativer Prozess, der sich in schillernden Farben präsentiert. Die konkrete Realität des betrachteten Subjekts respektive der Gruppe darf dabei nicht außer

Acht gelassen werden, da diese als Ausgangsbasis für Identifikationsleistungen betrachtet wird. Diese Leistungen vollziehen sich gerade in Anwesenheit anderer, die Identitäten be- und entkräften können (vgl. Kaufmann 2005:41f.). Hier zeigt sich jedoch eine Änderung in der Cybermoderne, denn durch die computervermittelte Kommunikation wird die Angesichtigkeit bzw. Augenzeugenschaft außer Kraft gesetzt und der Mensch ist nicht mehr physisch sondern virtuell anwesend (vgl. Faßler 1996:70). Für eine Darstellung der Identität in der mediatisierten Welt hat sich die Identitätspolitik auf die „virtuelle Hinterbühne“ verlagert (vgl. Thimm 2000:248). Die Diskussionen behandeln nun Patchwork-Identitäten (Keupp 1995:25), individuelles Sinn-Basteln (Hitzler/Honer 1994:223), offenes und dynamisches Selbst (Willems/Hahn 1999:212), verstärkte Virtualisierung von Sozialem und Personalem (Becker 1997), sowie fluide Identitäten (Schlese 1993).

Montaignes Worte fassen dies zusammen: „Wir bestehen alle nur aus buntscheckigen Fetzen, die so locker und lose aneinanderhängen, daß jeder von ihnen jeden Augenblick flattert, wie er will, daher gibt es ebenso viele Unterschiede zwischen uns und uns selbst wie zwischen uns und den anderen (ebd. 1998:167f.).

3. Identitätstheorien

“The end of childhood involves a crisis of wholeness. Young people must become whole people in their own right, and this during a developmental stage characterized by a diversity of changes in physical growth, genital maturation, and social awareness. The wholeness to be achieved at this stage I have called a sense of inner identity” (Erikson 1968:87)

3.1 George Herbert Mead

George Herbert Mead, Sozialpsychologe und Philosoph, entwickelte ein sozialbehavioristisches Konzept, bei dem sich Identität in erster Linie durch Prozesse der Selbstreflexion konstituiert und stark durch Rollenübernahmen geprägt ist (vgl. Misoch 2004:43). Die Rollenübernahme ist vor allem für die Interaktion evident, wie auch für die Ausbildung der eigenen Identität, „denn indem ich mir Standpunkte und Haltungen der Anderen mir gegenüber klar mache, löse ich diese Standpunkte und Haltungen auch in mir selbst aus. Ich prüfe, wie es wohl wäre, wenn ich an ihrer Stelle stünde“ (Abels 2007:25). Zentraler Punkt der Theorie ist die Eingliederung in den gesellschaftlichen Prozess. Das Individuum eignet sich Identität durch die Spiegelung der Haltung anderer an, ein Prozess der bereits sehr früh beginnt und von Mead anhand der Tätigkeit des Spieles verdeutlicht wird. Beim Spiel internalisiert das Kind Rollen und imitiert gesellschaftliche Vertreter, um später aktive Rollen in der Gesellschaft übernehmen zu können (vgl. ebd. 2007:27). Dabei wird eine Unterscheidung zwischen „play“ und „game“ getroffen. „Play“ bezeichnet das Spiel mit einem imaginären Partner, bei dem das Kind beim Austesten unterschiedlicher Formen sozialer Interaktionen immer beide Rollen übernimmt. So übt es die Fähigkeit zur Verhaltensantizipation: Das Verhalten anderer wird direkt, d.h. durch Imitation repräsentiert und durch das eigene Komplementärverhalten ergänzt. Diese Stufe hat das Kind erreicht, sobald es zur Interaktion mit beliebigen einzelnen Bezugspersonen und zur Einnahme der Perspektive des Anderen fähig ist (vgl. Joas 1980:140). An dieser Stelle schließt sich die Fähigkeit zum „game“, also zur Teilnahme an Gruppenspielen, an. Es genügt nun nicht mehr die reine Antizipation des Verhaltens eines einzelnen Partners, sondern das Verhalten aller anderen Partner muss zur Richtschnur des Handelns werden können (vgl. ebd. 1980:148). „Erst durch den Bezug auf andere vermag ich eine Vorstellung von mir selbst, ein Selbstbewusstsein („self-consciousness“) zu gewinnen. Identität und Interaktion spielen also ständig ineinander“ (Abels 2007:26). Mead verdeutlicht die im Sozialisierungsprozess erarbeiteten Fähigkeiten, sich aktiv wie passiv an Interaktionen zu beteiligen, durch die Gegenüberstellung von dem spontanen Part, dem „I“ und dem von anderen übernommenen

Part, dem „Me“ (vgl. Krappmann 2000:21). „I“ bezeichnet ein Zusammenspiel aus Spontaneität, Kreativität und der Triebe des Menschen. „Me“ auf der anderen Seite umfasst sowohl die eigene Vorstellung von dem Bild, das sich andere Menschen von einem selbst machen, wie auch die internalisierten Erwartungen der anderen. Daraus resultiert, dass in Interaktionen mit bedeutsamen Anderen, unterschiedliche „Me's“ in Erscheinung treten. Diese müssen jedoch – um konsistentes, einheitliches Verhalten zu garantieren – zu einem einheitlichen Selbstbild integriert werden (vgl. Joas 1980:148). Durch die spielerische Interaktion, das Austesten von Rollen und den Dialog, kann sich auf dieser Vorstufe der Identität eine erste organisierte Struktur entwickeln (vgl. Misoch 2004:44). Im Verlauf der Sozialisation sammelt das Individuum Erfahrungen, erfährt Identifikationen durch andere Personen und testet Identifikationen selbst aus. Die daraus entstehenden „Ichs“ werden zahlreicher, aber gleichzeitig differenzieren sie sich auch aus und können einander durchaus widersprechen (vgl. Abels 2007:35).

3.2 Erving Goffman

Erving Goffman kann heute zu den bedeutendsten und ergiebigsten soziologischen Theoretikern aber auch Praktikern gezählt werden, obwohl zu Lebzeiten sein Werk stark umstritten war (vgl. Raab 2008: 7). Nach seinem Tod wurde er rasch in den soziologischen Himmel erhoben und sein Lebenswerk hielt – vor allem durch Goffmans Intradisziplinarität, scharfe Beobachtungsgabe und unterhaltsamen Darstellungen - Einzug in unterschiedlichste Bereiche der Soziologie, Sozialpsychologie und Pädagogik (vgl. Reiger 1997:12). Allen voran soll hier seine Theorie des Selbst genannt werden:

„When an individual enters the presence of others, they commonly seek to acquire information about him or to bring into play information about him already possessed. They will be interested in his general socio-economic status, his conception of self, his attitude towards them, his competence, his trustworthiness, etc.” (Goffman 1959:4)

Goffman geht grundsätzlich vom sozialen Handeln der Menschen aus, da diese den Großteil ihres Alltages in Anwesenheit anderer Personen verbringen und somit in ein Geflecht von Erwartungen und Erwartungserwartungen eingebunden sind. Die soziale Situation, die immer dann entsteht, wenn ein Mensch sich in Gegenwart eines anderen befindet, in seine Wirkzone eintritt, bedingt auch, dass das Individuum sein Verhalten permanent zu kontrollieren sucht (vgl. Raab 2008:61). Der Tradition von Charles Horton Cooley („looking-glass self“) und George Herbert Mead (vgl. Kapitel 3.1) folgend, verneint auch er den Gedanken eines stabilen, kohärenten Selbst und spricht ihm die Fähigkeit zur Existenz

jenseits der sozialen Situation gänzlich ab (vgl. Raab 2008:62). Der Mensch neigt demnach, sobald er sich in Gegenwart einer anderen Person weiß, zum kontrollierten Ausdruck (Impression Management). Diese vom Impression Management geprägte Gesellschaft werden von „ängstlichen, außengeleiteten Menschen mit feuchten Händen bewohnt, die in der permanenten Angst leben, von Anderen bloßgestellt zu werden oder sich unabsichtlich selbst zu verraten“ (Gouldner 1970 zit. nach Abels 2007a:516). Für dieses Impression Management muss das „Selbst als Darsteller“ agieren, welches das dargestellte Selbst (u.a. auch „performed self“, „official self“, „character“, „role“, „part“, „figure“ genannt) präsentiert (vgl. Raab 2008:70). Hier zeigen sich auch Nähe und der Einfluss von George Herbert Mead, der ebenfalls mit den Termini „I“ und „Me“ für eine Doppelstruktur des Individuums plädierte. Bei Goffman beruht die Zweiteilung auf Schauspielfigur (Rolle), gestützt auf sozialen Erwartungen anderer und den Darsteller dieser Rolle, also die inszenierende Person (vgl. Raab 2008:72).

In späteren Werken differenziert er diese Unterteilung entlang einer dreigliedrigen Typologie und benennt soziale, persönliche sowie die Ich-Identität. Die soziale Identität ist für ihn eine Erweiterung des Begriffes des sozialen Status, die einerseits strukturelle Komponenten (wie beispielsweise Beruf) umfasst, andererseits aber auch persönliche Eigenschaften miteinbezieht (vgl. Reiger 1997:118). Sie wird dabei auf Grundlage der Zuschreibungen durch andere Personen konstruiert und basiert auf Charakteristika und Merkmalen eines Individuums, die bereits in „nichtzentrierten Interaktionen“ auf den ersten Blick identifizierbar sind und zeitlich wie auch situativ relativ stabil bleiben (vgl. Raab 2007:76). Die persönliche Identität beschreibt den Menschen als Individuum durch die erkennbare Einzigartigkeit für andere Menschen. Dabei verweist der Begriff auf sog. Identitätsaufhänger (bspw. physische Erscheinung, Pass, Name), individueller Informationskomplex (bspw. in Köpfen von Freunden und Familie aber auch in Akten gespeichert) und sein innerstes Sein (vgl. Reiger 1997:119f.). Im Gegensatz zur sozialen steht die persönliche Identität immer im Zusammenhang mit einzelnen Menschen. In Anlehnung an Erikson führt Goffman ergänzend noch den Begriff der „Ich-Identität“ ein, der als subjektiver und reflexiver Aspekt des Selbst (vgl. Raab 2007:78) bzw. als innere Steuerungsinstanz agiert (vgl. Reiger 1997:121).

3.3 Erik H. Erikson

3.3.1. Grundpfeiler psychosozialer Krisen

„An Erikson kommt niemand vorbei, der sich aus sozialpsychologischer Perspektive mit der Frage von Identitätskonstruktionen beschäftigt“, mein Keupp (1995:25) und beschreibt damit treffend die Tatsache, dass Erikson – wenngleich seiner Identitätstheorie nicht ohne Einschränkungen bzw. Erweiterungen Gültigkeit zugesprochen werden darf – der Status als Wegbereiter der Identitätsforschung zueigen ist (vgl. Misoch 2004:37). Er war einer der ersten Forscher, der die Entwicklung der Identität als ein wesentliches Charakteristikum der Adoleszenz angesehen hat und legt ein epigenetisches Modell vor, das als Klassiker unter den psychologischen Konzepten gilt (vgl. ebd. 2004:37). Dieses erlaubt schrittweise nachzuvollziehen, wie Jugendliche durch Entwicklungsaufgaben und Krisen – speziell durch Bewältigung dieser Krisen – ihren Platz im gesellschaftlichen Raum finden. Der epigenetische Charakter zeigt sich in dem stufenweisen Voranschreiten des heranwachsenden Individuums von Aufgabe zu Aufgabe und Krise zu Krisen. Die Bewältigung der aktuellen Krise wird durch die bereits bewältigten vorangegangenen Problemkreise erleichtert (vgl. Krappmann 1998:68). Identität und Adoleszenz sind für Erikson untrennbar miteinander verflochten, da der Mensch in der Pubertät nicht nur physiologisches Wachstum zeigt, sondern auch physische Reife, mit welcher die Identitätskrise verbunden ist (vgl. Erikson 2003:91). Zentraler Punkt seiner Theorie ist die Ich-Identität, „[d]as Gefühl der Ich-Identität ist ... das angesammelte Vertrauen darauf, daß der Einheitlichkeit und Kontinuität, die man in den Augen anderer hat, eine Fähigkeit entspricht, eine innere Einheitlichkeit und Kontinuität (also das Ich im Sinne der Psychologie) aufrechtzuerhalten“ (Erikson 1973:108). Im Zuge dieses Modells wird Identität anhand eines strukturellen, phänomenologischen wie auch behavioralen Aspekts beschrieben. Der strukturelle Aspekt trägt der Tatsache Rechnung, dass das Konzept in acht Stufen der psychosozialen Entwicklung unterteilt ist, die jeweils durch eine stufenspezifische Krise wie durch ihre Lösung gekennzeichnet sind (vgl. Marcia et al. 1993:3). Besonders zu beachten ist, dass diese Krisen in Form einer „versus“-Formulierung verfasst wurden. Dies entspricht jedoch einer Fehlinterpretation gegen die sich bereits Erikson gewehrt hatte (vgl. ebd. 1993:5). Jeder Problemkreis des Modells tritt bzw. kann potenziell in jeder Stufe mit unterschiedlicher Relevanz auftreten. Im phänomenologischen Aspekt zeigt sich der Unterschied zwischen der Ausbildung und der Konstruktion der Identität. Identität bildet sich nur dann heraus, wenn einem Individuum bewusst wird, dass es sich von anderen Menschen

unterscheidet, es also bestimmte Fähigkeiten und bestimmte Charakteristika hat. Identität wird konstruiert, wenn das Individuum Entscheidungen darüber trifft, wer es sein möchte, welcher Gruppe es beitrifft oder welche Ansichten und Meinungen es annimmt (vgl. ebd. 1993:7).

Weder entwirft das Individuum im Zuge dieser Theorie seine Identität alleine, noch wird sie ihm oktroyiert – Identität entsteht in Auseinandersetzung eigener Ansprüche und Ansprüche wichtiger anderer Personen (vgl. Krappmann 1998:67). Gerade in dieser Wechselwirkung liegt auch der Grund für die psychosozialen Krisen, welche – wenn sie auftreten – eskalieren können, jedoch nicht zwangsläufig müssen. Die Eskalation ist in der sozialen Umwelt und ihren unterschiedlichen Anforderungen und Ansprüchen zu verorten. Während einer Krise schwankt das Subjekt zwischen zwei Polen, wie beispielsweise zwischen Identität und Identitätsdiffusion (Stufe 5), kann diese jedoch durch Verarbeitung lösen (vgl. Hausser 1995:75f.).

3.3.2 Identität und Diffusion

Die Aufgaben, die die Stufen und Krise an das heranwachsende Individuum stellen, werden in Eriksons Theorie als psychosoziale Modalitäten bezeichnet. Dies geschieht in Kontrastierung der Tatsache, dass es sich hierbei weniger um spezialisierte Fertigkeiten handelt, als vielmehr um ein „grundsätzliches Vermögen“ (vgl. Krappmann 1998:68). Krisen sind als normativ zu betrachten, denn sie sind bewältigbar und in der normalen psychischen Entwicklung des Menschen vorgesehen. Wichtige Phasen der Bewältigung finden sich in den sogenannten Moratorien. Ein Moratorium ist eine Form der Karenz zwischen Kindsein und einem verantwortungsbewussten Erwachsenenleben, in dem sich der soziale Druck mindert und das Individuum an seiner Identität arbeiten kann (vgl. ebd. 1998:74f.). Besonders wichtig ist die fünfte Phase des Erikson'schen Konzepts, der Phase der Identität vs. Identitätsdiffusion. In dieser Phase haben die Jugendlichen gegen eine Vielzahl an Gefahren anzukämpfen – allen voran die Diffusion, die „Zersplitterung des Selbstbildes (...) einen Verlust der Mitte (...) ein Gefühl der Verwirrung und in schweren Fällen auch die Furcht vor völliger Auflösung“ (vgl. Erikson 1956/1966:154).

Die Diffusion kann sich dabei durch folgende Charakteristika äußern:

- „Verlust der Fähigkeit zur Selbstbestimmung (Unsicherheit und Richtungslosigkeit in vielen Lebensbereichen)
- Mangel an Integration des Selbstkonzepts und des Konzepts von bedeutsamen Anderen (Mangel an Selbst- und Objekt Konstanz)

- Chaotische Selbstbeschreibung (Person wirkt verschwommen, unscharf und affektarm)
- Beschreibung anderer Menschen ist voll widersprüchlicher Behauptungen und rigider Klischees
- Verlust der Zeitperspektive („der ewige Adoleszente“)
- Nicht integriertes Über-Ich (Über-Ich-Pathologien)
- Schwierigkeiten, an Jobs, Werten und Zielen festzuhalten
- Überidentifizierung mit Gruppen, Rollen (für Gruppenaktivitäten wird ein charismatischer Anführer gesucht und dessen Identität anstelle der eigenen gesetzt)
- Schmerzhaftes Gefühl der Inkohärenz“ (Schmeck/Schlüter-Müller 2008:38)

In Eriksons ursprünglichem Modell war die Gefahr der „Überanpassung“ noch kein Schwerpunkt, aber das Festhalten an Vorbildern, gemeinsam mit jugendlicher Intoleranz und Vorurteilen, wird heute ebenfalls als Ausdruck einer fehlenden bzw. fehlerhaften Identitätsbildung betrachtet (vgl. Krappmann 1998:76). In der Adoleszenz versuchen Jugendliche in oftmals abnormer Weise auszutesten, in welchem Verhältnis das Selbstbild zum Fremdbild steht und wie sich Rollen, Fähigkeiten und Fertigkeiten mit Ansprüchen der modernen Welt, Idealen und Leitbildern verbinden lassen (vgl. Erikson 1998:106; 2003:131). Die scheinbare Diffusion kann als abgeänderte Form des kindlichen Spiels gesehen werden – geäußert in teils bewussten, teils unbewussten Provokationen und Experimenten (vgl. Erikson 1998:145). Die Adoleszenz ist eine Phase, die im Zuge der Wandlung der Gesellschaft auch eine Veränderung erfahren hat und jetzt zwischen dem 14. und dem 22. Lebensjahr angesetzt werden kann (mit Möglichkeit bis zum 25. Lebensjahr) (vgl. Misoch 2004:40). Die Adoleszenz wird als psychosoziales Moratorium bezeichnet, das sie sich hervorragend zur Festigung der Identität eignet. In diesem Zeitraum werden viele wichtige Entscheidungen für den weiteren Verlauf des Lebens gefällt. Gerade das bedingt jedoch auch die Unsicherheit dieser Phase, denn die meisten Entscheidungen können noch nicht ob ihrer Tragweite analysiert werden bzw. Alternativen und Folgen nur sehr schwer abgeschätzt werden (vgl. Hausser 1998:123).

Wahrscheinlich ist es in hohem Maße die Unentschlossenheit des beruflichen Werdegangs, die die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen in diese Krise stürzen lässt – „um selbst nicht auseinanderzufallen, überidentifizierten sie [die Jugendlichen; Anm. d. Autorin] sich mit Helden und Cliquen und Massen, bis zu einem scheinbar völligen Verlust der Individualität“ (Erikson 2003:135). In diesem Stadium ist nicht einmal das „Sich-Verlieben“ eine gänzlich sexuelle Angelegenheit. Die jugendliche Liebe ist in weitgehendem Maße ein Versuch, zu einer Definition der eigenen Identität zu gelangen, indem man sein undeutliches Selbstbild auf einen anderen projiziert und es so zurückgeworfen, allmählich geklärt sieht (vgl. Erikson 2003:135).

3.3.3 Kritikpunkte der Theorie

Keupp unterstreicht den Punkt, dass Eriksons Identitätskonzept nicht mehr die „adäquate Passform“ bietet, denn für die Ansprüche einer modernen, widersprüchlichen und pluralistischen Welt, in Ermangelung an stabilen Bezugspunkten, muss das Konzept relativiert werden (vgl. Keupp 1995:274). Auch die Tatsache, dass Erikson eine gewisse Determiniertheit von Phasen und Krisen unabhängig von der individuellen Lebensgeschichte annimmt, scheint nicht mehr zeitgemäß (vgl. Hausser 1998:123). Kritisiert wird auch die verzerrte Darstellung, dass das Durchlaufen einer Stufe eine „Identitätsplattform für das weitere Erwachsenenleben“ (Keupp et al. 1999:29) sicherstellen würde. Dem Modell wird allgemein eine hohe Relevanz für das weitere Voranschreiten der Forschungen auf dem Gebiet der Identität zugesprochen, Kritik findet sich jedoch auch bezüglich der geringen Aussagekraft für den Prozess der Identitätsbildung. Vordergründig sind familiäre, institutionelle wie auch biographische Rahmenbedingungen für die erfolgreiche Entwicklung von Identität und das optimale Verhältnis zwischen Ich-Identität und Identitätsdiffusion verantwortlich (vgl. Kraus / Mitzscherlich 1998:150f.).

3.4 James E. Marcia

Auch Erikson ging mit zeitgenössischen Kritikern bezüglich seiner Theorie konform, dass er den tatsächlichen Inhalt von Identität nicht näher spezifiziert hatte. In weiterer Folge wurden mehrere Operationalisierungen wie etwa jene von Blasi und Milton (1991) bzw. van Hoof (1998) vorgeschlagen. Das berühmte und forschungsleitende Modell wurde von James E. Marcia – renommiertes Jugendforscher und Entwicklungspsychologe – vorgelegt, das eine empirische Überprüfbarkeit der psychosozialen Entwicklung nach Erikson ermöglicht. Es wird dabei einerseits den Ansprüchen wissenschaftlicher Forschung durch Operationalisierbarkeit gerecht, überwindet andererseits aber auch die Fixierung auf altersgebundene Phasenthematiken (vgl. Hausser 1998:124). Zu beachten ist jedoch, dass es sich um kein eigenständiges theoretisches Modell handelt und somit nicht von einem „modelltheoretischen Surplus über die Empirie hinaus“ gesprochen werden kann (vgl. Kraus/Mitzscherlich 1998:115).

Marcia entwickelt und validiert in jahrzehntelanger Arbeit ein Interviewmodell zur Erhebung der Identitätszustände und nennt es „Identity-Status-Interview“. Grundsätzlich geht das Modell von drei interessierenden Faktoren aus: Krise, Exploration und innere Verpflichtung.

Krise meint das Ausmaß „an Unsicherheit, Beunruhigung oder auch Rebellion verbunden mit der Auseinandersetzung“; Verpflichtung entspricht dem „Umfang des Engagements und der Bindung im betreffenden Lebensbereich“ und Exploration „das Ausmaß an Erkundung des in Frage stehenden Lebensbereichs mit dem Ziel der besseren Orientierung und Entscheidungsfindung“ (Oerter 2006:179).

3.4.1 Arten des Identitätsstatus

Marcia unterscheiden vier Identitätszustände: die erarbeitete Identität, das Moratorium, die übernommene wie auch die diffuse Identität.

3.4.1.1 Erarbeitete Identität

Der Weg zu einer „erarbeiteten Identität“ („Identity Achievement“) führt über den Weg des Austestens unterschiedlichster Alternativen zu einer klaren Zielformulierung mit Werthaltungen, die sich das Subjekt selbst auferlegt und dessen es sich auch verpflichtet fühlt (vgl. Marcia 1980 zit. nach Berk 2005:530). Dieser Zustand wird über eine explorative, krisenhafte Periode erreicht und beinhaltet auch die Prägung durch Einflüsse der Eltern bzw. anderer wichtige Bezugspersonen (vgl. Hausser 1998:126). Woolfolk merkt an, dass augenscheinlich nur sehr wenige Schüler am Ende einer höheren Schule diesen Identitätszustand erreicht haben, denn beispielsweise brauchen Schüler, die eine universitäre Ausbildung anstreben, mehr Zeit für ihre Lebensentscheidungen. So kann es durchaus vorkommen, dass sich junge Erwachsene mit 20. Jahren noch in der Phase des Moratoriums befinden. Dies zeigt sich auch daran, dass etwa 80 % der Studenten ihr Hauptfach mindestens ein Mal während ihrer Studienzeit wechseln. Manche Erwachsene erreichen zwar eine erarbeitete Identität im Laufe ihres Lebens, jedoch nur, um diese wieder abzulegen und eine andere anzunehmen (vgl. ebd. 2003:90f.).

3.4.1.2 Moratorium

Das Moratorium äußert sich durch eine heftige Auseinandersetzung mit Alternativen, für die sich das Subjekt bereits verpflichtet fühlt und in dieser Auseinandersetzung ist es zwangsläufig durch eine Krise gekennzeichnet (vgl. Hausser 1998:126). Der Terminus selbst bedeutet „Aufschub“ oder „abwarten“, denn diese Subjekte sind noch keine Verpflichtungen wie etwa bei der erarbeiteten Identität eingegangen und beschäftigen sich folglich intensiv mit dem Sammeln von Informationen und Ausprobieren neuer Alternativen. Man kann davon ausgehen, dass sie in den Status der erarbeiteten Identität wechseln werden und im positiven Fall wird somit ein Weg für das eigene Leben gefunden (vgl. Marcia 1980 zit. nach

Berk 2005:30). Erikson ging davon aus, dass Jugendliche in komplexen Gesellschaften zwangsläufig Identitätskrisen erleben würden. Der heutige Ansatz geht nicht mehr von dieser Phase als „Krise“ und traumatischen Aufruhr aus, sondern sieht sie als sukzessive Exploration, die oftmals notwendig erscheint (vgl. Grotevant 1998 in Woolfolk 2003:90).

3.4.1.3 Übernommene Identität

Eine übernommene Identität („Foreclosure“) äußert sich in erster Linie durch das unreflektierte Übernehmen von Einstellungen, Ideologien und Zielen. Es werden vorgefertigte Meinungen - meist von Autoritätspersonen - übernommen, die andere aus diversen Gründen für sie ausgewählt haben (vgl. Berk 2005:530). Es wird kein Gedanke an das Austesten von Alternativen verschwendet und daher geht diese Identität auch ohne Krisen vonstatten (vgl. Hausser 1998:125). Gekennzeichnet ist diese Identitätsform durch das grundsätzliche Fehlen von Exploration und Identitätsoptionen. Erikson selbst hatte diese Identitätsform nicht so benannt, es kann also von einer Erweiterung seines Modells gesprochen werden. Im Extremfall neigen Adoleszente mit übernommener Identität zur Rigidität, Dogmatismus und Defensivität (vgl. Frank et al. 1990 in Woolfolk 2003:90).

3.4.1.4 Diffuse Identität

Individuen mit diffuser Identität neigen zu Schwierigkeiten in der Definition ihres Selbst und scheinen auch instabile Selbst- und Objektrepräsentanzen zu besitzen. Die Fähigkeit, sich selbst und bedeutsame Andere in ein kohärentes Bild zu integrieren, wie auch die Selbstbeschreibung und das Selbstbild, sind chaotisch. Die Beschreibung anderer ist oftmals widersprüchlich und klischeehaft und im Bereich der Zukunft sind sich jene Individuen in sich selbst unsicher. Sie entwickeln daher nur selten oder erschwert Perspektiven und haben Probleme an Jobs, Werte, Zielen, Freundschaften und sonstigen intimen Beziehungen festzuhalten (vgl. Foelsch et al. 2008:156). Marcia konnte feststellen, dass seit dem Jahr 1984 eine Zunahme der Identitätsdiffusion von etwa 20 Prozent auf 40 Prozent stattgefunden hat – dieser Befund wurde bislang mehrfach bestätigt und wird mit einer wachenden Zahl an Jugendlichen, die sich nicht mehr auf herkömmliche, stabile, verbindliche Beziehungen und Werte verlassen, in Zusammenhang gebracht (vgl. Kraus / Mitzscherlich 1998:160).

Es kann auch von einer Veränderung des Diffusionsbegriffes gesprochen werden, denn mit der progressiven Entwicklung einer immer pathologischer werdenden Gesellschaft, kann

Diffusion aus der Sicht des Subjektes heraus in „cultural adaptive diffusion“, „disturbed diffusion“, „carefree diffusion“ wie auch „developmental diffusion“ unterteilt werden. Die kulturell adaptive Diffusion beschreibt den Fakt, dass es unter gesellschaftlichen Bedingungen für das Individuum dienlicher ist, Unverbindlichkeit und Indifferenz zu zeigen. Das Subjekt soll zwar Chancen ergreifen, sich auf der anderen Seite aber auch alle Möglichkeiten offen halten (vgl. Kraus / Mitzscherlich 1998:160). Die „gestörte Diffusion“ steht in Tradition des Eriksonschen Verständnisses und beschreibt biographische Verletzungen wie etwa soziale Isolation, praktisches Scheitern und Größenphantasien (vgl. ebd. 1998:160). Bei einer sorgenfreien Diffusion zeigen die Jugendlichen zwar eine hohe Zahl an Kontakten und Beziehungen, aber es mangelt an emotionaler Verbindlichkeit und Dauerhaftigkeit. Diese Form wird oftmals mit einem hedonistischen Menschentyp in Zusammenhang gebracht (vgl. Kraus/Mitzscherlich 1998:160). Zuletzt noch die Entwicklungsdiffusion, die eher als Durchgangsstadium auf dem Weg zu einer gelungenen, da erfolgreichen Identitätsfindung bezeichnet werden kann. Der Unterschied zum Moratorium, also zur Karenzzeit zwischen Pubertät und Erwachsenenleben, besteht darin, dass sie nicht durch eine krisenhafte Entwicklung gekennzeichnet ist, sondern durch Undeutlichkeit, Unentschiedenheit und Unverbindlichkeit (vgl. ebd. 1998:161).

3.4.2 Aktuelle Forschungen bezüglich des Identitätsstatus

Eine groß angelegte Studie von Waterman (1993) in den USA und Niederlanden zeigt, dass der überwiegende Teil der jugendlichen Probanden sich während der frühen Adoleszenz in einem Stadium der Diffusion befanden, während der Höhepunkt des Moratoriums zwischen dem 17. und dem 19. Lebensjahr lag. Danach zeigen die meisten Probanden eine erarbeitete Identität (vgl. Oerter 2006:179f.). Auch kritische Lebensereignisse und der Selbstwert sind Faktoren, die sich auf die Entwicklung der Identität auswirken. So besteht eine signifikante Korrelation zwischen Ansteigen des Selbstwertes, Entwicklung neuer Werte, wachsender Kontrollüberzeugung und der erarbeiteten Identität (vgl. ebd. 2006:180). Bereits Erikson ging davon aus, dass die Entwicklung der Identität mit einer Zunahme kognitiver Fähigkeiten einher ginge – was auch aus biopsychologischer Sicht bestätigt werden kann. Diese neu erworbenen kognitiven Funktionen würden daher dem Individuum helfen, Informationen aus persönlichen Erfahrungen zu organisieren und in bestehende Kognitionen zu integrieren. Daher müsse die Weiterentwicklung des Status der Identität mit einer Reifung kognitiver Fähigkeiten einhergehen (vgl. Adams 1998:34). Studien wie etwa jene von Weiss (1984) bestätigen genau diese Annahme: Individuen im Moratorium zeigen höhere Punktwerte in kognitiven Tests als jene im diffusen Stadium oder der übernommenen Identität (vgl. Adams 1998:34).

Bei den Variablen Intimität und intime Beziehung zeigen Personen im diffusen Identitätsstatus oder der übernommenen Identität geringe Punktwerte, gefolgt von Adoleszenten im Moratorium und der erarbeitete Identität mit höchster Punktzahl (vgl. Adams 1998:36). Dies geht auch mit Untersuchungen wie etwa Bennion (1988) konform, der generell eine positive Korrelation zwischen Individuen im Status der erarbeiteten Identität und Maßen positiver sozialer Beziehungen findet, während sich für den diffusen Identitätsstatus ein negatives Bild zeigt (vgl. Adams 1998:37). Eine kurze Übersicht über wichtige Ergebnisse bezüglich des Status der Identität findet sich in folgender Tabelle:

Merkmal	Diffuse Identität	Moratorium	Übernommene Identität	Erarbeitete Identität
Selbstwertgefühl	Niedrig	Hoch	Niedrig (Männer) Hoch (Weiblich)	Hoch
Autonomie	Extern kontrolliert	Internal kontrolliert	Autoritär	Internal kontrolliert
Kognitiver Stil	Impulsiv, extreme kognitive Komplexität	Reflexiv, kognitiv komplex	Impulsiv, kognitiv simpel	Reflexiv, kognitiv komplex
Intimität	Stereotype Beziehungen	Fähig zu tiefen Beziehungen	Stereotype Beziehungen	Fähig zu tiefen Beziehungen
Soziale Interaktion	Zurückgezogen, fühlen sich von den Eltern nicht verstanden, hören auf Peers und Autoritäten	Frei, streben intensive Beziehungen an, wetteifern	Ruhig, wohlerzogen, glücklich	Zeigen nicht-defensive Stärke, können sich für andere ohne Eigennutz einsetzen

Abbildung 1: Ausgewählte Kennzeichen der vier Identitätszustände (vgl. Oerter 2002:353).

3.4.3 Kritikpunkte der Theorie

Marcias doch eher empirisch angelegtes Modell des Identitätsstatus scheint hinter den theoretischen Ansätzen Eriksons zurückzubleiben. Erwähnenswert scheint, dass Marcia selbst Erweiterungen seines Ansatzes offen gegenüber steht (vgl. Kraus / Mitzscherlich 1998:154). Marcias empirische Herangehensweise verdeutlicht zunächst die Differenzierung und Erweiterung der Dimension „Identität vs. Diffusion“ auf ein Vier-Felder-Schema mit den Variablen „innere Verpflichtung“ („commitment“) und „Krise“ („crisis“). Gerade dies wirft jedoch die Frage nach dahinter stehenden normativen Entwicklungslogiken auf sowie nach Reversibilität der Zustände, Diffusion als „unentwickelten“ Zustand und weiters, ob und wie „normal“ der ursprünglich als pathologisch klassifizierte Diffusionszustand nun tatsächlich ist (vgl. Kraus/Mitzscherlich 1998:155). Kann nicht auch die vollkommen unkritische Adaption einer Identität Form einer gelungenen Identitätsarbeit sein? Im Vergleich zu Eriksons Ursprungsmodell lässt sich der normative Prozessverlauf in Marcias Konzept nicht

aufrechterhalten, denn aufgrund empirischer Untersuchungen drängt sich die Frage nach der Ursache auf. Sinnvoll erscheint die Einbettung des Konzepts in Ansätze des Identitätsmanagements, welches die soziale Realität des Subjekts mit einbezieht (konkrete Lebenswelten und ökologische Kontexte)

3.5 Michael D. Berzonsky

Berzonsky (1990) erweiterte den Ansatz des Identitätsstatus, indem er Marcias Identitätsstatus als Identitätsstile betrachtet und sie in einen informationsorientierten, normorientierten und diffus-vermeidenden Stil unterteilt. Diese unterscheiden sich vornehmlich durch die unterschiedliche Auseinandersetzung mit Identitätsthematiken und -problematiken (vgl. Günther et al. 2005:108), aber auch im sozialkognitiven Bereich, der Problemlösungen, Entscheidungsfindung und Verarbeitung identitätsrelevanter Informationen (vgl. Berzonsky / Kuk 2000:82). Berzonskys Theorie der Identitätsstile lehnt sich dabei an Kellys Konstrukttheorie an: Identität wird nicht als etwas betrachtet, das „entdeckt“ werden muss, sondern in hohem Maße konstruiert wird. Die Unterscheidung bezieht sich daher auf die Art wie Informationen kontrolliert, überwacht, verwendet, getestet und verändert werden (vgl. Phillips 2008:207). So bezieht sich der informationsorientierte Stil etwa darauf, dass Individuen aktiv nach Informationen suchen und sie bewerten, bevor sie eine Entscheidung treffen. Normativ orientierte Personen agieren hingegen gerne konform mit Erwartungen von Eltern und Autoritätspersonen. Der diffuse Stil ist typisch für Individuen, deren Entscheidungen durch Aufschübe und Beeinflussung situationsspezifischer Faktoren geprägt sind (vgl. Dollinger 1995:476).

Individuen sind fähig, alle drei Identitätsstile an den Tag zu legen. Es hat sich jedoch in Studien herausgestellt, dass typischerweise einer davon präferiert wird (vgl. Phillips 2008:208). Individuen sind eventuell nicht immer motiviert, einen bestimmten Stil zu verwenden oder haben keinen Zugang zu relevanten Informationen. So kann es auch durchaus vorkommen, dass in spezifischen Test ein einzelnes Individuum in allen drei Stilen sehr hohe Werte erzielt (vgl. Duriez / Soenens 2006:400).

3.5.1 Arten der Identitätsstile

3.5.1.1 Informationsorientierter Identitätsstil

Informationsorientierte Personen suchen, bewerten und verwenden selbstrelevante Informationen in hohem Maße, sind jedoch auf der anderen Seite skeptischer gegenüber ihren Selbstkonstruktionen. Sie sind eher motiviert, diverse Aspekte ihrer Identität zu testen und gegebenenfalls bei Antreffen diskrepanten Feedbacks zu ändern (vgl. Berzonsky 2004b:305f.). Sie wenden eine analytische und psychisch sehr effektive Methode der Identitätsformation an, denn sie sind rationale Selbsterkunder, die gerne Dinge über sich selbst lernen möchten (vgl. Duriez / Soenens 2006:400). Es ist daher nicht verwunderlich, dass dieser Stil oft bei Individuen gefunden wird, die aktiv Selbsterkundung betreiben. Individuen also, die Marcias Modell zufolge in die Sparte der erarbeiteten Identität oder auch in die des Moratoriums fallen (vgl. Berzonsky 2004b:306). Dieser Stil kann sich je nach Ausmaß der Exploration sowohl durch ein hohes wie auch durch ein niedriges Ausmaß an innerer Verpflichtung auszeichnen (vgl. Günther et al. 2005:109). Auch im Moratorium wie in der erarbeiteten Identität zeichnen sich Individuen durch elaboriertes Wissen und vernetzte Erfahrungen aus, so dass sie im Bezug auf ihr Explorationsverhalten stark lösungsorientiert vorgehen und Identitätsthemen wie –Problematiken be- und verarbeiten können (vgl. Günther et al. 2005:108).

Studien weisen darauf hin, dass die Verwendung der Klassifikation „informationsorientiert“ in positivem Zusammenhang mit Selbstreflexion, problemzentrierter Bewältigung, Bedürfnis nach hohem kognitiven Aufwand, umsichtigem Treffen von Entscheidungen, Pflichtgefühl, Verträglichkeit, Offenheit für Erfahrungen (vgl. Berzonsky / Sullivan 1992:149; Dollinger 1995:478), aber auch Introspektion und internale Kontrollüberzeugung steht (vgl. Berzonsky & Ferrari 1996:597). Ein negativer Zusammenhang besteht zu Maßen der Außenbestimmtheit, schwächender Effekten der Ängstlichkeit, Verlass auf Wunschdenken und emotionaler Distanz (vgl. Vleioras / Bosma 2005:399). Ganz allgemein bewerten diese Individuen typischerweise selbstrelevante Informationen, bevor sie Entscheidungen treffen oder sich festlegen wollen (vgl. Soenens et al. 2005:430).

