



# MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

It's In or Out- Die aktuelle Bedeutung der virtuellen  
Freundschaft am Beispiel Facebook

verfasst von / submitted by

Lea-Elisabeth Pointinger, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the  
degree of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2019 / Vienna, 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

A 066841

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Magisterstudium  
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

emer. o. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer



## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 16.01.2019

Lea-Elisabeth Pointinger

## Danksagung

Ein großes Dankeschön geht an...

... meine Familie, die mich mein Leben lang begleitet und immer versucht, mir mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

... Markus, der sich immer wieder meine kleinen und größeren Probleme anhören musste, Tage und Nächte damit verbracht hat, mich zu motivieren und zu unterstützen und trotzdem immer hinter mir steht.

... meine Freunde, die während meiner gesamten Studienzeit immer hinter mir und meinen Entscheidungen gestanden sind. Die Zeit, in der sie mich moralisch und freundschaftlich unterstützt haben, hat mir unglaublich weitergeholfen.

An dieser Stelle möchte ich mich auch nochmals bei all jenen Frauen und Männern bedanken, die sich die Zeit genommen haben, um an meinen Fokusgruppeninterviews teilzunehmen. Ohne diese freiwillige und motivierte Teilnahme wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen.

Der größte Dank gilt meinem Betreuer, emer. o. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer. Seine Geduld, Zuverlässigkeit und die motivierenden Gespräche mit zahlreichen fachlichen und inhaltlichen Inputs haben mich über den ganzen Zeitraum der Masterarbeitsbearbeitung bestens begleitet.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	7
1.1	Problemstellung in der Problemlandschaft	8
1.2	Kommunikationswissenschaftlicher Bezug	9
1.3	Zielsetzung der Arbeit	11
1.4	Erläuterungen zum Aufbau der Arbeit	12
<b>2</b>	<b>Soziale Netzwerke und der Freundschaftsbegriff</b>	13
2.1	Definitionen und Begriffserklärungen	13
2.1.1	Soziale Netzwerke	13
2.1.2	Kommunikation	14
2.2	Theoretische Einordnung	15
2.3	Forschungsstand	25
2.3.1	Freundschaftsdefinitionen im Laufe der Zeit	26
2.3.2	Literaturerkenntnisse und Studien zu virtuellen Freundschaften	34
<b>3</b>	<b>Empirische Untersuchung</b>	55
3.1	Methodenwahl und Begründung	55
3.1.1	Das Fokusgruppeninterview	55
3.1.2	Datenerhebung	61
3.1.3	Rekrutierungsprozess	64
3.1.4	Interviewleitfaden	65
3.1.5	Ablauf der Fokusgruppeninterviews	66
3.1.6	Datenauswertung	69
3.2	Auswertung und Analyse der Fokusgruppeninterviews	73
3.3	Falldarstellung Fokusgruppe I	73
3.3.1	Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG I	73
3.3.2	Diskussionssituation FG I	74
3.3.3	Formulierende Interpretation der FG I	74
3.3.4	Reflektierende Interpretation der Fokusgruppe I	92
3.3.5	Zusammenfassende Darstellung der Fokusgruppe I	106
3.4	Falldarstellung Fokusgruppe II	111
3.4.1	Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG II	111
3.4.2	Diskussionssituation FG II	111

3.4.3	Formulierende Interpretation der FG II .....	112
3.4.4	Reflektierende Interpretation der Fokusgruppe II.....	126
3.4.5	Zusammenfassende Darstellung der Fokusgruppe II .....	141
<b>4</b>	<b>Schlussbetrachtungen</b> .....	<b>144</b>
4.1	Vergleichende Darstellung der Gruppenergebnisse.....	144
4.2	Typenbildung.....	150
4.3	Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesengenerierung ..	152
4.4	Fazit und Ausblick .....	159
<b>5</b>	<b>Quellenverzeichnis</b> .....	<b>162</b>
<b>6</b>	<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>168</b>
<b>7</b>	<b>Anhang</b> .....	<b>169</b>
7.1	Leitfaden der Fokusgruppeninterviews.....	169
7.2	Transkripte .....	170
7.3	Abstract.....	224

# 1 Einleitung

Das soziale Netzwerk Facebook ist seit seiner Gründung im Jahr 2004 über die Zeit zur weitreichendsten Social-Media-Plattform angewachsen. 2015 zählte das Unternehmen bereits über 1.000.000.000 Mitglieder (vgl. Facebook, 2018). In den vergangenen Jahren widmeten sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler dementsprechend häufig der Erforschung von Nutzerinnen und Nutzern von sozialen Plattformen und Messenger-Diensten.

Studien belegen, dass gerade Jugendliche aufgrund der räumlichen und zeitlichen Distanz zu Freundinnen und Freunden soziale Netzwerke in Anspruch nehmen, um Kontakt zu halten (vgl. Trost, 2013: 163). Zudem wurde mithilfe qualitativer Einzelinterviews und Fokusgruppen bereits entschlüsselt, dass die häufig erforschte Zielgruppe der Jugendlichen im Alter zwischen 17 und 21 Jahren den Begriff der Freundschaft anders als frühere Generationen definiert (vgl. Trost, 2013: 157).

Neuartige Bedeutungszuschreibungen und Verhaltensweisen sind aufgrund der zunehmend mediatisierten Lebenswelt längst feststellbar. Jugendliche schenken demnach Treffen mit Freundinnen und Freunden im realen Leben eine vergleichsweise geringe Bedeutung (vgl. Trost, 2013: 158). Vor diesem Hintergrund stellt sich nun die Frage, wie sich diese sich zunehmend verändernde Lebenswelt nicht nur auf die Bedeutungszuschreibungen im Bereich des übergeordneten Themas der Freundschaft, sondern auch auf die Nutzung der Medien auswirkt.

Ein sozialer Wandel ist längst in allen Lebensräumen erkennbar. Der um sich greifende System-, Kultur- und Wertewandel ist genauso wie der Medienwandel feststellbar. Um die möglichen Veränderungen und die daraus resultierenden Konsequenzen herausfiltern zu können, sind Beobachtungen notwendig. Dabei erscheint es deshalb nicht nur sinnvoll, das konkrete Umfeld und die verschiedenen Umwelten näher zu beleuchten (vgl. Bauer, 2011: 133), es geht vielmehr auch darum, die individuellen Motive und Hintergründe der jeweiligen Art der Nutzung von sozialen Netzwerken zu erfragen.

Diese Arbeit soll konkret die aktuellen Bedeutungszuschreibungen zu virtuellen Freundschaften auf sozialen Netzwerken und Freundschaften im Offline-Bereich erarbeiten, die Rolle derselbigen innerhalb der individuellen Lebenszusammenhänge der Nutzerinnen und Nutzer definieren und so einen neuen Anhaltspunkt für die Schulung und Herausarbeitung eines vernünftigen Social-Media-Gebrauchs aufzeigen.

## **1.1 Problemstellung in der Problemlandschaft**

Eine dreijährige Langzeitstudie eines kalifornischen Forscherteams der University of California zeigt bereits die ersten negativen Seiten der längerfristigen Facebook-Nutzung. Intensive soziale Online-Aktivitäten führen zu einer negativen mentalen Verfassung. Das Treffen mit Freundinnen und Freunden im realen Leben sorgt hingegen für ein gesteigertes Glücks- und Zufriedenheitsgefühl (vgl. Shakya et al., 2017).

Facebook hat zunehmend mit ernstzunehmender Konkurrenz zu kämpfen. Eine britische Studie von Fisher et al. aus dem Jahr 2018 zeigt, dass die soziale Plattform in diesem Jahr allein in Großbritannien bis zu 700.000 Jugendliche und junge Erwachsene verlieren wird, während die Anzahl der vergleichsweise älteren Mitglieder sukzessive steigt (vgl. Sweney, 2018).

Die bisherigen Studien führen zugleich auch zu der zu schließenden Forschungslücke in der betrachteten Thematik. Es steht die Frage im Raum, wie die aktuelle Bedeutung von virtuellen Freundschaften auf sozialen Plattformen tatsächlich aussieht.

Es gilt zu erforschen, welche Rolle virtuelle Freundschaften im alltäglichen Leben spielen und inwieweit verschiedene Motivationen für diese konkrete Form der Freundschaft existieren. Zudem gilt es zu hinterfragen, wie sich Phänomene wie Hasspostings oder Mitleidsbekundungen im sozialen Netzwerk Facebook auf die Nutzerinnen und Nutzer auswirken. Es muss geklärt werden, ob beispielsweise Zusammenhänge zwischen dem Erleben von negativem Facebook-Feedback

durch die Facebook-Community und der individuellen Bedeutungszuschreibung festgestellt werden können.

## **1.2 Kommunikationswissenschaftlicher Bezug**

Sozialwissenschaften beschäftigen sich grundsätzlich mit der Erforschung und Hinterfragung von sozialen Sachverhalten. Unter diesem Aspekt kann Kommunikation dem Überbegriff des sozialen Verhaltens zugeordnet werden. Soziales Verhalten unterscheidet sich in diesem Kontext von der Begrifflichkeit des allgemeinen Verhaltens durch eine bedeutende Komponente. Während das Verhalten jegliche Reaktion und Aktion eines Organismus darstellt, handelt es sich beim sozialen Verhalten um den Umgang von Lebewesen untereinander (vgl. Burkhart, 2002: 20-22).

Dieser Aspekt stellt somit Verhaltensabläufe zwischen verschiedenen Lebewesen, welche aufeinander bezogen sind, dar. Unter dieser Vorannahme wird in dieser Magisterarbeit davon ausgegangen, dass zwischenmenschliche Kommunikation willentlich und bewusst geschieht. Daraus leitet sich ab, dass Kommunikationsprozesse bewusst und zielgerichtet begonnen, verändert oder abgebrochen werden können (vgl. Burkhart, 2002: 20-22).

Kommunikationswissenschaften möchten Erkenntnisse zu kommunikationsrelevanten Themenkomplexen finden. Unter dem Aspekt, dass es sich bei Kommunikation um soziales Verhalten und soziale Interaktion als situationsabhängiges oder inhaltsbezogenes, individuelles Agieren und Reagieren auf soziale Verhaltensweisen (vgl. Burkhart, 2002: 28-30) der Mitmenschen handelt, zeigt das gewählte Thema dieser Arbeit einen eindeutigen kommunikationswissenschaftlichen Bezug.

Als ein weiteres entscheidendes Kriterium wird die Vorannahme angesehen, dass sich jegliche Art von Denken, Vorstellung oder Handeln nicht ohne die Beachtung der sozialen, kulturellen und symbolischen Umwelt verstehen oder erklären lässt (vgl. Bauer, 2011: 133).

Die sozialtheoretische Herangehensweise mit dem ihr zugrundeliegenden Konzept der Beobachtung, um allfällige Beschreibungen vornehmen zu können, erscheint deshalb als sinnvoll. Jegliche Vorgänge des alltäglichen und durch Kommunikation ermöglichten sozialen Lebens können nur im Kontext des jeweiligen Umfelds und unter Bezugnahme auf andere Prozesse wahrgenommen werden (vgl. Bauer, 2011: 133).

Die sogenannte Soziabilität des individuellen Lebens folgt demnach grundsätzlich in der Gesellschaft verankerten Grundmodellen – auch Paradigmen genannt. Diese sozial verankerten Modelle sorgen dafür, dass in den Formen des sozialen Umgangs auf Basis der Kommunikation ein stetiges Spiel von Erwartungen und Erwartungserwartungen durchlebt wird. Als gesellschaftliche Folge können in den unterschiedlichen sozialen und kulturellen Lebenszusammenhängen abhängig von der kulturhistorischen Verankerung beispielsweise Akzeptanz oder Ablehnung, Chancen oder Risiken und Inklusion oder Exklusion von den jeweiligen Individuen in unterschiedlicher sicht- oder fühlbarer Art wahrgenommen werden (vgl. Bauer, 2011: 133). Aus diesem Grund ist das gewählte Themengebiet aus kommunikationswissenschaftlicher und somit auch sozialwissenschaftlicher Sicht näher zu beleuchten.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist das gewählte Thema zudem deswegen relevant, da es sich dem kommunikationswissenschaftlichen Bereich der Wirkungs- und Rezeptionsforschung zuordnen lässt. In Zeiten der Globalisierung und des internationalen Austausches zählen soziale Plattformen längst zu den attraktivsten Werbepattformen (vgl. u. a. Adobe Digital Index, 2014). Facebook selbst macht durch die Weitergabe der online gestellten Datensätze von Nutzerinnen und Nutzern Gewinn und ist daher ein idealer Platz für Werbekundinnen und Werbekunden (Facebook Datenrichtlinie, 2018).

Die vorab erwähnte Studie von Fisher et al. aus Großbritannien bestätigt auf Basis von Kennzahlen einen Trend, der sich schon seit Längerem in der Gesellschaft abzeichnet. Das Nutzerprofil der sozialen Plattform Facebook verändert sich rapide. Die Alterskurve steigt, das junge Publikum wechselt zu anderen Konkurrenz-Apps, Messenger-Diensten oder wendet sich vermehrt der

Freundschaftspflege im realen Leben zu (vgl. Sweney, 2018). Dadurch bricht nicht nur eine verhältnismäßig große potentielle Werbezielgruppe weg, sondern es ergeben sich zugleich auch neue Möglichkeiten.

Es stellt sich daher aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht die Frage, ob persönlicher Kontakt für Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzer an Bedeutung gewonnen hat oder ob weiterhin der virtuelle Austausch an erster Stelle steht.

### **1.3 Zielsetzung der Arbeit**

Ziel dieser Arbeit ist es, zu ergründen, welche aktuellen Bedeutungszuschreibungen zum Begriff der virtuellen Freundschaft auf sozialen Plattformen und in sozialen Netzwerken existieren und inwieweit sich diese von den Charakteristika realer Freundschaftstypen unterscheiden. In diesem Zuge werden zunächst die verschiedenen Definitionen von Freundschaft im Zeitverlauf aufgezeigt. Anschließend werden Vergleiche zu aktuellen Deutungsmustern durch die eigene empirische Forschung herausgearbeitet.

Fokusgruppen sollen aufzeigen, welche Rolle virtuelle und reale Freundschaften im alltäglichen Leben spielen und inwiefern die individuellen Lebenszusammenhänge der befragten Frauen und Männer die jeweiligen Ansichten beeinflussen.

Auf Grundlage der Analyse der Fokusgruppen, der vorhandenen Studien und der Literatur sollen so die verschiedenen Deutungsmuster des Freundschaftsbegriffes und die damit verbundenen Auswirkungen auf den sozialen Umgang und die Kontaktpflege mit Freundinnen und Freunden erforscht werden.

Entscheidend ist es, am Ende dieser Arbeit zu hinterfragen, inwiefern ein vernünftiger Social-Media-Gebrauch existiert und welche Aspekte im Rahmen der medialen Bildung und Weiterbildung gefördert und geschult werden sollten. Dies erweist sich als zunehmend relevant, da das mediale Angebot innerhalb der letzten Jahre deutlich gestiegen ist und bisher keine Trendumkehr erkennbar ist.

## **1.4 Erläuterungen zum Aufbau der Arbeit**

Nach diesem einführenden Kapitel befasst sich der zweite Abschnitt dieser Arbeit zunächst mit der theoretischen Einordnung des Themenfeldes. Im anschließenden Unterkapitel werden gesicherte Literatur- und Forschungserkenntnisse zu diesem Thema dargestellt und näher erläutert. Um eine verständliche Darstellung sicherzustellen, werden die sich im Zeitverlauf gewandelten Freundschaftsdefinitionen in knapper Form historisch aufgearbeitet. Im Anschluss daran werden Studienerkenntnisse zu virtuellen Freundschaften näher beleuchtet.

Das darauffolgende dritte Kapitel dieser Arbeit beinhaltet den empirischen Teil. Nach der Darstellung und Begründung der Fokusgruppeninterviews wird die genaue Herangehensweise erläutert. Nachfolgend erfolgen die Auswertung und die Bearbeitung der Diskussionsergebnisse.

Die abschließenden Schlussbetrachtungen im umfangreichen vierten Kapitel sollen der Zusammenführung der gesammelten Erkenntnisse sowie der anschließenden Hypothesengenerierung und -begründung dienen. Den Abschluss dieser Arbeit bilden die Conclusio und ein forschungsbetonter Ausblick.

Einer knappen Zusammenfassung der Arbeit folgen die Kritik, die Darstellung der Grenzen der durchgeführten Untersuchung und letztendlich eine Bewertung sowie ein Ausblick auf zukünftig interessante Forschungsansätze.

## **2 Soziale Netzwerke und der Freundschaftsbegriff**

Dieser Abschnitt der Arbeit geht zunächst auf Definitionen und Begriffserklärungen ein, um etwaigen Unklarheiten oder Missverständnissen vorzubeugen. Im nachfolgenden Unterkapitel erfolgt eine theoretische Einordnung der Forschungsthematik, bevor im Unterpunkt zum Forschungsstand die bisherige Erkenntnislage in diesem Themengebiet dargestellt wird. Es wird zudem aufgezeigt, an welchen Stellen noch Lücken und Unklarheiten in der bisherigen Forschung existieren.

### **2.1 Definitionen und Begriffserklärungen**

Dieses Kapitel soll der Definition von Begriffen, die für das Verständnis der nachfolgenden Darlegungen bedeutend sind, dienen. Die zwei zentralen Grundbegriffe der Arbeit werden näher erläutert, um das Risiko von Fehlinterpretationen zu minimieren.

#### **2.1.1 Soziale Netzwerke**

Als Netzwerke werden im Bereich der Informatik Systeme verstanden, die den Austausch von Daten zwischen verschiedenen Geräten erlauben. Soziale Netzwerke konkretisieren diesen grundsätzlichen Austausch von Daten dadurch, dass sie die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten für Interaktionen und Austausche zwischen mehreren Menschen ermöglichen (vgl. Hahn, 2012: 9-10).

Konkret handelt es sich bei sozialen Netzwerken um verschiedene abgegrenzte Kreise von zugehörigen Menschen, die Informationen oder Wissen untereinander austauschen und verarbeiten möchten. Dementsprechend ist der Sinn eines solchen Netzwerkes erst durch die Verbindung zwischen den Menschen selbst und deren Nutzung gegeben (vgl. Hahn, 2012: 9-10).

In den meisten Fällen wird der Begriff des sozialen Netzwerkes heutzutage mit verschiedenen Onlineplattformen und Apps wie Facebook, Instagram oder Snapchat in Verbindung gebracht. Hinzu kommen Messenger-Dienste wie

WhatsApp oder die Dating-Plattform Tinder. Die vorliegende Arbeit berücksichtigt diese Konnotation grundsätzlich, jedoch darf in der vergleichenden Analyse hinsichtlich der Bedeutung von Online- und Offlinefreundschaften die ursprüngliche Wortbedeutung nicht außer Acht gelassen werden.

Diese Begriffsdeutung geht davon aus, dass soziale Netzwerke schlichtweg ein System aus Menschen des persönlichen Umfeldes sind, welche sich untereinander austauschen und in Kontakt miteinander treten wollen. Nach dieser Definition sind auch die Familienzugehörigkeit und der Familienkreis eigene soziale Netzwerke (vgl. Hahn, 2012: 10).

Um an diesem sozialen Prozess innerhalb von sozialen Netzwerken teilzunehmen, ist eine aktive Beteiligung nötig. Diese setzt voraus, dass Kontakte regelmäßig und eigenständig gepflegt werden. Eine rein passive und einseitige Interaktion ist deshalb keine tatsächliche Beteiligung an sozialen Netzwerken (vgl. Hahn, 2012: 10).

### **2.1.2 Kommunikation**

Als Ausgangspunkt dieser Arbeit wird eine Annahme des integrativen Konzepts für Kommunikationswissenschaft von Siegfried J. Schmidt herangezogen. Kommunikation ist demnach ein Begriff, welcher keine punktgenaue Definition oder Begriffsklärung zulässt. Der Begriff ist vielmehr diskursgebunden und von den jeweiligen Konzepten der Zeit und Traditionen abhängig. Kommunikation ist eng verflochten mit Begriffen der Geistes- oder Sozialwissenschaften und wird deshalb auf verschiedene Weise beschrieben (vgl. Schmidt, 2003: 113). Kommunikation zählt zu jenen Begriffen, die in der Lehre oftmals verschiedenartig definiert werden. Sämtliche Versuche der Begriffsdefinition sind letztlich immer Versuche geblieben, Kommunikation eine gewisse Logik wie beispielsweise Ursache-Wirkungszusammenhänge zu unterstellen (vgl. Bauer, 2011: 134).

Kommunikation kann allerdings nur über Kommunikation und mithilfe von Kommunikation beschrieben werden (vgl. Bauer, 2011: 134). Daher soll dieser

Arbeit ein diskurstheoretischer und offener Zugang zum Begriff der Kommunikation zugrunde gelegt werden.

## **2.2 Theoretische Einordnung**

Verschiedene Diskurse beschreiben Kommunikation als autopoietisches, gesellschaftliches Sinngeschehen oder als symbolisches Handeln von Aktanten, also handelnden Personen. Andere wiederum definieren Kommunikation als Austausch von Informationen oder durch Massenmedien induzierte Massenkommunikation (vgl. Schmidt, 2003: 113).

Der Grund, warum in dieser Arbeit ein diskurstheoretischer Zugang erfolgen soll, ist die Tatsache, dass Begrifflichkeiten wie Kommunikation nur in und über Kommunikation selbst definiert werden können (vgl. Schmidt, 2003: 114). Dies ist allerdings nur schwerlich möglich, da Kommunikation selbst keine vermutete logische Ordnung besitzt. Vielmehr ist sie nahezu nicht greifbar und doch zugleich ein wesentliches Medium, um beispielsweise Macht zu vermitteln (vgl. Bauer, 2011: 134).

Kommunikation ist nicht berechnungsfähig und dementsprechend ein Alles-Konzept, ohne für alle und jegliche Sachverhalte ein Konzept darzustellen. Kommunikation ermöglicht vielmehr die Interpretation von sozialen oder gesellschaftlichen Vorgängen und Geschehnissen zwischen Interaktionen und Kulturen (vgl. Bauer, 2011: 135).

Umfassende Rahmenkonzepte der Medienwirkungsforschung werden gezielt nicht Verwendung finden, da sie aufgrund ihrer Überkomplexität eine Operationalisierung nur schwerlich ermöglichen (vgl. Schmidt, 2003: 114).

Neben diesem diskurstheoretischen Zugang sollen unterstützend auch kommunikationstheoretische Konzepte herangezogen werden.

Als übergeordneter Zugang soll die Annahme des Konstruktivismus dienen, da diese davon ausgeht, dass die Medienrealität höchstens in Ansätzen der ‚objektiven Wirklichkeit‘ entspricht (vgl. Burkhart, 2002: 303-304). Als

Voraussetzung für den Konstruktivismus ist eine Annahme von Identitäten notwendig. Dadurch entstehen Prozesse des Wahrnehmens oder Beschreibens. Prozesse werden hier als bewusstseinsbezogene Ereignisse und Handlungen verstanden (vgl. Schmidt, 2003: 115). Drei Komponenten kreieren somit erst Bedeutungszuschreibungen und Indikatoren für Begrifflichkeiten. Diese drei sind der Wahrnehmende, die Wahrnehmung selbst und das Wahrgenommene. Sie hängen stets voneinander ab und sind wechselseitig autokonstitutiv (vgl. Schmidt, 2003: 115).

Umgelegt auf diese Arbeit bedeutet dies, dass davon ausgegangen werden muss, dass alle bewusstseinsbezogenen Handlungen und Bedeutungszuschreibungen systemspezifisch sind (vgl. Schmidt, 2003: 116). Es ist nicht möglich, über Objekte oder Begriffe objektiv zu sprechen, da sie stets Gegenstand von Wahrnehmungsprozessen oder subjektiven Beschreibungsmustern sind (vgl. Schmidt, 2003: 116).

Vereinfacht ausgedrückt bedeutet dies, dass sich die Menschen eigene Wirklichkeitsvorstellungen innerhalb ihres Bewusstseins kreieren. Wie diese Realität tatsächlich aussieht, kann nicht erkannt werden, da nur die eigene Wirklichkeit wahrgenommen wird (vgl. Burkhart, 2002: 304). Davon abgeleitet können auch soziale Effekte der Medienrezeption erkannt werden. Medienangebote werden gemäß dem „Medienschemata“ nicht als zufällig wahrgenommen. Die Mediennutzerinnen und Mediennutzer entwickeln vielmehr Erwartungen gegenüber diesen Angeboten (vgl. Burkart, 2002: 310-311).

Alfred Schütz und Thomas Luckmann haben sich gezielt den Strukturen der Lebenswelten gewidmet. Sie verstehen die gesellschaftlich erwarteten und vorgegebenen Strukturen als Strukturen des lebensweltlichen Wissensvorrats im Bewusstsein von Handelnden. Somit können sie niemals unabhängig von Individuen betrachtet werden (vgl. Schütz / Luckmann, 2017).

Realität ist deshalb nicht nur stets subjektiv, sie ist zugleich auch wirklich, weil sie das menschliche Interesse hervorgerufen hat. Wenn dieser individuellen Welt die gezielte Aufmerksamkeit entzogen wird, ist sie auch nicht mehr wirklich. Wirklichkeitsordnungen sind deshalb nicht durch die ontologische Struktur von

Objekten bestimmt, sondern vielmehr durch den Sinn der individuellen Erfahrungen und Erlebnisse konstituiert (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 54-55).

Die Menschen selbst konstruieren in sich geschlossene Sinngelände. Diese bestehen aus den jeweils sinnverträglichen Erfahrungen. Sie zeichnen sich durch einen eigenen und besonderen Erlebnisstil aus. Dieser ist es auch, der sie miteinander verbindet. Einzelne, nicht schlüssige oder ungleiche Aussagen im Rahmen von einzelnen Erlebnissen führen nicht automatisch zur Ungültigkeit dieser Erfahrungen innerhalb des geschlossenen Sinnsystems (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 55-56).

Die Einordnung in sogenannte geschlossene Sinnsysteme bezieht sich stets auf die entsprechende Sinnstruktur. Das Wechseln zwischen verschiedenen geschlossenen Sinnsystemen kann nur über das Ändern der spezifischen Bewusstseinsspannung funktionieren. Ein ‚Sprung‘ innerhalb der Systeme ist im weitesten Sinne das Vertauschen eines spezifischen Erlebnisstiles (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 56).

Der spezifische Erlebnisstil ist nichts anderes als eine spezifische Spannung des Bewusstseins. Es handelt sich hierbei um Funktionen der menschlichen Lebenseinstellungen. Schütz und Luckmann führen als Beispiele das Handeln als stärkster Grad der Bewusstseinsspannung mit dem Interesse, der Realität zu begegnen und das Träumen als schwächsten Grad der Bewusstseinsspannung an. Das Interesse an der Realität ist zugleich auch das individuelle Prinzip von bewusstem Leben. Es grenzt den für Menschen relevanten Bereich der Welt von irrelevanten Bereichen ab und leitet die Handlungsweisen und Einstellungen (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 58).

Die verschiedenen Erlebnisstile enthalten jeweils spezifische Formen von Sozialität. So können Ausformungen dieser Sozialität beispielsweise sowohl der Wunsch nach Einsamkeit als auch das Erleben von gemeinsamen Erfahrungen mit Mitmenschen sein (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 60).

Zusätzlich zu diesen spezifischen Ausformungen von Sozialität gehören auch spezielle Formen von Selbsterfahrung und eine jeweils besondere

Zeitperspektive zu den verschiedenen Erlebnis- oder Erkenntnisstilen (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 60-61).

Als Beispiel für ein in sich geschlossenes Sinngeliet führen Schütz und Luckmann die Phantasiewelt an. Diese Welt ermöglicht eine Loslösung von der Außenwelt, dem Stress und der Dringlichkeit des Alltags sowie der Begrenzung durch eigenes Wissen und Erinnerungen.

Das Problem an diesem Sinngeliet bleibt allerdings die Unmöglichkeit des aktiven Handelns in Bezug auf die Außenwelt. Das Verweilen in der Phantasiewelt bleibt stets ein Phantasieren und kann keinen Einfluss auf die Abläufe der Außenwelt nehmen. Die Phantasiewelt selbst grenzt sich von der alltäglichen Lebenswelt in der nicht vorhandenen Absicht der Tat ab. Solange ein Mensch phantasiert, lässt er das freie Denken und Erleben schlichtweg zu. In der alltäglichen Lebenswelt hingegen ist das Planen von Handlungen eine bewusst gesteuerte Tat (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 62).

Aus diesem Grund ist auch nur in der alltäglichen Lebenswelt wechselseitige Verständigung möglich. Durch aktives Handeln wirkt das Individuum direkt auf die eigene Umwelt ein. Dadurch können Resultate und Veränderungen erlebt werden. Der Alltag stellt nicht nur Aufgaben, er ermöglicht auch eine gemeinsame Wirklichkeit mit anderen Menschen. Dadurch können die Auswirkungen des eigenen Handelns innerhalb einer intersubjektiven Welt relativ unabhängig vom subjektiven Erzeugungsprozess überprüft werden (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 69).

Schütz und Luckmann definieren Zeichen als intersubjektive Bedeutungsbeziehungen. Dies sagt aus, dass Zeichen innerhalb von kommunikativen Vorgängen in einer Wir-Beziehung eigene Bedeutungszuschreibungen erhalten. Dazu braucht es allerdings grundsätzlich ein gefestigtes gesellschaftliches, zumeist auch geschichtlich begründetes, vorgegebenes Zeichensystem (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 659).

Schütz und Luckmann fassen die Grundbedingungen für das Entstehen von Sprache wie folgt zusammen:

„Denn die Grundbedingungen für die Konstitution der Sprache sind die wechselseitige Spiegelung der Mitmenschen in einer Wir-Beziehung, das darauf beruhende Handeln in konkreter Intersubjektivität und die Aufstufung verwickelter auf einfacheren Formen der Appräsentation.“ (Schütz / Luckmann, 2017: 660).

Unter dem Begriff Appräsentation wird hier die Mitgegenwärtigkeit verstanden. Damit wird beispielsweise etwas bezeichnet, was ohne Anschaulichkeit trotzdem angenommen wird. Ein Gegenstand oder Sachverhalt wird nicht als sich selbst erfahren, sondern steht für etwas anderes, tiefsinnigeres. Alternativ können darunter auch Assoziationen verstanden werden (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 634).

Das Konzept der Strukturen der Lebenswelten definiert Kommunikation immer als Mittel, welches zusammen mit dem intersubjektiv bezogenen Handeln verschiedene Formen von Mitteilungen und gemeinsamen Erfahrungen innerhalb der intersubjektiven alltäglichen Lebenswelt ermöglicht (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 60).

Sprache tritt zunächst immer in Form von Lautmustern auf. Diese Muster sind Zeitobjekte, da sie im Moment der Erzeugung zugleich wieder vergehen (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 661). In Verbindung mit Wahrnehmungsabschattungen von Tonstärke oder Rhythmus können zahllose Kombinationen von Lautmustern entstehen (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 663).

Das Sprechen selbst ist in der alltäglichen Lebenswelt eine Handlung. Zugleich ist es aber auch die Grundvoraussetzung von nahezu allen anderen länger andauernden oder vergleichsweise komplexen Handlungen (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 665).

Den Menschen ist dabei ihre sprachliche Lebenswelt durch ihre historische Vergangenheit vorgegeben. Sprache nimmt deshalb eine vorbestimmte und hochgradig konkrete Struktur an, sie ist sozial in der biographischen Situation verankert (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 666).

Sie dient innerhalb des sozialen Handelns als Instanz der Klärungs-, Berufungs- und Vermittlungsmöglichkeiten. Sprache ist ein entscheidendes Merkmal für den Aufbau der menschlichen Wirklichkeit. Zugleich ist sie auch das Medium für die Vermittlung einer geschichtlichen und gesellschaftlich bestimmten, bereits bestehenden Wirklichkeit (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 668).

Die Gesellschaft selbst bestimmt über Generationen hinweg die Art und Weise des Sprachgebrauchs. Sprache wird dementsprechend nicht nur in unterschiedlichen gesellschaftlichen Verhältnissen erzeugt, sie wird auch innerhalb verschiedener gesellschaftlicher Rahmenbedingungen verwendet. Das bedeutet zugleich, dass die Gesellschaft durch ihren Sprachgebrauch und die Nutzung der Sprache die Stabilität und den Wandel von Sprachstrukturen oder Sprachschichtungen beeinflusst (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 668-669).

Im Zuge der Untersuchung von Sprachstrukturen und sprachlichen Mustern ist zu beachten, dass die Zugangschancen zu Sprache sozial verteilt sind. Der in der Geschichte selbst verankerte ungleiche Zugang zu Wissen und die soziale Ungleichheit ist bis heute auch an der Sprache erkennbar (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 669).

Die Bedeutung der Gesellschaft in Bezug auf den Gebrauch von Sprache wird durch die Betrachtung verschiedener Situationen erkennbar. Gesellschaftliche Regelungen wie Verbote oder Gebote bestimmter Sprachformen, Stilvarianten oder die Benutzung von statusbedingten Anredeformeln können als Beispiel hierfür genannt werden (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 669).

Nach Schütz und Luckmann zählen zu den kommunikativen Mitteln nicht nur die sprachlichen Ausdrucksformen, sondern auch die nicht lautlichen Ausformungen. Darunter sind neben der Mimik und Gestik auch die Körperhaltung oder Distanzierung einzuordnen. Das jeweilige Verhältnis der kommunikativen Mittel zueinander wird individuell innerhalb der jeweiligen Gesellschaft situationsabhängig geregelt. Innerhalb dieses Prozesses können unterschiedlich deutliche und sozial verteilte Verbindlichkeiten auftreten (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 670).

Schütz und Luckmann fassen den Gebrauch kommunikativer Mittel wie folgt zusammen:

„Der aktuelle Gebrauch kommunikativer Mittel setzt sich jedenfalls aus Regelbefolgung, Routine und aus dem – wenn auch noch so eingegrenzten – Handeln in der Wir-Beziehung zusammen. Daraus ergibt sich Strukturhaltung und Strukturwandel.“ (Schütz / Luckmann, 2017: 670).

Die Fähigkeit des erfolgreichen Meisterns von kommunikativen Situationen ist dabei von der jeweiligen sozialen Verteilung abhängig. Neben den unterschiedlichen Zugängen zu Wissen bestimmt die soziale Ungleichheit auch die Zugänge zu und den gesellschaftlichen Vorrat an kommunikativen Mitteln (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 670).

Für Ralph Bohnsack ist es die Praxis selbst, in der die Akteurinnen und Akteure ihr handlungsleitendes Wissen erwerben und erleben. Wenn dieses Erleben gemeinsam abläuft, existieren Gemeinsamkeiten der Erlebnisschichtung, die ein unmittelbares Verständnis füreinander ohne notwendige Interpretationsmuster ermöglicht (vgl. Bohnsack, 2009: 323).

Dieser gemeinsame ‚konjunktive Erfahrungsraum‘ ist nur unter Menschen möglich, die sozialisationsbedingt über gemeinsames theoretisches Wissen verfügen. Bohnsack nennt hier als klassische Beispiele die Familie oder die Mutter-Kind-Beziehung. Er betont aber zugleich auch, dass Gemeinsamkeiten der Erlebnisschichtung und damit ein unmittelbares Verständnis innerhalb von Kommunikationsprozessen auch auf abstrakter Ebene sowie milieu- oder geschlechtsspezifischen Erfahrungsräumen zu finden sind (vgl. Bohnsack, 2009: 323).

Verständigung, welche die einzelnen Grenzen unterschiedlicher Erfahrungsräume durchbricht, ist nur aufgrund von Interpretationen möglich. Worte und Bezeichnungen weisen infolgedessen stets eine Doppelheit der Verhaltensweisen eines jeden Einzelnen auf. Dies bedeutet, dass beispielsweise die Definition von Familie allseits geläufig ist, aber dennoch die genaue Ausformulierung und Anpassung des Begriffs an die individuellen und

milieuspezifischen Lebensumstände einer konkreten Familie unbekannt bleiben (vgl. Bohnsack, 2009: 324).

In diesem Zusammenhang darf daher das kulturelle Umfeld der Mediennutzerinnen und Mediennutzer nicht außer Acht gelassen werden. In dieser Arbeit wird konkret mit einem offenen Konzept der Kulturen gearbeitet. Dies bedeutet, dass Kulturen Quellen darstellen, um mithilfe reflexiver Verwendung der Kommunikation Bedeutungen und Bedeutungszuschreibungen herausfiltern zu können (vgl. Bauer, 2011: 134-135).

Das alltägliche Leben des Menschen ist automatisch mit der individuellen sozialen Umwelt verbunden. Daraus resultieren dauerhaft präsente Wertefragen, eine Wahl der Werte an sich und die Bezugnahme auf sozial verankerte und arrangierte Deutungszusammenhänge in sämtlichen sozial relevanten und individuellen Entscheidungssituationen (vgl. Bauer, 2011: 149).

Kulturen sind deshalb relevant, da sie die Rahmenbedingungen der menschlichen Identitätsbildung und Selbstwerdung von Einzelpersonen, Gruppengebilden und Gemeinschaften gegenüber der sozialen Umwelt abbilden. Sie sorgen zugleich für die Abgrenzung zu anderen Komplexen. Kulturen sind sozial aufgebaut und determinieren Werte und Bedeutungszuschreibungen. Aus diesem Grund ist der soziale Wandel im engeren Sinne der Wandel der sozialen Beziehungen (vgl. Bauer, 2011: 149).

Die Gesellschaft selbst ist geprägt von einem Mangel an Ressourcen und einer begrenzten sozialen Aufmerksamkeit, wodurch sich kulturelle und soziale Identitätsbemühungen rasch zu ernsthaften Diskussionen über die sozialen Ressourcen in Form des Sozialkapitals für die Selbstanerkennung entwickeln können (vgl. Bauer, 2011:149).

Übergeordnete Themen, die innerhalb des sozialen Wandels von Beziehungen vertreten sind und welche wiederum den sozialen Wandel an sich repräsentieren, sind die Rechte auf individuelle Unabhängigkeit, Autonomie und Selbstbestimmung. Neue gesellschaftliche Konzepte treten an die Stelle bislang kulturell etablierter Systemvorstellungen. So wird beispielsweise das bisher

paradigmatische Konzept der Hierarchie in den Lebensbereichen Familie, Gesellschaft, Gemeinschaft oder Organisation zunehmend von Entwürfen der Diversität und der sozialen Verteilung verdrängt (vgl. Bauer, 2011: 150).

Daraus abgeleitet wird Autorität nicht mehr personengebunden gedacht, sondern vielmehr mit kommunikativ gemeinten Handlungen verbunden. Kommunikation ist deshalb im Gegensatz zu früheren Zeiten eine soziale Konstruktion dessen, was wirklich wichtig erscheint und nicht mehr eine personal autoritäre Konstruktion. Aus diesem Grund setzt sich innerhalb der Gesellschaft nach und nach die Ansicht durch, dass nichts nur eindeutig ist, sondern jegliche Sachverhalte stets von der jeweiligen Perspektive abhängen (vgl. Bauer, 2011: 150).

Diversität ist zunehmend sozial verlässlich und wird zum Prinzip von Kontrolle. Partizipationsprozesse nehmen bei Entscheidungsfindungen in den Bereichen der Politik, Wirtschaft und des Managements zu. Die Öffentlichkeit, die Vielheit und die Pluralität werden dabei zu den Prinzipien dieser Prozesse (vgl. Bauer, 2011: 150).

Ein genereller Wandel der kulturellen Konzepte von sozialen Beziehungen wirkt sich längst unterschiedlich auf die verschiedenen Gesellschaftsmuster aus. Familiengesellschaften binden ihre Mitglieder durch Kriterien an ihre kulturellen Vorgaben. Die individuelle Identität wird in diesen Gesellschaftstypen zu einer Frage der sozialen Zugehörigkeit (vgl. Bauer, 2011: 150).

In sogenannten Freund-Feind-Beziehungen, die vermehrt in totalitär geführten Regimen auftreten, spielen positive und negative Beziehungen die relevanteste Rolle. Die einzige Chance ist hier ein gemeinsames Bekenntnis zu gleichen Freundinnen und Freunden oder identischen Feindbildern. Jene Gemeinschaften, die verhältnismäßig lange in solchen Machtstrukturen gelebt haben, haben gelernt, auf Basis der Freund-Feind-Trennlinien zu unterscheiden und die eigene Lebensplanung danach auszurichten (vgl. Bauer, 2011:151).

Bewusst wird deshalb mit dem Begriff des sozialen Wandels auch ein kultureller Wandel verbunden, der wiederum zu weiteren interkulturellen Veränderungsprozessen führen kann.

Entscheidend in der Zusammenführung der gesammelten Erkenntnisse der Fokusgruppen wird auch die Bezugnahme auf die individuellen Lebenswelten der befragten Frauen und Männer sein. Diese Lebenswelten stellen zugleich den jeweiligen Alltag dar, der zumeist als schlichtweg gegeben angesehen wird. Diese alltägliche Lebenswelt besteht neben der jeweiligen kulturellen Sichtweise zusätzlich aus der alltäglichen Sozialwelt (vgl. Schütz / Luckmann, 2017: 53).

Damit verbunden wird auch der Nutzenansatz der Massenkommunikationsforschung in dieser Arbeit verwendet, da er von einer Medienzuhaltung aufgrund von menschlichen Bedürfnissen ausgeht (Burkart, 2002: 221). Unterstützend werden theoretische Modelle des symbolischen Interaktionismus wie beispielsweise der Uses-and-Gratifications-Approach von Elihu Katz und Jay Blumler aus dem Jahr 1974 herangezogen (vgl. Bonfadelli / Friemel, 2017: 74).

Dieser befasst sich mit der Auswahl von Medien und Medienangeboten. Eine größere Beachtung fand der Ansatz erstmalig in quantitativen Nutzerbefragungen. Der eigentliche Ursprung liegt allerdings in qualitativen Studien, die bereits in den 1940er-Jahren durchgeführt wurden (vgl. Bonfadelli / Friemel, 2017: 74).

Demnach handelt das Publikum stets aktiv und eigenverantwortlich. Die Nutzung von Massenmedien ist zu einem entscheidenden Teil zielgerichtet (vgl. Katz / Blumler, 1973: 510). Das Nutzerpublikum wählt gezielt mediale Inhalte selbstbestimmt aus. Rezipientinnen und Rezipienten entscheiden aufgrund ihrer individuellen Bedürfnisse und Probleme, welche Formate oder Medien aktuell konsumiert werden sollen.

Das Handeln ist bedürfnisorientiert und stets abhängig von den medialen Befriedigungsbedürfnissen (vgl. Bonfadelli / Friemel, 2017: 74). Diese

verschiedenen Bedürfnisse basieren auf sozialen oder physischen Hintergründen.

Mediale Inhalte konkurrieren demnach auch mit nichtmedialen Angeboten (vgl. Bonfadelli / Friemel, 2017: 74). Das bedeutet, dass der Wunsch nach dem Konsum von Massenmedien gegenüber anderen nichtmedialen Bedürfnissen abgewogen wird. Kann das Medium ein für das Individuum momentan dringlicheres menschliches Bedürfnis erfüllen, wird der Medienkonsum anderen konventionellen Methoden der Bedürfnisbefriedigung vorgezogen (vgl. Katz / Blumler, 1973: 511).

Neben diesen Zugängen soll eine mediensoziologische Perspektive bei der Bearbeitung der Fragestellungen eingenommen werden. Es wird gezielt ein Blickwinkel gewählt, der in Bezug auf Medien eine Auseinandersetzung mit sozialen Beziehungen und Prozessen beleuchtet (vgl. Hepp, 2003: 191). Soziale Beziehungen sind keine chaotischen Prozesse, sondern vielmehr durch gesellschaftliche Muster und Regeln geordnet. Daraus folgend lassen Bedeutungsmuster zu Worten und Handlungen stets auch Rückschlüsse auf gesellschaftliche und soziale Wandlungsprozesse zu (vgl. Hepp, 2003: 192).

Umgelegt besagt dies für die vorliegende Arbeit, dass mithilfe der gewählten theoretischen Einbettungen und Zugänge Beschreibungsmuster über die aktuelle Bedeutung von virtuellen Freundschaften aufgezeigt werden sollen. Zudem können aufgrund der vorausgesetzten theoretischen Annahmen auch Rückschlüsse in Bezug auf den sozialen Wandel und die Bedeutungsmuster der Begriffe Gesellschaft, Kommunikation und Familie der letzten fünf Jahre gezogen werden.

### **2.3 Forschungsstand**

Zunächst werden im nun folgenden Kapitel die verschiedenen und relevantesten Freundschaftsdefinitionen der Vergangenheit und Gegenwart beschrieben, bevor ein kurzer Überblick über die genauen Forschungserkenntnisse bezüglich virtueller Freundschaften auf den sozialen Netzwerken dargestellt wird.

### 2.3.1 Freundschaftsdefinitionen im Laufe der Zeit

An dieser Stelle werden zwei Freundschaftsdefinitionen der Vergangenheit kurz erläutert. Als erster zentraler Eckpfeiler der Definitionen aus der Antike gilt Platons *Lysis* (vgl. Bordt, 1998: 41). Vor diesem Hintergrund lässt Platon Sokrates und zwei weitere Jungen über Freundschaft diskutieren. Durch den Dialog selbst erkennt Platon, dass Freundschaft nur zwischen ‚guten‘ Menschen möglich ist. Zwischen ‚Bösen‘ und ‚Bösen‘ und ‚Guten‘ und ‚Bösen‘ können keine wahren Freundschaften existieren (vgl. Bordt, 1998: 41). Freundschaft ist zudem nur unter Gleichgesinnten möglich und kann nur dann entstehen, wenn Zuneigung um den Freund bzw. der Freundin willen besteht (vgl. Bordt, 1998: 43).

Aristoteles knüpft an die Abhandlungen von Platons *Lysis* an (vgl. Bordt, 1998: 42) und spricht von der Notwendigkeit der Freundschaft. Zugleich sieht er diese als Trefflichkeit des menschlichen Wesens an. Für ihn ist ein Leben ohne Freundinnen und Freunde sinnlos, selbst wenn andere Faktoren für ein selbstbezogenes Glück wie Wohlstand oder Herrschaft vorhanden sind (vgl. Dirlmeier, 1999: 170). Freundschaft ist demnach Hilfe (vgl. Dirlmeier, 1999: 170) und zugleich auch etwas Edles (vgl. Dirlmeier, 1999: 171). Wer vergleichsweise viele Freunde hat, gilt zugleich als edler und gelungener Mensch (vgl. Dirlmeier, 1999: 171).

Aristoteles selbst erkennt bereits, dass die Definition des Freundschaftsbegriffs vielschichtig ist und es nicht nur eine Form von Freundschaft gibt. Freundschaften existieren nicht ohne Probleme (vgl. Dirlmeier, 1999: 171). Aristoteles selbst definiert die ‚philia‘ – also die Freundschaft – als Zustand, in dem gegenseitiges Wohlwollen gewünscht ist und dem Gegenüber Gutes erhofft wird. Wenn dieser Wunsch nach Wohlwollen tatsächlich auf Gegenseitigkeit beruht, stellt dies eine Freundschaft dar (vgl. Dirlmeier, 1999: 172).

Aristoteles unterscheidet zudem zwischen unterschiedlichen Motiven für Freundschaft. Einerseits können Freundschaften um des Nutzens willen bestehen. Eine Seite strebt hierbei einen Nutzen für sich selbst an. Diese Verbindungen lösen sich zügig wieder auf, sobald der nützliche Grund für die

Freundschaft zu existieren aufgehört hat. Aristoteles ordnet diese Art des Umgangs eher vergleichsweise älteren, erwachsenen Menschen zu (vgl. Dirlmeier, 1999: 173).

Die zweite mögliche Form ist vorwiegend zwischen jüngeren Menschen beobachtbar. Es ist die Freundschaft um der Lust und des Reizes willen. Hier steht der Umgang miteinander und die Leidenschaft im Vordergrund. Wie die erste Ausprägung gehen auch diese Freundschaften nach tendenziell kurzer Zeit auseinander (vgl. Dirlmeier, 1999: 173).

Die dritte und für Aristoteles einzige Form der ‚vollkommenen‘ Freundschaft ist jene, die um des Guten und Tugendhaften willen existiert. Die andere Person wird wegen ihres Charakters und ihrer Eigenschaften geliebt und als angenehm empfunden. Die Freundschaft existiert nicht, um einen Nutzen für sich zu ziehen. Aristoteles erkennt, dass es nur verhältnismäßig wenige Freundschaften dieser Art gibt und dass eine relativ lange Zeit und gegenseitiges Vertrauen erforderlich sind, um eine derartige Verbindung knüpfen zu können (vgl. Dirlmeier, 1999: 174-175).

Ein aktuelleres Kriterium, auf das sich die Wissenschaft innerhalb der letzten zehn Jahre einigen konnte, ist, dass neben dem informellen und wechselseitigen Charakter von Freundschaften immer mindestens zwei Personen an dieser Sozialbeziehung beteiligt sein müssen (vgl. Heidbrink et al., 2009: 22). Freundschaften haben stets einen Faktor der Freiwilligkeit und haben für die Beteiligten grundsätzlich einen gewissen Wert. Je nach individuellem Empfinden ist eine Freundschaft mehr oder weniger wertvoll (vgl. Heidbrink et al., 2009: 22-23).

Wissenschaftliche Forschungen zu Bedeutungszuschreibungen von Wörtern in verschiedenen Sprachen zeigen auf, dass das Wort ‚Freund‘ in der deutschen Sprache eine andere Bedeutung als in der englischen Sprache hat. Es kann hier sogar behauptet werden, dass grundunterschiedliche Verwendungen des Begriffes vorliegen. Während im englischen Sprachraum sowohl enge Freunde als auch lose Bekanntschaften ‚Friend‘ genannt werden, so ist dieser Begriff in

der deutschen Sprache deutlich enger gefasst (vgl. Heidbrink et al., 2009: 23-24).

Typische Merkmale von Freundschaften können neben der Freiwilligkeit auch die zeitliche Ausdehnung sowie ein allgemein positiver Charakter sein. Ganz klar sind diese Eigenschaften von Freundschaften jedoch ebenfalls nicht. Sie sind stets von der konkreten Situation und der individuellen Auslegung einer Freundschaft abhängig (vgl. Heidbrink et al., 2009: 23).

Daraus kann geschlossen werden, dass es für die soziale Freundschaftsbeziehung mancher Menschen bereits ausreicht, wenn mindestens einmal im Monat Kontakt besteht. Eine andere zwischenmenschliche Beziehung verlangt an dieser Stelle intensiveren Kontakt und tatsächliche Treffen.

Bereits Anfang der 90er-Jahre wurde in Studien des Anthropologen Robin Dunbar der Universität Oxford gezeigt, dass das menschliche Gehirn nur rund 150 Kontakte verwalten kann. Diese Zahl war auch in der römischen Geschichte der Richtwert für Heeresseinheiten, wie beispielsweise das Manipel: 150 Soldaten bildeten eine Einheit. Der erhebliche Vorteil bestand darin, dass jeder jeden zumindest flüchtig erkannte und somit ein geringerer Aufwand in der Verwaltung und Führung der Männer erforderlich war (vgl. Prüller, 2010: 20).

Anfang des 20. Jahrhunderts stellten Soziologen zudem fest, dass das egoistische Verhalten von Individuen in Gemeinschaften ab 150 Person sprunghaft und somit markant zunimmt. Dies geschieht auf Kosten der Allgemeinheit. Als Gründe hierfür wurden damals die abfallende Abschreckung durch die Möglichkeit öffentlicher Bloßstellung und das fehlende Schuldbewusstsein gegenüber der Gemeinschaft angeführt (vgl. Prüller, 2010: 20).

Aufgrund der Reichweite und Bedeutung von sozialen Netzwerken im Bereich der Freundschaftspflege existieren verschiedene Definitionen für den Begriff der virtuellen Freundschaft. Diese Arbeit orientiert sich an jener Begriffsdefinition, die davon ausgeht, dass es sich bei der virtuellen Freundschaft stets um eine

computervermittelte und dennoch zwischenmenschliche Kommunikation handelt (vgl. Heidbrink et al., 2009: 114).

Dabei ist es nicht entscheidend, dass der gesamte Kommunikationsprozess virtuell stattfindet. Relevanter ist vielmehr die Tatsache, dass elektronische Hilfsmittel und soziale Netzwerkdienste für die Pflege und den Aufbau von sozialen Beziehungen genutzt werden (vgl. Heidbrink et al, 2009: 114).

Letztlich zählen immer nur vergleichsweise wenige Freundinnen und Freunde zu jenen Personen, die konkret für das individuelle Lebensglück und eine gewisse soziale und emotionale Sicherheit von Bedeutung sind. Die Mehrheit der Bekannten zählt zumeist schlichtweg zu einem Kreis, in welchem Darstellungen von Schicksalen und Lebensbereichen miteinander ausgetauscht werden (vgl. Prüller, 2010: 18).

Aus diesem Grund unterscheiden zahlreiche britische und amerikanische Forscherinnen und Forscher zwischen ‚strong ties‘ und ‚weak ties‘, also zwischen ‚wahren Freundschaften‘ und ‚weiteren Bekannten‘ (vgl. Prüller, 2010: 18).

Längst steht jedoch fest, dass nicht nur die ‚wahren Freundinnen und Freunde‘ das individuelle Leben bereichern können. Genauso sind im Laufe des Lebens gute Bekannte oder momentane Wegbegleiterinnen und Wegbegleiter wesentlich. Diese Freundschaften werden oftmals geknüpft, um Selbstbestätigung, Aufmerksamkeit oder ein Willkommensgefühl zu erfahren. Solche Freundschaftstypen sind daher zweckgebunden, während sich tiefsinnigere Freundschaften zumeist über einen gewissen Zeitraum hinweg zu solchen ohne gezielte Absichten entwickeln (vgl. Prüller, 2010: 18).

Hier prägen häufig gemeinsame Interessensbereiche oder grundlegende Werte die Freundschaftstypen, während lose Verbindungen oftmals zur Vorsorge gegen Einsamkeit geschlossen werden (vgl. Prüller, 2010: 19).

Der Soziologe Mark Granovetter von der State University of New York sah bereits 1973 lose Freundschaftskomplexe als bedeutende Anhäufungen von Menschen. Individuen, die sich auf wenige enge Freundinnen und Freunde in ihrem

Lebensumfeld beschränken, erhalten demnach kaum Informationen aus anderen Teilen des sozialen Systems. Dies stellt sich in verschiedenen Lebensbereichen als problematisch heraus. Einerseits werden sie dadurch von neuen Sichtweisen und Ideen sozial isoliert, andererseits sind sie auf dem schnelllebigen Arbeitsmarkt ebenfalls im Nachteil (vgl. Prüller, 2010: 19).