3.5.1.2 Normorientierter Identitätsstil

Normative Personen sind stark abhängig von Normen, Vorschriften und Erwartungen wichtiger anderer Personen (Eltern, Peers etc.) und orientieren sich dementsprechend an

diesen, wenn es sich um Fragen der Identität oder Entscheidungssituationen handelt (vgl. Berzonsky 2004a:306). Sie zeigen daher auch ein schwächer ausgeprägtes Explorationsverhalten als die informationsorientierten Individuen und zeigen – durch das Beibehalten von Standards und Erwartungen signifikanter anderer – Widerstände gegen Informationen, die ihre bisherigen Werte und Ansichten in Frage stellen könnten (vgl. Phillips 2008:208). Laut Marcia würden Individuen mit diesem doch eher präventiven Stil des Problemlösens in das Stadium der übernommenen Identität fallen (vgl. Berzonsky / Kuk 2000:83). Sie zeigen die vorrangige Intension, ihre bestehenden Selbstbilder zu erhalten und alles zu ignorieren, was ihren Glauben erschüttern könnte. Ihre Identität ist daher auch oft auf einer kollektiven Selbstdefinition aufgebaut (vgl. Berzonsky / Ferrari 1996:601). Sie haben einen relativ „geistlosen“, automatischen Anspruch der Identitätsformation, indem sie einfach werden, was andere von ihnen erwarten. Trotzdem sind die diszipliniert, gewissenhaft, engagiert, zielorientiert (vgl. Duriez / Soenens 2006:400), haben ein hohes Bedürfnis, diese Struktur zu erhalten (vgl. b 2004:306), jedoch eher rigid organisierte Selbstbilder (vgl. Duriez / Soenens 2006:400). Sie zeigen emotionales Vermeidungsverhalten sowie negative Zusammenhänge zu problemfokussierten Coping und Offenheit in den Kernbereichen des Selbst (vgl. Vleioras / Bosma 2005:399).

3.5.3 Diffus-vermeidend-orientierter Identitätsstil

Vorrangiges Kennzeichen eines diffus-vermeidend orientierten Identitätsstils sind Aufschub und Vermeidung der Beschäftigung mit persönlich relevanten Angelegenheiten, was meist darin resultiert, dass – wenn eine Beschäftigung stattfindet – situationale Ansprüche und Konsequenzen die Art der Reaktion und Aktion steuern (vgl. Phillips 2008:208). Sie geben auch gerne hedonistischen Launen nach, machen sich von persönlichen Gefühlen abhängig und verhalten sich gegenüber anderer in Bezug auf Identitätsfragen eher im Sinne eines Impression-Managements. Das bedeutet, dass die Antwort auf die Frage, wer sie sind, stark abhängig davon ist, wo sie gerade sind und wer sich in ihrer Anwesenheit befindet (vgl. Duriez/Soenens 2006:400). Es ist also nicht weiter verwunderlich, dass positive Korrelationen mit vermeidenden Bewältigungsstrategien, Self-handicapping, Fremdbestimmtheit und fehlangepassten Entscheidungsstrategien bestehen (vgl. Berzonsky 2004b:306). Sie zeigen auch eine stärkere Tendenz zu Ängstlichkeit, emotionaler Distanzierung, Außenbestimmtheit, Drogen- und Alkoholproblemen, depressiven Reaktionen, Neurotizismus sowie Ess- und Verhaltensstörungen (vgl. Vleioras/Bosma 2005:399). Negative Korrelationen bestehen zu Selbstreflexion, Pflichtgefühl, Qualität der Peer-Beziehungen, akademischen Erfolgen und dem Selbstwertgefühl (vgl. ebd. 2005:399). Individuen in der Identitätsdiffusion laut Marcia stehen demnach in Verbindung mit dem

diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstil (vgl. Berzonsky/Kuk 2000:83). Eine diffus-vermeidende Orientierung ist durch Aufschub und defensive Vermeidung charakterisiert. Das Individuum lehnt die Konfrontation und Beschäftigung mit Entscheidungssituationen, persönlichen Problemen und Identitätskonflikten ab. Die Probleme und Entscheidungen können jedoch nicht ewig aufgeschoben werden und so wird das Verhalten, wenn es zu einer Entscheidung oder Beschäftigung mit einer Problemstellung kommt, von sozialen und physischen Anforderungen und Konsequenzen abhängig gemacht (vgl. Berzonsky 2004b:306). Studien haben gezeigt, dass diese Personen auch signifikant höhere Werte auf Depressions- und Neurotizismusskalen erlangen (vgl. Berzonsky/Ferrari 1996:597). Das Ergebnis eines solch vermeidenden Identitätsstils ist zumeist eine fragmentierte, inkonsistente oder leere Selbsttheorie, die kontinuierlich durch Konsumgüter, Lob und Anerkennung anderer aufgefüllt werden muss (vgl. Berzonsky 2004b:306).

4. Computervermittelte Kommunikation

„Netzkommunikation als das „ganz andere“, „fremde“ und „völlig Neue“ darzustellen kann von vorneherein als ebenso unangemessen betrachtet werden wie vorschnelle Analogien, die suggerieren, E-Mail sei im Prinzip genauso wie Briefeschreiben nur schneller; IRC (Internet Relay Chat) sei genauso wie Partygeplauder, bloß getippt statt gesprochen; Netsex sei einfach das virtuelle Pendant zum Telefonsex; und die Interaktion in MUDs (Multi User Dungeons/Dimensions) seien im Grunde nichts anderes als Rollenspiel“ (Döring 1997:345).

4.1 Rahmenbedingungen computervermittelter Kommunikation

„Bei der computervermittelten Kommunikation handelt es sich um Telekommunikation, bei der miteinander vernetzte Computer mit ihren derzeitigen (in der Regel: Monitor, Tastatur und Maus, Drucker) oder künftigen (z.B. Spracherkennung) Schnittstellen als technische Medien dienen“ (Beck 2001:91). Bei der Kommunikation im Internet stehen wir – im Gegensatz zur Face-to-Face-Kommunikation (FtF) des Alltagslebens vor dem Problem, dass die miteinander kommunizierenden Parts nicht mehr körperlich anwesend sind. Die computervermittelte Kommunikation (computer mediated communication; CMC bzw. computervermittelte Kommunikation; cvK) vollzieht sich vollends körperlos und setzt sich über traditionelle Rollenaufteilungen in Individual- und Massenkommunikation hinweg (vgl. Köhler 2003:13). Aufgrund der Diversität der Möglichkeiten des Internets kann cvK nicht einheitlich definiert werden. Ein grafisch gestalteter Chat unterscheidet sich beispielsweise eklatant von einem rein textbasierten (vgl. Hartmann 2004:675). Es müssen daher neue Klassifikationssysteme gefunden werden, um Kommunikationsformen des Internets adäquat unterscheiden zu können. Es bietet sich daher für eine erste Einteilung an, cvK aufgrund der beteiligten Sinneskanäle, der Synchronizität der Kommunikation wie auch der Anzahl der Empfänger zu unterscheiden.

Grundsätzlich sind textbasierte, visuelle und auditive Reize möglich, die in ihrer Summe oftmals in der Literatur als „immersives Potenzial“ oder „vividness“ bezeichnet werden. Dies entspricht der Reichhaltigkeit der Kommunikation, denn je höher die Anzahl der angesprochenen Sinneskanäle, desto größer das Immersionspotenzial und die immersive Qualität (vgl. Hartmann 2004:675). „Immersion“ bzw. „Eintauchen“ wird nach Biocca

folgendermaßen definiert: „Immersive is a term that refers to the degree to which a virtual environment submerges the perceptual system of the user in virtual stimuli. The more the system captivates the senses and blocks out stimuli from the physical world, the more the system is considered immersive“ (Biocca 1992 zit. nach Bente et al. 2002:16). In Face-to-Face-Interaktionen sind meist alle Sinnesmodalitäten involviert, weshalb ihnen auch höhere Qualität zugesprochen wird. Kommunikation im Internet unterscheidet sich ebenso durch ihren zeitlichen Aspekt, d.h. ob sie zeitgleich oder zeitversetzt (zeitunabhängig) verläuft. Synchroner Kommunikation zeichnet sich dadurch aus, dass die Übermittlung der Botschaft vom Sender an den Empfänger unmittelbar erfolgt. Döring ergänzt, dass hierbei keine Zwischenspeicherung erfolgt, sondern die nachrichtig prompt auf dem Monitor des Empfängers aufscheint (vgl. ebd. 2003:137). Asynchrone Kommunikation liegt vor, wenn das Erstellen der Botschaft und das Abrufen derselben vom Empfänger zu gänzlich unterschiedlichen Zeitpunkten erfolgt (vgl. Hartmann 2004:675). Aktuelle Forschungen plädieren jedoch dafür, die Dichotomie „asynchron“ vs. „synchron“ aufgrund der Koppelungsmöglichkeiten eher als Kontinuum zu betrachten (vgl. Schwabe 2001:2)

Es wird anhand der Anzahl der Empfänger in zwei Formen unterschieden: Einerseits die one-to-one-Kommunikation, wenn der Sender mit lediglich einem Empfänger in Verbindung steht, wie auch die one-to-many-Kommunikation, wenn die Botschaft an viele Nutzer adressiert ist (vgl. Hartmann 2004:676). Der Wandel, der sich durch die neuen Kommunikationsperspektiven im Internet ergibt, liegt nicht nur in einer Veränderung dieser One-to-One- in eine One-to-Many-Situation, sondern vor allem in der variabel form- und veränderbaren Virtual-to-Virtual-Kommunikation (vgl. Thiedeke 2008:46). Folgendes Klassifikationssystem ergibt sich nach der Einteilung der Internetkommunikation anhand der Kriterien Synchronizität und Asynchronizität bzw. Anzahl der Empfänger:

	Synchron		Asynchron	
	Textbasiert	Multimedial	Textbasiert	Multimedial
One-to-One	Online-Chat Systeme via Instant Messaging	Internet-Telefonie, Instant Messenger, Audio-Video-Filetransfer	E-Mail, IP-Fax, SMS-Service	IP-Telefon-Sprachmailbox E-Mail-Anhänge File-Sharing per Point to Point Clients
One-to-Few One-to-Many Many-to-One	Online-News-Ticker	Live-Web-Cam, Live-Internet-Rundfunk per Streaming	E-Mail, Online-Tagebücher, Gästebücher, Newsletter, News-Board, Online-Befragung	Webpage / Homepage, WWW-Portal, Bilder/Fotogalerien, Video/Audio-On-Demand
Many-to-Many	Chat-Channels, Chat-Rooms, Internet Relay Chat	Video-Konferenzsysteme, Online-Games, Multi-User-Dungeons, „virtuelle Welten“	Foren, Mailing-Listen, Newsgroups	File-Sharing-Systeme über zentrale Server

Abbildung 2: Typisierung computervermittelter Kommunikationsformen im Internet (vgl. Konert / Hermanns 2002:416)

Diese „neuen“ Kommunikationsformen sind dabei sowohl potenziell unabhängig von Ort und Zeit nutzbar, integrieren Elemente der Individual- und Massenkommunikation, Interaktivität und Multimedialität und erleichtern somit die Kommunikation zwischen Organisationen, Unternehmen und Individualnutzer (vgl. Konert/Hermanns 2002:416). Die meisten dieser Schlagworte beziehen sich dabei nicht nur auf eine technisch realisierte Form der Kommunikation, sondern bezeichnen auch die soziale Interaktion. Bei Interaktivität beispielsweise „scheint es sich um einen virtualisierten Bezugsprozess mediatisierter Wahrnehmungen zu handeln, der sich erst in einer Verschränkung sozialer und technischer Faktoren realisiert“ (Thiedeke 2008:60). Falckenberg weist zusätzlich noch auf die Anonymität wie auch die Schwerpunktsetzung auf textbasierte Formen der Kommunikation hin, wie sie beim Internet Relay Chat (IRC) vorkommen. Damit geht ein Verlust der nonverbalen Kommunikationsmittel wie Mimik und Gestik verloren, die durch textbasierte Substitute wie Emoticons nicht kompensiert werden kann (vgl. ebd. 1994:o.S.).

Traditionelle Forschungsansätze und Modelle der computervermittelten Kommunikation beschäftigen sich mehrheitlich mit den Unterschieden zur face-to-face-Kommunikation und legen den Schwerpunkt auf Nachteile und Defizite der technisch vermittelten Kommunikation (Filtermodell, Kanalreduktionsmodell). Neuere Modelle versuchen Möglichkeiten und Potenziale computervermittelter Emotionen, sowie Freude an der Kommunikation im Internet herauszuarbeiten (vgl. Haythornthwaite et al. 2000:357).

4.2. Theorien zur Medienwahl

4.2.1 Rationale Medienwahl

Das Modell der rationalen Medienwahl geht davon aus, dass computervermittelte Kommunikation aufgrund der reduzierten Kommunikationskanäle defizitär und unpersönlich ist (vgl. Kapitel 4.3.1) und sich daher nicht für jeden Kommunikationsanlass eignet (vgl. Köhler 2003:27). In welchem Ausmaß bei einem bestimmten Medium von „Verarmung“ der Information gesprochen werden kann, wird anhand der Theorien der sozialen Präsenz, medialen Reichhaltigkeit wie auch des Backchannel-Feedbacks messbar gemacht (vgl. Döring 2003:132) und soll in den folgenden Abschnitten näher betrachtet werden.

4.2.1.1 Theorie der sozialen Präsenz

Die Theorie der sozialen Präsenz ist ein sehr einflussreiches Konzept von Short, Williams und Christie (1976), das allgemein unter dem Namen `Social Presence Theory` in der Literatur zu finden ist. Es stellt die soziale Präsenz, also die Befähigung eines Mediums, soziale bzw. psychische Nähe zu vermitteln, in das Zentrum der Betrachtungen (vgl. Höflich 1996:72). Soziale Präsenz beschreibt dabei das Gefühl bei der Interaktion, dass auch andere Personen beteiligt sind und ist abhängig von Anzahl und Qualität der Kanäle, über das das Medium verfügt. In diesem Sinne ist der computervermittelten Kommunikation nur sehr geringe soziale Präsenz zuzusprechen (vgl. Köhler 2003:147).

„Although we would expect it [soziale Präsenz; Anm. d. Autors] to affect the way individuals perceive their discussions, and their relationships to the persons with whom they are communicating, it is important to emphasize that we are defining social presence as a quality of the medium itself“ (Short et al. 1976:65).

Studien anhand semantischer Differentiale zeigen, dass audiovisuelle Kommunikationsmedien der Face-to-Face-Kommunikation am ähnlichsten sind. Vor diesem Hintergrund bleibt noch zu untersuchen, inwieweit audiovisuelle Stellvertreter, wie beispielsweise Avatare, das Präsenzerleben im Internet noch steigern können bzw. zu welchen Ergebnissen dies führt (vgl. Bente et al. 2002:236).

4.2.1.2 Theorie der medialen Reichhaltigkeit

Die Theorie der medialen Reichhaltigkeit (Media Richness Theory) basiert auf der Annahme, dass reichhaltige Information durch die beiden Faktoren Unbestimmtheit (uncertainty) und Mehrdeutigkeit (equivocality) gekennzeichnet ist (vgl. Misoch 2006:76). Aus diesem Grund muss reichhaltige Information über ein Medium übertragen werden, das einerseits eine direkte Rückkoppelung ermöglicht und andererseits auch interaktiv ist (vgl. Haythornthwaite et al. 2000:358). Medien werden in Anlehnung an Daft und Lengel (1986) anhand von 4 Faktoren gekennzeichnet, die jedes Medium in ein Kontinuum von „reichen“ und „armen“ Medien einordnet. Die Faktoren sind:

- Feedback
- Vielfalt der übertragenen Zeichen
- Sprachliche Natürlichkeit
- Persönlichkeitsausdruck (vgl. Daft & Lengel 1986 in Höflich 1996:78)

Medien sind dieser Theorie zufolge dann als „reichhaltig“ zu bezeichnen, wenn sie „viele redundante Anhaltspunkte und damit mehr `soziale Präsenz` vermitteln, im Gegensatz dazu sind nicht-reichhaltige Medien durch Normorientierungen gekennzeichnet und unterliegen diversen Regeln und Restriktionen (vgl. ebd. 2000:358). Ein Medium ist umso reicher, je direkter eine Rückkoppelung ermöglicht wird und je höher die zu übermittelnde potenzielle verbale und nonverbale Zeichenvielfalt (vgl. Misoch 2006:77). Ein wichtiger Punkt ist auch die Ähnlichkeit zur natürlichen Sprachverwendung der face-to-face-Kommunikation, denn ein reiches Medium ermöglicht es seinen Benutzern, persönliche und emotionale Ausdrücke zu übermitteln (vgl. ebd. 2006:77). In der Praxis zeigt sich, dass zur Beseitigung reiner Informationsdefizite auch „arme“ Medien ausreichen. Bei komplexen Kontexten, in denen Information zuerst noch klassifiziert werden muss, sind jedoch reiche, informationshaltige Medien notwendig (vgl. Döring 2003:132). Eine Erweiterung bezüglich der Aussagekraft der Rückmeldung bietet das sog. `Backchannel-Feedback` von Clark & Brennan (1991). Das Feedback kräftigt das gemeinsame Verständnis der Interaktionspartner, je höher die expliziten und impliziten Expressionsmöglichkeiten des Mediums sind (vgl. Döring 2003:132).

4.2.2 Normative Medienwahl

Theorien der normativen Medienwahl gehen von einem gesellschaftlich determinierten Gebrauch von Medien aus. Es ist bereits in der Kultur festgelegt, zu welchen Anlässen welches Mediums benutzt werden soll. Insofern spricht man bei der Wahl eines Mediums aufgrund gesellschaftlicher Konventionen nicht von einer rationalen Entscheidung, sondern von einer normativen (vgl. Beck 2006:238).

4.2.2.1 Theorie der sozialen Beeinflussung

Basierend auf Meads Symbolischem Interaktionismus (Kapitel 3.1) und der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung, steht beim Modell der sozialen Beeinflussung von Fulk et al. (1987) nicht mehr die vom einzelnen Individuum wahrgenommenen und bewerteten Medieneigenschaften im Vordergrund, sondern das Kollektiv und seine Meinung bilden die Bewertungsnorm (vgl. Beck 2006:236). Soziale Konstruktionen, Bewertungen, soziale Normen und technologische Bedingungen bilden Grundlage für die Einschätzung der Nutzung des Mediums (vgl. Döring 2003:144).

4.2.3 Interpersonale Medienwahl

Welches Medium für eine Interaktion auserwählt wird, ist jedoch nicht nur abhängig von sozialen Normen und Bezugsgruppen, sondern wird auch in Abstimmung mit dem Konterpart der Interaktion, dem Gegenüber, entschieden (vgl. Döring 2003:146). Dabei wird sowohl die medienspezifische Kompetenz des Interaktionspartners eingeschätzt, aber auch, welche Erfahrungen in der Vergangenheit in Verbindung mit Medium und Partner gemacht wurden. Zu diesen interpersonalen Faktoren gesellen sich auch soziale Faktoren hinzu, denn Kommunikation muss in jedem Fall immer im gesellschaftlichen Umfeld interpretiert werden (vgl. Beck 2006:238)

4.3 Theorien zu Medienmerkmalen

4.3.1 Restriktionsmodell (Kanalreduktionsmodell)

Das Restriktionsmodell bzw. Kanalreduktionsmodell basiert auf Überlegungen zur sozialen Präsenz und geht von der Annahme aus, „dass Face-to-Face-Kommunikation durch ihre Reichhaltigkeit an beteiligten Sinneskanälen die Idealform interpersonaler Interaktion darstelle und dass jede Form der medierten Kommunikation demgegenüber als defizitär und restriktiv beschrieben werden müsse (...)“ (Misoch 2006:68). Luther bezeichnet den Output der Massenkommunikation als „Sinnsurrogat“, da durch die beständige Sinnübernahme der mediatisierten Kommunikation die Kommunikation per se auf der Strecke bleibt (vgl. ebd. 1973 in Eurich 1980:102). Diese kulturpessimistische Sichtweise geht oftmals mit den Stichworten

Enträumlichung, Entzeitlichung und Entsinnlichung der Kommunikation (Mettler-Meibom 1994:18), Verlust der Zwischenmenschlichkeit (vgl. Höflich 1996:67), aber auch Entemotionalisierung, Entkontextualisierung und Entmenschlichung (vgl. Hermann 1994 in Döring 2003:149) einher. Selbst wenn bei computervermittelter Kommunikation versucht wird, durch schriftliche Pendanten wie etwa Emoticons fehlende Mimik und fehlende Sinnkanäle zu überbrücken, so ist sie natürlich dennoch nicht mit der Face-to-Face-Kommunikation vergleichbar. Empirische Untersuchungen zeigen, dass mediatisierte Kommunikation trotzdem als persönlich und emotional erlebt wird (vgl. Misoch 2006:71).

4.3.2 Theorie der sozialen Hinweisreize

Der Tradition der Restriktionshypothesen folgend geht der ursprüngliche Ansatz des sog. „Social Cues Filtered Out Approach“ (SCFO) von Kiesler und Sproull (1986) bzw. Kiesler (1996) davon aus, dass essentielle, zur Kommunikation benötigte soziale Hinweisreize („social cues“) über computervermittelte Kommunikation nicht übertragen werden (vgl. Misoch 2006:72). Durch die verminderte Anzahl sozialer Hinweisreize treten gleichzeitig auch wichtige Hinweise für normatives, angepasstes Verhalten in den Hintergrund und extremeres, abweichenderes Verhalten kann beobachtet werden (vgl. Köhler 2003:28). Durch die im Internet entstehende Anonymität bzw. Pseudonymität, treten „social cues“ in den Hintergrund und hemmen die Kommunikationsteilnehmer. Diese Enthemmtheit kann zu antisozialem und deviantem Verhalten führen (vgl. SIDE-Modell Kapitel 4.4.3) (vgl. Döring 2003:155), das sich im sog. Flaming äußern kann. Flaming bezeichnet dabei „aggressives verbales Verhalten anderen gegenüber in Form von Beleidigungen, Verunglimpfungen und Beschimpfungen“ (Misoch 2006:74).

4.4 Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten

4.4.1 Theorie der Soziale Informationsverarbeitung

Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung bzw. `social information processing perspective` (SIP) von Walther (1992) verlässt den Rahmen der theoretischen Betrachtung der computervermittelten Kommunikation zwischen Verarmung, Filterung und Digitalisierung. Die Theorie postuliert, dass cvK nicht zwingend mit einer Kommunikationsverarmung einher gehen muss, denn die Nutzer eines Mediums sind sich ohnehin vor der Nutzung über Chancen, Gefahren, Schwächen und Stärken des Mediums bewusst und kennen ihr Verhalten anpassen (vgl. Beck 2006:238). Dabei werden fehlende Hinweisreize nicht beklagt, sondern gegebene Reize zum eigenen Vorteil genutzt (vgl. ebd. 2006:238). Bei der computervermittelten Kommunikation wird im Vergleich zur face-to-face-Kommunikation mehr Zeit für Interpretationen medialer Zeichen verwendet, da jegliche Informationslücken vom Gegenpart in Form von Verschriftlichung verbaler und paraverbaler Information ausgefüllt werden müssen (vgl. Döring 2003:162).

Das von Walther konzipierte Stufenmodell der sozialen Informationsverarbeitung geht davon aus, dass der Kommunikationspartner motiviert ist, seinen Gegenpart der Interaktion kennenzulernen und seine Nachrichten zu entschlüsseln. Er selbst lernt dabei, seine eigenen

Nachrichten zu verschlüsseln und aufgrund der erhaltenen Informationen sowie durch gezieltes Nachfragen ein komplexes, einheitliches Bild des Interaktionspartners zu kreieren (vgl. Utz 2002:165).

4.4.2 Simulation und Imagination

Die Theorie der Simulation von Identität basiert auf den Grundzügen des Kanalreduktions-, Filter- sowie des Restriktionsmodell. Sie geht von der kanalreduzierten computervermittelten Kommunikation aus, bei der jedoch nicht der defizitäre Charakter im Vordergrund steht, sondern die Notwendigkeit, aufgrund des Fehlens jeglicher sozialer Hinweisreize, alle möglichen Zeichen bewusster einzusetzen (vgl. Misoch 2006:115). Einerseits impliziert dies eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten, vermehrte Freiheitsgrade der Kommunikation und erhöhtes Stimulationspotenzial (vgl. ebd. 2006:115), andererseits muss bedacht werden, dass maximale Kontrolle über gegebene Informationen vorherrscht und so Identität beliebig konstruiert werden können (vgl. Döring 2003:167).

4.4.3 Soziale Identität und Deindividuation

Das „Social Identity Model of Deindividuation“ (SIDE) von Reicher, Spears und Postmes (1995) versucht auf Basis von Anonymität und Identifizierbarkeit - der beiden Hauptachsen des Modells - zu klären, wie sich soziale Identifikation in virtuellen Gemeinschaften vollzieht (vgl. Utz 2002:171). Die Anonymität in größeren Gruppen kann der SIDE-Theorie zufolge unter gewissen Umständen die Bindung zur Gruppe bewusster machen und somit eine höhere Normkonformität stimulieren. Die Unterschiede zwischen den einzelnen Individuen werden dabei unwichtig und Gemeinsamkeiten treten stärker hervor (vgl. Utz 2002:171). Während in klassischen Deindividuationstheorien vom Individuum temporär „vergessen“ wird, wer es eigentlich ist, so dass normorientiertes Verhalten unwahrscheinlicher wird, treten im SIDE-Modell die Bindungen zu Gruppen und sozialen Identitäten stärker hervor (vgl. Döring 1997:381). Deindividuation beschreibt dabei das Fehlen der personalen Identität und den damit einhergehenden Verlust der Selbstaufmerksamkeit (vgl. Misoch 2006:129). Anonymität bezieht sich auf die Kommunikationssituation der computervermittelten Interaktion, wenn Kommunikationspartner physisch nicht anwesend sind und Informationen über sie daher nicht direkt wahrgenommen werden können (vgl. Utz 2002:171). Dies geht einher mit „Identifizierbarkeit“, denn bei vorliegender Anonymität gehen Interaktionspartner bei computervermittelter Kommunikation davon aus, dass Tätigkeiten und Handlungen im Cyberspace beispielsweise nicht auf sie selbst zurückgeführt werden können (vgl. ebd.

2003:171). Es scheint dabei von situationalen und kontextbedingten Faktoren während einer cvK abhängig zu sein, ob die persönliche oder die soziale Identität in den Vordergrund tritt (vgl. Köhler 2003:45).

Döring fasst zusammen:

„Ist situativ eine soziale bzw. kollektive Identität salient, so nehmen sich die Personen in erster Linie als Mitglieder einer bestimmten Gruppe wahr [...] Ist dagegen gerade eine personale bzw. individuelle Identität aktiviert, so sind sich die betreffenden Personen ihrer individuellen Besonderheiten besonders bewusst und grenzen sich somit in ihrer Individualität von anderen ab [...]“ (ebd. 2003:174).

5. Identität zwischen On- und Offline

„Ähnlich, wie frühe Medien an Raum und Zeit gebundene soziale Schranke überwinden, scheint das neueste computervermittelte Kommunikationsmedium nun auch die Grenzen der Identität zu überwinden“ (Rheingold 1996:185).

5.1 Rahmenbedingungen für Identität im Internet

Bei der Nutzung des Internets bringen Menschen ihre im realen Leben gewonnenen Erfahrungen mit ein, daher kann auch Identitätsforschung nur auf Basis nichtvirtueller Identitätserfahrung betrieben und nicht ohne diese thematisiert werden (vgl. Fink / Kammerl 2001:3). „Denn einerseits“, so Döring, „verändern sich herkömmliche Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen, wenn die Beteiligten plötzlich auch computervermittelt miteinander in Verbindung treten. Andererseits können sich Menschen im Netz erstmal begegnen [...] Identitäten darstellen, soziale Beziehungen entwickeln und Gemeinschaften bilden“ (ebd. 1997b:380). Welche Identitäten dargestellt, entwickelt und aktiviert werden, ist nicht nur abhängig von Umgebungskontexten und Modalitäten der Begegnung, sondern auch davon, wie wir unsere eigene Identität und jene von fremden Personen wahrnehmen (vgl. Döring 2003:337).

Warum ist das Medium Internet ein so interessantes Spannungsfeld für die Identitätsforschung? Ein möglicher Grund dafür kann in seinem Potenzial, ein immens großes und breit gefächertes Publikum mit dem multidirektionalen Fluss an Informationen zu verknüpfen, gefunden werden (vgl. Burnett/Marshall 2006:60). Historisch gesehen war es zunächst nur Privilegierten möglich, sich einer breiten Masse zu präsentieren. Durch die Erstellung einer eigenen Homepage, einem Onlineprofil oder Blog, kann das nun von jedem Menschen mit Computer- und Internetzugang verwirklicht werden (vgl. Dominick 1999:647). Das Internet als Medium mit enormer Kraft übt dabei eine katalysatorische Wirkung auf Verhalten und Denken aus und vermutlich auch auf das, was der Mensch über sich selbst denkt (vgl. Günther et al. 2005:106). Die Notwendigkeit im kommunikativen Austauschprozess, wie er etwa über eine Social Network Seite stattfindet, Identität zu konstruieren, ist dabei keine genuine Eigenschaft des Internets. Diesen Prozess der Identitätsbildung findet man in unterschiedlichen Intensitäten auch bei anderen Kommunikationsformen wie dem Lesen eines Romans oder dem Sprechen auf CB-Funk (vgl. Poster 1997:151).

5.2 Forschungsansätze der Identität im Internet

Um ein erstes Verständnis der umfangreichen Forschungen im Bereich der On- und Offline-Identität zu fördern, soll zunächst auf die Unterscheidung von Suler (2002) bezüglich der wichtigsten Forschungsansätze eingegangen werden. Er unterscheidet die Forschungen im Grad der Integration und Fragmentierung, der positiven und negativen Selbstaspekte, der Faktizität und Fiktionalität, dem Grad der Bewusstheit, sowie der Reichhaltigkeit der Medien.

Beim Grad der Integration und Fragmentierung stellt sich zunächst die Frage, in welchem Verhältnis Online- und Offline-Identitäten zueinander stehen. In unterschiedlichen Umfeldern des Internets können auch unterschiedliche Teile der Identität in selbstgewählt beschränkten respektive umfangreichen Informationspaketen präsentiert werden. Dieser Aspekt trägt der Tatsache Rechnung, dass eine postmoderne Betrachtung von Identität zwar davon ausgeht, dass Identität in unterschiedliche Teil-Identitäten gegliedert sein kann (vielfältig und diversifiziert), die Integration dieser unterschiedlichen Teile in ein balanciertes und harmonisches Ganzes dem Prinzip der Integration folgend jedoch sehr wichtig für die psychische Gesundheit ist (vgl. Suler 2002:o.S.). Im Umgang mit positiven und negativen Selbstaspekten ist interessant, inwieweit diese im Internet dargestellt, verbreitet oder auch verändert werden. Suler geht davon aus, dass an negativen Aspekten der Identität gearbeitet werden kann, aber auch positive ausgedrückt und entwickelt werden. Ein stigmatisierter oder marginalisierter Aspekt wie beispielsweise Homosexualität oder Transsexualität könnte so langsam durch die Unterstützung einer gleichgesinnten Gruppe „öffentlich“ gemacht werden. Das Individuum erprobt zunächst seine Mitgliedschaft in der Online-Community und beginnt so langsam, sich in die Rolle einzuleben. Das Gefühl, Teil einer Community zu sein und sich dabei wohl zu fühlen, kann so auf die Offline-Welt übertragen werden (vgl. ebd. 2002:o.S.). Dieses Prinzip ließe sich ebenso auf Personen übertragen, die schüchtern oder schwächer in ihren sozialen Fähigkeiten sind. Diese könnten im Internet positive Erfahrungen sammeln und von diesem neu gewonnenen Selbstvertrauen auch im realen Leben profitieren (vgl. ebd. 2002:o.S.)

Wie authentisch sind die dargestellten Identitäten? Inwieweit repräsentiert die virtuelle Identität die reale Identität? In welchem Ausmaß sind diese Identitäten Ausdruck von Wunschphantasien? Wenn ein Mensch sich Tagträumen hingibt, in denen er auslebt, wie er gerne sein oder wie er sich selbst am liebsten sehen würde und diese Möglichkeit dann auch im Internet nutzt - wäre das dann nicht realer oder wahrer, als sich hinter der Maske gesellschaftlicher Konventionen zu verstecken (vgl. ebd. 2002:o.S.)?

Dies führt zum Aspekt der Bewusstheit der Selbstdarstellung und der Frage nach Motiven und Bedürfnissen. Das Maß an Kontrollüberzeugung spielt eine wichtige Rolle, denn dies lässt darauf schließen, wie hoch die Motivation eines Individuums ist, Handlungen und Eindrücke zu kontrollieren (vgl. ebd. 2002:o.S.). Bei der Wahl von armen und reichen Medien legt der Nutzer darauf Wert, gewisse Internetanwendungen entsprechend ihrer medialen Reichhaltigkeit oder ihrer Codes optimal für die Präsentation seiner Identität zu nutzen (vgl. Döring 2003:346).

5.3 Veränderung bestehender Identitäten

Einer der zahlreichen Theorieansätze zur Wirkung des Internets bzw. der computervermittelten Kommunikation auf die Identität geht davon aus, dass bestehende Identitäten verändert werden können. Beispielsweise wird das Internet von Jugendliche und Kindern, die mit diesem Medium, sowie mit den neuen Technologien aufgewachsen sind, gänzlich anders wahrgenommen als von älteren Menschen, die erst in höherem Alter mit der Online-Welt konfrontiert wurden (vgl. Döring 2003:347). In der Literatur lassen sich daher Theorien einer mangelnden Aktivierung von bestehenden Identitäten im Netz, sowie einer verstärkten Akzentuierung finden. Ansätze, die die mangelnde Aktivierung von Identitäten im Internet beschreiben, beziehen sich meist auf das Kanalreduktionsmodell (vgl. Kapitel 4.3.1) und Anonymität im Internet (vgl. Kapitel 5.7), sowie dem distanzierten Verhältnis, das sich durch die fehlende physische Präsenz durch Bedingungen der computervermittelten Kommunikation ergeben.

5.3.1 Virtuelle Identität

Virtualität bzw. Virtualisierung wird im weiteren Verlauf der Arbeit oftmals als Schlagwort verwendet und beschreibt die „(digital realisierte) Fähigkeit, etwas als etwas zu nehmen (zu sehen, zu gebrauchen), das es (eigentlich) nicht ist“ (Münker 1997:342). Arns geht davon aus, dass im Internet jeder Nutzer eine sogenannte virtuelle Persönlichkeit konstruiert, die nicht zwangsläufig mit seiner realen Persönlichkeit korrelieren muss. Das Internet scheint somit gleichbedeutend mit einer Bühne für ein Individuum, das sich von Klassifikationen wie Rasse, Geschlecht oder Klasse als völlig unabhängig empfindet und im Cyberspace den Raum für die absolute Selbstverwirklichung findet (vgl. Arns 2002:49). Von virtuellen Identitäten zu sprechen scheint daher nur in jenen Fällen sinnvoll zu sein, in denen sich die Online-Identität gänzlich unabhängig von der Real-Life-Identität entwickelt hat oder in Fällen

fiktiver Online-Selbstdarstellungen, die in erster Linie Merkmale und Eigenschaften der Person repräsentieren, die sich im realen Leben nicht innehat (vgl. Döring 2003:345). Ein Problem der virtuellen Identität mit ihrem Synonym der „Online-Identität“ ergibt sich in der fehlenden Abgrenzung zu anderen Bereichen und Termini. Döring definiert die Online-Identität als eine „dienst- oder anwendungsspezifische, mehrfach konsistente und für andere Menschen in wieder erkennbarer Weise verwendete, subjektiv relevante Repräsentation einer Person im Netz“ (ebd. 2003:342). Daher muss bei der Verwendung eines bestimmten Begriffes zunächst geklärt werden, ob es sich um den Gebrauch einer „Identität im Internet“ handelt. Mit anderen Worten, ob es sich um eine konsistente und kohärente Verwendung einer Online-Selbstdarstellung handelt und sie daher als Online-Identität (virtuelle Identität) bezeichnet werden kann. Wenn es sich jedoch um eine Selbstdarstellung handelt, die in ihrer Form ständig gewechselt wird, soll folglich von einer Online-Selbstdarstellung gesprochen werden.

Virtuelle Identitäten finden sich beinahe überall in der elektronischen Umgebung des Internets – in Online-Foren, Chatrooms, MUDs und Social Networking Sites. Kurz, in allen Bereichen, in denen der Internetuser sich unter dem Deckmantel der Anonymität, der „telematischen Anonymität“ zeigen kann, wie er will: „als Mann, als Frau, als beides, Werwolf, Einhorn oder sprechender Kühlschrank“ (Münker 1997:346). Generell können folgende Potenziale für das betreffende Subjekt ausgemacht werden:

- „Im Rahmen von Identitätskrisenbewältigung (Verschärfung vs. Bewältigung)
- Für Experimente und Spiele mit Rollen, mit verschiedenen Selbstidealen, -aspekten und Interaktionsverhaltensweisen (sowohl negative wie positive)
- Für Selbsterfahrung (reflektiert vs. Unreflektiert)
- Für Selbstwertherstellung (Bedeutung negativer wie positiver Rückmeldungen für Selbstwert, bewusst initiierte Selbstwerterhöhung vs. Unbewusste Zuschreibungen)
- Für die Herstellung von Einzigartigkeit (Austauschbarkeit vs. Einzigartigkeit von Kommunikationspartnern und VL)
- Für die Integration (Ausweichung vor Integrationsschwierigkeiten vs. Bildung neuer sozialer Kontakte)
- Für alternative Kontrollerfahrungen (Kompensierung fehlender Kontrollerlebnisse vs. Kontrollverlust)“ (Fink / Kammerl 2001:11).

Becker (1997) analysierte die Konstruktion virtueller Identitäten in MUDs und MOOs mit dem Resultat, dass die Rahmenbedingungen für Identitäten „ernüchternd“ seien. Sie untersuchte die Produkte von Körperlichkeit im virtuellen Raum, sowie die Erprobung idealer Eigenschaften und Wunschvorstellungen.

„Diese Illusion individueller und freier Selbstgestaltung unter den Bedingungen computervermittelter Kommunikation kann jedoch nur aufrecht erhalten werden, solange sowohl das soziale Umfeld wie auch der eigene Körper

vollständig ausgeblendet sind [...] Spielerische Attitüden, so attraktiv sie auf den ersten Blick auch scheinen mögen, bergen somit stets die Gefahr der völligen Beliebigkeit in sich, eine Haltung der Gleichgültigkeit, des „anything goes“ (Becker 1997:353).

5.3.2 Identitäts-Hopping

„Frage dich:
Wie weit bin ich bereit, diese fremde Identität anzunehmen?
Wie viel bin ich bereit, von meiner eigenen Identität aufzugeben?
Wie viel möchte ich von meiner Identität in die fremde Identität einfließen lassen?
Und entsteht dadurch eine ganz neue Identität?
Wie weit willst du gehen?
Deine Entscheidung...“

Das obere Zitat ist nur ein kurzer Auszug aus der Begrüßungsformel der Online-Community www.identitaets-hopping.de, die bewusst den Wechsel der Identitäten zelebriert. Hier besteht die Möglichkeit, sich zwischen unterschiedlichen Personen in Form von Steckbriefen zu entscheiden und anschließend sowohl im Forum als diese Person aufzutreten, wie auch einen eigenen – in diesem Fall natürlich fiktiven – Blog zu verfassen. Identitätshopping, ein von Opaschowski geprägter Begriff – bezeichnet das Erstellen von Scheinidentitäten, den Wechsel zwischen unterschiedlichen Identitäten und das Verbergen der wahren Identität (vgl. ebd. 1999:134ff.). Dass dies in der Praxis nicht so häufig vorkommt, wie vielleicht vermutet, zeigt eine Studie von Gebhardt (2001). Die Verbindung des richtigen Namens gemeinsam mit einer E-Mail Adresse und einem Foto führt dazu, dass seltener die Identität gewechselt wird. Durch Angabe identifizierbarer Merkmale ist Anonymität und Pseudonymität nicht mehr gegeben und Verhalten wird verstärkt kontrolliert. Es scheint sogar zum Habitus des typischen „Chatters“ zu gehören, sich mit der eigenen („realen“) Identität anzumelden und den Chatroom zu betreten. Selbst unter dem Pseudonym wird den anderen Chattern offen und ehrlich geantwortet. Aus Interviews wurde der Schluss gezogen, dass es als äußerst anstrengend empfunden wird, eine gefälschte Identität aufrechtzuerhalten und die Befragten Angst davor hatten, von Kommunikationspartnern als „Fake“ entlarvt zu werden (vgl. Gebhardt 2001:14).

Andere Studien wie die von Douglas und McGarty (2001) weisen darauf hin, dass sich Personen weniger offen präsentierten und sich verstärkt Gruppennormen anpassten, wenn sie mit ihrem richtigen Namen verzeichnet und so erkennbar waren (vgl. ebd. in Harrer et al. 2008:306). Auch Buten (1996) konnte in einer der ersten Untersuchungen zum Thema Homepages zeigen, dass Personen, die persönliche Homepages erstellt hatten, weniger Interesse an einem Spiel mit der Identität zeigten (vgl. ebd. 1996:o.S.). Dies könnte auch daran liegen, dass durch die Preisgabe sehr persönlicher Informationen doch ein Gefühl der

Vertrautheit entsteht. Gosling, Gaddis und Vazire zeigten, dass Fremde durchaus den gleichen Eindruck beim Durchlesen eines Profils oder einer Homepage bekamen wie etwa enge Bekannte oder Freunde (vgl. ebd. 2007 in Harrer et al. 2008:306).

5.3.3 Aktivierung und Akzentuierung von Identität

Identitäten, die im richtigen Leben nicht ausgelebt werden können, da gesellschaftliche Restriktionen und Normen das untersagen, können im Internet ausprobiert werden. Für manche Identitäten, für die im richtigen Leben noch keine Erfahrungswerte vorliegen, können durch das Internet gezielt aktiviert werden. Döring nennt vor allem berufliche, fachliche, körperbezogene, altersbezogene, marginalisierte, stigmatisierte, ethnische und auch diasporische Identitäten (vgl. ebd. 2003:354ff.). Es besteht jedoch auch die Möglichkeit, dass durch die größere Gruppe und die fehlende Angesichtigkeit im Internet Identitäten und Teilidentitäten aktiviert werden. In einer Studie von Chester (1998) wurden die Verhaltensweisen von Studenten im Online- und Offline-Bereich untersucht. Studenten, die im realen Leben eher schüchtern und zurückhaltend waren, waren bei der computervermittelten Kommunikation am aktivsten. Sie selbst führten das in anschließenden Gesprächen auf die fehlende Normorientierung der Gruppen zurück (vgl. Döring 2003:365)(vgl. SIDE-Modell Kapitel 4.5.3).

5.4. Fakes und Trolls

Als Fakes, Trolls oder Hoax (Scherz) werden fiktionale Online-Charaktere bezeichnet, die in keiner Weise in Verbindung mit der realen Identität stehen (vgl. Döring 2003:386). Diese werden in Anlehnung an die Social Network Site Friendster auch „Fakester“ genannt und dienen oftmals dazu, um Mitlesende oder Forumsmitglieder zu aussagekräftigen Kommentaren zu bewegen bzw. zu provozieren (vgl. ebd. 2003:385). Die Social Network Site „Friendster“ war bis zum Jahr 2003 mit sog. Fake-Profilen regelrecht überschwemmt worden. 2003 fand sich dann auf einem Bulletin von Friendster das sogenannte „Fakester-Manifesto“, das mit seinen Aussagen eine Daseinsberechtigung im Internet forderte:

- „1) Identity is Provisional
- 2) All Character is Archetypal, Thus Public
- 3) Copyright is Irrelevant in the Digital Age”¹

¹ http://www.zephorio.org/thoughts/archives/2003/08/17/the_fakester_manifesto.html

Mit diesen Postulaten sollte einerseits die die „Fakester-Revolution“ begonnen und der „Fakester-Genozid“ beendet werden (vgl. Boyd 2004:o.S.). Facebook-User hatten begonnen, sich falsche Identitäten als Prominente, Organisationen oder Comichelden zuzulegen und forderten mithilfe dieses Manifests ihr Recht auf „Leben“ im Internet ein. Aufgrund diverser Studien zeigte sich, dass je strikter die Zugangsbeschränkungen zu einem Online-Netzwerk sind, desto geringer auch die Gefahr, auf diesem mit falschen Identitäten konfrontiert zu werden. Die Notwendigkeit, bei der Anmeldung auf einer zugangsbeschränkten Seite, persönliche Informationen auszufüllen und eventuell einen „Fake-Check“ zu erbringen, schreckt Fakester ab. Das Erstellen von Fake-Profilen im Sinne eines Spiels mit Identität ist mit dem Rollenspiel vergleichbar und daher eher im Bereich der MUDs anzusiedeln. Selbst das Rollenspiel scheint in der heutigen Zeit nur noch eine untergeordnete Rolle bei der sozialen Interaktion im Internet zu spielen (vgl. Castells 2005:132). Allgemein scheinen Jungen und jüngere Teenager tendenziell öfter falsche Informationen auf ihren Social Network Profilen anzugeben, als dies etwa Mädchen tun (vgl. Boyd 2007:o.S.).

5.5 Identitätsverlust und Flucht in Schein-Identitäten

Böhme versteht unter der neu gewonnenen Möglichkeit, die „Hülle“ der Offline-Identität hinter sich zu lassen und im Cyberspace unrestringiert neue virtuelle Identitäten anzunehmen, eine Selbst- und Weltflucht, wie auch Entfremdung und Entgrenzung (vgl. ebd. 1996 in Döring 2003:396). Veränderungen der Identität sind in Verbindung mit dem Internet im Sinne einer identitätsbedrohenden und pathologischen Identitätsentwicklung zu verstehen, denn die Flucht in meist selbstgestaltete Ersatzwelten würde demnach aus unbefriedigten Real-Life-Ansprüchen wie Sex, Macht oder Freundschaften resultieren, die meist in MUDs (Multi User Dungeons) oder Chats ausgelegt werden (vgl. Fink / Kammerl 2001:6). Oftmals wird durch die Möglichkeiten der Selbstverhüllung und der Beliebigkeit davon ausgegangen, das Internet verstärke die Tendenzen zu neuen Scheinidentitäten und gar schlimmer, führe zur Identitätsflucht. Jene im realen Leben oftmals zum Ausdruck gebrachten Offline-Identitäten, welche bereits erprobt und gesichert sind, können so in den Hintergrund rücken und Platz machen für neue Formen der Identität. Das Netz ermöglicht es, mit einer Maske – nicht nur vor dem Gesicht, sondern vor der gesamten Identität – aufzutreten und gezielt zu kontrollieren, welche Teil-Identität zum Ausdruck gebracht werden soll und welche zum ersten Mal ausprobiert werden soll. Einerseits betrifft dies demnach bereits im realen Leben etablierte Identitäten, wie einer Hobby-Identität, aber andererseits auch sowohl marginalisierte, stigmatisierte und unterrepräsentierte Identitäten (vgl. Döring 2003:397). Dass in diesem Bereich noch weiterführende Studien notwendig sind, zeigt sich auch daran, dass beispielsweise noch nicht gesichert belegt werden kann, inwieweit Nicknames, also die

Verwendung eines bestimmten Pseudonyms im Internet, die Identität verbergen bzw. Maskieren sollen, oder als Unterstreichung der Identität dienen können (vgl. ebd. 2003:398).

5.6 Jugendliche im Internet

5.6.1 Jugendliche in der Cybermoderne

Das Internet muss in erster Linie als neues soziales Umfeld für Jugendliche gesehen werden, in dem allgemeine Problematiken wie Identität, Sexualität und Selbstwert in virtueller Form ausprobiert und bewältigt werden können. Dabei ist es wichtig, das Internet nicht als externe soziale Umgebung zu sehen, das etwas mit den Jugendlichen „macht“ (im Sinne eines Effekt-Modells), sondern den aktiven Part der Jugendlichen in der Konstruktion der Umwelt wahrzunehmen (vgl. Greenfield & Yan 2006:392). In der so genannten Cybermoderne wachsen die Anforderungen an Jugendliche, sich so einzigartig darzustellen, so unverwechselbar zu inszenieren, wie nur möglich (vgl. Thimm 2000:247). Natürlich können auch traditionelle Medien zum Zweck der Identitätsexperimente, Scheinidentitäten oder allgemein zur Austestung möglicher Identitäten genutzt werden. Gerade durch die komplette Eliminierung personaler Prüfkriterien kommt es aber zu einem Auseinanderklaffen von Subjektivität und präsentem Selbst (präsentierter Identität), was einen unendlich großen Spielraum ermöglicht (vgl. Thimm 2000:248). Dieser Spielraum wird vor allem von MUDs und Social Network Sites bereitgestellt, indem hier alternative Lebensstile ausgelebt werden können. Eckert, Vogelgesang, Witzstein und Winter betrachten es sogar als „zivilisatorischen Fortschritt“, dass „nicht mehr nur die konsensfähigen Emotionen evoziert werden, sondern, wie es der Amoral des Marktes und der Moral der Individualisierung entspricht, auch emotionale Spezialkulturen sich ausbilden und darstellen“ (Eckert et al. 1991:157). Junge Menschen müssten heute mehr denn je Expertentum bezüglich ihrer eigenen Identität erlangen, indem sie an der eigenen Identitäten basteln, sie konstruieren, einzelne Aspekte abändern, oder sie gänzlich wieder fallen lassen (vgl. Schmidt et al. 2009:3).

5.6.2 Soziale Vergleichsprozesse im Internet

Festingers Theorie der sozialen Vergleichsprozesse zufolge erfährt der Mensch etwas über sich selbst (seine Fähigkeiten, Eigenschaften, Schwachstellen oder Verhaltensmuster), indem er sich einem direkten Vergleich mit anderen Personen aussetzt. Dabei ist zu beachten, dass „soziale Vergleichsprozesse [...] von einer Person jedoch häufig nicht mit

dem Ziel vorgenommen [werden], eine korrekte Einschätzung eigener Fähigkeiten und Leistungen zu erlangen, sondern dienen der Erhöhung des eigenen Selbstwertgefühls“ (Petersen et al. 2006:44). Einerseits bieten sich für diesen Vergleich Personen an, denen man niedrigere Fähigkeiten zuspricht als sich selbst. Diese Person dient im Sinne sogenannten „downward comparison“ dem Aufbau des eigenen Selbstwertgefühls. Eine andere Möglichkeit besteht darin, die andere Person von vorne herein abzuwerten, damit sie sich nicht mehr auf der gleichen psychologisch relevanten Identitätsebene befindet und das eigene Bild nicht mehr schwächen kann (vgl. Petersen et al. 2006:44). Diese Prozesse vollziehen sich im richtigen Leben genau so wie auch im Internet.

5.6.3 Peergroup und Freundschaft

Der Peergruppe kommt bei der Ausbildung von Identität eine wichtige Doppelrolle zu. Die Gruppe gleichaltriger bzw. gleichgesinnter Menschen ermöglicht nicht nur eine Verwirklichung auf Basis von Gleichheit und Souveränität und wirkt somit auf die Selbstdarstellung und Selbstverwirklichung von Zielen durch Gruppenzielen aus, sondern schafft auch den Balanceakt, schrittweise Autonomie zu erleichtern, indem Unabhängigkeit und wechselseitige Abhängigkeit integriert werden, ohne dass die Sozialbeziehungen aufgegeben werden müssen (vgl. Oerter 2006:186). Folgende Punkte werden als zentral im Bezug auf die Identitätsentwicklung durch Peerbeziehungen erwähnt:

- „a) Sie kann zur Orientierung und Stabilisierung beitragen und emotionale Geborgenheit gewähren. Insbesondere hilft sie, das Gefühl der Einsamkeit zu überwinden, das viele Jugendliche aufgrund der einsetzenden Selbstreflexion und der Erkenntnis der Einmaligkeit entwickeln.
- b) Sie bietet sozialen Freiraum für die Erprobung neuer Möglichkeiten im Sozialverhalten und lässt Formen von sozialen Aktivitäten zu, die außerhalb der Gruppe zu riskant wären.
- c) Sie hat eine wichtige Funktion in der Ablösung von den Eltern und bietet Unterstützung durch die normierende Wirkung einer Mehrheit [...]
- d) Sie kann zur Identitätsfindung beitragen, indem sie Identifikationsmöglichkeiten, Lebensstile und Bestätigung der Selbstfindung bietet“ (Oerter 2006:186).

Auch Freundschaften, vor allem in Verbindung mit der Peergruppe, haben identitätsbildende und –stabilisierende Funktionen. Fend zeigt beispielsweise, dass Jugendliche, die in stabilen Freundschaften eingebunden sind, weniger Risiko- und Problemverhalten an den Tag legen (vgl. ebd. 1998:326). Auch zeigen diese Jugendlichen gute positive Beziehungen zu wichtigen Anderen wie Lehrern und Eltern, höheres Selbstbewusstsein und ein positives soziales Bild (vgl. Oerter 2006:187). Jene Jugendlichen, die diese soziale Verstärkung durch Sympathie nicht erhalten, sehen sich selbst tendenziell als Außenseiter und sind durch

niedrigeres Selbstwertgefühl und verminderte Ich-Stärke geprägt. Diese Faktoren können sich negativ auf das Kompetenzbewusstsein, Handlungs- und Emotionskontrolle auswirken (vgl. ebd. 2006:187).

Douvan und Adelson (1966) erklärten das Bedürfnis nach stabilen freundschaftlichen Beziehungen vor allem in der Phase der Adoleszenz mit dem Drang des „Sichspiegeln“. Freundschaften werden also nicht nur als Mittel zur Selbstoffenbarung benötigt, sondern sind durch die wechselseitige Rückmeldung von Verständnis, Vertrauen und Verlässlichkeit ein wichtiger stabilisierender Faktor (vgl. ebd. in Oerter 2006:187). Eine Studie von Utz zeigte, dass jene Personen, die der computervermittelten Kommunikation eher negativ gegenüber eingestellt waren, tendenziell weniger Freundschaften über das Internet schlossen und weniger emotionale Symbole verwendeten. Sie schloss aus diesen Ergebnissen, dass aufgrund der dadurch auftretenden Missverständnisse und Kommunikationsschwierigkeiten die negative Einstellung noch verstärkt wird (vgl. ebd. 2002:167).

5.6.4 Selbstoffenbarung im Internet

Vogelgesang widerspricht der Meinung, dass der postulierte „soziale Exhibitionismus“ und die vollkommene Offenheit im Internet als Entfremdung angesehen wird. Für ihn ist dies eher ein spielerischer Umgang mit der realen und der virtuellen Welt, durch den Differenzen des Ichs in beiden Welten gezielt herausgearbeitet werden können und Inszenierungsstrategien ausprobiert werden. Jugendliche flüchten nicht vor ihrer Identität und verlieren auch nicht den Bezug zur Realität, sondern sie sind Pendler zwischen beiden Welten (vgl. Vogelgesang 2000:261). Turkle nimmt eine Gegenteilige Position zu beliebten Thesen der Identitätsflucht und Maskierung ein und spricht vom Internet als idealem Medium für Experimente mit der Identität. Dadurch, dass bei der Kommunikation im Internet, wie sie etwa in Online-Communities zu finden ist, keine bzw. stark reduzierte soziale Auswirkungen zu erwarten sind, wird das Experimentieren angeregt. Ideen und Gedanken können in der virtuellen Gemeinschaft ausgetauscht und unterschiedliche Rollen anprobiert werden. So können sich Freundschaften und Verbindungen entwickeln, ohne jemals einander im realen Leben begegnet zu sein (vgl. Turkle 1998:9f.). Heranwachsende experimentieren, indem sie sich als etwas ausgeben, das nicht ihrem eigentlichen Selbst entspricht. Das Spiel mit der Identität wird durch die von den Zwängen der physikalischen Wirklichkeit befreiten Cyberrealität stimuliert, die sich nur durch die Phantasie des Benutzers begrenzen lässt (vgl. ebd. 1998:103f.).

5.7 Anonymität im Internet

Persönliche Angaben, die im Internet gegeben werden, fungieren für andere Nutzer als Hinweis darauf, wie real die Person wirklich ist. Dies geschieht jedoch meist unter dem Deckmantel der teilweisen Anonymität bzw. Pseudonymität, um eine vollständige Identifizierung zu verhindern (vgl. Konert 2002:432). Döring wiederum geht davon aus, dass Individuen sich im Internet nicht automatisch anonym begegnen, sondern diese Form frei gewählt wird, wenn es die Kommunikationssituation erfordert. Hier liegt auch einer der Vorteile im Vergleich zur Face-to-Face-Kommunikation, bei der Anonymität nicht so leicht hergestellt wird.

Anonymität fördert dabei nicht zwangsläufig freilaufende Verhaltensweisen sowie antisoziales Verhalten, sondern kann auch Voraussetzung für eine ehrliche Unterhaltung sein und Selbstoffenbarungstendenzen fördern (vgl. Döring 1997:380). Wenn dabei der Begriff der Anonymität in seiner ursprünglichen Bedeutung, der Namenlosigkeit, betrachtet wird, dann ist die Anonymität in höchstem Grade bereits aus alltäglichen Face-to-Face-Interaktionen bekannt. Menschen, die miteinander im Bus fahren oder sich zufällig auf der Straße begegnen, können von Angesicht zu Angesicht interagieren, obwohl sie ihren Namen nicht kennen (vgl. Beck 2006:149f.).

„Anonymität“ kann in der herkömmlichen Bedeutung nicht für das Internet benutzt werden. Döring versteht unter Anonymität im Internet, wenn es unmöglich ist, eine Online-Repräsentation der Offline-Person zuzuordnen (vgl. ebd. 2003:344). Sie fügt jedoch hinzu, dass Anonymität von Netzbeiträgen weitgehend von nutzer- und systemgenerierten selbstbezogenen Codes und Symbolen abhängig ist (vgl. ebd. 2003:344).

5.7 Zusammenfassende Betrachtungen

Generell scheinen die Meinungen über die Art der katalysatorischen Wirkung des Internets in zwei Richtungen zu gehen: entweder wird das Internet als Medium des Spieles, Spaßes und Ausprobierens möglicher Identitäten als durchwegs positiv beurteilt. Oder es wird postuliert, das Internet verändere bestehende Identitäten, führe im Rahmen einer eskapistischen Funktion zu einer Verdrängung „realer“ Identität oder führe gleich zu einem Identitätsverlust. Die Dichotomie kann auf Basis der Eignung zur Identitätserkundung beschrieben werden: Das Internet ist einerseits ein idealer „Ort“ für Identitätsexperimente, da das Individuum der Hülle des Leiblichen enthoben und somit frei ist. Oder, wie dies Spangenberg bezeichnet, aufgrund der Aufhebung der Grenzen der Körper- und Bewusstseinsunterschiede sowie

historischer Einbindungen des Individuums Freiheit verschafft (vgl. ebd. 2000:144). Andererseits wird das Internet als gänzlich ungeeigneter Spielplatz für jedwede Identitätsexperimente bezeichnet, vor allem aufgrund der Tatsache, dass es in Ermangelung an Materialität über das reale, tatsächliche Selbst dem Individuum keinerlei Auskunft geben kann (vgl. Münker 1997:346). Fink und Kammerl sehen sie das Virtual-Life-Identity-Phänomen als Ausdruck postmoderner Identität, als Möglichkeit sich multipler Identitäten hingeben zu können, ohne dass dabei auf den pathologischen Charakter der Offline-Identität verwiesen werden müsse. Die virtuelle Identität wird dabei als Auflösung der von der Moderne postulierten unitären, einheitlichen Identität gesehen, als „Patchwork der Identitäten“ (Keupp 1997). Der ludische Charakter tritt nun in den Vordergrund (vgl. Vogelgesang 2000:240) und Identität wird zwangloser, spielerisch-ästhetischer, eine Art „Vorspiel von Lebensentwürfen“ (Belgrad 1992:183) bzw. „spielerische Selbstinszenierung“ (Belgrad 1992:242). Desweiteren kann die virtuelle Identität als selbstinitiierte Identitätsarbeit gesehen werden, bei der das Internet sich als Laboratorium für Identitätsexperimente für eine reflexive Auseinandersetzung mit der eigenen Person anbietet (vgl. Turkle 1998:315). Auch Bahl bezeichnet in diesem Zusammenhang die virtuellen Identitäten als evokative Objekte, von denen die Benutzer lernen könnten (vgl. ebd. 1997:132). Letztlich kann virtuelle Identität als Verzerrung betrachtet werden, die durch informationstechnologische Unzulänglichkeiten entsteht. Denn durch den Ausschluss vieler Sinnesmodalitäten und durch Fehlen der nonverbalen Darstellung wird die Identitätsdarstellung stark begrenzt (vgl. Fink / Kammerl 2001:9f.)

Anonymität wird dadurch potenziert, indem die Interaktionspartner nichts oder nur sehr wenig von ihrer sozialen Identität preisgeben (vgl. Bahl 1997:81). Denn auch wenn der Art der Identität, die im Netz realisiert wird, keine Grenze gesetzt ist, so gilt dies nicht für die Art und Weise, wie sie realisiert wird. Identitäten im Internet werden per Texteingabe oder per hochgeladenem Foto konstruiert, jedoch immer auf Basis technischer Mittel und stellt somit der „unendlichen Pluralität von Inszenierungsmöglichkeiten des virtuellen Selbst [...] damit eine stark eingeschränkte Auswahl verfügbarer Optionen seiner Realisierung gerade zu konträr gegenüber“ (Münker 1997:347f.).

6. Social Network Sites

„Who we are is whom we choose to be at any given moment, depending on personality, whim, temperament, or subjective need [...] Every day is Halloween“ (Batty 2003:o.S.)

Social Network Sites (SNS) zählen zu den interessantesten Bereichen der Online-Forschung der heutigen Zeit und können als neueste Stufe der Online-Text-Performance des Selbst genannt werden. Die virtuellen Materialien dieser Darstellung sind kulturelle Zeichen, beispielsweise von Usern bevorzugte Bücher, Filme, Musik und Musiker, die als Statement gemeinsam über ein Profil ausgedrückt werden (vgl. Liu 2008:253). Diese Online-Statements können dabei als Äquivalent dessen betrachtet werden, was Goffman (ebd. 1959:144) als Everyday-Life-Performance bezeichnete (vgl. Liu 2008:253). Eine allgemeine Prämisse von SNS lautet: (...) individuals might be only a few steps removed from a desirable business or social partner, but not realize it“ (Adamic / Adar 2005:188). Wurde zu Beginn des Web 2.0 die Aufmerksamkeit vermehrt auf die sog. Wiki-Forschung oder das Blogging-Phänomen gelegt, hat sich spätestens mit dem Aufkommen der ersten sozialen Online-Netzwerke wie Sixdegrees, MySpace, Facebook und studiVZ im deutschsprachigen Raum, ein neues Forschungsfeld eröffnet. Bugeja bezeichnet die Generation der Social Network Nutzer gerne verallgemeinernd „Facebook-Generation“. Ein Begriff, der sich einerseits auf die häufige Nutzung der Seite selbst bezieht, aber auch Ausdruck einer ganzen Generation von Jugendlichen ist, die während des Unterrichts Textnachrichten schreiben, während der Laborstunden mit dem Handy telefonieren und lieber dem iPod lauschen, als den Vortragenden (vgl. Bugeja 2006:o.S.).

6.1 Soziale Netzwerke und virtuelle Gemeinschaften

Inwieweit kann im Internet überhaupt von Netzwerken und Gemeinschaften gesprochen werden? Thiedeke merkt an, dass vor allem im Bereich des Internets eine unsystematische und oftmals „empathische“ Verwendung des Begriffes „Gemeinschaft“ zu bemerken ist, welche nicht nach den terminologischen Konsequenzen oder Implikationen fragt (vgl. ebd. 2003:10). Die neuen Netzwerke, die sich im Internet herausbilden, unterscheiden sich sehr wohl von den „realen“ Netzen des alltäglichen Lebens, denn sie sind globaler und treten an die Stelle organisierender Institutionen (vgl. Faßler in Beck 2006:18). Gruppen und Netzwerke der virtuellen Welt übernehmen dabei jedoch nicht die Rolle realweltlicher und können auch nicht als Substitute betrachtet werden, sondern sind vielmehr eine Ergänzung und Vorbereitung auf die face-to-face-Gruppenbildung (vgl. Thiedeke 2000:11). Die Notwendigkeit, sich immer stärker zu vernetzen und in vielen Gruppen zur gleichen Zeit eine

Rolle zu übernehmen, spiegelt dabei die Anforderungen der komplexer werdenden Umwelt wieder. „[Beziehungen im Internet, Anm. d. Autorin] versprechen Schritt zu halten mit generellen Erwartungen an lebensweltliche Einstellungen und Beziehungsformen in einer sich stetig dynamisierenden Gesellschaft und gehören zu den kulturellen Erfolgsbedingungen neuer Organisationskonzepte in der Wirtschaft“ (Dollhausen/Wehner 2000:82).

6.2 Definition Social Network Site

„Underlying all the networking sites are a core set of assumptions – that there is a need for people to make more connections, that using a network of existing connections is the best way to do so, and that making this easy to do is a great benefit“ (Donath/Boyd 2004:71).

Aber was sind Social Network Site nun eigentlich? Der Begriff „Social Network Site“ beschreibt eine ganze Reihe webbasierter Services, die Benutzer dazu einladen, ein Profil zu erstellen, meist mit einem Foto, einer Liste persönlicher Informationen (wie beispielweise Name, Wohnort, sexuelle Präferenzen, Beruf etc.) und Interessen (Hobbies, Lieblingsbücher, Lieblingsfilme, TV-Serien etc.) (vgl. Golder/Hubermann 2006:o.S.). Oftmals werden die Begriffe „Social Networking Site“ und „Social Network Site“ vor allem in öffentlichen Diskursen äquivalent verwendet und sollen das gleiche Phänomen, nämlich eine Benutzer-Aggregation im Cyberspace, bei dem der Mensch und seine Beziehungen im Mittelpunkt steht (vgl. Ebersbach et al. 2007:79) bezeichnen. Boyd und Ellison begründen ihre Ablehnung des Begriffes „Social Networking Site“ jedoch damit, dass „Networking“ den Beginn eines Beziehungsaufbaus betont, der oftmals zwischen Fremden stattfindet und auf diesen Seite zwar möglich, nicht jedoch im Zentrum der Betrachtung stehen sollte (vgl. ebd. 2007:o.S.). Obwohl diese Definition von der Kritik der Scientific Community nicht verschont blieb (vgl. Beer 2008:o.S.), soll die dennoch für vorliegende Arbeit zugrunde gelegt werden.

Social Network Sites werden definiert als webbasierte Services, die Individuen erlauben (1) öffentliche und teilöffentliche Profile innerhalb eines Systems zu konstruieren (2) eine Liste von Personen bzw. Freunden zu führen, mit denen man eine Verbindung hergestellt hat und (3) Freundeslisten anderer zu betrachten und zu durchforsten. Natur und Nomenklatur sind dabei von Seite zu Seite Variationen unterworfen (vgl. Boyd & Ellison 2007:o.S.). Eine solche SNS kann dabei das Vorhandensein bereits bestehender sozialer Netzwerke ausnutzen, während andere unterstützend auf die Vernetzung fremder Personen auf Basis gleicher Interessen, politischer Ansichten oder Aktivitäten wirken. Manche Seiten richten sich an unterschiedlichstes Publikum, wiederum andere ziehen Personen gleicher Sprache,

ethnischer Herkunft, sexueller Neigung, Religion oder Nationalität an (vgl. Boyd & Ellison 2007:o.S.). Auch die identitätsstiftende bzw. unterstützende Rolle einer solchen Seite zählt zu den spannendsten Forschungsgebieten. Richter und Koch bezeichnen SNS als „Anwendungssysteme [...], die ihren Nutzern Funktionalitäten zum Identitätsmanagement (d.h. zur Darstellung der eigenen Person i.d.R. in Form eines Profils) zur Verfügung stellen und darüber hinaus die Vernetzung mit anderen Nutzern (und so die Verwaltung eigener Kontakte) ermöglichen (Richter & Koch 2008a:o.S.).

Gerade durch den Fakt, dass die Grenzen zwischen Rezeption und Produktion im Rahmen der SNS nicht mehr genau festzumachen sind – die Übergänge sind fließender geworden – haben sich auch die Rollen verändert. Gemäß des „user generated content“ kann heute jeder normale Bürger sowohl als Rezipient wie auch als Produzent fungieren. SNS bedienen also in erster Linie ein Kommunikationsmotiv (vgl. Harrer et al. 2008:304). Boyd und Jenkins beschreiben SNS als eine Mischung aus Jahrbuch und Community-Webseite mit einer Vielzahl an Kommunikationsmöglichkeiten, wobei sich in der Verwendung dieser Kommunikationsmöglichkeiten Unterschiede zur herkömmlichen Kommunikation im Internet ergeben: Emails werden immer noch verwendet, um mit Autoritäten oder Erwachsenen zu kommunizieren, während die Funktion von „privaten Nachrichten“ auf SNS zwecks Kommunikation mit Freunden verwendet wird (vgl. Boyd & Jenkins 2006:o.S.).

6.2.1 Merkmale von Social Network Sites

Ebersbach et al. fassen die Merkmale von Social Networking Sites wie folgt zusammen:

- „Registrierung erforderlich,
- Profilseiten mit Interessen und Tätigkeiten,
- Daten liegen hauptsächlich in strukturierter Form vor,
- Beziehungen zu anderen Menschen werden dargestellt,
- Bekanntschaften über die sprichwörtlichen „fünf Ecken“ werden nachvollziehbar gemacht
- starker Bezug zu realen Sozialbindungen“ (Ebersbach et al. 2007:79).

Ebersbach, Glaser und Heigl zufolge fehlen jedoch empirische Evidenzen, um SNS nach klassischen Kriterien wie beispielsweise nach Wellman (2000:134) (Dichte, Abgrenzung, Reichweite, Ausschließlichkeit, soziale Kontrolle und Bindungsstärke) kategorisieren zu können (vgl. Ebersbach et al. 2007:80). Daher wird zunächst auf die Unterscheidung zwischen geschäftlichen und privaten Online-Netzwerken verwiesen. Zu den bekanntesten Online-Business-Networking-Plattformen zählt LinkedIn, mit seiner europäischen Version Xing. Bekannte private respektive freundschaftliche Netzwerke sind beispielsweise MySpace, Facebook, Studivz, Friendster und Orkut (vgl. Ebersbach et al. 2007:84).

Bezüglich der Zugänglichkeit von SNS können offene und geschlossene Netzwerke unterschieden werden. Unter offenen Seiten werden jene zusammengefasst, die keinen oder nur sehr rudimentären Zugangsbeschränkungen unterliegen und sich durch eine generelle Offenheit für jeden im Cyberspace auszeichnen (vgl. Richter & Koch 2008:o.S.) So kann also der Zugang zu einer SNS durch einfache Empfehlung oder Einladung bereits registrierter Nutzer geschehen oder es kann eine gesonderte Einladung durch den Betreiber notwendig sein. Dies ist bei Expertennetzwerken der Fall, in denen das Ziel eben nicht eine möglichst große Mitgliederschaft ist, sondern Expertise und Qualität der Nutzer zählen. Bei den meisten Netzwerken ist eine einfache Onlineanmeldung mit anschließender Verifizierung der Benutzerdaten per Email ausreichend - gemäß dem Prinzip, die Einstiegshürden so gering wie möglich zu halten, um die Mitgliederanzahl schnell zu erhöhen (vgl. Ebersbach et al. 2007:85).

6.2.2 Nutzenaspekte und Nutzungsaspekte

In Ermangelung an breiter gefassten Studien mit erhöhter Fallzahl können Kausalzusammenhänge zwischen Nutzer und Nutzen nur sehr schwer postuliert werden. Das Verständnis, warum bzw. mit welchem Nutzen welche Personen Social Networking Sites besuchen, basiert derzeit noch auf eng angelegten Studien (vgl. Boyd & Ellison 2007:o.S.). Generell muss man sich vergegenwärtigen, dass die Möglichkeit, ein Profil von sich selbst ins Internet zu stellen und es ab und an zu aktualisieren, auch bei älteren Internetportalen vorhanden war und die Faszination nicht ausmachen kann. Ebersbach et al. sehen den „besonderen Clou“, das Neue an SNS, in der ausgeklügelten Suche nach anderen Mitgliedern und der Funktion der Vernetzung und Verwaltung von Kontakten (vgl. ebd. 2007:87). Folgende Beweggründe werden für die Nutzung einer SNS in Betracht gezogen:

- Positive Selbstkonstruktionen; hierzu zählt vor allem das Motiv, im Mittelpunkt zu stehen, individuelle Zeigelust und Prominentenstatus
- Kontaktaufnahme
- Politische Ziele
- Öffentliche Aufklärung
- Ökonomische Motive
- Autodidaktisches Motiv (eigene Webkompetenz steigern)
- Organisatorisches Motiv (Linksammlung, Vereinfachung des Zugriffs auf bestimmte Webseiten) (vgl. Konert/Hermanns 2002:454)

Eine Studie von Lenhart zeigte, dass etwa 89% der Profilinehaber auf Social Networking Seiten ihr Profil dazu nutzen, um mit Freunden in Kontakt zu bleiben. 57 % nutzen es, um mit Freunden Pläne zu machen und etwa 49 %, um neue Freunde zu finden (vgl. ebd. 2009:6). Die Mehrheit der Nutzer verwendet Social Networking Sites aufgrund persönlicher Motive, von denen Freundschaften erstrangig sind, während die beruflichen Gründe weit zurückstehen (vgl. ebd. 2009:6). Hier zeigt sich auch der Unterschied zu den frühen Kommunikationsmöglichkeiten des Internet der 90er Jahren: den öffentlichen Chatrooms und Multi-User-Dungeons. Diese wurden typischerweise für die Kommunikation mit Fremden genutzt, während die heute verwendeten neuen Kommunikationstechnologien wie Instant Messaging oder Social Network Sites dem Bedürfnis nach Unterhaltung mit bestehenden Freunden gleichkommen (vgl. Valkenburg/Peter 2009:1). Dabei scheinen männliche Jugendliche einen größeren Nutzen aus der Onlinekommunikation mit ihren bestehenden Freunden zu ziehen als Mädchen, denn sie scheinen Online eine effektivere Selbstoffenbarung zu betreiben als Mädchen (vgl. Valkenburg et al. 2006:o.S.).

Schmidt identifiziert bei der Nutzung von SNS drei unterschiedliche Handlungskomponenten, die er analytisch trennt:

- „Strategien, Routinen und Erwartungen für die Selektion und Rezeption von Informationen, die das Informationsmanagement beeinflussen.
- Strategien, Routinen und Erwartungen für die Präsentation des eigenen Selbst im Internet, die das Identitätsmanagement beeinflussen.
- Strategien, Routinen und Erwartungen für Aufbau und Pflege von Netzwerken, die das Beziehungsmanagement beeinflussen“ (ebd. 2006:41).

Von einer ähnlichen Klassifizierung, nur näher spezifiziert und definiert, gehen auch Richter und Koch aus, die die Nutzung von einer funktionellen Perspektive aus betrachten:

- Identitätsmanagement
- (Experten-) Suche
- Kontextawareness (Kontext / Vertrauensaufbau)
- Kontextmanagement
- Netzwerkawareness
- Gemeinsamer Austausch (Kommunikation) (vgl. ebd. 2008:o.S.)

6.2.2.1 Identitätsmanagement

Identitätsmanagement im Internet beschreibt die Möglichkeit, sich in Form eines Profils darzustellen und dabei einerseits persönliche Information kontrolliert einer breiten Masse zur Verfügung zu stellen, sowie andererseits durch Features wie Gruppenzugehörigkeiten, eigene Standpunkte zu verdeutlichen (vgl. Richter/Koch 2008:o.S.). SNS bieten dabei eine

optimale Umgebung für dieses Identitätsmanagement respektive die „Selbstdarstellung“, denn es herrscht maximale Kontrolle über Art und Ausmaß der Informationen, die man preisgeben will, bei gleichzeitiger Multimedialität der Präsentationsmöglichkeiten (vgl. Harrer et al. 2008:305). Die virtuellen Selbstbeschreibungen zeigen dabei auf der einen Seite, was einen mit anderen Profilinghabern verbindet, andererseits, was einen unterscheidet. Die Profilkonstruktion im Sinne des Impression Managements ist daher unter dem Licht der Bestrebung, in positiver Art und Weise von der Umwelt wahrgenommen zu werden, bestimmt und spielt vor allem für Jugendliche eine wichtige Rolle in der Definition der eigenen Identität (vgl. Boyd 2002:130).

Studien von End, Heeman und Papacharissi (2003) wie auch Seale (2001) zeigten, dass Individuen sehr wohl private Homepages wie auch SNS dazu nutzen, den Eindruck zu kontrollieren, den sie auf ein virtuelles Publikum machen. Dies entspricht dem typischen Impression Management (vgl. ebd. in Harrer et al. 2008:305f.) in Goffmans Tradition. Impression management beschreibt dabei einen Prozess, bei dem Menschen soziale Situationen anhand nützlicher Kontextinformationen und Hinweisreize aus der Umgebung zu definieren suchen. Sie nehmen dabei auf ihre Umgebung vermehrt Rücksicht und lernen, die Hinweise richtig zu lesen, um angemessenes soziales Verhalten zu zeigen (vgl. Boyd 2007:12). In medialen Umgebungen sind die Körper nicht mehr physisch anwesend und die Menschen benötigen neue Fähigkeiten, um Situationen zu interpretieren und Eindrücke zu verarbeiten. Jenny Sundéns beschreibt dies treffend: „People must learn to write themselves into being“ (Sundéns zit. nach Boyd 2007:12). Bargh, McKenna und Fitzsimons postulieren, dass die Präsentationen und Beschreibungen der eigenen Identität auf SNS im Vergleich zu face-to-face-Interaktionen nicht nur detaillierter wären, sondern auch näher an dem lägen, was kurz das „Innere und Wahre“ des Selbst genannt wird (vgl. ebd. 2002 in Harrer 2008:306). Vor allem im Bereich jugendlichen Verhaltens sind SNS als ergiebige Quellen der Identitäts- und Selbstoffenbarungen zu betrachten, denn Profile enthalten meist intime und aufrichtige Informationen und so können Peer-Interaktionen analysiert und nachvollzogen werden (vgl. Williams/Merten 2008:254).