Daraus abgeleitet können lose Freundschaften als Voraussetzung für die Lebendigkeit von politischen und gesellschaftlichen Bewegungen und als gesellschaftsveränderndes Potential angesehen werden (vgl. Prüller, 2010: 19).

Ein Ansatzpunkt konnte sich über die Jahre halten. Freundschaften bedingen stets mindestens eines Gegenübers. Beziehungsfragen werden gerne im Rahmen eines gesellschaftlichen Diskurses erörtert. Hier nehmen allerdings Themenkomplexe wie die des Verhältnisses zwischen Geschlechtspartnern oder andere Beziehungsthemen eine dominante Stellung ein. Die Freundschaft hingegen wird, wenn überhaupt, zumeist eher negativ in Massenmedien und in Verbindung mit Korruptionsfragen („Freunderlwirtschaft“) oder Jugendgruppen erwähnt (vgl. Mazal, 2010: 29).

Der Begriff Freundschaft wird zumeist mit positiven Eigenschaften assoziiert und ist eine Beziehung zwischen Menschen und Menschen. Die Freundschaft zwischen Menschen und Sache kann nicht als gleichwertig betrachtet werden, da diese grundsätzlich an der Beziehung zwischen Menschen untereinander gemessen wird (vgl. Mazal, 2010: 29).

In der römischen Antike wurden bereits eigene Wörter für Beziehungsverflechtungen, die heute als Freundschaft bezeichnet werden, verwendet. Die Begriffe ‚philos‘ und ‚amicus‘ sind etymologisch von den Worten ‚philia‘ und ‚amos‘ für ‚Liebe‘ abgeleitet (vgl. Mazal, 2010: 30).

Die Herkunft des deutschsprachigen Begriffs der ‚Freundschaft‘ geht auf den Wortstamm ‚Freude‘ zurück. Die Unterschiede zwischen dem antiken, römischen Sprachgebrauch und der deutschen Sprache lassen sich linguistisch so ableiten, dass ‚lieben‘ das eigene Selbst überschreitet und der Wille vorhanden ist, sich selbst für den jeweils Anderen aufzuopfern. Das deutsche ‚sich freuen‘, woraus

sich der Freundschaftsbegriff entwickelt hat, bleibt stets reflexiv und trägt eine gewisse Distanz zu anderen in sich (vgl. Mazal, 2010: 30).

Für Wolfgang Mazal unterscheiden sich Freunde aus dem realen Leben von denjenigen auf virtuellen Plattformen dadurch, dass sie sich von bloßen Kontakten abheben können. Dies bedeutet, dass eine Intensivierung der Beziehung zwischen zumindest zwei Personen denkbar ist, die wiederum auf eine Anerkennung über das normale Maß einer Kontaktaufnahme hinaus schließen lässt (vgl. Mazal, 2010: 31).

Zugleich kann der Begriff der Freundin oder des Freundes auch für den Ausdruck einer Distanz verwendet werden, die soziale Beziehungen von jenen Beziehungsverflechtungen unterscheidet, wie sie in Partnerschaften oder Lebensgemeinschaften zu finden sind. Durch den Ausspruch des Satzes ‚Er ist nur ein Freund‘ wird beispielsweise gezielt eine vergleichsweise schwache Intensität der Beziehung zu einer Person ausgedrückt (vgl. Mazal, 2010: 31).

Gerade im politischen Umfeld haften dem Begriff der Freundschaft häufig negative Konnotationen an. Oftmals werden freundschaftliche Beziehungen zum eigenen Vorteil ausgenutzt und werden deshalb in der Gesellschaft zumeist mit einem gewissen Maß an Befangenheit von Politikerinnen und Politikern verbunden. Häufig assoziiert die österreichische Bevölkerung in diesem Kontext politische Freundschaften auch mit einer Last für das Gemeinwohl (vgl. Mazal, 2010: 31).

Eine Entwicklung, die über die letzten zwanzig Jahre beobachtet werden konnte, ist die Anhäufung des Freundschaftsbegriffes in einer zunehmend segmentierenden Verwendung. Anstatt spezifische Ausdrücke zu benutzen, wie beispielsweise Kommilitonin oder Kommilitone, Tanzpartnerin oder Tanzpartner und Kollegin oder Kollege, wird zunehmend der Begriff Freundschaft an die jeweilige Lebenssituation angepasst und synonym verwendet. Im angeführten Beispiel wird aus dem Kommilitonen somit rasch der Studienfreund und aus der Tanzpartnerin eine Freundin aus der Tanzschule. Freundinnen und Freunde können dabei nur in vereinzelt Ausschnitten des eigenen Lebens vorkommen

und kennen häufig die übrigen Lebensbereiche der befreundeten Person nicht (vgl. Mazal, 2010: 32).

Freundschaften werden oftmals als quantitativer Stressfaktor empfunden. Bereits im jungen Alter können Streitsituationen in Schulklassen erlebt werden, welche klären sollen, wer mit wem befreundet oder nicht befreundet ist. Nicht selten werden in diesem Rahmen gegenseitige Drohungen ausgesprochen, die ausdrücken, dass der zukünftige Status als Freundin oder Freund aufgrund von bestimmten Handlungen gefährdet ist (vgl. Mazal, 2010: 32).

Die Anzahl der Freundinnen und Freunde auf sozialen Netzwerken wird in Schulklassen zugleich mit der eigenen Wertigkeit verknüpft. Aufgrund dessen wird versucht, diese Zahl sukzessive zu erhöhen. Das Fehlen einer festen ‚Freundin‘ oder eines ‚Freundes‘ als Geschlechtspartner wird gerade in den höheren Schulstufen häufig verschwiegen, da es als Zeichen für soziale Inkompetenz angesehen werden könnte (vgl. Mazal, 2010: 32).

Aus der sprachlichen Ableitung des Freundschaftsbegriffes kann über die Jahre hinweg eine Bedeutungsverschiebung festgestellt werden. Die Veränderung der Intensität und Qualität von Freundschaften weist zugleich auf ein sich wandelndes Bild der Thematik in der Gesellschaft hin. Auf Dauer ausgerichtete, unzerbrechliche und umfassende Beziehungen weichen häufig zu Gunsten von kurzfristigen, unverbindlichen, zeitlich oder thematisch begrenzten Beziehungstypen, welche an bestimmte Lebenssituationen angepasst sind (vgl. Mazal, 2010: 33).

Mazal stellt auch in anderen Lebensbereichen innerhalb der Gesellschaft eine Entwicklung weg von umfassenden und unbedingten, womöglich sogar lebenslangen personalen Bindungen fest. Als Beispiele führt er die Tendenzen an, eher Lebenspartnerschaften einzugehen als Ehegelübde abzugeben, sich häufiger projektbezogen zu engagieren anstatt eine ehrenamtliche Dauermitgliedschaft in Vereinen anzustreben und lieber einer Bürgerinitiative beizutreten anstatt sich parteipolitisch dauerhaft zu binden (vgl. Mazal, 2010: 33).

Wolfgang Mazal versucht diese Veränderungen mit der grundsätzlichen Einstellung der heutigen Gesellschaft gegenüber dem Begriff der Bindung zu begründen. Seinem Ansatz zufolge werden beispielsweise vertragsrechtliche Beziehungen, die auf längere Dauer ausgerichtet sind, häufig aus Sicht von Konsumentinnen oder Konsumenten als Knebelung und Verweigerung von Wahlmöglichkeiten angesehen. Diese Arten von Bindungen und damit auch Verpflichtungen werden deshalb häufig von Gesetzen oder der Judikatur nach Ablauf einer bestimmten Frist auflösbar gestaltet (vgl. Mazal, 2010: 34).

Als weiteres Beispiel nennt er die Entwicklung der Werbebranche, Kundinnen und Kunden stetig durch das bestmögliche Angebot an das eigene Unternehmen binden zu wollen. Diese Bindungsversuche haben längst zum zentralen Ansatz geführt, mithilfe von psychologisch fundierter Konsumentinnen- und Konsumentenmanipulation im Marketing vorzugehen. Die Kundinnen und Kunden unterstützen diesen Trend, da sie heutzutage zumeist das vermeintlich günstigere und bessere Angebot im Vergleich zum bisherigen Produkt ihres Vertrauens wählen (vgl. Mazal, 2010: 34).

Im Arbeitsumfeld wurden innerhalb der Arbeitsrechtsordnungen die bindungsintensivierenden Elemente verstärkt zu Gunsten einer Flexibilisierung der Arbeitsbedingungen ausgedünnt und somit die Bindungen zwischen Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern und deren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern deutlich verringert. Längst ist es nicht mehr das Ziel von jungen Berufstätigen, nach Möglichkeit ein Leben lang im selben Unternehmen tätig zu sein. Aus diesem Grund lässt sich auch hier ein Wertewandel und eine Veränderung in der heutigen Gesellschaft erkennen (vgl. Mazal, 2010: 34).

Weitere Beispiele sind neben der gesetzlichen Erleichterung, die Eheschließungen formal wieder aufzuheben, auch das zunehmende Interesse der Politik, Wählerinnen und Wähler durch stetig neue Ideen und Angebote für sich zu gewinnen. Der Anteil von Stammwählerinnen und Stammwähler bestimmter Parteien nimmt ab, während ein wechselhaftes Wahlverhalten immer beliebter zu werden scheint (vgl. Mazal, 2010: 35).

Freundschaft im ursprünglichen Sinne sollte aus diesem Grund als Potenzial verstanden werden, wie andere soziale Bindungen und Beziehungen gestaltet werden können. Um dies gesellschaftlich zu verankern, sollten paradigmatische Freundschaftsbeziehungen vorgestellt und vermehrt kommuniziert werden. Die Beziehung zu Freundinnen und Freunden sollte grundsätzlich als ein Akt des Gebens und Nehmens verstanden werden und von einem kontinuierlichen Austausch miteinander geprägt sein. Freundschaften können nur dann anhaltend sein, wenn beide Beteiligten den dauerhaften Charakter der Beziehung akzeptieren und respektieren und somit der Stress durch eine jederzeit mögliche Austauschbarkeit minimiert wird (vgl. Mazal, 2010: 38).

### **2.3.2 Literaturerkenntnisse und Studien zu virtuellen Freundschaften**

Die gewählte Thematik ist in der Forschung kein Bereich, in dem absolute Einigkeit zwischen Forscherinnen und Forschern herrscht. Adelman geht beispielsweise davon aus, dass das Löschen von Freundinnen und Freunden auf Facebook für vielzählige Nutzerinnen und Nutzer nur mehr einen reinen Akt der Datenbankpflege darstellt. Für ihn sind Freundschaften und Beziehungen zu rein medial gesteuerten Prozessen von kurzfristiger Natur geworden (vgl. Adelman, 2011: 128-129).

Als Argument für seine These sieht er das kontinuierliche Aktualisieren der Startseite und der Statusmeldungen von befreundeten Userinnen und Usern, da die Freundschaften dadurch einem stetigen Aktualisierungs- und Veränderungsprozess ausgesetzt sind (vgl. Adelman, 2011: 134-135). Oftmals zählen für die Nutzerinnen und Nutzer die geposteten Inhalte wenig. Vielmehr wünschen sie sich, im Gespräch mit den Kontakten zu bleiben (vgl. Adelman, 2011: 135).

Bereits im August 2009 hat sich die amerikanische Journalistin Elizabeth Bernstein mit der neuen Definition von Freundschaft im Web 2.0 und den Vor- und Nachteilen derselben in einem Artikel des Wall Street Journals beschäftigt. Bernstein nennt die fehlende Stimm-Modulation in der kurzen, elektronisch

verarbeiteten Kommunikation und das Fehlen von Körpersprache als Vorbehalte gegenüber Freundschaften via Social Media (vgl. Prüller, 2010: 15).

Als zunächst positive Eigenschaften von Online-Freundschaften sieht die Journalistin die Möglichkeit, mit alten, längst aus den Augen verlorenen Freunden aus den Zeiten der High School wieder in Kontakt treten zu können. (vgl. Bernstein, 2009).

Online-Freundschaften können aufgrund der Möglichkeit, grundsätzlich nur positive Bilder und Texte des eigenen Lebens zu posten, schnell Hass und Neid unter Freundinnen und Freunden provozieren. Aufgrund der gewollten Zurschaustellung fühlen sich Mitmenschen oftmals unwohl mit ihrem eigenen Lebensumfeld. Nicht selten zerbrechen Freundschaften im realen Leben aufgrund des im Internet erworbenen Neides (vgl. Bernstein, 2009).

Computer- oder Smartphone basierte Kommunikation steigert zudem das passiv-aggressive Kommunikationsverhalten der Social-Media-Userinnen und Social-Media-User. Durch die Chance, sich quasi hinter dem Bildschirm verstecken zu können und sich somit nicht rechtfertigen zu müssen, nehmen Hasspostings und Gerüchte sowie öffentliches Schikanieren von bekannten und fremden Menschen in sozialen Netzwerken massiv zu (vgl. Bernstein, 2009).

Weitere negative Aspekte der neuen Online-Freundschaften ist der potentiell verstärkte emotionale Stress, der durch die Möglichkeit des gegenseitigen Nachspionierens ausgelöst wird sowie die Gefahr der Käuflichkeit von Freundschaften. Mittlerweile bieten professionelle Webseiten ‚Freunde‘ in 5000er- oder 10000er-Paketen an, damit der eigene Social-Media-Freundeskreis gegenüber Vergleichsprofilen nicht quantitativ abfällt (vgl. Prüller, 2010: 15).

Online-Freundschaften haben vor diesem Hintergrund längst einen kommerziellen Nutzen erhalten und sind somit zu einer attraktiven Zielgruppe für die Werbe- und Marketingbranche geworden (vgl. Prüller, 2010: 15).

Nicht zu unterschätzen ist, dass auf der Plattform Freundschafts-Rankinglisten erstellt werden können und die Anzahl der Freundinnen und Freunde gezählt

wird. Dadurch erhalten virtuelle Freundschaften einen numerischen Charakter (vgl. Adelman, 2011: 138). Zudem bietet das soziale Netzwerk die Möglichkeit, sich durch bewusstes Auftreten andersartig als im wahren Leben darzustellen und Freundinnen und Freunde online zu verfolgen. Facebook-Freundschaften tragen deshalb stets die Eigenschaft des Beobachtens und Beobachtetwerdens mit sich (Adelman, 2011: 138-140).

Der bei Facebook angestellte Wissenschaftler Cameron A. Marlowe konnte den numerischen Charakter von Freundschaften bereits Anfang 2009 in einer Studie nachweisen. Frauen und Männer sahen demnach nur bei einem Drittel der individuellen Freundesliste öfter auf deren Profilen nach, ob Neuigkeiten oder Fotos gepostet wurden. Botschaften wurden nur mit etwa jedem Sechsten ausgetauscht und nur jeder Zwölfte konnte als engere Beziehung eingestuft werden (vgl. Prüller, 2010: 20).

Oftmals sind Menschen im realen Leben beim Knüpfen von Freundschaften deutlich vorsichtiger als im Online-Bereich, da die Kosten für die Auflösung von sozialen Verbindungen um ein Vielfaches höher sind. Im Offline-Bereich müssen zumindest Gespräche geführt und zumeist Gründe für das Beenden von Freundschaften genannt werden. Im Internet oder in sozialen Medien reicht der klassische Mausclick hierfür aus (vgl. Prüller, 2010: 20).

Oftmals nutzen Menschen Facebook auch vor dem ersten Offline-Treffen, um sich über andere Personen zu informieren und so ein bestehendes Unbehaglichkeitsgefühl abzubauen (vgl. Miller, 2012: 139).

In Befragungen nennen Userinnen und User oftmals den Chatroom von sozialen Plattformen als geschützten Ort, um ihre Schüchternheit überwinden zu können. Hinzu kommt, dass sie fremde Personen so deutlich schneller kennenlernen können, als sie sich dies im realen Leben zugetraut hätten. Als Gründe hierfür geben sie die eigene offenere Art, das freche Schreiben und die lockere, ungebundene Kommunikation an (vgl. Adamek, 2011: 293).

Freundschaften im Internet spielen sich jedoch längst nicht nur auf den Social-Media-Seiten wie Facebook, YouTube oder Twitter ab. Die ungefähr zeitlich

parallel erstarkten Massive-Multiplayer-Games im Online-Bereich können mit ihren Millionen Nutzerinnen und Nutzern weltweit nicht außer Acht gelassen werden. ‚WoW – World of Warcraft‘ und ‚Everquest‘ sind hier nur zwei Beispiele für Onlinespiele, in denen die Playerinnen und Player in Gruppen gezielt gemeinsame Probleme lösen und so als Teil dieser Einheit funktionieren und mitarbeiten müssen. Das gemeinsame Interesse am Spiel selbst und am erfolgreichen Absolvieren der gestellten Aufgaben sorgt für einen ausdauernden Kampf um die gemeinsame Sache und kann deshalb durchaus als gemeinschaftsfördernd angesehen werden (vgl. Prüller, 2010: 23).

Die Online-Gamerinnen und Online-Gamer erfahren so Hilfsbereitschaft, Opfermut und Solidarität. Forscherinnen und Forscher sehen hier einen erheblichen Vorteil im Vergleich zu Mitgliedschaften bei Social-Media-Plattformen und Webdiensten (vgl. Prüller, 2010: 24).

Als problematisch wird hier das potentielle Verdrängen von realen Freundschaften durch die virtuellen Mitspielerbekanntschaften eingestuft. Oftmals werden virtuelle Beziehungen zu Freundinnen und Freunden verstärkt gepflegt, wenn in Beziehungen des realen Lebens Probleme auftreten. Phantasiewelten wie die der Onlinegames werden als Fluchtweg angesehen und erzeugen häufig einen obsessiven Wunsch nach virtuellem Anschluss (vgl. Prüller, 2010: 24).

Früher dienten Brieffreundschaften häufig dazu, aus der gewohnten Umgebung zu entfliehen sowie die eigenen Erfahrungen und Gefühle auf Papier zu bringen und mit Brieffreundinnen und -freunden sowie Briefbekanntschaften zu verarbeiten. Teilweise entwickelten sich über die Zeit echte Lebensfreundschaften aus diesem Freundschaftstyp. Heutzutage geschieht dieser Erfahrungsaustausch mithilfe des Web 2.0 und der sozialen Medien (vgl. Prüller, 2010: 24).

An dieser Stelle sollte auch ergänzt werden, dass der Facebook-Gründer Mark Zuckerberg selbst seine eigene Plattform nicht als soziales Netzwerk bezeichnet. Sie stellt für ihn eine digitale Möglichkeit dar, um bereits bestehende, eigene Netzwerke zu erhalten oder auf Wunsch zu erweitern (vgl. Görig, 2011: 60). Er

selbst definiert deshalb Freundschaft als Konsum. Das Erstellen von Rankinglisten zählt daher genauso dazu wie das Liken von Firmenfanpages (vgl. Görig 2011: 154).

Die verschiedenen sozialen Medien wirken sich auch auf die Selbstdefinierung und die Bildung der erwachsenen Identität von Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus. Eine ältere Schriftstellerin nannte etwa den Umstieg von der Mittelschule zur Universität als für sie zentralen Schritt, um sich neu zu definieren und eine neue Rolle innerhalb der Familie und des Freundeskreises einzunehmen. Heutzutage passiert dieser Prozess durch die ständige Verfügbarkeit im Online-Bereich vor den Augen der gesamten Online-Community (vgl. Prüller, 2010: 25).

Welche Rolle virtuelle Freundschaften bereits seit Jahren in unserem Leben einnehmen, ist auch daran erkennbar, dass sich zahlreiche verschiedene Institutionen, Einrichtungen und Persönlichkeiten bereits mit der Thematik befasst haben. Im Jänner 2009 äußerte sich beispielsweise Papst Benedikt XVI. in einem Brief zum ‚Welttag der sozialen Kommunikationsmittel‘ darüber, dass die neuen Technologien neue Verbindungen ermöglichen und eine Chance für eine Kultur des Respekts, des Dialogs und der Freundschaft bedeuten könnten. Die Nutzung dieser Technologien sollte dabei keine Flucht aus der Wirklichkeit und Realität sein. Vielmehr sei es eine Möglichkeit, dem Grundbedürfnis aller Menschen, miteinander in Verbindung zu treten und ein weitreichendes Beziehungsgeflecht aufzubauen, nachgehen zu können (vgl. Prüller, 2010: 26).

Benedikt XVI. warnt in seinem Schreiben vor der Banalisierung des Freundschaftsbegriffes und der Erfahrung der Freundschaft selbst, wenn aus dem realen Leben und den dort stattfindenden sozialen Beziehungen in eine virtuelle Welt geflüchtet wird und die Förderung von Onlinefreundschaften zu einem verminderten Einsatz zum Wohle der eigenen Familie oder der Gemeinschaft führt (vgl. Prüller, 2010: 27).

Im Online- und Offline-Bereich können dieselben Kommunikationsdynamiken auftreten. Offline-Gespräche verlangen allerdings eine sofortige Reaktion. Dies

hat zugleich einen Einfluss auf die Bedeutungszuschreibungen von Online- und Offlinefreundschaften (vgl. Baecker, 2011: 124).

Aufgrund der Bedeutung der sozialen Plattform Facebook gibt es zahlreiche ältere und aktuelle Studien zum übergeordneten Forschungsbereich. Untersuchungen belegen, dass Jugendliche aufgrund einer räumlichen und zeitlichen Distanz zu Freundinnen und Freunden soziale Netzwerke in Anspruch nehmen, um den Kontakt zu halten (vgl. Trost, 2013: 163).

Neue Bedeutungszuschreibungen und Verhaltensweisen sind aufgrund der zunehmend mediatisierten Lebenswelt längst feststellbar. Jugendliche messen demnach Treffen mit Freundinnen und Freunden im realen Leben eine vergleichsweise geringe Bedeutung bei (vgl. Trost, 2013: 157-158).

Auch Fast-Food-Ketten wie ‚Burger King‘ nutzten in den letzten Jahren die Freundschaften in sozialen Netzwerken gezielt für Werbezwecke. Im Zuge einer umfassenden Marketing-Aktion mit dem Namen ‚Whopper Sacrifice‘ forderten die Betreiber der Kette ihre amerikanische Kundschaft heraus, zu hinterfragen, wie viele ‚echte‘ und richtige Freundinnen und Freunde in der eigenen Freundesliste der Plattform Facebook vertreten sind. So wurden Kundinnen und Kunden mit einem Gratis-Burger belohnt, wenn sie zehn Facebook-Freundinnen und -Freunde aus ihrer Freundschaftsliste löschten. Nachdem innerhalb von nur wenigen Tagen über 200.000 Facebook-Freundschaften aufgrund dieser Aufforderung beendet wurden, reagierte Facebook auf die Kampagne und leitete deren sofortigen Stopp ein (vgl. Shea, 2009).

Als Begründung gab die Plattform an, dass diese Aktion die Nutzerprivatsphäre verletze, da der gelöschte Freund bzw. die gelöschte Freundin über die Freundschafts-Beendigung informiert werden und öffentlich auf dem Profil des Anderen sichtbar sein würde (vgl. Van den Bergh et al., 2011: 24).

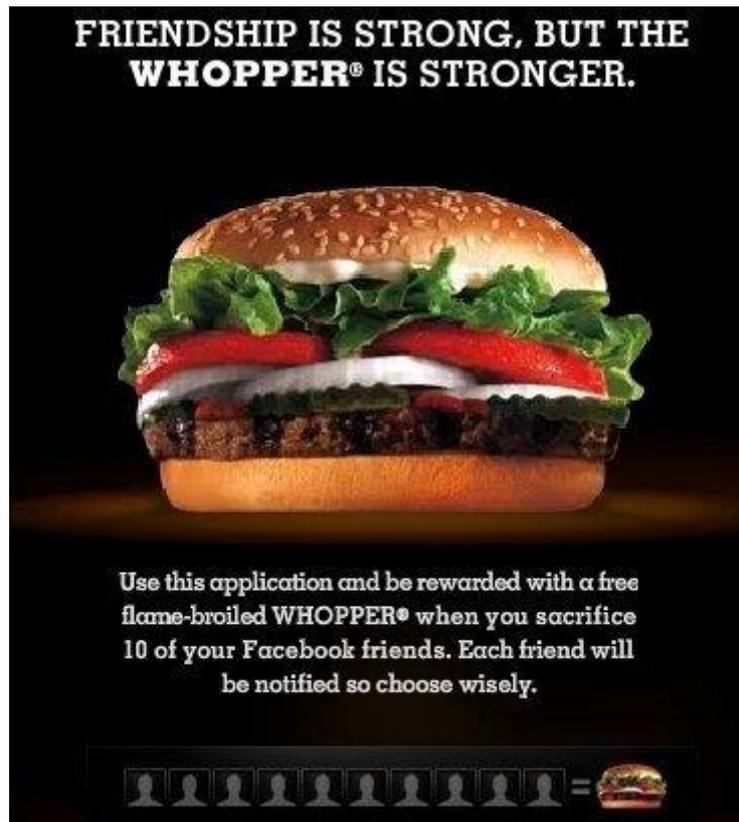


Abbildung 1. Werbeplakat der Whopper-Challenge

Diese Marketing-Aktion führt zur Vermutung, dass Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzern durchaus bewusst ist, dass nicht alle Freundinnen und Freunde ihrer Freundesliste zu ihrem wahren Freundeskreis zählen. Was zudem beachtet werden sollte ist die Tatsache, dass die Burger-Kette ‚Burger King‘ der Facebook-Freundschaft durch diese Vorgehensweise einen realen Marktwert verliehen hat.

In einer Untersuchung wollten die US-amerikanischen Forscher Nicolas A. Christakis und James H. Fowler herausfinden, wie viele wirkliche und echte Freundinnen und Freunde im Schnitt jede einzelne Facebook-Nutzerin und jeder einzelne Facebook-Nutzer in ihrer oder seiner Facebook-Freundesliste hat. Um dies zu erforschen, untersuchten sie unter der Annahme, dass Fotos mit anderen Mitgliedern zugleich Hinweise für nähere Bekanntschaften darstellen, 140 Accounts. Als Ergebnis stellte sich heraus, dass jedes Mitglied nur eine auffallend geringe Anzahl an näheren Bekannten aufweisen kann. Pro Mitglied sind es im

Schnitt 6,6 ‚echte‘ Freundinnen und Freunde, denen rund 130 Facebook-Freundinnen und -Freunde gegenüberstehen (vgl. Adamek, 2011: 296-297).

Eine dreijährige Langzeitstudie eines kalifornischen Forscherteams der University of California konnte zudem zeigen, dass intensive soziale Online-Aktivitäten zu einem negativen mentalen Wohlbefinden führen. Das Treffen von Freundinnen und Freunden im realen Leben sorgt hingegen für ein gesteigertes Glücks- und Zufriedenheitsgefühl (vgl. Shakya et al., 2017).

Eine Schweizer Agentur startete vor knapp zehn Jahren mithilfe eines 30-tägigen Offline-Experiments den Versuch, die Gründe für und die Relevanz von Facebook-Freundschaften herauszufiltern. 50 Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzer im Alter zwischen 17 und 50 Jahren wurden zur Bindung zu modernen Social-Media-Angeboten interviewt. Vor dem Offline-Experiment wurden die Versuchspersonen zunächst zu den Hauptmotiven für ihre Mitgliedschaft auf sozialen Netzwerken befragt. Die Mehrheit gab an, dass Neugier und eine gewisse Art von Kontrollbedürfnis die entscheidenden Motive sind (vgl. Adamek, 2011: 300).

Im Anschluss daran mussten die Frauen und Männer ihre Facebook-Passwörter abgeben und 30 Tage ohne die Nutzung der Plattform auskommen. Um die Bindung zum Netzwerk und die Gefühle gegenüber der relativ langen Abstinenz optimal einfangen zu können, wurden die Versuchspersonen gebeten, Tagebuch zu führen. Die Ergebnisse dieser Tagebücher wurden ausgewertet und wiesen auf eine Abhängigkeit der einzelnen Personen zur Onlineplattform hin. Während beispielsweise eine Frau angab, eine Art ‚innere Leere‘ zu spüren, sprach eine andere Teilnehmerin von sozialem Druck und der Angst, nicht mehr ‚auf dem Laufenden‘ zu sein (vgl. Adamek, 2011: 301-302).

Auf dieser Grundlage kann davon ausgegangen werden, dass soziale Netzwerke nicht nur einen Einfluss auf das alltägliche Leben in puncto Zeiteinteilung und Zeitmanagement haben, sie sorgen auch für ein gewisses Maß an Suchtgefühl und erzeugen zugleich sozialen Druck.

Ein weiterer Punkt spricht die Vorteile von virtuellen Freundschaften in sozialen Netzwerken an. Im Zeitalter der Konsumindustrie fällt es zahlreichen Menschen schwer, alleine zu sein. Dies bedeutet, dass junge Generationen zunehmend die Fähigkeit verlieren, Zeit mit sich selbst zu verbringen. Kontinuierliche Reizüberflutungen sorgen dafür, dass soziale Orientierungslosigkeit zu einem nennenswerten Themenfeld wird. Davon ausgehend entwickelt sich zugleich die Gefahr, den Wert von Geselligkeit nicht mehr schätzen zu können. Jedes Individuum verfolgt gerne einen eigenen Weg, widmet sich allerdings nicht mehr gemeinsamen Bereichen (vgl. Adamek, 2011: 303).

Facebook wird deshalb an dieser Stelle oftmals als geeignetes Mittel angesehen, um möglichst mühelos Geselligkeit ausleben zu können (vgl. Adamek, 2011: 304). Als weiterer Grund für virtuelle Freundschaften in sozialen Netzwerken wird das sogenannte ‚Vernetzt sein‘ als Erfolgsrezept für den beruflichen Fortschritt genannt. Die stetig wachsende Abhängigkeit zu den diversen Onlineplattformen sorgt zugleich für eine Ausgrenzung der nicht daran teilhabenden Personenkreise. Die so entstehende digitale Klassengesellschaft sorgt für einen Informations-Gap von Informationen (vgl. Adamek, 2011: 306-207).

Facebook hat zunehmend mit ernstzunehmender Konkurrenz zu kämpfen. Eine britische Studie von Fisher et al. aus dem Jahr 2018 zeigt, dass die soziale Plattform in diesem Jahr allein in Großbritannien bis zu 700.000 Jugendliche und junge Erwachsene verlieren wird (vgl. Sweney, 2018). Zu einem ähnlichen Ergebnis kam auch die oberösterreichische Jugend-Medien-Studie 2017, die Jugendliche im Alter zwischen elf und 19 Jahren zu ihrem Medienkonsum interviewte und die somit gewonnenen Erkenntnisse mit Ergebnissen der letzten Befragungen aus den Jahren 2015, 2013, 2011 und 2008 verglich (vgl. Pfarrhofer et al., 2017). Dieses Mal wurden in einem Zeitraum von fünf Wochen 500 Jugendliche zur Bedeutung der Medien und ihrem individuellen Nutzungsverhalten befragt.

Bei der Auswahl der Jugendlichen wurde gezielt darauf geachtet, dass sie in ihrer Zusammensetzung an quotierten und nicht quotierten Merkmalen der oberösterreichischen Bevölkerung entsprechen (vgl. Pfarrhofer et. al., 2017: 2).

Als erstes wesentliches Ergebnis wurde festgestellt, dass die Lieblingsfreizeitbeschäftigung weiterhin reale Treffen mit Freundinnen und Freunden sind (vgl. Pfarrhofer et al., 2017: 3).

Dies bestätigt wiederum vorher beschriebene Studienergebnisse, wonach die sozialen Medien nur bedingt Einfluss auf die Bedeutung von realen Aktivitäten haben. Zwischen der Nutzung der unterschiedlichen Medienangebote lassen sich auch in dieser Studie Tendenzen erkennen, wonach die Relevanz der Plattform Facebook gegenüber anderen Messenger- und Onlinediensten sinkt. So gaben 37 Prozent aller befragten Jugendlichen an, dass sie täglich WhatsApp oder Instagram verwenden. Dahingegen surfen nur 28 Prozent der Mädchen und Jungen täglich auf Facebook (vgl. Pfarrhofer et al., 2017: 28).

Rund 40 Prozent aller Befragten nannten den Instant-Messaging-Dienst WhatsApp als beliebteste Onlineaktivität. Nur 24 Prozent der Jugendlichen gaben in dieser Kategorie die Nutzung von Online-Communities an (vgl. Pfarrhofer et al., 2017: 45). Beim Ranking der meistgenutzten Community-Dienste überholte WhatsApp erstmals deutlich Facebook mit 85 zu 46 Prozent. Instagram reihte sich 2017 an zweiter Stelle ein. In der Vergangenheit nahm Facebook in dieser Kategorie eine signifikante Vormachtstellung ein (vgl. Pfarrhofer et al., 2017: 58).

Innerhalb der Communities sind die beliebtesten Aktivitäten Fotos ansehen, chatten und ‚Likes‘ verteilen. Das Finden und Hinzufügen neuer Freundinnen und Freunde oder die Bearbeitung des eigenen Profils spielen laut diesen Studienergebnissen eine nebensächliche Rolle (vgl. Pfarrhofer et al., 2017: 59).

Seit mittlerweile fünf Jahren widmet sich in Deutschland eine eigene Initiative der übergeordneten Thematik der digitalen Gesellschaft. Im jährlich veröffentlichten D21-Digital-Index der *Initiative D21 e.V.* wird ein Lagebericht zum Digitalisierungsgrad der Gesellschaft, der digitalen Kompetenz, den Nutzungsmotiven und der Akzeptanz von digitalen Medienangeboten formuliert (vgl. Initiative D21, 2018).

Die deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten wurde als Grundgesamtheit mithilfe von persönlich-mündlichen Befragungen in Form von CAPI – computergestützten persönlichen Interviews – untersucht. Durch eine mehrfach geschichtete und bevölkerungsrepräsentative Zufallsstichprobe anhand von eigens gesetzten Schichtungskriterien wie Bundesländer oder Regierungsbezirken und gewichteten Kategorien wie beispielsweise Geschlecht oder Alter wurde versucht, die Grundgesamtheit bestmöglich darzustellen (vgl. Initiative D21, 2018: 6).

Die Erhebungen selbst wurden in Strukturbefragungen zur Ermittlung der Internet- und Breitbandnutzung und in Vertiefungsbefragungen zur Ermittlung einer Typologie der digitalen Gesellschaft unterteilt. Im Zuge der ersten Rahmeninterviews wurden rund 20.424 Befragungen zwischen August 2016 und Juli 2017 in Deutschland durchgeführt. Rund 2.035 vertiefende Interviews im Juli 2017 ergänzten die Studie (vgl. Initiative D21, 2018: 6-7).

Im Vergleich zu vergangenen Jahren konnte eine Steigerung der Offenheit und Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien festgestellt werden. Die Digitalkompetenz selbst ist themenspezifisch unterschiedlich stark ausgeprägt. Die Mehrheit der Bevölkerung kann am öffentlichen Diskurs aufgrund fehlender Fachbegriff-Kenntnis nicht teilhaben. Spezielle Fachausdrücke werden zwar in den Medien und der Politik wie selbstverständlich benutzt, jedoch vom Großteil der Gesellschaft nicht verstanden.

Die Spaltungslinien zwischen Frauen und Männern sowie Jung und Alt bleiben weiterhin bestehen.

Die folgende Grafik zeigt auf, welche Begriffe von wie viel Prozent der Bevölkerung er- und gekannt werden:

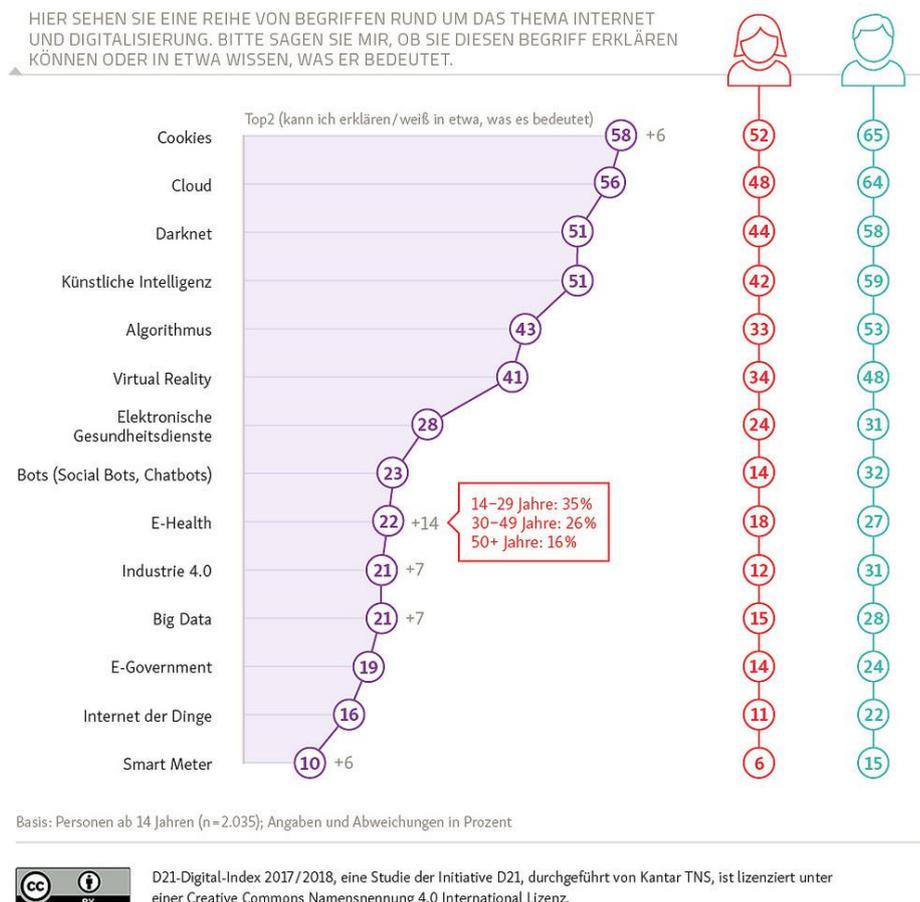
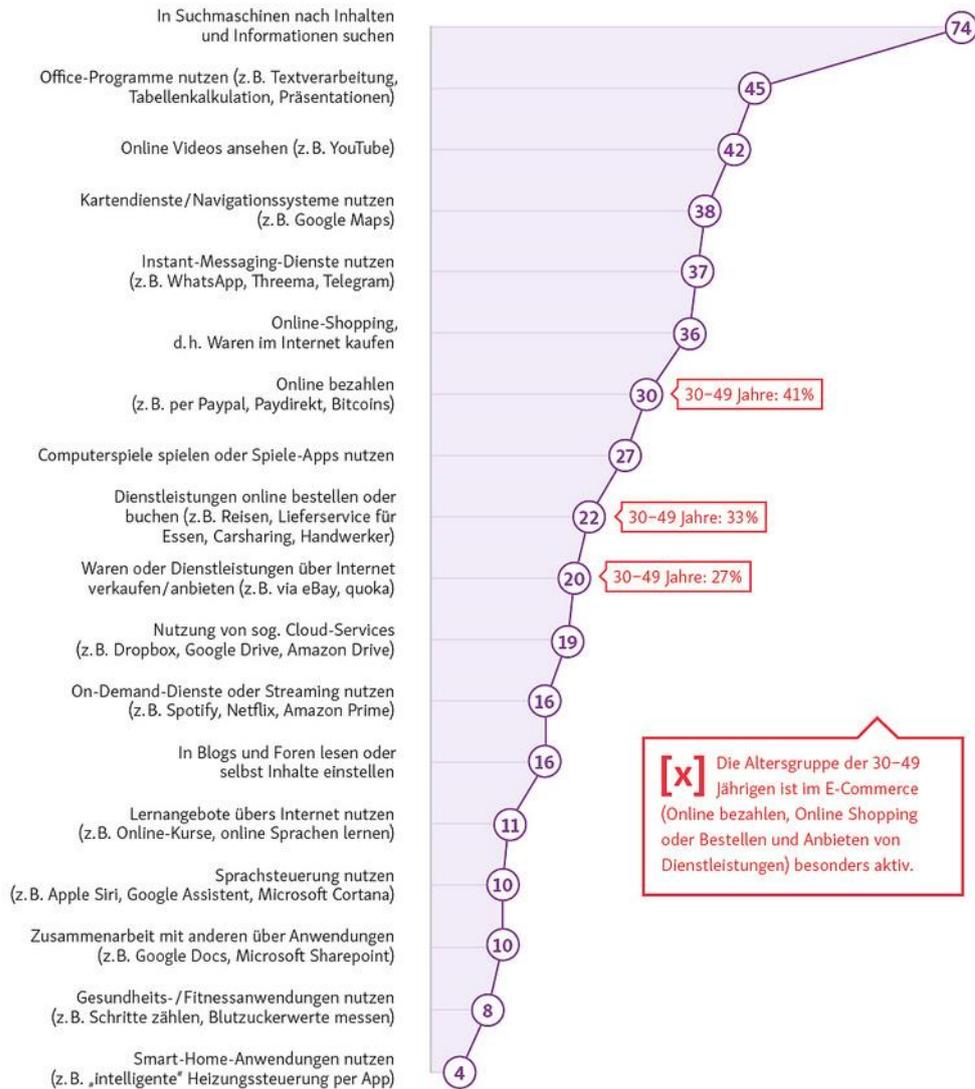


Abbildung 2. Digitale Kenntnis von Begriffen zum Thema Internet und Digitalisierung

Innerhalb dieser Studie wurde auch das Nutzungsverhalten bezüglich digitaler Dienste untersucht. Als Hauptnutzungsgründe wurden neben der Suchmaschinenabfrage und der Nutzung von Office-Diensten auch der Konsum von Videos auf YouTube genannt. Nachdem in dieser Studie weder die Nutzung der sozialen Plattform Facebook, noch die Verwendung der App-Dienste Instagram oder Snapchat als Auswahlkategorien angeführt wurden, kann in nachfolgender Grafik die Verwendung von Messenger-Diensten erst auf dem vierten Platz angeführt werden:

BITTE GEBEN SIE AN, WELCHEN DER TÄTIGKEITEN SIE REGELMÄSSIG NACHGEHEN, ALSO EIN- ODER MEHRMALS PRO WOCHE.



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.035); Angaben in Prozent



D21-Digital-Index 2017/2018, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar TNS, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Abbildung 3. Das Nutzerverhalten der D21-Digital-Index-Studie 2017/18

Die Studie zeigt, dass im Untersuchungszeitraum bis Juli 2017 bereits mehr als die Hälfte aller Deutschen soziale Medien nutzte. Innerhalb der Nutzergruppe konnten erhebliche Altersunterschiede identifiziert werden. Während beinahe alle 14- bis 29-Jährigen soziale Medien nutzen, sind es in der Generation der 30- bis 50-Jährigen rund zwei Drittel. In der Alterskategorie der über 50-Jährigen bleibt es nur rund ein Viertel (vgl. Initiative D21, 2018: 18).

Zwischen den einzelnen sozialen Medien ist ebenfalls ein Gefälle im Nutzeralter feststellbar. In der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen liegt Facebook klar an erster Stelle. In der Altersklasse der 14- bis 19-Jährigen hat Instagram mit 42 Prozent bereits Facebook von der ersten Position verdrängt. YouTube wird im Vergleich mit anderen sozialen Medien über alle Altersgruppen hinweg genutzt.

Die allgemeine Dominanz der Plattform Facebook dürfte der neue D21-Digital-Index 2018/2019 vermutlich deutlich relativieren, da aktuelle Studien wie beispielsweise die zuvor erwähnte Untersuchung oder die nachfolgend dargelegte Studie aus den USA schon dahingehende Trends zeigen konnten.

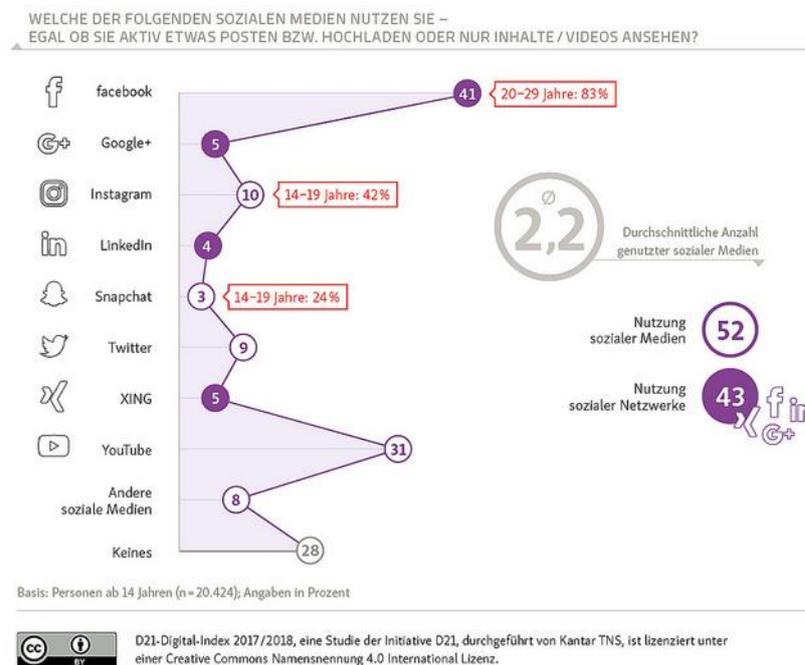


Abbildung 4. Das Altersgefälle des D21-Digital-Index 2017/18

Eine aktuelle Erhebung des Pew Research Centers aus den USA wurde im Mai 2018 veröffentlicht. Anhand von über 1000 telefonisch und elektronisch durchgeführten Interviews mit Eltern von Teenagern im Alter zwischen 13 und 17 Jahren sowie mit über 700 ausgewählten Jugendlichen wurden Fragen zur Nutzung von sozialen Medien und deren Auswirkung auf das Privatleben gestellt. Die Hauptergebnisse zeigen auf, dass YouTube, Instagram und Snapchat bei amerikanischen Jugendlichen im ausgewählten Altersbereich die beliebtesten Onlineplattformen sind. Rund 45 Prozent aller Befragten gaben an, dass sie so gut wie immer online verfügbar sind (vgl. Anderson / Jiang, 2018: 11).

In den Interviews zeigten sich größtenteils keine demographisch signifikanten Auswirkungen auf die Antworten. Jedoch konnte nachgewiesen werden, dass eher Jugendliche aus einkommensschwachen Familien weiterhin Facebook präferieren, wohingegen Jugendliche aus einkommensstärkeren Familien zu anderen Angeboten wechseln (vgl. Anderson / Jiang, 2018: 3).

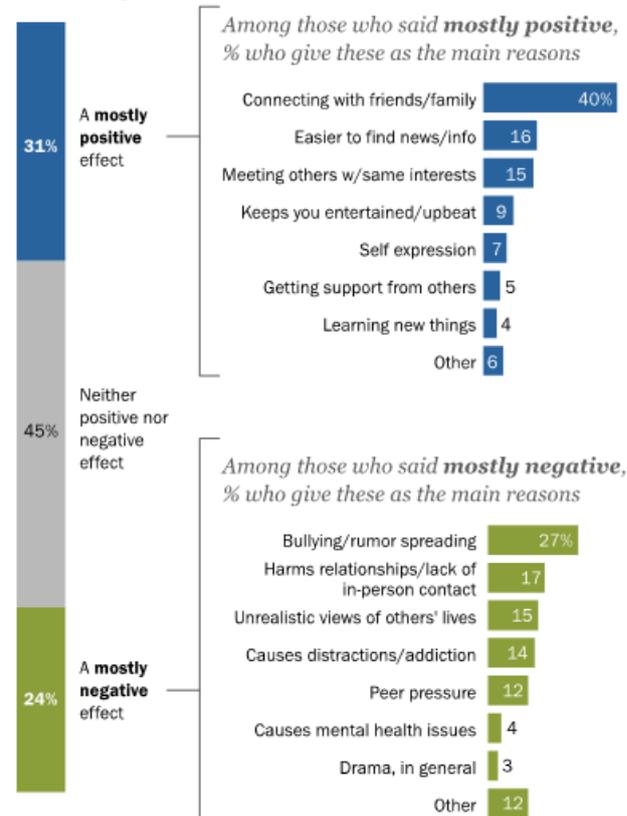
Auch in Bezug auf das Geschlecht, die Herkunft und die Ethnizität konnten Unterschiede in der Angebotspräferenz festgestellt werden. Laut dieser Studie ist die Bevorzugung von Snapchat durch Mädchen deutlich höher als durch Jungen (42 % vs. 29 %). 39 Prozent aller männlichen Befragten nannten YouTube in der Kategorie der beliebtesten Plattform, während nur 25 Prozent aller weiblichen Befragten diese Meinung teilten (vgl. Anderson / Jiang, 2018: 4).

In Bezug auf die Ethnizität konnte ein ‚Schwarz-Weiß-Gefälle‘ festgestellt werden. Dunkelhäutige Jugendliche gaben wesentlich häufiger als deren hellhäutige Altersgenossinnen und Altersgenossen an, dass Facebook ihre meistgenutzte Social-Media-Seite ist (26 % vs. 7 %). 41 Prozent aller befragten hellhäutigen Teenagerinnen und Teenager nannten Snapchat als zentrale Onlineplattform in ihrem Alltag (vgl. Anderson / Jiang, 2018: 4).

In Bezug auf die Auswirkungen der Nutzung von sozialen Medien waren sich die befragten Eltern und Jugendlichen nicht einig. Die Mehrheit konnte weder positive noch negative Nebeneffekte auf das eigene Leben im Offline-Bereich erkennen. Wie die nachfolgende Grafik zeigt, wurden als positive Merkmale die erleichterte Kontaktaufnahme mit Freundinnen bzw. Freunden und Familie und die Möglichkeit zur Informationsfindung genannt. Als negative Trends wurden das zunehmende Schikanieren, die Verbreitung von Gerüchten und der Verlust der Face-to-Face-Kommunikation mit anderen Menschen genannt (vgl. Anderson / Jiang, 2018: 4).

**Teens have mixed views on social media's effect on people their age; many say it helps them connect with others, some express concerns about bullying**

*% of U.S. teens who say social media has had \_\_\_ on people their own age*



Note: Respondents who did not give an answer are not shown. Verbatim responses have been coded into categories, and figures may add up to more than 100% because multiple responses were allowed.

Source: Survey conducted March 7-April 10, 2018. "Teens, Social Media & Technology 2018"

PEW RESEARCH CENTER

Abbildung 5. Die Vor- und Nachteile der Social-Media-Angebote

Zu den möglichen Auswirkungen auf das alltägliche Leben wurde bereits im Jahr 2015 ein Facebook- Experiment mit über 1000 dänischen Frauen und Männern durch das internationale Happiness Research Institute durchgeführt (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 2).

Das Forschungsvorhaben war klar definiert. Die Hälfte aller ausgewählten Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Experiments wurde dazu aufgefordert, eine Woche auf die Nutzung von Facebook zu verzichten. Um einen besseren

Überblick zu bekommen, wurde im Vorfeld der normale Nutzungsgrad im alltäglichen Leben anhand von Interviews und Fragebögen abgefragt. Rund 94 Prozent aller Teilnehmenden gaben an, dass Facebook zur eigenen täglichen Routine gehört. Bei über 78 Prozent betrug die Nutzungsdauer dreißig Minuten und länger pro Tag (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 3).

Das Hauptziel des Experiments war es, herauszufinden, inwiefern sich die Facebook-Nutzung auf das subjektive Wohlbefinden von Menschen auswirken kann. Im Vorfeld wurden alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebeten, ihr Leben hinsichtlich verschiedener Aspekte selbst zu evaluieren.

Nachdem die Kontrollgruppe eine Woche lang Facebook weiterhin normal genutzt hatte und die Versuchsgruppe auf die Nutzung im gleichen Zeitraum verzichten musste, wurden alle Frauen und Männer nochmals zu einer Evaluierung aufgerufen (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 4).

Als zentrales Ergebnis konnte nachgewiesen werden, dass sich nach nur einer Woche ohne Facebook-Nutzung ein wesentlich höheres Gefühl von Lebenszufriedenheit bei den Befragten einstellte (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 5).

All jene Probandinnen und Probanden, die auf Facebook verzichtet hatten, fühlten sich im Vergleich zur Kontrollgruppe wesentlich glücklicher und zugleich weniger traurig oder alleine (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 7).

Eine weitere positive Entwicklung konnte hinsichtlich des subjektiven Empfindens von Zufriedenheit mit dem sozialen Leben und dem Erleben von sozialen Kontakten festgestellt werden. Die Versuchsgruppe stellte eine eindeutige Zunahme ihrer sozialen Offline-Aktivitäten fest und war zugleich mit ihrem sozialen Lebensumfeld besser im Einklang (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 8).

Zusätzlich fühlten sich die Facebook- abstinente Testpersonen weniger gestresst und zugleich besser konzentriert bei ihren Alltagsangelegenheiten. In der Abschlussevaluierung gaben sie zudem an, weniger Zeit für unwichtige Dinge

in ihrem realen Leben verschwendet zu haben (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 9 – 11).

Facebook steigert zudem das Gefühl von Neid. Fünf von zehn Personen gaben an, dass sie Beiträge mit dem Hashtag ‚#AMAZING‘ neidisch auf die Erfahrung und Erlebnisse von anderen Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzern werden lässt. Immerhin eine bzw. einer von drei Befragten empfand ein Neidgefühl bei Fotos und Beiträgen, in denen andere Menschen glücklich aussehen oder den Hashtag ‚#HAPPY‘ verwendet hatten. Vier von zehn zeigten sich bei Posts zu individuellen Erfolgen neidisch (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 12).

Das Forscherteam entschlüsselte im Anschluss an das Experiment als Hauptmotiv für das vermehrte Gefühl des Unglücklichseins bei Facebook-Userinnen und Facebook-Usern die Tendenz, sich eher auf das zu konzentrieren, was andere haben, als auf das, was für sich selbst gebraucht wird (vgl. The Happiness Research Institute, 2015: 14).

In einer weiteren US-amerikanischen Studie aus dem Jahr 2018 des Pew Research Centers gab die Mehrheit der Social-Media-Nutzerinnen und Social-Media-Nutzer an, dass sie keine Schwierigkeiten hätten, die Nutzung von sozialen Medien und sozialen Netzwerken einzustellen (vgl. Smith / Anderson, 2018: 7).

Über 59 Prozent aller Befragten betonten, dass dies kein Problem darstellen würde, während es die restlichen rund 40 Prozent als schwer empfinden würden, die Nutzung von Social Media zu beenden. Hier konnte das Pew Research Center anhand eines Vergleiches mit einer älteren Studie aus dem Jahr 2014 einen deutlichen Zuwachs bei der Anzahl all jener Userinnen und User feststellen, die einen Ausstieg als harte und lebensentscheidende Entscheidung titulieren. Im Vergleich zur aktuellen Studie mit einem Wert von rund 40 Prozent zählten im Jahr 2014 nur 28 Prozent aller Befragten zu dieser Gruppe (vgl. Smith / Anderson, 2018: 7).

Das Studienergebnis brachte ebenfalls ein Altersgefälle zutage. Während in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen rund 51 Prozent angaben, dass das Beenden der Social-Media-Nutzung schwierig wäre, war es in der Alterskategorie der über 50-Jährigen nur ein Drittel (vgl. Smith / Anderson, 2018: 7).

Eine deutsche Studie, welche im Auftrag des Digitalverbandes *Bitkom* anhand einer repräsentativen Umfrage unter 1.212 Internetnutzerinnen und Internetnutzern ab dem vierzehnten Lebensjahr im Frühjahr 2018 durchgeführt wurde, zeigt ein ähnliches Bild. Als Hauptnutzungsgründe werden die private und berufliche Kontaktpflege, das Versenden von Live-Videos und das Teilen von Fotos genannt. Rund 38 Prozent aller befragten Frauen und Männer gaben an, dass ein Leben ohne Social Media kaum mehr vorstellbar sei (vgl. Bitkom Research, 2018: 11).

Die Studie konnte hier ebenfalls altersspezifische Unterschiede zeigen. In der Altersklasse der 14- bis 29-Jährigen gaben rund 49 Prozent – also nahezu jede zweite Testperson – an, dass Social Media unabdingbar in ihrem Leben ist (vgl. Bitkom Research, 2018: 11).

Das durchschnittliche Alter der Netzwerk-Nutzerinnen und Netzwerk-Nutzer ist innerhalb weniger Jahre um ein Vielfaches gestiegen. Während sich früher vermehrt Jugendliche auf sozialen Seiten und Apps bewegt haben, sind heute bereits neun von zehn Internetnutzerinnen und Internetnutzer Teil von verschiedenen Altersspektren (vgl. Bitkom Research, 2018: 2).

Die durchschnittliche Anzahl von verwendeten Social-Media-Diensten liegt mittlerweile bei rund drei. In der Alterskategorie der 14- bis 29-Jährigen sind es im Schnitt fünf soziale Netzwerke (vgl. Bitkom Research, 2018: 3).

Zu den meistgenutzten Social-Media-Diensten, Netzwerken und Apps zählen in dieser Studie klar Facebook, YouTube und Instagram. Im erweiterten Favoritenkreis befinden sich zudem Pinterest, Twitter und Snapchat (vgl. Bitkom Research, 2018: 4).

In einer weiteren Fragestellung zeigte sich ebenfalls eine altersspezifische Unterscheidung. Die digitale Kluft zwischen Jung und Alt variierte erheblich

innerhalb der verschiedenen Antwortmöglichkeiten. Während die meisten Befragten Facebook und YouTube kannten, waren es im Fall von Snapchat rund 43 Prozent der 14- bis 29-Jährigen und 10 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen. Innerhalb der Gruppe der über 50-Jährigen gaben dies nur mehr rund 2 Prozent an (vgl. Bitkom Research, 2018: 5).

Jene befragten Frauen und Männer, die angaben, keine sozialen Netzwerke zu nutzen, nannten als dahingehende Hauptmotive den fehlenden Sinn beziehungsweise Nutzen für ihr eigenes Leben. Als zweithäufigster Grund wurde das Internet als Raum, in welchem keine Informationen über die eigene Person preisgegeben werden möchten, angeführt. Rund 36 Prozent aller Social-Media-Abstinenten räumten Sorgen bezüglich der Datensicherheit und des Datenschutzes ein, während über 20 Prozent Zeitknappheit als Grund gegen einen Social-Media-Account nannten (vgl. Bitkom Research, 2018: 6).

Brisante Erkenntnisse lieferten die Fragestellungen hinsichtlich der Zukunft von virtuellen Freundschaften und virtuellen Netzwerken. Rund ein Drittel der Befragten nannte Virtual Reality als zukunftsweisende Möglichkeit, um sich in wenigen Jahren mit realen Freunden mithilfe von Virtual-Reality-Brillen in virtuellen Umgebungen treffen zu können (vgl. Bitkom Research, 2018: 13).

Auf Grundlage des Forschungsstandes und durch den Untersuchungsgegenstand selbst ergeben sich folgende Forschungsfragen:

**FF 1: Wie wird die Plattform Facebook von österreichischen Nutzerinnen und Nutzern aktuell verwendet?**

- a) Angebotspräferenzen**
- b) Unterschiedliche Nutzungsmuster bei Facebook, Instagram, WhatsApp und Snapchat**

**FF 2: Welche Indikatoren sehen Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer für persönliche und virtuelle Freundschaften – welche Konzepte und Typen sind erkennbar?**

**FF 3: Inwiefern existieren Unterschiede in der Bedürfnisbefriedigung durch die Nutzung von sozialen Onlineplattformen im Vergleich zu interpersoneller Kommunikation?**

**FF4: Inwiefern existieren unterschiedliche Lebenszusammenhänge der befragten Nutzerinnen und Nutzer und welche Rollen spielen diese für das individuelle Freundschaftsverständnis?**

**FF5: Inwiefern existieren altersbedingte Unterschiede bei den Definitionen von Medienkompetenz und eines vernünftigen Gebrauchs von sozialen Medien?**

### **3 Empirische Untersuchung**

In diesem Kapitel wird die verwendete Erhebungsmethode vorgestellt und kurz aus wissenschaftlicher Sicht begründet. Im Anschluss an das Unterkapitel der Methodenwahl und Begründung folgt eine genaue Beschreibung der konkreten Herangehensweise. Dabei werden sowohl der Prozess der Datenerhebung und der Rekrutierung von Teilnehmerinnen und Teilnehmern, als auch die Zusammenstellung des Interviewfragebogens und der Datenauswertung näher beleuchtet.

In einem abschließenden Unterkapitel dieses Abschnittes erfolgt eine detaillierte Auswertung der gesammelten Daten und eine ausführliche Interpretation derselbigen.

#### **3.1 Methodenwahl und Begründung**

Zur Beantwortung der ausgewählten Forschungsfragen wird eine empirische Untersuchung durchgeführt. In dieser Magisterarbeit wird das qualitative und hypothesengenerierende Gruppeninterviewverfahren, konkret Fokusgruppen, Verwendung finden (vgl. Misoch, 2015: 65).

##### **3.1.1 Das Fokusgruppeninterview**

Ursprünglich in den USA von Merton, Fiske und Kendall im Jahr 1956 als Methode für die Analyse von Propagandawirkungen entwickelt, werden unter dem Sammelbegriff Fokusgruppen alle Gruppenverfahren verstanden, die anhand einer moderierten und fokussierten Diskussion leitfadenbasiert und zeitlich begrenzt erfolgen (vgl. Misoch, 2015: 139).

Häufig werden die Begriffe der Gruppendiskussion und des Fokusgruppeninterviews synonym verwendet. (vgl. Mayerhofer, 2009: 479). Bohnsack und Przyborski identifizieren hier allerdings sowohl Unterschiede in der Entstehungsgeschichte und des Entstehungszeitraumes (vgl. Bohnsack /

Przyborski, 2009: 493) als auch in der unterschiedlichen Rolle der Moderatorinnen und Moderatoren (vgl. Bohnsack / Przyborski, 2009: 498).

Während Fokusgruppen in den USA entworfen wurden, stammt das moderne Gruppendiskussionsverfahren aus dem deutschen Raum und wurde von Ralph Bohnsack im Jahr 1989 entwickelt. Zwar gibt es bereits Aufzeichnungen von Anfang der 1950er-Jahre, als erste sogenannte Gruppendiskussionen im Rahmen der Erforschung von politischem Bewusstsein im Nachkriegsdeutschland unter der Leitung von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer in Frankfurt durchgeführt wurden, jedoch geriet die Methode in den nachfolgenden Jahren zunehmend in Vergessenheit (vgl. Bohnsack / Przyborski, 2009: 493-495).

Erst durch die Weiterentwicklung und Adaptierung durch Ralph Bohnsack gelang ein Wiedererstarken dieser Methode. Diese Anpassung des Gruppendiskussionsverfahrens an moderne Forschungsmethoden sorgte zugleich für die weitere Abgrenzung zu den in den USA entwickelten Fokusgruppen (vgl. Bohnsack / Przyborski: 2009: 495-498).

Die Rolle der Moderatorin oder des Moderators in der eigentlichen Diskussionssituation wird im Rahmen der Fokusgruppenmethode um ein Vielfaches mehr betont als im deutschen Gruppendiskussionsverfahren. Während die Moderatorin oder der Moderator bei Fokusgruppeninterviews leitend und führend einwirken soll, achtet die Diskussionsleitung der Gruppendiskussionsmethode schlichtweg auf die Initiierung und die Selbstläufigkeit des Gesprächs (vgl. Bohnsack / Przyborski, 2009: 498).

Zusammengefasst bedeutet dies also, dass bei Fokusgruppen die befragte Gruppierung zielführend geleitet wird, während Diskussionsgruppen selbstleitend zu eigenen Prinzipien finden sollen (vgl. Bohnsack / Przyborski, 2009: 498).

Entscheidend bei der Durchführung von Fokusgruppen ist, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ausgehend von einem eingesetzten Stimulus bezüglich eines bestimmten Themas innerhalb der Diskussion interagieren.

Wesentlich ist dabei die Teilnehmerauswahl anhand gesetzter Kriterien und die Themenstellung durch die forschende Person. Die durch das Gruppenverfahren entstehenden Gruppeninteraktionen sind datengenerierend und stellen somit die Basis der nachfolgenden Auswertung dar (vgl. Misoch, 2015: 139).

Im Rahmen dieser Forschungsmethode können Meinungen und Einstellungen zu einem bestimmten und vorgegebenen Thema von einer begrenzten Anzahl teilnehmender Personen erhoben werden. Dabei können sowohl ein gezielter Informationsinput, als auch Bild- oder Filmmaterial als Stimulus eingesetzt werden (vgl. Misoch, 2015: 139).

Häufig werden Fokusgruppeninterviews in der Marktforschung für die Erkennung und genauere Definition von Forschungsproblemen, die Entwicklung von Messansätzen oder die Generierung von Hypothesen eingesetzt (vgl. Mayerhofer, 2009: 479).

Die Nützlichkeit besteht auch in der Entschlüsselung und Identifizierung von Einflussfaktoren und der Gewinnung von tieferen Erkenntnissen innerhalb der gesetzten Forschungsthematik (vgl. Mayerhofer, 2009: 480).

Bei dieser Erhebungsmethode wird die entstehende Kommunikation zwischen den Fokusgruppen-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern nicht nur als Mittel zur Datensammlung angesehen. Vielmehr ist auch die kommunikative Interaktion selbst ein essentieller Punkt bei der Beurteilung und Formulierung von Rückschlüssen, da innerhalb der durch einen Moderator geleiteten Diskussion die diskutierenden Personen ihre Meinungen und Positionen gegenüber den anderen Teilnehmenden wiederkehrend verteidigen und begründen müssen (vgl. Misoch, 2015: 140).

Als entscheidender Unterschied zu anderen Gruppierungen handelt es sich bei Fokusgruppen um fokussierte Gruppendiskussionen, die mit dem Ziel der Datenerhebung durchgeführt werden. Im Gegensatz zu anderen Diskussionsmethoden sind sie leitfadenorientiert, moderiert und lassen Interaktion zwischen den Akteurinnen und Akteuren zu beziehungsweise befördern diese (vgl. Misoch, 2015: 140).

Dementsprechend bedeutend erscheinen die Faktoren der Teilnehmerinnen- und Teilnehmerstruktur, die Rolle der Moderatorin oder des Moderators und die Auswertung der Ergebnisse (vgl. Mayerhofer, 2009: 481).

In der Durchführung selbst ist zu beachten, dass die Gruppen aus ca. 6-10 Personen bestehen sollten und die Moderatorin oder der Moderator selbst eine aktive Rolle einnimmt. Auf Basis eines vorab ausgearbeiteten Leitfadens soll eine circa ein- bis zweistündige Fokusgruppendifkussion erfolgen (vgl. Misoch, 2015: 140).

Umgelegt auf das konkrete Forschungsthema zeigt sich der Einsatz von Fokusgruppen als geeignet, da dadurch eine vergleichsweise tiefgründige Meinungsvielfalt zum gewählten Themenbereich erkennbar wird. Zusätzlich können medial vermittelte Inhalte und Prozesse näher beleuchtet werden (vgl. Misoch, 2015: 141).

Aufgrund der im Verhältnis zu anderen Methoden eher kleinen Personengruppe (6-10) werden die Teilnehmenden bewusst ausgewählt und zur Partizipation eingeladen. Dabei sind grundsätzliche thematische Eignungen und Elemente der Grundgesamtheit wie beispielsweise Geschlecht oder Wohnort als Auswahlkriterien einsetzbar (vgl. Misoch, 2015: 142).

Je nach Forschungsinteresse können Realgruppen oder künstliche Gruppen gebildet werden. Der Durchführungsprozess selbst gliedert sich in die Vorbereitungsphase, die Durchführungsphase und die Auswertungsphase. In Ersterer werden zunächst die zu erforschenden Probleme definiert, bevor die Festlegung der zu befragenden Gruppe erfolgt. Zumeist sind diese in sich homogene, künstliche Gruppierungen zu je 6-10 Personen. Um eine Vergleichbarkeit der Daten zu erzielen, wird in größeren Forschungsprojekten eine Anzahl von 3-5 verschiedenen Fokusgruppen innerhalb eines Forschungsbereiches empfohlen (vgl. Misoch, 2015: 143).

Bei der Zusammenstellung einzelner Fokusgruppen kann zwischen homogenen und heterogenen Gruppierungen unterschieden werden. Häufig wird eine Homogenität der demographischen Merkmale von Diskussionsteilnehmerinnen

und Diskussionsteilnehmern empfohlen. Gemeinsamkeiten wie beispielsweise dasselbe Geschlecht oder Alter, aber auch die Bildung und der Familienstand können ein angenehmes und somit produktives Diskussionsklima fördern (vgl. Mayerhofer, 2009: 482).

Viele Forscherinnen und Forscher raten daher zu Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit ähnlichem sozialem Status. Homogene Gruppierungen laufen zugleich Gefahr, zu wenige gruppenspezifische Effekte hervorzurufen und wenig Vielfalt unter den vorhandenen Meinungen zu generieren (vgl. Mayerhofer, 2009: 482).

Aus diesem Grund ist ein gewisses Maß an Heterogenität bei Fokusgruppenteilnehmerinnen und -teilnehmern förderlich. Entscheidend dabei ist, dass sich die beteiligten Frauen und Männer trotz der Verschiedenheit der demographischen und sozialen Merkmale wohlfühlen. Daher ist die Balance zwischen Homo- und Heterogenität entscheidend. Dieser Umstand und die Schaffung von positiven Rahmenbedingungen liegen in den Händen der Moderatorin oder des Moderators (vgl. Mayerhofer, 2009: 482).

Bestimmte Gruppengrößen bieten entsprechende Vor- und Nachteile. In kleineren Gruppen besteht die Gefahr der Dominanz einer einzelnen teilnehmenden Person. In größeren Gruppierungen kommen häufig einzelne Teilnehmerinnen oder Teilnehmer zu wenig zu Wort oder finden nicht hinreichend Beachtung (vgl. Mayerhofer, 2009: 481).

Nach diesen Vorarbeiten erfolgen die Leitfadenerstellung und die Stimulus-Auswahl. Der Leitfaden selbst kann entweder stichwortartig oder offen und flexibel sein. Zudem können konkret vorformulierte Fragen enthalten sein. Bei der Stimulus-Auswahl ist darauf zu achten, dass dieser einen anregenden Diskussionsbeginn ermöglicht. Vor der tatsächlichen Durchführung der Fokusgruppensitzung erfolgt ein Pretest, der den Leitfaden und das ausgewählte Stimulus-Material auf deren Funktionstauglichkeit in der Praxis testen soll (vgl. Misoch, 2015: 144-145).

Bei der anschließend durchzuführenden Rekrutierung der teilnehmenden Personen ist darauf zu achten, dass die Teilnahmebereitschaft im Vergleich zu anderen Forschungsmethoden wie beispielsweise Online-Fragebögen grundsätzlich gering ist. Aus diesem Grund muss sichergestellt werden, dass im Vorfeld genügend potentielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer angesprochen werden. Ein gewisses Maß an Überrekrutierung erscheint vor diesem Hintergrund als sinnvoll (vgl. Misoch, 2015: 148). Verschiedene Studienergebnisse gehen von einer Ausfallquote zwischen 10 und 15 Prozent im Rekrutierungsprozess aus (vgl. Mayerhofer, 2009: 481).

Bei der Auswahl der teilnehmenden Personen wird häufig ein Screening erhoben, um anhand gezielter demographischer und psychographischer Merkmale für die Thematik geeignete Frauen und Männer auszuwählen. Oftmals wird in der Marktforschung auch eine finanzielle Vergütung des Zeitaufwandes angeboten (vgl. Mayerhofer, 2009: 481).

Die Kontaktaufnahme zu den potentiellen Teilnehmerinnen und Teilnehmern kann dabei entweder telefonisch, persönlich, per Post oder via Internet erfolgen (vgl. Mayerhofer, 2009: 481).

Für die Durchführung ist ein möglichst neutraler Diskussionsort zu wählen, der Störungen von außen verhindern soll (vgl. Misoch, 2015: 145). Die tatsächliche Dauer eines Fokusgruppeninterviews richtet sich grundsätzlich nach der Zielgruppe. Im Durchschnitt sollten dafür zwischen einer und drei Stunden eingeplant werden (vgl. Mayerhofer, 2009: 481).

Entscheidend für eine erfolgreiche Durchführung sind außerdem die Größe des Raumes und eine zielführende Präsentation des Stimulus-Materials. Es sollte stets auf eine entspannte und offene Diskussionsatmosphäre geachtet werden. Um das gesammelte Datenmaterial in geeigneter Form bearbeiten zu können, werden die Fokusgruppen-Diskussionen unter Voraussetzung des vorher eingeholten Einverständnisses der Teilnehmerinnen und Teilnehmer aufgezeichnet. Dadurch können besondere Ereignisse wie beispielsweise Wortgefechte später nochmals reflektiert werden (vgl. Misoch, 2015: 145-146).

Für einen erfolgreichen Ablauf des Gesprächs sind grundsätzliche Rahmenbedingungen zu erfüllen, die das Entfalten einer gruppenspezifischen Eigenstrukturiertheit ermöglichen. Dementsprechend bestimmt die Gruppe ihre Themen grundsätzlich selbst. Nicht thematisierte Themenblöcke sollten deshalb erst in späteren Phasen der Fokusgruppeninterviews durch die Moderation angesprochen werden (vgl. Bohnsack/ Przyborski, 2009: 499).

Zusammenfassend handelt es sich bei Fokusgruppen um eine zeit- und ressourcenschonende Methode der qualitativen Datenerhebung, die es ermöglicht, vielzählige verschiedene Meinungen zum gleichen Zeitpunkt zu sammeln (vgl. Misoch, 2015: 148). Im Laufe der Diskussion zeigen sich unterschiedliche Positionen zum gewählten Themenbereich, wodurch spezielle Hintergründe erkennbar werden.

Die gegenseitige Motivation der Teilnehmerinnen und Teilnehmer hilft, in kurzer Zeit ein vergleichsweise breites Meinungsbild zu erheben, wodurch im Anschluss an die erfolgte Datenauswertung Hypothesen generiert werden können.

Ein weiterer Vorteil ist, dass Fokusgruppen häufig reichhaltigere und tiefgründigere Ergebnisse als vergleichbare Erhebungsmethoden erzielen. Um diesen Pluspunkt nutzen zu können, ist allerdings die Gruppensituation entscheidend. In Gruppensituationen kann es jedoch passieren, dass sich einzelne Teilnehmerinnen oder Teilnehmer in den Vordergrund spielen. Hier ist es von zentraler Bedeutung, dass die Moderatorin oder der Moderator versucht, die anderen teilnehmenden Personen zur verstärkten Diskussion aufzufordern (vgl. Misoch, 2015: 149).

### **3.1.2 Datenerhebung**

Der Schwerpunkt der Datenerhebung bei Fokusgruppeninterviews sollte stets im Generieren von Ideen liegen. Nachdem eben nicht die Beurteilung dieser Ideen im Vordergrund steht, werden die Ergebnisse der Diskussionen nicht anhand von Häufigkeiten oder anderen quantitativen Werten ausgewiesen (vgl. Mayerhofer, 2009: 483).

Der Interviewleitfaden soll ein spezielles Augenmerk auf Diskussionsstränge legen, die nach Beschreibungsmustern für den Begriff der ‚Freundschaft‘ fragen. Dabei geht es darum, den Charakter von Freundschaften zu beschreiben und Indikatoren für ‚Freundschaft‘ zu identifizieren. Außen vor gelassen werden soll die Struktur des Angebots von Plattformen. Vielmehr sollen die Bedeutungszuschreibungen des Themenbegriffs der virtuellen Freundschaft im Vergleich zu jenen der persönlichen Freundschaft besprochen werden. Dabei soll konkret gefragt werden, was der virtuelle Freundschaftsbegriff für die befragten Fokusgruppen bedeutet und worin die Kompetenz im Umgang mit den Plattformen aktuell liegt.

Es soll zudem herausgefiltert werden, wie die Menschen das Angebot der Social-Media-Kanäle nutzen und warum. Zur Beantwortung der Forschungsfragen soll des Weiteren herausgefunden werden, welche Erfahrungen die Zielgruppe durch die Nutzung der sozialen Plattformdienste macht. Hierfür soll aufgedeckt werden, welche Beziehungsmuster-, Täuschungsmuster oder Emotionen in diesem Zusammenhang auftauchen.

Durch die Erkenntnisse der durchgeführten Interviews sollen Indikatoren für Freundschaftskonzepte gefunden und Rückschlüsse auf den sozialen Wandel, insbesondere in Bezug auf die Familie, die Gesellschaft und die Kommunikation gezogen werden.

Zur Vervollständigung der gesammelten Daten werden jeweils am Ende der Fokusgruppeninterviews kurze demographische Fragebögen ausgeteilt, die neben Informationen zum Alter und zum Bildungsniveau auch Erkenntnisse zum familiären Stand und Wohnumfeld der Teilnehmerinnen und Teilnehmer liefern.

Als Prinzipien für die Durchführung der Fokusgruppeninterviews werden die Handlungsanweisungen für die Leitung von Gruppendiskussionen von Ralph Bohnsack (vgl. Bohnsack/ Przyborski, 2009: 499-450) herangezogen. Diese lauten zusammengefasst wie folgt:

- Interventionen und Fragen durch die Diskussionsleitung sind stets an die gesamte Gruppe zu adressieren. Direkte Beeinflussungen von

Redebeitragsverteilungen können dadurch in einem gewissen Rahmen vermieden werden.

- Die Diskussionsleitung sollte stets darauf achten, Fragen vorzuschlagen und keine Formulierungen zu verwenden, in denen ein Antwortverhalten bereits impliziert ist.
- Fragestellungen sollten bewusst vage formuliert werden. Die Erforschten werden so dazu aufgefordert, möglichst ausführliche und detaillierte Darstellungen abzugeben, um so die Unkenntnis des Forschenden auszugleichen. Zugleich wird dadurch Respekt gegenüber der Erfahrungswelt und der milieuspezifischen Fremdheit bekundet.
- Das Nachfragen und Intervenieren in der Verteilung der Redebeiträge sollte erst nach einer längeren Pause erfolgen.
  - Anmerkung: Hierbei unterscheidet Bohnsack zwischen Gruppendiskussionen und Fokusgruppen, bei welchen im Regelfall gezielt Redebeiträge und Redezeiten verteilt und zugeteilt werden. Aufgrund der höheren Eigendynamik wird sich diese Magisterarbeit in diesem Arbeitsschritt an der Vorgangsweise von Ralph Bohnsack orientieren. Die Moderation wird zwar wie bei Fokusgruppen gefordert, aktiver als in Gruppendiskussionen erfolgen, jedoch nur insofern, als dass die Moderatorin vermehrt themenspezifisch nachfragt und Stockungen sowie Verzögerungen durch bewusstes Aufrechterhalten der Diskussion vermeidet.
- Das Ziel der Fokusgruppeninterviews sollte stets die Einholung detaillierter Beschreibungen oder Erzählungen vonseiten der Erforschten sein. Um dies zu ermöglichen, können bewusste Fragereihungen vorgenommen oder Fragestellungen wie folgt formuliert werden:  
„Beschreiben Sie doch mal ...“  
„Könnt ihr mir erzählen, wie ihr das erlebt habt ...?“

- Nachfragen sollten stets zu bereits angesprochenen Themen erfolgen. Dies bedeutet, dass ein immanentes Nachfragen gegenüber einem exmanenten, also auf die Initiierung neuer Themenbereiche gerichtetes Intervenieren bevorzugt wird.

Die qualitativen Daten, welche als Ergebnisse im Rahmen der durchgeführten Interview-Fragen ermittelt werden konnten, werden anhand der dokumentarischen Methode von Ralph Bohnsack ausgewertet (vgl. Bohnsack, 2009: 319-330).

### **3.1.3 Rekrutierungsprozess**

Die Rekrutierung der Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer erfolgte anhand eines ‚Schneeball-Prinzips‘. Alle zuvor angeführten Studien der vergangenen Jahre (siehe Forschungsstand) konnten altersspezifische Differenzen im Nutzungsverhalten im Kontext von sozialen Netzwerken bei Frauen und Männern bereits in ausreichendem Maße feststellen.

Aufgrund dieser gründlich erforschten Alterssignifikanz wird sich diese Magisterarbeit mit einer Unterscheidung zwischen Studentinnen und Studenten sowie Berufstätigen befassen. Hierdurch können zwei Gruppierungen miteinander verglichen werden, die sich nicht nur aufgrund ihrer Ausbildung beziehungsweise ihrer Arbeit in zwei verschiedenen Lebensabschnitten befinden, sondern auch hinsichtlich ihrer familiären Situation und ihres Einkommens hinreichend unterschiedlich sind. Es soll dadurch ermöglicht werden, die potentiellen Auswirkungen der verschiedenen Lebenszusammenhänge auf die Beschreibung der individuellen Freundschaftstypen aufzuzeigen.

Nachdem es sich gerade in der Vorweihnachtszeit als beschwerlich herausstellte, genügend interessierte Frauen und Männer für zwei Fokusgruppen

zu gewinnen, musste auf die Rekrutierungshilfe durch den Freundes- und Bekanntenkreis zurückgegriffen werden. Im Vorfeld erfolgte eine kleine Projektbeschreibung und ein damit verbundener Aufruf zur Teilnahme an einem der beiden Fokusgruppeninterviews.

Eine Reitkollegin konnte in ihrem Freundes- und Kommilitonenkreis gleich eine komplette Gruppe von Studentinnen und Studenten im Alter zwischen 19 und 27 Jahren finden, die sich unmittelbar bereitklärten, an der empirischen Untersuchung teilzunehmen. Um auch das nicht universitäre Lebensumfeld beleuchten zu können, wurden in der zweiten Gruppe gezielt berufstätige Frauen und Männer mit und ohne akademischen Abschluss im Alter zwischen 27 und 35 Jahren rekrutiert.

Voraussetzung für die Teilnahme an einer der beiden Diskussionsgruppen war neben einem aktiven Studium beziehungsweise einer momentanen Berufstätigkeit die Nutzung von zumindest einem sozialen Medium.

#### **3.1.4 Interviewleitfaden**

Für die Erstellung des Interviewleitfadens wurden unter Berücksichtigung des theoretischen Hintergrundes und des Forschungsstandes fünf zentrale Rahmenthemengebiete ausgewählt, die die Beantwortung der Forschungsfragen ermöglichen sollten.

Um einen bestmöglichen Vergleich zwischen den beiden verschiedenen Fokusgruppen zu ermöglichen, wurde gezielt derselbe Interviewleitfaden bei beiden Diskussionen eingesetzt.

Zunächst wurde nach einer kurzen Projekteinführung und Vorstellung der Diskussionsleiterin ein einleitender Themenblock in Form von Fragen zur Auswahl von Social-Media-Angeboten, der Angebotspräferenz und den damit zusammenhängenden Gründen platziert. Explizit ins Blickfeld sollten die Nutzungsmotive der Userinnen und User gerückt werden.

Als zweites Themengebiet folgten Fragen zu Freundschaften. Dabei wurde zunächst nach individuellen Definitionen von Freundschaftstypen gefragt.

Anschließend wurden Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den einzelnen Teilnehmerinnen und Teilnehmern erfragt. Hier wurde vor allem versucht, die Gründe für unterschiedliche Antworten und Meinungen herauszufiltern.

Im dritten Themenblock wurden gezielt virtuelle Freundschaften näher hinterfragt. Die befragten Personen sollten versuchen, zu erläutern, inwiefern sie virtuelle Freundschaftstypen ausleben und wie sie diese im Verhältnis zu Offline-Freundschaften im realen Leben einschätzen.

Im nachfolgenden vierten Themengebiet waren Fragen zu spezifischen Social-Media-Problemen wie beispielsweise Hasspostings oder öffentlichen Mitleidsbekundungen vorgesehen.

Der fünfte und abschließende Themenblock widmete sich der Frage nach dem sinnvollen und vernünftigen Social-Media-Gebrauch. Dabei wurden die Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer auch gefragt, ob und welche Inhalte und Kenntnisse Kindern und Jugendlichen vermittelt werden sollten, um einen sicheren und effizienten Mediengebrauch zu ermöglichen.

### **3.1.5 Ablauf der Fokusgruppeninterviews**

Um den Ablauf der qualitativen Datenerhebung möglichst nachvollziehbar zu gestalten, werden im Folgenden die dahingehenden Prozesse dargestellt.

Im Rahmen dieser Masterarbeit wurden zwei verschiedene Fokusgruppeninterviews mit jeweils sieben Teilnehmerinnen und Teilnehmern geplant. Um der Forderung nach kollektiven Sinnmustern nachkommen zu können, handelte es sich bei beiden Fokusgruppen um natürliche Gruppen.

Die audiotekhnische Aufzeichnung erfolgte nach dem vorherigen Einverständnis durch die Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer mithilfe eines digitalen Aufnahmegeräts. Zur Verminderung des Risikos von technischen Problemen erfolgte zusätzlich eine zweite Tonaufnahme mittels Handys. Allen befragten Frauen und Männern wurde zudem bereits im Vorfeld versichert, dass

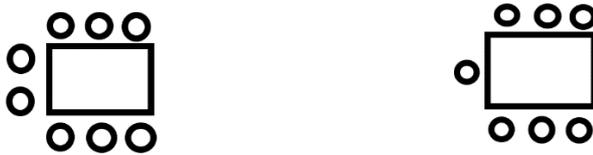
ihre personenbezogenen Informationen lediglich im Rahmen dieser Masterarbeit verwendet und soweit möglich anonymisiert werden.

Der Ablauf beider Fokusgruppeninterviews war im Großen und Ganzen identisch. Die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Berufstätigen-Gruppe änderte sich kurzfristig, da eine Teilnehmerin eine Stunde vor Durchführung des Gesprächs aufgrund von Erkrankung absagen musste. Der Interviewleitfaden wurde gezielt sehr offen gestaltet und thematisch grob vorformuliert, um individuelle Schwerpunkte setzen zu können. Er wurde für beide Gruppen eingesetzt, lediglich die durch die Teilnehmenden selbst aufgeworfenen Themen ließen den Ablauf gruppenspezifisch variieren.

Ein weiterer Unterschied zwischen den beiden Fokusgruppeninterviews war der Ort der Durchführung. Die Studentinnen und Studenten ersuchten aufgrund ihres knappen Zeitbudgets um einen universitätsnahen Ort. Aufgrund dieses Wunsches wurde mithilfe einer Freundin ein Alumni-Raum der Medizinischen Universität Wien im AKH Wien reserviert. Die Gruppe der Berufstätigen wurde aufgrund der günstigen Lage und der verkehrstechnischen Anbindung in einem separaten Raum des Offizierskasinos der Garde Wien interviewt.

Aufgrund der Unkenntnis der Gegebenheiten und um mögliche Störfaktoren von vornherein zu vermeiden, hat sich die Autorin einige Minuten vor dem vereinbarten Zeitpunkt am jeweiligen Ort eingefunden und sich mit den Räumlichkeiten vertraut gemacht.

Die Sitzordnung der beiden Fokusgruppen wurde jeweils geringfügig an die Raumsituation angepasst. In der folgenden Abbildung ist auf der linken Seite die Sitzplatzzuteilung für die erste Fokusgruppe (,FG I' – Studentinnen und Studenten) zu sehen, auf der rechten Seite jene der zweiten Fokusgruppe (,FG II' – Berufstätige):



*Abbildung 5.* Sitzordnung der FG I Studentinnen/Studenten (links) und FG II Berufstätige (rechts).

Die Vorbereitungszeit wurde zudem dafür genutzt, Wasserkrüge und Gläser vorzubereiten. Nach dem Eintreffen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurde diesen noch vor Beginn der Fokusgruppeninterviews Kaffee und Tee angeboten. Während dieser kleinen Aufwärmphase wurde nochmals das Forschungsvorhaben erläutert und anschaulich erklärt.

Da keiner der Teilnehmenden bislang je an einer derartigen Diskussion teilgenommen hatte, wurden ihnen einige Anhaltspunkte bezüglich der Vorgangsweise erklärt. Dabei wurde gezielt der aktive und möglichst selbstständige Ablauf betont. Nochmals wurden die absolute Diskretion und weitgehende Anonymisierung der einzelnen Daten zugesichert.

Nach dieser Einleitung wurde das Aufnahmegerät gestartet und die Diskussion mit einer kurzen Vorstellung der Autorin und einer ersten, bewusst sehr allgemein gewählten Einstiegsfrage zu den Nutzergewohnheiten bei sozialen Netzwerken und Appdiensten, dem Ausmaß der Nutzung und den Gründen für die Bevorzugung einzelner Angebote begonnen.

Gerade die Gruppe FG I der Studentinnen und Studenten benötigte mehrmals aktiven Input vonseiten der Autorin, um den Redefluss und den

Diskussionsverlauf am Leben zu erhalten. Die Gruppe der etwas älteren Berufstätigen FG II hatte mit dem gegenseitigen Austausch von Gedanken und Meinungen weitaus weniger Probleme und so wurde hier seitens der Moderatorin weniger häufig richtungsweisend eingegriffen.

Nachdem die weiteren Fragestellungen zu virtuellen und realen Freundschaften und den Unterschieden zwischen computervermittelter und Face-to-Face-Kommunikation weitestgehend beantwortet waren, wurde eine zukunftsorientierte Frage an das Ende der Diskussion gesetzt. Hierbei sollten die Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer für sich selbst einen vernünftigen Medien- und Social-Media-Gebrauch definieren und sich überlegen, wie sie ihren eigenen Kindern in der Zukunft einen sinnstiftenden Umgang beibringen oder vermitteln würden. Dabei wurde aktiv hinterfragt, ob Schulungen oder Verbote das Mittel der Wahl seien.

Nach Beendigung der Fokusgruppeninterviews konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein Feedback abgeben und füllten auf einzeln ausgehändigten Datenblättern kurze soziodemographische Fragen zu Alter, Geschlecht, Herkunft, Wohnort und höchstem Bildungsabschluss der eigenen Person aus. Im Anschluss daran bedankte sich die Autorin für die Motivation und die Teilnahme.

Nach der Durchführung der Diskussionsrunden erfolgte die vollständige Transkription des Audiomaterials und die Auswertung.

### **3.1.6 Datenauswertung**

Da qualitative Forschung grundsätzlich persönlich beeinflusste Forschung ist, ist für die Interpretation von Ergebnissen zu beachten, dass diese von subjektivem Vor- und Hintergrundwissen sowie bestimmten persönlichen Werten geprägt ist (vgl. Mayerhofer, 2009: 483).

Die Auswertung selbst erfolgt meist anhand einer dreistufigen Vorgehensweise. Nach dem Transkribieren der audio- oder videotecnischen Aufzeichnungen erfolgt die eigenständige Codierung der Aussagen und im Anschluss die Analyse

der Kernaussagen. Im Fokus liegt die Herausarbeitung von potentiellen Hypothesen und Hintergründen (vgl. Mayerhofer, 2009: 483).

In der Auswertung selbst sollte stets der Gesamtkontext berücksichtigt werden, wodurch eine Trennung zwischen Ansichten und Meinungen vermieden werden sollte (vgl. Mayerhofer, 2009: 483).

Die beiden in dieser Magisterarbeit vorgestellten Fokusgruppeninterviews werden anhand der dokumentarischen Methode nach Ralph Bohnsack (vgl. u. a. Bohnsack, 2009: 325) ausgewertet. Der Ablauf dieser Auswertungsmethode wird im Folgenden kurz erläutert.

Als erster Arbeitsschritt wird eine formulierende Interpretation vorgenommen. Hierfür werden die expliziten und somit wörtlichen Aussagen der Erforschten wiedergegeben. Die thematische Gliederung und die Entschlüsselung der thematischen Struktur des Textes bilden den Anfang dieses ersten Schrittes, welcher sich der grundlegenden Textinterpretation widmet. Die formulierende Interpretation geht der Frage nach, *was* mitgeteilt wurde (vgl. Bohnsack, 2009: 325).

Im Anschluss folgt die reflektierende Interpretation. Sie ist zugleich der erste Schritt der Textauswertung. Hierbei wird gezielt nach thematisch gleichen, also homologen Reihen von Anschlussäußerungen gesucht. Als übergeordneter Gesichtspunkt gilt dabei die Frage nach dem *wie*, also nach der Art und Weise des Gesagten oder der Verknüpfung eines möglichen Orientierungsrahmens (vgl. Bohnsack, 2009: 325-326).

Zentraler Punkt ist hierbei die Rekonstruktion von Orientierungsmustern, um so einen Zugang zum impliziten Wissen der Erforschten, dem handlungsleitenden Wissen, zu erlangen. Anders ausgedrückt geht es um die Rekonstruktion der Formalstruktur von Diskursorganisationen (vgl. Bohnsack/ Przyborski, 2009: 501).

Darunter sind die Arten des gegenseitigen Bezugnehmens aufeinander zu verstehen. Gezielt werden Passagen herausgearbeitet, in welchen beispielsweise ein Dissens, eine Ergänzung oder ein Kommentieren von

Aussagen durch andere Erforschte beobachtet werden kann. Dadurch kann gezeigt werden, ob die Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer einen milieuspezifischen Erfahrungsraum teilen oder nicht (vgl. Bohnsack/ Przyborski, 2009: 502).

Um diese sogenannte Diskursorganisation zu vereinfachen, wurden insgesamt elf Begriffe entwickelt (vgl. Przyborski, 2004: 61-76):

1. *Proposition*: Unter dem Begriff ist eine neue Themeneinleitung oder das Aufwerfen von Orientierungen zu verstehen.
2. *Elaboration*: Darunter wird eine Aus- oder Weiterverarbeitung von Orientierungen verstanden. Diese kann argumentativ, beispiel-, beschreibungs- oder erzählungsbasiert erfolgen.
3. *Differenzierung*: Hierbei wird der Orientierungsgehalt mithilfe des Absteckens von Grenzen oder Beschränkungen von Orientierungen modifiziert. Zugleich kann darunter eine Einschränkung der Reichweite oder Relevanz einer Orientierung verstanden werden.
4. *Validierung*: Bestätigung der eigenen aufgeworfenen Orientierung. Diese kann entweder gänzlich (propositional) oder teilweise (performativ) validiert werden.
5. *Ratifizierung*: Dieser Begriff zielt auf die Äußerung eines grundsätzlichen Verständnisses ab, ohne dass eine inhaltliche Zustimmung erfolgt.
6. *Antithese*: Hierunter wird sowohl der negative Gegenhorizont, als auch eine Verneinung von Propositionen verstanden.
7. *Opposition*: Darunter ist ein Orientierungsentwurf zu verstehen, der nicht zum vorherigen Entwurf passt und somit das Thema rituell beendet. Es kommt zu Themensprüngen.
8. *Divergenz*: Mit diesem Begriff wird die scheinbare Bezugnahme auf andere Teilnehmerinnen und Teilnehmer bezeichnet, die aber dennoch zu einer verdeckten Rahmeninkongruenz führt. Sinngemäß bedeutet dies, dass die Sprechenden ‚aneinander vorbeireden‘.
9. *Konklusion*: Diese tritt gegen Ende eines Themas auf und bildet den Abschluss von Orientierungsentfaltungen.

10. *Transposition*: Darunter ist eine Konklusion zu verstehen, die ein neues Thema eröffnet, aber dennoch bereits formulierte Orientierungen in ihrem Grundgerüst beibehält.

11. *Zwischenkonklusion/Anschlussproposition*: Dieser Begriff beschreibt Vorgänge, in denen ein Thema erweitert oder andersartig betrachtet wird.

Bevor es zum Schritt der Typenbildung kommen kann, ist eine Fallbeziehungsweise Diskursbeschreibung erforderlich. Hierbei erfolgt eine Zusammenfassung eines Falles.

In der abschließenden Phase der Typenbildung werden fallspezifische Gemeinsamkeiten zu verschiedenen Typen zusammengefasst. Dabei zählt auch und gerade der Kontrast zwischen verschiedenen Erfahrungsbewältigungsstrategien zu den Prinzipien von Typus-Generierungen. Einzelne Ausprägungen sind von anderen Typiken durch den Grad der Unterscheidbarkeit abgrenzbar (vgl. Bohnsack/ Przyborski, 2009: 502).

Dieser Schritt wird bei Bohnsack wie folgt zusammengefasst:

„Die erste Stufe der Typenbildung ist dann erreicht, wenn durch die Kontraste zwischen den Fällen hindurch ein ihnen allen gemeinsamer Orientierungsrahmen bzw. ein gemeinsames Orientierungsproblem identifizierbar ist.“ (Bohnsack, 2011: S. 21 – 22)

In einem weiteren Schritt kann so die soziogenetische Typenbildung erfolgen. Bohnsack und Przyborski beschreiben dies wie nachfolgend zitiert:

„Auf diese Weise wird es möglich, die *Soziogenese*, d.h. die (sozialisationsgeschichtliche) Verankerung der Typik in spezifischen Erfahrungsräumen zu rekonstruieren – seien diese nun milieu-, geschlechts- oder generationsspezifischer Art.“ (Bohnsack/ Przyborski, 2009: 502)

Da diese soziogenetische Typenbildung allerdings sehr umfassend ausfallen kann, konzentriert sich diese Magisterarbeit auf den ersten Schritt der sinngenetischen Typenbildung.

### 3.2 Auswertung und Analyse der Fokusgruppeninterviews

In diesem Kapitel werden die einzelnen Fokusgruppeninterviews ausgewertet. Die Analysen enthalten die formulierenden Interpretationen des gesamten Interview- beziehungsweise Diskussionsverlaufes und bieten einen thematischen Überblick. Die reflektierenden Interpretationen der beiden Fokusgruppen erfolgen jeweils anhand der Einstiegsphase und ausgewählter, entweder besonders interaktiver oder für die Beantwortung der Forschungsfragen wesentlicher Passagen.

Am Ende der einzelnen Gruppenauswertungen wird jeweils eine Zusammenfassung auf inhaltlicher Ebene und bezüglich des Diskussionsverlaufs gegeben. Dadurch soll nochmals ein abschließender Überblick über die spezifische Fokusgruppe gegeben werden.

### 3.3 Falldarstellung Fokusgruppe I

Zuerst wurde die Fokusgruppe der Studentinnen und Studenten zur Diskussion gebeten. Diese bestand aus fünf Frauen und zwei Männern im Alter zwischen 19 und 27 Jahren. Bewusst wurde die Altersspanne weiter gefasst, um so im besten Fall eine Meinungs- und Wertevielfalt innerhalb der Realgruppe und somit eine anregende Diskussion zu erhalten. Das Fokusgruppeninterview wurde Anfang Dezember 2018 durchgeführt und dauerte rund 50 Minuten. Im Folgenden wird die Gruppe als FG I bezeichnet.

#### 3.3.1 Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG I

Bezeichnung	Alter	Geschlecht	Beruf/Bildung	Herkunft	Wohnort
B1	27	Männlich	Student, BA	Österreich	Klosterneuburg
B2	23	Weiblich	Studentin, BA	Südafrika	Wien
B3	19	Weiblich	Studentin	Österreich	Linz
B4	21	Weiblich	Studentin	Österreich	Linz
B5	21	Weiblich	Studentin	Deutschland	Wien
B6	23	Weiblich	Studentin	Deutschland	Wien
B7	24	Männlich	Student	China	Wien

Tabelle 1. Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG I.

### 3.3.2 Diskussionssituation FG I

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bildeten eine Realgruppe von Studentinnen und Studenten, die sich einander alle aus dem gemeinsamen Studienfach Medizin kannten. Dies wurde bewusst toleriert, da somit eine möglichst angenehme Gesprächsatmosphäre innerhalb des Fokusgruppeninterviews erhofft wurde. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erschienen alle gemeinsam nach einer vorherigen Vorlesung pünktlich am vereinbarten Diskussionsort und wirkten motiviert und positiv gestimmt.

Unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der FG I bestehen aktive Freundschaften, aber keine Liebesbeziehungen. Die beiden Diskutantinnen aus Linz beziehungsweise Deutschland kannten sich vor dem Studium nicht.

Der älteste Student kennt die anderen Studentinnen und Studenten nur vom Sehen. Er ist der Bruder des Exfreundes einer Teilnehmerin.

### 3.3.3 Formulierende Interpretation der FG I

#### **OT (Moderator initiiert): Nutzung und Nutzungsmotive von Social Media**

*1-13 Allgemeine Eingangsfrage durch die Moderatorin (I) über die individuelle Nutzung und die Nutzungsmotive von Social-Media-Angeboten*

#### **UT: Geringe bis gar keine Nutzung von Instagram**

B1 stellte zu Beginn gleich klar, dass er Instagram aufgrund des fehlenden Mehrwerts für ihn selbst kaum nutze. Freundinnen und Freunde würden dort nur langweilige und uninteressante Themen posten, die ihn nicht interessierten. Er würde nur aufgrund einer täglichen Erinnerung durch den App-Dienst selbst circa einmal pro Tag die App öffnen und kurz nach neuen Beiträgen sehen (21-37).

B2 pflichtete ihm bei und betonte, dass sie an Instagram als störend empfände, dass nur Bilder und damit verbunden zu viel Selbstinszenierung stattfinde. Ihr fehle die eigentliche Kommunikation zwischen den Menschen (44-49).

### UT: Facebook-Nutzung zu Informationszwecken

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stimmten darin überein, dass sie Facebook regelmäßig und dabei hauptsächlich zu Informationszwecken verwendeten. Als Hauptgründe wurden der Nutzen für die Universität (B1: 37-38, B2: 49-50) und die Informationen zu universitären und außeruniversitären Veranstaltungen (B1: 40-42, B6: 40-42) genannt.

Lediglich B4 verwendet Facebook nicht, da sie es schlichtweg als uninteressant empfinde und die App nur aufgrund der Universität zu Beginn des Studiums installiert habe (112-115).

### UT: Kontaktpflege zu alten bzw. geografisch weit entfernten Freundinnen und Freunden

B2 nannte als Hauptnutzungsgrund von Social Media die Kontaktpflege zu alten Schulfreundinnen und Schulfreunden oder ihren räumlich weit entfernten Freundinnen und Freunden in Südafrika (50-56).

B3 hält ebenfalls mit ihrer Gastschwester aus Florida Kontakt über die Social-Media-Plattform Facebook, weil in Amerika ihrer Meinung nach WhatsApp nicht derart häufig verwendet werden würde (65-68).

B4 besuchte eine internationale Schule und bestätigt den erkennbaren Trend, Social Media für die Kontaktpflege mit ausländischen Freundinnen und Freunden zu nutzen (99-103).

B6 erklärt, dass sie Social Media nutze, um mit ihren amerikanischen und australischen Freunden in Kontakt zu bleiben. Dies geschehe mithilfe der Chatfunktionen. Als Pluspunkt sehe sie auch, dass sie mit ihrer in Deutschland lebenden Schwester verbunden bleiben kann und regelmäßig aktuelle Bilder getauscht werden könnten (248-253).

### UT: WhatsApp als Ersatz für SMS & Anrufe

Als Erster wirft B1 ein, dass für ihn WhatsApp einen reinen SMS-Ersatz darstelle (42).

B3 bestätigt dies, indem sie sagt, dass sie den Dienst als normalen Messenger-Dienst verwenden würde (73-74).

B3 wirft die Frage auf, ob WhatsApp überhaupt ein soziales Netzwerk ist. Für sie selbst sei es eher eine Nachrichten-App. Social-Media-Seiten hingegen zeichneten sich dadurch aus, dass eine deutlich höhere Anzahl an Menschen ihre Posts sehen könnten. Die App hingegen sei jedoch zumeist ein Chat zu zweit oder innerhalb einer geschlossenen Gruppe. Aus diesem Grund bejaht sie die Frage, ob WhatsApp für sie ein ganz normales Kommunikationsmittel sei (79-83).

B4 schätzt die App ebenfalls nicht als soziales Medium ein, sondern vielmehr als Ersatz für das Schreiben von SMS (105-107).

B5 nutze bei WhatsApp vor allem die Anruhfunktion, weil sie damit gratis mit den Eltern in Deutschland telefonieren könne (186-191).

B6 greift das Thema später nochmals auf und sagt, dass sie WhatsApp ebenfalls als reinen SMS-Ersatz einschätze. Sie sehe erhebliche Vorteile in der Schnelligkeit und der kostenlosen Anruhfunktion. Sie komme ebenfalls aus Deutschland und telefoniere gerne ins Ausland (236-239).

### UT: Snapchat als Jugendphänomen

B3 spricht von selbst an, dass sie zwar Snapchat noch installiert habe, dessen Nutzung aber im Vergleich zu früher deutlich abgenommen habe (63-65). Sie denkt, dass dies in der Vergangenheit eine Phase gewesen sei, weil ihr Freundeskreis den Dienst genutzt habe und sie sich gegenseitig häufig „unnötigen Blödsinn“ geschickt hätten. Mittlerweile habe sie das Interesse daran verloren. Früher sei es ein Zeitvertreib in der Schule gewesen (87-96).

B4 stimmt B3 zu und gibt ebenfalls an, Snapchat früher in der Schulzeit mehr verwendet zu haben (115-116).

B2 erzählt von einem elfjährigen Mädchen, welches sie betreut habe. Das Kind habe den ganzen Tag damit verbracht, unnötige Bilder („Snaps“) zu verschicken, um möglichst viele „Flammen“ auf Snapchat zu sammeln. Sie denkt, dass das altersbedingt sei (123-128).

B1 als ältester Teilnehmer der Gruppe gibt an, Snapchat noch nie verwendet zu haben und auch nicht zu wissen, wie es funktioniert (162-164).

B5 berichtet ebenfalls davon, Snapchat installiert zu haben, es aber kaum aktiv zu nutzen (206-212).

#### UT: Wertung von Freundschaft

B4 bringt das Argument an, dass Social-Media-Nutzung und beispielsweise das Sammeln von „Flammen“ auf Snapchat als persönliches Achievement angesehen werde (135).

B2 sehe gerade dies als problematisch an, weil unter jungen Mädchen schnell ein Konkurrenzverhalten hinsichtlich der Anzahl an gesammelten und gehaltenen „Flammen“ entstehen könne (137-140). Bei einem Mädchen, das sie betreue, stünden die Flammen mittlerweile für eine Werteskala hinsichtlich Freundschaft (142-143).

B4 bestätigt dies und erzählt, dass ebenfalls eine Art Herzchen-Emojis gesammelt werden könnten. Anhand deren Anzahl könne abgeleitet werden, wie hoch die Freundschaft gewertet wird (157-1).

#### UT: Vernetzung mit neuen Unikolleginnen und Unikollegen

B5 spricht als Einzige die Möglichkeit an, Social Media (hier Facebook) für die Herstellung von neuen Kontakten in einem neuen Lebensabschnitt (konkret das Studium) zu nutzen. Dazu sei sie in eigene Jahrgangsguppen eingeladen

worden, um so die Mitglieder ihrer zugeteilten Kleingruppen kennenzulernen (184-194).

Zugleich betont sie aber, dass dies ein speziell universitätsbezogener Fall sei und sie privat niemals fremde Menschen anschreiben würde, um diese kennenzulernen (226-231).

#### UT: Sehen, was andere machen

B5 sagt, dass sie es als positiv einstufe, dass mittels Social Media nachvollzogen werden kann, was andere Personen machen oder posten. Gerade bei Menschen, die sie bereits seit längerer Zeit nicht gesehen habe, interessiere es sie zu sehen, was diese aktuell von sich preisgeben (202-206).

B6 sehe das genauso, sei grundsätzlich eher die passive Instagram-Nutzerin und beobachte, was andere Menschen tun (246-248).

#### UT: Nutzung durch ältere Generationen

B6 spricht die vermehrte Nutzung von Facebook durch die Generation ihrer Eltern an. Sie finde es auffallend, wie aktiv diese die soziale Plattform nutzten (242-245).

#### UT: Twitter aus der Mode

B1 wirft die Frage auf, ob überhaupt noch irgendwer Twitter nutzen würde (262).

B5, B3 und B2 verneinen gemeinsam (263-265).

B5 und B1 stellen die Hypothese auf, dass Twitter eher in Amerika genutzt werde und eher „etwas Amerikanisches“ sei (270-270).

B3 denkt, dass die Plattform eher von Journalisten und PR-Studentinnen und Studenten genutzt werde, weil eine ihrer Freundinnen auch innerhalb eines

Unterrichtsfaches regelmäßig tweeten müsse. Ansonsten nutze keiner ihrer Freundinnen oder Freunde Twitter (275-275).

B5 finde Twitter unnötig (278) und B3 habe sich noch nie damit beschäftigt (282).