6.2.2.2 Expertensuche

Grundsätzlich gibt es die Möglichkeit, das Netz aufgrund verschiedenster Kriterien (Name, Interessen, Firma etc.) zu durchsuchen oder aufgrund automatischer Empfehlungen auf andere interessante Seiten verwiesen zu werden, wie dies die Social Network Site „LinkedIn“ umsetzt. Wenn private und berufliche Netzwerke verglichen werden, nimmt die Suche nach privatem Austausch einen vergleichsweise nur geringen Stellenwert ein. SNS, wie etwas die

Business-Plattform Xing, ermöglichen eine einfache Expertensuche und obwohl Mitglieder monatlich etwa 6 Euro bezahlen, um die uneingeschränkte Suchfunktion nutzen zu können, ist gerade dieses Service überaus beliebt (vgl. Ebersbach et al. 2007:86). Dazu ist es aber auch notwendig, ein Maximum an Informationen von sich selbst preiszugeben (vgl. Richter/Koch 2008:o.S.).

6.2.2.3 Kontextawareness

Zur Herstellung von Vertrauen wird auf Social Network Sites häufig das Aufzeigen von gemeinsamen Freunden und Bekannten genutzt wird (vgl. Richter/Koch 2008:o.S.). Ebersbach et al. gehen davon aus, dass die Mitgliederreputation, also die Anzahl der Kontakte (in manchen Netzwerken gemessen in ersten, zweiten und dritten Grades) ausschlaggebend dafür ist, ob man miteinander online in Kontakt tritt. Eine relativ seltene aber eindrucksvolle Möglichkeit ist das Abgeben von Beurteilungen. Die Anzahl der Empfehlungen entspricht dann gleichermaßen der Reputation und wird als glaubwürdig angesehen (vgl. ebd. 2007:92). Die Wechsel- und Einseitigkeit bedingt, dass in SNS in der Regel eine Einwilligung beider Seiten unabdingbare Voraussetzung ist, um einen Kontakt herzustellen. Eine einseitige Verknüpfung, wie es beispielsweise auf Facebook oder StumbleUpon zu finden ist, bezieht sich meist auf eine Star- oder Fanbeziehung, bei der eine emotionale Verbindung nur von einer Seite in Form eines „Verehrens“ existiert (vgl. Ebersbach 2007:87). Auch können in den meisten Netzwerken die Verbindungen zu anderen Mitgliedern nur dann eingesehen werden, wenn sie sich weder nach Stärke, Grad oder Kontext unterscheiden (vgl. ebd. 2007:88).

6.2.2.4 Netzwerkawareness

Unter Netzwerkawareness verstehen wir das „Gewahrsein über die Aktivitäten (bzw. den aktuellen Status und Änderung des Status) der Kontakte im persönlichen Netzwerk [...]“ (Richter / Koch 2008:o.S.). Bei Funktionen, die die Netzwerkawareness der Nutzer erhöhen soll, werden Pull- und Push-Funktionen unterschieden. Eine typische Push-Funktion, bezogen auf die Social Networking Seite schülerVZ, ist die Erinnerung an Geburtstage direkt nach dem Einloggen auf dem eigenen Profil. Aber auch die Funktion „Kennst du schon...“, bei der noch unbekannte, potenziell jedoch interessante Kontakte nach dem Zufallsprinzip von der Plattform ausgewählt werden, zählt hier dazu.

6.2.2.5 Kontaktmanagement

Hierunter subsumiert man alle Funktionen, die dem Aufrechterhalten und der Pflege des eigenen Netzwerkes dienen sollen – speziell handelt es sich um die Verwaltung der eigenen Kontakte (vgl. Richter / Koch 2008:o.S.).

6.2.2.6 Unterstützung eines gemeinsamen Austauschs

Der Austausch auf Social Network Sites findet einerseits über das Senden von persönlichen Nachrichten ähnlich den E-Mails statt. Es zeigt sich auch eine rege Meinungskundmachung in eigens eingerichteten Foren, in denen zu jedem beliebigen Thema Postings verfasst werden können. Ein äußerst interessantes Feature ist der „Status-Bericht“, ein Micro-Blogging-Tool, bei dem der Profilbetreiber einen kurzen Text, durchschnittlich zwischen 100 und 200 Zeichen lang, verfasst. Dieser Text wird in der eigenen Freundesliste angezeigt und informiert permanent über Gedanken, Tätigkeiten, Wünsche oder Meinungen des Profilbetreibers. Dieses Feature wurde durch Lightweight-Presence-Awareness-Tools wie bei Twitter angeregt und ist nur eine Form des Microblogging (vgl. Richter/Koch 2008:o.S.). Auch das sog. „Gruscheln“ in studivVZ (wie auch meinVZ und schülerVZ), das „Grüßen und Kuschneln“ in einem Neologismus vereint, dient in erster Linie der Kontaktaufnahme mit neuen Kontakten, aber auch, um bestehende Freunde virtuell zu „drücken“.

6.3 Social Network Site als virtuelle Realität

Im Zuge von Forschungsarbeiten wird oftmals die Frage aufgeworfen, ob SNS denn als virtuelle Realitäten zu betrachten sind und es daher sinnvoll erscheint, Theorien und Modelle des Real-Life auf Kommunikationsvollzüge im Internet umlegen zu wollen. Virtuelle Realität bezeichnet schlicht alle Formen computergenerierter Nachbildung von Wirklichkeit (vgl. Münker 1997:108). Das dem Prozess der virtuellen Realität zugrunde liegende Kennzeichen ist daher in erster Linie die Körperlosigkeit. Ein Subjekt wird durch seine physische Anwesenheit im realen Leben präsent, im virtuellen Raum sind jedoch andere Gesetzmäßigkeiten vorherrschend. So kann es nur über bewusst oder unbewusst geäußerte Zeichen (Körperzeichen) wahrgenommen werden (vgl. Misoch 2004:130). Social Network Sites bieten dem Benutzer die Möglichkeit, seine Identitätsrepräsentationen auf dem Bildschirm durch einfache „Klicks“ zu verändern – im Internet wird die kontrollierte Gestaltung wesentlich deutlicher und leichter erkennbar, als dies im Real-Life möglich wäre

(vgl. Döring 2003:343). Frindte und Köhler merken an, dass Bemühungen, allgemein gültige Normen und Regeln der Kommunikation (Netiquette) im Internet zu entwickeln, sehr wohl Belege dafür sind, dass es sich bei der internetbasierten Kommunikation um eine Form handelt, Wirklichkeit zu konstruieren (vgl. ebd. 1999:34).

6.4 Social Software

SNS zählen zur „Social Software“, die grundsätzlich das Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement in hypertextuellen und virtuellen Öffentlichkeiten umfasst (vgl. Schmidt 2006:38). Genauer versteht man darunter:

„(...) Anwendungssysteme [versteht], die auf Basis neuer Entwicklungen im Bereich der Internettechnologie und unter Ausnutzung von Netzwerk- und Skaleneffekten indirekte und direkte zwischenmenschliche Interaktion (Koexistenz, Kommunikation, Koordination, Kooperation) auf breiter Basis ermöglichen und die Beziehungen ihrer Nutzer im World Wide Web abbilden und unterstützen“ (Richter/Koch 2007:448f.)

Zur Social Software zählen nicht nur Social Network Sites, Wikis, Weblogs und kollaborative Vorschlagwortungssysteme, sondern auch Groupware, Online-Communities jeder Art, Peer-to-Peer Technologien, Netzwerkspiele, Instant Messaging, Microblogging, Foren, Email und virtuelle Welten (vgl. Boyd 2002:92). Hier wird die irreführende Bezeichnung der „sozialen“ Software augenscheinlich, denn „[n]icht die Software an sich ist sozial, sondern diese Qualität entsteht erst im gemeinsamen, sinnhaft auf andere bezogenen Gebrauch einer spezifischen Anwendung“ (Schmidt 2006:40).

Alby unterteilt Social Software in folgende beiden Kategorien:

- „Social Software, bei der die Kommunikation im Vordergrund steht (und die Kommunikation in der Regel nicht aufgezeichnet wird)
- Social Software, bei der zwar auch kommuniziert wird, aber auch Inhalte im Mittelpunkt stehen, die von den Teilnehmern erstellt oder zumindest in irgendeiner Weise angereichert werden; der Community-Gedanke steht im Vordergrund“ (ebd. 2007:90)

6.5 SNS als Forschungsfeld

Wenn SNS als neues Forschungsfeld betrachtet wird, so muss dies mit Vorsicht getan werden. Wie bereits erwähnt, dürfen Identitätsexperimente Jugendlicher im Internet nicht ohne ihren Bezug zum Offline-Leben respektive zu ihrer Real-Life-Existenz betrachtet werden. Auch verweist Shirky auf den Fakt, dass ein Großteil der Kommunikation, den wir

auf SNS vorfinden werden, im Sinne User-Generated Contents, als herkömmliche Kommunikation in kleinen Gruppen betrachtet werden kann. Wir finden also die gleiche Form von Small-Talk, Insider-Scherzen unter Freunden und seichtem Gerede über den Verlauf des Tages, über Schule oder Beruf genauso in Telefonaten, wenn wir die Möglichkeit hätten, diese zu belauschen. Telefonate sind jedoch nicht öffentlich, während Kommunikation auf SNS dies zu einem Großteil sehr wohl ist (vgl. Shirky 2008:87). Bei SNS steht daher nicht nur der bloße Fakt, dass es sich um Mini-Homepages handelt, die ab und an aktualisiert werden, im Vordergrund. Der interessierende Aspekt ergibt sich aus der Vernetzung von Menschen, die bereits aus dem Offline-Leben bekannt sind. Die Erforschung von Profilen auf SNS ist daher eng verwandt mit der Untersuchung persönlicher Homepages und daher ist der Rückgriff auf Forschungsergebnisse dieses Bereiches nicht nur legitim, sondern auch unumgänglich (vgl. Harrer et al. 2008:305).

Es ist ein schwieriges Unterfangen, soziale Netzwerke im Online-Bereich zu untersuchen, da bis dato nur wenig über die Verhaltensweisen der Nutzer bekannt ist. Vor allem soziologische Untersuchungen beziehen sich meist auf kleine Netzwerke – ein Millionennetzwerk wie beispielsweise das von MySpace zu untersuchen ist mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden. In der Studie von Ahn et al. (2007) wurden herausgefunden, dass sich Online-Netzwerke ganz ähnlich der Netzwerke des Offline-Lebens verhalten (vgl. ebd. 2007:844). Die meisten Forschungen beziehen sich außerdem auf den amerikanischen Raum und legen den Schwerpunkt auf Studenten und Erwachsene, sowie den Plattformen Myspace und Facebook, den größten SNS der heutigen Zeit. Großangelegte Studien über den deutschsprachigen Raum, besonders in Österreich, sind noch dünn gesät.

6.6 Jugendliche und SNS

„If you're not on MySpace, you don't exist" (Boyd & Jenkins 2006:o.S.)

Die Erforschung jugendlichen Verhaltens in Bezug auf SNS ist deswegen so interessant, da sich durch die neuen Kommunikationsmöglichkeiten auch tiefgreifende Veränderungen in der Alltagskultur der Jugendlichen ergeben. Die Integration von SNS in das Alltagsleben schafft für Jugendliche einen neuen Platz für Interaktionen mit Freunden und Bekannten und einen Tauschplatz für kulturelle Artefakte. In virtuellen sozialen Netzwerken kann an der Art und Weise, wie sich Jugendliche selbst sehen oder gesehen werden wollen, gearbeitet werden, ohne den störenden Faktor der Anwesenheit Erwachsener (vgl. Boyd/Jenkins 2006:o.S.).

Diese neue Entfaltungsmöglichkeit geht auch mit einer neuen Form, Identität selbst zu erforschen, Experimente mit Verhaltensnormen zu betreiben und Freundschaften zu schließen, einher (vgl. Barnes 2006:o.S.).

„The Internet is more exciting and challenging as a research environment than earlier media because it is a complex, virtual, social, and physical world that children and adolescents participate in and co-construct, rather than something that is merely watched or used such as television or personal computers. It becomes a complex virtual universe behind a small screen on which developmental issues play out ... offering new views into the thoughts, feelings, and behaviors of children and adolescents” (Greenfield/Yan 2006:393)

SNS dienen als “digitale Öffentlichkeiten” und in diesem Sinne als Ersatz für Öffentlichkeiten, die anderen Generationen noch zugänglich waren, heute aber den meisten Jugendlichen verwehrt bleiben. Als typische Öffentlichkeiten wären hier Sportplätze, Einkaufszentren oder Parks zu nennen. Jugendliche versuchen sich ein Territorium zu schaffen, das fernab von der Erwachsenenkultur als Spielraum für eigene Identitätsexperimente dienen kann (vgl. Boyd/Jenkins 2006:o.S.). Sie suchen sich ein Publikum, um ihre eigene Kultur besser zu verstehen, ihren sozialen Status und den Platz in der Welt zu finden. Das Interagieren mit fremden Personen hilft ihnen zu verstehen, wer sie sind. Gemeinschaften und Gruppen geben ihnen die Möglichkeit, Ideen und Werte zu erkunden (vgl. ebd. 2006:o.S.).

Eine Übersicht über mögliche Risiken und Möglichkeiten der Nutzung von Social Network Sites soll hier geboten werden (Davies/Cranston 2008:2):

Opportunities for:	Risks of:
<ul style="list-style-type: none"> - Developing and maintaining friendships - Extending social networks and joining interest based groups - Developing bridging social capital resources - Developing identity and reflecting upon identity development - Creativity and self expression - Informal learning - Accessing information advice and guidance - Civic and political participation - Fun 	<ul style="list-style-type: none"> - Being “cyber bullied” or “cyber bullying” - Publishing personal details - Being in contact with and meeting strangers - Being exposed to grooming and abuse - Being targeted by advertising and commercial interests - Accessing, sharing or creating harmful or offensive content - Spending too much time online - Being excluded due to lack of access to online social networking

Abbildung 3: Risiken und Möglichkeiten der Nutzung von Social Network Sites (Davies/Cranston 2008:2)

6.7 Geschichte von SNS

Als Geburtsjahr der Social Network Sites, wie sie heute bestehen, kann das Jahr 1997 genannt werden, als das Portal „Sixdegrees“ online ging. Der Name leitet sich aus dem sog. „Kleine-Welt-Phänomen“ ab, dem Resultat eines klassischen Experiments des Sozialpsychologen Stanley Milgram (1967). Er postulierte, dass jeder Mensch über durchschnittlich sechs Verbindungen mit jedem anderen Menschen der Welt bekannt ist („Small-World-Phänomen“). Eine Hypothese, die nicht nur für das Real-Life bewiesen werden konnte, sondern auch von Dodds et al. (2003) für das Internet bewiesen wurde (vgl. Ebersbach et al. 2007:81). „Sixdegrees“ ermöglichte es erstmals, ein Profil zu erstellen und Freundeslisten zu verwalten. Dies waren Features, die vorher natürlich bereits auf anderen Seiten wie AIM oder ICQ zu finden waren. Der Unterschied lag nun darin, die eigene Freundesliste für andere sichtbar zu machen und zu präsentieren (vgl. Boyd/Ellison 2007:o.S.). Friendster, ein im Jahr 2002 gegründetes Online Social Network, galt bis April 2004 als das größte Netzwerk der Welt, wurde jedoch aufgrund einer Serie technischer Fehler, sozialer Fehltritte und dem fehlenden Weitblick, wie sich Benutzer zukünftig dem Medium widmen würden, vom im gleichen Jahr gegründeten Myspace überholt (vgl. Boyd 2002:97). Die Betreiber von „Friendster“, welches als Online Dating Plattform gegründet wurde, erwarteten von den Nutzern das Bereitstellen präziser Information und eine Verknüpfung mit Menschen, die sie kennen und denen sie vertrauen. Sie sollten anderen Nutzern Referenzen ausstellen, indem sie auf ihren Seiten entsprechende Einträge verfassen. Die Nutzer hatten jedoch noch ganz andere Pläne – einige verwendeten die Seite als Ausdruck ihrer kreativen Fähigkeiten und gestalteten ihr Profil so individuell und ausgefallen, wie nur möglich. Andere wiederum begannen Freunde zu „sammeln“ und sich fortan über den Counter der Freunde zu definieren (vgl. Boyd 2002:97f.). Im November 2006 war MySpace das größte soziale Netzwerk im Internet mit etwa 130 Millionen Nutzern und auch weiterhin wird eine enorme Expansion erwartet (vgl. Ahn et al. 2007:836).

6.8 Nutzung von Social Network Sites

Aufgrund nur sehr weniger repräsentativer Studien für den deutschsprachigen Raum wird in folgendem Kapitel überwiegend auf Nutzung und Nutzungsmotive amerikanischer Jugendlicher verwiesen. Lenhart gibt für das Jahr 2009 an, dass ein Drittel (35 %) der amerikanischen Erwachsenen Internetuser ein Profil auf einer Online Social Network Site besitzt – etwa vier Mal mehr als noch vor 3 Jahren. Dieser Wert ist aber immer noch gering im Vergleich zu den 65 % der amerikanischen Teenager (unter 18 Jahren), die SNS

verwenden (vgl. ebd. 2009:3). Bezüglich der Geschlechtsunterschiede bei der Erstellung eines Profils lassen sich keine Signifikanzen erkennen, jedoch scheinen Männer eher dazu zu tendieren, mehr als ein Profil zu haben (54 % der Männer im Gegensatz zu 47 % der Frauen) (vgl. ebd. 2009:8). Für Österreich zeigt sich laut der aktuellsten Studie des GfK für das 1. Quartal 2009, dass 97 % aller Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren online sind. Eine prozentuelle Steigerung von 14 % im Vergleich zum Jahr 2000².

In der von Fuchs im Jänner 2009 veröffentlichten Studie, gaben von 557 befragten Studierenden als 59.1 % als größten wahrgenommenen Vorteil die Aufrechterhaltung von bestehenden Kontakten, Freundschaften und familiären Beziehungen an. Erst dann folgte das Bedürfnis, neue Kontakte zu knüpfen. Alte Kontakte zu finden und zu erneuern steht für 19.9 % im Vordergrund. Im Gegensatz dazu, ist die Selbstpräsentation (im nicht-beruflichen Bereich) nur für 0.3 % der Befragten ein wahrgenommener Vorteil (vgl. Fuchs 2009:93). 55.7 % der befragten Studierenden gaben den Datenmissbrauch, Weitergabe von Daten und Datensicherheit als vordergründiges Problem der SNS an. Im Vergleich dazu, gaben 23.1 % der Befragte an, dass sie Angst davor hätten, ihre privaten Angelegenheiten würde öffentlich werden und in verminderter Privatsphäre oder privaten Kontrolle resultieren, nur 0.4 % hatten Angst davor, dass Freunde einen negativen Eindruck über die SNS von ihnen bekommen könnten (vgl. Fuchs 2009:93f.).

Jugendliche, die nicht an Social Network Sites teilnehmen, lassen sich laut Boyd (2007) in zwei unterschiedliche Klassen unterteilen: „Entrechtete Jugendliche“ besitzen entweder keinen Internetanschluss, oder ihre Eltern haben sie erfolgreich von der Teilnahme ausgeschlossen. Darunter fallen jedoch auch Jugendliche, die in erster Linie in der schulischen Umgebung oder an öffentlichen Plätzen das Internet nutzen, wo der Zugang zu SNS gesperrt ist. „Bewusste Gegner“ der Social Network Sites, die die zweite Gruppe der nicht teilnehmenden Jugendlichen bildet, sind zumeist politisch engagierte Jugendliche, die sich absichtlich gegen Murdochs „MySpace“ verschworen haben. Hier finden sich aber auch jene Jugendliche, die mit elterlichen Moralvorstellungen und Bedenken zur Sicherheit konform gehen und denken (vgl. ebd. 2007:3)

² Vgl. [URL:http://www.gfk.at](http://www.gfk.at) [zuletzt geprüft Mai 2009]

6.8.1 Nutzertypologien

In einer 2009 erschienenen Studie, welche über 650 Schüler und Studenten zu ihren Nutzungsgewohnheiten von SNS befragte, konnte folgende Nutzertypologie anhand der Faktoren Nutzungsangebote und Nutzungsgrund erstellt werden:

- „Handlungstyp (1): „Die kreativ-engagierte Social web-Nutzung auf unterschiedlichen Ebenen“ – der selbstbewusste, neugierig-kompetente Umgang mit Social Web-Angeboten;
- Handlungstyp (2): „Der intensive, initiative und kritische, aber konventionelle Umgang mit dem Social Web“ mit hoher Relevanz für das Beziehungsmanagement – das Internet allgemein wird intensiv zum Informationsmanagement genutzt;
- Handlungstyp (3): „Der intensive und kommunikativ-initiative Umgang mit dem Social Web“ zur Kontaktpflege und Selbstdarstellung;
- Handlungstyp (4): „Dabei sein ist alles“ – das Social Web wird vornehmlich zum Beziehungsmanagement eingesetzt, sonst erweist sich die Social Web-Nutzung als unauffällig und eher unspezifisch;
- Handlungstyp (5): „Der kritisch-selektive Umgang mit dem Social Web als Mittel zum Zweck“ – insbesondere zur Beziehungspflege und zur Information;
- Handlungstyp (6): „Das Social Web zur Kompensation bei sozialen Problemen“ – die intensive und initiative Nutzung mit hoher Relevanz in einem problembelasteten Alltag“ (Schmidt et al. 2009: 9)

6.8.2 Preisgabe von Informationen

Mädchen und Jungen unterscheiden sich auch in der Art und Weise, wie sie über persönliche Informationen auf ihren Profilen denken, denn während Mädchen öfter Fotos von sich selbst und ihren Freunden online stellen, geben Jungen häufiger Informationen wie Heimatstadt, Nachname oder Handynummer an (vgl. Lenhart/Madden 2007:17). Beim Ausfüllen eines Profils beschäftigen sich Adoleszente zunächst mit seichten Informationen, wie beispielsweise Lieblingsbüchern, besuchten Schulen oder Hobbys. Bevor sie jedoch tiefgreifende Infos ausfüllen, sehen sie sich zunächst die Profile anderer Jugendlicher, vorzugsweise zunächst die ihrer besten Freunde an, welche wichtige Hinweisreize bieten und zeigen, was sozial angemessen ist (vgl. Boyd 2007:10). Mädchen, die ein ausgesprochen aufreizendes Profilfoto haben, haben auch tendenziell öfter Mädchen im Freundeskreis, die ebensolche Bilder hochladen (vgl. Boyd 2002:136).

6.8.3 Sichtbarkeit und Offenlegung von Informationen

Die Sichtbarkeit von Profilen variiert von Seite zu Seite in Verbindung mit der Erlaubnis der Profilbetreiber. Manche SNS fördern Pseudonyme, da potenziell jede Person mit

Internetzugang die persönlichen Informationen einsehen kann. Andere Seiten begrenzten den Zugang zu persönlicher Information auf jene, die sich im direkten oder erweiterten Netzwerk des Profilbetreibers befinden (vgl. Gross/Acquisti 2005:72). In den Voreinstellungen jedoch können Profile auf Friendster oder Tribe.net von Suchmaschinen durchsucht werden und machen sie für jedermann sichtbar – unabhängig davon ob der Betrachter ein eigenes Profil hat. Auf der anderen Seite gibt es auch Plattformen wie LinkedIn, welches gezielt kontrolliert, was der Betrachter sieht, abhängig davon ob er oder sie einen bezahlten Account hat. Seiten wie MySpace erlaubt den Profilbetreibers selbst zu entscheiden, ob das Profil von der breiten Öffentlichkeit oder nur von den Freunden des Netzwerkes betrachtet werden darf (vgl. Boyd/Ellison 2007:o.S.). In der 2007 durchgeführten Studie von Lenhart und Madden gaben 77 % der befragten Jugendlichen, die ein Profil auf einer SNS besitzen an, dass dieses ständig sichtbar ist, während 21 % den Status ihres Profils nicht andauern auf „sichtbar“ setzen. Von jenen 77 % mit sichtbarem Profil gab mehr als die Hälfte (59 %) an, dass ihr Profil nur für ihre Freunde sichtbar wäre. Etwa 1 % der Benutzer weiß nicht, wer ihr Profil auf der Social Network Seite sehen kann (vgl. Lenhart/Madden in Fuchs 2009:3). Es hat sich jedoch auch gezeigt, dass Teenager ihre Profile in erster Linie für jene Personen konstruieren, mit denen sie ohnehin jeden Tag in Kontakt sind (vgl. Boyd 2002:168).

Social Networking Sites befinden sich in den letzten Jahren im häufiger unter Anklage in den Medien – abgesehen von den positiven Aspekten, die eingangs in diesem Kapitel erwähnt wurden, zählen jedoch genau so viele Gefahren dazu. Die European Network an Security Agency (ENISA) publizierte ein Positionspapier, in dem SNS als „digitale Cocktailpartys“ beschrieben wurde, bei denen Menschen über die Stränge schlagen und am nächsten Tag mit Kopfschmerzen aufwachen. Sie vergleichen die Tatsache, dass man in SNS wesentlich schneller dazu neigt, private Informationen preiszugeben, mit dem Zustand des Betrunkenseins, wenn am nächsten Morgen nicht mehr genau klar ist, was man gesagt oder getan hat (vgl. Ebersbach 2007:93). McKenna beschreibt dies auch mit dem Vergleich des Fremden im Zug, dem wir während einer langen Zugfahrt eventuell intime Details anvertrauen würden, die wir in dieser Form selbst Freunden nicht sagen – weil wir denken, dass wir diese Person nie wieder sehen werden (vgl. McKenna 2007:211). Genau hier steckt auch eine der Größten Gefahren: in der Offenlegung privater Daten. In der heutigen Zeit braucht es keine komplizierten Algorithmen oder Mustererkenner mehr, um persönliche Daten von unterschiedlichen Internetanwendungen zu einem Ganzen zusammenzufügen und von einer Online-Identität auf die Offline-Identität zu schließen (vgl. Ebersbach 2007:93).

6.9 Profilname

Obwohl der Benutzername auf den ersten Blick zufällig gewählt erscheint, kommt ihm doch im Netz eine wesentlich größere Bedeutung zu als offline. Er bietet eine breite Basis für Identität und Identitätszuschreibungen (vgl. Bahl 1997:86). Wenn Personen im Internet über ihre Nicknames kommunizieren bedeutet das aber nicht, dass die Kommunikation automatisch zwischen Fremden stattfindet. Oft sind die realen Namen hinter den Spitznamen bekannt, oder es werden im Gespräch Hinweise auf die reale Identität genannt (E-Mail, Adresse, Telefonnummer etc.) (vgl. Beck 2006:152). Die Verwendung des richtigen und meist vollständigen Namens beim Erstellen des Profils ist in erster Linie abhängig von der Art der SNS. Die Verwendung des richtigen Vor- und Zunamens kann durch technische Spezifikationen, Registrierungsanforderungen oder soziale Normen in studentischen und schulischen Netzwerken gefördert werden, da ohnehin die Verbindung des Online-Profiles mit der Offline-Identität angestrebt wird. Pseudonyme sind vor allem in Dating-Plattformen vorherrschen und erwünscht, da die wahre Identität der Nutzer geschützt werden soll (vgl. Gross/Acquisti 2005:72).

6.10 Profilbild

Social Network Sites bieten dem Benutzer die Möglichkeit, ein Profilbild hochzuladen, das dauerhaft neben den persönlichen Informationen angezeigt wird und auf den meisten Plattformen den ersten Eindruck des Profils bestimmt. Durch die Implementierung der Funktion „Fotoalbum“ können dann zusätzlich Bilder hochgeladen und mit Kommentaren versehen werden. Diese Fotos dienen dabei ganz wesentlich der Identitätsperformance und werden von aktiven Benutzern regelmäßig aktualisiert und ergänzt, um meist Freunde über aktuelle Tätigkeiten zu informieren, aber auch fremden Personen Einblicke in das eigene Leben zu geben. Aufgrund der Tatsache, dass das eigene Profilbild auf den Profilen der Kontaktliste erscheint, ist es ein wichtiger Teil der Darstellung (vgl. Boyd/Heer 2006:o.S.). Durch die Funktionalisierung des Profilfotos als Icon in Verbindung mit dem Benutzernamen nimmt es eine zentrale Stellung für Identitäten im Internet ein (vgl. Ebersbach et al. 2007:87). Gross und Acquisti identifizierten bei ihrer Studie über Facebook vier unterschiedliche Arten von Fotos, die typischerweise verwendet werden

- Identifizierbare Fotos: Das Bild selbst ist in guter Qualität vorhanden und die Person darauf eindeutig erkennbar

- Semi-Identifizierbare Fotos: Das Bild zeigt eine Person, die jedoch aufgrund der Bildkomposition oder des Gesichtsausdrucks nicht eindeutig erkennbar ist. Andere Aspekte wie Haarfarbe oder Körperstatur sind jedoch erkennbar
- Gruppenfotos: Das Bild enthält mehr als nur ein Gesicht und es existieren keine weiteren Profilinformationen, die dazu genutzt werden könnten, den Profilhhaber auf dem Gruppenfoto zu identifizieren.
- Scherz-Foto: Das Bild kann eindeutig nicht mit dem Profilhhaber in Verbindung gebracht werden, da darauf ein Prominenter oder eine Cartoonfigur etc. abgebildet ist (vgl. Gross/Acquisti 2005:76).

6.11 Freundeslisten

In der physischen Welt gibt es viele unterschiedliche Möglichkeiten, Verbindungen und Freundschaften nach außen hin zu demonstrieren. Sei dies nun, indem man auf Partys Leute einander vorstellt, zu denen man einen wichtigen Bezug hat und diese Verbindungen dann auf positive Art und Weise auf einen selbst zurückfällt, oder auch durch das Dekorieren des Kühlschranks, auf dem schöne Erinnerungen gemeinsam mit Freunden verewigt werden (vgl. Donath/Boyd 2004:71). Auf SNS können diese Verbindungen in erster Linie durch Freundeslisten gezeigt werden, die nicht nur als Ausdruck der Einbindung in ein bestimmtes soziales Netzwerk gedeutet werden können, sondern auch Gruppenaktivitäten erleichtern, Fehlverhalten reduzieren und als wichtiges soziales Kapital gewertet werden (vgl. Lampe et al. 2007:1). Das Konstrukt der „Freundschaft“ erfuhr dabei im Verlauf des Siegeszuges der SNS ebenfalls eine Veränderung. Im Jahr 2003 war es „modern“, nicht nur computervermittelte Freundschaften per Internetportal friendster.com als „friendster“ zu bezeichnen, sondern auch Menschen im Allgemeinen, mit denen man „nicht wirklich“ befreundet war (vgl. Boyd 2006:o.S.). Freundeslisten sind ein wichtiger Ausdruck der eigenen Persönlichkeit, denn durch die hohe Anzahl an Freuden erweckt man selbst den Anschein, beliebter zu sein, als man eventuell wirklich ist. Diese Listen sind auf diversen Social Network Seiten auch die einzige Möglichkeit, persönliche Profile anderer Benutzer einzusehen (vgl. Raynes-Goldie/Fono in Boyd 2006:o.S.). Dabei gibt es meist keine bidirektionale Bestätigung der Freundschaft, daher kann die Bezeichnung „Freund“ verwirrend sein, denn damit ist nicht notwendigerweise von Freundschaften in konventionellem Sinne die Rede (vgl. Boyd/Ellison 2007:o.S.).

6.12 SchülerVZ

6.12.1 Geschichte von schülerVZ

Zu Beginn des Jahres 2007 zeigte der Holtzbrinck-Verlag ein gutes Gespür für die Entwicklungen im Bereich der sozialen Online-Netzwerke und kaufte „studiVZ“, das bis dahin nicht nur permanent negative Schlagzeilen schrieb, sondern auch als Gratis-Netzwerk vom wirtschaftlichen Aspekt uninteressant schien. Dennoch hatten es die Studivz-Betreiber geschafft, in kürzester Zeit über eine Million Mitglieder zu akquirieren. Nur wenig später wurden erste Pläne vorgelegt, nicht nur die studentische Gemeinschaft in das Netzwerk einzubeziehen, sondern ein eigenes Netzwerk nur für SchülerInnen zu gestalten. Dabei startete „schülerVZ“ (www.schuelervz.net) nicht als einziges Netzwerk für Schüler – gemeinsam mit ihm buhlten schuelerRG (www.schuelerrg.de), schueler.cc (www.schueler.cc), schuelerprofile.de (www.schuelerprofile.de), schuelernetz.de (www.schuelernetz.de) und mystubz.com (www.mystubz.com) um die Aufmerksamkeit der Jugendlichen im deutschsprachigen Raum³. Zwei Jahre später zählen bereits etwa 5 Millionen Schülerinnen und Schüler zum schülerVZ-Netzwerk⁴, das seit März 2008 bei den Netzwerken für Schüler bzw. Jugendliche im deutschsprachigen Raum die Führung übernommen hat.. Zur studiVZ Ltd. Gehört nicht nur studiVZ (für StudentInnen), sondern auch schülerVZ (SchülerInnen) und meinVZ (für alle, die Schule und Universität bereits abgeschlossen haben).

6.12.2 Profilkomponenten auf schülerVZ

Bereits beim Ausfüllen des Mitgliederprofils „wählt“ der Profilbenutzer aus, wie er sich gerne darstellen möchte, wobei diese Darstellungen immer in bestimmten, festgelegten Bahnen verlaufen. Die Seiten geben durchaus ein gewisses Setting vor: bei Xing bildet Beruf und Karriere den Schwerpunkt, studiVZ legt mehr Wert auf Lehrveranstaltung und Hobbies (vgl. Ebersbach et al. 2007:85) und schülerVZ erfragt detailliert die besuchten Schulen, Lieblingsfächer, Hassfächer, Hobbies und allgemeine Selbstbeschreibungen.

In Anlehnung an Dörings Einteilung potenzieller Selbstdarstellungsrequisiten ergeben sich für schülerVZ folgende Möglichkeiten der Darstellung:

³ vgl. URL: <http://www.spiegel.de/schulspiegel/leben/0,1518,465477,00.html> vom 09.02.2007 [zuletzt geprüft Jänner 2009]

⁴ Vgl. URL: <http://www.schuelervz.net//schueler/3/> [zuletzt geprüft Mai 2009]

RUBRIK	DARSTELLUNGSREQUISITE
Allgemeines	<ul style="list-style-type: none"> - Schule - An der Schule seit - Status (SchülerIn / Auszubildende/r) - Jahrgangsstufe - Geschlecht
Schule	<ul style="list-style-type: none"> - Ich bin (Klassensprecher, Zimtziecke, Sportskanone, Jahrgangssprecher, Naturwissenschaftler, Primaballerina, Schülerzeitungsredakteur, Klassenclown, engagiert, Schulsprecher, Streber, faule Sau, Frauenverstehrer, Karrierist, Lehrerschreck, heiße Braut, Held des Tages) - Lieblingsfach - Hassfach - Nebenjob - Was ich da mache
Kontakt	<ul style="list-style-type: none"> - MSN/Windows Live ID - ICQ-Nummer - AIM-Name - Skype-Name - PLZ, Ort - Land - Webseite
Persönliches	<ul style="list-style-type: none"> - Auf der Suche nach (netten Leuten, Freunden, Abwechslung, Dating, Partys, Was sich eben ergibt) - Beziehung (solo, vergeben, verliebt, Romanze, frisch verliebt, verknallt, unklar, Problem, gute Frage, in Arbeit, gerade getrennt, für alles zu haben, kein Interesse, bloß nicht, unglücklich verliebt) - Politisch (unpolitisch, Kommunist, sehr links, links, Mitte links, liberal, Mitte rechts, rechts, konservativ, kronloyal, grün) - Hobbys - Clubs / Vereine - Lieblingsmusik - Lieblingsbücher - Lieblingsfilme - Lieblingspruch - Ich mag - Ich mag nicht - Über mich
Status	<ul style="list-style-type: none"> - Aktueller Statusbericht (XY ist gerade ...)

Abbildung 4: Darstellungsrequisiten einer SNS (vgl. Döring 2003:342)

Weitere Darstellungsrequisiten sind das persönliche Foto (Profilfoto), Fotoalben des Nutzers und Gruppenmitgliedschaften. Unter systemgenerierten Informationen versteht man Informationen, die das objektive Nutzungsverhalten der Fokuspersion sowie anderer Mitnutzer präsentieren (vgl. Döring 2003:342). Dies wären bei schülerVZ beispielsweise die Anzahl der Freunde und Links auf Freunde, die Dauer der Mitgliedschaft und das letzte

Update. Unter mitnutzergenerierten Informationen sind direkte wie auch indirekte Beschreibungen des Nutzers zu verstehen. Darunter fallen Selbstbeschreibungen, die beim Ausfüllen des Profils getätigt werden, hochgeladene Fotos aber auch Verlinkungen auf andere Seite, Pinnwandeinträge und Fotokommentare (vgl. Döring 2003:342). Diese mitnutzergenerierten Beschreibungen sind dabei ebenso wichtig wie selbstgetätigte Informationen, da bei Social Network Sites das Motto „you are who you know“ (Boyd 2002:136) gilt. Jugendliche kontrollieren zwar sehr stark, wie sie sich selbst beschreiben, doch auf gewählten Profilnamen oder Fotos ihrer Freunde haben sie wenig Einfluss. Genauso wenig wie auf Profilkommentare auf der sogenannten Pinnwand oder Vermerke auf Fotos. Diese könnten zwar gelöscht werden, es zeigt sich aber, dass dies nur dann geschieht, wenn es sich um Beleidigungen oder Verleumdungen handelt (vgl. Boyd 2002:136).

7. Empirische Studie

Auf Grundlage der vier Forschungsblöcke, die bereits in der Einleitung vorliegender Arbeit erwähnt wurden (Selbstpräsentation, Nutzung, Informationssuche und Gruppenmitgliedschaft), wurden insgesamt 4 Hypothesen mit zugehörigen Unterhypothesen formuliert. Diese Hypothesen sollen mit Hilfe eines Fragebogens getestet werden, der einerseits Fragen zum Verhalten der SchülerInnen auf der Social Network Site „schülerVZ“ enthält und anschließend mit Hilfe des Identity Style Inventory (ISI-6G) den Identitätsstil erfragt. Für die Studie wurde zunächst die Genehmigung des Stadtschulrates Wien eingeholt, um die Umfrage an Wiener Schulen durchführen zu können. Zwischen Mai und Juni 2009 wurde nach positiver Rückmeldung und offizieller Erlaubnis des Stadtschulrates, der Fragebogen an sechs Wiener Gymnasien ausgeteilt, welche sich gerne zur Unterstützung der Untersuchung bereit erklärten. Insgesamt nahmen 102 SchülerInnen zwischen 14 und 18 Jahren an der Umfrage teil, wobei der Fragebogen zwar während der Unterrichtszeit ausgeteilt wurde, von den SchülerInnen wahlweise aber zu Hause oder in der Schule ausgefüllt werden konnte. Von der gesamten Rücklaufquote von 102 Fragebögen wurden nach einer ersten Auswertung 12 Fragebögen aufgrund fehlender Antworten respektive „fehlender Ernsthaftigkeit der Antworten“ (bei allen Fragen Angabe von Extremwerten) von der Auswertung ausgeschlossen.

7.1 Hypothesen

Durch den Fragebogen sollte es ermöglicht werden, folgende Hypothesen samt zugehörigen Unterhypothesen zu testen:

H1: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Selbstpräsentation auf schülerVZ und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H1(1.1): Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Anzahl der ausgefüllten Informationen und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H1(1.2): Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Bereitschaft, das Profil sichtbar zu schalten und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H1(1.3): Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Bewertung der Plattform als Mittel der Selbstpräsentation und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H2: Es besteht ein Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und der Nutzung von schülerVZ.

H2(2.1): Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Dauer der Mitgliedschaft und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H1(2.2): Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Veränderung des eigenen Profils zwischen den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H2(2.3): Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit online und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H2(2.4): Es besteht ein Zusammenhang in der Tendenz, sich auf schülerVZ mit anderen zu vergleichen und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H2(2.5): Es besteht ein Zusammenhang in der Tendenz, sich als wahrhaftig darzustellen, und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H2(2.6): Es besteht ein Zusammenhang im Grund für die Registrierung und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H2(2.7): Es besteht ein Zusammenhang in der Häufigkeit des Microblogging und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H3: Es besteht ein Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und der Informationssuche auf fremden Profilen.

H3(3.1): Es besteht ein Zusammenhang in der Intention der Betrachtung fremder Profile und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H3(3.2): Es besteht ein Zusammenhang in der Art der Information, die auf fremden Profilen gesucht wird und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H3(3.3): Es besteht ein Zusammenhang im Grund für die Informationssuche auf fremden Profilen und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H4: Es besteht ein Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und Gruppenmitgliedschaften

H4(4.1): Es besteht ein Zusammenhang in der Bewertung der Wichtigkeit vieler Gruppenmitgliedschaften und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H4(4.2): Es besteht ein Zusammenhang in der Bewertung der Wichtigkeit der „richtigen“ Gruppen und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H4(4.3): Es besteht ein Zusammenhang in der Bewertung von Gruppen als Ausdruck der Identität und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H4(4.4): Es besteht ein Zusammenhang in der Bewertung von Gruppen als repräsentativ und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

H4(4.5): Es besteht ein Zusammenhang in der Anzahl der Gruppenmitgliedschaften und den Identitätsstilen informationsorientiert, normorientiert und diffus-vermeidend-orientiert.

7.2 Untersuchungsdesign

7.2.1 Kategorien und Operationalisierung

Am Beginn des Fragebogens werden Geschlecht und Alter der Befragten erhoben, sowie die Zugänglichkeit zu PC mit Internetanschluss von zu Hause aus. Anschließend folgen Fragen, die die vier Themenkomplexe breitgefächert abfragen sollen:

7.2.1.1 Art und Ausmaß der Selbstdarstellung

Art und Ausmaß der Informationspräsentation bzw. Selbstdarstellung auf schülerVZ wurde anhand folgender Items operationalisiert:

Frage 1) Welche der folgenden Informationen hast Du auf Deinem Profil auf schülerVZ ausgefüllt?

Den SchülerInnen werden systematisch 14 Kategorien wie beispielsweise Lieblingsmusik, Lieblingsbuch, Über mich, Vor- und Zuname etc. zur Auswahl gestellt, die sie bei der Erstellung ihres Profils auf schülerVZ angeben konnten. Bei jeder Kategorie wird ihnen die Antwortmöglichkeit Ja/Nein zur Auswahl gestellt. Diese Frage basiert auf den generellen Möglichkeiten der Profilgestaltung auf schülerVZ, wenig aussagekräftige Profilinformationen wurden dabei nicht berücksichtigt und fanden keine Verwendung im Fragebogen.

Frage 2) Für wen ist Dein Profil auf schülerVZ sichtbar?

Die Antwortmöglichkeiten (1) für alle Leute in schülerVZ sichtbar und (2) nur für meine Freunde sichtbar, werden den SchülerInnen zur Wahl vorgegeben. Mit dieser Frage soll erhoben werden, ob die generelle Bereitschaft vorhanden ist, sich einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren, die aus mehreren Personen als dem eigenen „virtuellen“ Freundeskreis besteht.

Frage 6) Bitte bewerte folgende Aussagen:

Ich finde, ich bin im richtigen Leben genau so, wie ich mich auf schülerVZ darstelle.

Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist.

Die Kategorien (1) Ich stimme voll zu, (2) Ich stimme zu, (3) Ich stimme nicht zu und (4) Ich stimme überhaupt nicht zu, wurden vorgegeben. Mit diesen Fragen soll die Intention der Darstellung erfasst werden.

7.2.1.2 Art und Ausmaß der Nutzung von schülerVZ

Art und Ausmaß der Nutzung von schülerVZ wurde anhand folgender Items erhoben:

Frage 3) Wie lange hast Du Dein Profil auf schülerVZ schon?

Die Antwortkategorien (1) seit es schülerVZ gibt (etwa 2 Jahre), (2) 1 – 2 Jahre, (3) etwa 1 Jahr und (4) weniger als 6 Monate werden vorgegeben.

Frage 4) Wie oft hast Du Dein Profil auf schülerVZ bereits verändert? Dazu zählen Hochladen eines neuen Profilsfotos, Änderungen des Musikgeschmacks, Austreten von und Eintreten in Gruppen etc.

Die Antwortkategorien (1) Ich habe mein Profil noch nie verändert, (2) 1 – 10 Mal, (3) 10 – 20 Mal, (4) 20 bis 30 Mal, (5) 30 bis 40 Mal und (6) öfter als 40 Mal, wurden vorgegeben.

Frage 5) Wie oft bist Du online auf schülerVZ?

Die Antwortmöglichkeiten (1) öfter am Tag, (2) ein Mal am Tag, (3) ein paar Mal in der Woche, (4) ein paar Mal im Monat und (5) nur wenn ich per E-Mail eine Verständigung bekomme, dass mir jemand geschrieben hat, werden vorgegeben.

Frage 6) Ich nutze schülerVZ, um mich mit anderen Leuten meines Alters zu vergleichen.

Die Kategorien (1) Ich stimme voll zu, (2) Ich stimme zu, (3) Ich stimme nicht zu und (4) Ich stimme überhaupt nicht zu, werden vorgegeben.

Frage 7) Warum bist Du auf schülerVZ registriert? Entscheide Dich bitte für eine Aussage!

Die Antwortmöglichkeiten (1) um mich mit meinen Freunden zu vernetzen, (2) aus Langeweile, (3) um neue Leute kennen zu lernen, (4) um mehr über die Menschen, die ich kenne, herauszufinden, (5) um mich dort über neue Trends etc. zu informieren, (6) weil alle meine Freunde sich dort registriert haben und (7) um mich selbst zu präsentieren, werden vorgegeben.

Frage 10) Wie oft nutzt Du die Möglichkeit, Deinen Freunden mitzuteilen, was Du gerade machst / wie Du Dich gerade fühlst?

Die Antwortmöglichkeiten (1) nie (2) selten (3) gelegentlich (4) oft und (5) immer, werden vorgegeben.

7.2.1.3 Art und Ausmaß der Informationssuche auf fremden Profilen

Art und Ausmaß der Informationssuche auf fremden Profilen wurde anhand folgender Items erhoben:

Frage 8) Ich sehe mir...

Die Antwortmöglichkeiten waren hierbei (1)...eher wahllos Profile anderer Schülerinnen und Schüler an und (2)...eher gezielt Profile anderer Schülerinnen und Schüler an

Mit dieser Frage wurde erhoben, ob die Jugendlichen eher dazu tendieren, ungezielt auf den Profilen anderer SchülerInnen, die sich noch nicht in ihrem Freundeskreis befinden, zu suchen, oder hierbei gezielter vorgehen.

Frage 9) Wenn Du Dir das Profil von jemand ansiehst, den Du noch nicht kennst, auf welche Informationen achtest Du dann zuerst? Entscheide Dich bitte für eine Aussage!

Die Kategorien (1) Fotoalbum, (2) Gruppen, (3) Verlinkungen, (4) persönliche Angaben, (5) Pinnwandeinträge, (6) Freundesliste und (7) Profilfoto wurden hierbei vorgegeben. Die SchülerInnen wurden explizit aufgefordert, nur eine Antwortmöglichkeit auszuwählen, da für vorliegende Untersuchung nur die erste Priorität gewertet werden soll.

Frage 11) Wann siehst Du Dir Profile von Leuten an, die Du nicht kennst? Entscheide Dich bitte für eine Aussage!

Die Antwortmöglichkeiten (1) immer wenn ich online gehe, (2) wenn mir langweilig ist, (3) wenn ich denke, dass ich diese Person von irgendwo her kenne und (4) wenn ich mehr über diese Person herausfinden möchte (Hobbies, Freunde etc.) wurden vorgegeben.

7.2.1.4 Art und Ausmaß von Gruppenmitgliedschaften

Art und Ausmaß der Gruppenmitgliedschaften wurde anhand folgender Fragen erhoben:

Frage 12) Bewerte bitte folgende Aussagen:

Es ist mir wichtig, bei vielen Gruppen auf schülerVZ Mitglied zu sein.

Es ist mir wichtig, bei den richtigen Gruppen auf schülerVZ Mitglied zu sein.

Meine Gruppenmitgliedschaften zeigen meine Identität.

Ich halte meine Gruppenmitgliedschaften für sehr repräsentativ für meine Persönlichkeit.

Die Antwortmöglichkeiten (1) Ich stimme voll zu, (2) Ich stimme zu, (3) Ich stimme nicht zu und (4) Ich stimme überhaupt nicht zu, werden vorgegeben.

Frage 13) Bei wie vielen Gruppen bist Du Mitglied?

Die Antwortkategorien sind (1) unter 10 Gruppen, (2) 10 bis 20 Gruppen, (3) 20 bis 30 und (4) über 30.

7.2.1.5 Identity Style Inventory (ISI-6G)

Adams und Kollegen entwickelten ein Papier-Bleistift-Verfahren, um Identitätsstile reliabel und schneller als dies mit Marcias Leitfadeninterview bezüglich des Identitätsstatus möglich gewesen wäre, welches „Extended Objective Measure of Ego Identity Status (EOM-EIS)“ genannt wurde (vgl. Adams, Shea, Fitch 1979; Bennion & Adams, 1986; Grotevant & Adams, 1984 in White et al. 1998:224). Das Prozedere dieses Tests sieht vor, eine Person aufgrund ihrer z-Werte einer der Skalen zuzuordnen, jedoch nur, falls dieser Wert größer als 1 Standardabweichung wäre. Erfahrungsgemäß produzierte dieses Verfahren jedoch nur sehr wenig „reine“ Typen (vgl. White et al. 1998:224f.). Das Identity Style Inventory (ISI) von Berzonsky jedoch wurde in Anlehnung an die zusätzlichen Aspekte der Identitätskrise entwickelt und klassifiziert die Befragten anhand des höchsten z-Wertes in einen der drei Typen. So ist es möglich, alle Befragten der höchsten Ausprägung nach einem Typ zuzuordnen und keine Mischtypen zu produzieren (vgl. ebd. 1998:225). Das ISI-6G, eine Revision des ursprünglichen Tests, liegt nun in einer Form für ein Leseniveau ab der sechsten Klasse vor (6G – sixth grade), welches auch für vorliegende Studie zum Einsatz kam. Es umfasst insgesamt 40 Items, davon 11 zur Klassifikation des informationsorientierten Identitätsstils, 9 zur Erfassung des normorientierten Identitätsstils, zehn für den diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstils und weitere zehn Items, um das Ausmaß der inneren Verpflichtung zu erheben.

8. Auswertungsverfahren und Analyse

8.1 Hinweise zur Auswertung

Identitätsstile, wie sie das verwendete ISI-6G erhebt, werden aufgrund einer 6-stufigen Antwortskala von „Ich stimme vollkommen zu“ bis „Ich stimme überhaupt nicht zu“ eingeteilt. Der Test sieht vor, die höchste Ausprägung eines jeden Identitätsstils heranzuziehen, um betreffenden Probanden einem Stil eindeutig zuzuordnen zu können. Dies geschah in einer ersten Analyse, indem die vormals 6-stufige Likertskala in zwei dichotome Kategorien – beispielsweise informationsorientiert und nicht informationsorientiert – zusammengefasst wurde. Mit anderen Worten bedeutete dies auf das Beispiel des informationsorientierten Identitätsstils bezogen: Die Ausprägungen „Ich stimme überhaupt nicht zu“, „Ich stimme nicht zu“ und „Ich stimme kaum zu“ wurden in einer Kategorie „keine Zustimmung“ zusammengefasst und bezeichneten in weiterer Folge die Ausprägung „nicht informationsorientierter Identitätsstil“. Analoges gilt für die Ausprägungen „Ich stimme eher zu“, „Ich stimme zu“ und „Ich stimme vollkommen zu“ für den informationsorientierten Stil. Beim normorientierten und diffus-vermeidend-orientierten Stil wurde in gleicher Weise verfahren. Wie bereits Berzonsky (1998:225) anmerkte, kann es durchaus vorkommen, dass ein Jugendlicher auf allen drei Skalen hohe Werte erreicht. Daher wurden nach einer ersten Analyse mit Hilfe der dichotomisierten Variablen in einem zweiten Schritt die Korrelationen der 6-stufigen Likertskala der Identitätsstile in Verbindung mit den interessierenden Faktoren des Fragebogens betrachtet, um Tendenzen besser erkennen zu können.

8.2 Ergebnisdarstellung

8.2.1 Demographische Daten

Der Fragebogen wurde zu gleichen Teilen von Mädchen wie auch von Jungen ausgefüllt – die Daten von 45 Jungen und 45 Mädchen lagen zur Auswertung vor.

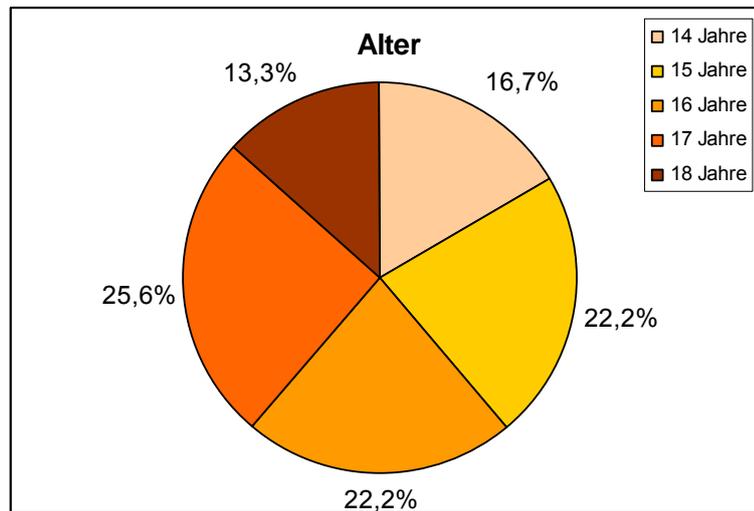


Abbildung 5: Altersverteilung der Stichprobe

Der Altersbereich der teilnehmenden Jugendlichen lag zwischen 14 und 18 Jahren, wobei 16.7 % 14 Jahre alt waren, 22.2 % 15 Jahre alt, 22.2 % 16 Jahre, 25.6 % 17 Jahre und 13.3 % 18 Jahre alt. Nachdem die Fragebögen ausschließlich in Wiener Gymnasien ausgeteilt wurden, lag keine Notwendigkeit der weiteren Differenzierung nach Bildungsgraden oder Klassen vor.

8.2.2 Deskriptive Statistik

Internetanschluss

97.8 % der Befragten (88 Personen) haben zu Hause sowohl Zugriff auf einen PC wie auch auf einen Internetanschluss. Es sollte sichergestellt werden, dass alle an der Studie teilnehmenden SchülerInnen die gleichen Chancen und Möglichkeiten haben, auf ihr Profil jederzeit zugreifen zu können, um die Stichprobe so homogen wie möglich zu halten.

Profilinformationen

Profilinformation	Ausgefüllt	Nicht ausgefüllt
Ich bin	31,1 %	68,9 %
Lieblingsfach / Hassfach	34,4 %	65,6 %
Profilfoto	94,4 %	5,6 %
Wohnadresse	2,2 %	97,8 %
Fotoalbum	86,7 %	13,3 %

Auf der Suche nach	46,7 %	53,3 %
Politische Ansichten	33,3 %	66,7 %
Clubs, Vereine	74,4 %	25,6 %
Lieblingsmusik	67,8 %	32,2 %
Ich mag / Ich mag nicht	47,8 %	52,2 %
Über mich	38,9 %	61,1 %
Vollständiger Name	60 %	40 %
Wunsch-Hochschule	11,1 %	88,9 %
ICQ, MSN, AIM; Skype	33,3 %	66,7 %

Abbildung 6: Profilinformatoren

Bei ausgefüllten Profilinformatoren zeigt sich bei den Faktoren „Auf der Suche nach“ und „Ich mag / Ich mag nicht“ ein recht homogenes Bild, wobei etwa 50 % der Befragten Personen diese Information ausgefüllt bzw. nicht ausgefüllt haben. Ganz eindeutig zeigten die Ergebnisse, dass das Profilfoto in der Regel für einen aktiven Account auf schülerVZ notwendig ist, da 94.4 % aller befragten SchülerInnen (85 Personen) ein Foto hochgeladen hatten. Bei der richtigen Wohnadresse sowie der Wunsch-Hochschule lässt sich wiederum eine Tendenz zum nicht Ausfüllen, da die Adresse nur von 2.2 % (2 Personen) der Befragten angegeben wurde und die gewünschte zukünftige Hochschule nur von 11.1 % (10 Personen). Insgesamt lässt sich sagen, dass Informationen, wie Fotoalbum (86.7 %, 88 Personen), Clubs, Vereine (74.4 %, 67 Personen), Lieblingsmusik (67.8 %, 61 Personen) und vollständiger Name (60 %, 54 Personen) lieber angegeben werden, als Informationen wie „Ich bin“ (31.1 %, 28 Personen), Lieblingsfach / Hassfach (34.4 %, 31 Personen), politische Ansichten (33.3 %, 30 Personen), Über mich (38.9 %, 35 Personen) und zusätzliche Verweise auf andere Social Network Seiten wie ICQ, MSN, AIM oder Skype (33.3 %, 30 Personen).

Sichtbarkeit des Profils

Bezüglich der Privateinstellungen des Accounts auf schülerVZ zeigt sich, dass nur 31.1 % (28 Personen) ihr Profil auf den Status „sichtbar“ gesetzt hatten. Die Mehrheit von 68. % (62 Personen) lässt ausschließlich die Freunde des eigenen Netzwerkes auf die persönlichen Einstellungen zugreifen.

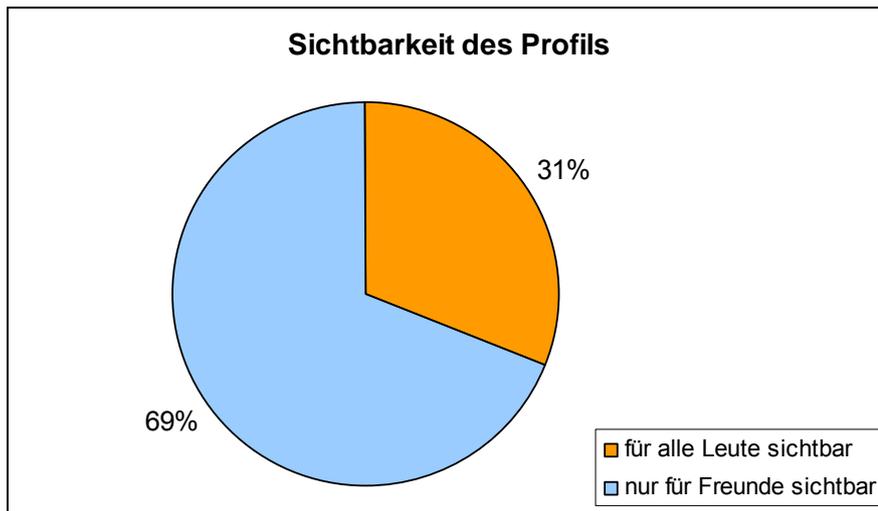


Abbildung 7: Sichtbarkeit des Profils

Dauer der Mitgliedschaft

Von den befragten SchülerInnen war die Hälfte (50 %) seit etwa einem Jahr auf schülerVZ angemeldet, 11.1 % (10 SchülerInnen) seit schülerVZ existiert, also etwa 2 Jahre, 22.2 % (20 SchülerInnen) seit etwa einem Jahr und 16.7 % (15 SchülerInnen) seit weniger als 6 Monaten. Dies zeigt sehr deutlich den Trend zu Social Network Sites des Jahres 2008, da der Großteil der Stichprobe seit letztem Jahr auch auf schülerVZ vertreten ist.

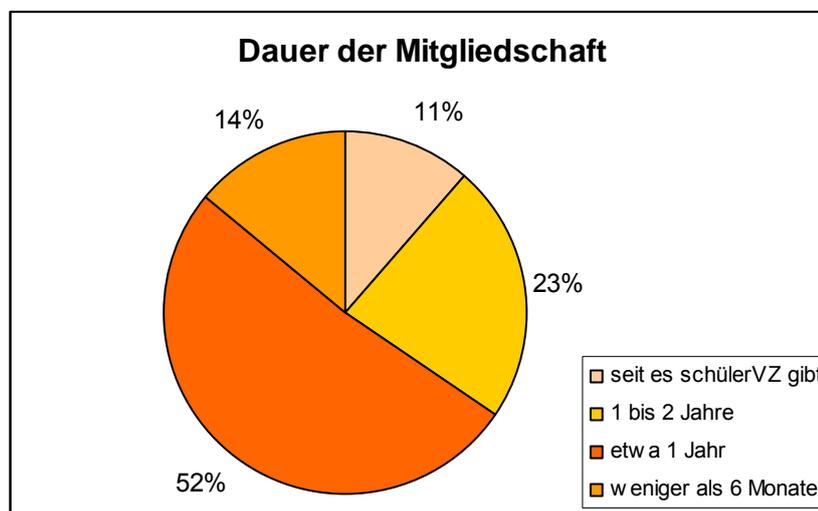


Abbildung 8: Dauer der Mitgliedschaft

Veränderungshäufigkeit des Profils

Bei der Frage, wie oft das bestehende Profil bereits verändert wurde, gab die Mehrheit der Befragten (51.1 %) an, ihr Profil bereits 1 bis 10 Mal verändert zu haben. Dazu zählte laut Fragestellung sowohl das Verändern des Musikgeschmacks, der persönlichen Einstellungen, wie auch das Eintreten in und Austreten aus Gruppen. 8.9 % gaben an, ihr Profil seit der Erstellung kein einziges Mal verändert zu haben, 14.4 % hatten es bereits 10 bis 20 Mal verändert, 12.2 % 20 bis 30 Mal, 2.2 % 30 bis 40 Mal und – etwas erstaunlich – 11.1 % (10 Personen) bereits öfter als 40 Mal.

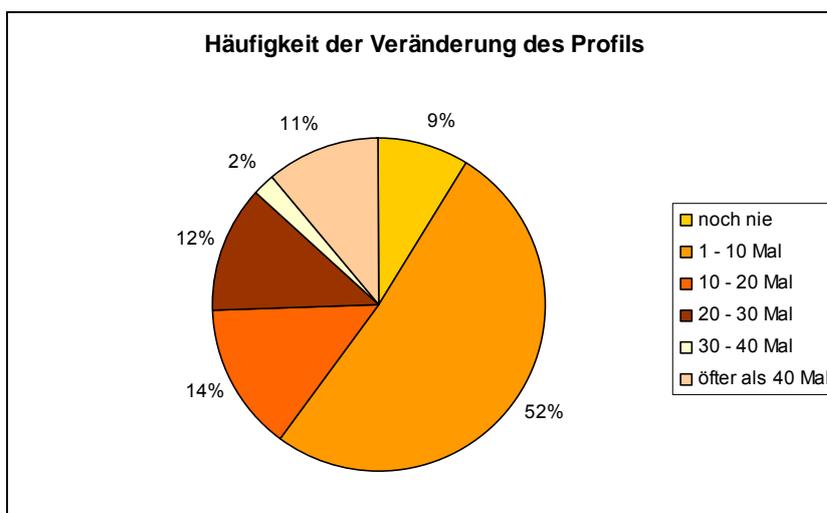


Abbildung 9: Häufigkeit der Veränderung des Profils

Häufigkeit online

Die Häufigkeit, mit der sich die SchülerInnen auf ihrem Profil auf schülerVZ einloggten, zeigte keine eindeutige Tendenz, sondern eher ein recht ausgeglichenes Bild – mit der Ausnahme von 8.9 % (8 Personen), die ihr Profil nur ein paar Mal im Monat, daher äußerst unregelmäßig, besuchen. 18.9 % sind öfter am Tag online, 20 % ein Mal am Tag, 28.9 % ein paar Mal in der Woche und 23.3 % nur, wenn sie per E-Mail eine Verständigung erhalten, dass sie eine Nachricht auf schülerVZ erhalten haben oder sie jemand verlinkt hat.

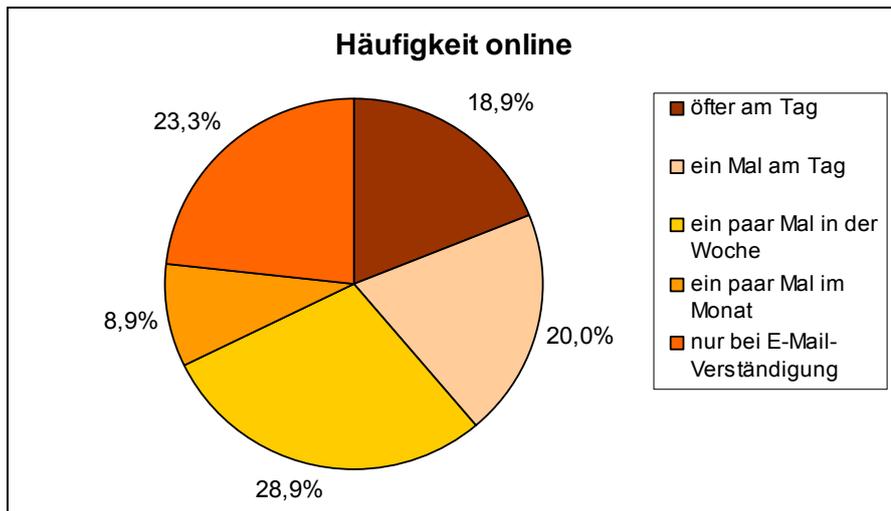


Abbildung 10: Häufigkeit online

Darstellung auf dem Profil wie im richtigen Leben

Bei der Frage, ob SchülerInnen denn fänden, sie seien im richtigen Leben genau so, wie sie sich auf ihrem Profil auf schülerVZ darstellen, antwortete die Mehrheit mit Zustimmung. 38.9 % (35 Personen) antworteten mit voller Zustimmung (Ich stimme voll zu) und 46.7 % (42 Personen) antworteten mit Zustimmung (Ich stimme zu). Geschlossen werden kann lediglich darauf, dass die Schülerinnen und Schüler beabsichtigen, sich realistisch und „wirklichkeitsgetreu“ darzustellen. Bei der Frage, ob dem Medium schülerVZ überhaupt das Potenzial zugesprochen werden kann, sich selbst realistisch und wirklich darzustellen, antwortete die Mehrheit von 57.7 % (52 Personen) mit Zustimmung, wobei 13,3 % der Befragten auf der 4-stufigen Likertskala mit voller Zustimmung antworteten und 44,4 % mit Zustimmung.

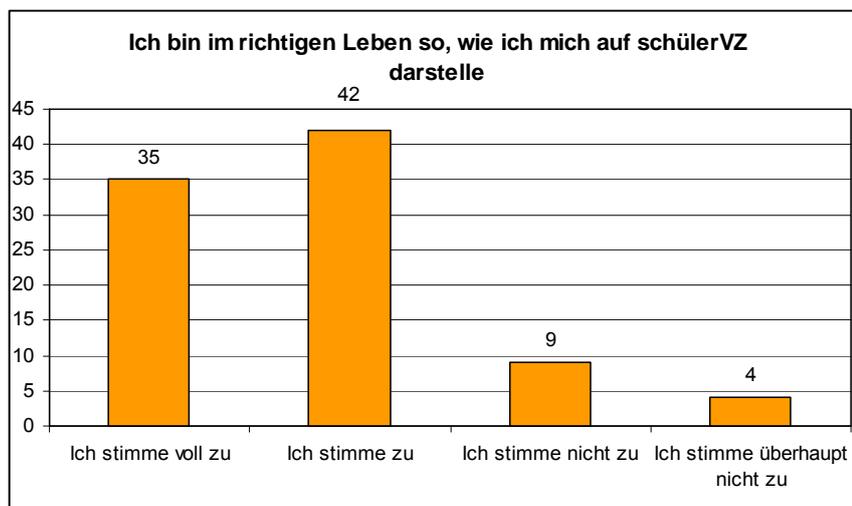


Abbildung 10: Ich bin im richtigen Leben so wie ich mich auf schülerVZ darstelle

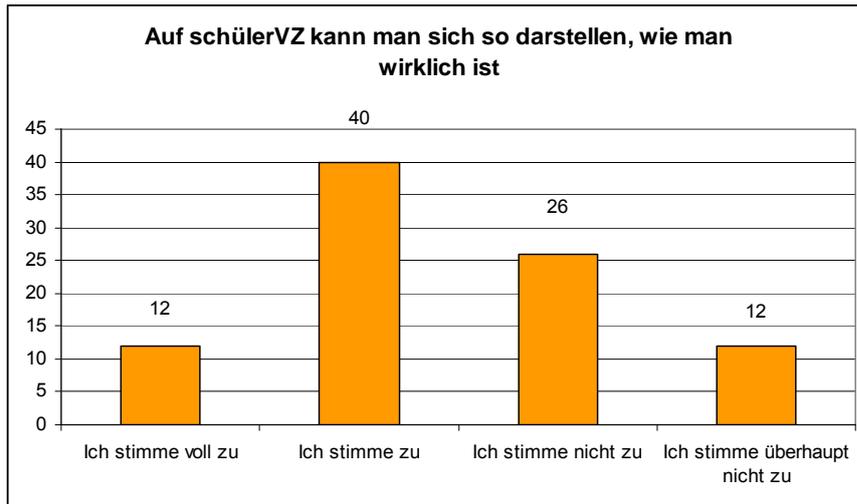


Abbildung 11: Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist

Vergleich mit anderen

Bei der Frage, ob schülerVZ dazu genutzt würde, sich mit Leuten des gleichen Alters zu vergleichen, verneinte die überwiegende Mehrheit von 85,5 % (77 Personen). Von diesen 85,5 % gaben 63,3 % (57 Personen) an, überhaupt nicht zuzustimmen und 22,2 % (20 Personen) gaben keine Zustimmung.

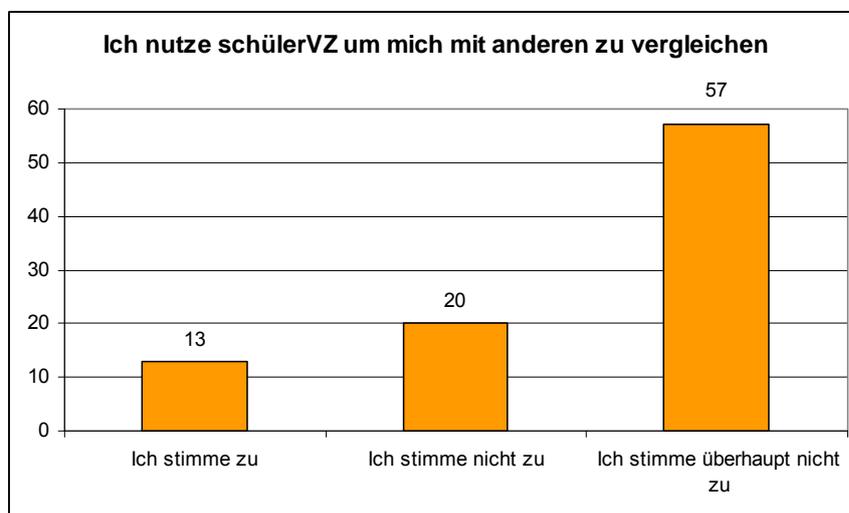


Abbildung 12: Ich nutze schülerVZ, um mich mit anderen zu vergleichen

Grund für die Registrierung auf schülerVZ

Beim Grund für die Registrierung auf der Plattform zeige sich eine eindeutige Tendenz zur Vernetzung, denn 53,3 % (48 Befragte) gaben das soziale Netzwerke mit Freunden als

ausschlaggebenden Grund für die Anmeldung an, immerhin noch 20 % (18 Personen) das Gefühl der Langeweile, 14,4 % (13 Personen) nannten den Gruppenzwang, da alle ihre Freunde sich dort angemeldet hatten, als Hauptgrund und 8,9 % (8 Personen) wollten auf schülerVZ neue Leute kennen lernen. Nur eine Person wollen auf diesem Wege mehr über die Personen erfahren, die sie bereits kannte und 2 Personen nutzen schülerVZ, um sich selbst zu präsentieren.

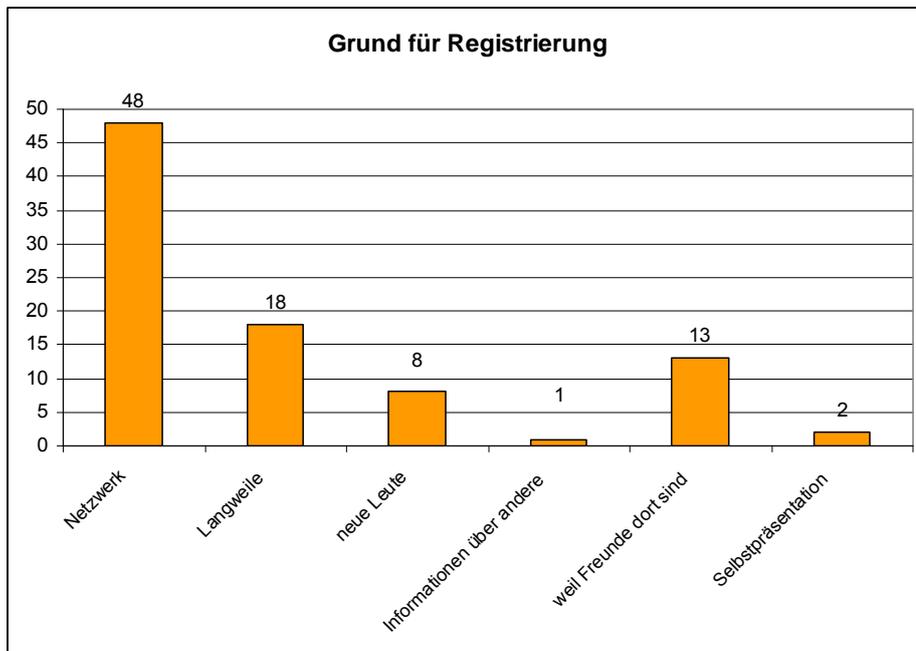


Abbildung 13: Grund für die Registrierung

Informationssuche auf fremden Profilen

Wenn auf fremden Profilen nach Informationen gesucht wird, scheint das Suchverhalten eher gezielt zu sein, denn 63,3 % (57 Personen) gaben an, gezielt zu suchen, während nur 36,7 % (33 Personen) wahllos auf der Suche nach Informationen sind. Wenn nach Informationen gesucht wird, zeigt sich eine eindeutige Präferenz für das Fotoalbum fremder Personen als ersten Hinweis, wenn ein neues Profil betrachtet wird, mit 52,2 % (47 Personen). Das Profilfoto selbst folgt somit auf zweitem Platz mit 20 % (18 Personen) und persönliche Angaben dienen 15,6 % (14 Personen) als hilfreiche Information auf fremden Profilen. Nur sehr selten werden Gruppennamen (3.3 %), Verlinkungen (1.1 %), Pinnwandeinträge (2.2 %) oder Freundeslisten (5.6 %) als erstes beim Betreten eines neuen Profils betrachtet. Als Zeitpunkt bzw. Grund der Informationssuche wurde von 43,3 % (39 Personen) angegeben, dass sie immer fremde Profile durchstöbern, wenn sie online gehen. 33.3 % (30 Personen) gaben an, dass sie sich nur fremde Profile ansehen, wenn sie denken, dass sie diese Person von irgendwo her kennen, 12.2 % (11 Personen) gaben an, dies nur aus Langeweile zu tun

und 11.1 % (10 Personen) gaben an, nur zu suchen, wenn sie mehr über eine Person herausfinden wollen.

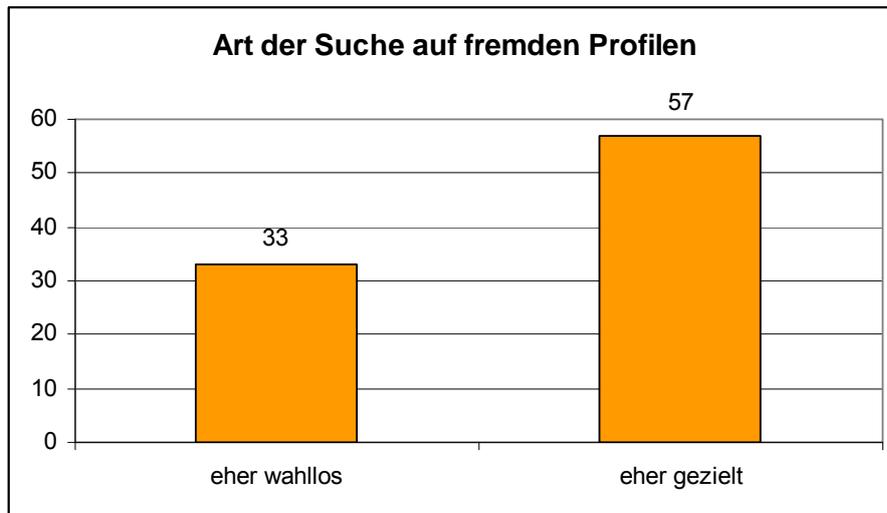


Abbildung 14: Art der Suche auf fremden Profilen

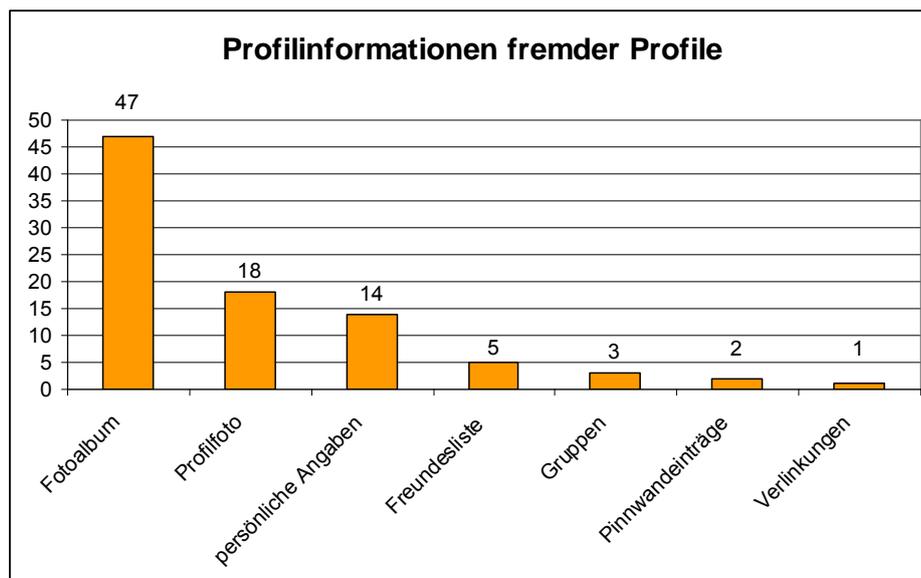


Abbildung 15: Profilinformationen fremder Profile

Microblogging

Microblogging, also die Möglichkeit, Personen seines Freundesnetzwerkes auf schülerVZ mitzuteilen, was man gerade macht, indem man eine kurze Textnachricht einblenden lässt, wird von 48.9 % (44 Personen) überhaupt nicht genutzt. 14,4 % (13 Personen) nutzen diese Funktion ein paar Mal im Monat, 22,2 % (20 Personen) ein paar Mal in der Woche, 8.9 % (8 Personen) ein Mal am Tag und nur 5.6 % (5 Personen) öfter am Tag.