B4 überlegt offen, ob es heute einfach keine Plattform mehr gebe, um Kritik oder persönliche Meinungen auszudrücken (283-275) und fragt sich zeitgleich, ob es mehr um ein Setzen von Statements auf Twitter gehe (287-288).

B6 sei noch nie auf Twitter gewesen, gibt aber lachend zu, stetig von Donald Trumps Twitter-Meldungen zu hören (286).

B7 vermutet, dass Twitter einfach noch keine derart große Popularität in Europa habe erzielen können (289-290).

### **OT (durch B7 initiiert): Erwartungshaltungen und -hoffnungen gegenüber Social Media**

#### UT: Reichweite und Entertainment

B7 vermutet, dass sich die Erwartungshaltungen in jüngeren Generationen verändert haben, weil diese schon mit den verschiedenen Techniken aufgewachsen seien. Er denke, dass ihnen Medien wichtig seien, da sie damit ihre Reichweite vergrößern und Entertainment erleben könnten (290-293).

B7 gesteht, dass er selbst nach der Schule Snapchat installiert habe, um seine soziale Aufmerksamkeit zu steigern und um „dazuzugehören“ (309-317).

#### UT: Selbstinszenierung und Vermarktung

B7 hat sich aufgrund seiner beginnenden Model-Karriere mit Onlinemarketing beschäftigt und betont den erheblichen Nutzen der Social-Media-Kanäle zur Selbstvermarktung und zum Aufbau von Fangruppen und Followern. Dies würde ihm großen Spaß machen und sei auch seine Erwartung gegenüber den sozialen Angeboten. Er ergänzt, dass sich zahlreiche Künstler auf den Plattformen nicht wie im echten Leben darstellten (319-325). Als Grund gibt er an, dass sich diese

über Social Media verkaufen würden (335). Er selbst sagt, er versuche stets, online den gleichen Charakter wie im echten Leben zu zeigen, weil viele seiner Freundinnen und Freunde ebenfalls Instagram benutzen würden und diese sich sicher „ihren Teil dazu denken würden“, wenn er das nicht so handhaben würde (344-347).

#### UT: Vorbilder

B7 sagt, dass er sich früher selbst wie heutzutage die junge Generation Vorbilder in den sozialen Netzwerken gesucht habe. Er sagt reflektierend, dass man vorsichtig sein sollte, da die meisten Menschen mehr „einen Schein als das Sein“ online repräsentierten (325-328).

#### **OT (durch B7 initiiert): Datenschutz in sozialen Medien**

##### UT: Fake-Profile und Inkognito-Auftritte

B7 gibt an, dass er seit der Oberstufe Social-Media-Kanäle nutze und damals Facebook mit einem Fake-Profil genutzt habe. Er habe seine Identität gezielt geheim halten wollen (303-304). Er habe schon im jungen Alter nicht gewollt, dass man wisse, wer er sei und was er als Person mache (306-309).

#### **OT (durch Moderator initiiert): Unterschiede zwischen virtuellen und realen Freundschaften**

353-358 Moderatorin stellt die Frage, ob die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zwischen realen und vermehrt onlinebasierten Freundschaften unterscheiden würden.

UT: Kein Unterschied

B4 erzählt, dass für sie kein Unterschied zwischen virtuellen und realen Freundschaften bestehe, solange im Vorfeld des Online-Kontakts bereits ein Kennenlernen im echten Leben stattgefunden hätte (364-365).

UT: Mimik und Humor gehen verloren

B2 sagt, dass bei virtuellen Freundschaften über Social-Media-Plattformen ein wesentlicher Teil der wirklichen zwischenmenschlichen Kommunikation verloren gehe. Skype und Facetime nennt sie zuerst als Ausnahme, da diese Face-to-Face-Kommunikation ermöglichen würden, argumentiert dann allerdings doch dagegen, da häufig das Bild einfriere und so die gesamte Mimik verloren gehe (366-370). Als weiteres Problem von virtuellen Freundschaften nennt sie die Schwierigkeit, Humor richtig zu übermitteln (371-372).

UT: Virtuelle Freundschaften halten nicht über eine lange Dauer

B2 sagt, dass virtuelle Freundschaften grundsätzlich auf Dauer abebben würden, außer es seien außergewöhnlich gute Freundschaften. Das Problem ihrer Meinung nach sei es, dass virtuelle Freundschaftsbeziehungen von einem gemeinsamen Erlebnis im realen Leben zehren würden. Wenn nun auf Dauer kein gemeinsames neues Ereignis miteinander geteilt werden könne, dann funktioniere Freundschaft nur auf Basis der Vergangenheit (370-277).

B4 pflichtet ihr bei und gibt zu, dass sie auch nur mehr mit ihrer allerbesten Freundin, die gerade in Amerika studiere, die Freundschaft halten können (378-379).

UT: Virtuelle Freundschaft ist nicht gleich virtuelle Freundschaft

B1 unterscheidet zwischen virtuellen Freunden auf WhatsApp und jenen auf Facebook. Als Argument nennt er, dass für die Kommunikation per WhatsApp

die Telefonnummer der anderen Person erforderlich ist und diese selten über dritte Personen weitergegeben würden. Daraus abgeleitet seien es automatisch nur Freunde und Bekanntschaften aus der realen Welt (380-386). Auf Facebook hingegen seien auch Freundschaftsanfragen an oder von fremden Menschen möglich (386-388).

*UT: In der Freundesliste zu stehen bedeutet nicht automatisch Freundschaft*

B1 gibt zu, dass er sicher nicht mehr alle Menschen kenne, die in seiner Facebook-Freundesliste stehen (388-390). Für ihn sei eine derartige Freundesliste eine Ansammlung von Bekanntschaften, die er im Laufe seines Lebens gemacht habe, welche „halt auch Facebook benutzen“ würden (390-396).

B5 greift dieses Argument kurze Zeit später auf und gibt zu, rund 600 Facebook-Freunde zu haben, von denen sie gefühlt die über die Hälfte nicht mehr kenne. Sie würde diese auch nicht anschreiben, um den Kontakt zu wahren. Die meisten dieser ‚Freunde‘ seien für sie Menschen, bei denen sie denke: *Ah die kenne ich*, aber nicht mehr wisse, woher oder weswegen (415-421).

*UT: Virtuelle Freundschaften als nützliches Instrument*

B1 findet die Möglichkeit gut, über Social Media mit Leuten aus seiner Schulzeit in Kanada wieder Kontakt aufnehmen zu können, beispielsweise speziell für den Fall, wenn er selbst wieder nach Kanada gehen wollen würde und etwas von ihnen bräuchte. Oftmals hätten diese die Telefonnummer oder den Wohnort im Laufe der Jahre gewechselt, seien jedoch noch immer über ihre Social-Media-Profile kontaktierbar. Aus den virtuellen Freundschaften könnten dann reale Situationen kreiert werden (396-304).

UT: Virtuelle Freundschaften nur mit Menschen aus dem echten Leben

B1 habe noch nie neue virtuelle Freundschaften geknüpft, obwohl er bewusst fremde Frauen oder Männer aufgrund von Präferenzen anschreiben könnte. Das einzige Mal, als er eine ihm persönlich fremde Personen angeschrieben habe, sei aufgrund einer Empfehlung eines Freundes gewesen. Im Anschluss an diese Kontaktaufnahme sei allerdings auch eine tatsächliche Begegnung erfolgt und keine virtuelle Freundschaft entstanden (406-413).

B5 findet es seltsam, wenn sie von fremden Menschen auf Facebook gefragt wird, ob sie Freunde werden wollten. Sie würde auch keine Freundschaftsanfrage von Personen annehmen, die ihr schreiben, wie schön ihre Bilder seien. In solchen Momenten fühle sie sich unwohl (423-428). Sie ist der Meinung, dass virtuelle Freundschaften nur mit Bekanntschaften eingegangen werden sollten, mit welchen vorher schon im echten Leben Kontakt bestand – nicht anders herum (430-431).

UT: Freundschaftsanfragen sind einfach

B2 räumt ein, dass sie sehr wohl Freundschaftsanfragen von fremden Menschen annehme, da es viel einfacher sei. Dahingegen sei ihr das Weitergeben ihrer Telefonnummer zu persönlich (432-434).

B5 stimmt ihr zu (435).

UT: Facebook-Freunde sind keine ‚echten‘ Freunde

B2 stünden Menschen, die ihre Telefonnummer haben, deutlich näher als Freunde auf Facebook. Sie würde diese Leute deshalb nicht als ihre Freunde bezeichnen (436-437).

B5 findet, Freunde auf Facebook seien einfach nur Bekannte (438).

### UT: Stalking von Social-Media-Freunden

B5 erzählt, dass sie Instagram vor allem dafür nutze, um zu sehen, was frühere Freunde oder Bekannte „jetzt so machen“. Sie nehme auch gerne Freundschaftsanfragen von fremden Menschen an, da diese aufgrund der regelmäßigen Bilder-Postings gut verfolgt werden könnten. Sie selbst würde keine Bilder posten. Sie versuche, keinen Kontakt zu diesen Accounts aufzubauen, sondern wolle nur passiv zusehen, was diese so posten. Sie verneint lachend die Frage, ob sie sich als Stalkerin sehe (441-452).

### **OT (durch B1 initiiert): Datingplattformen als neue Social-Media-Angebote**

454-455 B1 stellt fest, dass die gesamte Runde vergessen hat, bei den sozialen Medien die Dating-Plattform Tinder zu erwähnen.

### UT: Neue Kontakte aufbauen

B1 findet, dass Dating-Plattformen ausschließlich dazu da seien, um neue Kontakte aufbauen zu können. Er fragt sich, ob dies möglicherweise früher, vor der Einführung solcher Portale auf Facebook, stattgefunden hätte (458-460).

### UT: Grenzüberschreitende Möglichkeiten

B7 ist der Meinung, dass bei so gut wie allen Dating-Plattformen oder Webseiten, die in diese Richtung gehen, in Sphären vorgestoßen werde, die sonst nie erreicht worden wären (465-467).

### UT: Einfache Bedienung macht erfolgreich

B7 habe sich einmal mit einem IT-Experten darüber unterhalten, warum Tinder heutzutage derart erfolgreich ist. B7 meint, dass Menschen bei der Benutzung ihres Smartphones nur ungern denken wollten oder AGBs durchlesen möchten. Tinder habe einen sehr einfachen Aufbau und eine intuitive Bedienung. Diese könne mit zwei Sätzen erklärt werden, woraufhin die Nutzung beginnen könne.

Das sei für ihn selbst auch ein Argument für ein Social-Media-Angebot. Das zweite Argument, das dafür spreche, sei der kostenlose Charakter (469-479).

UT: Hemmungen werden abgelegt

B6 sagt, dass sich Menschen heutzutage nicht mehr in Bars kennenlernen würden. Als Beispiel nennt sie ihren extrem schüchternen Bruder, der aufgrund dieser Charaktereigenschaft und seiner Berufstätigkeit niemals in eine Bar gehen und dort fremde Frauen ansprechen würde. Zwei seiner bisherigen Freundinnen habe er über Dating-Plattformen kennengelernt (481-457).

B1 stimmt ihr zu und argumentiert, dass solch schüchterne Menschen mithilfe von Dating-Plattformen lernen würden, ihre Hemmungen nach und nach abzulegen (488-489).

B6 stimmt diesem Argument zu (490).

B1 findet, dass die Nutzung solcher Plattformen ein gutes Training oder ein angenehmer Einstieg seien (491).

UT: Wer bei Tinder angemeldet ist, will neue Kontakte knüpfen

B6 sieht einen großen Vorteil bei Tinder darin, dass allgemein bekannt sei, welche Ziele dort verfolgen würden (492-493). Jeder, der bei Tinder angemeldet sei, wäre grundsätzlich gewillt, neue Leute kennenzulernen. Dahingegen bedeute eine Facebook-Freundschaft nicht automatisch, dass fremde Menschen kennengelernt werden sollen, weil auf der Plattform auch andere Vorhaben verfolgt werden könnten (498-503).

### **OT (durch B7 initiiert): Hass im Netz**

#### **UT: Hass nimmt zu**

B7 erklärt, dass er persönlich auf seinen Profilen noch keine Hasspostings gefunden habe, aber bei anderen Profilen, denen er folge, sehe, dass der Hass stetig zunehme. Er nennt als Beispiel den Facebook-Account einer Prominenten, die nach ihrer Trennung von ihrem prominenten Freund öffentlich als ‚Hure‘ und ‚Schlampe‘ beschimpft worden sei (523-532).

#### **UT: Negative Posts erhöhen Popularität**

B7 findet, dass die Popularität eines Profils, von dem Hasspostings ausgehen, wesentlich höher sei, als wenn positive Beiträge gepostet würden. Er findet, dass es kaum jemanden mehr interessiere, wenn von positiven Taten gegenüber anderen Menschen berichtet werde oder Hilfsaufrufe gepostet würden. B7 beobachtet, dass sich viele Userinnen und User mithilfe von Hass im Netz erfolgreich verkaufen und die eigene Popularität steigern würden (532-536).

#### **UT: Niedrige Hemmschwelle auf sozialen Netzwerken**

B3 sieht als Hauptgrund für Hass im Netz die kleinere Hemmschwelle der Nutzerinnen und Nutzer. Im echten Leben hätten viele Menschen Skrupel, jemandem direkt mitzuteilen, dass etwas nicht stimmt. In der realen Welt geschehe dies dann zumeist in einer moralisch korrekteren Art und Weise. Das Internet ermögliche Anonymität und diese wiederum fördere das Absinken der persönlichen Hemmung (538-546).

B5 sieht ebenfalls das Sinken der Hemmschwelle aufgrund der gegebenen Anonymität in sozialen Medien als Hauptgrund für den vermehrten Hass im Netz (547-548).

### UT: Persönliche Hassnachrichten verletzen

B5 meint, dass es wichtig sei, negative Nachrichten nur von Menschen ernst zu nehmen, mit denen ein realer Kontakt bestehe. Nur so könne sich ein Eindruck von der Person gemacht werden und entschieden werden, ob die Meinung dieses Menschen geschätzt werden solle oder nicht. Ihr sei es grundsätzlich mehr egal, wenn negative schriftliche Nachrichten von anonymen Menschen stammten (552-555).

B3 argumentiert dagegen. Ihrer Meinung nach liege es verstärkt an der Anzahl der Hasspostings als am Absender, ob der Adressat die Nachricht ernst nehme (556-559).

B5 hält wiederum dagegen, dass es doch egal sei, wenn ein Anonymer schreibt, dass man selbst „scheiße“ sei (560).

B3 kontert, dass es aber nicht egal sei, wenn beispielsweise fünfzig Personen negative und womöglich deutlich persönlichere Kommentare über einen selbst verfassen (561-564).

B6 stimmt hier zu (565).

B5 erwidert, dass doch eigentlich nur Menschen, die im echten Leben auch zumindest einmal Kontakt mit der betreffenden Person gehabt hätten oder Dinge über sie gehört hätten, solche Hasspostings verfassen könnten. Anpöbeleien von fremden Menschen könnten einem auch auf der Straße passieren. Verletzend seien solche Hasskommentare dann, wenn die Kritik oder das Hassposting selbst Inhalte enthalte, die nur Menschen kennen würden, die in persönlichem Kontakt mit einem selbst stehen (567-575).

### UT: Nicht nur Negatives

B6 findet, dass sich Hass in den sozialen Medien genauso schnell verbreite wie positive Aspekte. Als Beispiel nennt sie die ‚#metoo-Bewegung‘, die sich innerhalb der sozialen Medien und Plattformen formiert und gebildet habe. Als zweites Praxisbeispiel nennt sie eine Freundin, die auf Facebook Sach- und

Geldspenden für Flüchtlinge in Deutschland sammle und davon berichte (576-584).

### **OT (durch B1 initiiert): Qualität der Kommunikation**

#### UT: Qualität der Konservationen nimmt ab

B1 sieht nicht die Anonymität als Grund dafür, dass vermehrt positive oder negative Dinge auf sozialen Medien kommuniziert werden. Vielmehr stimmt ihn die abfallende Qualität von Konservationen nachdenklich. Es gebe kein „Hin und Her“ mehr in den Unterhaltungen. Heutzutage gefalle einem etwas oder eben nicht. Es müssten keine Gründe mehr gefunden werden, warum dem so ist. Die persönliche Meinung müsse nicht mehr mit Argumenten untermauert werden. Das sei auch der große Unterschied zum realen Leben. Auf der Straße erhalte man auf die eigenen Worte eine direkte Antwort. Diese verlange dann wiederum eine Rechtfertigung (590-596).

#### UT: Vor- und Nachteile von virtueller und Face-to-Face-Kommunikation

*607-609 Moderatorin stellt die Frage, welche Vor- und Nachteile die Gruppe bei der virtuellen und der Face-to-Face-Kommunikation sieht oder ob die Teilnehmenden mittlerweile keinen Unterschied mehr zwischen den verschiedenen Arten des Kommunizierens sehen würden.*

B3 sieht einen Unterschied zwischen den beiden Arten (611).

B6 betont den hohen Stellenwert der nonverbalen Kommunikation, die während eines verbalen, persönlichen Gesprächs passiere. Sie denkt, dass das Relevanzverhältnis zwischen Mimik/Gestik und Sprache/Worte bei etwa 80:20 liegt. Zudem sei es die soziale Kommunikation, die in der virtuellen Kommunikation kaum bis gar nicht existiere. Einen weiteren Vorteil der Face-to-Face-Kommunikation sieht sie in der Tatsache, dass sich die Menschen für ihr Gesagtes rechtfertigen müssten (617-625).

B5 spricht den unterschiedlichen Personenkreis bei virtueller und Face-to-Face-Kommunikation an. Im virtuellen Bereich seien es hauptsächlich Menschen, die sie weniger gut kenne, während es im realen Leben außergewöhnliche Personen und ihre Familie sei, mit denen sie kommuniziere (627-630).

B2 stimmt zu (631).

B5 nennt als entscheidenden Vorteil der nicht virtuellen Kommunikation, dass sofort anhand des Tonfalles erkannt werden könne, wie etwas gemeint ist. Die Stimmung ist klar verständlich und Ironie oder Ernst seien leicht zu unterscheiden (637-640).

B6 ergänzt, dass schlichtweg die Gesichtsausdrücke die persönliche und reale Kommunikation ausmachen würden (641).

B5 ergänzt wiederum, dass es noch so viele Emojis geben könnte – sie würden dennoch nicht ausreichen, um ein wirklich passendes Bild ihrer aktuellen Stimmung wiederzugeben (642-643).

B6 empfindet die persönliche und reale zwischenmenschliche Kommunikation als inniger und deutlich aussagekräftiger (649-654).

B2 bevorzuge manchmal dennoch den schriftlichen Austausch mit ihr gut bekannten Menschen, weil sie in diesem Falle mehr Zeit habe, zu überlegen, wie sie etwas konkret formuliert (655-660).

B5 findet den durch schriftliche Kommunikation ermöglichten Nachdenkprozess auch vorteilhaft, sieht aber zeitgleich die Direktheit als Merkmal und Vorteil der Face-to-Face-Kommunikation. Durch die sofortigen Antworten entstünde ein größerer Gedankenprozess, welcher im Rahmen der persönlichen Kommunikation offengelegt würde (661-666).

B4 sieht den größten Vorteil der Face-to-Face-Kommunikation darin, dass sichergestellt werden könne, dass die Gesprächspartnerin oder der Gesprächspartner etwas genau so aufgenommen hat, wie man selbst es beabsichtigt hatte (667-668).

B3 stimmt zu (669).

### UT: Videotelefonieren ermöglicht Details

B1 sieht einen maßgeblichen Unterschied zwischen dem klassischen Telefonieren und der Videotelefonie. Er findet, dass in einem normalen Telefonat sämtliche taktile Details verloren gehen würden, die allerdings für den Kommunikationsprozess von Bedeutung seien (685-689).

Dennoch sieht B1 einen großen Vorteil in der persönlichen und realen Kommunikation, da selbst bei Videotelefonaten der Ausdruck manchmal verzerrt würde und die gesamte Aura der Gesprächssituation verloren gehen würde (691-695).

### **OT (durch Moderator initiiert): Medienkompetenz und vernünftiger Social-Media-Gebrauch**

698-704 Moderatorin stellt die Abschlussfrage, wie die Gruppenmitglieder später einmal ihren eigenen Kindern den richtigen und vernünftigen Social-Media-Gebrauch vermitteln würden.

### UT: Gefahrenaufklärung

B5 würde nachdrücklich auf die Gefahren von sozialen Medien hinweisen (705-706).

### UT: Eingeschränkte Nutzererlaubnis

B5 erzählt von einer Freundin, die bereits ein Kind habe und diesem grundsätzlich die Nutzung von Facebook und Instagram erlaube. Sie habe ihrem Kind jedoch verboten, Bilder zu posten, auf denen das Gesicht sichtbar ist. Diese dürfe sie erst hochladen, wenn sie 16 oder 18 ist und die verschiedenen Phasen der Entwicklung durchlebt hat. Als junger Mensch fehle die Erfahrung und das vorausschauende Denken, ob und inwiefern eigene Handlungen im Netz wirklich sinnvoll sind (706-726).

### UT: Sinnlosigkeit von Verboten

B1 ist ein Gegner von Verboten und Verbotsstrategien (727). Kinder, die mit Verboten aufwachsen, suchten sich Auswege, um diese zu umgehen. Als Beispiel nennt er Pseudonyme oder Fake-Profile (740-742).

### UT: Kinder zum kritischen Denken erziehen

B1 möchte seine Kinder schon früh zu kritisch denkenden Menschen erziehen (727-729). Er will seine Kinder nicht von sozialen Prozessen ausschließen, da dies ein nicht erwachsenes Denken auslösen und kritisches Denken verhindern würde. Daraus wiederum entstünde ein Verlangen, sich über die Eltern hinwegzusetzen (745-749).

### UT: Eigenes Medienwissen verbessern

B1 wäre es als Elternteil zudem wichtig, sämtliche soziale Medien selbst zu kennen oder gegebenenfalls auch zu verwenden. Er würde versuchen, die neuen Medien noch besser zu verstehen, da er sonst von Gefahren gegenüber seinen Kindern sprechen würde, die er selbst weder kenne noch hinreichend einschätzen könne (729-734).

### UT: Kinder als Freunde adden

B1 würde zudem seine Kinder als ‚Freunde‘ hinzufügen beziehungsweise ihnen online folgen, um sie so auf gepostete Bilder ansprechen zu können. Ihm wäre zudem das regelmäßige Gespräch mit seinen Kindern wichtig. Hier würde er gerne durch offenes Ansprechen von Social-Media-Themen den Gedankenprozess seiner Kinder anregen (736-740).

### UT: Regulierungen sind hilfreich

B2 findet Regulierungen der Handynutzungszeiten und Verbote manchmal durchaus sinnvoll, da diese die Kinder dazu zwingen würden, sich mit etwas anderem oder sich selbst zu beschäftigen. Zudem sieht sie es als bedeutsam an, sich selbst als Elternteil im Umgang mit Smartphones einzuschränken und als Vorbild zu fungieren (755-775).

B6 sieht Zeitlimitierungen als geeignetes Mittel an, um „ein bisschen in die Materie hineinzukommen“, aber trotzdem nicht den sozialen Medien vollkommen zu verfallen (793-797).

### UT: Aufklärung und Information

B6 findet es wichtig, Kinder aktiv zu informieren und aufzuklären. Dazu gehört für sie auch, Kindern den richtigen Umgang mit sozialen Medien und Medien im Allgemeinen aktiv beizubringen. Dadurch sollten die jungen Menschen selber ein Gefühl dafür entwickeln, was richtig oder falsch ist und wie sie sich später online präsentieren wollen (786-791).

## **3.3.4 Reflektierende Interpretation der Fokusgruppe I**

### **Einstiegspassage ‚Nutzung und Nutzungsmotive von Social Media‘**

- 1 *I: Also, hallo erst mal. Ich bin die Lea. Und zu Beginn möcht ich mich erst mal*
- 2 *bei euch bedanken für die Teilnahme. Und ihr helft's mir damit wirklich sehr für*
- 3 *meine Magisterarbeit, dass das jetzt in/ endlich in den Endzügen vorbei is. Und,*
- 4 *ähm, es geht heute um Freundschaften. Und das im virtuellen und im Online-*
- 5 *Bereich sozusagen und im Offline-Bereich. Und zu Beginn möcht ich euch als*
- 6 *kleinen Input von ner Werbung erzählen. Die gab's vor ein paar Jahren in den*
- 7 *USA. Und da hat in dieser Werbekampagne, in dieser Werbung hat Burger King*
- 8 *gratis Burger verteilt, wenn du zehn deiner Facebook-Freunde gelöscht hast.*
- 9 *Um zu beweisen, wie/ wie eigentlich/ wie sinnlos diese Freundschaften im*
- 10 *Online-Bereich sind. Und dass die Freunde eigentlich gar nix wert sind für uns.*

- 11 *Und von dem her möchte ich als Einstiegsfrage von euch wissen: Welche Social-*  
12 *Media-Angebote nützt ihr? Welche kennt's ihr? Und in welchem Ausmaß?*
- 13 **B1:** *(...) Hallo, ich bin der Felix. (.) Und (.) ich nutze Facebook und, wenn das*  
14 *auch zu Social Media dazugehört, WhatsApp.*
- 15 **I:** *Mhm. Ja.*
- 16 **B1:** *Ähm, Instagram eigentlich sehr passiv. Und sonst keine mir/ (.) mir/ mir*  
17 *bekannteren ähm Social-Media-Kanäle.*
- 18 **I:** *Und wenn ich da gleich nachfragen darf. Warum nützt du Instagram nur sehr*  
19 *passiv? Was sind deine Motive dafür?*
- 20 **B1:** *Also ich find's total sinnlos. Also es bringt mir keinen Mehrwert.*

I initiiert das Thema und eröffnet etwas nervös das Fokusgruppeninterview mit der Eingangsfragestellung „Welche Social-Media-Angebot nützt ihr? Welche kennt's ihr? Und in welchem Ausmaß?“. B1 beginnt nach kurzem Zögern der anderen Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer als Erster zu sprechen und erzählt, dass er Facebook verwende. Er hinterfragt zugleich, ob WhatsApp auch als ein soziales Medium anzusehen sei. Nach einer Zwischenfrage von I berichtet er, dass er Instagram nur passiv nutze, da es ihm keinen Mehrwert bringe (Proposition).

- 23 **B1:** *Ich sehe nur jeden Tag Geschichten von ein und derselben/ von denselben*  
24 *Personen. Weil's gibt unter meinen Freunden eh nur offensichtlich sechs,*  
25 *sieben Leute, die regelmäßig irgendwelche Geschichten machen. Ähm, und es*  
26 *is mir eigentlich ziemlich egal, was die so untertags treiben. Meistens is es auch*  
27 *das Gleiche. Ist ein Foto vom Essen und dann sind's halt mit andern Freunden*  
28 *unterwegs.*

B1 gibt an, dass es ihn nicht interessiere, jeden Tag nur die Geschichten von derselben Person zu sehen. Es sei ihm egal, was diese jeden Tag machen, wobei es meist auch das Gleiche sei. (Proposition).

38 **B1:** Facebook nutze ich nur zu Informationszwecken.

39 **I:** Okay.

40 **B1:** Das ist einfach für die Uni sehr wichtig aus meiner Sicht. Und ich bekomme  
41 so, recht gut gefiltert meiner Meinung nach, Informationen für zum Beispiel  
42 Veranstaltungen. (.) Und WhatsApp, ja, ist halt einfach, ähm, SMS-Ersatz.

43 **B2:** Hallo, ich bin Steffi. Ich verwende eigentlich auch primär Facebook und  
44 WhatsApp. Instagram hab ich gar nicht. Auch einfach, (.) was mich an  
45 Instagram stört: es sind nur Bilder. Also es geht für mich viel um die  
46 Kommunikation. Weil, Bilder ist/ finde ich eher fraglich. Und dann ist da meistens  
47 (.) ein/ ein/ ein bisschen zu viel Selbstinszenierung. Also ich finde, bei/ grad bei  
48 Instagram ist weniger Interesse an dem anderen, als mehr Interesse an sich/ an  
49 sein eigenes Leben quasi, vorzuzeigen, ohne ein gewisses Ziel. Und Facebook  
50 hab ich auch eben primär zur Information. Und (.) vor allem früher war  
51 Facebook ein/ ein gutes Medium für mich, mit Leuten aus Südafrika zu  
52 kommunizieren. Oder, wo auch immer. Und das hat aber jetzt eigentlich auch  
53 WhatsApp aufgeessen. Und es geht jetzt eigentlich fast alles über WhatsApp.  
54 Und das ist sehr praktisch. Weil, mit Leuten, die weit entfernt sind, könnte ich  
55 jetzt/ mit meinen Freunden, die in Südafrika sind, mit denen könnte ich sonst  
56 gar nicht kommunizieren. Aber die Freundschaften sind eigentlich aus Kindheit.  
57 Also/ Weil, eine neue Freundschaft zu schöpfen finde ich schwierig. Aber die  
58 (jemand hustet) alten Kindheitsfreundschaften über WhatsApp aufrecht/ also ich  
59 hab/ halt sie über WhatsApp aufrecht. Aber zu kommunizieren, wenn notwendig  
60 ist, finde ich das schon praktisch. (.) Ja, und sonst verwende ich gar nichts  
61 eigentlich.

62 **B3:** Hallo, ich bin die Lena. Und, äh, ich (jemand räuspert sich) verwende auch die bis  
63 jetzt schon genannten, ähm, WhatsApp und Facebook und Instagram. Und (.)  
64 ab und zu auch Snapchat. Aber eigentlich, also s'ist sehr abgeflacht in der letzten  
65 Zeit. Und für mich ist es ja ähnlich wie die Steffi schon gesagt hat, äh, Facebook ist  
66 hauptsächlich, äh, zur Kommunikation mit Freunden, die mer, äh, in anderen  
67 Ländern hat. Ähm, mit meiner Gastschwester aus, äh, Florida/ Florida, ähm, hab  
68 ich viel Kontakt über Facebook. Weil, in Amerika kennen's nicht so WhatsApp.

B1 gibt an, dass er Facebook nur zu Informationszwecken nutze (Proposition). B2 bestätigt, dass sie ebenfalls nur Facebook und WhatsApp nutze und Instagram nicht einmal besitze. Sie überlegt, was sie an Instagram stört, proponiert, dass bei Instagram durch das reine Posten von Bildern ein erheblicher Teil der Kommunikation verloren gehe und schlussfolgert, dass dadurch das Interesse an den Anderen schwinde. Es gehe den Menschen verstärkt darum, ihr eigenes Leben ohne Ziel vorzuzeigen und sich selbst zu inszenieren. Sie validiert die Ansicht von B1, dass sie Facebook zur reinen Informationsgewinnung nutze. Zudem ergänzt sie, dass Facebook früher ein praktisches Medium für sie gewesen sei, um mit Freundinnen und Freunden in Südafrika zu kommunizieren (Proposition). Sie führt weiter aus, dass sich dies mittlerweile verändert habe und WhatsApp diese Funktion übernommen habe. Sie ergänzt, dass es sich bei den kontaktierten Personen um Kindheitsfreundinnen und -freunde handle und sie das Eingehen von neuen Freundschaften über Social Media schwierig finde.

B3 meldet sich etwas schüchtern und nervös zu Wort und validiert, dass sie auch Facebook und WhatsApp nutze. Sie führt weiter aus, dass Instagram und Snapchat ebenfalls zu den von ihr genutzten Medien gehören würden (Elaboration). Sie relativiert hier ihre Snapchat-Nutzung, indem sie zugibt, dass dessen Konsum in der letzten Zeit abgenommen habe. Sie stimmt der Auffassung zu, dass Facebook für die Kommunikation mit Freunden aus anderen Ländern vorteilhaft sei (Validierung) und ergänzt, dass die Amerikanerinnen und Amerikaner WhatsApp weniger kennen und nutzen würde.

### **Passage ‚Altersbedingt verändertes Nutzerverhalten‘**

#### **106-152:**

- 112 **B4:** *Ja, okay. Aber ja, Facebook verwende i eigentlich so gut wie gar ned.*  
113 *Seitdem i mir's gemacht hab, weil des/ Vielleicht hab i das erst zu spät*  
114 *runtergeladen, dass i mich da einleben hab können. Aber ich find's halt sehr*  
115 *uninteressant. Snapchat hab i auch, wie die Lena, früher in Schulzeiten viel*  
116 *verwendet. Aber jetzt eigentlich gar nimmer. (..) Ja.*

117 *I: Das heißt, du glaubst, oder ihr glaubt's eigentlich beide/ oder glaubt's ihr,*  
118 *dass es, ähm, mit'm Alter sich auch irgendwie dann verändert, das*  
119 *Nutzerverhalten?*  
120 **B3:** *Ja, auf jeden Fall.*  
121 *I: Auf jeden //Fall.*  
122 **B4:** *Ja.//*  
123 **B2:** *Also i würd das schon sagen. Und i denk mir teilweise, ähm, i habe mal auf*  
124 *a Mädli aufgepasst, die war elf Jahre. Und das Wichtigste war, ihre Flammen auf*  
125 *Snapchat ned zu verlieren. Und i denk mer so: Ja, die schicken dann*  
126 *irgendwelche, keine Ahnung, unnötigen Bilder vom Boden oder sonst was. Nur*  
127 *damit der ihre Flammen von hundert Tag oder mehr auf, ähm, Snapchat*  
128 *erhalten bleiben. Und/*  
129 *I: Okay. (lacht)*  
130 **B3:** *Ja. Also/ (lacht)*  
131 *I: Also da sehn wir dann auch, äh, Selbstinszenierung oder? Oder is es mehr so*  
132 *//Aufmerksamkeit generieren, oder?*  
133 **B3:** *I weiß gar ned, um was es dene geht.// Weil/ keine Ahnung. Es sieht ja*  
134 *eigentlich keiner, und/*  
135 **B4:** *Das is einfach so Achievement. Also/*  
136 **B3:** *Das ist einfach so: Hey, wow, voll cool. (lacht)*  
137 **B2:** *Aber da is dann auch, finde ich, immer zwischen den Freunden so ein*  
138 *Konkurrenzverhalten. Weil eben bei dem Mädli wo ich aufpass das genauso is.*  
139 *Es geht eben darum, wenn sie jetzt so und so viel Flammen mit einem*  
140 *gewissen Freund/*  
141 **B3:** *Ja.*  
142 **B2:** */und wenn irgendwer mehr Flammen hat, dann/ quasi is das so ein/ eine*  
143 *Werteskala für die Freundschaft.*  
144 **B3:** *Mhm. Das is immer so Matching so.*  
145 **B2:** *Wie viel genau, wie viele Flammen halt.*  
146 **B3:** *Ja is klar.*  
147 *(lachen)*  
148 *I: Und Flammen kriegt man, wenn man viel Kontakt hat?*

149 **B3:** *Nein, s'is wenn mer, ich weiß ned, ob's zwölf Stunden oder 24 sein/*  
150 **B4:** *Du musst halt jeden Tag en Snapchat //machen.*  
151 **B3:** *Aber ich glaube// 24, wenn'st jeden Tag en Snap schickst, nach drei Tag*  
152 *kriegst a Flamme. Und da steht en Dreier. Und die Flamme bleibt solang, und*  
153 *die Zahl erhöht sich eben immer. Und wenn's dann 127 hast, hast 127 Tag*  
154 *jeden Tag en Snap geschickt, an die Person.*  
155 **I:** *Okay. (lacht)*  
156 **B3:** *Ja.*  
157 **B4:** *Und das sind ja a so Emojis, die man kriegt, wie so a Herzerl, wenn du mit*  
158 *einer Person am meisten snapst oder so.*  
159 **B3:** *Ja genau.*  
160 **B4:** *Da sieht mer dann, wie hoch die Freundschaft gewertet wird.*

B4 sagt ein wenig gelangweilt, dass sie Facebook so gut wie gar nicht verwenden würde (Opposition) und vermutet, dass es möglicherweise an der vergleichsweise späten Installation liegen könnte (Elaboration). B4 deutet zu B3 und berichtet, dass sie früher ebenfalls Snapchat in der Schulzeit verstärkt genutzt habe (Validierung). Sie ergänzt, dass sie es heute eigentlich gar nicht mehr verwenden würde. I wirft daraufhin die Frage auf, ob B3 und B4 denken, dass sich das Nutzerverhalten mit dem Alter verändern würde. B3 und B4 bejahen diese Frage.

Als B4 ihre Meinung dazu ausführen möchte, unterbricht B2 sie und bejaht ebenfalls die Frage von I. Sie führt aus, dass sie in der Vergangenheit ein elfjähriges Mädchen betreut habe und es diesem nur darum ging, die ‚Flammen‘ auf Snapchat beizubehalten (Proposition). Um dieses Ziel zu erreichen, habe sie alle möglichen unnötigen Dinge verschickt („die schicken dann irgendwelche, keine Ahnung, unnötigen Bilder vom Boden oder sonst was“). I unterbricht B2 lachend und B3 bestätigt ebenfalls lachend die Worte von B2.

Im Verlauf dieser Passage hat sich die anfänglich sehr eingeschüchterte und etwas angespannte Atmosphäre innerhalb der gesamten Gruppe und bei der Moderatorin selbst allmählich gelöst beziehungsweise entspannt. Die Proposition von B2, dass es dem jungen Mädchen ausschließlich darum gegangen sei, ihren

Freundschaftsstatus in Form von gesammelten ‚Flammen‘ aufrechtzuerhalten, sorgte für einige Lacher und vermehrtes Schmunzeln innerhalb der Gruppe. Die Stimmung steigerte sich schlagartig bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

I fragt daraufhin offen in die Runde, ob man eine Art Selbstinszenierung im Verhalten des Mädchens sehen könne oder ob dies eher einen Wunsch nach Aufmerksamkeit ausdrücke. B3 antwortet unmittelbar, dass sie den Grund für dieses Verhalten nicht kenne, da niemand außer dem Mädchen selbst die ‚Flammen‘ sehen könne. Der Rest der Gruppe wirkt in dieser Situation nachdenklich, äußert sich jedoch nicht dazu. B4 stellt die Proposition auf, dass es sich dabei um ein persönliches ‚Achievement‘ handeln müsse. B3 vermutet lachend, dass es schlichtweg ‚cool‘ sei (Ratifikation).

B2 stellt die Antithese auf und behauptet, dass dadurch zwischen den Freunden selbst immer eine Art Konkurrenzverhalten auftreten würde. Sie formuliert die Vermutung, dass es darum gehe, wie viele ‚Flammen‘ in Verbindung mit einer gewissen Person vorhanden sind (Elaboration). B3 validiert diese Aussage. B2 führt weiter aus, dass die Anzahl der gesammelten ‚Flammen‘ quasi eine Werteskala für Freundschaften seien.

I nutzt selbst kein Snapchat und fragt daraufhin die Runde, ob ‚Flammen‘ erhalten werden könnten, wenn viel Kontakt mit einer Person besteht. B3 und B4 erklären die Vorgangsweise. Nach der Erklärung ratifiziert I die Worte von B3 und B4 mit einem Lachen, da sie das Sammeln von solchen Belohnungspunkten als seltsam empfindet. B3 validiert diese Reaktion und B4 führt aus, dass auch Emojis verteilt werden würden, wenn mit einzelnen Personen mehr Kontakt bestünde (Elaboration).

B3 stimmt dieser Aussage zu und B4 elaboriert weiter, dass daran erkannt werden könnte, wie hoch eine Freundschaft bewertet wird.

## Passage ‚Erfahrungen mit virtuellen Freundschaften‘

353 *I: Okay. Und welche Erfahrungen habt's ihr allgemein bis jetzt so mit virtuellen*  
354 *Freundschaften gemacht? Also habt's ihr da, weiß ich nicht, schon*  
355 *Hasspostings erlebt oder/ oder wie is/ wie seht's ihr das, kann man denen*  
356 *trauen? Oder unterscheidet's ihr klar zwischen denen, die mer im echten Leben*  
357 *besser kennt, und die mer häufiger trifft, und denen, die mer mehr virtuell (.)*  
358 *kommuniziert, oder mit denen man mehr, äh, zu tun hat?*

359 **B4:** *Mei allerbeste Freundin is halt in Amerika. Und wir können halt jetzt grad*  
360 *nur virtuell kommunizieren. Die is jetzt seit drei Jahr drüben. Und, ja, sie is mich*  
361 *halt (jemand hustet) jedes Jahr bis jetzt im Winter, außer dieses Jahr, besuchen*  
362 *kommen. Aber wir telefonieren halt zwei bis dreimal in der Woche. Also/ (.) Oder,*  
363 *also eher über WhatsApp, ned richtig telefonieren. Und halt eher primär über*  
364 *Instagram da Kontakt. Ja. (..) Also, für mi is da jetzt ned so a Unterschied. Aber*  
365 *ich hab sie ja davor au vier Jahr in echt kennt.*

366 **B2:** *Für mich war's immer so schwierig. Ich finde, es geht so viel der*  
367 *Kommunika/ also, außer man nimmt die Zeit zum Beispiel für etwas wie Skype*  
368 *oder Facetime, wo man Face-to-Face-Kommunikation hat und selbst dort, dann*  
369 *freezt das Feld, und dann geht deine Mimik verloren, oder irgendwas geht*  
370 *verloren. Und ich fand dann, alle Freundschaften die noch so gut waren in*  
371 *Südafrika, mit der Zeit ebbs es sich einfach irgendwie ab. Weil, Humor kommt*  
372 *schwierig herüber. Oder man kann das/ ich finde auch/ also außer, es sind*  
373 *wirklich außergewöhnlich gute Freundschaften, das gibt's auch. Aber ich finde,*  
374 *es lebt auch oft von nem gemeinsamen Erlebnis. Und/ und wenn ich das nicht*  
375 *teilen kann, find ich, alle/ alle meine Freundschaften, die noch irgendwie bei*  
376 *Facebook oder What ever, geführt sind, leben von der Vergangenheit. Also ich*  
377 *schaffe keine neue Ereignisse über (..) virtuelle Medien. Ja.*

378 **B4:** *Da hast du Recht. Also alle andern Freunde von Amerika, wo i drüben gleeht*  
379 *hab, keinen Kontakt mehr, außer halt nur mit der Melanie.*

380 **B1:** *Also ich find, man muss da klar unterscheiden zwischen WhatsApp und*  
381 *Facebook zum Beispiel. Weil, für/ für WhatsApp brauch ich mal die*  
382 *Telefonnummer von der Person, mit der ich überhaupt in Kontakt treten will.*  
383 *Also die Telefonnummer, die bekomm ich eigentlich nur, wenn ich mit der*

384 *Person vorher mal kommuniziert hab. Die bekomme ich eigentlich sehr selten*  
385 *über dritte Leute. Und das heißt, das sind mal alles Freunde oder*  
386 *Bekanntschaften aus der realen Welt.*

I fordert die Gruppe mit der Fragestellung bezüglich der Erfahrungen mit virtuellen Freundschaften auf, von eigenen Erlebnissen zu erzählen. Zudem wird das Online-Phänomen der Hasspostings angesprochen. Die Gruppenmitglieder sollen sich zudem dazu äußern, ob sie zwischen Freundinnen und Freunden, die sie im realen Leben näher kennen bzw. häufiger treffen und virtuellen Kontakten unterscheiden.

B4 äußert sich interessiert als Erste zu der Frage und erzählt davon, dass sie aufgrund ihrer Distanz zur Freundin, die in Amerika studiert, auf die Kommunikation per Telefon und WhatsApp angewiesen sei (Proposition). Sie elaboriert, dass viel Kontakt auch via Instagram erfolge. Für B4 bestehe kein Unterschied zwischen virtuellen und realen Freundschaften, solange die betreffende Person bereits aus dem echten Leben bekannt sei. B4 ist in dieser Gruppe eine der jüngeren Teilnehmerinnen und wirkt insgesamt sehr positiv eingestellt gegenüber virtuellen Freundschaften.

B2 meldet sich zu Wort und propositioniert, dass ein weiter Teil der Kommunikation im virtuellen Bereich verloren gehe. Sie gibt an, dass es einen Unterschied mache, ob man sich die Zeit für Skype oder Facetime nimmt oder rein schriftlich kommuniziere, da hier eine Art Face-to-Face-Kommunikation stattfinden würde (Differenzierung). Sie elaboriert anschließend allerdings, dass es auch hier vorkommen könne, dass das Übertragungsbild einfriert und somit die Mimik verloren geht. Sie proponiert, dass alle virtuellen Freundschaften auf Dauer abebben würden und elaboriert, dass es schwierig sei, Humor richtig zu vermitteln. Danach stellt sie nachdenkend die Antithese auf, dass es schon außergewöhnlich gute Freundschaften sein müssten, damit dieses Abebben nicht passiert und elaboriert, dass Freundschaften von einem gemeinsamen Erlebnis leben würden und virtuelle Freundschaften dementsprechend immer einen Vergangenheitsbezug aufweisen würden.

B4 bestätigt die Worte von B2 und elaboriert, dass sie auch nur mit dieser einen Freundin in Amerika den Kontakt auf virtuelle Weise habe halten können.

B1 tritt in Opposition und sagt, dass man klar zwischen den einzelnen sozialen Medien differenzieren müsse. Als ältester Gruppenteilnehmer wirkt er in dieser Situation sehr selbstbewusst und bedacht. Er elaboriert, dass man für WhatsApp die Telefonnummer brauche, um überhaupt mit jemandem in Kontakt treten zu können. Er elaboriert weiter, dass diese nur von Menschen erhalten werden könnten, mit denen bereits im echten Leben kommuniziert wurde. Dementsprechend seien diese Frauen und Männer Bekanntschaften oder Freunde aus der realen Welt. Die Gruppe nickt hier zustimmend.

### **Passage ‚Hasspostings im Netz‘**

522 **B7:** *Ich wollt noch mal kurz zu deiner gezielten Frage noch antworten. Und*  
523 *zwar: Nein, ich persönlich hab noch keine Hasspostings erlebt. Ähm aber ich*  
524 *seh immer wieder/ also ich seh ja, dass es stark immer zunimmt an*  
525 *Hasspostings, über andere Leute,*  
526 *(...)*  
532 *Meldungen zu äußern. Also man sieht vor allem, dass (.) Hasspostings viel*  
533 *mehr an Popularität zunehmen, als wenn man jetzt irgendwas Gutes postet,*  
534 *oder irgendwie jetzt sagt: Okay, helft jetzt diesem Menschen oder jenem*  
535 *Menschen. Also man sieht, man kann durchaus verkaufen und Popularität*  
536 *gewinnen mit Hass. (.) Und/ ja.*  
537 **I:** *Wie seht's ihr das? Habt's ihr schon Erfahrungen damit gmacht?*  
538 **B3:** *I glaub, das große Problem ist, ihr habt's ja auch schon angesprochen, das*  
539 *ist bei Tinder genauso, es ist irgendwie, die Hemmschwelle sinkt und so. Es ist*  
540 *doch bei Hasspostings genauso irgendwie. Wenn i jetzt jemanden ins Gsicht*  
541 *sagen muss, was ich schlecht find an dem, oder so, (..) trau ich mir das*  
542 *vielleicht ned, oder kann das in einer moralisch korrekteren Weise*  
543 *aussprechen, wie wenn i jetzt irgendwas schnell eintipp und poste, und*  
544 *vielleicht no unter irgendeinem falschen Namen, oder so. Dann kennt er mi eh*  
545 *ned, und die Hemmschwelle sinkt stark. Und i glaub, deswegen ist das au en*

546 Grund, warum das, glaub i so zunimmt, diese Hass-//Postings.  
 547 **B5:** Ich finde, da sinkt dann aber auch/ also so wie die Hemmschwelle sinkt  
 548 etwas Schlimmes zu sagen, eben weil man anonym ist, oder hin und her, so  
 549 sinkt auch auf der ankommenden Seite die (.) die Wertigkeit von dem, was  
 550 gesagt wird. // also wenn's/  
 551 **B4:** Richtig, ja.//  
 552 **B5:** wenn/ also für mich persönlich, wenn irgendein anonymen Mensch mir  
 553 irgendwas schreibt, dann ist es mir viel mehr egal, als wenn ich die Person  
 554 sehe, mir schneller ein Bild machen kann von, wer die Person ist, und ob ich  
 555 ihre Meinung schätze oder nicht. Und dann/ also es ist viel leichter/  
 556 **B3:** I versteh, was du meinst. Ja. I glaub au/ i glaub, dass das schon stimmt.  
 557 Aber wenn jetzt im großen Ausmaß du, weiß ich nicht, wie viel, Hasspostings  
 558 kriegst, i glaub, das/ egal wer, das ist, irgendwann geht dir das au so, also mir  
 559 zumindestens würde es so gehn. Aber/ ja.  
 560 **B5:** Wenn einer schreibt: Ja, du bist scheiße, würd ich mir auch denken/ ja/  
 561 **B3:** Ja, aber wenn dir fufzig Leit// irgendwas über di schreiben/  
 562 (Durcheinander)  
 563 **B3:** Ja. Und di vielleicht auch persönlicher angreifen wie nur: Du bist scheiße.  
 564 Weißt du?  
 565 **B6:** Ja, klar.  
 566 **B3:** Also, ja.

B7 beendet das Diskutieren der anderen Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer über die Vorteile von Dating-Plattformen bei schüchternen Menschen, indem er die frühere Fragestellung von I nochmals aufgreift. B7 versucht innerhalb der gesamten Diskussion aus subjektiver Sicht gesehen eine Art ‚Expertenrolle‘ einzunehmen, was bei den anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern immer wieder zu Lachern, Augenrollen oder Tuscheln vor vorgehaltener Hand geführt hat. Er selbst erzählt, dass er persönlich noch nie Hasspostings auf seinen Profilen entdeckt habe, aber einige prominente Beispiele kenne. Er berichtet anschließend ausführlich von diesem Beispiel, welches aufgrund der Irrelevanz nicht im oben angeführten

Transkriptionsbeispiel enthalten ist. Kurz zusammengefasst geht es dabei um das Profil einer Prominenten, die nach der Trennung von ihrem prominenten Freund wüst beschimpft worden sei. Er elaboriert dann weiter, dass sich heute jeder traue, solche Meldungen zu veröffentlichen, und erntet dafür ein zustimmendes Nicken der gesamten Diskussionsgruppe. Er führt weiterhin aus, dass seiner Meinung nach Postings mit negativem Inhalt deutlich populärer seien als jene mit positiven Aussagen. Er fasst zusammen, dass Hass mittlerweile ein geeignetes Mittel sei, um sich virtuell zu vermarkten und Popularität zu gewinnen (Konklusion).

Nach einer Pause richtet I die Frage an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, ob sie selbst bereits Erfahrungen mit dieser Thematik gemacht hätten und wie sie die Problematik einschätzen würden.

B1, B2 und B6 werden mit zunehmendem Diskussionsverlauf passiver und nehmen kaum mehr aktiv an der Diskussion teil. B6 wirkt gestresst und sieht mehrmals auf die Uhr. Nach Beendigung des Fokusgruppeninterviews erzählte B6 ‚off-record‘, dass sie im Anschluss unmittelbar zu einer Vorlesung müsse und deshalb Stress gehabt habe.

B3 propositioniert, dass sie als Grund für Hasspostings die sinkende Hemmschwelle der Menschen im virtuellen Bereich sehe. Sie elaboriert, dass es einen Unterschied mache, ob jemandem etwas direkt gesagt oder anonym (womöglich unter falschem Namen) auf sozialen Plattformen verbreitet werde. Im realen Leben werden negative Dinge zumeist in einer moralisch korrekteren Weise ausgesprochen.

B5 validiert die Worte von B3 und ergänzt, dass auf Seiten des Adressaten dafür die Wertigkeit der gesagten oder geschriebenen Worte sinke. B4 teilt diese Ansicht.

B5 nimmt eine oppositionelle Meinung gegenüber B3 ein, indem sie sagt, dass es für sie persönlich unerheblich sei, ob ihr „irgendein anonymer Mensch“ schreibt. Sie relativiert diese Aussage zugleich damit, dass ihr dies allerdings nicht egal sei, wenn dies Personen des eigenen realen Lebens sind

(Differenzierung). Sie wolle sich vorab ein Bild von der Person machen und entscheiden können, ob sie deren Meinung schätzt.

B3 argumentiert verwundert, dass sie zwar die Meinung von B5 verstehe, aber es auf die Zahl der Hasspostings und nicht auf die Personen, auf die diese zurückzuführen sind, ankomme (Divergenz).

B5 wiederum kontert genervt, dass es doch egal sei, wenn jemand schreibt „Du bist scheiße“. B3 stellt die Antithese auf, dass es nicht bedeutungslos sei, wenn fünfzig Menschen etwas Negatives schreiben oder einen persönlichen Angriff initiieren. B6 validiert B3.

### **Passage ‚Unterschiede zwischen Face-to-Face- und virtueller Kommunikation‘**

- 632 *I: Also ihr würdet's alle Unterschiede sehen zwischen den verschiedenen*  
633 *Kommunikationsmethoden*
- 634 **B5:** //Auf jeden Fall.
- 635 **B2:** Ja.//
- 636 *I: Ja?*
- 637 **B5:** *Allein vom Ton her, wie man was sagt. Das ist ja/ man kann das ja*  
638 *vollkommen verstehen und aufgefasst/ ich mein, man merkt schon, die*  
639 *Stimmung, und ob man's ironisch meint, oder eben todernst. Man merkt das*  
640 *einfach, wie man spricht. Und auch/*
- 641 **B6:** *Gsichtsausdrücke und so, //ja.*
- 642 **B5:** *Da gibt es// (lacht) gar nicht so viele Emojis, und ich weiß nicht, man findet*  
643 *ja selten einen, der wirklich jetzt zu seiner Emotion wirklich passt. (Gelächter)*

Die Diskussionsleitung greift die Frage auf, ob alle einen Unterschied zwischen den verschiedenen Kommunikationsarten (gemeint ist Face-to-Face-Kommunikation und virtuelle Kommunikation auf Social Media) erkennen. B5 fällt zustimmend ins Wort und unterstützt genauso wie B2 die von der Moderatorin aufgestellte Hypothese. B5 propositioniert, dass alleine schon der Tonfall und die

Stimmung einen immensen Unterschied zwischen den Kommunikationstypen ausmachen. Bei der persönlichen Kommunikation könne unmittelbar erkannt werden, wie etwas gemeint ist. B6 ergreift das Wort und elaboriert weiter, dass „Gesichtsausdrücke und so“ den Unterschied ausmachen würden. B5 fährt lachenderweise fort, dass es nicht genügend Emojis gäbe, um ein realitätsgetreues Abbild seiner momentanen Emotionen zu zeichnen. Die Aussage von B5 führt wiederum zu allgemeinem Gelächter.

649 **B6:** *Ja, also// ich würd immer Face-to-Face bevorzugen mit Leuten, die mir*  
650 *wirklich wichtig sind. Weil ich will ja auch wissen, wie er sich gerade fühlt. Ich*  
651 *kann schauen, wie, wenn er schreibt, könnte so und so gemeint sein/ aber man*  
652 *ist sich einfach nicht sicher. Und wenn man Face-to-Face ist, ist es viel, viel/*  
653 *nicht inniger, aber viel, viel aussagekräftiger einfach als dann nur eine kurze*  
654 *WhatsApp oder sonst was.*

655 **B2:** *Manchmal bevorzug ich schreiben, weil/ aber dafür muss ich eine Person*  
656 *schon gut kennen, weil ich halt beim Schreiben hab ich die Zeit mir wirklich*  
657 *ganz genau auszusuchen, was ich sage, und ich kann das wieder weggeben,*  
658 *und dann wieder neu schreiben und so. Also man kann wieder so gut quasi*  
659 *kodieren, was man denkt, was dann manchmal, find ich, ein bisschen Messi*  
660 *wird bei/ aber gut, (lacht) (Durcheinanderreden)*

661 **B5:** *Hmm ist es manchmal gut mir erst darüber nachzudenken und nicht einfach*  
662 *anzufangen zu reden. Und dann aber noch mal zurück zu müssen, aber (.) das*  
663 *ist dann aber auch beim Face-to-Face okay für mich, dann dauert's halt länger.*  
664 *Dann muss ich's vielleicht öfter erklären. Aber dann ist auch ein bisschen der*  
665 *Gedankenprozess, den ich hab, drin, und kann den offenlegen. Deswegen find*  
666 *ich's eigentlich gar nicht so schlecht, so was zu kommunizieren. (lacht)*

667 **B4:** *Der Vorteil halt bei Face-to-Face is, du kannst halt wirklich sichergehn, ob*  
668 *die Person des genauso aufgenommen hat, wie du das auch/*

669 **B3:** *Ja, das //stimmt.*

B6 berichtet, dass sie die Face-to-Face-Kommunikation mit Menschen bevorzuge, die ihr wichtig sind. Sie präferiere, zu wissen, wie es ihnen wirklich

gehe und wie sie sich tatsächlich fühlten. Sie ergänzt lächelnd, dass ein Face-to-Face-Kontakt um einiges inniger und deutlich aussagekräftiger sei (Proposition). B2 stellt die Antithese auf, dass sie manchmal das Schreiben bevorzuge, um mehr Zeit für die passenden Formulierungen zu haben und den Text mehrfach abändern zu können. Sie stellt lachend fest, dass sie stellenweise richtiggehend perfektionistisch darin vorgeht.

Die Gruppe reagiert auf diese Wortmeldung mit wildem Durcheinanderreden, bis B5 dies unterbricht und ihre Meinung ausführt. B5 bestätigt zu Beginn den Vorteil von geschriebenen Worten, elaboriert jedoch weiter, dass ein Vorteil von Face-to-Face-Kommunikation der Gedankenprozess sei, der aus den mehrfachen Erklärungen resultiere. Sie lacht und stellt fest, dass ihr diese Art von Kommunikation gefalle. B4 elaboriert, dass der Vorteil an der Face-to-Face-Kommunikation sei, dass man sicherstellen könne, dass die andere Person etwas genau so aufgenommen hat, wie es beabsichtigt gewesen war. B3 teilt diese Ansicht.

In der Schlusspassage, in welcher gezielt nach der Medienkompetenz und dem vernünftigen Social-Media-Gebrauch gefragt wurde, äußerten sich nur mehr B5, B1, B2 und B6. Jede der zuvor erwähnten Personen antwortet ausführlicher als bisher, weshalb die Kernaussagen nicht anhand einer reflektierenden Interpretation, sondern in der nachfolgenden Zusammenfassung zu FG I abgebildet werden.

### **3.3.5 Zusammenfassende Darstellung der Fokusgruppe I**

Das Fokusgruppeninterview der ersten Gruppe FG I erfolgte unter Teilnahme von Studentinnen und Studenten im Altersbereich zwischen 19 und 27 Jahren. Von Beginn an verlief die Diskussion eher schleppend und wenig eigeninitiativ. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wirkten mit Ausnahme der beiden Älteren (B1: 27 Jahre und B2: 23 Jahre) durchwegs nervös, weswegen die Moderatorin öfter als gewollt aktiv eingreifen musste. Der Verlauf ähnelte daher einem geführten

Interview, Interaktionen und Diskussionen zwischen den Diskutantinnen und Diskutanten selbst blieben eine Seltenheit.

B1 wirkte gegenüber den anderen dominant, auch wenn er sich nicht dauerhaft aktiv an der Diskussion beteiligte. Seine Sprache war durchwegs flüssig und er überlegte stets kurz, bevor er sich zu Wort meldete. Zudem versuchte er, seine Gedanken mit detaillierten Ausführungen und Argumenten zu belegen.

Die jüngeren Teilnehmerinnen versuchten trotz ihrer deutlich erkennbaren Nervosität – welche sich dadurch zeigte, dass sie alle an ihren Kleidungsstücken zupften oder Gegenstände festhielten – während des jeweils eigenen Redebeitrags ihre Meinungen mitzuteilen. Aus Sicht der Moderatorin entstanden zwischen den Jüngeren vermehrt Interaktionen, während zwischen den Jüngeren und Älteren kein Austausch stattfand.

Aus inhaltlicher Sicht kam die Diskussion nur schleppend ins Rollen, weshalb auch nicht alle gewünschten Teilbereiche diskutiert werden konnten. Die Eckpfeiler von FG I werden nachfolgend zusammengefasst:

- Als essentiellstes Social-Media-Angebot nannte die gesamte Gruppe WhatsApp. Die Vorteile dieses Messenger-Dienstes aus Sicht der Gruppe sind die wenig komplexe Bedienung, die Schnelligkeit der Nachrichtenfunktion, die Möglichkeit von Gruppen- oder Einzelchats und nicht zuletzt die Videotelefonie.
- WhatsApp selbst sieht die Fokusgruppe nicht mehr als soziales Medium, da es schlichtweg einen Ersatz für die SMS- oder Anruf-Funktion des Handys darstellt.
- Facebook ist das Medium, welches sich an zweiter Stelle in der Angebotspräferenz befindet. Alle Gruppenteilnehmerinnen und Gruppenteilnehmer gaben an, es vor allem zu Informationszwecken zu nutzen. Veranstaltungen und unibezogene Themen würden gut organisiert und dargestellt. Einzig eine Teilnehmerin, die sich Facebook erst nach der Schule und während des Studiums installiert hatte, gab an, dass sie es aufgrund von fehlendem Interesse kaum bis gar nicht nutze.

- Neben Facebook ist Instagram das soziale Medium der Wahl, um mit Freundinnen und Freunden aus dem Ausland den Kontakt aufrechterhalten zu können. Die älteren Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Gruppe gaben an, Instagram – wenn überhaupt – nur sporadisch zu nutzen. Die anderen Diskutantinnen und Diskutanten waren sich einig, Instagram in der Schulzeit intensiver genutzt zu haben und führten dies auf einen Wandel ihres Nutzungsverhaltens aufgrund des Studiums und des Alters zurück. Die Wertigkeiten und Zeitressourcen hätten sich dadurch verändert.
- Die Gruppe war sich einig, dass ihr Social-Media-Konsum gegenüber früheren Jahren zurückgegangen sei. Gerade Snapchat sieht die Fokusgruppe als Medium, welches das jüngere Publikum verwendet. B1 kannte als Einziger der Gruppe Snapchat nicht. B2 und B4 berichteten von jungen Mädchen im Alter zwischen 10 und 13 Jahren, die versuchen, ‚Flammen‘ bei verschiedenen Kontakten auf Snapchat zu sammeln und zu halten, da es für diese eine Art der Wertung von Freundschaften darstellt.
- Es ist eine erhebliche Vorsicht bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern bezüglich der geteilten Inhalte und Bilder auf sozialen Medien erkennbar. Allerdings sprach lediglich B7 den Datenschutz explizit an. Die anderen Gruppenmitglieder gingen auf diesen angerissenen Themenbereich nicht weiterführend ein.
- Als Erwartung oder Hoffnung gegenüber virtuellen Freundschaften sprach die Gruppe die Themengebiete Reichweitenstärkung, Entertainment, Selbstinszenierung und Selbstvermarktung an, wobei diese mehrfach für die ‚Allgemeinheit‘, aber nicht explizit auf die eigene Person bezogen genannt wurden. Lediglich B7 gab zu, sich aufgrund seiner beginnenden Modelkarriere persönlich auf sozialen Medien zu vermarkten.
- Es war deutlich zu erkennen, dass der Gruppe die Beantwortung der Frage bezüglich eines Unterschiedes zwischen realen und virtuellen Freundschaften schwerfiel. Zu Beginn zögerten die Diskutantinnen und Diskutanten. Eine kurze Stille folgte. Danach gab B4 an, dass sie keinen Unterschied zwischen virtuellen und realen Freundinnen oder Freunden

erkennen kann, räumte anschließend jedoch ein, nur mit Kontakten aus dem realen Leben über die sozialen Medien Freundschaftspflege zu betreiben.

- B1 stellte überrascht fest, dass heutzutage nahezu niemand mehr Twitter nutzen würde und ergänzte, dass Dating-Plattformen wie Tinder ebenfalls zu den Social-Media-Angeboten zählen würden.
- Die Gruppe ist sich einig, dass mittlerweile fast niemand mehr eine fremde Person in einer Bar ansprechen würde, um diese kennenzulernen. Deshalb seien gerade Dating-Plattformen für schüchterne oder weniger selbstbewusste Frauen und Männer die ideale Wahl, um einen ersten Schritt im Aufbau von neuen Kontakten zu wagen.
- Als weiteren Vorteil von Dating-Plattformen im Vergleich zu anderen sozialen Medien identifizierten sie die Transparenz bezüglich der Ziele von Nutzerinnen und Nutzern dieser Portale. Während die meisten Userinnen und User Facebook zur Kontaktpflege mit realen Freundinnen und Freunden nutzen würden und nicht daran interessiert wären, neue, fremde Menschen kennenzulernen, sei das klare Bestreben bei einem Dating-Profil, Kontakt zu unbekanntem Frauen oder Männern aufzubauen.
- Im nachfolgenden Themenbereich der Qualität von Kommunikation stellten alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Veränderung beziehungsweise Qualitätsminderung von Kommunikationsprozessen fest.
- Als Problem der virtuellen Kommunikation wurden die bedeutungsvollen, jedoch fehlenden Faktoren der Mimik, Gestik und Körpersprache identifiziert. Die Teilnehmenden unterschieden hier nicht nur zwischen virtueller und persönlicher, zwischenmenschlicher Kommunikation. Vielmehr ist die Gruppe der Meinung, dass Videotelefonate das weitaus attraktivere Kommunikationsmittel im Vergleich zur rein schriftlichen Verständigung über soziale Plattformen oder Messenger-Dienste seien. Lediglich das Einfrieren des Bildschirms oder Übertragungsfehler identifizierten sie als Nachteile.

- Einigkeit herrschte auch darüber, dass Face-to-Face-Kommunikation das beste Mittel bleibt, um mit sehr wichtigen Menschen wie der Familie und engsten Freundinnen und Freunden Kontakt zu halten. Der größte Vorteil an dieser Art der Freundschaftspflege sei die Sicherheit, zu wissen, was der andere wirklich denkt und wie der- oder diejenige sich wirklich fühlt.
- Als wesentlichstes Kriterium eines vernünftigen und sicheren Umgangs mit sozialen Medien und neuen Medien sieht die Gruppe die Aufklärung und Vermittlung von Gefahrenpotentialen. B1 findet es bedeutend, als Elternteil selbst mit den Angeboten umgehen zu können, um eine Vorbildposition einnehmen und mit seinen Kindern über die Nutzung von Angeboten reflektierend nachdenken und sprechen zu können. Insgesamt ist es den älteren Gruppenteilnehmerinnen und Gruppenteilnehmern wichtig, kritisches und hinterfragendes Denken zu vermitteln. Uneinigkeit herrschte jedoch darüber, ob Verbote sinnvoll und zielführend seien. Die Mehrheit stimmte allerdings zu, dass zumindest die Regulierung der Nutzungszeiten ein geeignetes Mittel der Wahl seien, um Kindern auch andere Beschäftigungsmöglichkeiten aufzeigen zu können.

### 3.4 Falldarstellung Fokusgruppe II

Als zweite Gruppe wurde die Fokusgruppe der Berufstätigen zur Diskussion gebeten. Diese bestand aus zwei Frauen und vier Männern im Alter zwischen 27 und 35 Jahren. Bewusst wurde auch hier auf das genaue Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zugunsten des Faktors der Berufstätigkeit weniger Wert gelegt, um innerhalb der Realgruppe eine Meinungs- und Wertevielfalt und somit eine anregende Diskussion zu erhalten. Das Fokusgruppeninterview II wurde nur einen Tag nach der Diskussion der Fokusgruppe I Anfang Dezember 2018 durchgeführt und dauerte rund eine Stunde. Im Folgenden wird die Gruppe als FG II bezeichnet.

#### 3.4.1 Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG II

Bezeichnung	Alter	Geschlecht	Beruf/Bildung	Herkunft	Wohnort
B1	28	Männlich	Rechtsanwaltsanwärter	Österreich	Wien
B2	27	Männlich	Berufsoffizier	Österreich	W. Neustadt
B3	33	Weiblich	Mittelschullehrerin	Österreich	Perchtoldsdorf
B4	29	Männlich	Berufsoffizier	Österreich	Gloggnitz
B5	34	Weiblich	Verkäuferin	Österreich	Graz
B6	35	Männlich	Mediengestalter	Österreich	Wien

Tabelle 2. Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG II.

#### 3.4.2 Diskussionssituation FG II

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bildeten eine Realgruppe von einander bekannten berufstätigen Frauen und Männern verschiedener Berufsgruppen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erschienen im Gegensatz zu FG I einzeln und dementsprechend auch zeitlich geringfügig unterschiedlich am vereinbarten Durchführungsort. Sie wirkten alle motiviert und positiv gestimmt. Nach einem gemeinsamen kurzen Gespräch bei Kaffee und Kuchen zur Auflockerung der Stimmung und Atmosphäre wurde das Fokusgruppeninterview mit der Einstiegsfrage begonnen.

Zwischen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der FG II bestehen aktive Freundschaften, aber keine Liebesbeziehungen. B1 und B5 sind jeweils mit nichtteilnehmenden Frauen und Männern verheiratet. B5 hat zudem drei Kinder.

B2, B3 und B4 leben jeweils in einer Beziehung, B6 ist alleinstehend. Die Gesprächsatmosphäre war locker und die Stimmung sehr ausgelassen. Sämtliche Gruppenmitglieder diskutierten voller Eifer und Motivation.

Die Diskussion selbst verlief ohne Störungen und auch nach der Diskussion tauschte sich die Gruppe beim gemeinsamen Verlassen des Gebäudes noch angeregt über das diskutierte Themengebiet aus.

### **3.4.3 Formulierende Interpretation der FG II**

#### **OT (Moderation initiiert): Nutzung und Nutzungsmotive von Social Media**

*1-3 Allgemeine Eingangsfrage durch die Moderatorin (I) über die individuelle Nutzung und die Nutzungsmotive von Social-Media-Angeboten*

#### **UT: Messenger-Dienste überwiegen**

B1 gibt an, dass er am häufigsten Messenger-Dienste für den permanenten Austausch verwende. Er sieht WhatsApp als Klassiker und nutze zusätzlich den Messenger-Dienst von Facebook für den Kontakt mit ausländischen Personen. Für die Aufrechterhaltung des Kontakts zu „Leuten aus gewissen Lebensabschnitten“ nutze er zusätzlich Facebook und Instagram (4-13).

B2 verwendet hauptsächlich WhatsApp und die weiteren Messenger-Dienste wie Telegram, Signal oder Threema. Den Facebook-Messenger verwendet er nur in seltenen Fällen für den Kontakt mit peripheren Bekanntschaften (14-18).

#### **UT: Keine bis seltene Nutzung von Instagram, Snapchat, Tinder**

B2 nutzt außer Messenger-Diensten und Facebook nur „in seltensten Fällen“ weitere Social-Media-Angebote, wenn sich Bekanntschaften ausschließlich über diese Medien unterhalten oder kommunizieren möchten (18-21).

### UT: Verändertes Nutzerverhalten aufgrund von Berufseinstieg

B3 hat 2015 ihr Facebook-Profil vor Beginn des wirklichen Berufseinstiegs gelöscht und verwendet seither nur mehr WhatsApp und Viber (22-25).

### UT: Kontaktpflege und Versenden von Bildern

B3 nennt als Nutzungsmotive die Möglichkeit, national und international zu kommunizieren. Bilder beziehungsweise Videomaterial verschicke sie gerne „zur Hebung der Moral“ – der Belustigung (26-28).

### UT: Koordination von Terminen und Veranstaltungen

B4 verwendet hauptsächlich WhatsApp anstelle von SMS und in Form von Gruppenchats, um sich so innerhalb einer Gruppe zu koordinieren (32-36).

B3 sieht das ebenfalls so und koordiniert gerne das gemeinsame Mittagessen mit ihren WhatsApp-Gruppenmitgliedern. Als Gründe nennt sie die schnellere Kommunikation, da sie sonst jede einzelne Person extra anschreiben müsse (37-42).

B4 ergänzt, dass zahlreiche Gruppen für einzelne Veranstaltungen wie Hochzeiten oder Geburtstagspartys extra erstellt und danach wieder gelöscht werden würden (43-47).

### UT: Keine Preisgabe von persönlichen Informationen

B4 verwendet Facebook kaum noch und gibt an, keine Fotos, Nachrichten oder persönliche Informationen preiszugeben. Die einzige Nutzung bestehe darin, einmal im Halbjahr zu kontrollieren, ob eine andere Person ein Foto von ihm hochgeladen hat, um dieses eventuell freizugeben (53-56).

### UT: Verändertes Nutzerverhalten durch Hochzeit

B5 meldet sich zu Wort und sagt, dass sie einen extremen Wandel ihres Nutzerverhaltens festgestellt habe. Früher, als sie alleinstehend war, habe sie viele verschiedene Social-Media-Angebote genutzt (Facebook, Tinder, ...). Dies sei ein guter Zeitvertreib und eine bequeme Möglichkeit gewesen, um Kontakte zu knüpfen. Seit sie allerdings verheiratet ist, sehe sie in diesen Angeboten keinen persönlichen Nutzen mehr. Es brauche zu viel Zeit, um up to date zu bleiben (59-68). Mittlerweile hat sich B5 von Facebook und Instagram abgemeldet und nutzt ausschließlich WhatsApp als Möglichkeit der schnellen Informationsverteilung (69-74).

### UT: Nutzerverhalten als Frage des Alters

B5 führt weiter aus, dass sie denke, dass das Nutzerverhalten eine Frage des Alters sei. Ihre drei Kinder (Mädchen) würden aufgrund ihres Alters jetzt alle Instagram nutzen (76-78).

### UT: Nutzung der Kinder

B5 ergänzt, dass ihre Kinder (13 Jahre und 11 Jahre) Instagram zwar nutzen dürften, sie und ihr Mann als Eltern dennoch Einschränkungen vornehmen würden. So dürften sie keine persönlichen Fotos, auf denen sie selbst zu erkennen sind, öffentlich machen. Die Kinder teilten hauptsächlich Urlaubsfotos mit ihrem Freundeskreis (80-84).

### UT: Altersbeschränkung

B3 wirft die Frage auf, ob es keine Altersbeschränkung für Instagram gäbe. B2, B4 und die Moderatorin antworten, dass es eine Altersbeschränkung gibt. Diese ist auf Facebook deutlich höher als auf Instagram (87-93).

### UT: Facebook als Medium der Älteren

B4 denkt, dass Facebook hauptsächlich nur mehr von Älteren genutzt werde und Jugendliche die Plattform nicht mehr so häufig frequentieren würden (100-101). B5 denkt auch, dass Snapchat häufiger von Jungen genutzt werde (107). Sie führt weiter aus, dass das „moderner und cooler“ sei und es die Möglichkeit gäbe, Stories zu posten, die nur 24 Stunden online zu sehen seien (113-115).

### OT (durch B1 initiiert): Digitaler Wandel und Trendumkehr in der Öffentlichkeit

117-123 B1 stellt fest, dass ein umfassender Technikwandel in den letzten zehn Jahren stattgefunden habe. Früher habe das Internet genutzt und kurze Texte verarbeitet werden können, wohingegen heute jeder eine ausreichende Kamera im Handy habe, um Fotos produzieren zu können.

### UT: Rückzug aus der Öffentlichkeit

B6 greift das aufgeworfene Thema auf und erzählt, dass er als Mediengestalter in seinem Beruf festgestellt habe, dass es heutzutage einen Trend in Richtung Rückzug aus der Öffentlichkeit gäbe. Die neue Bewegung würde in Richtung eines „digitalen Biedermeiers“ verlaufen und sich beispielsweise in sogenannten „Discord-Channels“ zeigen. Als Grund führt er an, dass die Menschen nicht mehr möchten, dass all ihre Posts von jedem und jederzeit im Internet abrufbar sind. Mittlerweile gehe der Trend wieder dahin, dass sich Bilder nach einem gewissen Zeitfenster selbstständig löschen (134-146).

### UT: Konkurrenzkampf innerhalb der Social-Media-Angebote

B6 denkt, dass Snapchat mittlerweile wieder aus der Mode gekommen sei, weil Instagram als Konkurrenzmedium sämtliche Features kopiert und grafisch ansprechender verarbeitet habe (147-149).

### UT: Körperlose Kommunikation

B6 bewertet es als erhebliches Problem von Social Media – was er auch durch die dort stattfindende körperlose Kommunikation definiert – dass es nicht mehr um das Kommunizieren mit einer großen Bandbreite gehe. Die Hermeneutik, der Blickkontakt und die vermittelten Gefühle würden vollständig verloren gehen. Die körperliche Kommunikation ist im Gebrauch von sozialen Medien nicht möglich (161-171).

### **OT (durch I initiiert): Wandel im eigenen Kommunikationsverhalten**

*181-183: Die Moderatorin (I) greift das angerissene Thema der körperlosen Kommunikation auf und fragt die Gruppenmitglieder, ob sie selbst auch einen Wandel des eigenen Nutzungsverhaltens im Laufe der Zeit wahrgenommen hätten.*

### UT: Berufswunsch bestimmt Kommunikationsverhalten

B2 hatte immer ein berufliches Ziel vor Augen und hat deshalb als 18-Jähriger die auf Facebook veröffentlichten Bilder von sich auf vier Standardfotos beschränkt. Mittlerweile ist er 27 Jahre alt und hat diese Bilder seitdem nicht mehr verändert oder aktualisiert. Aufgrund seines Berufes (Berufsoffizier) postet er seine persönlichen Meinungen nicht öffentlich und nimmt nicht an Diskussionen teil (184-194).

### UT: Diskussionen im digitalen Bereich

B2 nimmt an Diskussionen im Online-Bereich nicht teil, weil er sich nie sicher ist, wer sein wahres Gegenüber ist und keine Mimik oder Gestik vorhanden ist. Als weiteres Problem sieht er den Humor, der sehr schwer online zu vermitteln ist. Er berichtet von möglichen Missverständnissen, die bereits die Verwendung eines Rufzeichens auslösen könne. An Diskussionen nimmt er nur im realen

Leben teil oder in ganz seltenen Fällen in Kleingruppen auf Messenger-Diensten. Hier allerdings auch nur, wenn er die Menschen persönlich kennt. Er sieht es als Problem, dass in zahlreichen digitalen Plattformen Leute unterwegs sind, die überhaupt nicht an einem ernsthaften Gespräch interessiert seien, sondern nur Streit suchten (194-215).

#### UT: Datenschutz und Schutz von persönlichen Informationen

B3 hat 2015 vor ihrem Berufseinstieg schon gewusst, dass sie aufgrund ihres Berufes (Lehrerin) viel Kontakt mit jungen Menschen haben wird. Sie wollte sich in der Öffentlichkeit nicht angreifbar machen und hat deshalb ihr Profil auf Facebook gelöscht. Im Vorfeld hat sie schon immer darauf geachtet, keine Fotos ihrer Freunde, Familie oder sich selbst zu veröffentlichen, die sie später bereuen könnte. Sie möchte außerdem ihre Daten nicht mit einem Weltkonzern teilen, der diese nutzt, um Geld zu verdienen (216-227).

#### UT: Depressionen durch Social-Media-Nutzung

B6 erzählt von einer Studie, die zeige, dass Online-Kommunikation auf Dauer depressiv macht. Gründe sind einerseits die vielzähligen negativen, stimmungsmachenden Postings und andererseits das das Gehirn beeinflussende Blaulicht des Handys. Er sieht die vielen negativen Posts als destruktiven Kommunikationsvorgang und denkt, dass dadurch die Fähigkeit der körperlichen Kommunikation auf Dauer verloren gehe (240-261).

B4 argumentiert dagegen, da er überwiegend nur äußerst positive Postings erlebe, in denen die Personen sich nur glücklich zeigten und schreiben würden, dass in ihrem Leben „alles gut und super“ sei. Sie wirkten so, als wären sie andauernd im schönsten Hotel bei bestem Essen im Urlaub, was ein Gefühl der Genervtheit bei ihm auslöse (262-270).

### UT: Social-Media-Nutzer um des Zeitgeistes willen

B4 kann keinen Wandel bei seinem langfristigen Kommunikationsverhalten feststellen. Als Grund nennt er das immer da gewesene, fehlende Interesse an den sozialen Angeboten. Er nutze sie ausschließlich, um sich nicht dem Zeitgeist zu verweigern und den Menschen die Möglichkeit zu geben, mit ihm in Kontakt zu treten. Er würde diesen fremden Personen zudem die Chance geben, später realen Kontakt aufzunehmen (276-284).

### UT: Stadt-Land-Gefälle

*285-286 Die Moderatorin (I) greift die ländliche Herkunft von B4 auf und fragt, ob er dieses Desinteresse an sozialen Medien auf seine Herkunft zurückführen würde.*

B4 sieht zunächst weniger den ländlichen Raum, als vielmehr die Erziehung durch seine Eltern und seine daraus resultierende, eher konservative und traditionsgebundene Grundeinstellung als Auslöser (287-291).

B2 (Städter) denkt, dass der Unterschied zwischen Menschen aus dem ländlichen Raum und jenen aus dem städtischen Umfeld die Reizüberflutung sei, mit denen Zweitere bereits in der Kindheit konfrontiert würden. Auf dem Land würden die Menschen mit weniger Reizüberflutung im privaten Umfeld in Berührung kommen und die Nachbarn sowie andere Gemeindeglieder persönlich kennen. Seiner Meinung nach erleben Städter im Alltag eine größere Anzahl an Mimik und Gestik von fremden Personen und würden deshalb Social Media tendenziell aktiver nutzen. Zugleich findet B2, dass Menschen aus ländlichen Regionen weniger offen und daher nicht anfällig dafür seien, fremde Personengruppen kennenlernen zu wollen, da sie ihre Freundschaften eher auf lange Dauer und mit einer zeitlichen und physischen Nähe aufbauen würden. Menschen aus Großstädten hingegen könnten dies zumeist nicht und wären dementsprechend häufiger darauf angewiesen, einen stärkeren Filter anzusetzen (297-338).

B4 hakt nochmal ein und denkt, dass es vermutlich eher an dem gesellschaftspolitischen Umfeld liege. Der ländliche Raum würde zum großen Teil noch deutlich geordnetere und traditionellere Strukturen aufweisen als die Stadt. Er ergänzt, dass er bezüglich des Arguments der Reizüberflutung noch nie nachgedacht habe (340-345).

B1 bringt sich in die Thematik ein und denkt, dass Facebook im ländlichen Raum sicherlich aufgrund des geringeren Koordinierungsbedarfs weniger genutzt werden würde. Dort sei es allgemein bekannt, an welchem Ort und zu welcher Uhrzeit das Treffen der Jugendlichen der Freiwilligen Feuerwehr oder im familiären Bereich sei. Im städtischen Raum gäbe es schon ab der Kindheit viele Auswahlmöglichkeiten, um sich mit Freundinnen und Freunden zu treffen. Diese Varianz führe auch zu einer Suche nach technischen Austauschmöglichkeiten (356-363).

#### UT: Food- und Mode-Blogger als neue ‚Freunde‘

B3 erzählt über den Wandel, den sie auf sozialen Netzwerken festgestellt habe. Sie findet, dass die virtuelle Kommunikation mit Freundinnen und Freunden aus dem realen Leben oder der Familie abgenommen habe und heutzutage Food- und Mode-Blogger die neuen ‚Freunde‘ der Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzer seien. Dementsprechend sei die Kontaktpflege mit Freundinnen und Freunden zu einem Business von professionellen Einzelunternehmen oder Firmen verkommen. Das Ziel und der Zweck der Facebook-Accounts habe sich im Vergleich zu früheren Zeiten gänzlich verschoben (378-387).

#### UT: Vom Jahrbuch zum ‚Streitbuch‘

B6 sieht eine gefährliche Entwicklung von Facebook im Verlauf der Jahre. Er erzählt, dass Facebook ursprünglich ein digitales Jahrbuch amerikanischer Studentinnen und Studenten aus einzelnen Universitäten gewesen sei. Ursprünglich hätten sich nur Personen mit einer ac.-E-Mail-Adresse anmelden

dürfen und nur Menschen, die aus dem realen Leben bekannt waren, hätten als Freundin oder Freund hinzugefügt werden können. Aufgrund der weltweiten Vermarktung der Plattform würden jetzt immer mehr einander unbekannte Menschen online aufeinandertreffen und sich ohne sozialen Anker streiten (390-410).

### **OT (durch B6 initiiert): Hass im Netz**

#### UT: Fehlendes Zuhören

B6 denkt, dass das fehlende Zuhören und die fehlende Verantwortung für die eigenen Worte im virtuellen Leben die Auslöser für den zunehmenden Hass im Netz seien. Er denkt, dass es in Zukunft aus diesem Grund eine Trendumkehr geben werde, Social Media weniger häufiger genutzt werden würde und sich die Gesellschaft andersartig, in einer geschlossenen und weniger offenen Art und Weise organisieren werde (419-425).

#### UT: Intoleranz gegenüber Andersdenkenden

B2 geht so weit, dass er soziale Medien nicht mehr als sozial bezeichnet, sondern sie als Plattformen der Meinungs- und Lagerbildung und Platz der Rechthaberei einstuft. Es gehe zumeist nur mehr um Streitigkeiten über politische und wirtschaftliche Gesinnungen. Diskussionen wären aufgrund der zunehmenden gegenseitigen Intoleranz unmöglich. Es fehle an der Kompetenz, Fakten zu akzeptieren oder zuzulassen, weshalb jegliche Aussagen unmittelbar als „Fake-News“ eingestuft werden würden. Soziale Plattformen spiegelten längst die moderne Frontenverhärtung zwischen den verschiedenen politischen Lagern wider. Er selbst würde es für am sinnvollsten halten, wenn sich Menschen mit verschiedenen Meinungen wie in früheren Zeiten an einen gemeinsamen Tisch setzen und miteinander über strittige Punkte diskutieren würden. Social Media provoziere und fördere in Wirklichkeit Hass und Feindschaft (428-448).

### UT: Seitenlayout als Problem

B1 sieht als Auslöser für den zunehmenden Hass im Netz den ungeeigneten Gesprächsverlauf auf sozialen Plattformen. Die reinen Kommentarfunktionen würden keine Diskussionen ermöglichen, wie sie aus der realen Welt bekannt seien. Er überlegt, ob womöglich Verbesserungen erzielt werden könnten, wenn die Kommentarfunktion dauerhaft deaktiviert werden würde. Die Menschen würden dann im realen Leben möglicherweise wieder reflektierender denken und handeln (453-469).

### **OT (durch B4 initiiert): Wahre Freundschaft vs. Social-Media-Freundschaft**

#### UT: Keine Deckungsgleichheit

B4 sieht keine Deckungsgleichheit zwischen seinen wahren Freunden im echten Leben („die man an maximal zwei Händen abzählen kann“) und jenen ‚Freunden‘, mit denen er auf den sozialen Plattformen verbunden ist. Zu den engsten und engeren Bekannten zählt er maximal nochmals zehn Menschen. Er ist zwar mit seinen wahren Freunden auch auf Facebook befreundet, aber das sei eher nebensächlich für die tatsächliche Freundschaft (510-518).

B1 teilt diese Ansicht, würde allerdings behaupten, dass die Anzahl der wahren Freunde auch in etwa jene Anzahl an Menschen ist, mit denen eine Kommunikation über WhatsApp, SMS, Telefon oder im realen Leben besteht. Den Rest seiner Social-Media-Freunde würde er als „We stay in contact“-Bekanntschaften bezeichnen. Als Beispiel nennt er den Cousin siebten Grades seiner Frau, den er auf einer Familienfeier kennengelernt hat (521-530).

#### UT: Virtuelle Freundschaften tendenziell mit weiter entfernten Personen

B1 führt an, dass er selbst eher mit Bekanntschaften, die räumlich weit entfernt sind, Kontakt halten würde, als mit jenen, die in unmittelbarer Nähe wohnen (534-538).

B4 denkt, dass hier letztlich das wahre Interesse an der Person selbst fehlen würde (542-544).

UT: Es gibt keine virtuelle Freundschaft

B2 denkt, dass es keine virtuellen Freundschaften im engeren Sinne gäbe. Für ihn habe der Begriff Freundschaft automatisch einen psychischen und physischen Hintergrund. Dazu gehören Mimik, Gestik, Aussehen und oftmals sogar der Geruch einer Person. Er sagt, diese vielen kleinen Faktoren müssten grundsätzlich bekannt sein, damit eine ernstzunehmende Freundschaft entstehen könne. Aus diesem Grund könne es rein virtuelle Freundschaften nicht geben. Die einzige Art von Freundschaft, die er virtuell pflege, ist jene mit Freundinnen und Freunden, die er beispielsweise in einer fremden Stadt kennengelernt habe und festgestellt habe, dass gemeinsame Interessen vorhanden seien, weswegen auch weiterhin Kontakt bestehe (545-566).

B4 teilt diese Ansicht mit B2 und findet die Bezeichnung ‚Freunde‘ auf Facebook problematisch. Dadurch würde eine Verwechslungsgefahr entstehen und den Menschen könnte es somit passieren, nicht mehr zwischen wahren und Facebook-Freunden zu unterscheiden (587-593).

UT: Schnellebigkeit und Werteverchiebung

B1 denkt, dass sich aufgrund der vielen ‚Freundschaften‘ in den sozialen Medien und der damit verbundenen Möglichkeiten eine gewisse Schnellebigkeit manifestiert und eine Werteverchiebung in der Gesellschaft stattgefunden habe. Heutzutage sei der zwischenmenschliche und persönliche Kontakt deutlich schneller als noch vor zehn Jahren und zahlreiche Enttäuschungen im Umgang miteinander entstünden aufgrund der Banalisierung des Begriffs ‚Freund‘. Als Beispiel nennt er Tinder, wo mittlerweile viele Menschen keine echten und dauerhaften Partnerschaften, sondern nur mehr One-Night-Stands suchen würden (609-618).

B3 sieht auch einen umfassenden gesellschaftlichen Wandel, da heute deutlich weniger Menschen das persönliche Ziel hätten, zu heiraten und eine Familie zu gründen. Heute bleiben mehr Menschen Singles oder leben maximal in einer Beziehung (634-641).

B2 gibt den Social-Media-Angeboten die Schuld daran, dass es zu einer Abwertung verschiedener Begriffe und traditioneller Werte gekommen sei. Die Gesellschaft sei insgesamt schnelllebiger geworden (652-655).

#### UT: Freundschaftsdefinition

B2 definiert Freundschaft für sich als lebenslangen Prozess. Er tätigt als Beleg hierfür die Aussage, dass ein wahrer Freund jemand sei, der „auch vierzig Jahre später immer noch zur Beerdigung kommen würde“. Heute sei Freundschaft oftmals virtuell durch nur einen Mausklick beendbar, wodurch es zu einer Abwertung des Begriffs ‚Freundschaft‘ gekommen sei. Er selbst gibt an, von seinen mehreren hundert Facebook-Freunden lediglich fünf als ‚enge Freunde‘ und zwanzig als ‚bessere Freunde‘ zu bezeichnen. Die Übrigen seien nur Bekanntschaften. Er denkt, dass viele Jugendliche, die mit sozialen Medien aufgewachsen sind, mittlerweile die wahre Freundschaft nicht mehr kennen und denken würden, dass eine Freundschaft ein Tastendruck sei (657-678).

B4 zitiert als seine Definition von wahrer Freundschaft den Spruch: „Wer würde dir helfen, eine Leiche zu vergraben? Das ist ein Freund“ (686).

#### **OT (durch I initiiert): Medienkompetenz und Social-Media-Gebrauch**

691-695: Die Moderatorin I leitet das Themengebiet der Medienkompetenz und des Social-Media-Gebrauchs ein.

### UT: Wissen schützt

Für B1 gehört es zum verantwortungsvollen Umgang, zu wissen, dass jegliche Handlung im virtuellen Bereich öffentlich ist, gespeichert wird und dementsprechend in der Zukunft nachvollziehbar ist. Dies gilt auch für Posts, die sich möglicherweise nach 24 Stunden selbst löschen. Er sieht es für den späteren Berufseinstieg und die Jobchancen als entscheidend an, dass von Beginn an nur Fotos geteilt werden, die auch Jahre später keine Blamage darstellen (696-706).

### UT: Reflektiert denken

B1 findet es wichtig, Kindern und Jugendlichen von Beginn an reflektierendes Denken beizubringen. Andernfalls bestehe die Gefahr, mit einer Informationsflut durch die Medien konfrontiert zu werden, was dazu führe, dass eine rasche Meinungsbildung ohne Nachfragen geschehe (715-722).

### UT: Nutzungszeit einschränken

B1 sieht es als gutes Mittel an, feste Zeiten für den Fernseh- und den restlichen Medienkonsum zu etablieren, damit sich Kinder und Jugendliche während der übrigen Zeit mit Büchern oder Spielen im Freien beschäftigen (723-731).

B4 unterstützt B1 in dieser Hinsicht und findet es essentiell, jungen Menschen von Anfang an viele verschiedene Dinge schmackhaft zu machen und persönliche Interessen zu fördern. Zusätzlich möchte er selbstbewusste Menschen erziehen, damit sie dem Handy oder Social Media weniger verfallen oder diesen gegenüber gefallsüchtig werden (732-739).

B3 sieht es als wesentlich an, als Elternteil selbst mit gutem Beispiel voranzugehen und die sozialen Medien weniger häufig oder intensiv zu nutzen (740-744).

### UT: Nutzungsregeln festlegen

B3 sieht es als entscheidend an, dass Konsumbegrenzungen festgelegt werden, um Eskalationen vorzubeugen. Generelle Verbote stuft sie als problematisch ein, da dadurch der Drang verstärkt werden würde, sich erst recht darüber hinwegzusetzen (746-755).

B5 spricht aus Erfahrung und empfindet eine Laissez-faire-Erziehung im Spannungsfeld zwischen Kindern, Jugendlichen und Medien als heikel. Kinder würden sich ihrer Erfahrung nach gerne in völlig eigene Welten zurückziehen, sobald sie digitale Möglichkeiten zur Verfügung hätten. Aus diesem Grund lege sie selbst via App fest, zu welchen Zeiten die Handys ihrer Kinder im Einsatz sind und wann welche App wie lange genutzt werden darf (756-777).

### UT: Alternative Beschäftigungsmöglichkeiten

Für B5 ist es wesentlich, gegenüber ihren Kindern transparent zu bleiben, digitalen Medien nicht selbst zu verfallen und alternative Möglichkeiten aufzuzeigen. Als Beispiel nennt sie Bücher (778-781).

### UT: Ausgrenzung

B3 sieht es als problematisch an, ein Kind hinsichtlich der Nutzungsdauer via App einzuschränken, da es sich dadurch schnell zum Außenseiter innerhalb von Freundschaftsgruppierungen entwickeln könne (744-751).

### UT: Aufklärung und aktive Erziehung

B2 sieht Aufklärung als zentralsten Punkt in der Erziehung von Kindern und Jugendlichen und würde ihnen alle Möglichkeiten der Nutzung mitsamt den dazugehörigen Vor- und Nachteilen aufzeigen. Es müsse Grenzen in der Nutzung geben, da es sonst schnell zu einem Schaden kommen könne. Kinder sollten lernen, selbstreflektiert darüber zu denken (782-787).

### UT: Rückzug aus sozialer Welt und bis hin zum Selbstmord

B2 stuft eine aktive Erziehung und die Vermittlung eines vernünftigen Mediengebrauchs als entscheidend ein, um zu verhindern, dass sich Kinder oder Jugendliche komplett in die sozialen Medien zurückziehen, sich von ihren sozialen und physischen Kontakten entfernen und sich Erziehung und Meinungsbildung alternativ im Online-Bereich suchen. Dadurch laufen sie Gefahr, Opfer von Verspottung und Depressionen zu werden. Dies könnte bis hin zum Selbstmord führen (824-846).

### UT: Technische Kompetenz

B6 hält Medienkompetenz für eine wesentliche Kompetenz, die jedoch in der Gesellschaft noch immer nicht ausreichend ausgeprägt sei. Noch bedeutender als die Medienkompetenz ist für B6 die technische Kompetenz. Darunter versteht er das Wissen über die technischen Geräte, die Steuerungs- und Nutzungsmöglichkeiten, die Potentiale und die Gefahren. Erst nachdem eine eigene Auseinandersetzung mit der Technik erfolgt ist, könnten ernstzunehmende Gespräche mit Kindern über dieses Themengebiet geführt werden (863-878).

## **3.4.4 Reflektierende Interpretation der Fokusgruppe II**

### **Einstiegspassage ‚Nutzung und Nutzungsmotive von Social Media‘**

- 1 *I: Also zu Beginn möchte ich mich mal bei/ für/ bei euch für die Teilnahme*
- 2 *bedanken. Und als Einstiegsfrage möchte ich gleich amal von euch wissen:*
- 3 *Welche Social-Media-Angebote nutzt ihr? In welchem Ausmaß und warum?*
- 4 **B1:** *(...) Also i denk etwas, was am häufigsten genutzt wird, ist sicher das so*
- 5 *zum/ zum permanenten Austausch, da sind wir jetzt eigentlich im Bereich von*
- 6 *Messenger-Diensten, sei das jetzt WhatsApp, so ist der Klassiker,*
- 7 *beziehungsweise mit gewissen Personen vor allem, was dann eigentlich eher in*
- 8 *Ausland geht, sind wir dann hier schon so im Bereich äh Facebook-Messenger*
- 9 *bei/ beispielsweise. Äh und/ und dann so das persönliche gegebenenfalls*

10 *Kontakthalten an sich, also wie ich's dann durchführe, im Bereich von (..)*  
11 *gewisse Lebensabschnitte, die die Leute durchlaufen, je nachdem, wie sehr sie*  
12 *das auch selbst nutzen und online preisgeben im Bereich von/ von Facebook*  
13 *und/ und Instagram.*

14 **B2:** *Also ich selbst muss sagen, ich verwende hauptsächlich WhatsApp-*  
15 *Nachrichten, also WhatsApp beziehungsweise ein anderer Messenger-Dienst*  
16 *wie Telegram, Signal oder Threema. Seltener benutz ich dann schon den*  
17 *Messenger-Dienst, eher nur in Ausnahmefällen mit Personen, die ich nur*  
18 *peripher/ oder periphere Bekanntschaften. Alles andere, wie dieses*  
19 *neumodische Snapchat, Instagram, Tinder, alles andere, nur in seltensten*  
20 *Fällen oder ausnahmsweise, wenn sich gerade eine Bekanntschaft jetzt nur*  
21 *über dieses Medium unterhalten oder kommunizieren möchte.*

22 **B3:** *Ja, also ich konkret nutze nur an für sich WhatsApp und Viber, weil*  
23 *ansonsten hab ich gar kein Facebook seit 2015. Also kurz vor meinem*  
24 *wirklichen Berufsbeginn hab ich mir gedacht: Na, ich brauch das nicht.*  
25 *Facebook. Und somit habe ich's gelöscht, und an und für sich, wie ihr sagt, mit*  
26 *nem/ ja, eben national und international kommunizieren kann, und etwaige*  
27 *Bilder, Bildmaterial, Videomaterial verarbeiten kann zur/ (..) zur Hebung der*  
28 *Moral, sag i jetzt mal. Dass man solche Materialien verwenden kann/*

29 **B4:** *Zur Moral?*

30 **B3:** *Ja. Zur Belustigung. (Lachen) Ja, ansonsten bei WhatsApp is achtzig*  
31 *Prozent nur Blödsinn und ein bisschen Schmääh auf Wienerisch gesagt/*

Zu Beginn bedankt sich die Diskussionsleitung und eröffnet das Fokusgruppeninterview mit der Eingangsfragestellung: „Welche Social-Media-Angebote nutzt ihr? In welchem Ausmaß und warum?“

Nach kurzem Zögern innerhalb der Gruppe meldet sich B1 selbstbewusst zu Wort und propositioniert, dass am häufigsten Angebote zum permanenten Austausch, konkret die Messenger-Dienste wie WhatsApp oder der Facebook-Messenger genutzt würden. Er führt weiter aus, dass er das zweite Angebot eher für den Kontakt mit Personen aus dem Ausland verwende und elaboriert weiter, dass er

mit Kontakten gewisser Lebensabschnitte über Facebook und Instagram kommuniziere.

B2 fährt mit sichtlicher Motivation und Interesse am Themengebiet fort und gibt an, dass er hauptsächlich WhatsApp verwende. Er elaboriert weiter, dass er zusätzlich noch andere Messenger-Dienste wie Telegram, Signal oder Threema nutze. Er ergänzt, dass er den Messenger-Dienst (*Anmerkung: von Facebook*) nur in Ausnahmefällen für den Kontakt mit peripheren Bekanntschaften verwende. Mit einer abwertenden Handbewegung erklärt er zudem, dass er nur in vereinzelt Fällen das „neumodische“ Snapchat, Instagram oder Tinder verwende.

B3 bestätigt die häufige Nutzung von WhatsApp im Falle der eigenen Person und elaboriert weiter, dass sie sonst nur noch Viber nutze. Sie fährt fort und erzählt, dass sie seit 2015 aufgrund ihres damaligen Berufseinstiegs kein Facebook-Profil mehr habe. Sie gibt an, dass sie keinen Nutzen mehr darin sehe. Sie erklärt weiterhin, dass sie die Angebote hauptsächlich dafür nutze, um national und international kommunizieren zu können und Bilder und Videomaterial „zur Hebung der Moral“ verschicken zu können.

B4 fällt ihr ins Wort und fragt belustigt nach, was die Formulierung „zur Hebung der Moral“ bedeute, woraufhin B3 lachend entgegnet, dass sie „zur Belustigung“ gemeint habe. Sie ergänzt, dass die Inhalte auf WhatsApp zu 80 Prozent nur „Blödsinn und ein bisschen Schmä“ seien.

### **Passage ‚Wandel des Zielpublikums und der Technik‘**

100 **B4:** *I glaub, Facebook san nunmehr die/ die Älteren, oder? Das wird von*  
101 *Jugendlichen gar nimmer so frequentiert. Oder seh i des falsch?*

102 **B5:** *Was wird ni/*

103 **B4:** *Facebook.*

104 **B5:** *Facebook?*

105 **B4:** *Das Portal an sich. I glaub, so von den 11-, 13-, 14-Jähriger/meldet sich*  
106 *nicht mehr bei Facebook an, //sondern eher bei anderen.*

107 **B5:** Sondern/ ja.// Was wir so nennen: Snapchat, Chat/  
108 **B3:** Genau.  
109 **B5:** Rundum das Ganze schau/  
110 **B4:** Ja, denk ich //au.  
111 **B3:** Und//  
112 **B4:** Bei den //Jungen. Jüngeren.  
113 **B3:** Weil's moderner und cooler ist, glaub ich, ist so a bisserl. Storys von, keine  
114 Ahnung, diese 24-Stunden-Bilder, mache schnell ein Selfie hau/ äh  
115 veröffentliche das, und dann seh/ sieht das derjenige 24 Stunden lang. Und bei  
116 Facebook weiß i ned, ob das überhaupt besteht, die //Möglichkeit.  
117 **B1:** Aber das ist auch eine Frage immer der Technik, ja? Also/  
118 **B3:** Ja.  
119 **B1:** /das hat man vor zehn Jahren mal/ ich hab vor zehn Jahren grad mal/ ich  
120 hab ein bisschen Internet und kann Text verarbeiten, und mittlerweile hat halt  
121 jeder eine entsprechend //gute Kamera/  
122 **B4:** Genau.//  
123 **B1:** /dass sie halt doch gute Fotos produzieren können.  
124 **B5:** Hm wobei da bei Facebook sicher deswegen ist, weil das so/ weil das so  
125 negativ in den Medien oder/ äh gestanden san aufgrund der Datenschutz/ äh/  
126 **B4:** Da hab ich grad ne Zwischenfrage: Ist eigentlich YouTube (.) ein Social  
127 Media?  
128 **I:** //Ja.  
129 **B1:** Ja.//  
130 **B4:** Zählt auch //dazu?  
131 **B5:** Mit den ganzen// Channels/  
132 **B6:** Okay. Kam aus so nem alten Player und äh ist dann so ein großes Ding  
133 wor'n eigentlich, YouTube. Also i nutz zum Beispiel Social Media äh für'n Job,  
134 na? I bin Mediengestalter. Quasi ich hab das auch irgendwie studiert, wird in  
135 der Werbung oft angewandt, und äh i muss sagen, die Social Media war  
136 natürlich in den Mitte-Nuller-Jahren, der große/ das große Ding. Äh dann kam  
137 Facebook und hat quasi das Festnetz abgelöst, ja? Jeder war auf Face/ äh  
138 Facebook damals. Damals. Ähm mittlerweile gibt's so einen Trend dazu, sich

139 *wieder zurückzuziehen von der Öffentlichkeit, zurück in ein gewisses digitales*  
140 *Biedermeier, das schlägt zu Buche in Discord-Channels, das ist ein eigener*  
141 *Server oder Master drann, die Leute wollen nicht mehr haben, dass alles, was*  
142 *sie posten, permanent im Internet ist und für jeden abrufbar. Warum? Es bringt*  
143 *einem nichts. Ja? Man kann ein super quasi Nacktfoto posten, und die Leute*  
144 *werden's mögen. Drei Jahre später denkt ma sich: Ups, hätt i des ned gmacht,*  
145 *hätt i den Job kriegt. Oder sonst was. Ja? Ähm deswegen gehn die auch alle*  
146 *Richtung die Bilder löschen sich wieder.*

B4 übernimmt in dieser Passage zeitweise die Rolle des Moderators, fragt aktiv nach und fordert die Gruppe mit schnellen Antworten zu Argumentationen und Interaktionen auf. Innerhalb dieses Abschnittes entstand eine größere Lebhaftigkeit des Kommunikationsprozesses. Erst als sich B6 gegen Ende ausführlicher zu der Thematik äußerte, lehnten sich die anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmer in ihren Stühlen zurück.

Zunächst stellt B4 die Proposition auf, dass auf Facebook nur mehr älteres Zielpublikum zu finden sei und Jüngere die Plattform kaum mehr frequentieren würden. Er stellt zur Bestätigung seiner Meinung die Frage in die Runde, ob er das richtig oder falsch sehe.

B5 versteht die Proposition nicht vollständig und möchte nachfragen, was nicht mehr genutzt wird, kann jedoch ihre Frage nicht zu Ende formulieren, da sie von B4 unterbrochen wird, welcher nochmals den Begriff Facebook ausspricht. B5 wiederholt verwundert und nachfragend das Wort. B4 versucht darzulegen, dass er das Portal an sich gemeint habe und die Jüngeren (11- bis 14-Jährigen) sich nicht mehr auf Facebook anmelden würden. B5 stimmt zu und elaboriert, dass diese Zielgruppe stattdessen bei Snapchat und anderen Chats unterwegs sei. Sie möchte noch etwas anführen, wird jedoch durch ein validierendes „Genau“ von B3 unterbrochen. Sie fährt fort und erklärt, dass es um das Schauen ginge, wird jedoch abermals durch die Bestätigung von B3 und B4 unterbrochen. B5 wirkt in dieser Situation etwas überfordert mit den zahlreichen Unterbrechungen durch die anderen Teilnehmer, zeigt jedoch keinerlei Unbehagen.

B4 fühlt sich noch immer nicht ganz verstanden, weshalb er nochmals ausführt, dass er die Jüngeren meine.

B3 versucht daraufhin, das Chaos zu schlichten und erklärt, dass die Angebote moderner und cooler seien. Sie fährt fort, dass es die Möglichkeit von 24-Stunden-Bildern in Form von Stories gäbe und räumt ein, dass sie nicht wisse, ob diese Option bei Facebook überhaupt existiert.

B1 propositioniert, dass es eine Frage der Technik sei und B3 validiert dies. B1 erzählt ruhig aber selbstbewusst, dass es vor zehn Jahren nur das Internet an sich und kleinere Textverarbeitungen gegeben habe. Er elaboriert weiter, dass heute jeder eine gute Kamera (*Anmerkung*: Handykamera) habe. B4 unterbricht zustimmend, bevor B1 ausführt, dass es darum gehe, gute Fotos produzieren zu können.

B5 bringt sich wieder in die Diskussion ein und propositioniert, dass Facebook wohl aufgrund der negativen medialen Berichterstattung bezüglich des Datenschutzes weniger häufig benutzt werde. Bevor B5 ihre Proposition elaborieren kann, wird sie von B4 unterbrochen. Diese stellt die Zwischenfrage in die Runde, inwiefern YouTube ebenfalls ein Social-Media-Angebot sei.

I und B1 bejahen die Frage und B4 fragt nochmals ungläubig nach, ob das wirklich der Fall sei. B5 erklärt, dass es um die ganzen Channels gehe. Während sie eine kurze Sprechpause einlegt, beginnt B6 mit Erstaunen in der Stimme darüber zu berichten, dass sich YouTube aus einem alten Player in ein richtig „großes Ding“ verwandelt habe.

Er propositioniert, dass er Social Media für den Job nutze, da er selbst Mediengestalter sei. Er elaboriert weiter, dass Social Media bereits Mitte der Nullerjahre ein „großes Ding“ gewesen sei.