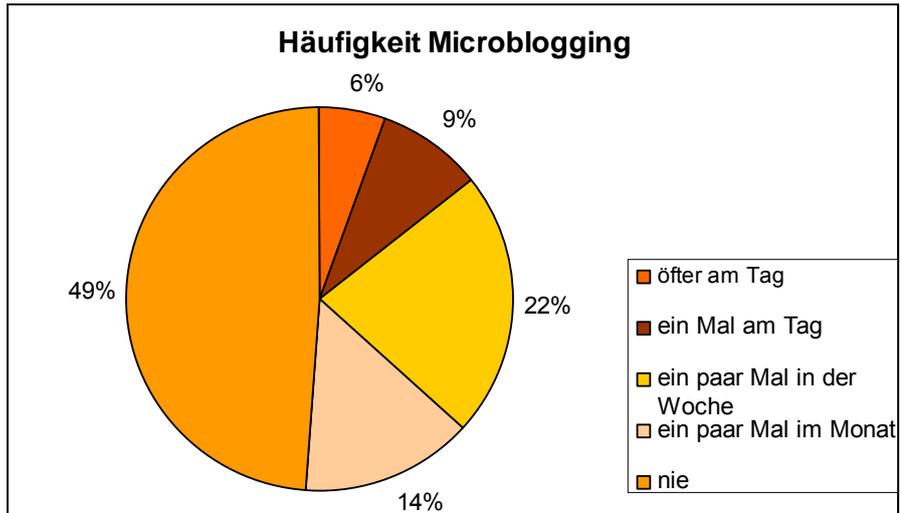


Abbildung 16: Häufigkeit Microblogging

Gruppenmitgliedschaften

Bei der Frage, wie wichtig es den Befragten ist, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein, gab die überwältigende Mehrheit der SchülerInnen (88,9 %, 80 Personen) an, keine Relevanz in der Anzahl der Gruppenmitgliedschaften zu sehen. Anschließend wurde abgefragt, wie wichtig es ihnen sei, bei den richtigen Gruppen Mitglied zu sein. Hier zeigt sich ein sehr ausgewogenes Bild auf der einen Seite mit 48,8 % denen es wichtig ist, bei den richtigen Gruppen dabei zu sein und auf der anderen Seite 51,1 %, denen es nicht wichtig ist. Ebenfalls wurde die Zustimmung abgefragt, inwieweit Gruppenmitgliedschaften die Identität des Profilbesitzers zeigen würden. Hier zeigte sich, dass rund 72,2 % (65 Personen) dies verneinten, wobei 27,8 % (25 Personen) mit sehr starker Ablehnung reagierten und 44,4 % (40 Personen) nur mit Ablehnung. Eine ganz ähnliche Verteilung zeigte sich bei der Frage, inwieweit Gruppenmitgliedschaften als repräsentativ für die eigene Identität bewertet wurden. Auch hier reagierten insgesamt 68,9 % mit Ablehnung, wobei 41,1 % (37 Personen) mit Ablehnung antworteten und 27,8 % (25 Personen) mit starker Ablehnung. Bei der Anzahl der Gruppen werden bei 36,7 % (33 Personen) 1 bis 10 Gruppen favorisiert, 20 % (18 Personen) sind bei 20 bis 30 Gruppen Mitglied, 16,7 % (15 Personen) bei 10 bis 20 Gruppen, eine Person war bei 30 bis 40 Gruppen vertreten, 10 % (9 Personen) bei über 40 und nur 15,6 % (14 Personen) bei keiner einzigen Gruppen.

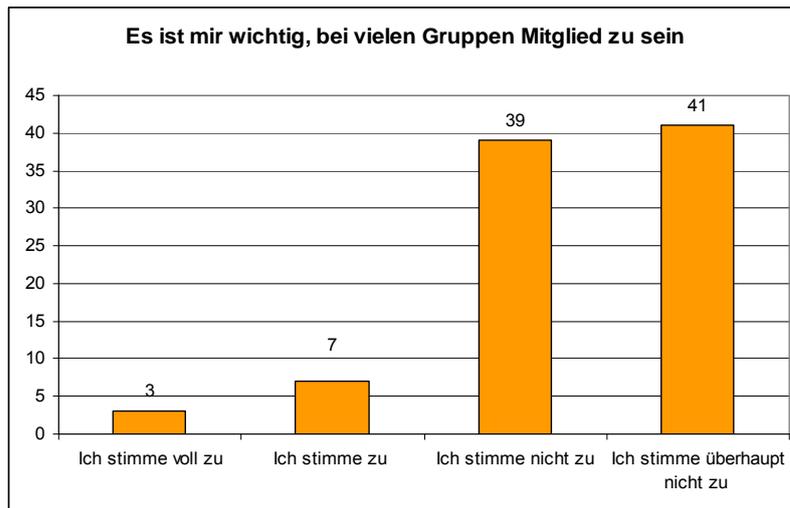


Abbildung 17: Wichtigkeit, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein

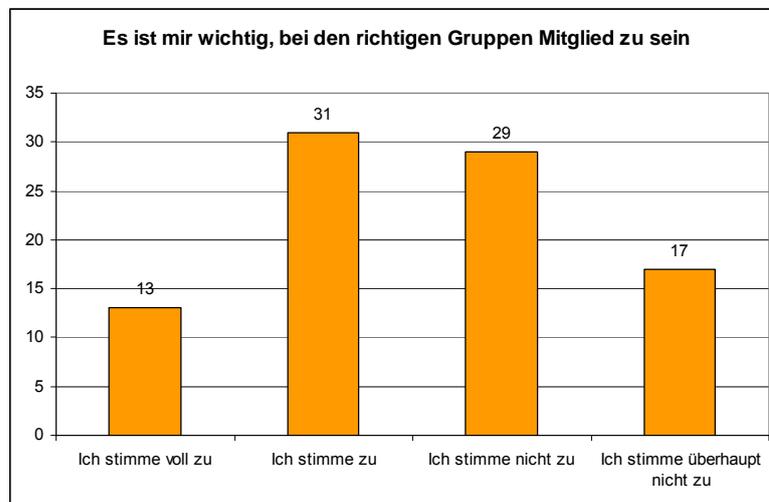


Abbildung 18: Wichtigkeit, bei den richtigen Gruppen Mitglied zu sein

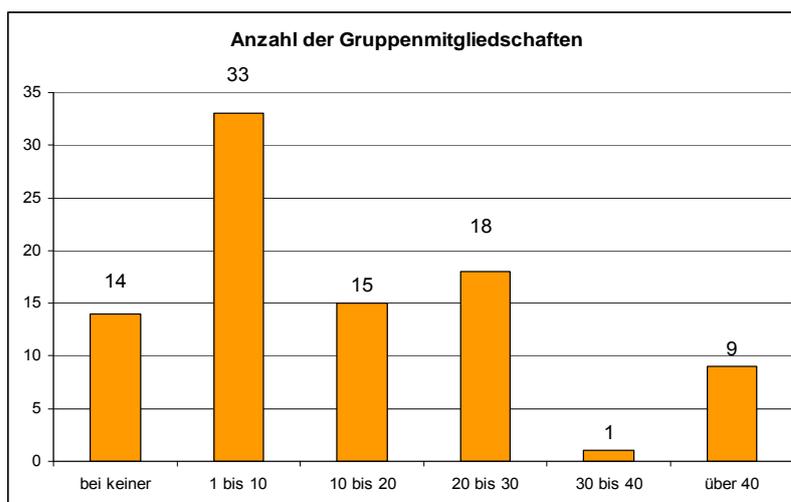


Abbildung 19: Anzahl der Gruppenmitgliedschaften

8.3 Auswertung nach Identitätsstilen

Allgemein konnten dem normorientierten Identitätsstil 43.3 % der befragten SchülerInnen zugeordnet werden, dem informationsorientierten Identitätsstil 65.5 % und dem diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstil 27.8 %.

Innere Verpflichtung

Zunächst wurden die unterschiedlichen Identitätsstile und ihr Zusammenhang mit dem Ausmaß an innerer Verpflichtung getestet, welche durch die vierte Skala des ISI-6G's erhoben wurde. Es zeigte sich bezüglich des informationsorientierten Identitätsstils ein signifikanter Zusammenhang mit dem Ausmaß, in dem sie bereits innere Verpflichtungen eingegangen sind bei $\chi^2 = .006$. Die Tendenz scheint dahin zu zeigen, dass je eher eine Person zum informationsorientierten Stil neigt, desto mehr hat sie auch bereits innerer Verpflichtungen internalisiert. Auch beim normorientierten Identitätsstil konnte ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .000$ nachgewiesen werden. Eine Tendenz lässt sich aus gewonnenen Daten jedoch schwer erkennen, es zeigt sich jedoch, dass SchülerInnen mit mittlerer Normorientierung eher innere Verpflichtungen zeigen. Beim diffusen Identitätsstil konnte erwartungsgemäß kein Zusammenhang mit der inneren Verpflichtung nachgewiesen werden.

Korrelationen zwischen den Identitätsstilen

Da aus der Literatur bereits bekannt ist, dass die Identitätsstile niemals unabhängig voneinander zu betrachten sind, da sie nur Ausprägungen von mehr oder weniger stark vorhandenen Strategien zur Bewältigung von identitätsrelevanten Problematiken und Thematiken sind, wurden auch die Korrelationen zwischen den einzelnen Stilen betrachtet. Es zeigte zunächst bei den dichotomen Identitätsstilen ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem informationsorientierten und dem normorientierten Identitätsstil bei $\chi^2 = .004$, die Werte deuten darauf hin, dass der Großteil der normorientierten Menschen auch informationsorientiert ist. Zwischen dem informationsorientierten und dem diffusen Identitätsstil zeigte sich zwar eine Korrelation von $\chi^2 = .41$, bereits stark an der Grenze zur Interpretierbarkeit, welche sich aber nach Dichotomisierung der Stile nicht mehr aufzeigen ließ.

Identitätsstil und Alter

Bei einer ersten Analyse der dichotomen Identitätsausprägungen zeigte sich ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .015$ zwischen dem diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstil und dem Alter. Die Fallzahl der Gesamtheit diffus-vermeidend-orientierter SchülerInnen ist jedoch so gering, dass eine Interpretation schwierig ist. Im zweiten Schritt der Analyse, bei der Betrachtung nicht dichotomisierter Identitätsstile, zeigte sich der Zusammenhang erneut. Der Großteil der SchülerInnen befand sich im mittleren Ausprägungsgrad der Diffusion (56.7 %) und können weder der einen noch der anderen Richtung eindeutig zugeordnet werden. Von jenen Schülern, die aber zur Diffusion neigen, befanden sich 18 Probanden unter 17 Jahren – immerhin 72 % aller diffus-orientierten SchülerInnen. Es zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Alter und dem normorientierten Identitätsstil von $\chi^2 = 0.29$. Bei den jüngeren Probanden (14 – 15 Jahren) scheint der Großteil einen geringen Ausprägungsgrad der Normorientierung aufzuweisen, bei den 16 – 17jährigen jedoch scheint eine Tendenz in Richtung Normorientierung vorzuliegen.

Identitätsstil und Profilinformaton „Über mich“

Zwischen den Identitätsstilen informationsorientiert sowie diffus-vermeidend-orientiert konnte kein Zusammenhang mit der Angabe der Profilinformaton „Über mich“ gefunden werden. Ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .014$ zeigte sich jedoch mit dem normorientierten Stil. Wiederum der Großteil der Probanden (93.3 %) lässt sich im Mittelfeld der Ausprägung Normorientierung einteilen. Jedoch zeigt sich eine Tendenz, dass jene Probanden, die eine Normorientierung aufweisen, die Profilinformaton „Über mich“ tendenziell nicht ausgefüllt hatten, wobei die Mehrheit der SchülerInnen, die kaum Normorientierung aufweisen, die Profilkategorie eher ausgefüllt hatte. Dies muss jedoch vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass 61.1 % der Befragten diese Profilkategorie nicht ausgefüllt hatte.

Identitätsstil und Sichtbarkeit des Profils

Bei Betrachtung der dichotomen Identitätsstile fiel zunächst auf, dass die überwiegende Mehrheit jene Personen, die dem informationsorientierten Identitätsstil zugeteilt waren (65.5 %), nämlich 78 %, ihr Profil nur für ihre Freunde sichtbar geschaltet hatte. Im zweiten Schritt der Analyse zeigte sich ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .015$ zwischen dem informationsorientierten Identitätsstil und der Sichtbarkeit des Profils. Die Tendenz, dass je

eher ein informationsorientierter Identitätsstil vertreten wird, desto eher wird das Profil nur für Freunde sichtbar geschaltet, lässt sich auch hier erkennen. Gleich gilt für entgegen gesetzte Richtung – je weniger der informationsorientierte Stil ausgeprägt ist, desto eher wird das Profil für alle sichtbar geschaltet. Auch im Zusammenhang mit dem normorientierten Identitätsstil lässt sich eine signifikante Korrelation von $\chi^2 = .001$ erkennen. DA jedoch der Großteil der Probanden (93.3 %) nur mittlere Werte auf der normorientierten Identitätsskala aufweist und der Großteil der Probanden (68.9 %) dazu tendiert, das Profil nur für Freunde sichtbar zu schalten, kann nur vermutet werden, dass mittlere Tendenzen der Normorientierung mit verstärkter Wahl eines privaten Profils einhergehen.

Identitätsstil und Veränderung des Profils

Es zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen informationsorientiertem Identitätsstil und der Häufigkeit der Veränderung des Profils bei $\chi^2 = .026$ und ein Trend, dass informationsorientierte SchülerInnen ihr Profil eher selten verändern (1 bis 10 Mal). Bei normorientierten Schüler zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .000$ und die Daten lassen darauf schließen, dass je schwächer der Grad der Normorientierung ausfällt, desto seltener wird das Profil verändert.

Identitätsstil und Häufigkeit online

Von jenen 56.7 % der SchülerInnen, die keine Ausprägung in Richtung Normorientierung zeigen, war die überwiegende Mehrheit (76.6 %) mindestens ein Mal in der Woche bis öfter am Tag auf ihrem Profil online. Von jenen Befragten, die einen normorientierten Stil zeigten (43.3 %), war die Mehrheit zumindest ein Mal pro Woche online. Im zweiten Schritt der Analyse wurden die nicht dichotomisierten Items betrachtet. Es zeigte sich wieder ein signifikanter Zusammenhang zwischen normorientierten Stil und Häufigkeit, die online gegangen wird, bei $\chi^2 = .004$. Die Tendenz zeigt, dass je weniger stark die Normorientierung ist, desto häufiger fällt die Nutzung aus. SchülerInnen mit diffusem Identitätsstil machen der Definition des Begriffes alle Ehre und ließen sich bezogen auf die Häufigkeit, die online verbracht wird, nicht eindeutig einteilen. Es besteht ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .000$ zwischen diffusem Identitätsstil und Häufigkeit online, die Interpretation der Tendenz ist jedoch relativ diffizil. Das breite Mittelfeld (56.7 %) der SchülerInnen bewegt sich im kaum diffusen Bereich und zeigt hier den Trend, schülerVZ entweder sehr häufig zu nutzen oder nur, wenn per E-Mail eine Verständigung erhalten wird. Es ergibt sich ein recht eindeutiges Gefälle zwischen sehr häufiger und sehr seltener Nutzung bei kaum diffusen Personen.

Identitätsstil und authentische Darstellung

Die überwiegende Mehrheit jener SchülerInnen, die nicht normorientiert waren, (56.7 %), stimmten bei der Frage, ob sie selbst fänden, sie wären im richtigen Leben so, wie sie sich auf schülerVZ darstellen, zu (90.1 %). Der Zusammenhang ist signifikant bei $\chi^2 = .010$. Im zweiten Schritt der Analyse zeigte sich auch ein signifikanter Zusammenhang von $\chi^2 = .001$ zwischen dem informationsorientierten Identitätsstil und der Tendenz, sich selbst auf schülerVZ so darzustellen, wie man auch im richtigen Leben ist. Informationsorientierte scheinen häufiger zuzustimmen, sich selbst auf ihrem Profil so darzustellen, wie sie auch im richtigen Leben sind.

Identitätsstil und Plattform als realistisches Darstellungsmedium

Bezogen auf die dichotomisierten Stile zeigte sich eine signifikante Korrelation von $\chi^2 = .027$ mit dem normorientierten Stil. Analog zum Ergebnis der vorherigen Frage, ob die SchülerInnen fänden, sie seien auf schülerVZ so wie im richtigen Leben, zeigt sich auch hier, dass je weniger normorientiert die SchülerInnen waren, desto eher stimmten sie zu, dass schülerVZ grundsätzlich das Potenzial besäße, eine realistische Darstellung der Nutzer zu ermöglichen.

Identitätsstil und Grund für Registrierung

Jene Individuen, die tendenziell eher in Richtung informationsorientiertem Identitätsstil neigen, gaben eher an, aus Gründen der Vernetzung mit Freunden, sowie aus Langeweile heraus sich auf schülerVZ registriert zu haben. Auch bei normorientierten zeigt sich ein ähnliches Bild.

Identitätsstil und Art der Suche auf fremden Profilen

Beim Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen und der Art der Suche auf fremden Profilen – also wahllose oder zielgerichtete Suche – zeigte sich nur beim normorientierten Identitätsstil ein signifikanter Zusammenhang mit $\chi^2 = .048$, der jedoch auch bereits an der Grenze liegt und aufgrund fehlender Tendenzen nicht interpretiert werden soll.

Identitätsstil und Art der Info auf die geachtet wird

Die allgemeine Vorgehensweise der befragten SchülerInnen zeigt, dass zunächst Fotoalben Aufschluss über ein fremdes Profil geben soll, erst dann das Profilfoto, persönliche Angaben und Freundeslisten. Unter den als diffus-vermeidend-orientiert klassifizierten Probanden achtete der Großteil (56 %) zunächst auf das Fotoalbum. Dieser Wert steht in dieser Kategorie jedoch in keiner Relation zu den anderen Antwortkategorien, denn für die nicht diffus-orientierten zeigt sich kein solch starkes Gefälle.

Identitätsstil und Microblogging

Bei den dichotomen Identitätsstilen zeigt sich, dass – obwohl von der Grundgesamtheit der Stichprobe knapp die Hälfte die Möglichkeit des Microbloggings nutzt – sich in der Gruppe der Informationsorientierten außergewöhnlich viele finden, die dies nicht tun. Insgesamt 62.4 % der Microblogging-Verweigerer finden sich in der Gruppe der SchülerInnen mit informationsorientierten Identitätsstil.

Identitätsstil und Grund für Betrachtung fremder Profile

Normorientierte SchülerInnen sahen sich häufig als Nicht-normorientierte die Profile anderer SchülerInnen an, wenn sie mehr über diese herausfinden wollten, aber auch, wenn sie angaben, Langeweile zu haben. Der Zusammenhang ist signifikant bei $\chi^2 = .031$.

Identitätsstil und Wichtigkeit vieler Gruppen

Die Mehrheit jener Befragten, die dem informationsorientierten Identitätsstil zugeteilt werden konnten, lehnte die Aussage, viele Gruppenmitgliedschaften wären für sie persönlich wichtig, komplett ab. Von 65.6 % der Informationsorientierten entspricht dies 82.9 %. Dieser Zusammenhang ist signifikant bei $\chi^2 = .001$.

Identitätsstil und Wichtigkeit der richtigen Gruppen

SchülerInnen mit diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstil zeigten überwiegend Ablehnung bezüglich der Wichtigkeit der „richtigen“ Gruppen. Von insgesamt 27.8 % der als diffus-

vermeidend klassifizierten StudienteilnehmerInnen, antworteten 76 % mit Ablehnung. Es konnte ein signifikanter Zusammenhang bei $\chi^2 = .015$ festgestellt werden.

Identitätsstil und Gruppen als Ausdruck der Identität

Bei der Frage, in welchem Ausmaß Gruppenmitgliedschaften dazu in der Lage wären, die eigene Identität zu zeigen, konnte ein signifikanter Zusammenhang von $\chi^2 = .032$ zum normorientierten Identitätsstil festgestellt werden. Je weniger normorientiert die Individuen waren, desto eher lehnten sie diese Aussage ab. Jene Individuen, bei denen kaum diffuser Identitätsstil festgestellt wurde, tendierten eher dazu, die Aussage abzulehnen, dass Gruppenmitgliedschaften Ausdruck ihrer Identitäten seien. Es konnte ein signifikanter Zusammenhang von $\chi^2 = .000$ festgestellt werden. Zwischen dem informationsorientierten Identitätsstil und der Gruppenmitgliedschaften als Ausdruck der eigenen Identität, zeigte sich kein signifikanter Zusammenhang.

Identitätsstil und Gruppen als repräsentativ für die Identität

Bei dieser Frage zeigte sich nur ein Zusammenhang zwischen dem normorientierten Identitätsstil und der Repräsentativität für die eigene Identität, der jedoch bei $\chi^2 = 047$ zu stark an der Grenze der Interpretierbarkeit liegt und keine Tendenzen erkennen lässt.

Identitätsstil und Anzahl der Gruppen

Vor allem in diesem Bereich war eine Interpretation sehr schwierig, denn beispielsweise tendieren diffus-vermeidend Orientierte eher zu weniger Gruppen. Der Grund darin ist jedoch auch in der allgemeinen Tendenz zu diesem Verhalten zu sehen. Extremwerte lassen sich aber bei den nicht-diffus-vermeidend-orientierten SchülerInnen erkennen, von 13.8 % in jener Gruppe liegen, die bei über 40 Gruppen vertreten ist. Diese Extremwerte sind in anderen Bereichen nicht zu finden.

Identitätsstil und Informationsgehalt des Profils

Diffus-vermeidend-orientierte hatten tendenziell weniger Informationen auf ihrem Profil angegeben. Hierbei ist ein wesentlich stärkeres Gefälle als bei den nicht-diffus-orientierten zu erkennen, denn 88 % jener Personen mit diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstil hatten weniger Informationen angegeben, während dies nur 56.9 % der nicht-diffus-

vermeidend-orientierten taten. Der Zusammenhang war signifikant bei $\chi^2 = .005$. Bei jenen Personen, die dem normorientierten Identitätsstil zugeteilt werden konnten (43.3 %), zeigte die überwiegende Mehrheit die Tendenz, weniger Informationen preiszugeben (79.5 %). Jene SchülerInnen, die informationsorientiert waren, hatten ebenfalls tendenziell weniger Information angegeben.

8.4 Zusammenfassung signifikanter Zusammenhänge

8.4.1 Dichotome Identitätsstile

	Info-orientiert	Norm-orientiert	Diffus-orientiert
% klassifiziert	34.4 %	43.3 %	27.8 %
Geschlecht	-	-	-
Alter	-	-	$\chi^2 = .015$
Sichtbarkeit Profil	$\chi^2 = .010$	-	-
Dauer Mitgliedschaft	-	-	-
Häufigkeit Veränderung	-	-	-
Häufigkeit online	-	$\chi^2 = .036$	$\chi^2 = .000$
So Darstellen wie im richtigen Leben	-	$\chi^2 = .010$	-
Vergleich mit anderen	-	-	-
Man kann sich so darstellen wie im richtigen Leben	-	$\chi^2 = .027$	-
Grund für Registrierung	-	-	-
Art der Suche auf fremden Profilen	-	-	-
Informationen auf die zuerst geachtet wird	-	-	$\chi^2 = .028$
Häufigkeit Microblogging	$\chi^2 = .021$	-	-
Grund für Suche auf fremden Profilen	-	$\chi^2 = .031$	-
Wichtigkeit vieler Gruppen	$\chi^2 = .001$	-	-
Wichtigkeit richtiger Gruppen	-	-	$\chi^2 = .015$
Gruppen zeigen meine Identität	-	-	$\chi^2 = .001$
Gruppen repräsentativ für Identität	-	-	
Anzahl der Gruppen	-	-	$\chi^2 = .015$
Informationsgehalt des Profils	$\chi^2 = .044$	$\chi^2 = .015$	$\chi^2 = .005$

Abbildung 20: Dichotomisierte Identitätsstile und Korrelationen

8.4.2 Identitätsstile (Kategorien)

	Info-orientiert	Norm-orientiert	Diffus-orientiert
Innere Verpflichtung	$\chi^2 = .006$	$\chi^2 = .006$	-
Geschlecht			
Alter	-	$\chi^2 = 0.29$	$\chi^2 = .032$
Sichtbarkeit Profil	$\chi^2 = .015$	$\chi^2 = .001$	-
Dauer Mitgliedschaft			
Häufigkeit Veränderung	$\chi^2 = .026$	$\chi^2 = .000$	-
Häufigkeit online	-	$\chi^2 = .004$	$\chi^2 = .000$
So Darstellen wie im richtigen Leben	$\chi^2 = .001$	$\chi^2 = .007$	-
Vergleich mit anderen	-	-	-
Bewertung der Plattform zur realistischen Darstellung	-	$\chi^2 = .001$	-
Grund für Registrierung	$\chi^2 = .007$	$\chi^2 = .000$	-
Art der Suche auf fremden Profilen	-	$\chi^2 = .048$	-
Informationen auf die zuerst geachtet wird	$\chi^2 = .008$	-	-
Häufigkeit Microblogging	-	-	$\chi^2 = .003$
Gelegenheit für Suche auf fremden Profilen		$\chi^2 = .000$	
Wichtigkeit vieler Gruppen	$\chi^2 = .002$	-	-
Wichtigkeit richtiger Gruppen	$\chi^2 = .015$	$\chi^2 = .007$	-
Gruppen zeigen meine Identität	-	$\chi^2 = .032$	$\chi^2 = .000$
Gruppen repräsentativ für Identität	-	$\chi^2 = 047$	-
Anzahl der Gruppen		$\chi^2 = 043$	
Informationsgehalt des Profils			
Über mich		$\chi^2 = .014$	

Abbildung 21: Identitätsstile und Korrelationen

9. Fazit

„Online social networking is a disruptive technology. It changes the way many social interactions take place. It contributes to a rewriting of the limits of privacy and publicity. It “amplifies” day to day experiences as they are captured, shared and analyzed online. It leads to new opportunities and new risks. And all this impacts on young people most of all” (Davies/Cranston 2008:7)

9.1 Identitätsstil und Selbstdarstellung

Bei der Frage des Zusammenhangs des Profilsgehalts und der einzelnen Identitätsstile zeigten sich in allen drei Identitätsstilen signifikante Korrelationen. Jene mit diffus-vermeidend-orientiertem Identitätsstil zeigten tendenziell weniger Informationen auf ihrem Profil. Auch beim normorientierten wie auch dem informationsorientierten Stil neigte die Mehrheit dazu, eher weniger Informationen preiszugeben, als zu viele. Die Daten sind jedoch nicht so eindeutig wie beim diffusen Stil. Zur näheren Analyse wurde daher die Kategorie „Über mich“ betrachtet, bei der sich zeigte, dass normorientierte SchülerInnen tendenziell seltener diese freie Antwortkategorie ausfüllten respektive sich auf ihren Profilen seltener in eigenen Worten beschrieben. Dies könnte sich damit erklären lassen, dass normorientierte Personen, welche per definitionem stark abhängig sind von Werten, Meinungen und Ansichten wichtiger anderer Leute, nur sehr zögerlich freie Beschreibungen über die eigene Identität zulassen, da sie sich dabei schwer an Normen anderer orientieren können. Generell hat sich in Untersuchungen jedoch gezeigt, dass vor allem Teenager es nicht für nötig halten, eine solche Sektion überhaupt auszufüllen, da jene Personen, die sich ihr Profil ansehen würden, sie ohnehin schon kennen (vgl. Boyd 2002:131).

Je stärker der informationsorientierte Identitätsstil vertreten wird, desto eher wird auch das eigene Profil auf sichtbar geschaltet. Je schwächer ausgeprägt dieser Stil jedoch ist, desto eher wird das Profil für alle Leute sichtbar geschaltet. Dieser Befund ist auch aus der Literatur sehr schwer abzuleiten, bisherige Studien betrachteten das Explorationsverhalten dieses Stils, über die Preisgabe von Informationen über sich selbst liegen noch keine Daten vor. Sowohl beim normorientierten wie auch beim informationsorientierten Identitätsstil konnten signifikante Zusammenhänge im Bezug auf die Frage, ob die Befragten fänden, sie wären im richtigen Leben genau so, wie sie sich auf schülerVZ darstellten, gefunden werden. Je höher die Informationsorientierung eines Individuums ist, desto eher scheint es zuzustimmen, sich auf dem Profil realistisch dazustellen. Auch wenig Normorientierte neigen zu diesem Antwortverhalten. Die eigene Bewertung der Selbstdarstellung setzt voraus, dass

man das eigene Verhalten einschätzen und selbstreflexiv die Darstellung im Internet betrachten kann. Die Ergebnisse sind daher wenig überraschend, da sowohl die informationsorientierten wie auch die normorientierten in ihrem Antwortverhalten sicherer sind, als diffus-vermeidend-orientierten Individuen. Zur näheren Analyse sollten Faktoren wie Selbstoffenbarungstendenzen der Probanden im Zusammenhang der einzelnen Identitätsstile untersucht werden, bzw. Selbst- und Fremdbildeinschätzungen. Zuletzt wurde in diesem Fragenblock noch die Bewertung der Social Network Site schülerVZ als Mittel der potenziellen Selbstdarstellung erhoben, um zu erfahren, ob die SchülerInnen überhaupt davon ausgehen, dass die Möglichkeit besteht, sich auf schülerVZ authentisch und realistisch darzustellen. Es konnten jedoch keine eindeutigen Ergebnisse erzielt werden, denn zwar bestehen Korrelationen zwischen dem normorientierten Identitätsstil und der Beantwortung der Frage und die Ergebnisse deuten auch darauf hin, dass weniger normorientierte Adoleszente der Plattform öfter die Möglichkeit der realistischen Darstellung zusprachen, dennoch sind dies nur Mutmaßungen, die sich auch durch bisherige Studien und Ergebnisse nicht zur Zufriedenheit erklären lassen.

9.2 Identitätsstil und Art und Ausmaß der Nutzung

Zunächst zeigten die erzielten Ergebnisse einen Trend der informationsorientierten SchülerInnen, das Profil eher seltener zu verändern, welches sich auch für jene Jugendlichen zeigte, die einen schwachen Grad an Normorientierung aufweisen. Dieses Ergebnis war erwartungsgemäß, da sich ein starker Zusammenhang zwischen dem informationsorientierten und dem normorientierten Identitätsstil gezeigt hatte. Von jenen SchülerInnen, die dem normorientierten Identitätsstil nicht zugeteilt werden konnten, war die überwiegende Mehrheit mindestens ein Mal die Woche bis öfter am Tag auf ihrem Profil online. Von jenen Befragten, die einen normorientierten Stil zeigten, war die Mehrheit ein Mal pro Woche online. Die Tendenz zeigt, dass je weniger stark die Normorientierung ausfällt, desto häufiger wird die Plattform genutzt. Wie bereits eingehend dargestellt, verfolgen normorientierte Personen das vorrangige Ziel, ihre Werte und bestehenden Selbstbilder beizubehalten und zu ignorieren, was zu Dissonanzen auf jedweden identitätsrelevanten Dimensionen führen könnte. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass das Interesse an Informationen aus dem identitätsrelevanten Bereich umso höher sein wird, je niedriger die Normorientierung ausfällt. Jene Individuen, die tendenziell eher in Richtung informationsorientierten Identitätsstil neigen, gaben eher an, sich aus Gründen der Vernetzung mit Freunden sowie aus Langeweile heraus auf der Seite registriert zu haben. Auch bei normorientierten Individuen zeigt sich ein ähnliches Bild. Dieses Ergebnis geht mit den meisten Studien zum Bereich Social Network Sites konform, die den

Vernetzungsgedanken wie auch Langeweile als herausragende Gründe für die Mitgliedschaft bezeichnen. Ein interessantes Ergebnis zeigte sich bei der Tendenz zum Microblogging, also der Möglichkeit, seinen Freunden in einer kurzen Nachricht mitzuteilen, was man gerade macht. In der Gruppe der Informationsorientierten zeigten sich außergewöhnlich viele, die diese Funktion auf schülerVZ nicht nutzen. Der Großteil der Nutzungsverweigerer des Microbloggings war in dieser Gruppe zu finden. Dies kann unterschiedliche Gründe haben, denn einerseits wird dieses Tool von knapp der Hälfte der gesamten Stichprobe niemals verwendet, andererseits zeigten die meisten befragten Jugendlichen einen informationsorientierten Stil. Möglich wäre auch, dass informationsorientierte Individuen diese doch eher unpersönliche Methode der Nachrichtenübermittlung an eine größere Zahl von „Freunden“ (alle Freunde des Netzwerkes können diese Nachrichten sehen) nicht bevorzugen, sondern andere Kommunikationsformen, die direkter und gezielter gerichtet sind, vorziehen.

9.3 Identitätsstil und Art und Ausmaß der Informationssuche

In diesem Fragenkomplex wurde erhoben, aus welchen Gründen bzw. zu welchen Zeitpunkten fremde Profile überhaupt besucht werden. Hierbei zeigte sich, dass sich normorientierte Jugendliche häufiger die Profile anderer ansahen, wenn sie mehr über diese wissen wollten, aber auch, wenn sie angaben, Langeweile zu haben. Die anderen beiden Identitätsstile scheinen diese Möglichkeit eher selten wahrzunehmen. Dies könnte daran liegen, dass normorientierte Menschen sich einer gängigen Norm anpassen müssen und auf diese Weise Informationen darüber zusammentragen. Weiters wurde gefragt, ob eher gezielt oder wahllos auf fremden Profilen Informationen gesucht wurde, es zeigten sich jedoch keine interpretierbaren Ergebnisse. Allgemein zeigt sich ein Trend, dass zunächst Fotoalben auf der Suche nach Informationen durchstöbert werden, wenn ein neues Profil betrachtet wird. Erst dann folgen das Profilfoto als Informationsquelle, persönliche Angaben und Freundeslisten. Unter den als diffus-vermeidend-orientierten Probanden achtete der Großteil zunächst auf das Fotoalbum, ein Wert, der sich bei den anderen Identitätsstilen in dieser relational starken Ausprägung nicht zeigte.

9.4 Identitätsstil und Gruppenmitgliedschaften

Nur beim normorientierten Identitätsstil zeigte sich ein signifikanter Zusammenhang mit der Repräsentativität der Gruppenmitgliedschaften für die Identität, was darauf hinweisen kann, dass normorientierte Individuen stärker als informationsorientierte oder auch diffus-

vermeidend-orientierte Personen auf Gruppenmitgliedschaften für die Definition ihrer Identität Wert legen. Auch bei der Frage, in welchem Ausmaß Gruppenmitgliedschaften in der Lage wären, die eigene Identität zu zeigen, zu repräsentieren, zeigten sich Signifikanzen mit dem normorientierten Identitätsstil. Je weniger normorientiert die Individuen waren, desto eher lehnten sie diese Aussage ab. Zusammenhänge in die entgegengesetzte Richtung – also je eher normorientiert desto stärkere Zustimmung für die Repräsentativität der eigenen Identität – können aufgrund der geringen Fallzahl nur schwer festgestellt werden. Es kann jedoch theoretisch aus der Literatur und aufgrund der Tendenzen der Daten vermutet werden: Während nicht-diffuse Individuen eher zu weniger Gruppen tendierten, waren die Extremwerte (40 Gruppen +) bei den informationsorientierten Jugendlichen zu finden. Interessant ist auch, dass signifikant mehr SchülerInnen mit diffus-vermeidend-orientiertem Identitätsstil Ablehnung bezüglich der Wichtigkeit von den „richtigen“ Gruppen zeigten, während die Mehrheit der informationsorientierten Jugendlichen die Relevanz vieler Gruppen für die eigene Identität bestritten.

9.5 Identitätsstile und Alter

In vorliegender Studie konnten nur sehr wenige Individuen mit einem normorientierten Identitätsstil identifiziert werden – respektive nur sehr wenige, mit einem eindeutigen bzw. stark ausgeprägten Stil, denn der Großteil lag im Mittelfeld. Auch die Literatur und bisherige Studien lassen darauf schließen, dass normorientierte Individuen in allen Altersgruppen zu finden sind. Diese Tendenz lässt sich auch für vorliegende Studie vertreten. Phillips geht davon aus, dass eine gewisse kognitive Entwicklung vonnöten ist, um einen informationsorientierten Identitätsstil zu entwickeln und sich daher ältere Adoleszente eher dem informationsorientierten Stil zuordnen lassen, diffuse jedoch eher unter den jüngeren gefunden werden (vgl. ebd. 2008:213). Auch in vorliegender Untersuchung wurde ein signifikanter Zusammenhang zwischen diffusem Stil und Alter gefunden, zwischen informationsorientierten und Alter gab es jedoch keinen Zusammenhang. Phillips Theorie kann hierbei jedoch nicht bestätigt werden, da die meisten Individuen sich auch im Bezug auf den diffusen Identitätsstil im Mittelfeld bewegen.

9.6 Diskussion und Forschungsstand

In vorliegender Untersuchung konnte ein Zusammenhang zwischen den Identitätsstilen „normorientiert“ und informationsorientiert“ mit dem Ausmaß an innerer Verpflichtung nachgewiesen werden. Ein Zusammenhang zwischen dem diffus-vermeidend-orientierten Stil und dem Ausmaß der inneren Verpflichtung konnte erwartungsgemäß nicht aufgezeigt werden. Wie bereits aus frühen Studien bekannt, kann sich der informationsorientierte Identitätsstil sowohl durch ein hohes wie auch durch ein niedriges Ausmaß an innerer Verpflichtung auszeichnen, je nach vorhandener Tendenz zur Exploration (vgl. Günther et al. 2005:306). Individuen die als normorientiert klassifiziert werden konnten (bzw. als Individuen mit übernommener Identität), zeigen auch in vorliegender Untersuchung einen Zusammenhang zum Ausmaß der inneren Verpflichtung, was sich darauf zurückführen lässt, dass diese Personen fraglos Standards und Überzeugungen übernehmen und sich diesen auch – aufgrund des fehlenden Infragestellens von Normen und Werten verbunden fühlen. Diffus-vermeidend-orientierte Individuen bzw. Individuen, die sich in einer Identitätsdiffusion befinden, zeigen keinen Zusammenhang mit inneren Verpflichtungen. Dies ist auch darauf zurückzuführen ist, dass aufgrund des Aufschiebens der Konfrontation mit identitätsrelevanten Thematiken, kein eigener Weg zur inneren Verpflichtungen, Standards und Werten gefunden wurde, bzw. aktuell noch nicht gefunden wurde. Auch konnte eine Korrelation der Identitätsstile untereinander festgestellt werden. Es zeigte sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem informationsorientierten Identitätsstil und dem normorientierten Stil. Jene Personen, die höhere Werte auf der Skala der Normorientierung erzielt hatten, hatten gleichzeitig auch tendenziell höhere Werte auf der Skala der Informationsorientierung. Dies lässt sich dadurch erklären, dass Individuen sich nicht zwangsläufig auf einen einzigen Identitätsstil festlegen müssen, sondern ganz abhängig von Art und Umfang der zur Verfügung stehenden Informationen einen normorientierten, informationsorientierten oder auch diffus-vermeidend-orientierten Identitätsstil an den Tag legen können (vgl. Duriez/Soenens 2006:400).

Günther et al. (2005) gingen der Frage nach, inwieweit sich Zusammenhänge zwischen Identitätsstil und Persönlichkeit nachweisen lassen und weiteten diese Betrachtungen auf das Nutzungsverhalten im Internet aus. Es zeigte sich, dass Personen mit einem hohen Maß an innerer Verpflichtung häufiger zur gezielten Suche nach allgemeinen Informationen wie auch Presseinformationen im Internet neigten, wie auch zu verringertem „ungezieltem“ Surfen. Sie waren auch weitaus weniger an persönlichen Kontakten im Internet interessiert (vgl. Günther et al. 2005:114). Auch in vorliegender Studie konnte gezeigt werden, dass

normorientierte Jugendliche häufiger die Profile anderer betrachteten, wenn sie mehr über diese wissen wollten. Dies kann als gezieltes Suchen nach Informationen gewertet werden, wobei erwähnt werden muss, dass bei der Frage nach eher wahlloser oder eher gezielter Informationssuche, keine signifikanten Ergebnisse erzielt wurden. In Günther et al. Studie konnte ein Zusammenhang zwischen dem informationsorientierten Identitätsstil und der gezielten Suche nach Informationen festgestellt werden. Dieser Befund konnte für die Social Network Platform schülerVZ nicht nachvollzogen werden.

9.7 Ausblick

Bei Betrachtung von Forschungsbefunden bezüglich der Identitätsstile muss immer miteinbezogen werden, dass es sich nicht um ein statisches, sondern ein äußerst dynamisches Modell handelt: ein einmal erworbener Identitätszustand muss nicht zwingend von Dauer sein. Eine Person kann je nach Lebensweltbereich unterschiedliche Identitätszustände erreichen. Auch kann sich eine Änderung des Identitätszustandes in jedem Lebensalter vollziehen. Hier wird der Anspruch der lebenslangen Entwicklung deutlich, wie ihn bereits Erikson beschrieben hat (vgl. Hausser 1998:127).

In den letzten Jahren wurden die Forschungen bezüglich der Identitätsstile – auch bezogen auf den jugendlichen Identitätsstil und das Internet – weiter vorangetrieben. Dennoch mangelt es immer noch an breit angelegten Studien, welche das Verhalten der Jugendlichen auf Social Network Sites genauer untersuchen. Äußerst interessante Forschungsergebnisse zeigten etwa, dass das Explorationsverhalten in Bezug auf die eigene Identität durch Social Network Sites unterstützt und gefördert wird. So konnten Williams und Michaels (2008:263) feststellen, dass bei wichtigen Themen, die in Verbindung mit dem Erwachsenwerden und der Individuation stehen (wie etwa Sexualität, deviantes Verhalten, Beziehungen zu Gleichaltrigen etc.), im Zuge der Selbstoffenbarung auf Onlineprofilen präsentiert werden und dafür für Jugendliche „überblickbarer“ werden. Auch wird durch das Erstellen eines Profils ganz bewusst die Aufmerksamkeit auf sich selbst gelenkt – wenn man Profilangaben ausfüllt, muss sich der Jugendliche zwangsläufig mit sich selbst beschäftigen (vgl. Boyd 2002:129), mit seinen Hobbies, seinen Wünschen, seinen Vorstellungen und Werten. Wie bin ich? Was will ich? Diese Fragen sind im Internet immer gleichbedeutend mit der Frage, mit welchen Informationsbausteinen man sein Profil bastelt.

Eventuell erschaffen Social Network Sites für Jugendliche eine überschaubare Welt, in der sie die Spielregeln kennen und verstehen. SNS wären dann als Spielwiese zu betrachten,

auf der unterschiedliche Identitäten, Teilidentitäten und Identitätsstile erprobt werden, um im Verlauf der Adoleszenz zu einer gesicherten (informationsorientierter Identitätsstil/erarbeitete Identität) zu gelangen. Soziale Verhaltensweisen oder das Ausprobieren sozialer Kontakthanbahnung könnte durch Tools wie Microblogging oder Kommentieren von Bildern anderer SchülerInnen erleichtert werden und den Jugendlichen helfen, sich selbst in der Aushandlung sozialer Spielregeln Strategien zurecht zu legen. All dies geschieht im relativ „gesicherten Umfeld“ des sozialen Netzwerkes, denn SNS werden von Jugendlichen nicht als riesiges Netzwerk voller Unbekannter erlebt. Obwohl auf der Social Network Site Myspace Millionen von Nutzern angemeldet sind, interagiert jeder einzelne nur mit einer Handvoll und ist mit durchschnittlich 55 Leuten befreundet (vgl. Shirky 2008:84).

Die Selbstpräsentation auf SNS – egal wie bewusst oder unbewusst diese nun stattfinden möge – basieren auf einem steten „Trial-and-Error“-Verfahren. Es kommt nicht selten vor, dass Bilder, die zunächst noch stolz präsentiert werden, schon ein paar Stunden später vom peinlich berührten Profilbetreiber gelöscht werden. SNS sind eine permanent verfügbare Möglichkeit, soziales Feedback zu erhalten. Das Prinzip des Sich-Spiegeln, wie es Douvan und Adelson (1966) beschrieben hatten, spielt sicherlich im Internet eine ebenso große Rolle wie im realen Leben (vgl. ebd. In Oerter 2006:187). Wir haben viel Zeit darin investiert zu untersuchen, wie sich Selbstdarstellungen und Selbstpräsentationen im Internet äußern. Zukünftige Forschung muss auch in Betracht ziehen, dass das Feedback, das Internet-Selbstdarstellungen und Internet-Identitäten liefern, auch Auswirkungen auf die Identität des Menschen in der realen Welt hat. „Die Aneignung“, so Beck (2001:92), „der neuartigen Kommunikationsmedien durch weite Teile der Gesellschaft und die alltägliche Nutzung dieser Online-Medien könnte weitreichende Folgen für die gesamte zukünftige Kommunikationskultur zeitigen. Ein möglicherweise tiefgreifender Wandel der gesellschaftlichen Kommunikationsweisen könnte wiederum auf unsere persönlichen sozialen Beziehungen, die gesellschaftliche Integration und den öffentlichen Diskurs (bis hin zur elektronischen Demokratie) wirken“. Es kann noch nicht abgeschätzt werden, wie sich Kommunikations- und allgemeine Verhaltensweisen Jugendlicher durch Social Network Sites verändern werden. Einerseits wäre es möglich, dass sie ihre kommunikativen Kompetenzen verstärkt im Cyberspace trainieren, aber auch, dass sie Face-to-Face-Kompetenzen verlieren. Auch im Bezug auf die Identität lassen sich die Auswirkungen nicht abschätzen. Kann auf der einen Seite vermutet werden, sozial und kommunikativ schwächere Personen könnten im Internet hinter der Maske der Anonymität oder Pseudonymität all das nachholen, was sie in der realen Welt versäumen, so zeigte eine Untersuchung von Becker und Mark (1998), dass sich Gegebenheiten der realen Welt im Internet genau so wieder finden. Schüchterne Menschen sind auch im Internet tendenziell schüchterner und haben weniger

soziale Kontakte als jene, die auch im realen Leben kontaktfreudiger sind (vgl. ebd. 1998 in Utz 2002:167). Jugendliche tendieren dazu die Unterscheidung zwischen Online- und Offline-Welt gänzlich zu ignorieren (vgl. Barnes 2006:o.S.). Wenn Jugendliche auf diese Weise im Internet agieren, muss auch die Forschung einen endgültigen Brückenschlag zwischen den beiden Welten wagen.

Vielleicht hätte ich auf die Frage meines Kommilitonen, warum ich mein Profil so oft verändere, antworten müssen: „Ich übe noch“.

ANHANG

Literaturverzeichnis

A

Abels, Heinz (2007): Interaktion, Identität, Präsentation. Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie. 4. Aufl. Wiesbaden: VS

Adamic, Lada / Adar, Eytan (2005): "How to search a social network". In: Social Networks. Vol 27 (3), 187 – 203

Adams, Gerald R. (1998): The Objective Measure of Ego identity Status: A reference Manual. Online unter: URL:http://www.uoguelph.ca/~gadams/OMEIS_manual.pdf [zuletzt geprüft Februar 2009]

Ahn, Yong-Yeol / Han, Seungyeop / Kwak, Haewoon / Moon, Sue / Jeong, Hawoong (2007): Analysis of Topological Characteristics of Huge Online Social Networking Services. Online unter: <http://www2007.org/papers/paper676.pdf> [zuletzt geprüft Mai 2009]

Alby, Tom (2007): Web 2.0: Konzepte, Anwendungen, Technologien. 2. Aufl. München: Hanser

Arns, Inke (2002): Netzkulturen. Hamburg: Groenewald Verlag

Arnsperger, Malte (2007): Vater zeigt schülerVZ an. Online unter: URL:<http://www.stern.de/panorama/:Online-Netzwerk-Vater-Sch%FClerVZ/595062.html> [zuletzt geprüft November 2008]

B

Bahl, Anke (1997): Zwischen On- und Offline: Identität und Selbstdarstellung im Internet. München: KoPäd

Barnes, Susan B. (2006): A privacy paradox: Social networking in the United States. First Monday, Vol. 11 (9). Online unter URL:http://www.firstmonday.org/issues/issue11_9/barnes/index.html [zuletzt geprüft Oktober 2008]

Batnic, Bernad (1997)(Hrsg.): Internet für Psychologen. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen: Hogrefe

Batty, R. (2003): The Fakesters manifesto. Friendster bulletin board post. Available online at www.zephoria.org/thoughts/archives/2003/08/17/the_fakester_manifesto.html [zuletzt geprüft Februar 2009]

Bauman, Zygmunt (1995): Vom Pilger zum Touristen – Postmoderne Identitätsprojekte. In: Keupp, Heiner: Lust an der Erkenntnis: Der Mensch als soziales Wesen. Sozialpsychologisches Denken im 20. Jahrhundert. München: Piper

Beck, Klaus (2001)(Hrsg.): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München: Fischer

Beck, Klaus (2006): Computervermittelte Kommunikation im Internet. München: Ouldenburg

- Beck, Ulrich / Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.)**(1994): Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt/M: Suhrkamp
- Becker, Barbara (Hrsg.)**(1997): Virtualisierung des Sozialen: die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt: Campus
- Becker, Barbara / Schneider, Irmela (Hrsg.)**(2000): Was vom Körper übrig bleibt. Körperlichkeit - Identität – Medien. Frankfurt am Main: Campus
- Beer, David (2008):** “Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison”. In: Journal of Computer-Mediated Communication. Volume 13, Issue 2 (516 – 529). Online unter URL: <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/119414153/HTMLSTART?CRETRY=1&SRETRY=0> [zuletzt geprüft Mai 2009]
- Belgrad, Jürgen (1992):** Identität als Spiel: eine Kritik des Identitätskonzepts von Jürgen Habermas. Opladen. Westdeutscher Verlag
- Bente, Gary / Krämer, Nicole C. / Petersen, Anita (Hrsg.) (2002):** Virtuelle Realitäten. Göttingen: Hogrefe
- B e r k , Laura E. (2005):** Entwicklungspsychologie. München: Pearson#
- Berzonsky, Michael D. (2004a):** “Identity style, parental authority, and identity commitment”. In: Journal of Youth and Adolescence, 33(3), 213-220
- Berzonsky, Michael D. (2004b):** “Identity processing style, self-construction, and personal epistemic assumptions: A social-cognitive perspective”. In: European Journal of Developmental Psychology, 1(4), 303-315
- Berzonsky, Michael D. / Branje, Susan J.T. / Meeus, Wim (2007):** “Identity-processing style, psychosocial resources, and adolescents’ perceptions of parent-adolescent relations”. In: The Journal of Early Adolescence, Vol 27(3), 324-345
- Berzonsky, Michael D. / Ferrari, J.R. (1996):** “Identity orientation and decisional strategies”. In: Personality and Individual Differences, 20, 597-606
- Berzonsky, Michael D. / Kuk, Linda S. (2000):** „Identity status, identity processing style, and the transition to university”. In: Journal of Adolescent Research, 15(1), 81-98
- Berzonsky, Michael D. / Sullivan, C. (1992):** “Social-cognitive aspects of identity style: Need for cognition, experiential openness, and introspection”. In: Journal of Adolescent Research, 7, 140 – 155
- Bierhoff, H. W. / Frey, D. / Stöger, H. (Hrsg.)**(2006): Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe
- Boyd, Danah (2002):** Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics. Dissertation University of Berkeley. Online unter: URL: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf> [zuletzt geprüft April 2009]
- Boyd, Danah (2004):** Friendster and Publicly Articulated Social Networking. Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004). Vienna: ACM Online unter: <http://www.danah.org/papers/CHI2004Friendster.pdf> [zuletzt geprüft Mai 2009]

Boyd, Danah (2006): Friends, Friendsters, and Top 8: Writing community into being on social network sites. First Monday, Vol. 11 (12). Online unter: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336> [zuletzt geprüft Jänner 2009]

Boyd, Danah (2007): "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." MacArthur Foundation Series of Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham), Cambridge, MA: MIT. Online unter URL: <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf> [zuletzt geprüft Mai 2009]

Boyd, Danah / Ellison, Nicole B. (2007): "Social Networking Sites: Definition, History, and Scholarship". In: Journal of Computer-Mediated Communication 13(1)

Boyd, Danah / Heer, Jeffrey (2006): "Profiles as conversation: Network identity performance on Friendster". In: Proceedings of Thirty-Ninth Hawai'i International Conference on System Sciences. Los Alamitos: IEEE Press

Boyd, Danah / Jenkins, Henry (2006): Myspace and Deleting Online Predators Act (DOPA). MIT Tech Talk, Online unter: URL:<http://www.danah.org/papers/MySpaceDOPA.html> zuletzt geprüft Februar 2009

Brecht, Bertold (1991): Werke: große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe. Berlin: Aufbau-Verlag

Brockhaus (1997): Brockhaus – Die Enzyklopädie: in 24 Bänden. 20., überarbeitete und aktualisierte Aufl. Leipzig: Mannheim

Bugeja, Michael J. (2006): "Facing the facebook". In: Chronicle of Higher Education. Pp. Ca, C4 online unter: URL:[http://www.chronicle.com/jobs\(2006/01/2006012301c.html](http://www.chronicle.com/jobs(2006/01/2006012301c.html) [zuletzt geprüft Dezember 2008]

Burnett, Robert / Marshall, David P. (2003): Web Theory. An Introduction. London: Routledge

Buten, J. (1996): The first world wide web home page survey. Online unter URL:<http://www.asc.upenn.edu/usr/sbuten/phpi.htm>. [zuletzt geprüft Dezember 2008]

C

Castells, M. (2002): Das Informationszeitalter. Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur, Band. 2: Die Macht der Identität. Opladen: Leske + Budrich

Castells, Manuel (2005): Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Heidelberg: VS

D

Davies, Tim/Cranston, Pete (2008): Youth Work and Social Networking. Final Research Report. The National Youth Agency. Online unter http://www.nya.org.uk/files/119441/FileName/Youth_Work_and_Social_Networking_-_Final_Report_-_August_2008.pdf [zuletzt geprüft Jänner 2009]

Dollhausen, Karin / Wehner, J. (2000): Virtuelle Bindungen: Gesellschafts- und medientheoretische Überlegungen zu einem neuen Gegenstand soziologischer Forschung.

In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Dollinger, Clancy S.M. (1995): "Identity styles and the five-factor model of personality". In: Journal of Research in Personality, 29, 475-479

Dominick, Joseph (1999): „Who Do You Think You Are? Personal Home Pages and Self-Presentation on the World Wide Web". In: Journalism and Mass Communication Quarterly, 76 (4), 646 – 658

Donath, Judith / Boyd, Danah (2004): "Public displays of connection." In: BT Technology Journal, 22 (4) 71-82. Online unter: URL:<http://www.danah.org/papers/PublicDisplays.pdf> [zuletzt geprüft Mai 2009]

Döring Nicola (1997): Identitäten, soziale Beziehungen und Gemeinschaften im Internet. In: Batinic, Bernad (1997)(Hrsg.): Internet für Psychologen. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen: Hogrefe

Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe

Duriez, Bart / Soenens, Bart (2006): "Personality, identity styles, and religiosity: An integrative study among late and middle adolescents". In: Journal of Adolescence, Vol 29(1), 119 – 135

E

Ebersbach, Anja / Glaser, Markus / Heigl, Richard (2007): Social Web. Konstanz: UVK

Eckert, R. / Vogelgesang, W. / Witzstein, Th. A. / Winter, R. (1991): Auf digitalen Pfaden. Die Kulturen von Hackern, Programmieren, Crackern und Spielern. Opladen: Westdeutscher Verlag

Eikelpasch, Rolf / Rademacher, Claudia (2004): Identität. Bielefeld: transcript. Online unter: URL:http://www.transcript-verlag.de/ts242/ts242_1.pdf [zuletzt geprüft Februar 2009]

Erikson, Erik H. (1956/1966): Identität und Lebenszyklus. Frankfurt: Suhrkamp

Erikson, Erik H. (1968): Identity: Youth and Crisis. New York: Norton

Erikson, Erik H. (1973): Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze. Frankfurt: Suhrkamp

Erikson, Erik H. (1998): Identität und Lebenszyklus. Frankfurt: Suhrkamp

Erikson, Erik H. (2003): Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel. Frankfurt: Cotta'sche Buchhandlung

Eurich, Claus (1980): Das verkabelte Leben. Wem schaden und wem nützen die Neuen Medien? Reinbek: Hamburg

F

Falckenberg, Christian (1994): Internet – Spielzeug oder Werkzeug? Studienarbeit. Lehrstuhl für Technische Informatik. Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule

Aachen. Nachdruck durch das Hochschulrechenzentrum der Philipps-Universität Marburg. Online unter: URL:<http://www.urz.uni-heidelberg.de/Netzdienste/internet/spielzeug.html> [zuletzt geprüft Jänner 2009]

Faßler, Manfred (1996): Öffentlichkeiten im Interface. In: Maresch, Rudolf (Hrsg.): Medien und Öffentlichkeit. München: Boer

Fink, Gabriele / Kammerl, Rudolf (2001): „Virtuelle Identitäten als Ausdruck zeitgemäßer Identitätsarbeit?“ In: medien praktisch 2001, Heft 1, 10 – 17

Foelsch, Pamela A. / Odom, Anna E. / Schmeck, Klaus / Schlüter-Müller, Susanne / Kernberg, Otto F (2008): „Behandlung von Adoleszenten mit Identitätsdiffusion. Eine Modifikation der Übertragungsfokussierten Psychotherapie (TFP)“. In: Persönlichkeitsstörungen. Theorie und Praxis (2008) 12 (3), 153 – 162

Frindte, Wolfgang / Köhler, Thomas (Hrsg.)(1999): Kommunikation im Internet. Band 1. Frankfurt: Lang

Fuchs, Christian (2009): Social Networking Sites and the Surveillance Society. A Cirtcal Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance. Salzburg / Vienna: Forschungsgruppe UTI. Online unter: URL:http://www.fuchs.icts.sbg.ac.at/SNS_Surveillance_Fuchs.pdf [zuletzt geprüft Jänner 2009]

G

Gebhardt, Julian (2001): Kommunikation. Rahmenanalytische Überlegungen am Beispiel des „Online-Chat“. Online unter: URL:http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2001_Gebhardt.pdf [zuletzt geprüft Jänner 2009]

Goffman, Erving (1959): The presentation of self in everyday life. New York: Doubleday

Golder, Scott A. / Huberman, Bernardo A. (2006): „Usage Patterns of Collaborative Tagging Systems. Journal of Information Science. 32 2), 198 – 208

Greenfield, Patricia / Yan, Zhang (2006): “Children, Adolescents, and the Internet: A New field of Inquiry in Developmental Psychology”. In: Developmental Psychology, 42, 391-394

Gross, Ralph / Acquisti, Alessandro (2005): Information, Revelation and Privacy in Online Social Networks. Proceedings of WPES'05 (71-80). Alexandria, VA: Association of Computing Machinery. Online unter: <http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacy-facebook-gross-acquisti.pdf> [zuletzt geprüft Jänner 2009]

Günther, Antje / Fuhrer, Urs / Rademacher, Jeanne / Quaiser-Pohl, Claudia (2005): Internet, Identität und Persönlichkeit. In: Renner, Karl-Heinz / Schütz, Astrid / Machilek, Franz (Hrsg.): Internet und Persönlichkeit. Differentiell-psychologische unddiagnostische Aspekte der Internetnutzung. Göttingen: Hogrefe

H

Harrer, Andreas / Krämer, Nicole / Zeini, Sam / Haferkamp, Nina (2008): Ergebnisse und Fragestellungen aus Psychologie und Informatik zur Analyse von Interaktionen in Online-Communities und Potenziale interdisziplinärer Forschung. In: Zerfass, Ansgar / Welker, Martin / Schmidt, Jan (Hrsg): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web.

Band 1. Grundlagen und Methoden: von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Herbert von Halem Verlag

Hartmann, Tilo (2004): Computervermittelte Kommunikation. In: Mangold, Roland / Vorderer, Peter / Bente, Gary (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe

Hausser, Karl (1995): Identitätspsychologie. Berlin: Springer

Hausser, Karl (1998): Identitätsentwicklung – vom Phasenuniversalismus zur Erfahrungsverarbeitung. In: Keupp, Heiner / Höfer, Renate (Hrsg.): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. 2. Aufl. Frankfurt: Suhrkamp

Haythornthwaite, C. / Wellmann, B. / Garton, L. (2000): Arbeit und Gemeinschaft bei computervermittelter Kommunikation. In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Hesse, Hermann (1994): Ausgewählte Werke. Steppenwolf. Dritter Band. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Hitzler, Ronald / Honer, Anne (1994): Bastelexistenz. Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung. In: Beck, Ulrich / Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.): Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt/M: Suhrkamp

Höflich, Joachim, R. (1996): Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronische Gemeinschaften. Opladen: Westdeutscher Verlag

J

Joas, Hans (1980): G.H. Mead. A contemporary Re-examination of his thoughts. Cambridge: MIT Press

Joinson, Adam / McKenna, Katelyn / Postmes, Tom / Reips, Ulf-Dietrich (2007)(Hrsg.): The Oxford Handbook of Internet Psychology. Oxford University Press

K

Kaufmann, Jean-Claude (2005): Die Erfindung des Ich. Eine Theorie der Identität. Konstanz: UVK

Kellner, Douglas (1995): Populäre Kultur und die Konstruktion postmoderner Identitäten. In: Kohlmann, Andreas (Hrsg.): Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. Frankfurt am Main: Fischer

Keupp, Heiner / Höfer, Renate (Hrsg.)(1998): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. 2. Aufl. Frankfurt: Suhrkamp

Keupp, Heiner (1995): Lust an der Erkenntnis: Der Mensch als soziales Wesen. Sozialpsychologisches Denken im 20. Jahrhundert. München: Piper

Keupp, Heiner (1998): Diskursarena Identität: Lernprozesse in der Identitätsforschung. In: Keupp, Heiner / Höfer, Renate (Hrsg.): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Keupp, Heiner (Hrsg.)(1997): Identitätsarbeit heute: klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Keupp, Heiner u.a. (1999): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek: Rowohlt

Köhler, Thomas (2003): Das Selbst im Netz. Die Konstruktion sozialer Identität in der computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Kohlmann, Andreas (Hrsg.)(1995): Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. Frankfurt am Mein: Fischer

Konert, B. / Hermanns, D. (2002): Der private Mensch in der Netzwelt. In: Weiß, R. / Groebel J. (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung, Schriftenreihe Medienforschung der LfR, Band 43, Opladen

Krappmann, Lothar (1998): Die Identitätsproblematik nach Erikson aus einer interaktionistischen Sicht. In: Keupp, Heiner / Höfer, Renate (Hrsg.)(1998): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. 2. Aufl. Frankfurt: Suhrkamp

Krappmann, Lothar (2000): Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. 9. Aufl. Stuttgart: Klett-Cotta

Kraus, Wolfgang / Mitzscherlich, Beate (1998): Normative Grundlagen der empirischen Identitätsforschung in der Tradition von James E. Marcia und die Notwendigkeit ihrer Reformulierung. In: Keupp, Heiner / Höfer, Renate (Hrsg.): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1998

L

Lampe, C. / Ellison, N. / Steinfield, C. (2006): A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. In: ACM Special Interest Group on Computer-Supported Cooperative Work, (Banff, Canada): ACM Press Online unter: <https://www.msu.edu/~lampecli/papers/cscw2006.pdf> [zuletzt geprüft Mai 2009]

Lenhart, Amanda (2009): Pew Internet Projekt Data Memo. Online unter: URL:http://www.pewinternet.org/~media//Files/Reports/2009/PIP_Adult_social_networking_data_memo_FINAL.pdf.pdf [zuletzt geprüft März 2009]

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 & Internet Life Project. Online unter: URL:http://www.pewinternet.org/~media//Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf.pdf [zuletzt geprüft Jänner 2009]

Linville, P.W. (1987): "Self-complexity as a cognitive buffer against stress-related illness and depression". In: Journal of Personality and Social Psychology, 52, 663-676

Liu, Hugo (208): "Social network profiles as taste performances". In: Journal of Computer-Mediated Communication. Vol 13 (1), 252 – 275

M

Mangold, Roland / Vorderer, Peter / Bente, Gary (2004) (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe

Marcia, James E. / Waterman, A. S. / Matteson, D. R. / Archer, S. L. / Orlofsky, J.L. (Eds.)(1993): Identity: A handbook for psychosocial research. New York: Springer

Maresch, Rudolf (Hrsg.)(1996): Medien und Öffentlichkeit. München: Boer

MCKENNA, Katelyn Y.A. (2007):Through the internet looking glass. Expressing and validating the true self. In: Joinson, Adam / McKenna, Katelyn / Postmes, Tom / Reips, Ulf-Dietrich (Hrsg.): The Oxford Handbook of Internet Psychology. Oxford University Press

Misoch, Sabina (2004): Identitäten im Internet. Selbstdarstellungen auf privaten Homepages. Konstanz: UVK

Misoch, Sabina (2006): Online-Kommunikation. Konstanz: UVK

Montaignes, M. de (1998): Essays. Erste moderne Gesamtübersetzung von Hans Stillet. Frankfurt am Main: Eichborn

Münker, Stefan (1997): Was heißt eigentlich: „Virtuelle Realität“? In: Münker, Stefan / Roesler, Alexander (Hrsg.): Mythos Internet. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Münker, Stefan / Roesler, Alexander (Hrsg.)(1997): Mythos Internet. Frankfurt am Main: Suhrkamp

O

Oerter, Rolf (Hrsg.)(2002): Entwicklungspsychologie. 5., überarb. Aufl. Weinheim: Beltz

Oerter, Rolf (Hrsg.)(2006): „Entwicklung der Identität“. In: Psychotherapie 11. Jahrgang 2006, Band 11, München: CIP Online unter: URL:http://www.cip-medien.com/media/download_gallery/06-02/2006-2.07%20Oerter-pdf [zuletzt geprüft Dezember 2008]

Opaschowski, Horst W. (1999): Generation @: die Medienrevolution entlässt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter. Hamburg: British American Tobacco

P

Petersen, L.E. / Stahlberg, D. / Frey, D. (2006): Selbstwertgefühl. In: Bierhoff, H. W. / Frey, D. / Stöger, H. (Hrsg.): Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe

Phillips, Tommy M. (2008): „Age-Related Differences in Identity Style: A Cross-Sectional Analysis“. In: Curr Psychol, 27, 205 - 215

R

Raab, Jürgen (2008): Erving Goffman. Konstanz: UVK

Reiger, Horst (1997): Face-to-Face-Interaktion: ein Beitrag zur Soziologie Erving Goffmans. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Lang

Renner, Karl-Heinz / **Schütz**, Astrid / **Machilek**, Franz (Hrsg.)(2005): Internet und Persönlichkeit. Differentiell-psychologische und diagnostische Aspekte der Internetnutzung. Göttingen: Hogrefe

Rheingold, H. (1996): Virtuelle Welten. Reinbek: Rowohlt

Richter, Alexander / **Koch**, Michael (2007): Social Software – Status quo und Zukunft. Technischer Bericht. Nr. 2007 – 01, Fakultät für Informatik, Universität der Bundeswehr München

Richter, A. / **Koch**, Michael (2008): Funktionen von Social-Networking Diensten. Forschungsgruppe Kooperationssysteme. Universität der Bundeswehr München

S

Schmeck, K. / **Schlüter-Müller**, S. (2008): Persönlichkeitsstörungen bei Kindern und Jugendlichen. Lehrbuch der Kinder- und Jugendpsychiatrie und Psychotherapie. Berlin: Springer

Schmidt, Jan (2006): Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Nr. 2/2006

Schmidt, Jan/ **Paus-Hasebrink**, Ingrid / **Hasebrink**, Uwe (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Kurzfassung des Endberichts für die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Hans-Bredow-Institut. Hamburg/Salzburg Online unter: URL: http://www.lfm-nrw.de/downloads/zusammenfassung_socialweb.pdf [zuletzt geprüft März 2009]

Schwabe, Gerhard (2001): "Mediensynchronizität" – Theorie und Anwendung bei Gruppenarbeit und Lernen. Online unter: URL: <http://www.ifi.uzh.ch/pax/uploads/pdf/publication/398/Mediansynchronizitaet-final.pdf> [zuletzt geprüft 10. Februar 2009]

Shirky, Clay (2008): Here Comes Everybody. The power of organizing without organizations. New York: The Penguin Press

Short, J. / **Williams**, E. / **Christie**, B. (1976): The social psychology of telecommunications. Chichester: Wiley

Soenens, B. / **Berzonsky**, M. D. / **Vansteenkiste**, M. / **Beyers**, W. / **Goossens**, L. (2005): "Identity styles and causality orientations: In search of the motivational underpinnings of the identity exploration process". In: European Journal of Personality, 19, 427-442

Spangenberg, Peter M. (2000): Moderne Identitätskonstruktionen und vernetzte Kommunikation. In: Becker, Barbara / Schneider, Irmela (Hrsg.): Was vom Körper übrig bleibt. Körperlichkeit - Identität – Medien. Frankfurt am Main: Campus

Starobinski, Jean (1989). Montaigne. Denken und Existenz. Frankfurt am Main: Fischer

Suler, John (2002): Identity management in Cyberspace. Journal of Applied Psychoanalytic Studies, 4, 455- 460, Online unter: URL:<http://www.usr.rider.edu/~suler/psyber/identitymanag.html> [zuletzt geprüft September 2008]

T

Thiedeke, Udo (Hrsg.)(2000): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Thiedeke, Udo (2008): Die Gemeinschaften der Eigensinnigen. Interaktionsmediale Kommunikationsbedingungen und virtuelle Gemeinschaften. In: Von Gross, Friederike / Marotziki, Winfried; Sander, Uwe (Hrsg.): Internet – Bildung – Gemeinschaft. Wiesbaden: VS
Thimm, Caja (Hrsg.)(2000): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Turkle, Sherry (1998): Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internets. Rowohlt: Reinbek

U

Utz, Sonja (2002): Interaktion und Identität in virtuellen Gemeinschaften. In: Bente, Gary / Krämer, Nicole C. / Petersen, Anita (Hrsg.): Virtuelle Realitäten. Göttingen: Hogrefe

V

Valkenburg, Patti M. / Peter, Jochen (2009): "Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research". Preview. In: Current Directions in Psychological Science. Vol. 18(1), Feb 2009. Pp. 1-5

Valkenburg, Patti M. / Peter, Jochen / Schouten, Alexander P. (2006): "Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem". In: Cyberpsychology & Behavior 9 (5): 584-590

Vleioras, Georgios / Bosma, Harke A. (2005): "Are identity styles important for psychological well-being?". In: Journal of Adolescence 28, 397-409

Vogelgesang, Waldemar (2000): „Ich bin, wen ich spiele“. Ludische Identitäten im Netz. In: Thimm, Caja (Hrsg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

W

Weiß, R. / Groebel J. (Hrsg.)(2002): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung, Schriftenreihe Medienforschung der LfR, Band 43, Opladen

Wellmann, Barry (2000): Die elektronische Gruppe als soziales Netzwerk. In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Willems, Herbert / Hahn, Alois (Hrsg.)(1999): Identität und Moderne. Frankfurt: Suhrkamp

Williams, A. L. / Merten, M.J. (2008): "A review of online social networking profiles by adolescents: Implications". In: Adolescence, 43, 253 – 274

Woodward, Kathryn (1997): Identity and Difference. London: Sage

Woolfolk, Anita (2003): Pädagogische Psychologie. 10. Auflage. München: Pearson

Z

Zerfass, Ansgar / Welker, Martin / Schmidt, Jan (Hrsg)(2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1. Grundlagen und Methoden: von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Herbert von Halem Verlag

Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1 Ausgewählte Kennzeichen der vier Identitätszustände (vgl. Oerter 2002:353)
- Abbildung 2 Typisierung computervermittelter Kommunikationsformen im Internet (vgl. Konert / Hermanns 2002:416)
- Abbildung 3 Risiken und Möglichkeiten der Nutzung von Social Network Sites (Davies/Cranston 2008:2)
- Abbildung 4: Darstellungsrequisiten einer SNS (vgl. Döring 2003:342)
- Abbildung 5 Altersverteilung der Stichprobe
- Abbildung 6 Profilinformationen
- Abbildung 7 Sichtbarkeit des Profils
- Abbildung 8 Dauer der Mitgliedschaft
- Abbildung 9 Häufigkeit der Veränderung des Profils
- Abbildung 10 Ich bin im richtigen Leben so wie ich mich auf schülerVZ darstelle
- Abbildung 11 Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist
- Abbildung 12 Ich nutze schülerVZ um mich mit anderen zu vergleichen
- Abbildung 13 Grund für die Registrierung
- Abbildung 14 Art der Suche auf fremden Profilen
- Abbildung 15 Profilinformationen fremder Profile
- Abbildung 16 Häufigkeit Microblogging
- Abbildung 17 Wichtigkeit, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein
- Abbildung 18 Wichtigkeit, bei den richtigen Gruppen Mitglied zu sein
- Abbildung 19 Anzahl der Gruppenmitgliedschaften
- Abbildung 20 Dichotomisierte Identitätsstile und Korrelationen
- Abbildung 21 Identitätsstile und Korrelationen

4) Wie oft hast Du Dein Profil auf schülerVZ bisher verändert?

Dazu zählen Hochladen eines neuen Profilfotos, Änderungen des Musikgeschmacks, Austreten von und Eintreten in Gruppen etc.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ich habe mein Profil noch nie verändert | <input type="checkbox"/> 20 bis 30 Mal |
| <input type="checkbox"/> 1 – 10 Mal | <input type="checkbox"/> 30 bis 40 Mal |
| <input type="checkbox"/> 10 – 20 Mal | <input type="checkbox"/> öfter als 40 Mal |

5) Wie oft bist Du online auf schülerVZ?

- öfter am Tag
- ein Mal am Tag
- ein paar Mal in der Woche
- ein paar Mal im Monat
- nur wenn ich per E-Mail eine Verständigung bekomme, dass mir jemand geschrieben hat

6) Bitte bewerte folgende Aussagen:

	Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu
Ich finde, ich bin im richtigen Leben genau so, wie ich mich auf schülerVZ darstelle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nutze schülerVZ, um mich mit anderen Leuten meines Alters zu vergleichen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7) Warum bist Du auf schülerVZ registriert? Entscheide Dich bitte für eine Aussage:

- um mich mit meinen Freunden zu vernetzen
- aus Langeweile
- um neue Leute kennen zu lernen
- um mehr über die Menschen, die ich kenne, herauszufinden
- um mich dort über neue Trends etc. zu informieren
- weil alle meine Freunde sich dort registriert haben
- um mich selbst zu präsentieren

8) Ich sehe mir...

- ... eher wahllos Profile anderer Schülerinnen und Schüler an.
- ... eher gezielt Profile anderer Schülerinnen und Schüler an.

9) Wenn Du Dir das Profil von jemand ansiehst, den Du noch nicht kennst, auf welche Informationen achtest Du dann zuerst? Entscheide Dich bitte für eine Aussage:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Fotoalbum | <input type="checkbox"/> Pinnwandeinträge |
| <input type="checkbox"/> Gruppen | <input type="checkbox"/> Freundesliste |
| <input type="checkbox"/> Verlinkungen | <input type="checkbox"/> Profilfoto |
| <input type="checkbox"/> persönliche Angaben (Lieblingsfach, „Über mich“, Lieblingspruch etc.) | |

Wie oft nutzt Du die Möglichkeit, Deinen Freunden mitzuteilen, was Du gerade machst / wie Du Dich gerade fühlst?

- öfter am Tag
- ein Mal am Tag
- ein paar Mal in der Woche
- ein paar Mal im Monat
- nie

10) Wann siehst Du Dir Profile von Leuten an, die Du nicht kennst? Entscheide Dich bitte für eine Aussage:

- weil mir langweilig ist
- weil ich nach Dates oder neuen Freunden suche
- weil ich denke, dass ich die Person von irgendwo her kenne
- ich sehe mir nie Profile von Leuten an, die ich nicht kenne

11) Bewerte bitte folgende Aussagen:

	Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu
Es ist mir wichtig, bei vielen Gruppen auf schülerVZ Mitglied zu sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist mir wichtig, bei den richtigen Gruppen auf schülerVZ Mitglied zu sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Gruppenmitgliedschaften zeigen meine Identität.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte meine Gruppenmitgliedschaften für sehr repräsentativ für meine Persönlichkeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12) Bei wie vielen Gruppen bist Du Mitglied?