Erwähnenswert an dieser Stelle ist, dass B6 während seiner Wortmeldungen seine Aussagen wiederholt mit einem hinterfragenden „Ja?“ von der Gruppe abnicken ließ und danach in der Rolle eines Experten fortfuhr. B6 tendierte abgesehen von der Schlusspassage stetig dazu, über die Allgemeinheit oder die

„anderen“ zu sprechen. Persönliche Meinungen oder das individuelle Mediennutzverhalten klammerte er aus subjektiver Sicht grundsätzlich aus.

B6 erzählt weiter von der Entwicklung von Facebook und dem erkennbaren Trend, dass sich die Gesellschaft mittlerweile wieder aus der Öffentlichkeit zurückziehe. Er stellt die Vermutung an, dass es sich dabei um ein „gewisses digitales Biedermeier“ handle. Dies ist dadurch erkennbar, dass sich immer mehr Menschen auf „Discord-Channels“ bewegen würden, da sie nicht mehr möchten, dass sämtliche Posts permanent und für jeden verfügbar im Internet abrufbar sind. Die Leute hätten erkannt, dass sie dadurch keinen Nutzen erfahren und beispielsweise ältere Nacktfotos eine Jobchance vernichten können. Er elaboriert weiter, dass deshalb der Trend hin zu selbstlöschenden Bildern gehe.

### **Passage ‚Hass im Netz‘**

419 **B6:** *Und der Hass im Netz ist, glaub i, das größte Ding, es ist ein riesiges*  
420 *Hintergrundrauschen eigentlich, das jetzt im Internet vor sich/ vor sich geht, wo*  
421 *sich Leute, ohne sich zuzuhören, einfach nur beflügeln. Ja? Das ist eben dieses*  
422 *Troll-Ding. Ja? Und wenn man das nicht regeln oder in den Griff kriegen, dann*  
423 *werden die ganzen Social Medias einfach nach und nach weg sein, und keiner*  
424 *mehr drauf sein, und es wird eine andere Form geben, wie man sich dann*  
425 *organisiert. Und die wird sehr, sehr geschlossen sein, und nicht mehr offen.*

426 **I:** *Würdet's ihr das auch so sehn, dass das so Gründe sind für Hasspostings?*  
427 *Oder/ oder andere negative Meldungen auf Social Media?*

428 **B2:** *Ich würd das so sagen, Social Media ist nicht mehr social, sondern es ist*  
429 *einfach Meinungsbildung, Lagerbildung, und eine Rechthaberei, eine Streit/ ein*  
430 *Streit darum, wer welche politische, wirtschaftliche Gesinnung die richtige ist,*  
431 *und der, der am lautesten schreit, gewinnt. Selbst, wenn das eine Minderheit*  
432 *ist, stellt sich die dann als Mehrheit auf irgend solchen Medien dar. Und die*  
433 *Meinung, die die posten, muss die richtige sein. Es funktioniert ja gar nicht*  
434 *mehr, dass eine Diskussion entsteht, weil bei den Beleidigungen, die da fallen,*  
435 *oder/ oder, sag ich jetzt, Intoleranz überhaupt, Fakten anzunehmen, weil alles*

436 *ist jetzt nunmehr Fake-News, egal, aus welchem Geschichtsbuch es zitiert wird,*  
437 *alles ist Fake-News, wenn es nicht in die eigene Meinung passt. Da ist nichts*  
438 *mehr Soziales dran. Das ist kein Umgang mehr miteinander, das ist eine*  
439 *Meinungsbildung und eine Frontenverhärtung in Wirklichkeit.*

B6 propositioniert in einer längeren Wortmeldung zum Wandel der Gesellschaft und der sozialen Plattformen, dass der Hass im Netz mittlerweile ein allgegenwärtiges Phänomen in sozialen Medien sei, und verwendet zur Verstärkung während der gesamten Diskussion immer wieder Fachausdrücke. Der Rest der Gruppe reagiert darauf ein wenig eingeschüchtert und diskutiert dennoch voller Tatendrang weiter. Er äußert die Ansicht, dass sich die Leute im Internet beschimpfen würden, ohne sich gegenseitig zuzuhören. Er argumentiert weiter, dass bei fehlender Regulation oder Veränderung die Social-Media-Angebote auf Dauer wegfallen würden und sich die Gesellschaft in anderen, geschlossenen Formen neu organisieren würde.

I nimmt die Themeneröffnung von B6 zum Anlass und stellt die Frage, ob der Rest der Gruppe das fehlende Zuhören und die Anonymität (weiter oben in der Wortmeldung von B6) als Gründe für Hasspostings und andere negative Meldungen auf sozialen Medien ansehen würde.

B2 propositioniert, dass soziale Medien mittlerweile nicht mehr sozial sind und elaboriert, dass es eher um Meinungsbildung, Lagerbildung, Rechthaberei und Streitigkeiten über politische und wirtschaftliche Gesinnungen gehe. Er differenziert weiter, dass sich Minderheiten in solchen Medien als Mehrheit darstellen würden und „nur die eine Meinung die richtige Meinung“ sein könne. Er fährt fort, dass Diskussionen nicht mehr entstehen könnten, da Beleidigungen, Intoleranz und eine nicht vorhandene Akzeptanz von Fakten jeglicher abweichenden Wortmeldung unmittelbar das Siegel der Fake-News verleihen würden. Er erkenne deshalb keine sozialen Eigenschaften, keinen Umgang miteinander. Vielmehr sei es in Wirklichkeit eine Meinungsbildung und Frontenverhärtung.

## Passage ‚Virtuelle Freundschaften‘

508 **B4:** Ja, das ist ein Teil des Social Medias, ähm die Verbreitung von Nachrichten  
509 im journalistischen Sinne. Und dann da das Kommentieren darauf. Aber was du  
510 vorher gesagt hast, find i sehr interessant. Inwieweit gibt's a Deckungsgleichheit  
511 zwischen wahrer Freundschaft und Freundschaft in sozialen Medien, oder  
512 Freundschaften in/ was weiß ich, auf Facebook oder auf keine Ahnung, was es  
513 da alles gibt. Ähm (.) also in meinem Sinne gibt's da absolut keine Deckung.  
514 Gar keine. Ich bin natürlich mit meinen wahren Freunden auch auf Facebook  
515 befreundet, aber das san/ die lassen sich, denk ich auf/ auf einer, maximal zwei  
516 Händen abzählen, die wahren Freunde. Ähm da gibt's no engere und engste  
517 Bekannte, die dann von mir aus noch mal zwei Hände san, und danach ist alles  
518 andere. Und so das alles andere ist dann auch auf Facebook befreundet,  
519 vielleicht, wahrscheinlich. (.) Wenn er mir jemals eine Freundschaftsanfrage  
520 gestellt hat. Weil ich stelle keine.

521 **B1:** (lacht) Da ist man wahrscheinlich dann bei der Schnittmenge, mit denen  
522 man noch tatsächlich auf WhatsApp oder auch per so SMS oder klassischer  
523 //Kommunikation quasi/

524 **B4:** Das/ //

525 **B1:** /mit dem Telefon dann kommuniziert. Ich glaub, das ist dann die  
526 Schnittmenge Freunde.

527 **B4:** Das trifft's eher, //ja.

528 **B1:** Und// alles andere ist „We stay in contact“ und ist der Cousin siebten  
529 Grades von der Frau, den man irgendwann mal bei einer Familienfeier getroffen  
530 hat, oder keine Ahnung //was.

531 **B4:** Hab ich// mal gesehen. Ja.

532 **B1:** Und möglicherweise, wenn ich dann mal in Australien bin, kontaktier ich  
533 dich, wenn ich dort bin, dann gehn wir vielleicht auf einen Kaffee, und das war's  
534 dann eigentlich schon. Wo, glaub ich, da noch eher der Kontext eher ist mit  
535 den/ mit den ganz weit entfernten, dass wenn ich tatsächlich mal in der Nähe  
536 bin, dass ich mit denen tatsächlich Kontakt aufnehm, als mit jemandem, den ich  
537 irgendwann amal getroffen hab, der möglicherweise sogar ums Eck wohnt, und  
538 den Menschen aber nie wieder seh, jetzt in der Anonymität Großstadt. Obwohl

539 *der eigentlich komplett ums Eck wohnen würde, nur weil man den irgendwann*  
540 *amal wo im Zuge einer Veranstaltung irgendwo getroffen hat, kennengelernt*  
541 *hat, und dann/*  
542 **B4:** *Wo das wahre Interesse eigentlich fehlt/*  
543 **B1:** *Mhm (zustimmend).*  
544 **B4:** */an der Person.*  
545 **B2:** *Ich würd in dem Sinne sagen, also für mich gibt's gar keine virtuelle*  
546 *Freundschaft, weil der Begriff Freundschaft hat, sag i mal, den psychischen*  
547 *oder psychologischen Hintergrund, aber auch einen physischen Hintergrund.*  
548 *Weil es ist ganz einfach, es geht um Mimik, Gestik, Aussehen, und das geht*  
549 *sogar tief hinunter bis zum Geruch einer Person, und man sich diesen*  
550 *Ausdruck: Man kann einander nicht riechen, oder kann einander riechen. Das*  
551 *geht auf das alles zurück. Und eine Freundschaft erfordert amal, dass ich diese*  
552 *ganzen Faktoren erfüll und kenne, um zu sagen, dass diese Person meiner*  
553 *Meinung nach, dass ich sag, diese Person hat die Voraussetzungen erfüllt,*  
554 *dass überhaupt eine Freundschaft entstehen kann. Eine Person, die ich nur*  
555 *virtuell kenn, erfüllt amal diesen ganzen physischen Bereich nicht. Also alles*  
556 *Sichtbare, aber auch Erlebbare, und da red ich jetzt nicht von der körperlichen*  
557 *Beziehung mit einer äh/ zwischen Mann und Frau, sondern einfach zwischen*  
558 *Freundschaft Mann und Mann, Frau und Frau, Mann und Frau, auf amikaler*  
559 *Ebene, dass ich einfach sag, das erfüllt die Voraussetzungen nicht, und*  
560 *aufgrund dessen kann es diese virtuelle Freundschaft, also nur die virtuelle*  
561 *Freundschaft, nicht geben. Bei mir setzt das voraus, dass ich eine Person*  
562 *zuerst privat kennenlernen, um dann zu sagen: Daraus kann eine virtuelle*  
563 *Freundschaft entstehen, indem ich sag, ich lern diese Person in Rom kennen,*  
564 *die liegt mir aus irgendeinem Grund, ich mag sie, sie mag mich, wir haben*  
565 *gleiche Interessen, und dann sag ich, wir bleiben in Kontakt, und dann ham*  
566 *diese Social Media schon den Sinn dieses sozial/ also als soziales Netzwerk*  
567 *diesen Kontakt aufrechtzuerhalten.*

B4 tritt in dieser Passage wieder in einer quasi Moderatoren-Funktion auf und initiiert mit der indirekten Frage, inwiefern es eine Deckung zwischen wahrer Freundschaft und Freundschaft in sozialen Medien gäbe, einen neuen

Diskussionsabschnitt. Er propositioniert, dass bei ihm selbst keine Übereinstimmung vorhanden sei. Er sei zwar mit seinen wahren Freunden, die er auf maximal zehn Personen beschränkt, auch auf Facebook befreundet, aber das sei eher nebensächlich. B4 spricht gerne unter Zuhilfenahme von Gesten und so zählt er in dieser Passage die Zahl Fünf anschaulich an einer Hand ab. Er elaboriert, dass es noch engste und engere Bekannte gäbe, die er ebenfalls auf maximal zehn Personen schätze, und fährt fort, während er mit seiner linken Hand eine wegweisende Bewegung in der Luft macht, dass der Rest „die anderen“ seien, zu denen ebenfalls eine Verbindung auf Facebook bestehe. Mit betonender Stimme führt er aus, dass es bestimmter Voraussetzung für eine Freundschaftsannahme auf Facebook bedürfe. Er erklärt, dass er selbst keine Anfragen stelle.

B1 lacht und bestätigt, dass diese Anzahl vermutlich auch die Schnittmenge darstelle, mit denen aktiv per WhatsApp, SMS oder klassisch kommuniziert werde. Bevor B1 weiter ausholen kann, fällt ihm B4 ins Wort. B1 erobert sich die Redeführerschaft zurück und stellt klar, dass er damit die Kommunikation über das Telefon meine und dies in etwa die Schnittmenge an Freunden sei. B4 validiert dies.

B1 erklärt, dass der Rest eher „We stay in contact“-Bekanntschaften seien, wie beispielsweise der Cousin siebten Grades seiner Frau. B4 validiert dies und führt aus, dass das jene Personen seien, mit denen in der Realität bereits loser Kontakt bestanden habe.

B1 führt weiter aus, dass er solche Kontakte möglicherweise nutzen würde, wenn er das Heimatland dieser Personen aufsuchen würde, um sie in diesem Zuge auf einen Kaffee zu treffen (Elaboration). Er differenziert, dass dies eher mit den räumlich weit entfernten Menschen geschehen würde, als mit jenen, die in relativer Nähe wohnten. B4 fällt ihm ins Wort und erklärt, dass schlichtweg das wahre Interesse an den Personen fehlen würde.

B2 meldet sich zu Wort und stellt die These auf, dass es keine virtuelle Freundschaft gäbe. Er propositioniert, dass der Begriff Freundschaft einen psychischen und physischen Hintergrund habe. Er elaboriert, dass er darunter

Mimik, Gestik, Aussehen und die Ebene des Geruchs verstehe. Zum besseren Verständnis erwähnt er den Spruch „Man kann einander nicht riechen“ und begründet damit nochmals seine Position. Er erklärt, dass eine Freundschaft für ihn nur dann entstehen kann, wenn sie all diese Voraussetzungen erfülle (Differenzierung). Aus diesem Grund könne es rein virtuelle Freundschaften nicht geben. Er könne sich virtuelle Freundschaften nur mit Menschen vorstellen, die er vorab im echten Leben privat kennengelernt hätte. Als Beispiel führt er an, dass dies eine Person in Rom sein könne, mit der er dort aufgrund von gemeinsamen Interessen ins Gespräch gekommen wäre und er daher mit ihr weiterhin Kontakt halten möchte.

587 **B4:** *I bi/ ich bin bei dir. (...) Ich bezeichne diese auch nicht als Freunde, die auf*  
588 *Facebook san, nichtsdestotrotz werden die aber als Freunde bezeichnet. Die*  
589 *Bezeichnung is: Freund. Und: Nimmst du diesen Freund oder diese*  
590 *Freundschaftsanfrage an? Ähm darin seh ich vielleicht auch die Gefahr, die (...)*  
591 *der man aufliegen kann, äh der man/ der man hm die gefährlich ist, ich kann*  
592 *das anders nicht nennen, (lacht) ähm die Gefahr besteht, dass das verwechselt*  
593 *wird. Die wahre Freundschaft, die du jetzt meinst, die für mich auch das Wort*  
594 *Freundschaft bedeutet, ähm und diese Facebook-Freundschaft. Und dass es*  
595 *da zu Verwechslungen kommt, und dass demnach die Leute nicht mehr*  
596 *unterscheiden können: Was ist ein wahrer Freund, und was ist ein Facebook-*  
597 *Freund? Und diese Definition, die du jetzt grad eines Freundes gemacht hast,*  
598 *die schaffen, denk ich, nicht alle. (...) //(Durcheinanderreden) Ich denke, die*  
599 *Begrifflichkeit/*

600 **B3:** *Ja.//*

601 **B4:** *Wenn es ein eigenes Wort dafür gäbe, dann könnte man es vielleicht eher*  
602 *unterscheiden. Da es aber ein Wort ist, nämlich Freundschaft/*

603 **B3:** *Ja.*

604 **B4:** */und das andere auch als Freundschaft bezeichnet wird, äh gibt's da*  
605 *Unschärfen.*

606 **B3:** *//Mhm.*

607 **B4:** *(Durcheinanderreden) Und ist nicht für/ ist nicht für jeden/ ist nicht für jede*  
608 *Person äh klar eine Grenze zu ziehen.*

609 **B1:** *Ich glaub, dass sich da aber auch generell eine gewisse Schnelllebigkeit und*  
610 *äh Werteverstärkung in der Gesellschaft dadurch irgendwo projiziert hat.*

B4 validiert die Worte von B2 zum Thema der virtuellen Freundschaft und elaboriert, dass er diese Bekanntschaften ebenfalls nicht als ‚richtige Freunde‘ bezeichnen würde. Er propositioniert, dass diese Personen auf Facebook dennoch als ‚Freunde‘ betitelt würden und dass dies die Gefahr berge, Missverständnisse hervorzurufen. Er glaubt, dass die Menschen die wahren Freunde und die Facebook-Freunde auf Dauer verwechseln beziehungsweise nicht mehr unterscheiden könnten. Er denkt, dass eine Differenzierung des Begriffes Freundschaft nicht jeder so gut wie B2 schaffen könnte. Es folgt eine lange Nachdenkpause, in der sich B4 ans Kinn fasst und die Gruppe beginnt, durcheinanderzusprechen. Als B4 das Wort wieder ergreift, hören die anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmer sofort wieder interessiert zu. B3 validiert kurz die Worte von B4 und dieser fährt fort, dass es ein anderes Wort für diese Bekanntschaften geben müsse. B3 bestätigt dies. B4 stellt fest, dass es Unschärfen in den Begrifflichkeiten gäbe. Der Rest der Gruppe beginnt kurz durcheinanderzusprechen, bevor B4 weiterführend erklärt, dass es unter diesen Umständen nicht jeder Person klar sei, wie die Grenzen zu ziehen seien.

B1 steigt in die Diskussion ein und propositioniert, dass eine gewisse Schnelllebigkeit und eine Werteverstärkung durch die begrifflichen Unschärfen entstanden seien.

## Schlusspassage ‚Medienkompetenz und Social-Media-Schulung bei Kindern‘

691 *I: Ja. Zum Abschluss hätte ich jetzt noch eine Frage, und zwar um ein bisserl*  
692 *auch daran anzuknüpfen. Wie würdet ihr äh einen vernünftigen Gebrauch von*  
693 *Medien und sozialen Medien definieren, und wie würdet's ihr den euren eigenen*  
694 *Kindern beibringen? Würdet's ihr das mit Verboten machen? Oder eher mit*  
695 *Offenheit?*

696 **B1:** *Ich glaub, dass der verantwortungsvolle Umgang damit anfängt, dass mer*  
697 *Punkt eins weiß, alles, was ich da jetzt irgendwo reinschreibe, ist öffentlich, und*  
698 *irgendwo ist das gespeichert und auch in der Zukunft nachvollziehbar, auch*  
699 *wenn's möglicherweise automatisch nach 24 Stunden nach meinem/ aus*  
700 *meiner Instagram-Story erlischt.*

Die Moderatorin (I) stellt zum Abschluss die Frage, wie die Gruppe einen vernünftigen Gebrauch von Medien und sozialen Medien definieren und wie sie diesen den eigenen Kindern vermitteln würde. Es wird explizit die Frage aufgeworfen, ob Verbote sinnvoll seien.

B1 propositioniert, dass der verantwortungsvolle Umgang mit der Kenntnis darüber beginne, dass jedes Posting öffentlich ist, gespeichert wird und somit in Zukunft nachvollziehbar sein wird. Er elaboriert, dass dies auch der Fall sei, wenn sich die Instagram-Story nach 24 Stunden automatisch löscht.

715 **B1:** *dich verwendet werden kann. Und das zweite, denk ich, Wichtige ist, äh*  
716 *dass ma den jungen Menschen sehr wohl äh mitgeben muss auf den Weg,*  
717 *alles, was ich da schnell irgendwo reinbekomme, muss ich lesen, reflektieren,*  
718 *und nichts unreflektiert und ün/ unüberlegt wieder entweder sofort zurückgeben*  
719 *und weiterteilen, oder wieder aufgrund dessen automatisch irgendwo eine*  
720 *Meinung bilden. Also ich darf nicht anfangen, einfach nur aufgrund der*  
721 *Informationsflut, die auf mich einprasselt, hergehen und das Ganze aufsaugen,*  
722 *sondern ich muss immer noch in eine Reflexionsphase kommen. Und da, glaub*  
723 *ich, muss man einfach irgendwann auch hergehen und sagen, so wie man's bei*

724 *den Kindern früher immer gemacht hat, es gibt so nur gewisse Zeiten von*  
725 *Fernsehen am Tag, und den Rest kann man sich auch mit Spielen draußen und*  
726 *mit einem Buch oder sonstigem beschäftigen, muss man auch irgendwann mal*  
727 *hergehen und sagen: Und jetzt leg das Handy weg, weil jetzt wird gegessen.*  
728 *Und dass man da ein bisschen auch den/ den Umgang reglementiert, was da*  
729 *jetzt so ein/ ein Gesamtvolumen aufkommt. Und ich glaub, das Kind, das den*  
730 *ganzen Tag am Handy hängt, das gehört einfach anderweitig a bisserl mehr*  
731 *beschäftigt.*  
732 **B4:** *Ich glaub, das sollte man auch, wie du gsagt hast, der verantwortungsvolle*  
733 *Umgang, und dann sollte man vielleicht in der Erziehung schon daran/ danach*  
734 *trachten, dass (.) das Kind auch anderes schätzt und auch anderes will und das*  
735 *Interesse für diesen Bereich gar nicht so entsteht. Und i glaub, wenn das ein*  
736 *breitgestreutes Interesse für andere Dinge hat, dann is es nich so anfällig, dem*  
737 *zu verfallen oder gefallsüchtig zu werden, und äh Nacktbilder oder Saufbilder zu*  
738 *posten, um anderen etwas vorzuspielen. Wenn's a gesundes*  
739 *Selbstbewusstsein hat, dann braucht es das, denk ich, nicht.*  
740 **B3:** *Und mit gutem Beispiel voran.*

B1 elaboriert weiter, dass es wichtig sei, Kinder und Jugendliche zu reflektiertem Denken zu ermutigen, sodass nicht angesichts einer medialen Informationsflut eine schnelle Meinung ohne Reflexionsprozess gebildet werde. Er propositioniert, dass es deshalb feste Zeiten geben müsse, in denen Fernsehen und andere Medien-Angebote genutzt werden dürfen. In der restlichen Zeit sollen die jungen Erwachsenen im Freien spielen oder Bücher lesen. Er elaboriert, dass während des gemeinsamen Essens kein Handy genutzt werden sollte und dass das Gesamtvolumen der Nutzung reglementiert werden müsse.

B4 validiert das und fährt fort, dass in der Erziehung versucht werden sollte, den Kindern auch andere Interessen zu vermitteln und ein breitgestreutes Interesse für verschiedene Aktivitäten zu fördern. Er betont mit lauter werdender Stimme, dass es dann aufgrund des höheren Selbstwertgefühls nicht derart gefährdet sei, den sozialen Medien zu verfallen oder diesen gegenüber gefallsüchtig zu werden.

B3 elaboriert, dass es wesentlich sei, mit gutem Beispiel voranzugehen.

### **3.4.5 Zusammenfassende Darstellung der Fokusgruppe II**

FG II bestand aus berufstätigen Frauen und Männern, deren Arbeitsplätze jeweils in Wien sind und die ursprünglich aus verschiedenen Regionen stammen. Die Altersspanne lag zwischen 27 und 35 Jahren.

Die Diskussion verlief weitaus lebendiger, zugleich strukturierter und umfasste deutlich mehr verschiedene Teilaspekte als das Gespräch der Vergleichsgruppe, was an der deutlich höheren Anzahl an Unterthemen im Unterkapitel zu den formulierenden Interpretationen erkennbar ist.

B4 übernahm zwischendurch die Rolle eines Moderators und eröffnete so immer wieder neue thematische Teilbereiche, während B6 die Rolle des Experten für sich in Anspruch nahm. Insgesamt wirkten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer deutlich entspannter als dies in FG I der Fall war. Zudem untermalten sie ihre Ansichten und Argumente häufig mit Gesten.

Thematisch gesehen herrschte weitgehende Einigkeit im gesamten Diskurs, wobei auch diese Fokusgruppe hauptsächlich WhatsApp nutzt.

- Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der zweiten Fokusgruppe nutzen vor allem Messenger-Dienste. Fünf der sechs Personen haben zusätzlich zumindest noch ein Facebook-Profil, während sich einzig B3 im Jahr 2015 von allen zusätzlichen sozialen Medien abgemeldet hat.
- Instagram wird nur von zwei der sechs Teilnehmenden genutzt, während Snapchat in dieser Fokusgruppe keine Verwendung findet.
- Als Vorteile von Messenger-Diensten nannte die Gruppe die schnelle Kommunikation und die Möglichkeit, sich innerhalb von Gruppenchats themenspezifisch zu organisieren.
- Insgesamt achten alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieser Gruppe verstärkt darauf, welche Informationen sie über sich im Internet und auf den sozialen Plattformen preisgeben. Dies zeigte sich deutlich, da

mehrfach aktiv der Datenschutz oder die Verwertung von personenspezifischen Informationen angesprochen wurden.

- Die Hälfte der Gruppenmitglieder konnte einen Wandel im langfristigen individuellen Nutzungsverhalten der eigenen Person feststellen. B5 nannte als Grund ihre Hochzeit und die Kinder, B3 den Berufseinstieg. B4 gab an, dass er nie ein besonderes Interesse an der Nutzung von sozialen Medien gehabt habe, während B2 aufgrund seines Berufes und der Anonymität im Internet seit seiner Jugend keine Meinungen und aktuellen Bilder veröffentlicht.
- Die Fokusgruppe vermutete als Grund für die nicht vorhandene Snapchat-Nutzung, dass dies einfach ein Angebot für Jüngere sei und Facebook mittlerweile zumeist von Älteren genutzt werde.
- Die Gruppe machte sich neben den Altersbeschränkungen von Social-Media-Angeboten auch Gedanken über den Wandel in der Gesellschaft und den Medien, den sie alle anhand von verschiedenen Merkmalen feststellen konnten.
- Als ein weiterer Themenblock wurden auch die Probleme von virtueller Kommunikation diskutiert. Hier war sich die Gruppe dahingehend einig, dass keine sinnvollen Diskussionen auf sozialen Plattformen aufgrund des Layouts und der Anonymität möglich seien. Ein weiteres Problem sei der Datenschutz und die körperlose Kommunikation, da die fehlende Gestik und Mimik häufig zu Missverständnissen führen.
- Insgesamt stellten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Kommerzialisierung der Plattformen fest und führten das Phänomen der Food- und Mode-Blogger als Beispiel dafür an.
- Als Gründe für den Hass im Netz, der aktiv von der Fokusgruppe angesprochen wurde, identifizierten sie gemeinsam das fehlende gegenseitige Zuhören, die zunehmende Intoleranz gegenüber Andersdenkenden, die fehlende Akzeptanz von Fakten und das Seitenlayout.
- Als nächstes selbstinitiiertes Themengebiet wurde über die Unterschiede zwischen realen Freundschaften und Freundschaften auf sozialen Medien

diskutiert. Hier war sich die Gruppe einig, dass der Freundeskreis im realen Leben nur eine kleine Anzahl von Personen umfassen könnte und ein derartiger Freundschaftstypus nicht auf rein virtueller Ebene existieren könnte. B2 gab zudem an, dass er selbst nicht an die Existenz von virtuellen Freundschaften glaube, da hier die physischen Faktoren und Voraussetzungen fehlen würden.

- Insgesamt stellte die Fokusgruppe in der letzten Zeit eine Schnelllebigkeit und eine Werteververschiebung in der Gesellschaft fest. Damit verbanden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch eine Abwertung des ursprünglichen Freundschaftsbegriffes.
- B2 definierte als Einziger den Begriff der Freundschaft konkret, indem er einen lebenslangen und anhaltenden Prozess anspricht, der sich über einen längeren Zeitraum hinweg entwickeln und aktiv am Leben gehalten werden muss.
- Den Abschluss der Diskussion bildeten wieder die Rahmenthemen der Medienkompetenz und des vernünftigen Social-Media-Gebrauchs. Hier war sich die Gruppe einig, dass Wissen schütze und Jugendliche zu reflektiertem Denken angeregt werden sollten. Eltern hätten eine Vorbildfunktion und sollten deshalb nicht nur die Kinder in der Nutzungszeit einschränken, sondern vielmehr auch sich selbst. Alternative Beschäftigungsmöglichkeiten seien Bücher lesen oder Freizeitspiele. B6 nannte als essentielles Kriterium auch noch die Kenntnis von technischen Geräten und Möglichkeiten.

## 4 Schlussbetrachtungen

Das letzte Kapitel dieser Arbeit beinhaltet zunächst eine zusammenfassende Darstellung der gewonnenen Erkenntnisse. Im Anschluss daran erfolgt im Zuge der Zusammenführung eine Typenbildung. Auf Basis dieser Conclusio widmet sich ein Unterpunkt der Hypothesengenerierung und Hypothesenbegründung, um so in einem weiteren Unterkapitel einen Ausblick auf mögliche künftige Forschungsansätze zu ermöglichen. Im Anschluss daran folgen einige selbstreflektierende Worte.

### 4.1 Vergleichende Darstellung der Gruppenergebnisse

Da die vorigen Unterkapitel bereits eine Zusammenfassung der jeweiligen Gruppenergebnisse beinhalten, wird nachfolgend nochmals ein kurzer Vergleich zwischen den beiden Fokusgruppen angestellt. Dies soll eine anschließende Typenbildung ermöglichen.

#### Der Diskussionsverlauf

Beide Diskussionen gingen problemlos, ohne Zwischenfälle und ohne externe Störfaktoren vonstatten. Unter Beobachtung des Gesprächsverlaufs diskutierte die Fokusgruppe der Berufstätigen deutlich strukturierter und schlüsselte die initiierten Oberthemen häufig selbst zu kleineren Unterthemen auf. Die Gruppe der Studentinnen und Studenten musste aktiver von der Moderatorin zu Interaktionen motiviert werden, was letztlich dennoch eher zögerliche Wortwechsel zwischen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern hervorbrachte. Die Gruppe der Berufstätigen hingegen agierte nicht nur mit Mimik und Gestik, sondern auch in wechselseitigen Interaktionsprozessen mit deutlich höherem Selbstverständnis und Selbstbewusstsein als die Referenzgruppe.

In beiden Gruppen konnten jeweils eher dominante Diskutantinnen und Diskutanten identifiziert werden, die die Funktion der Moderation intern übernahmen und neue Diskussionsrichtungen vorgaben. Ebenfalls konnten in

beiden Gesprächssituationen eher zurückhaltende Personen ausgemacht werden.

Hinsichtlich der Meinungsvielfalt und der Themenabarbeitung in Bezug auf die Beantwortung der Forschungsfragen gestaltete sich die Diskussion von FG II deutlich zielführender.

Insgesamt herrschte in beiden Gruppen zum größten Teil Einigkeit über die angesprochenen Thematiken. Lediglich in FG I kam es in ein bis zwei Unterpunkten zu entgegengerichteten Aussagen.

Häufige Redeunterbrechungen oder -überschneidungen fanden nur in FG II statt, während es in FG I hingegen häufiger zu längeren Redepausen kam. Längere Einzelmonologe fanden während beider Fokusgruppeninterviews statt, deren Inhalte anschließend von den jeweils anderen Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmern befürwortet wurden.

Zusammenfassend waren beide Fokusgruppen geprägt von gegenseitigen Validierungen und thematischen Elaborationen.

### *Inhaltliche Ebene*

Hinsichtlich der Nutzung und der Nutzungsmotive von sozialen Medien variieren die beiden Fokusgruppen nur in Bezug auf die Anzahl an Angeboten, die die einzelnen Personen jeweils nutzen. Beide Gruppen waren sich einig, Messenger-Dienste zu präferieren. Konkret nannten sie WhatsApp als Favorit. Gründe hierfür waren in beiden Diskussionen die schnelle Möglichkeit der Kommunikation und die Chance, sich in Gruppenchats zu organisieren. Als Gemeinsamkeit wurde zudem genannt, dass die Kostenlosigkeit der Telefonate im nationalen und internationalen Bereich ein signifikanter Vorteil sei.

In beiden Gruppen gaben jeweils Einzelpersonen an, Facebook zu Informationszwecken zu nutzen. Während die Universität und die Veranstaltungen in der Fokusgruppe der Studentinnen und Studenten genannt wurden, war es bei den Berufstätigen hauptsächlich die Arbeitsstelle.

Instagram wurde in beiden Fokusgruppen nur sehr vereinzelt genutzt. Snapchat hingegen kam nur in der Gruppe der jüngeren Studentinnen und Studenten bei ein, zwei Personen vor. Als weiterer Grund für die Social-Media-Nutzung wurde die Kontaktpflege zu alten Kindheitsfreundinnen und -freunden und räumlich weit entfernten Freundinnen und Freunden genannt.

WhatsApp wurde in beiden Gruppen nicht als Social-Media-Dienst angesehen. Vielmehr sei es mittlerweile ein SMS- und Telefonersatz.

Beide Gruppierungen sahen altersbedingte Unterschiede im Nutzungsverhalten, wohingegen nur FG II diese Thematik näher ausführte.

FG I identifizierte eine Problematik hinsichtlich der Freundschaftswertungen und -skalierungen aufgrund von Belohnungsstrategien bei häufiger Nutzung von Snapchat. Dadurch entstehe ein Konkurrenzverhalten innerhalb von Freundschaften.

Beide Diskussionsgruppen sahen Facebook als Plattform älterer Generationen und deshalb als durch Jugendliche mittlerweile weniger häufig frequentiertes Angebot.

Der Punkt der Erwartungshaltungen und Hoffnungen gegenüber Social Media kam ausschließlich in der Diskussion von FG I vor. Hier wurden die Reichweitenerhöhung und das Entertainment neben der Kontaktpflege mit Freundinnen und Freunden aus dem echten Leben genannt. Beide Gruppen haben allerdings festgestellt, dass die Social-Media-Plattformen mittlerweile zunehmend Selbstinszenierungen förderten und die Vermarktung von Einzelpersonen oder Unternehmen zunehmend professioneller auf derartigen Seiten abliefen.

Beide Gruppen sahen dies als problematisch an, da oftmals nicht das wahre Leben oder das ‚wahre Ich‘ gezeigt werde und sich deshalb die Userinnen und User häufig ‚an den falschen Leuten‘ Beispiele nehmen würden. Die Seiten der sich vermarktenden Einzelpersonen wie beispielsweise Food-Blogger und die Unternehmen wären sich jedoch nicht ihrer Vorbildfunktion gegenüber den Nutzerinnen und Nutzer bewusst.

Der Datenschutz in sozialen Medien wurde in FG I nur von einer Person kurz thematisiert, während die anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht näher auf diese Thematik eingingen. In FG II hingegen wurde mehrfach und von unterschiedlichen Gruppenmitgliedern aktiv der Schutz der eigenen und persönlichen Informationen angesprochen. Als Gründe wurden hier der Beruf und die beruflichen Aufstiegschancen genannt.

Im Themengebiet der virtuellen Freundschaften konnten die größten Unterschiede zwischen den beiden Fokusgruppen festgestellt werden. Während die Studentinnen und Studenten vermehrt Freundschaften aus dem echten Leben über die virtuellen Plattformen pflegten und diese Art der Verbindung weitestgehend als sinnvoll und nützlich bezeichneten, lehnt die Gruppe der Berufstätigen virtuelle Freundschaftstypen vollständig ab. Dies mündete in der Aussage eines Teilnehmers, dass virtuelle Freundschaften schlichtweg nicht existierten.

Er definierte als einziger Diskutant beider Gruppen den Begriff Freundschaft konkret und bezeichnete diese als lebenslangen Prozess, der zu Beginn durch übereinstimmende physische Faktoren im Bereich der Mimik, Gestik, Geruch und anderen Eigenschaften erst ermöglicht wird. Freundschaften könnten nur dann virtuell weiterverfolgt werden, wenn zuvor ein gemeinsamer Kontakt im echten Leben stattgefunden habe.

Diesen vorherigen Kontakt in der realen Welt sahen auch die anderen Gruppenmitglieder beider Fokusgruppen als essentiell an, damit Freundschaften im Online-Bereich eine Chance hätten, aufrechterhalten zu werden.

In der Gruppe der Studentinnen und Studenten wurde mehrfach der Zeitvertreib als Nutzungsmotiv genannt. Virtuelle Kontakte und Freundschaften sind deshalb unter den Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmern dieser Fokusgruppe beliebt, da so stets die Möglichkeit gegeben wäre, nachzusehen, was andere Menschen aktuell machten.

Dating-Plattformen wurden in beiden Fokusgruppeninterviews explizit angesprochen. Während FG I diese als Möglichkeit für schüchterne oder wenig

erfahrene Frauen und Männer einstuft, mit fremden Menschen Kontakt aufzunehmen, wurden sie von FG II eher kritisch beurteilt. FG I sah einen erheblichen Vorteil darin, dass aufgrund der Präsentation der physischen Präsenz gleich zu Beginn ausgewählt werden könne, ob eine unbekannte Person interessant erscheint. Als weiteren positiven Aspekt nannten die Studentinnen und Studenten, dass von vornherein bekannt sei, was das Ziel dieser Dating-Seiten sei – nämlich der Kontaktaufbau zu anderen Menschen. FG II sieht dies völlig konträr, da ein immenses Enttäuschungspotential bei solchen Angeboten vorhanden wäre. Das Problem sei, dass Nutzerinnen und Nutzer oftmals nur nach einem One-Night-Stand Ausschau halten würden, während andere Mitglieder womöglich nach einer lebenslangen Partnerschaft suchen würden.

FG II sprach hier auch eigeninitiativ die Problematik von Begrifflichkeiten an. Menschen wären aufgrund der Häufigkeit und Vielzahl von Freundschaftsbegriffen in sozialen Medien der Gefahr ausgesetzt, nicht mehr zwischen „wahren“ Freundschaften und den Freundschaften im Online-Bereich unterscheiden zu können. Die Gruppe stellte auch hier eine allgemeine Abwertung des Freundschaftsbegriffes und einen Wertewandel in der Gesellschaft fest.

Die Gesellschaft sei insgesamt schnelllebiger geworden und Werte hätten sich drastisch verschoben. FG II sieht darin einige Nachteile, da junge Menschen aufgrund der kontinuierlichen Reiz- und Datenüberflutung reflektiertes Denken lernen müssten und die intensive Nutzung von sozialen Medien die Intoleranz gegenüber Andersdenkenden aufgrund des speziellen Formats fördern würde. Der gesellschaftspolitische Wandel sei auch daran erkennbar, dass sich zunehmend mehr Menschen aus dem digitalen Daueraustauschprozess zurückziehen und sich in kleineren und geschlossenen Gruppen neu organisieren würden. Als Beispiele für den Wertewandel, welcher in den letzten Jahren stattgefunden habe, nannte FG II die neuerdings bevorzugten Familienformen und die zunehmende Anzahl an Menschen, die alleine oder maximal in einer Beziehung leben möchten.

Der Themenbereich des Hasses im Netz wurde in beiden Gruppen sehr aktiv diskutiert. Beide Fokusgruppen konnten in letzter Zeit eine Zunahme von Hasspostings und negativen Nachrichten feststellen. Ein Teilnehmer der Studentinnen- und Studentengruppe begründete dies mit der Anzahl an Menschen, die mithilfe von Hass die eigene Popularität und Aufmerksamkeit steigern würden. Beide Gruppen nannten übereinstimmend die Anonymität und die dadurch bedingte geringe Hemmschwelle auf sozialen Netzwerken als Ursache. Sachliche Diskussionen würden nicht mehr stattfinden, virtuelle Konversationen wären nur mehr von Streit geprägt. Dies alles wirke sich auch auf die Kommunikation im realen Leben aus, da diese immer schnelllebiger und kurzweiliger werde.

Beide Gruppen erkannten die gleichen Vorteile von Face-to-Face-Kommunikation und bevorzugten diese grundsätzlich im Umgang mit besonders wichtigen Menschen. Mimik, Gestik und Humor würden eine sinnlichere, intensivere und zugleich problemlosere Kommunikation ermöglichen. Der Tonfall und die Gesichtsausdrücke würden darauf schließen lassen, wie das Gegenüber über Worte denkt oder zu Dingen steht. Dadurch sei eine einwandfreiere Kommunikation mit weniger Missverständnissen garantiert.

Im abschließenden Themenbereich über die Medienkompetenz und den vernünftigen Social-Media-Gebrauch erfolgte in FG I eine angeregte, selbstinitiierte Diskussion über den Nutzen von Verboten. Hier teilte sich die Gruppe in zwei Lager auf. Eine Hälfte sah darin eine dringliche Notwendigkeit, die andere Hälfte hingegen konnte keinen Nutzen feststellen. Jene, die sich gegen Verbote aussprachen, äußerten die Vermutung, dass sich gerade Jugendliche über strenge Regeln erst recht wegsetzen wollen würden. Als Beispiele wurden Inkognito-Profile genannt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer von FG II waren an dieser Stelle einer Meinung. Regularien in Form von Angebots- und Nutzungszeitbeschränkungen seien unabdingbare Maßnahmen, um Kinder und Jugendliche vor der Konsum- und Gefallsucht in sozialen Medien zu bewahren.

In mehreren Punkten waren sich beide Fokusgruppen einig. Es bedürfe zunächst eines eigenen Wissens über die sozialen Angebote und deren Techniken, um in einem weiteren Schritt die eigenen Kinder und Jugendlichen aktiv zu reflektiert denkenden Menschen zu erziehen. Komplette Nutzungsverbote wurden von allen Diskutantinnen und Diskutanten abgelehnt, da vielmehr ein offener Umgang in Form von gemeinsamen Gesprächen anzustreben sei. Schlussendlich dürften die Eltern die eigene Vorbildfunktion zu keiner Zeit vergessen und sollten deshalb einen vernünftigen Social-Media-Gebrauch vorleben.

## **4.2 Typenbildung**

Nachfolgend wird eine erste grobe Typenbildung anhand der formulierenden und reflektierenden Interpretationen der beiden Fokusgruppen vorgenommen.

### **Typ KONSERVATIV – Fokusgruppe II**

Dieser Nutzertyp ist vergleichsweise lebenserfahren und nicht mit sozialen Medien aufgewachsen. Er hat im Verlauf des eigenen Lebens die verschiedenen Angebote zwar kennengelernt, nutzt diese aber aufgrund des persönlich fehlenden Mehrwerts in nur geringem bis kaum vorhandenem Ausmaß. Persönliche Informationen werden so weit wie möglich geschützt und nicht veröffentlicht. Datenschutz ist ein zentrales Thema und so werden Diskussionen in Onlineforen oder mit unbekanntem Menschen aus dem Internet vollkommen vermieden. Dieser Typ schätzt die Datenverwertungsstrategien von Plattform-Betreibern als erhebliches Problemfeld ein und stuft Selbstinszenierungen und Flucht vor der Realität als Gefahren für junge und wenig selbstbewusste Frauen und Männer ein. Wenn er vor der Wahl zwischen Freizeitaktivitäten im realen Leben und Kontakt über virtuelle Plattformen stehen würde, würde er immer die erste Option wählen. Insgesamt sieht er Social-Media-Angebote, mit Ausnahme von WhatsApp, als auf Dauer hinfällige Dienste an, deren Nutzung in Zukunft abnehmen wird.

### **Typ MODERN – Fokusgruppe I**

Dieser Nutzertyp verfügt über eine Vielzahl an verschiedenen Social-Media-Profilen und nutzt diese regelmäßig in unterschiedlichem Ausmaß. Zumeist ist er bei vergleichsweise jungen Frauen und Männern vertreten, die von Kindesbeinen an mit modernen Medientechnologien aufgewachsen sind und darin überwiegend Vorteile sehen. Die Freundeslisten sind im Vergleich zu den Menschen des Typs KONSERVATIV eher lang. Dies bedeutet allerdings nicht, dass alle Personen daraus bekannt sind. Der Datenschutz wird nicht näher thematisiert oder reflektiert. Aus diesem Grund kommentiert und teilt Typ MODERN gerne Inhalte mit seinen Onlinekontakten. Er ist daran interessiert, neue Freundschaften im virtuellen Bereich zu knüpfen. Dieser Typus ist stolz auf eine hohe Anzahl an ‚Followern‘ und inszeniert und vermarktet sich aus diesem Grund gerne selbst – auch wenn er sich diesen Umstand nicht selbst eingesteht.

### **Typ SELEKTIV – Fokusgruppe I und Fokusgruppe II**

Selektive Nutzer sind in beiden Fokusgruppen zu finden. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie gerne neue Angebote ausprobieren, um sie dann für ihre persönlichen Motive zu nutzen. Soziale Medien werden bewusst aufgrund von bestimmten Interessen verwendet. Aus diesem Grund sind sie gegenüber neuen Medien grundsätzlich nicht negativ eingestellt. Um persönliche Zwecke zu erfüllen, werden verschiedene Social-Media-Angebote selektiv ausgewählt. Tendenziell verwenden sie die sozialen Medien, um Freundschaften aus dem realen Leben virtuell aufrechtzuerhalten im Gegensatz zur Knüpfung neuer Kontakte. Die Kontakte halten sich häufig im Ausland auf und erlauben deshalb keine unmittelbare Kommunikation. Selektive Nutzer bevorzugen im Gegensatz zu modernen Typen virtuelle Kontaktmöglichkeiten, wo Mimik und Gestik noch zu einem Teil erkennbar sind. Aus diesem Grund bevorzugen sie Facetime und andere Videoformate gegenüber reinen Textverarbeitungsdiensten.

## **4.3 Beantwortung der Forschungsfragen und**

### **Hypothesengenerierung**

Auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse im theoretischen und empirischen Teil dieser Arbeit werden im folgenden Abschnitt die Forschungsfragen beantwortet und darauf aufbauend mögliche Hypothesen generiert.

#### **FF 1: Wie wird die Plattform Facebook von österreichischen Nutzerinnen und Nutzern aktuell verwendet?**

##### **a) Angebotspräferenzen**

Unter den verschiedenen Social-Media-Angeboten werden aktuell Messenger-Dienste bevorzugt genutzt. Hier nimmt WhatsApp klar eine führende Position ein und wurde von beiden Fokusgruppen als präferiertes Kommunikationsmittel genannt. Die Gruppe der Studentinnen und Studenten nutzt zum Großteil unterschiedliche soziale Medien, während die Fokusgruppe der Berufstätigen zumeist nur ein bis zwei verschiedene Medienangebote verwendet. Als Begründung für ihre Präferenzen in der Angebotsnutzung nennen beide Gruppen die Möglichkeit, über Messenger-Dienste schnell kommunizieren und sich mittels dieser Medien in Kleingruppen organisieren zu können.

##### **b) Unterschiedliche Nutzungsmuster bei Facebook, Instagram, WhatsApp und Snapchat**

Bezüglich der Nutzungsmuster bestehen sowohl zwischen den Social-Media-Angeboten selbst, als auch zwischen den befragten Fokusgruppen erhebliche Unterschiede. Facebook wird von FG I bevorzugt zu Informationszwecken genutzt, während FG II über die Plattform nationale und internationale Kontakte pflegt. Der Facebook-Messenger wird nur von einem Teil der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer verwendet. Hier wird im Nutzerverhalten deutlich zwischen engsten beziehungsweise engeren Freundinnen und Freunden und flüchtigen oder weiteren Bekanntschaften unterschieden.

Instagram wird bis auf die zwei jüngsten Personen der zweiten Fokusgruppe nur von den jungen Gruppenmitgliedern von FG I verwendet. Das Hauptnutzungsmotiv ist das Beobachten von anderen Kontakten und das öffentliche Teilen von Erinnerungen in Form von Bildern. Zusätzlich finden die Befragten die Story-Funktion positiv. WhatsApp wird von beiden Fokusgruppen nicht als Social Media bezeichnet. Der Dienst wird hauptsächlich als Ersatz für SMS oder klassische Anrufe verwendet und übernimmt damit die primären Funktionen eines Handys. Snapchat ist der ältesten Person der Fokusgruppe I nicht bekannt. In FG I nutzen die jüngeren Diskussionsmitglieder diese Plattform, während es in der zweiten Fokusgruppe von keiner Person verwendet wird. In beiden Fokusgruppen wird angegeben, dass sich das eigene Nutzerverhalten im Laufe der Jahre verändert habe. Es besteht ein Konsens darüber, dass Snapchat mittlerweile eine Plattform der Jüngeren ist, während die Altersstruktur der Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzer zunehmend ältere Anwender zeige.

Zusätzlich konnten auch Zusammenhänge zwischen den individuellen Lebenszusammenhängen und Nutzungsmustern festgestellt werden. In der zweiten Fokusgruppe nannten mehrere Personen die Änderung des Familienstatus durch Hochzeit, den Berufseinstieg und berufliche Chancen als Gründe für ihr verändertes Nutzerverhalten. In FG I äußerten sich zwei Teilnehmerinnen dazu, dass sie seit dem Beginn eines neuen Lebensabschnittes durch die Aufnahme eines Studiums verschiedene Angebote weniger häufig oder nicht mehr nutzen würden.

Auf Basis dieser Beantwortung lassen sich folgende Hypothesen formulieren:

**H1:** Je älter die Nutzergruppe, desto kleiner ist die Anzahl an verwendeten Social-Media-Angeboten.

**H2:** Die Art der Nutzung von sozialen Medien ist altersabhängig.

**H3:** Die Nutzung von sozialen Medien kann sich innerhalb einzelner Lebensabschnitte aufgrund von Veränderungen der Lebenszusammenhänge wandeln.

## **FF 2: Welche Indikatoren sehen Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer für persönliche und virtuelle Freundschaften – welche Konzepte und Typen sind erkennbar?**

Die befragten Fokusgruppen unterscheiden konkret zwischen Freundinnen und Freunden auf WhatsApp und Freundschaften in Facebook. Für das erste Medium ist eine Telefonnummer erforderlich, wodurch jene virtuellen Freunde bereits aus dem realen Leben bekannt sein müssten. Eine Person der ersten Fokusgruppe sieht keinen Unterschied zwischen persönlichen und virtuellen Freundschaften. Sie gibt allerdings innerhalb ihrer Argumentation zu, dass sie nur mit Menschen virtuell befreundet sei, die sie zumindest einmal im echten Leben gesehen habe.

Die Teilnehmenden von FG I denken, dass virtuelle Freundschaften – bis auf wenige Ausnahmen – auf Dauer nicht bestehen könnten, da persönliche Freundschaften von gemeinsamen Erlebnissen und Erfahrungen geprägt seien, die bei ausschließlich virtuellem Kontakt vergangene und damit verblassende Ereignisse werden würden. Aus diesem Grund würden solche rein virtuellen Freundschaften nur auf der Vergangenheit basieren, was auf Dauer nicht möglich sei. Ein weiterer negativer Punkt an virtuellen Freundschaften sei die fehlende Mimik und Gestik. Humor sei zudem nur schwerlich vermittelbar.

FG II widmete sich diesem Themenbereich intensiver und konnte zunächst feststellen, dass keine Deckungsgleichheit zwischen den persönlichen, „wahren“ Freunden und den Freundschaften im virtuellen Bereich bestehe. Persönlichen Freunden könne jede Art von Geheimnis anvertraut werden. Dies sei nur bei einer vergleichsweise geringen Anzahl an Menschen gegeben. Solche Freundschaften könnten nur im realen Leben gepflegt werden, weshalb die parallel verlaufenden Freundschaften auf sozialen Medien neben „wahren“ Freunden in den Hintergrund rückten.

Nur eine Person der zweiten Fokusgruppe sprach die eigene Definition des Begriffs Freundschaft laut aus. Der Teilnehmer gab an, dass Freundschaft ein lebenslanger Prozess sei, der auf Grundlage von gemeinsamen physischen Faktoren erst beginnen könne und durch gemeinsame Interessen und den diesbezüglichen Austausch am Leben gehalten werde. Aus diesem Grund

existierten für diese Person keine virtuellen Freundschaften. Virtuelle Freunde seien demnach nur lose und entfernte Kontakte, die mithilfe der technischen Möglichkeiten aufrechterhalten bleiben würden.

Aus dieser Beantwortung der Forschungsfragen entstehen folgende Annahmen:

**H1:** Social-Media-Nutzer unterscheiden aktiv zwischen persönlichen Freundschaften und Freundschaften auf sozialen Medien.

**H2:** Virtuelle Freundschaften werden nur mit Bekanntschaften aus dem realen Leben geführt.

**H3:** Persönliche Freundschaften zeichnen sich durch die körperliche Kommunikation aus.

### **FF 3: Inwiefern existieren Unterschiede zwischen der Nutzung von sozialen Onlineplattformen und interpersoneller Kommunikation in Hinblick auf die Befriedigung des Kommunikationsbedürfnisses?**

Beide Fokusgruppen sehen interpersonelle Kommunikation als die wesentlichste Kommunikationsmöglichkeit in Beziehungen an. Interpersonelle – reale – Kommunikation wird für den Kontakt mit besonders bedeutsamen Menschen wie beispielsweise der Familie, den Partnern oder den engsten und essentiellsten Freundinnen und Freunden bevorzugt. Als Gründe hierfür nennen beide Gruppen die klarere Kommunikation, die aufgrund der sichtbaren Mimik, Gestik und Sprechtechnik zu weniger Missverständnissen führe. Interpersonelle Kommunikation ermögliche eine einfachere Erkennung der Stimmungslage und der Aussagenrezeption des Gegenübers.

Die Kommunikation über soziale Medien findet zu einem erheblichen Teil zu Informationszwecken statt. Zusätzlich können Nutzerinnen und Nutzer dadurch ihr Bedürfnis nach Kontakt mit weiteren Bekannten im In- und Ausland stillen, da sie die geteilten Inhalte relativ unbeobachtet verfolgen oder gemeinsame Bilder und Postings teilen können. Zusätzlich kann die Nutzung von sozialen

Onlineplattformen ein Zugehörigkeitsgefühl zur Gemeinschaft vermitteln und auf Wunsch neue Kontakte ermöglichen.

**H1:** Interpersonelle Kommunikation wird dann bevorzugt, wenn relevante Inhalte ohne Missverständnisse übermittelt werden sollen.

**H2:** Interpersonelle Kommunikation wird in engeren Beziehungen gegenüber virtueller Kommunikation bevorzugt, da Mimik und Gestik erkennbar sind.

**H3:** Virtuelle Kommunikation wird präferiert, wenn der Kontakt zu losen Bekanntschaften ohne großen Aufwand aufrechterhalten werden soll.