- bei keiner
- zwischen 20 und 30
- zwischen 1 und 10
- zwischen 30 und 40
- zwischen 10 und 20
- über 40

Bitte gibst bei folgenden Fragen an, wie sehr Du zustimmst oder ablehnst! Bedenke, dass es dabei kein Richtig oder Falsch gibt, Deine erste Reaktion auf die Frage sollte auch Deine Antwort sein!

		Stimmt überhaupt nicht	Stimmt nicht	Stimmt kaum	Stimmt ziemlich	Stimmt	Stimmt vollkommen
1.	Ich kenne meine weltanschaulichen Überzeugungen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
2.	Ich habe viel Zeit damit verbracht darüber nachzudenken, was ich mit meinem Leben anfangen soll.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
3.	Ich bin mir nicht sicher, was ich in meinem Leben so mache.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
4.	Ich handle so, wie ich es tue, weil ich mit bestimmten Werten aufgewachsen bin.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
5.	Ich habe viel Zeit damit verbracht, über weltanschauliche Ideen zu lesen oder mit anderen darüber zu reden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
6.	Wenn ich mit jemandem ein Problem bespreche, versuche ich, seinen / ihren Standpunkt nachzuvollziehen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
7.	Ich weiß, wie ich mein zukünftiges Leben gestalten will.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
8.	Ich mache mir keine Sorgen über die Zukunft; Ich entscheide spontan im jeweiligen Moment.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
9.	Ich bin mir nicht sicher, was ich über Religion denken soll.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
10.	Ich wurde so erzogen, dass ich weiß, wofür ich arbeite.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
11.	Ich bin mir nicht sicher, welche Werte mir wirklich wichtig sind.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
12.	Ich weiß, welchen Weg Regierung und Land einschlagen sollten.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
13.	Wenn ich mir wegen meiner Probleme keine Sorgen mache, lösen sie sich normalerweise von selbst.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
14.	Ich bin mir nicht sicher, was ich in Zukunft machen möchte.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6

15. Ich habe das Gefühl, dass die Arbeit, die ich mache, die richtige für mich ist.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
16. Ich habe viel Zeit damit verbracht, über Politik zu lesen und sie zu verstehen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
17. Ich denke nicht viel über meine Zukunft nach.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
18. Ich habe viel Zeit damit verbracht mit Leuten zu sprechen, um eine Reihe von Überzeugungen zu finden, die mir etwas bringen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
19. Ich hatte nie ernsthafte Zweifel an meinen weltanschaulichen Überzeugungen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
20. Ich bin mir nicht sicher, welche Arbeit die richtige für mich ist.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
21. Schon als ich noch jung war, wußte ich, was ich werden sollte.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
22. Ich habe gefestigte Ansichten, die ich beachte, um Entscheidungen zu treffen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
23. Es ist besser, gefestigte Ansichten zu haben, als allen möglichen Ideen gegenüber aufgeschlossen zu sein.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
24. Wenn ich mich entscheiden muß, warte ich so lange wie möglich ab, um zu sehen, was noch alles kommt.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
25. Wenn ich ein Problem habe, denke ich viel darüber nach, um es zu verstehen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
26. Es ist am besten, mir bei wichtigen Problemen auch Rat und Meinung von Fachleuten einzuholen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
27. Ich nehme das Leben nicht zu ernst, ich versuche einfach, es zu genießen.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
28. Es ist besser, nur einige Werte zu haben, als für alle möglichen Werte offen zu sein.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
29. Über Probleme nachzudenken, oder mich damit zu beschäftigen, versuche ich so lange wie möglich aufzuschieben.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6
30. Meine Probleme können interessante Herausforderungen sein.	<input type="checkbox"/>					
	1	2	3	4	5	6

31.	Ich versuche, Probleme zu vermeiden, die mich zum Nachdenken zwingen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
32.	Wenn ich einmal einen Lösungsweg für ein Problem gefunden habe, möchte ich ihn beibehalten.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
33.	Wenn ich Entscheidungen treffe, nehme ich mir viel Zeit, um über meine Möglichkeiten nachzudenken.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
34.	Ich gehe mit Dingen gerne so um, wie meine Eltern es mir beibrachten.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
35.	Ich durchdenke und kümmere mich um meine Probleme gerne selbst.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
36.	Wenn ich ein mögliches Problem nicht beachte, geht normalerweise alles gut.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
37.	Wenn ich eine wichtige Entscheidung treffen muß, möchte ich soviel darüber wissen wie möglich.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
38.	Wenn ich weiß, dass ein Problem mir Kopfzerbrechen bereiten wird, versuche ich es zu vermeiden.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
39.	Menschen müssen sich an Werte gebunden fühlen, um ein ausgefülltes Leben zu führen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
40.	Wenn ich ein Problem habe, ist es das Beste, mich einfach auf meine Familie oder Freunde zu verlassen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6

Danke vielmals, dass Du Dir die Zeit genommen hast, um mir bei meiner Diplomarbeit zu helfen!!!

Häufigkeitstabellen

Normorientierter Identitätsstil	Ja	Nein
Anzahl	39	51
Prozent	43 %	56.7 %
Informationsorientierter Identitätsstil		
Anzahl	59	31
Prozent	65.6 %	34.4 %
Diffus-vermeidender Identitätsstil		
Anzahl	25	65
Prozent	27.8 %	72.2 %
Ich bin		
Anzahl	28	62
Prozent	31.1 %	68.9 %
Lieblingsfach / Hassfach		
Anzahl	31	59
Prozent	34.4 %	65.6 %
Profilfoto		
Anzahl	85	5
Prozent	94.4 %	5.6 %
Wohnadresse		
Anzahl	2	88
Prozent	2.2 %	97.8 %
Fotoalbum		
Anzahl	78	12
Prozent	86.7 %	13.3 %
Auf der Suche nach		
Anzahl	42	48
Prozent	46.7 %	53.3 %
Politische Ansichten		
Anzahl	30	60
Prozent	33.3 %	66.7 %
Clubs, Vereine		
Anzahl	67	23
Prozent	74.4 %	25.6 %
Lieblingsmusik		
Anzahl	61	29
Prozent	67.8 %	32.2 %
Ich mag / Ich mag nicht		
Anzahl	43	47
Prozent	47.8 %	52.2 %
Über mich		
Anzahl	35	55
Prozent	38.9 %	61.1 %
Vollständiger Name		
Anzahl	54	36
Prozent	60 %	40 %
Wunsch-Hochschule		
Anzahl	10	80
Prozent	11.1 %	88.9 %
ICQ, MSN, AIM, Skype		
Anzahl	30	60
Prozent	33.3 %	66.7 %

Kreuztabellen

Normorientierter Identitätsstil und "Über mich"

			Über mich		Gesamt
			Ja	Nein	
normorientierter Identitätsstil	stimmt nicht	Anzahl	2	1	3
		% von normorientiert	66,7%	33,3%	100,0%
		% von Über mich	5,7%	1,8%	3,3%
	stimmt kaum	Anzahl	25	23	48
		% von normorientiert	52,1%	47,9%	100,0%
		% von Über mich	71,4%	41,8%	53,3%
	stimmt ziemlich	Anzahl	8	28	36
		% von normorientiert	22,2%	77,8%	100,0%
		% von Über mich	22,9%	50,9%	40,0%
	stimmt	Anzahl	0	3	3
		% von normorientiert	,0%	100,0%	100,0%
		% von Über mich	,0%	5,5%	3,3%
Gesamt		Anzahl	35	55	90
		% von normorientiert	38,9%	61,1%	100,0%
		% von Über mich	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,607 ^a	3	,014
Likelihood-Quotient	11,868	3	,008
Zusammenhang linear-mit-linear	10,253	1	,001
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,17.

Crosstab

			V18 Sichtbarkeit		Total
			1 für alle Leute sichtbar	2 für meine Freunde sichtbar	
INFO_ Dichtom	1 nein	Count	15	16	31
		% within INFO_ Dichtom	48.4%	51.6%	100.0%
		% within V18 Sichtbarkeit	53.6%	25.8%	34.4%
	2 ja	Count	13	46	59
		% within INFO_ Dichtom	22.0%	78.0%	100.0%
		% within V18 Sichtbarkeit	46.4%	74.2%	65.6%
Total	Count	28	62	90	
	% within INFO_ Dichtom	31.1%	68.9%	100.0%	
	% within V18 Sichtbarkeit	100.0%	100.0%	100.0%	

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by	Phi	.270	.010
Nominal	Cramer's V	.270	.010
N of Valid Cases		90	

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Informationsorientierter Identitätsstil und Sichtbarkeit des Profils

			Sichtbarkeit		Gesamt
			für alle Leute sichtbar	für meine Freunde sichtbar	
informationsorientierter Identitätsstil	stimmt kaum	Anzahl	15	16	31
		% von information	48,4%	51,6%	100,0%
		% von Sichtbarkeit	53,6%	25,8%	34,4%
	stimmt ziemlich	Anzahl	9	40	49
		% von information	18,4%	81,6%	100,0%
		% von Sichtbarkeit	32,1%	64,5%	54,4%
	stimmt	Anzahl	4	6	10
		% von information	40,0%	60,0%	100,0%
		% von Sichtbarkeit	14,3%	9,7%	11,1%
Gesamt		Anzahl	28	62	90
		% von information	31,1%	68,9%	100,0%
		% von Sichtbarkeit	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,399 ^a	2	,015
Likelihood-Quotient	8,457	2	,015
Zusammenhang linear-mit-linear	2,550	1	,110
Anzahl der gültigen Fälle	90		

- a. 1 Zellen (16,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,11.

Informationsorientierter Identitätsstil und Veränderung des Profils

			Veränderung						Gesamt
			noch nie	1 - 10 Mal	10 - 20 Mal	20 - 30 Mal	30 - 40 Mal	öfter als 40 Mal	
informationsorientierter Identitätsstil	stimmt kaum	Anzahl	1	20	4	1	0	5	31
		% von information	3,2%	64,5%	12,9%	3,2%	,0%	16,1%	100,0%
		% von Veränderung	12,5%	43,5%	30,8%	9,1%	,0%	50,0%	34,4%
	stimmt ziemlich	Anzahl	4	23	9	7	1	5	49
		% von information	8,2%	46,9%	18,4%	14,3%	2,0%	10,2%	100,0%
		% von Veränderung	50,0%	50,0%	69,2%	63,6%	50,0%	50,0%	54,4%
	stimmt	Anzahl	3	3	0	3	1	0	10
		% von information	30,0%	30,0%	,0%	30,0%	10,0%	,0%	100,0%
		% von Veränderung	37,5%	6,5%	,0%	27,3%	50,0%	,0%	11,1%
Gesamt		Anzahl	8	46	13	11	2	10	90
		% von information	8,9%	51,1%	14,4%	12,2%	2,2%	11,1%	100,0%
		% von Veränderung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	20,385 ^a	10	,026
Likelihood-Quotient	20,835	10	,022
Zusammenhang linear-mit-linear	,052	1	,820
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 12 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,22.

Normorientierter Identitätsstil und Veränderung des Profils

			Veränderung						Gesamt
			noch nie	1 - 10 Mal	10 - 20 Mal	20 - 30 Mal	30 - 40 Mal	öfter als 40 Mal	
normorientierter Identitätsstil	stimmt nicht	Anzahl	0	1	0	0	0	2	3
		% von normorientiert	,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	66,7%	100,0%
		% von Veränderung	,0%	2,2%	,0%	,0%	,0%	20,0%	3,3%
	stimmt kaum	Anzahl	3	28	8	4	1	4	48
		% von normorientiert	6,3%	58,3%	16,7%	8,3%	2,1%	8,3%	100,0%
		% von Veränderung	37,5%	60,9%	61,5%	36,4%	50,0%	40,0%	53,3%
	stimmt ziemlich	Anzahl	2	17	5	7	1	4	36
		% von normorientiert	5,6%	47,2%	13,9%	19,4%	2,8%	11,1%	100,0%
		% von Veränderung	25,0%	37,0%	38,5%	63,6%	50,0%	40,0%	40,0%
	stimmt	Anzahl	3	0	0	0	0	0	3
		% von normorientiert	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% von Veränderung	37,5%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,3%
Gesamt	Anzahl	8	46	13	11	2	10	90	
	% von normorientiert	8,9%	51,1%	14,4%	12,2%	2,2%	11,1%	100,0%	
	% von Veränderung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	44,514 ^a	15	,000
Likelihood-Quotient	24,901	15	,051
Zusammenhang linear-mit-linear	1,318	1	,251
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 18 Zellen (75,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,07.

Crosstab

			V22 Ich finde, ich bin im richtigen Leben so, wie ich mich auf schülerVZ darstelle				Total
			1 Ich stimme voll zu	2 Ich stimme zu	3 Ich stimme nicht zu	4 Ich stimme überhaupt nicht zu	
NORM_ Dichtom	1 nein	Count % within NORM_ Dichtom % within V22 Ich finde, ich bin im richtigen Leben so, wie ich mich auf schülerVZ darstelle	24 47.1%	25 49.0%	1 2.0%	1 2.0%	51 100.0%
	2 ja	Count % within NORM_ Dichtom % within V22 Ich finde, ich bin im richtigen Leben so, wie ich mich auf schülerVZ darstelle	11 28.2%	17 43.6%	8 20.5%	3 7.7%	39 100.0%
Total		Count % within NORM_ Dichtom % within V22 Ich finde, ich bin im richtigen Leben so, wie ich mich auf schülerVZ darstelle	35 38.9%	42 46.7%	9 10.0%	4 4.4%	90 100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.399 ^a	3	.010
Likelihood Ratio	12.119	3	.007
Linear-by-Linear Association	8.328	1	.004
N of Valid Cases	90		

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.73.

Normorientierter Identitätsstil und richtige Darstellung

			Darstellung wie im richtige Leben				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
normorientierter Identitätsstil	stimmt nicht	Anzahl	3	0	0	0	3
		% von normorientiert	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% von richtige Darstellung	8,6%	,0%	,0%	,0%	3,3%
	stimmt kaum	Anzahl	21	25	1	1	48
% von normorientiert		43,8%	52,1%	2,1%	2,1%	100,0%	
% von richtige Darstellung		60,0%	59,5%	11,1%	25,0%	53,3%	
stimmt ziemlich	Anzahl	8	17	8	3	36	
	% von normorientiert	22,2%	47,2%	22,2%	8,3%	100,0%	
	% von richtige Darstellung	22,9%	40,5%	88,9%	75,0%	40,0%	
stimmt	Anzahl	3	0	0	0	3	
	% von normorientiert	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	
	% von richtige Darstellung	8,6%	,0%	,0%	,0%	3,3%	
Gesamt		Anzahl	35	42	9	4	90
		% von normorientiert	38,9%	46,7%	10,0%	4,4%	100,0%
		% von richtige Darstellung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	22,809 ^a	9	,007
Likelihood-Quotient	25,115	9	,003
Zusammenhang linear-mit-linear	5,398	1	,020
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 12 Zellen (75,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,13.

Crosstab

			V24 Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist				
			1 Ich stimme voll zu	2 Ich stimme zu	3 Ich stimme nicht zu	4 Ich stimme überhaupt nicht zu	Total
NORM_ Dichtom	1 nein	Count	7	25	17	2	51
		% within NORM_ Dichtom	13.7%	49.0%	33.3%	3.9%	100.0%
		% within V24 Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist	58.3%	62.5%	65.4%	16.7%	56.7%
	2 ja	Count	5	15	9	10	39
		% within NORM_ Dichtom	12.8%	38.5%	23.1%	25.6%	100.0%
		% within V24 Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist	41.7%	37.5%	34.6%	83.3%	43.3%
Total		Count	12	40	26	12	90
		% within NORM_ Dichtom	13.3%	44.4%	28.9%	13.3%	100.0%
		% within V24 Auf schülerVZ kann man sich so darstellen, wie man wirklich ist	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.192 ^a	3	.027
Likelihood Ratio	9.581	3	.022
Linear-by-Linear Association	3.267	1	.071
N of Valid Cases	90		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.20.

Normorientierter Identitätsstil und Bewertung der Plattform als Möglichkeit zur realistischen Selbstdarstellung

			Möglichkeit der realistischen Darstellung				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
normorientierter Identitätsstil	stimmt nicht	Anzahl	0	3	0	0	3
		% von normorientiert	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% von Möglichkeit der realistischen Darstellung	,0%	7,5%	,0%	,0%	3,3%
	stimmt kaum	Anzahl	7	22	17	2	48
		% von normorientiert	14,6%	45,8%	35,4%	4,2%	100,0%
		% von Möglichkeit der realistischen Darstellung	58,3%	55,0%	65,4%	16,7%	53,3%
	stimmt ziemlich	Anzahl	5	15	9	7	36
		% von normorientiert	13,9%	41,7%	25,0%	19,4%	100,0%
		% von Möglichkeit der realistischen Darstellung	41,7%	37,5%	34,6%	58,3%	40,0%
	stimmt	Anzahl	0	0	0	3	3
		% von normorientiert	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		% von Möglichkeit der realistischen Darstellung	,0%	,0%	,0%	25,0%	3,3%
Gesamt	Anzahl	12	40	26	12	90	
	% von normorientiert	13,3%	44,4%	28,9%	13,3%	100,0%	
	% von Möglichkeit der realistischen Darstellung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	28,328 ^a	9	,001
Likelihood-Quotient	22,989	9	,006
Zusammenhang linear-mit-linear	6,833	1	,009
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 10 Zellen (62,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

Informationsorientierter Identitätsstil und Grund für die Registrierung

			Grund für Registrierung auf schülerVZ					Gesamt	
			mit Freunden vernetzen	aus Langeweile	neue Leute	Info über Menschen die ich schon kenne	alle Freunde sind dort		Selbstpräsentation
Informationsorientierter Identitätsstil	stimmt kaum	Anzahl	17	4	3	0	6	1	31
		% von information	54,8%	12,9%	9,7%	,0%	19,4%	3,2%	100,0%
		% von Grund für Reg.	35,4%	22,2%	37,5%	,0%	46,2%	50,0%	34,4%
	stimmt ziemlich	Anzahl	29	13	1	1	5	0	49
		% von information	59,2%	26,5%	2,0%	2,0%	10,2%	,0%	100,0%
		% von Grund für Reg.	60,4%	72,2%	12,5%	100,0%	38,5%	,0%	54,4%
	stimmt	Anzahl	2	1	4	0	2	1	10
		% von information	20,0%	10,0%	40,0%	,0%	20,0%	10,0%	100,0%
		% von Grund für Reg.	4,2%	5,6%	50,0%	,0%	15,4%	50,0%	11,1%
	Gesamt	Anzahl	48	18	8	1	13	2	90
		% von information	53,3%	20,0%	8,9%	1,1%	14,4%	2,2%	100,0%
		% von Grund für Reg.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	24,362 ^a	10	,007
Likelihood-Quotient	21,422	10	,018
Zusammenhang linear-mit-linear	,248	1	,618
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 12 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,11.

Normorientierter Identitätsstil und Grund für die Registrierung

		Grund für Registrierung auf schülerVZ						Gesamt	
		Freunde vernetzen	aus Langeweile	neue Leute	Info über Menschen die ich schon kenne	alle Freunde sind dort	Selbstpräsentation		
normorientierter Identitätsstil	stimmt nicht	Anzahl	0	1	0	0	2	0	3
		% von normorientiert	,0%	33,3%	,0%	,0%	66,7%	,0%	100,0%
		% von Grund für Reg.	,0%	5,6%	,0%	,0%	15,4%	,0%	3,3%
	stimmt kaum	Anzahl	31	4	5	0	7	1	48
		% von normorientiert	64,6%	8,3%	10,4%	,0%	14,6%	2,1%	100,0%
		% von Grund für Reg.	64,6%	22,2%	62,5%	,0%	53,8%	50,0%	53,3%
	stimmt ziemlich	Anzahl	17	13	0	1	4	1	36
		% von normorientiert	47,2%	36,1%	,0%	2,8%	11,1%	2,8%	100,0%
		% von Grund für Reg.	35,4%	72,2%	,0%	100,0%	30,8%	50,0%	40,0%
	stimmt	Anzahl	0	0	3	0	0	0	3
		% von normorientiert	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% von Grund für Reg.	,0%	,0%	37,5%	,0%	,0%	,0%	3,3%
Gesamt	Anzahl	48	18	8	1	13	2	90	
	% von normorientiert	53,3%	20,0%	8,9%	1,1%	14,4%	2,2%	100,0%	
	% von Grund für Reg.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	53,069 ^a	15	,000
Likelihood-Quotient	39,520	15	,001
Zusammenhang linear-mit-linear	,343	1	,558
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 18 Zellen (75,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,03.

Crosstab

		V27 Auf welche Informationen achtest du zuerst auf fremden Profilen							Total	
		1 Fotoalbum	2 Gruppen	3 Verlinkungen	4 persönliche Angaben	5 Pinnwand einträge	6 Freundesliste	7 Profilfoto		
DIFFUS_Dichtom	1 nein	Count	33	1	1	13	1	1	15	65
		% within DIFFUS_Dichtom	50.8%	1.5%	1.5%	20.0%	1.5%	1.5%	23.1%	100.0%
		% within V27 Auf welche Informationen achtest du zuerst auf fremden Profilen	70.2%	33.3%	100.0%	92.9%	50.0%	20.0%	83.3%	72.2%
2 ja		Count	14	2	0	1	1	4	3	25
		% within DIFFUS_Dichtom	56.0%	8.0%	.0%	4.0%	4.0%	16.0%	12.0%	100.0%
		% within V27 Auf welche Informationen achtest du zuerst auf fremden Profilen	29.8%	66.7%	.0%	7.1%	50.0%	80.0%	16.7%	27.8%
Total		Count	47	3	1	14	2	5	18	90
		% within DIFFUS_Dichtom	52.2%	3.3%	1.1%	15.6%	2.2%	5.6%	20.0%	100.0%
		% within V27 Auf welche Informationen achtest du zuerst auf fremden Profilen	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.109 ^a	6	.028
Likelihood Ratio	14.080	6	.029
Linear-by-Linear Association	.247	1	.620
N of Valid Cases	90		

a. 9 cells (64.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .28.

Crosstab

		V28 Häufigkeit des Microblogging					Total	
		1 öfter am Tag	2 ein Mal am Tag	3 ein paar Mal in der Woche	4 ein paar Mal im Monat	5 nie		
INFO_Dichtom	1 nein	Count	3	5	6	0	17	31
		% within INFO_Dichtom	9.7%	16.1%	19.4%	.0%	54.8%	100.0%
		% within V28 Häufigkeit des Microblogging	60.0%	62.5%	30.0%	.0%	38.6%	34.4%
2 ja		Count	2	3	14	13	27	59
		% within INFO_Dichtom	3.4%	5.1%	23.7%	22.0%	45.8%	100.0%
		% within V28 Häufigkeit des Microblogging	40.0%	37.5%	70.0%	100.0%	61.4%	65.6%
Total		Count	5	8	20	13	44	90
		% within INFO_Dichtom	5.6%	8.9%	22.2%	14.4%	48.9%	100.0%
		% within V28 Häufigkeit des Microblogging	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.583 ^a	4	.021
Likelihood Ratio	15.455	4	.004
Linear-by-Linear Association	.974	1	.324
N of Valid Cases	90		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.72.

Crosstab

			V29 Warum siehst du dir fremde Profile an				Total
			1 immer wenn ich online gehe	2 wenn mir langweilig ist	3 wenn ich denke, dass ich diese Person von irgendwo her kenne	4 wenn ich mehr über diese Person herausfinden möchte	
NORM_ Dichtom	1 nein	Count	26	3	19	3	51
		% within NORM_ Dichtom	51.0%	5.9%	37.3%	5.9%	100.0%
		% within V29 Warum siehst du dir fremde Profile an	66.7%	27.3%	63.3%	30.0%	56.7%
	2 ja	Count	13	8	11	7	39
		% within NORM_ Dichtom	33.3%	20.5%	28.2%	17.9%	100.0%
		% within V29 Warum siehst du dir fremde Profile an	33.3%	72.7%	36.7%	70.0%	43.3%
Total		Count	39	11	30	10	90
		% within NORM_ Dichtom	43.3%	12.2%	33.3%	11.1%	100.0%
		% within V29 Warum siehst du dir fremde Profile an	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.898 ^a	3	.031
Likelihood Ratio	8.976	3	.030
Linear-by-Linear Association	1.957	1	.162
N of Valid Cases	90		

a. 2 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.33.

Crosstab

		V30 Es ist mir wichtig, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein				Total
		1 Ich stimme voll zu	2 Ich stimme zu	3 Ich stimme nicht zu	4 Ich stimme überhaupt nicht zu	
INFO_ Dichtom	1 nein	Count 0	6	18	7	31
		% within INFO_ Dichtom .0%	19.4%	58.1%	22.6%	100.0%
		% within V30 Es ist mir wichtig, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein .0%	85.7%	46.2%	17.1%	34.4%
	2 ja	Count 3	1	21	34	59
		% within INFO_ Dichtom 5.1%	1.7%	35.6%	57.6%	100.0%
		% within V30 Es ist mir wichtig, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein 100.0%	14.3%	53.8%	82.9%	65.6%
Total	Count	3	7	39	41	90
	% within INFO_ Dichtom	3.3%	7.8%	43.3%	45.6%	100.0%
	% within V30 Es ist mir wichtig, bei vielen Gruppen Mitglied zu sein	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.572 ^a	3	.001
Likelihood Ratio	18.855	3	.000
Linear-by-Linear Association	6.381	1	.012
N of Valid Cases	90		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.03.

Diffuser Identitätsstil und Wichtigkeit vieler Gruppen

			Wichtigkeit vieler Gruppen				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
diffuser Identitätsstil	stimmt überhaupt nicht	Anzahl	0	1	0	0	1
		% von diffus	.0%	100,0%	.0%	.0%	100,0%
		% Wichtigkeit vieler Gruppen	.0%	14,3%	.0%	.0%	1,1%
	stimmt nicht	Anzahl	0	3	6	4	13
% von diffus		.0%	23,1%	46,2%	30,8%	100,0%	
% Wichtigkeit vieler Gruppen		.0%	42,9%	15,4%	9,8%	14,4%	
stimmt kaum	Anzahl	3	1	25	22	51	
	% von diffus	5,9%	2,0%	49,0%	43,1%	100,0%	
	% Wichtigkeit vieler Gruppen	100,0%	14,3%	64,1%	53,7%	56,7%	
stimmt ziemlich	Anzahl	0	2	8	15	25	
	% von diffus	.0%	8,0%	32,0%	60,0%	100,0%	
	% Wichtigkeit vieler Gruppen	.0%	28,6%	20,5%	36,6%	27,8%	
Gesamt		Anzahl	3	7	39	41	90
		% von diffus	3,3%	7,8%	43,3%	45,6%	100,0%
		% Wichtigkeit vieler Gruppen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	23,230 ^a	9	,006
Likelihood-Quotient	17,192	9	,046
Zusammenhang linear-mit-linear	5,032	1	,025
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 10 Zellen (62,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,03.

Informationsorientierter Identitätsstil und Wichtigkeit der richtigen Gruppen

			Wichtigkeit der richtigen Gruppen				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
Informationsorientierter Identitätsstil	stimmt kaum	Anzahl	5	5	13	8	31
		% von information	16,1%	16,1%	41,9%	25,8%	100,0%
		% von richtige Gruppen	38,5%	16,1%	44,8%	47,1%	34,4%
	stimmt ziemlich	Anzahl	4	21	15	9	49
		% von information	8,2%	42,9%	30,6%	18,4%	100,0%
		% von richtige Gruppen	30,8%	67,7%	51,7%	52,9%	54,4%
	stimmt	Anzahl	4	5	1	0	10
		% von information	40,0%	50,0%	10,0%	,0%	100,0%
		% von richtige Gruppen	30,8%	16,1%	3,4%	,0%	11,1%
Gesamt	Anzahl	13	31	29	17	90	
	% von information	14,4%	34,4%	32,2%	18,9%	100,0%	
	% von richtige Gruppen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	15,810 ^a	6	,015
Likelihood-Quotient	17,465	6	,008
Zusammenhang linear-mit-linear	7,050	1	,008
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 5 Zellen (41,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,44.

Normorientierter Identitätsstil und Gruppenmitgliedschaften als repräsentativ

			Gruppenmitgliedschaften als repräsentativ				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
normorientierter Identitätsstil	stimmt nicht	Anzahl	0	0	2	1	3
		% von normorientiert	,0%	,0%	66,7%	33,3%	100,0%
		% von Gruppen als repräsentativ	,0%	,0%	5,4%	4,0%	3,3%
	stimmt kaum	Anzahl	6	13	14	15	48
		% von normorientiert	12,5%	27,1%	29,2%	31,3%	100,0%
		% von Gruppen als repräsentativ	75,0%	65,0%	37,8%	60,0%	53,3%
	stimmt ziemlich	Anzahl	2	7	21	6	36
		% von normorientiert	5,6%	19,4%	58,3%	16,7%	100,0%
		% von Gruppen als repräsentativ	25,0%	35,0%	56,8%	24,0%	40,0%
	stimmt	Anzahl	0	0	0	3	3
		% von normorientiert	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		% von Gruppen als repräsentativ	,0%	,0%	,0%	12,0%	3,3%
Gesamt		Anzahl	8	20	37	25	90
		% von normorientiert	8,9%	22,2%	41,1%	27,8%	100,0%
		% von Gruppen als repräsentativ	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	17,104 ^a	9	,047
Likelihood-Quotient	17,957	9	,036
Zusammenhang linear-mit-linear	,784	1	,376
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 10 Zellen (62,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,27.

Crosstab

			V34 Anzahl der Gruppen						Total
			1 bei keiner	2 1 - 10	3 10 - 20	4 20 - 30	5 30 - 40	6 über 40	
DIFFUS_Dichtom	1 nein	Count	6	25	13	12	0	9	65
		% within DIFFUS_Dichtom	9.2%	38.5%	20.0%	18.5%	.0%	13.8%	100.0%
		% within V34 Anzahl der Gruppen	42.9%	75.8%	86.7%	66.7%	.0%	100.0%	72.2%
	2 ja	Count	8	8	2	6	1	0	25
		% within DIFFUS_Dichtom	32.0%	32.0%	8.0%	24.0%	4.0%	.0%	100.0%
		% within V34 Anzahl der Gruppen	57.1%	24.2%	13.3%	33.3%	100.0%	.0%	27.8%
Total		Count	14	33	15	18	1	9	90
		% within DIFFUS_Dichtom	15.6%	36.7%	16.7%	20.0%	1.1%	10.0%	100.0%
		% within V34 Anzahl der Gruppen	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.122 ^a	5	.015
Likelihood Ratio	15.981	5	.007
Linear-by-Linear Association	3.809	1	.051
N of Valid Cases	90		

a. 5 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .28.

Crosstab

			Profil_Dichotom		Total
			1 wenig info	2 viel info	
NORM_ Dichtom	1 nein	Count	28	23	51
		% within NORM_Dichtom	54.9%	45.1%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	47.5%	74.2%	56.7%
	2 ja	Count	31	8	39
		% within NORM_Dichtom	79.5%	20.5%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	52.5%	25.8%	43.3%
Total		Count	59	31	90
		% within NORM_Dichtom	65.6%	34.4%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5.916 ^b	1	.015		
Continuity Correction ^a	4.877	1	.027		
Likelihood Ratio	6.120	1	.013		
Fisher's Exact Test				.024	.013
Linear-by-Linear Association	5.850	1	.016		
N of Valid Cases	90				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.43.

Crosstab

			Profil_Dichotom		Total
			1 wenig info	2 viel info	
INFO_ Dichtom	1 nein	Count	16	15	31
		% within INFO_ Dichtom	51.6%	48.4%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	27.1%	48.4%	34.4%
	2 ja	Count	43	16	59
		% within INFO_ Dichtom	72.9%	27.1%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	72.9%	51.6%	65.6%
Total	Count	59	31	90	
	% within INFO_ Dichtom	65.6%	34.4%	100.0%	
	% within Profil_Dichotom	100.0%	100.0%	100.0%	

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	-.213	.044
	Cramer's V	.213	.044
N of Valid Cases		90	

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab

			Profil_Dichotom		Total
			1 wenig info	2 viel info	
DIFFUS_ Dichtom	1 nein	Count	37	28	65
		% within DIFFUS_ Dichtom	56.9%	43.1%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	62.7%	90.3%	72.2%
	2 ja	Count	22	3	25
		% within DIFFUS_ Dichtom	88.0%	12.0%	100.0%
		% within Profil_Dichotom	37.3%	9.7%	27.8%
Total	Count	59	31	90	
	% within DIFFUS_ Dichtom	65.6%	34.4%	100.0%	
	% within Profil_Dichotom	100.0%	100.0%	100.0%	

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	-.293	.005
	Cramer's V	.293	.005
N of Valid Cases		90	

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Informationsorientierter Identitätsstil und richtige Darstellung

			Darstellung wie im richtigen Leben				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
informationsorientiert	stimmt kaum	Anzahl	15	14	0	2	31
		% von informationsorientiert	48,4%	45,2%	,0%	6,5%	100,0%
		% richtige Darstellung	42,9%	33,3%	,0%	50,0%	34,4%
	stimmt ziemlich	Anzahl	11	28	8	2	49
		% von informationsorientiert	22,4%	57,1%	16,3%	4,1%	100,0%
		% richtige Darstellung	31,4%	66,7%	88,9%	50,0%	54,4%
	stimmt	Anzahl	9	0	1	0	10
		% von informationsorientiert	90,0%	,0%	10,0%	,0%	100,0%
		% richtige Darstellung	25,7%	,0%	11,1%	,0%	11,1%
Gesamt		Anzahl	35	42	9	4	90
		% von informationsorientiert	38,9%	46,7%	10,0%	4,4%	100,0%
		% richtige Darstellung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	22,477 ^a	6	,001
Likelihood-Quotient	28,988	6	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	,063	1	,802
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 8 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

Informationsorientierter Identitätsstil und Wichtigkeit der richtigen Gruppen

			Wichtigkeit der richtigen Gruppen				Gesamt
			Ich stimme voll zu	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Ich stimme überhaupt nicht zu	
informationsorientierter Identitätsstil	stimmt kaum	Anzahl	5	5	13	8	31
		% von information	16,1%	16,1%	41,9%	25,8%	100,0%
		% von richtige Gruppen	38,5%	16,1%	44,8%	47,1%	34,4%
	stimmt ziemlich	Anzahl	4	21	15	9	49
		% von information	8,2%	42,9%	30,6%	18,4%	100,0%
		% von richtige Gruppen	30,8%	67,7%	51,7%	52,9%	54,4%
	stimmt	Anzahl	4	5	1	0	10
		% von information	40,0%	50,0%	10,0%	,0%	100,0%
		% von richtige Gruppen	30,8%	16,1%	3,4%	,0%	11,1%
Gesamt	Anzahl	13	31	29	17	90	
	% von information	14,4%	34,4%	32,2%	18,9%	100,0%	
	% von richtige Gruppen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	15,810 ^a	6	,015
Likelihood-Quotient	17,465	6	,008
Zusammenhang linear-mit-linear	7,050	1	,008
Anzahl der gültigen Fälle	90		

a. 5 Zellen (41,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,44.

Crosstab

			V21 Häufigkeit online					Total
			1 öfter am Tag	2 ein Mal am Tag	3 ein paar Mal in der Woche	4 ein paar Mal im Monat	5 nur wenn ich E-Mail Verständigung bekomme	
NORM_ Dichtom	1 nein	Count	11	14	14	1	11	51
		% within NORM_Dichtom	21.6%	27.5%	27.5%	2.0%	21.6%	100.0%
		% within V21 Häufigkeit online	64.7%	77.8%	53.8%	12.5%	52.4%	56.7%
	2 ja	Count	6	4	12	7	10	39
		% within NORM_Dichtom	15.4%	10.3%	30.8%	17.9%	25.6%	100.0%
		% within V21 Häufigkeit online	35.3%	22.2%	46.2%	87.5%	47.6%	43.3%
Total		Count	17	18	26	8	21	90
		% within NORM_Dichtom	18.9%	20.0%	28.9%	8.9%	23.3%	100.0%
		% within V21 Häufigkeit online	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.311 ^a	4	.036
Likelihood Ratio	11.035	4	.026
Linear-by-Linear Association	3.187	1	.074
N of Valid Cases	90		

a. 2 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.47.

Abstract

Vorliegende Magisterarbeit untersucht den Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Identitätsstilen bei SchülerInnen zwischen 14 und 18 Jahren und ihrem Verhalten auf der Social Network Site „schülerVZ“. Die Identitätsstile basieren dabei grundsätzlich auf dem von Erik H. Erikson vorgelegten Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung des Menschen. Es wird davon ausgegangen, dass der Mensch im gesamten Verlauf seines Lebens immer wieder mit phasenspezifischen Problematiken und Thematiken konfrontiert ist, die er lösen muss. In der Adoleszenz besteht diese Phasenproblematik in der Ausbildung von Identität (Identität vs. Identitätsdiffusion). James E. Marcia legte den Grundstein für eine genaue wissenschaftliche Untersuchung unterschiedlicher Identitätstypen, welche von Michael D. Berzonsky mit dem Identity Status Interview weitergeführt wurde. Diesen Identity Status Interview kommt im Rahmen einer Umfrage an Wiener Gymnasien zum Einsatz. Folgende vier Forschungsbereiche wurden zur Untersuchung der Social Network Site „schülerVZ“ ausgewählt: Selbstdarstellung, Informationssuche, Gruppenmitgliedschaften und Nutzung der Seite. Ziel der Arbeit ist es, ein Bild der Jugendlichen in ihrem Verhalten auf dieser Social Network Site zeichnen zu können, sowie Zusammenhänge zu unterschiedlichen Identitätsstilen herzustellen.

Lebenslauf

Corina Malicek (Bakk. phil.)

Geboren am 11. März 1984 in Wien

Ausbildung

09 / 2008	1. Diplomprüfungszeugnis Psychologie Universität Wien
05 / 2006	Bakkalaureat Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Beginn des Magisterstudiums der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
10/2005	Beginn des Studiums der Psychologie an der Universität Wien
10/2003 – 05/2006	Bakkalaureatstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
1998 – 2003	BHAK Geringergasse 1110 Wien
1994 – 1998	AHS 2320 Schwechat

Berufserfahrung

2008 – 2009	TBWA Freie Mitarbeit der PR-Abteilung, Promotion
2008 – 2008	Stargategroup Eventmitarbeit
2006 – 2007	Verlagsgruppe News Eventmitarbeit
2006 – 2006	Fa. MegaBaumax Beratung, Verkauf, Kundenbetreuung
2003 – 2007	Contact Promotion Eventmitarbeit Promotion, Verkauf, Kundenbetreuung
2003 – 2004	Fa. Stiefelkönig Kundenberatung, Verkauf, Kassa