**FF4: Inwiefern existieren unterschiedliche Lebenszusammenhänge der befragten Nutzerinnen und Nutzer und welche Rolle spielen diese für das individuelle Freundschaftsverständnis?**

In der Gruppe der Studentinnen und Studenten waren vier der sieben diskutierenden Frauen und Männer nichtösterreichischer Herkunft. Unter diesen vier Personen konnte ein deutlich lockereres, begrifflich weiter gefasstes Freundschaftsverständnis festgestellt werden. Dieses zeigte sich beispielsweise darin, dass virtuelle Freundschaften übereinstimmend positiv bewertet und virtuelle Wege zur Kontaktpflege mit der Familie und den Menschen des jeweiligen Heimatlandes genutzt wurden.

Insgesamt zeigten sich die jüngeren Teilnehmerinnen und Teilnehmer der ersten Fokusgruppe kontaktfreudiger gegenüber fremden Personen in virtuellen Netzwerken, wenngleich die gesamte Gruppe dennoch reale Freundschaften bevorzugen.

Innerhalb der zweiten Fokusgruppe konnte ein Stadt-Land-Gefälle in Bezug auf das individuelle Freundschaftsverständnis nicht nachgewiesen werden, wohingegen Unterschiede im individuellen Nutzerverhalten feststellbar waren. Die familiären und berufsbedingten Lebenszusammenhänge scheinen sich insofern auf das individuelle Freundschaftsverständnis auszuwirken, als dass mehrere Gruppenmitglieder angaben, ernsthafte Diskussionen mit politischem

oder ökonomischem Bezug nur auf persönlicher Ebene mit den engsten und engeren Freundinnen und Freunden zu führen. Virtuelle Bekanntschaften zählten nicht zu den Freunden, sind deshalb nicht hinreichend vertrauenswürdig und würden aus diesem Grund nur zur reinen Aufrechterhaltung der Verbindung kontaktiert werden.

Insgesamt wirkt FG II mit ihren älteren und berufstätigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern gegenüber virtuellen Freundschaften deutlich aufgeklärter als die jüngere Gruppe der Studentinnen und Studenten. Dies ist beispielsweise daran zu erkennen, dass sich die ältere Generation im Diskussionsprozess deutlich stärker mit der Thematik des Datenschutzes auseinandergesetzt hat und mehrfach betont wurde, dass der Begriff ‚Freund‘ auf Facebook irreführend sei.

Aus diesem Grund ergeben sich folgende Hypothesen:

**H1:** Die jüngeren Nutzerinnen und Nutzer haben aufgrund ihres Alters ein weiter gefasstes Freundschaftsverständnis.

**H2:** Ältere Nutzerinnen und Nutzer stufen den Begriff ‚Freund‘ auf Facebook als irreführend ein, während Jüngere diesen Umstand als unproblematisch erachten.

**H3:** Individuelle Lebenszusammenhänge wirken sich weniger stark auf das individuelle Freundschaftsverständnis, jedoch vielmehr auf das persönliche Nutzerverhalten aus.

#### **FF5: Inwiefern existieren altersbedingte Unterschiede bei den Definitionen von Medienkompetenz und eines vernünftigen Gebrauchs von sozialen Medien?**

Innerhalb der beiden durchgeführten Fokusgruppeninterviews konnten keine Unterschiede bei den Definitionen von Medienkompetenz und eines vernünftigen Gebrauchs von sozialen Medien festgestellt werden. Die jüngere Fokusgruppe der Studentinnen und Studenten begann zunächst darüber zu diskutieren, inwiefern Verbote sinnvolle Maßnahmen sind, um den Gebrauch von sozialen Medien

einzuschränken beziehungsweise zu verhindern. Einig waren sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beider Gruppen darin, dass grundsätzlich unter Medienkompetenz das Wissen über die medialen Angebote, die Potentiale und die damit verbundenen Risiken und Gefahren zu verstehen ist. Im Umgang mit Jugendlichen haben Eltern eine Vorbildfunktion und sollten deshalb ihren eigenen Social-Media-Gebrauch stets hinterfragen und gegebenenfalls einschränken. Kindern und Jugendlichen sollte von Beginn an reflektiertes Denken vermittelt werden und dieses durch gemeinsame Gespräche und positive Diskussionen gefördert werden. Beide Gruppen sehen die Einschränkung der Nutzungszeit als geeignetes Mittel, um Kindern alternative Beschäftigungsmöglichkeiten wie das Lesen von Büchern oder Aktivitäten im Freien schmackhaft zu machen.

Die zweite Fokusgruppe führte zudem an, dass fehlende Medienkompetenz zu Suchtverhalten und einem Rückzug aus dem realen Umfeld hin zu einer selbstkreierten virtuellen Welt führen kann. Dies sei gefährlich, da Menschen so der Gefahr ausgesetzt seien, Opfer von Verspottung, Demütigung und fremder Meinungsbildung zu werden. Als mögliche Folgen wurden exemplarisch depressive Erkrankungen und Selbstmorde genannt.

Als abschließender Punkt nannte ein Mitglied der zweiten Fokusgruppe noch die technische Kompetenz als Teilaspekt der Medienkompetenz. Demnach wäre die Gesellschaft hinsichtlich der technischen Fähigkeiten und Kenntnisse noch immer nicht auf dem Stand der Zeit. Diese technische Kompetenz sei jedoch essentiell, da nur so mediale Angebote umfassend beurteilt und vernünftig genutzt werden könnten.

Daraus ergeben sich die abschließenden Hypothesen:

**H1:** Es können keine altersspezifischen Unterschiede in Bezug auf die Definition von Medienkompetenz festgestellt werden.

**H2:** Technische Kompetenz ist ein wesentlicher Teilaspekt der Medienkompetenz, die bislang zu wenig gefördert und beachtet wird.

**H3:** Fehlende Medienkompetenz kann zu suchartigem Social-Media-Gebrauch führen.

#### **4.4 Fazit und Ausblick**

Im theoretischen Teil dieser Masterarbeit kann zunächst aufgezeigt werden, dass sich im Laufe der Zeit unterschiedliche Definitionen und Ansichten im Themenbereich der Freundschaft entwickelt und verbreitet haben (vgl. u. a. Mazal, 2010). Der nachfolgende Unterpunkt der Literaturstudien und Studienergebnisse zum Themenbereich der virtuellen Freundschaften stellte dar, dass innerhalb der letzten zehn Jahre eine Trendwende auf den Gebieten des Nutzungsverhaltens und der Nutzungsmotive von sozialen Plattformen und Apps stattgefunden hat und weiterhin stattfindet.

Nutzerinnen und Nutzer differenzieren zunehmend zwischen virtuellen und realen Freundschaften. Während befragte Frauen und Männer laut den Studienergebnissen angaben, dass das Löschen von Facebook-Freundinnen und Facebook-Freunden nur mehr ein reiner Akt der Datenbankpflege sei (vgl. Adelman, 2011: 128-129), stufen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fokusgruppeninterviews Freundschaften auf sozialen Netzwerken von vornherein nur mehr als Kontaktpflege mit weitläufigen Bekannten ein.

Die Userinnen und User von sozialen Medien erkennen den zunehmenden kommerziellen Charakter von virtuellen Freundschaften und ziehen sich aus diesem Grund zunehmend in kleiner organisierte Gruppen zurück. Dies konnte sowohl anhand von Studienergebnissen (vgl. u. a. Prüller, 2015), als auch innerhalb der eigenen empirischen Untersuchung demonstriert werden.

Die befragten Gruppenmitglieder konnten einen gesellschaftspolitischen Wandel und eine zunehmende Schnelllebigkeit in Verbindung mit einem Wertewandel in der Gesellschaft feststellen. Diese Umstände würde durch die ebenfalls schnelllebigen virtuellen Kontakte und Freundschaftstypen auf sozialen Netzwerken zusätzlich verstärkt. Die berufstätigen Fokusgruppenteilnehmerinnen und Fokusgruppenteilnehmer sehen hier eine

dauerhafte Abwertung des ursprünglichen Freundschaftsbegriffes und der Wertigkeit von Freundschaften an sich. Die Studentinnen und Studenten äußerten sich hierzu nicht, erkannten jedoch anhand ihres eigenen veränderten Nutzungsverhaltens einen altersbedingten Wandel der Bedeutung von sozialen Medien.

Soziale Netzwerke lösen heutzutage häufig den Freundschaftstypus der früheren Brieffreundschaften ab, da sie ebenfalls ein Entfliehen aus der gewohnten Umgebung und die Mitteilung von eigenen Erfahrungen und Gefühlen ermöglichen (vgl. Prüller, 2010: 24).

Die befragten Fokusgruppen stufen allerdings genau dieses Entfliehen als problematisch ein, da dadurch schnell Suchtverhalten und Abhängigkeit entstehen könnten.

Hass im Netz, insbesondere in sozialen Netzwerken und innerhalb von virtuellen Freundschaften ist ein zentrales Thema in der heutigen Gesellschaft und sollte aktiv in der Öffentlichkeit diskutiert werden. Anonymität und das Absinken der Hemmschwelle wurden als Hauptgründe für den verstärkten Hass und Neid, die zunehmende Intoleranz gegenüber Andersdenkenden und die fehlende Kritik- und Diskussionsfähigkeit im virtuellen Bereich innerhalb der Fokusgruppeninterviews herausgearbeitet.

Die durchgeführten Fokusgruppeninterviews versuchten zu beleuchten, wie Medienkompetenz aktuell definiert wird und wie ein vernünftiger Gebrauch von sozialen Medien vermittelt werden kann.

Beide Fokusgruppen führten an, dass Medienwissen entscheidend sei, um Potentiale und zeitgleich Gefahren ausgehend von sozialen Medien folgerichtig einschätzen zu können. Kinder und Jugendliche sollten bereits in einem frühen Alter zu reflektiertem Denken ermutigt werden und hinsichtlich der sozialen Medien hinreichend aufgeklärt werden. Kinder und Jugendliche suchen und brauchen Vorbilder, weswegen gerade Eltern sich ihrer Vorbildfunktion bewusst sein sollten und ihre eigene Mediennutzung immer wieder kritisch hinterfragen

sollten. Aus diesem Grund ist es entscheidend, genügend alternative Aktivitäten vorzuschlagen und schmackhaft zu machen.

Letztlich bleibt die interpersonelle und zwischenmenschliche Face-to-Face-Kommunikation jenes Kommunikationsmittel, das aufgrund der physischen Faktoren wie Mimik, Gestik und Sprache den persönlichen Kontakt zu etwas Einzigartigem macht.

Die vorliegende Magisterarbeit kann zusammenführend als Teil eines fortlaufenden Forschungsprozesses zur Bedeutung von virtuellen und realen Freundschaften und dem gesellschaftspolitischen Wandel der heutigen Öffentlichkeit angesehen werden. Die rasche Weiterentwicklung des virtuellen Medienbereichs eröffnet stetig neue Forschungslücken.

Abschließend kann festgehalten werden, dass aufgrund dessen weitere, vor allem qualitative Untersuchungen erforderlich sind, die in noch ausführlicherer Art und Weise die Bedeutungen und Auswirkungen der Lebenszusammenhänge in Bezug auf individuelle Freundschaftsauffassungen und Freundschaftstypen beleuchten.

## 5 Quellenverzeichnis

Adamek, S. (2011). *Die facebook-Falle. Wie das soziale Netzwerk unser Leben verkauft*. 2. Auflage. München: Heyne.

Adelmann, R. (2011). Von der Freundschaft in Facebook. Mediale Politiken sozialer Beziehungen in Social Network Sites. In: Leistert, O. & Röhle, T. (Hg.). *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript-Verlag. 127-144.

Adobe Digital Index (2014). *Social Intelligence Report 2014*. Abgerufen über: [https://cmo.com/content/dam/CMO\\_Other/ADI/SocialIntelligence\\_Q12014/Q1\\_2014\\_social\\_intelligence\\_report.pdf](https://cmo.com/content/dam/CMO_Other/ADI/SocialIntelligence_Q12014/Q1_2014_social_intelligence_report.pdf). (16.06.2018).

Anderson, M. & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Abgerufen über: [file:///C:/Users/Lea/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/PI\\_2018.05.31\\_TeensTech\\_FINAL.pdf](file:///C:/Users/Lea/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/PI_2018.05.31_TeensTech_FINAL.pdf) (26.12.2018).

Aristoteles, übersetzt und kommentiert von Dirlmeier, F. (1999). *Nikomachische Ethik*. 10. Auflage. Berlin: Akademie Verlag.

Artworx (März 2018). *Die aktuellen Nutzerzahlen von Facebook, Instagram, XING & Co*. Abgerufen über: <https://www.artworx.at/social-media-in-oesterreich-2017/#!prettyPhoto> (14.08.2018).

Atteslander, P. (2006). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 11. Auflage. Berlin: Schmidt.

Bauer, T.A. (2011). Globalisierung aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. In: Dvořák J., Mückler H. (Hg.). *Staat, Globalisierung, Migration*. Wien: Facultas. 133-158.

Baecker, D. (2011). Nur die Ähnlichkeit unterscheidet uns. In: Leistert, O. & Röhle, T. (Hg.). *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript-Verlag. 123-126.

Bernstein, E. (25.08.2009). How Facebook Ruins Friendships. *The Wallstreet Journal*. Abgerufen über: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970204660604574370450465849142>. (02.01.2019).

Bitkom Research (Februar 2018). *Social-Media-Trends 2018*. Abgerufen über: <https://www.bitkom.org/sites/default/files/file/import/180227-Bitkom-PK-Charts-Social-Media-Trends-2.pdf>. (31.12.2018).

Bohnsack, R. (2009). Dokumentarische Methode. In: Buber, R. & Holzmüller, H.H. (Hg.). *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler. 319 – 330.

Bohnsack, R. & Przyborski, A. (2009). Gruppendiskussionsverfahren und Focus Groups. In: Buber, R. & Holzmüller, H.H. (Hg.). *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler. 493 – 506.

Bohnsack, R. (2011). *Qualitative Bild- und Videointerpretation*. 2. Auflage. Opladen/Farmington Hills: UTB.

Bonfadelli, H. & Friemel, T. N. (2017). *Medienwirkungsforschung*. 6.Auflage. Konstanz und München: UVK.

Bordt, M., Heitsch E. (Hg.). (1998). *Platons Werke. Übersetzung und Kommentar. Lysis*. Band IV. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Brosius, H.-B. & Koschel, F. (2005). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.

Buber, R. & Holzmüller, H.H. (Hg.). (2009). *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler.

Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft*. 4. Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau.

Dvořák J., Mückler H. (Hg.). (2011). *Staat, Globalisierung, Migration*. Wien: Facultas.

Facebook. (2018). *Facebook Grundsätze*. Abgerufen über: [https://www.facebook.com/pg/facebook/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/facebook/about/?ref=page_internal). (16.06.2018).

Facebook Datenrichtlinie (2018). Abgerufen über <https://www.facebook.com/about/privacy/>. (18.06.2018).

Görig, K. (2011). *Gemeinsam einsam. Wie Facebook, Google & Co. unser Leben verändern*. Zürich: Orell Füssli Verl. AG.

Hahn, B. (2012). *Soziale Netzwerke, Selbstinszenierung und das Ende der Privatsphäre*. Hamburg: Diplomica Verlag.

Heidbrink, H., Lück, H. E., Schmidtman, H. (2009). *Psychologie sozialer Beziehungen*. Stuttgart: Kohlhammer Verlag.

Hepp, A., Löffelholz M. (Hg.). (2002). *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK.

Hepp, A. (2003): Globalisierung von Medienkommunikation als Herausforderung. Mediensoziologie und transkulturelle Perspektiven. In: Löffelholz, M. & Quandt T. (Hg.). *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 191-214.

Initiative D21 e.V. (2018). *D21 Digital-Index 2017/2018*. Abgerufen über: [https://initiated21.de/app/uploads/2018/01/d21-digital-index\\_2017\\_2018.pdf](https://initiated21.de/app/uploads/2018/01/d21-digital-index_2017_2018.pdf). (26.12.2018).

Jackob, N., Schoen, H., Zerback, T. (2009). *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratification Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37 (4), 509-523.

Koch, J., Gebhardt P., Riedmüller, F. (2016). *Marktforschung*. Berlin: Walter de Gruyter.

- Kromrey, H. (2006). *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*. 11.Auflage. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Kugler, G., Borel D. (Hg.). (2010). *Entdeckung der Freundschaft. Von Philia bis Facebook*. Freiburg & Wien: Herder.
- Leistert, O., Röhle, T. (Hg.). (2011). *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript-Verlag.
- Löffelholz, M. & Quandt T. (Hg.). (2003). *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Maurer, M. & Jandura, O. (2009). Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In: Jakob, N., Schoen, H., Zerback, T. *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 61 – 71.
- Mayerhofer, M. (2009). Das Fokusgruppeninterview. In: Buber, R. & Holzmüller, H.H. (Hg.). *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler. 476 – 490.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12., überarbeitete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz.
- Mazal, W. (2010). Von Philia zu Facebook. Gedanken zu Freundschaft und Bindung. In: Kugler, G. & Borel D. (Hg.). *Entdeckung der Freundschaft. Von Philia bis Facebook*. Freiburg & Wien: Herder. 29 – 39.
- Mey, S. (08.05.2018). *Facebook-Bilanz: Offizielle Zahlen für Österreich*. Abgerufen über: <https://www.horizont.at/home/news/detail/facebook-bilanz-offizielle-zahlen-fuer-oesterreich.html>. (14.08.2018).
- Miller, D. (2012). *Das wilde Netzwerk. Ein ethnologischer Blick auf Facebook*. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Misoch, S. (2015). *Qualitative Interviews*. Berlin / München / Boston: De Gruyter Oldenbourg.

Pfarrhofer, D. et.al. (Juni 2017). *Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Jugendlichen*. Abgerufen über: [https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/Charts\\_Jugendliche\\_2017.pdf](https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/Charts_Jugendliche_2017.pdf). (14.08.2018).

Prüller, M. (2010). Freundschaft@ft. Über das Überleben unserer Beziehungskultur trotz und dank Web 2.0. In: Kugler, G. & Borel D. (Hg.). *Entdeckung der Freundschaft. Von Philia bis Facebook*. Freiburg & Wien: Herder. 14 – 27.

Przyborski, A. (2004). *Gesprächsanalyse und dokumentarische Methode. Qualitative Auswertung von Gesprächen, Gruppendiskussionen und anderen Diskursen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2014). *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. 4. Auflage. München: Oldenbourg Verlag.

Schmidt, S.J. (2003). Geschichten und Diskurse. Ein integratives Konzept für die Kommunikationswissenschaft. In: Löffelholz, M. & Quandt, T. (Hg.). *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 113-130.

Schütz, A., Luckmann, T. (2017). *Strukturen der Lebenswelt*. 2. Auflage. Konstanz & München: UVK.

Shakya, H. & Christakis, N.A. (2017). Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study. *American Journal of Epidemiology*, 185 (3), 203–211.

Shea, D. (02.09.2009). *Whopper Sacrifice, Burger King's Facebook Promotion: Delete 10 Friends For Free Whopper*. Abgerufen über [https://www.huffingtonpost.com/2009/01/08/burger-kings-facebook-pro\\_n\\_156320.html?guccounter=1](https://www.huffingtonpost.com/2009/01/08/burger-kings-facebook-pro_n_156320.html?guccounter=1). (27.11.2018).

Smith, A. & Anderson, M. (2018). *Social Media Use in 2018*. Abgerufen über: [file:///C:/Users/Lea/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosofEdge\\_8wekyb3](file:///C:/Users/Lea/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosofEdge_8wekyb3)

d8bbwe/TempState/Downloads/PI\_2018.03.01\_Social-Media\_FINAL.pdf.  
(02.01.2019).

Sweney, M. (11.02.2018). Is Facebook for old people? Over-55s flock in as the young leave. *The Guardian*. Abgerufen über <https://www.theguardian.com/technology/2018/feb/12/is-facebook-for-old-people-over-55s-flock-in-as-the-young-leave>. (16.06.2018).

The Happiness Research Institute (2015). *THE FACEBOOK EXPERIMENT. DOES SOCIAL MEDIA AFFECT THE QUALITY OF OUR LIVES?* Abgerufen über: [https://docs.wixstatic.com/ugd/928487\\_680fc12644c8428eb728cde7d61b13e7.pdf](https://docs.wixstatic.com/ugd/928487_680fc12644c8428eb728cde7d61b13e7.pdf). (15.12.2018).

Thielsch, M. T. & Brandenburg, T. (Hg). (2012). *Praxis der Wirtschaftspsychologie II: Themen und Fallbeispiele für Studium und Praxis*. Münster: MV Wissenschaft.

Thielsch, M. T. & Weltzin, S. (2012). Online-Umfragen und Online-Mitarbeiterbefragungen. In: Thielsch, M. T. & Brandenburg, T. (Hg). *Praxis der Wirtschaftspsychologie II: Themen und Fallbeispiele für Studium und Praxis*. Münster: MV Wissenschaft. 110 – 127.

Trost, K.E. (2013). *Soziale Onlinenetze und die Mediatisierung der Freundschaft. Eine qualitative Studie zur Bedeutung von Facebook für das Freundschaftskonzept Jugendlicher*. Baden-Baden: Nomos.

Van den Bergh, J. & Behrer, M. (2011). *How cool brands stay hot. Branding on Generation Y*. London & Philadelphia: Kogan Page.

Wortham, J. (15.01.2009). 'Whopper Sacrifice' De-Friended on Facebook. *The New York Times*. Abgerufen über: <https://bits.blogs.nytimes.com/2009/01/15/whopper-sacrifice-de-friended-on-facebook/>. (12.12.2018).

## 6 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

### Abbildungen:

<u>Abbildung 1.</u> Werbeplakat der Whopper Challenge	40
---	----

Quelle: Wortham, J. (15.01.2009). 'Whopper Sacrifice' De-Friended on Facebook. *The New York Times*. Abgerufen über: <https://bits.blogs.nytimes.com/2009/01/15/whopper-sacrifice-de-friended-on-facebook/>. (12.12.2018).

<u>Abbildung 2.</u> Bekannte Social Media Begriffe	45
--	----

Quelle: D21 Digital Index 2017/2018, 2018: 29.

<u>Abbildung 3.</u> Social Media-Nutzerverhalten	46
--	----

Quelle: D21 Digital Index 2017/2018, 2018: 16.

<u>Abbildung 4.</u> Altersgefälle und Dominanz von Facebook	47
---	----

Quelle: D21 Digital Index 2017/2018, 2018: 20.

<u>Abbildung 5.</u> Positive und negative Aspekte von Social Media	49
--	----

Quelle: Anderson, M. & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Abgerufen über:

file:///C:/Users/Lea/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\_8wekyb3d8bbwe/TempS  
tate/Downloads/PI\_2018.05.31\_TeensTech\_FINAL.pdf (26.12.2018).

<u>Abbildung 6.</u> Sitzordnung während der Fokusgruppeninterviews	68
--	----

### Tabellen:

<u>Tabelle 1.</u> Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG I	73
---	----

<u>Tabelle 2.</u> Porträt der Teilnehmerinnen und Teilnehmer FG II	110
--	-----

# 7 Anhang

## 7.1 Leitfaden der Fokusgruppeninterviews

### 1. Social Media Angebote

- Kenntnisse über diverse Soziale Netzwerke und Apps
- Präferenz von einzelnen Angeboten
- Ausmaß der Nutzung
- Motive für das individuelle Nutzerverhalten
- Welche Rolle spielen sie im alltäglichen Leben?

### 2. Virtuelle vs. Reale Freundschaften

- Was sind virtuelle Freundschaften für die Befragten
- Erwartungshaltungen gegenüber Social Media- Freundschaften
- Unterschiede zwischen realen und virtuellen Freundinnen und Freunden
- Vor- und Nachteile der Freundschaftstypen
- Social Media-Phänomene: Hasspostings, Mitleidsbekundungen, ...

### 3. Computervermittelte Kommunikation vs. Face-to-face Kommunikation

- Vor- und Nachteile von Computervermittelter Kommunikation (als Beispiel Social Media Angebote WhatsApp, Twitter, Snapchat, Instagram, Facebook)
- Vor- und Nachteile von Face-to-Face Kommunikation
- Persönliche Erfahrungen zum Thema Kommunikation auf Social Media und die Auswirkungen auf das eigene Kommunikationsverhalten

### 4. Medienkompetenz

- Wie sieht der richtige Umgang mit Social Media Angeboten aus?
- Sind Nutzungsverbote für junge Erwachsene sinnvoll?
- Was sollte gezielt geschult werden?

### 5. Beispiele und Themen durch die Befragten

- Gedankenaustausch hierzu

## 7.2 Transkripte

### Fokusgruppeninterview FG I – Studentinnen und Studenten

1 **I:** Also, hallo erst mal. Ich bin die Lea. Und zu Beginn möchte ich mich erst mal  
2 bei euch bedanken für die Teilnahme. Und ihr helft's mir damit wirklich sehr für  
3 meine Magisterarbeit, dass das jetzt in/ endlich in den Endzügen vorbei is. Und,  
4 ähm, es geht heute um Freundschaften. Und das im virtuellen und im  
5 Onlinebereich sozusagen und im Offline Bereich. Und zu Beginn möchte ich  
6 euch als kleinen Input von ner Werbung erzählen. Die gab's vor ein paar Jahren  
7 in den USA. Und da hat in dieser Werbekampagne, in dieser Werbung hat  
8 Burger King gratis Burger verteilt, wenn du zehn deiner Facebook-Freunde  
9 gelöscht hast. Um zu beweisen, wie/ wie eigentlich/ wie sinnlos diese  
10 Freundschaften im Onlinebereich sind. Und dass die Freunde eigentlich gar nix  
11 wert sind für uns. Und von dem her möchte ich als Einstiegsfrage vo euch  
12 wissen: Welche Social-Media-Angebote nützt ihr? Welche kennt's ihr? Und in  
13 welchem Ausmaß?

14 **B1:** (...) Hallo, ich bin der Felix. (.) Und (.) ich nutze Facebook und, wenn das  
15 auch zu Social Media dazugehört, WhatsApp.

16 **I:** Mhm. Ja.

17 **B1:** Ähm, Instagram eigentlich sehr passiv. Und sonst keine mir/ (.) mir/ mir  
18 bekannten ähm Social-Media-Kanäle.

19 **I:** Und wenn ich da gleich nachfragen darf. Warum nützt du Instagram nur sehr  
20 passiv? Was sind deine Motive dafür?

21 **B1:** Also ich find's total sinnlos. Also es bringt mir keinen Mehrwert.

22 **I:** Mhm?

23 **B1:** Ich sehe nur jeden Tag Geschichten von ein und derselben/ von denselben  
24 Personen. Weil's gibt unter meinen Freunden eh nur offensichtlich sechs,  
25 sieben Leute, die regelmäßig irgendwelche Geschichten machen. Ähm, und es  
26 is mir eigentlich ziemlich egal, was die so untertags treiben. Meistens is es auch  
27 das Gleiche. Ist ein Foto vom Essen und dann sind's halt andern Freunden  
28 unterwegs. Und da gibt's einen, der postet immer Sachen von/ von seinem

29 Anatomie-Lernen. Ähm, wobei ich auch sagen muss, dass ich mich nie damit  
30 beschäftigt hab, wie ich diesen Kanal für mich effektiv nutzen kann. Ich glaube  
31 das is auch möglich Instagram als Informationsquelle, als Inspirationsquelle zu  
32 nutzen. Ähm, damit habe ich aber/ mich aber nie beschäftigt. Deswegen  
33 verwende ich das sehr wenig. Und eigentlich nutz ich's immer nur dann, wenn  
34 mir einmal pro Tag Instagram halt sagt per Push Nachricht, irgendwer hat eine/  
35 irgendwer hat heute seine Story gepostet. Und dann sitz halt am Klo und dann,  
36 ja, lenk ich mich dadurch quasi ab. Oder es is, ich brech dann sehr schnell ab,  
37 weil's immer das Gleiche is und weil's/ also mich langweilt das eigentlich. (.) Ja.  
38 Facebook nutze ich nur zu Informationszwecken.

39 **I:** Okay.

40 **B1:** Das ist einfach für die Uni sehr wichtig aus meiner Sicht. Und ich bekomme  
41 so, recht gut gefiltert meiner Meinung nach, Informationen für zum Beispiel  
42 Veranstaltungen. (.) Und WhatsApp, ja, is halt einfach, ähm, SMS Ersatz.

43 **B2:** Hallo, ich bin Steffi. Ich verwende eigentlich auch primär Facebook und  
44 WhatsApp. Instagram hab ich gar nicht. Auch einfach, (.) was mich an  
45 Instagram stört: es sind nur Bilder. Also es geht für mich viel die  
46 Kommunikation. Weil, Bilder is/ finde ich eher fraglich. Und dann is da meistens  
47 (.) ein/ ein/ ein bisschen zu viel Selbstinszenierung. Also ich finde, bei/ grad bei  
48 Instagram is weniger Interesse an dem anderen, als mehr Interesse an sich/ an  
49 sein eigenes Leben quasi, vorzuzeigen, ohne ein gewisses Ziel. Und Facebook  
50 hab ich auch eben primär zur Information. Und (.) vor allem früher war  
51 Facebook ein/ ein gutes Medium für mich, mit Leuten aus Südafrika zu  
52 kommunizieren. Oder, wo auch immer. Und das hat aber jetzt eigentlich auch  
53 WhatsApp aufgeessen. Und es geht jetzt eigentlich fast alles über WhatsApp.  
54 Und das ist sehr praktisch. Weil, mit Leuten die weit entfernt sind könnte ich  
55 jetzt/ mit meinen Freunden die in Südafrika sind, mit denen könnte ich sonst gar  
56 nicht kommunizieren. Aber die Freundschaften sind eigentlich aus Kindheit.  
57 Also/ Weil, eine neue Freundschaft zu schöpfen find ich schwierig. Aber die  
58 (jemand hustet) alten Kindheitsfreundschaften über WhatsApp aufrecht/ also ich  
59 ha/ halt sie über WhatsApp aufrecht. Aber zu kommunizieren wenn notwendig  
60 is, find ich das schon praktisch. (.) Ja, und sonst verwende ich gar nichts

61 eigentlich.

62 **B3:** Hallo, i bin die Lena. Und, äh, ich (jemand räuspert sich) verwend au die bis  
63 jetzt schon genannten, ähm, WhatsApp und Facebook und Instagram. Und (.)  
64 ab und zu au Snapchat. Aber eigentlich, also s'is sehr abgeflacht in der letzten  
65 Zeit. Und für mich is es ja ähnlich wie die Steffi scho gsagt hat, äh, Facebook is  
66 hauptsächlich, äh, zur Kommunikation mit Freunden, die mer, äh, in andern  
67 Ländern hat. Ähm, mit meiner Gastschwester aus, äh, Flori/ Florida, ähm, hab  
68 ich viel Kontakt über Facebook. Weil, in Amerika kennen's ned so WhatsApp.  
69 Zumindestens/

70 **I:** Okay.

71 **B3:** /die Leut, die i aus Amerika kenn, ned. Ähm, und, ja sonst eben auch für  
72 die Uni. Also für so, äh, Informationen über die Uni oder au teilweise  
73 Nachrichtendienste. Ja, und WhatsApp, ja, das is jetzt halt einfach eben, äh, ne/  
74 ähm, normalen Messenger oder normale, äh, Nachrichten-App. Und (.) ja.

75 **I:** Also würdst du selber WhatsApp gar nicht so als Social-Media-Kanal,  
76 sondern wirklich als normales Kommunikationsmittel da //nehmen?

77 **B3:** Ja//, also für mich schon. Weil/

78 **I:** Wird einer.

79 **B3:** /Social Media is eher mehr, wo i also ned über/ über/ also, (.) wo mehr/  
80 mehr Menschen irgendwie sehn könn, was i post. Also für mi persönlich. Und  
81 WhatsApp is doch, äh, eher (jemand hustet) hauptsächlich a Chat, wo mer zu  
82 zweit kommuniziert oder halt in einer Gruppe. Aber es is eher ausgewählt dort,  
83 denk ich mal.

84 **I:** Okay.

85 **B3:** Also für mich halt persönlich, ja.

86 **I:** Und warum hast du Snapchat früher mehr genutzt als jetzt?

87 **B3:** Ja, i glaub das war einfach/ früher war so a Phase halt, wo viele in meim  
88 Freundeskreis das benutzt haben und mer viel so, (.) ja, unnötigen Blödsinn  
89 gschickt hat, (lachen) sag ich jetzt mal so. Also jetzt so, äh, im Nachhinein  
90 betrachtet. Aber ich hab dann eigentlich das Interesse dran verloren und/

91 **I:** Okay.

92 **B3:** /ja.

93 I: Das heißt, das war eigentlich so mehr Zeitvertreib früher/  
94 B3: Ja. //War halt/  
95 I: /in der Schule.//  
96 B3: Ja, so in Schulzeiten.  
97 I: Okay.  
98 B4: Äh, hallo. Ich bin die Kathi. Bei mir ist's eher umgekehrt. I hab also bis vor  
99 drei Monaten no gar kei Facebook ghabt. Jetzt hab ich früher immer Instagram  
100 als Kontaktmöglichkeit zu Leuten aus'm Ausland verwendet. I bin in ne  
101 internationale Schule gange und da war immer sehr viel Wechsel, weil viel, viel  
102 Leute eben nur für ein, zwei Jahr in derer Schule warn. Und vor allem mit  
103 meiner allerbesten Freundin hab ich sehr viel über Instagram Kontakt gehalten.  
104 Weil wir uns immer so, keine Ahnung, Messages gschickt ham oder uns auf  
105 News getagged ham. Und aber, am meisten kommunizier i halt mit ihr über  
106 WhatsApp oder mit Facetime. Aber das is ja jetzt a ned so wirklich a Social  
107 Media, WhatsApp oder? Das is ja mehr so a SMS schreiben.  
108 I: Ja. Im Endeffekt darf man alles als Social Media bezeichnen, mit denen mer  
109 direkt in/ mit, //äh  
110 B4: Okay.//  
111 I: /Menschen in Kontakt treten kann über Onlinedienste. Also von dem her.  
112 B4: Ja, okay. Aber ja, Facebook verwende i eigentlich so gut wie gar ned.  
113 Seitdem i mir's gemacht hab, weil des/ Vielleicht hab i das erst zu spät  
114 runtergeladen, dass i mich da einleben hab können. Aber ich find's halt sehr  
115 uninteressant. Snapchat hab i auch, wie die Lena, früher in Schulzeiten viel  
116 verwendet. Aber jetzt eigentlich gar nimmer. (..) Ja.  
117 I: Das heißt, du glaubst, oder ihr glaubt's eigentlich beide/ oder glaubt's ihr,  
118 dass es, ähm, mit'm Alter sich auch irgendwie dann verändert, das  
119 Nutzerverhalten?  
120 B3: Ja auf jeden Fall.  
121 I: Auf jeden //Fall.  
122 B4: Ja.//  
123 B2: Also i würd das schon sagen. Und i denk mir teilweise, ähm, i habe mal auf  
124 a Mädli aufgepasst, die war elf Jahre. Und das Wichtigste war ihre Flammen auf

125 Snapchat ned zu verliern. Und i denk mer so: Ja, die schicken dann  
126 irgendwelche, keine Ahnung, unnötigen Bilder vom Boden oder sonst was. Nur  
127 damit der ihre Flammen von hundert Tag oder mehr auf, ähm, Snapchat  
128 erhalten bleiben. Und/  
129 **I:** Okay. (lacht)  
130 **B3:** Ja. Also/ (lacht)  
131 **I:** Also da sehn wir dann auch, äh, Selbstinszenierung oder? Oder is es mehr so  
132 //Aufmerksamkeit generieren, oder?  
133 **B3:** I weiß gar ned, um was es dene geht.// Weil/ keine Ahnung. Es sieht ja  
134 eigentlich keiner, und/  
135 **B4:** Das is einfach so Achievement. Also/  
136 **B3:** Das ist einfach so: Hey, wow, voll cool. (lacht) 3  
137 **B2:** Aber da is dann auch, finde ich, immer zwischen den Freunden so ein  
138 Konkurrenzverhalten. Weil eben bei dem Mädli wo ich aufpass das genauso is.  
139 Es geht eben darum, wenn sie jetzt so und so viel Flammen mit einem  
140 gewissen Freund/  
141 **B3:** Ja.  
142 **B2:** /und wenn irgendwer mehr Flammen hat, dann/ quasi is das so ein/ eine  
143 Werteskala für die Freundschaft.  
144 **B3:** Mhm. Das is immer so Matching so.  
145 **B2:** Wie viel genau, wie viele Flammen halt.  
146 **B3:** Ja is klar.  
147 (lachen)  
148 **I:** Und Flammen kriegt man, wenn man viel Kontakt hat?  
149 **B3:** Nein, s'is wenn mer, ich weiß ned, ob's zwölf Stunden oder 24 sein/  
150 **B4:** Du musst halt jeden Tag en Snapchat //machen.  
151 **B3:** Aber ich glaube// 24, wenn'st jeden Tag en Snap schickst, nach drei Tag  
152 kriegst a Flamme. Und da steht en Dreier. Und die Flamme bleibt solang, und  
153 die Zahl erhöht sich eben immer. Und wenn's dann 127 hast, hast 127 Tag  
154 jeden Tag en Snap geschickt, an die Person.  
155 **I:** Okay. (lacht)  
156 **B3:** Ja.

157 **B4:** Und das sind ja a so Emojis die man kriegt, wie so a Herzerl, wenn du mit  
158 einer Person am meisten snapst oder so.

159 **B3:** Ja genau.

160 **B4:** Da sieht mer dann, wie hoch die Freundschaft gewertet wird.

161 **I:** Okay.

162 **B1:** Das heißt, also ich hab's nie verwendet. Ich kenn Snapchat eigentlich nicht.  
163 Ähm, is das ein Kanal, über den ich jetzt mit einer Person hin und her schreib?  
164 Oder wie //funktioniert das?

165 **B5:** Bilder schickst. Das ist eigentlich/  
166 **B4:** Ja.

167 **B5:** Snapchat lebt vom Bilderschenken.

168 **B4:** Aber die bleiben halt nur so zehn Sekunden. Und du kannst aber au  
169 Gruppenchats oder so was machen.

170 **B2:** Und (.) das heißt, es is/ es is ein/ es ist nichts wie Instagram, wo's einfach  
171 in allen/  
172 **B4:** Genau.

173 **B2:** /quasi. Sondern du/  
174 **B3:** Also du kannst Storys machen auch wie in, äh, bei Instagram, dass du a  
175 Bild, ähm, (.) das dann 24 Stunden bleibt, ähm quasi an alle schickst, die/ die in  
176 deiner Kontaktliste san. Oder du schickst eben das privat jemanden oder in ner  
177 Gruppe a Bild. Und du kannst dann auch da Bilder beschreiben halt und so.

178 **B1:** Also was ich vorhin noch vergessen hab zu erwähnen, ich nutze Skype  
179 eigentlich auch.

180 **B2:** //Ah ja, stimmt.

181 **B1:** Äh, das ist// eigentlich auch ein Social Medium, weil WhatsApp eins is.  
182 **I:** Ja.

183 **B1:** Sehr altmodisch, aber funktioniert gut.  
184 (lachen)

185 **B5:** Ja hallo, ich bin Marleen. Äh, was ich nutze is WhatsApp, Facebook. Ähm,  
186 ich hab Instagram und ich hab auch Snapchat. Aber was ich wirklich am  
187 meisten benutze is WhatsApp und, ähm, was ich am besten daran finde, is  
188 einmal einfach die Telefonierfunktion. Dass man, ähm, also auch nich zahlen

189 muss, um zu telefonieren. Und, (.) ähm, man kann halt auch skype über  
190 WhatsApp. Also ich benutz da diesen Videochat vor allem zum Beispiel mit  
191 meinen Eltern, weil die in Deutschland wohnen. Also ich komm von dort. Und,  
192 äh, das is super praktisch für mich und meinen Freunden, dass man, äh,  
193 skype kann. Und das nutze ich dann auch dementsprechend häufig. Ähm,  
194 Facebook nutze ich sehr sporadisch und eigentlich hauptsächlich fand ich's  
195 jetzt praktisch anfangs, wenn man an die Uni gekommen is, dass man die Leute  
196 darüber kennengelernt hat. Über diese Jahrgangsgruppen, gab's am Anfang.  
197 Und so konnt man sich kennenlernen und, ähm, die Leute aus seiner kleinen  
198 Gruppe, so konnt man sich halt so vernetzen. Aber ich selber poste jetzt nix von  
199 meinem Tag. Ich hab wohl ein Profilbild drin. Aber ansonsten (.) bin ich da nich  
200 sehr aktiv. Hm, bei Instagram würde ich sagen, schon ein bisschen mehr. Also  
201 ich hab einige Bilder, ähm, auf meinem Account gepostet. Aber das is auch  
202 schon wieder Monate her. Und, es is auch mehr so, dass ich, ähm, (.) eher das  
203 nutze um zu schauen, was andere so machen. Aber auch eher aus Zeitvertreib.  
204 Aber ich find's manchmal auch ganz nett, einfach zu schauen, wer was jetzt so  
205 macht. Weil man mal/ sich in der Schule kannte und dann lang nich mehr  
206 gesehn hat. Und so ist es ganz nett. Also, ähm, (.) ja genau. Und Snapchat hab  
207 ich. Aber, (.) ja das nutze ich am aller, aller wenigsten. Also da bin ich wohl in  
208 einer Gruppe von Freunden aus dem letzten Jahr noch aus Deutschland. Und  
209 die schicken da immer viel rein. Und dann seh ich, was die so machen. Was die  
210 jetzt nicht unbedingt auf Facebook oder Instagram posten. Aber, (.) ja, ich  
211 selber (.) verschicke, ich weiß nicht, alle paar Tage mal ein Bild. Aber, (.) ja, da  
212 sehe ich jetzt auch nich so den großen Nutzen. Also wenn/ ich verschicke jetzt  
213 nich irgendwie mein Essen oder so. Aber wenn irgendwie was/ (.) was Tolles  
214 passiert, was ich gerne verschicken möchte, dann, nun ja genau. Also bei, ja,  
215 eher Sachen, die ich auch ganz gut bewerte, die poste ich dann so mal. Mhm.  
216 **I:** Das heißt, du nützt Facebook schon auch, um neue Leute kennenzulernen.  
217 Oder //von wegen/  
218 **B5:** Nur um mich//  
219 **I:** /um/ um mit alten in Kontakt zu bleiben?  
220 **B5:** Ähm, nein. Nicht nur, um mit denen im Kontakt zu bleiben. Und neue Leute

221 jetzt eigentlich nur bezogen auf die Uni. Ähm, also es war jetzt so, wo wir, ähm,  
222 die Zusage bekommen haben, gab's eine Gruppe von dem, äh, von unserem  
223 Jahrgang. Und, ähm, die sind in so Kleingruppen eingeteilt, mit zehn Leuten, wo  
224 wir immer Unterricht drin haben. Und, (.) ähm, dort konnte man sich eben/ konnt  
225 man eben sagen, in welcher Gruppe man is. Und darüber dann schon mal ne  
226 WhatsApp Gruppe wiederum bilden und/ also da, um (.) einfach die Leute  
227 schon mal/ also man lernt sich ja nicht wirklich kennen darüber. Aber um  
228 überhaupt so den Kontakt irgendwie zu knüpfen. Aber an sich schreib ich jetzt  
229 keine neuen Leute irgendwie bei Facebook an, um jemand kennenzulernen.  
230 Also das war jetzt halt auf die Uni bezogen. Aber jetzt nich so im privaten  
231 Bereich wie gesagt. Also (.) is ja auch jetzt privat. Aber/ ja.

232 **I:** (...) Okay.

233 **B6:** Also ich bin Anabel. Ich benutze im Grunde die gleichen Social-Media-  
234 Kanäle wie alle andern auch. WhatsApp, Facebook, Instagram hab ich.  
235 Snapchat hab ich auch drauf, warum auch immer. (lacht) Und Skype hab ich  
236 auch. Und ähnlich wie bei allen andern benutz ich vor allem WhatsApp. Weil,  
237 wie gesagt, SMS-Ersatz. Das geht schnell, es kostet nichts. Anrufen is sehr  
238 praktisch nach Deutschland. Weil ich komm auch aus Deutschland. Und, ja,  
239 einfach sehr, sehr praktisch das Ganze. Facebook is jetzt eher wieder wichtig  
240 geworden, wegen der Uni auch. Weil die da eigentlich ganz gut drüber  
241 organisiert sind mit den Veranstaltungen vo/ grade für uns Erstis, dass wir  
242 (lachend) alles mitbekommen müssen. Und ansonsten, ich meine, die Leute die  
243 bei mir auf Facebook sind, sind auch eher jetzt die Generation von meinen  
244 Eltern. (lachen) Das, ähm, is sehr, sehr stark (jemand hustet) auffallend, dass  
245 die da sehr aktiv sind. Und ja, schaue ich mir ab und zu an. Aber im Grunde  
246 doch eher Uni bezogen. Instagram, bin ich auch eher der passive Nutzer, der  
247 eigentlich mehr guckt als (lachend) sonst irgendwas macht. Ähm, finde ich (.) in  
248 Ordnung. (.) Ähm, ich halt auch eher so wie Kathi, darüber, äh, Kontakt zu  
249 meinen, ähm, ausländischen Freunden. Grade in Amerika und Australien. Weil,  
250 darüber kann man ja auch schreiben im Chat. Und das mach ich dann auch  
251 darüber. Meine kleine Schwester benutzt das ganz gerne. Deswegen is es auch  
252 immer ganz gut, um da den Draht zu halten. Sie schickt mir da auch immer

253 Bilder. Und, was hatt ich noch? Snapchat. Snapchat, ähm, hat mir irgendwer  
254 (lachend) mal installiert und ich hab's immer noch drauf. Ähm, ich vergess es (.)  
255 wirklich immer, drauf zu schauen und ich weiß garnicht ob ich auch wieder  
256 Bilder bekommen hab. Aber die meisten Freunde wissen, dass ich darüber  
257 nicht (lachend) kommuniziere. Deswegen ham sie auch aufgehört. Deswegen is  
258 es eher ein Relikt auf meinem Handy. Und, ähm, Skype hab ich viel benutzt. Is  
259 jetzt aber weniger geworden, weil ich eben jetzt das iPhone hab und da geht's  
260 eher über Facetime mit den meisten. Und ja, das passt dann eigentlich auch  
261 ganz gut. (.) Und, (.) ja. Ja, ich glaube, das war's im Großen und Ganzen.

262 **B1:** Was mich interessieren würde: Verwendet irgendwer von euch Twitter?  
263 **B5:** Überhaupt niemand, gell?  
264 **B3:** Nee.  
265 **B2:** Nee.

266 **B5:** Aber is das wirklich so/ in Deutschland schon so/ äh, oder wird das wirklich  
267 in Deutschland benutzt großartig? //Also irgendwie hab ich/  
268 **B1:** Na, das wird mehr in Amerika.//

269 **B5:** Genau. Ich hatte eher das/ äh, äh, den Eindruck, dass es eher was  
270 Amerikanisches is.

271 **B3:** Es gibt auch eine, die studiert Journali/ Journalismus und PR. Und (.) in der  
272 Branche is es glaub i, ziemlich, (.) äh, hoch und wichtiger wie, ähm, (.) äh,  
273 Facebook oder so. Und die müssen au immer von einem Fach aus twittern und  
274 so. Aber, ich glaub so in/ Also ich/ von meinen Freunden benutzt es sonst  
275 keiner.

276 **B5:** Ja.

277 **I:** Aber warum, glaubt's ihr, ist das so? Also würdet ihr es jetzt nicht nutzen?  
278 **B5:** Also ich finde Twitter total unnötig. Also so/  
279 **B3:** Ich versteh's nicht.

280 **B6:** (unv. Durcheinander) der twittert dann irgendwas, en Kommentar zu  
281 irgendwas und dann können sich die andern das anschauen. Ich glaub es is/  
282 **B3:** Ich hab mich damit a noch nie beschäftigt oder so.

283 **B4:** Na nee, wir ham heute nicht mehr so eine/ eine/ eine Plattform um Kritik  
284 oder persönliche Meinungen auszuüben, als es/ sonst irgendwas. Oder ist das

285 einfach nur/  
286 **B6:** Ich war noch nie drauf. //Ich hör nur, was Trump immer twittert. (lacht)  
287 **B4:** // Oder ist es mehr um Statements zu setzen über Twitter. Aber sonst  
288 irgendwie/  
289 **B7:** Ich glaube, es hat auch in Europa noch nicht so eine (.) große Popularität  
290 erlangt, wie die andern Social (.) Medien, Apps und/ Ja, deswegen/ also  
291 heutzutage beschäftigen sich die jüngere Generation, die ja jetzt mit der  
292 Technik aufwächst, hauptsächlich mit/ (.) mit Apps, wo man mehr Reichweite  
293 erlangt und Entertainment hat. Das hat ja Twitter, ja, genau nicht. Ja? So set/  
294 setzt man ja gewisse Statement und dann kann man so gewissen Sachen  
295 retweeten um gewisse Aussagen zu bestätigen. Aber/  
296 **I:** Und sind für dich selber die Social-Media-Kanäle wichtig?  
297 **B7:** Ja. Also/  
298 **I:** Ja?  
299 **B7:** Also hallo, ich bin der Name Stefan.  
300 (lachen)  
301 **B7:** Und ich, äh, benutze auch, äh, WhatsApp zur primären Kommunikation.  
302 Und, ähm, Facebook hab ich in meiner Oberstufe begonnen es zu benutzen.  
303 Aber, äh, hauptsächlich, äh, auf inko/ Inkognito-Basis. Da ich ja versucht habe,  
304 ähm, meine Identität jetzt geheim zu halten, wer ich bin, und was ich mach.  
305 **I:** //Okay?  
306 **B7:** Weil// man heutzutage ja schon ganz schön viele aus/ aus gewissen  
307 Accounts rauslesen kann, wer oder was die Person macht. Oder wer sie ist.  
308 Dementsprechend war mir das auch schon im (.) jüngeren Alters sehr wichtig,  
309 dass ich das geheim halte. Ja, dann bin ich dann irgendwann nach der Schule  
310 dann auf Snapchat gekommen. Äh, meine Aufmerksamkeit hat das irgendwie  
311 erlangt, dass ich damals so gehört hab, ja, dass es irgend so einen Running  
312 Gag gibt, dass mer sich so/ so gewisse Bilder verschickt und dann/ dann  
313 löschen die sich irgendwie. Ja? Irgendwann hat man auch gehört, dass  
314 irgendwie so Dick Pics auch verschickt werden und so, die sich nach einer  
315 Sekunde löschen oder so was. Deswegen haben das viele auch irgendwie  
316 gedownloadet. Und ja, allerdings blieb Snapchat immer so in einem gewissen

317 Rahmen. Das heißt, man/ das sehen nur Leute, die man auch added. Das  
318 heißt, Freunde die man/ die man in seinen Account einlädt und die können  
319 dann auch gewisse Bilder dann sehen. Ähm, vor drei Jahren bin ich dann aber  
320 zum Modeln gekommen. Wo ich mir dann Instagram downloaden musste um  
321 meine/ (.) um meine Bilder dann öffentlich zu machen. Und hab mich dann auch  
322 viel mit Onlinemarketing beschäftigt. Und wie man sich online verkauft oder wie  
323 man gewisse Sachen kommuniziert. Und ja, und hab mir dann im Laufe der Zeit  
324 ne Fan Base irgendwie aufgebaut. Und ja, das ist das, was mir grade sehr  
325 Spaß macht. Also es is/ Und denn auch immer mit/ für mich mit sehr viel  
326 Vorsicht zu genießen. Weil, (.) viele Künstler, sage ich jetzt mal so, auf  
327 Instagram, die ja mehr einen Schein, als en Sein jetzt repräsentieren. Und für  
328 die junge Generation ist das immer so/ meistens so Vorbild. Ja, ich will das  
329 auch so haben und sein und (.) ja, und/ (..) ja, das war es von den Social Media.

330 **I:** Das heißt, ähm, du hast selber die Erfahrung gmacht, dass sich ja die  
331 meisten Leute mehr in Szene setzen, sag ich mal, über die Social-Media-  
332 Kanäle.

333 **B7:** //Natürlich, ja.

334 **I:** Also// die sind ja nicht so, wie sie im echten Leben sind.

335 **B7:** Natürlich, man verkauft sich ja //über Social-Media-Kanäle.

336 **I:** Genau.// Und, äh, du/ bist du da der Meinung oder welche Erfahrung hast du  
337 da gmacht? Kann man denen trotzdem traun? Also gewinnen die trotzdem dein  
338 Vertrauen, diese Kanäle, oder versuchst du dich genau anders rum zu  
339 positionieren? Oder inszeniert du dich in dem Sinn dann auch, wenn du selber  
340 Model //bist?

341 **B7:** Ähm, nein.// Also ich/ ich zeige meine Bilder mit den Kol/ Kollaborationen,  
342 mit den Fotografen, die ich hab. Und schreib dann in meine/ unter meine Bilder  
343 en gewissen Text oder en Zitat, was mir grade gut gefällt. Oder was ich, ähm,  
344 mir selbst ausgedacht habe. Oder Inspirationen, die teilen möchte. Aber ich  
345 schau immer, dass ich der gleiche Typ bin, der ich auch in echt bin. Weil, die  
346 haupt/ viele meiner Freunde die mich auch auf Instagram haben, kennen mich  
347 auch. Und würden dementsprechend auch anders über mich denken.

348 **I:** Mhm?

349 **B7:** Was ich nicht möchte. Und (.) ja, also für mich, ähm, bleibe ich so, wie ich  
350 auch in echt bin/  
351 **I:** Okay.  
352 **B7:** /auf Instagram. Ja.  
353 **I:** Okay. Und welche Erfahrungen habt's ihr allgemein bis jetzt so mit virtuellen  
354 Freundschaften gemacht? Also habt's ihr da, weiß ich nicht, schon Hass-  
355 Postings erlebt oder/ oder wie is/ wie seht's ihr das, kann man denen trauen?  
356 Oder unterscheidet's ihr klar zwischen denen, die mer im echten Leben besser  
357 kennt, und die mer häufiger trifft, und denen, die mer mehr virtuell (.)  
358 kommuniziert, oder mit denen man mehr, äh, zu tun hat?  
359 **B4:** Mei allerbeste Freundin is halt in Amerika. Und wir können halt jetzt grad  
360 nur virtuell kommunizirn. Die is jetzt seit drei Jahr drüben. Und, ja, sie is mich  
361 halt (jemand hustet) jedes Jahr bis jetzt im Winter, außer dieses Jahr, besuchen  
362 kommen. Aber wir telefoniern halt zwei bis dreimal in der Woche. Also/ (.) Oder,  
363 also eher über WhatsApp, ned richtig telefoniern. Und halt eher primär über  
364 Instagram da Kontakt. Ja. (..) Also, für mi is da jetzt ned so a Unterschied. Aber  
365 ich hab sie ja davor au vier Jahr in echt kennt.  
366 **B2:** Für mich war's immer so schwierig. Ich finde, es geht so viel der  
367 Kommunika/ also, außer man nimmt die Zeit zum Beispiel für etwas wie Skype  
368 oder Facetime, wo man Face-to-Face-Kommunikation hat und selbst dort, dann  
369 freezt das Feld, und dann geht deine Mimik verloren, oder irgendwas geht  
370 verloren. Und ich fand dann, alle Freundschaften die noch so gut waren in  
371 Südafrika, mit der Zeit ebbt es sich einfach irgendwie ab. Weil, Humor kommt  
372 schwierig herüber. Oder man kann das/ ich finde auch/ also außer, es sind  
373 wirklich außergewöhnlich gute Freundschaften, das gibt's auch. Aber ich finde,  
374 es lebt auch oft von nem gemeinsamen Erlebnis. Und/ und wenn ich das nicht  
375 teilen kann, find ich, alle/ alle meine Freundschaften, die noch irgendwie bei  
376 Facebook oder What ever, geführt sind, leben von der Vergangenheit. Also ich  
377 schaffe keine neue Ereignisse über (..) virtuelle Medien. Ja.  
378 **B4:** Da hast du Recht. Also alle andern Freunde von Amerika, wo i drüben glebt  
379 hab, keinen Kontakt mehr, außer halt nur mit der Melanie.  
380 **B1:** Also ich find, man muss da klar unterscheiden zwischen WhatsApp und

381 Facebook zum Beispiel. Weil, für/ für WhatsApp brauch ich mal die  
382 Telefonnummer von der Person, mit der ich überhaupt in Kontakt treten will.  
383 Also die Telefonnummer, die bekomme ich eigentlich nur, wenn ich mit der  
384 Person vorher mal kommuniziert hab. Die bekomme ich eigentlich sehr selten  
385 über dritte Leute. Und das heißt, das sind mal alles Freunde oder  
386 Bekanntschaften aus der realen Welt. Über Facebook, ähm, (.) (jemand hustet)  
387 kann man ja auch Einladungen verschicken. Und dann diese  
388 Freundschaftseinladung annehmen. Wobei ich wahrscheinlich, wenn ich in  
389 meine Freundschaftsliste von Facebook durchschau, sicher über den einen  
390 oder die andere stolpere, wo ich nicht mehr genau weiß, wer das ist. Ja? Vor  
391 allem das können Freundschaften sein, beziehungsweise Bekanntschaften von  
392 vor 15 Jahren. (.) Oder zehn Jahre realistischer. Ähm, die kenn ich dann  
393 einfach nicht mehr, die ham vielleicht ihren Namen geändert, dann weiß ich's  
394 einfach nicht mehr. Aber für mich is Facebook einfach nur eine Ansammlung an  
395 Bekanntschaften, die ich in meinem Leben gemacht hab, die halt auch  
396 Facebook haben. Und (.) wenn/ und wo das einfach ein/ ein super Tool, um mit  
397 so einer Person in Kontakt zu treten, wenn ich das will. Weil ich von der Person  
398 was brauch oder weil/ zum Beispiel, ich war in Kanada beispielsweise in meiner  
399 Schulzeit, sollte ich nach Kanada wieder gehn, dann können diese Personen ja  
400 ihre Telefonnummern geändert haben, Wohnort geändert haben, Name  
401 geändert haben, was auch immer. Auf Facebook bleiben sie aber. Und dann  
402 kann ich die aktiv anschreiben. Und quasi dieses virtuelle Netzwerk,  
403 Freundschafts-, Bekanntschaftsnetzwerk dazu nutzen, um reale Situationen zu  
404 kreieren.

405 **I:** Okay.

406 **B1:** Ähm, also ich persönlich hab noch nie einen Freund gesucht aufgrund von  
407 Präferenzen oder so was. Vielleicht habe ich mal gehört: Der Typ von der ÖH,  
408 der macht das und das, von der Uni, ähm, beziehungsweise irgendeiner hat mir  
409 gesagt: Ja, der hat schon das und das gemacht. Wenn dich das interessiert,  
410 schreib ihn an. Und dann finde ich die Person vielleicht auf Facebook und kann  
411 sie dann anschreiben. (.) Ähm, zur Kontaktaufnahme. Aber meistens geschieht  
412 dann daraus/ resultiert eine/ (jemand hustet) eine/ eine tatsächliche

413 Begegnung.  
414 **I:** Okay.  
415 **B5:** Ich seh das auch so. Ich hab auch/ ich glaube, ich habe 600 Facebook  
416 Freunde. Ich kenne locker die Hälfte davon nicht mehr. Mindestens, wenn nicht  
417 mehr. Ähm, und viele würde ich auch noch nicht mal anschreiben um den  
418 Kontakt zu wahren. Ich war auch in Japan und ich hab bestimmt 30 Japaner da  
419 drin. Die eine hat jetzt geheiratet (lachend) Ich hab's gesehn. Ich weiß nicht  
420 mehr, welche das war. Also sind viele, wo man so denkt so: Ja, die hab ich  
421 schon mal gesehen. Mehr weiß ich auch nicht da drüber.  
422 **I:** Mhm.  
423 **B5:** Ähm, und ich find dieses Suchen über Facebook nach Freunden, ich  
424 meine, man wird ja immer mal angeschrieben so von wegen: Ja, ich habe deine  
425 Bilder gesehen pipapo. Und das finde ich halt meistens creepy, muss ich  
426 sagen. Also ich würde niemanden adden, der mir sch/ geschrieben hat so: Ja,  
427 dein Bild sieht so nett aus. Komm wir schreiben mal. Fänd ich absolut creepy.  
428 Also/  
429 **I:** //Mhm?  
430 **B5:** wenn,// dann wirklich nur über so/ wenn man Bekanntschaften macht, hat  
431 man dann die Freunde auf Facebook. Aber nicht anders rum.  
432 **B2:** Ja, ich find die Hürde ist, finde ich auch viel/ also es ist viel einfacher eine  
433 Freundschaftsanfrage anzunehmen, find ich, als wenn irgendwer meine  
434 Telefonnummer haben möchte, dann ist es viel/ ist es mir persönlich/  
435 **B5:** //Das stimmt.  
436 **B2:** /viel näher// als Facebook. Also da würde ich/ viele der Leute würde ich da  
437 gar nicht als Freunde von mir bezeichnen.  
438 **B5:** //Mhm (verneinend). Bekannte.  
439 **B2:** Associates.// also Bekannte, hast es ja schon erwähnt.  
440 **B5:** Genau. ja. Und wie gesagt, WhatsApp ist was anderes, das ist für Freunde.  
441 und Instagram ist dann noch mal was anderes. Bei Instagram schaue ich zum  
442 Beispiel gerne mal nach Leuten, die irgendwann mal kannte, und schaue, wer/  
443 was sie machen. Weil auf Instagram sieht man das sehr viel besser als auf  
444 Facebook. Weil Facebook kommen/ hat man ewig nicht mehr geupdatet. Ich

445 habe/ mein Bild ist von vor fünf, sechs Jahren. Und Instagram, wenn die das  
446 wirklich regelmäßig machen, dann sieht man das eigentlich ganz gut, und auf  
447 Instagram nimmt man auch eher jemanden an, find ich, weil, wie gesagt, keine  
448 Telefonnummer, vielleicht mal ein Bild, aber ich poste irgendwie keine Bilder.  
449 Das heißt, für mich ist das wurst, wenn die meine drei Bilder da sehen, auf  
450 einem bin ich, glaube ich, zwei Jahre alt, oder so. (lacht) Und deswegen gucke  
451 ich da ganz gerne einfach zum Gucken wirklich. Ich will jetzt nicht stalken  
452 sagen, aber/ (lacht) man schaut halt ein bisschen. Deswegen ist das dann noch  
453 mal was anderes. Ja.

454 **B1:** Ich finde, ein Social Medium, das wir komplett vergessen haben, ich auch,  
455 also was sehr weit verbreitet ist, ist Tinder.

456 **I:** Mhm.

457 **B4:** Ah ja. Stimmt.

458 **B1:** Und das ist ja genau das, was du gerade angesprochen hast. Also das ist  
459 ja nur um Kontakte aufzubauen beziehungsweise um irgendjemanden Neuen  
460 kennenzulernen. Und vielleicht hat man das früher über Facebook gemacht. Ich  
461 weiß es ehrlich gesagt nicht. Ich war von Anfang an dabei, und ich kann/ ich  
462 glaube nicht. Ja? Du hast einfach nur mal alle Namen eingegeben, die du  
463 kanntest, und hast geschaut, ob die eh auf Facebook sind.

464 **I:** Mhm/

465 **B7:** Aber Tinder ist halt etwas, das/ ja, das schafft wirklich/ da stößt man in  
466 andere Sphären ein, in die man sonst nicht hineinkäme. Ähm, beziehungsweise  
467 alle Dating-Plattformen und was auch immer in die Richtung geht.

468 **I:** Mhm. Das stimmt.

469 **B7:** Aber ich hab schon mal mit einem ähm IT-Expert gesprochen, und der mir  
470 erklärt hat, wieso Tinder jetzt auch noch so erfolgreich ist, und zwar ist es das  
471 Problem, dass Menschen jetzt ungern denken wollen, wenn die jetzt ein  
472 Smartphone in der Hand haben. Die wollen halt gewisse Funktionen ausüben,  
473 aber jetzt nicht lange AGBs durchlesen und ankreuzen, was wir ja an für sich eh  
474 nicht tun. Aber Tinder ist einfach jetzt so äh smart gebaut, weil du einfach nur  
475 nach rechts gefällt's dir, oder gefällt es dir nicht. Wenn's dir gefällt, dann geht's  
476 nen Schritt weiter, und zwar kommunizierst du dann mit dem Menschen, wenn

477 er dich auch geliebt hat. Und ja, so simpel ist es. Na? Man kann es mit ein, zwei  
478 Sätzen erklären, und du kannst schon einsteigen in diese App. Deswegen ist  
479 das auch, warum es so viele Menschen jetzt nutzen. Und es ist kostenlos. Ja?  
480 Das ist auch ein anderer Grund.

481 **B6:** Ja. Und Menschen lernen sich nicht mehr in der Bar kennen. Also, mein  
482 Bruder zum Beispiel extrem schüchtern, all seine letzten Freundinnen, zwei,  
483 über Tinder kennengelernt, weil er traut sich nicht in ne Bar zu gehen und  
484 jemanden anzusprechen, dann arbeitet er, das heißt, er hat sowieso nicht die  
485 Zeit für die Bar. Und das ist im Grunde das gleiche Prinzip in der Bar. Ich mein,  
486 ich seh dich, find, du siehst nett aus, geh hin und rede mit dir. Es ist ja //nichts  
487 anderes als jemanden da jetzt/

488 **B1:** Ich glaube, solche Menschen lernen auch// ihre Hemmungen nach und  
489 nach //abzulegen.

490 **B6:** Genau.//

491 **B1:** Also es ist für sie auch ein Training oder ein angenehmer Einstieg //(unv.)

492 **B6:** Ja, aber// wenn man halt bei Tinder dann ist, dann weiß man ja auch  
493 schon, dass der andere auch das will, was man will.

494 **B2:** Ja.

495 **I:** Mhm. //

496 **B6:** Und// deswegen/ ja. Genau.

497 **B1:** Nicht immer. //nicht immer.

498 **B6:** Aber/ nein// nicht unbedingt das. Aber wenn man zu Tinder oder auf Tinder  
499 geht, dann will man ja irgendwie überhaupt jemanden kennenlernen. Wenn du  
500 bei //Facebook bist/

501 **B1:** Das stimmt.//

502 **B6:** /heißt das ja nicht, dass du jemand kennenlernen willst, da kannst du ja  
503 auch sein um irgendwas anderes zu machen. Aber wenn du/

504 **B1:** Ja.

505 **B6:** /schon den Schritt machst und bei Tinder bist, ist die Hemmung bei egal  
506 wem, glaube ich, nicht ganz so hoch jemand dann anzuschreiben. Oder ich  
507 weiß nicht, ob direkt anschreiben, aber dann das halt zu wischen. Weil/

508 **B1:** Mhm.

509 **B6:** Man weiß, der andere sagt ja nicht sofort/ also kann sofort nein sagen, aber  
510 will es ja eventuell schon.

511 **I:** //Mhm.

512 **B6:** Sagt's// tendenziell nicht, weil du kriegst ja nur die Nachricht, wenn du nen  
513 Match wirklich hast. Wenn er auch //ja gesagt hat zu deinem Aussehen.

514 **B5:** Ja, genau, da wird einem// halt super viel abgenommen.

515 **B3:** Ja.

516 **B5:** Und wenn man jetzt schüchtern ist, was man halt nicht selber an einer Bar  
517 machen muss. Oder allein, ob man überhaupt will. Und dann eben/

518 **B6:** Ob's //passt.

519 **B5:** Genau.// Ob es passt vom //Aussehen.

520 **B5:** Genau, das wird einem abgenommen. Und dann, ja, gibt es halt für (unv.)  
521 (lacht) wirklich praktisch. Ja.

522 **B7:** Ich wollt noch mal kurz zu deiner gezielten Frage noch antworten. Und  
523 zwar: Nein, ich persönlich hab noch keine Hass-Postings erlebt. Ähm aber ich  
524 seh immer wieder/ also ich seh ja, dass es stark immer zunimmt an Hass-  
525 Postings, über andere Leute, und zwar gibt es ein sehr berühmtes Beispiel, und  
526 zwar das Promipaar Pietro Lombardi und Sarah Engels, die sich dann/ also sie  
527 hat's ihn dann betrogen, weil das irgendwie rauskam, dass/ äh dass sie ein Bild  
528 irgendwie gepostet hat oder das gehackt worden war mit ihrem Ex, mit dem sie  
529 dann wieder zusammenkam. Und ja, alle Leute haben sich dann das Recht  
530 genommen und auf ihrem Facebook-Account zu schreiben: Du bist ne  
531 Schlampe, ne Hure, und (räuspert sich) also irgendwie traut sich jeder solche  
532 Meldungen zu äußern. Also man sieht vor allem, dass (.) Hass-Postings viel  
533 mehr an Popularität zunehmen, als wenn man jetzt irgendwas Gutes postet,  
534 oder irgendwie jetzt sagt: Okay, helft jetzt diesem Menschen oder jenem  
535 Menschen. Also man sieht, man kann durchaus verkaufen und Popularität  
536 gewinnen mit Hass. (.) Und/ ja.

537 **I:** Wie seht's ihr das? Habt's ihr schon Erfahrungen damit gmacht?

538 **B3:** I glaub, das große Problem ist, ihr habt's ja auch schon angesprochen, das  
539 ist bei Tinder genauso, es ist irgendwie, die Hemmschwelle sinkt und so. Es ist  
540 doch bei Hass-Postings genauso irgendwie. Wenn i jetzt jemanden ins Gsicht

541 sagen muss, was ich schlecht find an dem, oder so, (..) trau ich mir das  
542 vielleicht ned, oder kann das in einer moralisch korrekteren Weise  
543 aussprechen, wie wenn i jetzt irgendwas schnell eintipp und poste, und  
544 vielleicht no unter irgendeinem falschen Namen, oder so. Dann kennt er mi eh  
545 ned, und die Hemmschwelle sinkt stark. Und i glaub, deswegen ist das au en  
546 Grund, warum das, glaub i so zunimmt, diese Hass-//Postings.

547 **B5:** Ich finde, da sinkt dann aber auch/ also so wie die Hemmschwelle sinkt  
548 etwas Schlimmes zu sagen, eben weil man anonym ist, oder hin und her, so  
549 sinkt auch auf der ankommenden Seite die (..) die Wertigkeit von dem, was  
550 gesagt wird. // also wenn's/

551 **B4:** Richtig, ja.//

552 **B5:** wenn/ also für mich persönlich, wenn irgendein anonym Mensch mir  
553 irgendwas schreibt, dann ist es mir viel mehr egal, als wenn ich die Person  
554 sehe, mir schneller ein Bild machen kann von, wer die Person ist, und ob ich  
555 ihre Meinung schätze oder nicht. Und dann/ also es ist viel leichter/

556 **B3:** I versteh, was du meinst. Ja. I glaub au/ i glaub, dass das schon stimmt.  
557 Aber wenn jetzt im großen Ausmaß du, weiß ich nicht, wie viel, Hass-Postings  
558 kriegst, i glaub, das/ egal wer, das ist, irgendwann geht dir das au so, also mir  
559 zumindestens würde es so gehn. Aber/ ja.

560 **B5:** Wenn einer schreibt: Ja, du bist scheiße, würd ich mir auch denken/ ja/

561 **B3:** Ja, aber wenn dir fufzig Leit// irgendwas über di schreiben/  
562 (Durcheinander)

563 **B3:** Ja. Und di vielleicht auch persönlicher angreifen wie nur: Du bist scheiße.  
564 Weißt du?

565 **B6:** Ja, klar.

566 **B3:** Also, ja.

567 **B5:** Aber das können ja dann auch eigentlich nur Leute sein, die wenigstens  
568 schon mal mit dir gesprochen haben, oder was von dir gehört haben. Also nicht  
569 ganz fremde. Weil das kann ja auch auf der Straße passieren, dass jemand  
570 Fremdes dich einfach anpöbelt. So wie wenn jemand ganz Fremdes dir einfach  
571 bei Facebook dann schreibt, ich weiß nicht, du bist scheiße oder hässlich oder  
572 so was. Aber wenn man wirklich jetzt richtig Kritik oder so ein Hass-Posting

573 macht mit irgendeinem Inhalt, was in seinem Leben passiert ist oder so was,  
574 dann muss man sich ja schon wenigstens ein bisschen kennen. Und ich glaub,  
575 dann geht es einem auch wieder nah.

576 **B6:** Aber ich denk, nicht nur die schlechten Sachen verbreiten sich schnell über  
577 die Social Medien, ich meine, auch die guten Aspekte. Ich meine, wir haben/  
578 MeToo ging, glaube ich auch komplett über Social Media, die ganze Bewegung.  
579 Und das ist ja absolut nichts Schlechtes, sondern was durchaus Positives.  
580 Dafür sind die Social Medien auch gut. Oder eine Freundin von mir sammelt für  
581 Flüchtlinge in Deutschland über Facebook, macht ihre ganzen/ kriegt ihre  
582 ganzen Spenden darüber, ob Sachspenden oder Geldspenden. Also es gibt  
583 durchaus positive Aspekte, die die Social Medien auch haben. Also (.) Hass ist  
584 definitiv nicht das einzige.

585 **B2:** Ja, ich weiß, es gibt viel so Spendenaktionen und so, die über Social Media  
586 gehen. Ja.

587 **B3:** Mhm.

588 **B1:** Ihr habt's jetzt gsagt, eurer Meinung nach ist Anonymität der Grund, warum  
589 die/ die Schwelle irgendwas zu schreiben, ob Gut oder Schlecht, sinkt. Das  
590 weiß ich nicht, ob ich das auch so sagen würd. Für mich ist es viel mehr die  
591 Qualität der Konversationen, weil es gibt keine/ kein Hin und Her mehr, sondern  
592 mir gefällt etwas nicht, ich sag einfach nur: Ja. Das ist total scheiße. Ich lass  
593 meinen Frust raus, muss aber überhaupt nicht mehr argumentieren warum.  
594 Wenn irgendwas geht/ entgegenkommt, ich muss nicht mehr drauf antworten.  
595 Wenn ich auf der Straße jemandem sag äh/ das gleiche sag, da krieg ich  
596 meistens eine Antwort, muss mich vielleicht rechtfertigen.

597 **B3:** Ja.

598 **B1:** Das muss ich auf Social Media nicht. Ich muss einfach nur sagen: Es gefällt  
599 mir nicht. Ja.

600 **I:** //Wie seht ihr das?

601 **B3:** Ich finde das mit der// Anonymität eher auf die/ auf die Wortwahl bezogen.  
602 Und eher a bisserl in die Richtung, was du au sagst: sachliche Kritik ist ja voll in  
603 Ordnung, aber Hass-Postings in meiner Vorstellung gingen/ das ist ja kei  
604 sachliche Kritik, sondern (.) was ganz was andres. Und i glaub, des ist halt/ ja/

605 I: Ja.

606 B3: /leichter, wenn i ned mich zu erkennen gebe, also halt/

607 I: Seht's ihr da auch so wie er Vor- und Nachteile zwischen der virtuellen

608 Kommunikation und der Face-to-Face-Kommunikation? Oder ist das

609 mittlerweile für euch egal? Also: Kommunikation ist Kommunikation sozusagen?

610 B2: Hm/

611 B3: Nein, ich find scho, dass es einen Unterschied gibt.

612 B2: Ja.

613 B3: Auf jeden Fall.

614 B6: Ich meine, man kann theoretisch in dem Szenario, was du beschrieben

615 hast, kann ich mich auch einfach umdrehen und weggeh'n. Theoretisch. Aber

616 das/ das macht kei/ ich glaub, das hängt auch ein bisschen von der Person ab.

617 Wie stark wertest du deine verbale Komiz/ Kommun/ Kommunikation versus die

618 soziale Kommunikation. Also irgendwer, der sehr präsent ist, und sehr viel Wert

619 legt auf seine soziale Präsenz und Kommunikation, der wird nicht einfach/ der

620 wird sich schon rechtfertigen müssen. Weil viele/ weil er sich dort aufgebaut

621 hat. Aber ich glaube, prinzipiell ist die/ finde ich auch, dass die soziale kommu/

622 äh/ ja über irgendwelche Netzwerke/ da gibt es/ man sagt ja, keine Ahnung, wie

623 viel Prozent der Kommunikation geht über das verbale, und wie viel ist

624 nonverbal/ ich glaube,

625 zwanzig-achtzig oder //irgend so etwas.

626 B2: Ja.//

627 B5: Und das finde ich auch, das sind außergewöhnliche Menschen, da spür ich

628 das sehr, sehr schnell. Also auch allein meine Familie. Da ist die

629 Kommunikation so/ die Leute, die mich großgezogen haben, die kennen/ ich

630 kenn sie nicht mehr so gut, und sie kennen mich nicht mehr so gut.

631 B2: (..) Ja. (..)

632 I: Also ihr würdet's alle Unterschiede sehen zwischen den verschiedenen

633 Kommunikationsmethoden

634 B5: //Auf jeden Fall.

635 B2: Ja.//

636 I: Ja?

637 **B5:** Allein vom Ton her, wie man was sagt. Das ist ja/ man kann das ja  
638 vollkommen verstehen und aufgefasst/ ich mein, man merkt schon, die  
639 Stimmung, und ob man's ironisch meint, oder eben toternst. Man merkt das  
640 einfach, wie man spricht. Und auch/  
641 **B6:** Gsichtsausdrücke und so, //ja.  
642 **B5:** Da gibt es// (lacht) gar nicht so viele Emojis, und ich weiß nicht, man findet  
643 ja selten einen, der wirklich jetzt zu seiner Emotion wirklich passt. (viele lachen)  
644 (unv.) Genie. (lacht) Also besonders auch finde ich den Genie. (lacht)  
645 **I:** Und würdet's ihr sagen, ihr bevorzugt's mit Menschen, die ihr besser kennt's  
646 oder die euch näherstehen, also zum Beispiel Familie oder so, eher Face-to-  
647 Face-Kommunikation eben aufgrund von dem? Oder ist das/ macht das keinen  
648 Unterschied, weil ihr da sozusagen eh schon wisst, //wie es gemeint ist?  
649 **B6:** Ja, also// ich würd immer Face to Face bevorzugen mit Leuten, die mir  
650 wirklich wichtig sind. Weil ich will ja auch wissen, wie er sich gerade fühlt. Ich  
651 kann schauen, wie, wenn er schreibt, könnte so und so gemeint sein/ aber man  
652 ist sich einfach nicht sicher. Und wenn man Face to Face ist, ist es viel, viel/  
653 nicht inniger, aber viel, viel aussagekräftiger einfach als dann nur eine kurze  
654 WhatsApp oder sonst was.  
655 **B2:** Manchmal bevorzug ich schreiben, weil/ aber dafür muss ich eine Person  
656 schon gut kennen, weil ich halt beim Schreiben hab ich die Zeit mir wirklich  
657 ganz genau auszusuchen, was ich sage, und ich kann das wieder weggeben,  
658 und dann wieder neu schreiben und so. Also man kann wieder so gut quasi  
659 kodieren, was man denkt, was dann manchmal, find ich, ein bisschen Messi  
660 wird bei/ aber gut, (lacht) (Durcheinanderreden)  
661 **B5:** Hmm ist es manchmal gut mir erst darüber nachzudenken und nicht einfach  
662 anzufangen zu reden. Und dann aber noch mal zurück zu müssen, aber (.) das  
663 ist dann aber auch beim Face to Face okay für mich, dann dauert's halt länger.  
664 Dann muss ich's vielleicht öfter erklären. Aber dann ist auch ein bisschen der  
665 Gedankenprozess, den ich hab, drin, und kann den offenlegen. Deswegen find  
666 ich's eigentlich gar nicht so schlecht so was zu kommunizieren. (lacht)  
667 **B4:** Der Vorteil halt bei Face to Face is, du kannst halt wirklich sichergehn, ob  
668 die Person des genauso aufgenommen hat, wie du das auch/

669 **B3:** Ja, das //stimmt.

670 **B4:** Also//

671 **B3:** darstellen magst, oder?

672 **B4:** Und beim Schreiben ist man sich ab und zu ned ganz sicher.

673 **B3:** Ja.

674 **B4:** Keine Ahnung. I bevorzug au telefonieren als schreiben/

675 **B5:** Ja, //das stimmt.

676 **B4:** /mit Leuten. Weil da geht so viel verloren beim Schreiben.

677 **B1:** //Ich finde das ist schon/

678 **B4:** Das kommt halt au/ // Das kommt halt auch viel auf die Nachricht drauf an,

679 die ich überbringen will, oder so. Wenn ich jetzt wen kenn/ und ich seh den

680 länger ned, dann frei i mi au, wenn i mol mit dem schreib, und ihm einfach frag,

681 banale Sachen, wie es ihm geht, oder so. Und trotzdem ist dann wieder viel

682 schener, und man freit sich, wenn man sich sieht, und so. Aber ja, also so als

683 Überbrückung quasi, finde ich es dann trotzdem gut, dass es die Social Medias

684 und so gibt. Ja. Oder auch telefonieren und so.

685 **B1:** Ja, i wollt sagen, es gibt schon für mich einen Riesenunterschied, ob ich

686 jetzt wirklich normal telefoniere oder über Videotelefonie telefonier. Das ist für

687 mich wirklich tausend und eins. Und ich find, es geht viel zu viel/ es gehen viel

688 zu viele so wichtige und schöne Details verloren, wenn man schreibt. Auch

689 wenn man telefoniert, das ganze taktile ist einfach weg.

690 **B3:** Ja.

691 **B1:** Und ich mein, es ist jetzt nicht so, dass ich meine Freundin die ganze Zeit

692 begrabtsche, aber trotzdem ähm allein die/ allein die/ die/ der Ausdruck, der

693 übers/ über Videotelefonie einfach nicht so gut rüberkommt wie im normalen

694 Gespräch, die Aura, die man sofort mitbekommt. Also das ist wirklich für mich

695 undenkbar/

696 **I:** Ja.

697 **B1:** /das irgendwie in irgendeiner Weise zu übersetzen.

698 **I:** Ja. Ähm zum Abschluss möchte ich euch noch eine Frage stellen. Und zwar

699 wird ja immer diskutiert wegen Social Media und den Jugendlichen, dass die ja

700 das immer mehr verwenden, und dass es ja auch gfährlich is. Und die

701 Zeitungen berichten da ja auch viel dazu. Jetzt ist meine Frage an euch: Wenn  
702 ihr Eltern wärt, wie würd für euch der richtige Umgang mit Social Media und den  
703 neuen Medien ausschauen? Und wie würdet's ihr versuchen euren Kindern  
704 beizubringen oder zu lernen?

705 **B5:** Also ich würd die auf jeden Fall ganz dringend darauf hinweisen, was das  
706 für Gefahren birgt. Und ähm eine (.) hm Freundin von mir, die eben schon ein  
707 Kind hat, also das ist eine etwas ältere Freundin, die macht das zum Beispiel  
708 so, dass ihre Tochter darf dann auch Instagram irgendwann haben, aber sie  
709 darf keine Bilder posten, wenn man ihr Gesicht von vorne sieht. Also und bei  
710 Facebook eben auch nicht. Also sie darf's verwenden, aber noch nicht selber  
711 entscheiden, ähm dass sie ihr Gesicht zeigt. Das darf sie dann vielleicht, wenn  
712 sie 18 oder 16 (.) oder so ist, dass sie es dann (.) selbst entscheiden. Und das  
713 find ich, glaub ich, ganz gut. Weil, wenn man eben noch jünger ist, dann/ (.)  
714 man hat ja auch verschiedene Phasen in der Entwicklung, und dann will man  
715 sich vielleicht auch mal so präsentieren, aber wenn man's halt in dieser Phase  
716 unterbunden bekommt, na, dass man sich dann, wenn man vielleicht mehr  
717 Erfahrung hat sich dann wirklich darüber Gedanken zu machen, ob das richtig  
718 wäre, das find ich, glaub ich ganz gut, weil ich weiß auch, dass es von mir/ also  
719 das, was ich jetzt nicht unbedingt selber gepostet hab, aber Freunde von mir,  
720 mit 13, 14, 15, ich weiß es nicht mehr genau, Bilder auf Facebook gepostet  
721 haben, da bin ich jetzt nicht mehr so froh, dass es die dort gibt. Und ähm die  
722 sind halt jetzt da, und wenn man mir vorher gesagt hätte: Ja, alles, aber nicht  
723 dein Gesicht, das hätt ich schon nicht schlecht gefunden. Aber man ist jetzt  
724 vielleicht auch nicht so nachdenklich mit 14, 15. Also, nicht immer so ähm auch  
725 vorausschauend. Deswegen find ich so was schon sinnvoll, dass man halt  
726 schon ein bisschen reinkommt, aber noch nicht sich so selber präsentiert.

727 **B1:** Also ich find Verbote/ ich bin ein Gegner dieser Verbotsstrategie. Ähm (.)  
728 also einerseits ähm wär's mir grundsätzlich wichtig meine Kinder kritisch  
729 denkend zu erziehen. Dann ist es mir wichtig als Elternteil, diese soziale  
730 Medien auch zu verwenden um sie zu kennen. Also ich mein, ich bin jetzt 27,  
731 ich merk jetzt schon eigentlich, dass ich vom weg komme, vom Schuss, ähm.  
732 Ich würd versuchen, wenn ich Kinder hab, noch intensiver diese Medien auch

733 zu verwenden und zu verstehen. Weil sonst reden wir als Eltern, oder rede ich  
734 als Vater von Gefahren, die ich überhaupt nicht kenne, nicht einschätzen kann.  
735 (.) Und ich würde versuchen, glaub ich, mit meinen Kindern regelmäßig darüber  
736 zu sprechen. Meine Kinder auch, wenn es so viel soziale Medien gibt, als  
737 Freunde zu haben um einfach zu sehen, was die machen. Sie immer wieder  
738 vielleicht drauf ansprechen und sagen: Hey, du hast da jetzt das Bild gepostet,  
739 was wolltest du denn damit eigentlich ausdrücken? Einfach um den  
740 Gedankenprozess zu/ auszulösen. Und ja, ich glaube, ein Verbot, also ich kenn  
741 Kinder, die mit einem Verbot aufgewachsen sind, die ham einfach ein  
742 Pseudonym dann erstellt.

743 **I:** Okay.

744 **B1:** Die sind sowieso auf Facebook. (jemand räuspert sich) Oder Instagram  
745 wahrscheinlich auch. Oder so. Ich glaub, das ist nicht zu verhindern, und ich bin  
746 eher nicht dafür Kinder, wenn alle Freunde irgendwas machen, davon  
747 auszuschließen. Das löst dann in den Kindern meiner Meinung nach auch jetzt  
748 nicht erwachsenes Denken und kritisches Denken aus, sondern eher ein  
749 Verlangen danach noch mehr das auch zu machen. Und die machen dann  
750 vielleicht noch dümmere Sachen. Gibt ja genug, die Nacktfotos über Snapchat  
751 geschickt haben oder schicken, und keine Ahnung was. Und ich glaube, dass  
752 man/ das kann man nicht verhindern. Genau wie mit'm Rauchen oder so, wenn  
753 mein Kind zu rauchen anfängt, fang ich an zu weinen. Aber ähm (.) das wäre  
754 mein Ansatz.

755 **B2:** Aber dann/ also was mir vor allem auffällt, ist der exzessive/ ähm die  
756 exzessive Verwendung von einem Handy, zum Beispiel. Also jetzt unabhängig  
757 davon, ob das jetzt Instagram oder welches Medium auch immer/ und ich  
758 glaube, da, in der Hinsicht, können Verbote schon nützlich sein. Also ich weiß  
759 noch, zum Beispiel, die Kinder, auf die ich aufpasse, sie wissen schon, was sie  
760 machen. Sie sind schon alt genug um zu/ kritisch zu denken, was sie grade  
761 machen. Aber in dem Moment denken sie sich einfach, wenn sie zu Hause/  
762 wenn sie nicht gezwungen sind sich nicht damit zu beschäftigen, natürlich  
763 bevorzugen sie das, bevor sie selber ein Bild malen, bevor sie sich selber vor  
764 allem langweilen, wär ganz wichtig, und bevor sie das machen, natürlich greifen

765 sie zum Handy. Und dann das erst, was man öffnet, ist halt so was. Und  
766 einfach, weil da ein Pfad ist. Und ich denke, selbst, wenn man/ ich denke, da  
767 können Verbote schon nützlich sein. Oder Regulierungen. Aber gut, ein Verbot  
768 ist auch eine Regulation. Ja. Und sonst finde ich auch, dass das eigentlich,  
769 weiß ich nicht, wie ich das am besten angehen würde. Vor allem, ich find das  
770 wirklich wichtig, dass man darin involviert ist, aber auch dann wieder/ ich glaub,  
771 es gibt eine Studie über ähm den Effekt von wie viel Kinder/ also weil Eltern  
772 vermehrt auch am Handy sind, und quasi die Beziehung zwischen Kind und  
773 Elternteil schon immer, was schon schlimmer wird, weil viele Eltern selber  
774 grade: Oh, ich mach ein Bild von meinem Kind, und schick es bla-bla. Und da,  
775 das würd ich sehr versuchen selber zu regulieren, was ich mache. Ja. (..)  
776 (Durcheinander)

777 **B6:** Also ähm ja, ich find es auch wichtig involviert zu sein, wie ihr schon gesagt  
778 habt, und ähm ansonsten bin ich auch eher gegen äh Verbote. Die kleine  
779 Schwester von meinem Freund darf kein Fernsehgucken, kein Handy, kein gar  
780 nichts, und man merkt, wie ihr das fehlt. Die hat jetzt eine Kamera gekommen,  
781 und ähm hat im Fernseh dann auf Logo-Nachrichten gesehen, dass eine  
782 Elfjährige einen Pony-Blog macht mit/ auf Instagram. Ähm. Filmt sie jetzt mit  
783 dieser Kamera ununterbrochen und sagt immer (imitiert Kind): Hey Leute, heute  
784 mach ich das und das. Also schon eigentlich voll in diesem Instagram-Ding drin,  
785 aber hat halt noch keine Ahnung, was das alles heißt, und filmt alles und jeden.  
786 Und die hat einfach zu wenig Aufklärung, und das find ich auch wichtig eben die  
787 Kinder zu informieren, was das heißt. Und ihnen das Stück um Stück auch  
788 beizubringen. Weil ich glaube, wenn man selber offen eher an die Sache  
789 rangeht und mit den Kindern drüber spricht, und das entwickelt, ein Gefühl  
790 dafür, was man zeigen sollte, und was eher nicht, hilft das auch schon ganz  
791 viel, wie sie sich dann später präsentieren. Ich finde, alles sollte man ihnen  
792 nicht erlauben. (lacht) Also fänd ich/ und grad mit dem Alter vorsichtig sein,  
793 wann sie was dürfen. Da würd ich schon gewisse Verbote einbringen. Vielleicht  
794 nicht eben ganz drauf zu verzichten, aber eben eine Zeitlimitierung vielleicht  
795 reinzumachen, oder irgendwas. Irgendwie, dass man so ein bisschen eben lernt  
796 damit zu leben, und nicht nach ganz oder gar nicht, sondern eben Stück für

797 Stück vielleicht immer ein bisschen mehr. Ich glaub, das fänd ich ganz gut.  
798 I: Okay. Dann sag ich auf jeden Fall noch mal danke für eure Teilnahme. Und  
799 äh wünsch euch noch einen schönen Tag.  
800 (Lachen, Durcheinanderreden)

## Fokusgruppeninterview FG II- Berufstätige

- 1 **I:** Also zu Beginn möchte ich mich mal bei/ für/ bei euch für die Teilnahme  
2 bedanken. Und als Einstiegsfrage möchte ich gleich mal von euch wissen:  
3 Welche Social-Media-Angebote nutzt ihr? In welchem Ausmaß und warum?
- 4 **B1:** (...) Also ich denke etwas, was am häufigsten genutzt wird, ist sicher das so  
5 zum/ zum permanenten Austausch, da sind wir jetzt eigentlich im Bereich von  
6 Messenger-Diensten, sei das jetzt WhatsApp, so ist der Klassiker,  
7 beziehungsweise mit gewissen Personen vor allem, was dann eigentlich eher in  
8 Ausland geht, sind wir dann hier schon so im Bereich äh Facebook-Messenger  
9 bei/ beispielsweise. Äh und/ und dann so das persönliche gegebenenfalls  
10 Kontakthalten an sich, also wie ich's dann durchführe, im Bereich von (..)  
11 gewisse Lebensabschnitte, die die Leute durchlaufen, je nachdem, wie sehr sie  
12 das auch selbst nutzen und online preisgeben im Bereich von/ von Facebook  
13 und/ und Instagram.
- 14 **B2:** Also ich selbst muss sagen, ich verwende hauptsächlich WhatsApp-  
15 Nachrichten, also WhatsApp beziehungsweise ein anderer Messenger-Dienst  
16 wie Telegram, Signal oder Threema. Seltener benutze ich dann schon den  
17 Messenger-Dienst, eher nur in Ausnahmefällen mit Personen, die ich nur  
18 peripher/ oder periphere Bekanntschaften. Alles andere, wie dieses  
19 neumodische Snapchat, Instagram, Tinder, alles andere, nur in seltensten  
20 Fällen oder ausnahmsweise, wenn sich gerade eine Bekanntschaft jetzt nur  
21 über dieses Medium unterhalten oder kommunizieren möchte.
- 22 **B3:** Ja, also ich konkret nutze nur an für sich WhatsApp und Viber, weil  
23 ansonsten habe ich gar kein Facebook seit 2015. Also kurz vor meinem  
24 wirklichen Berufsbeginn habe ich mir gedacht: Na, ich brauche das nicht.  
25 Facebook. Und somit habe ich's gelöscht, und an und für sich, wie ihr sagt, mit  
26 nem/ ja, eben national und international kommunizieren kann, und etwaige  
27 Bilder, Bildmaterial, Videomaterial verarbeiten kann zur/ (..) zur Hebung der  
28 Moral, sag ich jetzt mal. Dass man solche Materialien verwenden kann/  
29 **B4:** Zur Moral?

30 **B3:** Ja. Zur Belustigung. (Lachen) Ja, ansonsten bei WhatsApp is achtzig  
31 Prozent nur Blödsinn und ein bisschen Schmääh auf Wienerisch gesagt/  
32 **B4:** Ja. Nein, ich verwend zum Beispiel das WhatsApp schon in Gruppen  
33 einerseits, und andererseits also zum Austausch innerhalb von Gruppen, von  
34 speziellen, die sich dann koordinieren über dieses Medium, beziehungsweise  
35 über/ (.) als Ersatz für SMS. Also oft verwend i des WhatsApp anstelle des  
36 SMS, i weiß zwar ned, warum, aber/ (Durcheinanderreden)  
37 **B3:** Wie du sagst, zum Koordinieren, das stimmt schon. Zum Beispiel, wenn i  
38 sag: okay, geh'n wir Mittagessen? Bis ich jede einzelne Person anschreib, so  
39 hab ich sie in einer Gruppe drin, und dann hast se/  
40 **B4:** Exakt.  
41 **B3:** /und dann schreibst um elf Uhr. Und dann weiß jeder Bescheid. Oder  
42 derjenige, der halt nicht kommen will/  
43 **B4:** Ja, eben, die werden ja oft erstellt, da bin ich schon einige Male Mitglied  
44 gewesen in so Gruppen, die erstellt worden san für bestimmte äh/ für  
45 bestimmte Feiern, für bestimmte Events, wie zum Beispiel Hochzeiten, wie zum  
46 Beispiel Geburtstage, das wird dann nur erstellt, effektiv für einen Anlass, und  
47 danach steigt dann wieder jeder aus.  
48 **B2:** Mhm.  
49 **B4:** Ähm ich in meinem Bereich verwende/ bin auch angemeldet bei Facebook.  
50 Hab mich da nicht einmal selbst angemeldet, das kann i vielleicht später  
51 erzähl'n. Verwende das aber (.) fast gar nicht. I hab no nie a  
52 Freundschaftsanfrage gestellt, immer nur angenommen. Und (.) verwalte das  
53 auch nicht. Ich stell keine Fotos online, stell keine Nachrichten online, geb  
54 nichts Persönliches preis. Es sei denn, jemand stellt ein Foto von mir online und  
55 verlinkt mich, dann is es möglich, dass ich das (.) alle halben Jahre einmal dann  
56 freigebe/  
57 **B3:** Das muss man, glaub ich, tun.  
58 **B2:** Mhm, glaub schon, ja.  
59 **B5:** (räuspert sich) Also ich hab so einen extremen ähm Wandel durchlaufen,  
60 äh wie i no alleinstehend war, habe i die ganzen Social Medias äh Plattformen  
61 wie Facebook äh auch ehrlich gesagt Tinder äh und weitere sehr stark genutzt.

62 Ähm einfach als Freizeit äh ähm Deckung um äh Freundschaften zu knüpfen,  
63 Freundschaften aufrechtzuerhalten, Veranstaltungen äh am neusten Stand zu  
64 sein, Informationsfluss zu erhalten, Informationen zu erhalten, wo in der  
65 Umgebung Veranstaltungen stattfinden. Ähm hob aber seit i verheiratet bin ähm  
66 einfach aufgrund dessen, dass das so einen enormen Zeitaufwand darstellt,  
67 wenn's du wirklich immer äh permanent am neusten Stand sein willst, wenn's  
68 du up to date sein willst, frisst einfach enorm viel Zeit. Und habe das Ganze  
69 abgelegt, hab im Moment koa Facebook, äh nutz derzeit nunmehr WhatsApp.  
70 Und man muss sich ehrlich gestehen, das ist einfach ähm ein enormer Vorteil,  
71 dass man innerhalb kürzester Zeit Informationen äh erhalten kann, auch  
72 verteilen kann. Und dass wir alle vom gleichen sprechen, wie vorher scho  
73 angesprochn, sei es für einzelne Veranstaltungen, wo man an die Masse äh der  
74 Teilnehmer kurz und bündig Zeitpunkte oder sonstige Informationen verteilen  
75 kann, ähm also WhatsApp nutz i no, und sonst hab ich alles abgelegt. Instagram  
76 (.) war ich, bin ich auch nicht mehr. I glaub, das geht au/ (holt Luft) das ist eine  
77 Frage des Alters. Äh i krieg's jetzt mit bei den drei Mädels bei uns daham, also  
78 die zwei san auch bei Instagram und nutzen des.

79 **B4:** Wie alt sin die?

80 **B5:** 13 und 11. Äh die nutzen vor allem Instagram. Wobei mir die au  
81 einschränken. Das heißt, persönliche Fotos, oder wo sie selbst abgebildet san,  
82 dürfen's nicht öffentlich machen. Äh aber die nutzen des um Urlaubsfotos äh zu  
83 verteilen in ihrem Freundeskreis. Ähm oder schöne Gegebenheiten einfach in  
84 ihren Bereich zu/ so breitzutreten. Sonst/ also i bin dem Ganzen nicht negativ  
85 gesinnt, den Social Medias, aber nutz es aufgrund des Zeit- äh -Fressens nicht  
86 mehr.

87 **B3:** Gibt's da keine Altersbeschränkung bei Instagram? Wenn ich jetzt hör elf  
88 und dreizehn? Bei Facebook ist's ja, glaube ich, 16 oder 14, irgendwie.

89 **I:** Ja, Facebook ist, glaube ich, höher als //Instagram.

90 **B3:** Ja.// (Durcheinanderreden) Aber man muss ja angeblich ein Datum  
91 eingeben, oder?

92 **B4:** Es gibt eine Altersbeschränkung.

93 **I:** Ja.

94 **B3:** Für Facebook 14 oder 16.  
95 **B2:** Ich glaube fast, 16, oder?  
96 **B4:** Ja?  
97 **B2:** Oder 14?  
98 **B5:** Und/ also Inst/ äh Facebook san sie ned, Facebook san's ned, Instagram  
99 san's.  
100 **B4:** I glaub, Facebook san nunmehr die/ die Älteren, oder? Das wird von  
101 Jugendlichen gar nimmer so frequentiert. Oder seh i des falsch?  
102 **B5:** Was wird ni/  
103 **B4:** Facebook.  
104 **B5:** Facebook?  
105 **B4:** Das Portal an sich. I glaub, so von den 11-, 13-, 14-Jähriger/meldet sich  
106 nicht mehr bei Facebook an, //sondern eher bei anderen.  
107 **B5:** Sondern/ ja.// Was wir so nennen: Snapchat, Chat/  
108 **B3:** Genau.  
109 **B5:** Rundum das Ganze schau/  
110 **B4:** Ja, denk ich //au.  
111 **B3:** Und/ //  
112 **B4:** Bei den //Jungen. Jüngeren.  
113 **B3:** Weil's moderner und cooler ist, glaub ich, ist so a bisserl. Storys von, keine  
114 Ahnung, diese 24-Stunden-Bilder, mache schnell ein Selfie hau/ äh  
115 veröffentliche das, und dann seh/ sieht das derjenige 24 Stunden lang. Und bei  
116 Facebook weiß i ned, ob das überhaupt besteht, die //Möglichkeit.  
117 **B1:** Aber das ist auch eine Frage immer der Technik, ja? Also/  
118 **B3:** Ja.  
119 **B1:** /das hat man vor zehn Jahren mal/ ich hab vor zehn Jahren grad mal/ ich  
120 hab ein bisschen Internet und kann Text verarbeiten, und mittlerweile hat halt  
121 jeder eine entsprechend //gute Kamera/  
122 **B4:** Genau.//  
123 **B1:** /dass sie halt doch gute Fotos produzieren können.  
124 **B5:** Hm wobei da bei Facebook sicher deswegen ist, weil das so/ weil das so  
125 negativ in den Medien oder/ äh gestanden san aufgrund der Datenschutz/ äh/

126 **B4:** Da hab ich grad ne Zwischenfrage: Ist eigentlich YouTube (.) ein Social  
127 Media?  
128 **I:** //Ja.  
129 **B1:** Ja.//  
130 **B4:** Zählt auch //dazu?  
131 **B5:** Mit den ganzen// Channels/  
132 **B6:** Okay. Kam aus so nem alten Player und äh ist dann so ein großes Ding  
133 wor'n eigentlich, YouTube. Also i nutz zum Beispiel Social Media äh für'n Job,  
134 na? I bin Mediengestalter. Quasi ich hab das auch irgendwie studiert, wird in  
135 der Werbung oft angewandt, und äh i muss sagen, die Social Media war  
136 natürlich in den Mitte-Nuller-Jahren, der große/ das große Ding. Äh dann kam  
137 Facebook und hat quasi das Festnetz abgelöst, ja? Jeder war auf Face/ äh  
138 Facebook damals. Damals. Ähm mittlerweile gibt's so einen Trend dazu sich  
139 wieder zurückzuziehen von der Öffentlichkeit, zurück in ein gewisses digitales  
140 Biedermeier, das schlägt zu Buche in Discord- Channels, das ist ein eigener  
141 Server oder Master drann, die Leute wollen nicht mehr haben, dass alles, was  
142 sie posten, permanent im Internet ist und für jeden abrufbar. Warum? Es bringt  
143 einem nichts. Ja? Man kann ein super quasi Nacktfoto posten, und die Leute  
144 werden's mögen. Drei Jahre später denkt ma sich: Ups, hätt i des ned gmacht,  
145 hätt i den Job kriegt. Oder sonst was. Ja? Ähm deswegen gehn die auch alle  
146 Richtung-die Bilder löschen sich wieder. Ja? Das ist von Snapchat kommen.  
147 Snapchat war ne Zeit lang auch wirklich ganz groß, ist aber dann aufgrund des  
148 Instagram, das diese ganzen Features abgegriffen hat, und nachprogrammiert  
149 hat, wieder weg. Also die sind mittlerweile ganz, ganz unten wieder. Genauso  
150 äh diese ganzen Plattformen wie Tinder oder äh diese ganzen Dating-  
151 Plattformen. Die gehn jetzt mehr so zu diesen institutionalisierten äh Websites,  
152 wie zum Beispiel Parship ist wieder ganz groß da, oder Websingles oder sonst  
153 was.  
154 **B4:** Die sind aber zu bezahlen, glaube ich, Parship und //so.  
155 **B6:** Die sind// zum Bezahlen.  
156 **B4:** Tinder nicht. Oder?

157 **B6:** Tinder nicht, weil äh es gibt auch eine Zahl-Version von Tinder, die kostet,  
158 was weiß ich, eben 19 Euro im Monat, oder so, dann kann man irgendwie  
159 sagen, wo man ist, oder irgendwie so/ i hab Tinder scho ewig nimmer mehr  
160 gnutzt, weil's für mich ja äh eine ziemlich wertvoll/ äh wert/ wertlose Plattform  
161 ist, weil's halt wirklich so nur um Sex geht. Ja? Und das ganze verroht dann die  
162 körperlose Kommunikation. Und das is eigentlich der Punkt, was für mich Social  
163 Media als Ganzes ist. Es geht darum, dass wir nicht mehr kommunizieren mit  
164 einer großen Bandbreite, wo wir uns alle in die Augen schauen, und jeder weiß:  
165 Wie geht's dem, oder wie ist der Stimmfall? Sondern äh die Hermeneutik, also  
166 quasi jeder ist ja dafür verantwortlich, was er hört. Ja? Ich kann jetzt lang vor  
167 Leuten reden, ja, und nachher, wenn die Leute weggehen, wenn ich sie a Stund  
168 nachher frag, werd'n sie genau das wiedergeben, was sie glauben, dass sie von  
169 mir ghört ham, wenn man zehn Leute hat, hat man zehn unterschiedliche  
170 Aussagen. Ja? Und genau da ist es jetzt. Ja? Also dieses äh/ diese körperliche  
171 Kommunikation, die wir als/ als Menschen noch nicht können. Also ich habe  
172 mich dem Ganzen schon seit den Nuller-Jahren eigentlich aus/ ausgesetzt, ja,  
173 äh äh Flickr, Twitter damals, und so weiter. Meine Lieblingsplattform ist  
174 eigentlich Twitter, weil sie sehr offen ist. Ja? Also man kann jeden da reinholen  
175 in eine Dis/ Diskussion. Wenn ich jetzt wissen will, also in meinem Job muss ich  
176 halt wissen, was will der/ was wollen die Leute draußen grad hören? Oder was  
177 ist grad Trending, oder was ist grad Ding. Und da ist Twitter einfach das/ das  
178 Repräsentativste.

179 **B3:** Mhm (bejahend). Man kann ja Länder filtern über Twitter auch/

180 **B6:** Eben.

181 **I:** Und habt's ihr anderen auch so einen Wandel durchgemacht äh im Verlauf  
182 von der Zeit aufgrund von Job oder aufgrund von neuen Beziehungen? Oder  
183 ist's bei euch eigentlich relativ gleich geblieben, über die Jahre?

184 **B2:** Also bei mir ist so, dadurch, dass ich eigentlich schon immer gwusst hab,  
185 was amal mein berufliches Ziel ist in der Zukunft, war's schon immer so, dass  
186 eigentlich bei mir gar keine Bilder zu finden sind, außer vier Standardbilder, die  
187 seitdem ich 18 bin gleich bin, das heißt, da sind noch immer Bilder drinnen von  
188 mir als 18-Jähriger. Ich werd jetzt 27. Und das habe ich halt jetzt immer so

189 gewä/ beibehalten. Es werden bei mir keine Meinungen gepostet oder sonst  
190 was in den öffentlichen Medien, was für jeden zugänglich sind, das, was  
191 wirklich Diskussionen sind, Meinungen oder andere, sag i jetzt mal,  
192 Themengebiete, über die man eine diversizil/ äh diversifizierte Meinung haben  
193 kann bleib ich nunmehr in kleinen Gruppen, wo ich dann die Leute aber auch  
194 persönlich kenn. Also auf Diskussionen jetzt auf einen/ wie schon gsagt wordn  
195 ist, auf einer verrohten Plattform, wo ich dann weder die Mimik, die Gestik, äh  
196 ob es jetzt humorvoll gemeint ist oder nicht, weil selbst die Emojis reichen nicht  
197 aus um das auszudrücken, würd ich mich nie begeben, weil (.) ich mir nicht  
198 sicher bin, mit wem/ wer ist mein Gegenüber? Kenn ich den? Wie redet der?  
199 Was erwartet er sich? Und wurde schon hier angesprochen: Ich weiß gar nicht,  
200 was der vielleicht bei mir versteht. Jetzt mach ich zum Beispiel ein Rufzeichen,  
201 und der versteht das Rufzeichen anders als wie ich's gemeint hab. Ich wollte  
202 damit signalisieren: Es ist wichtig, er denkt, ich schrei. Oder solche andere  
203 Gegebenheiten. Deswegen mach ich das überhaupt/ also habe ich auch nie  
204 gmacht, auf öffentlichen Plattformen wie Facebook, sondern wenn, dann nur  
205 auf den Messenger-Diensten in Kleingruppen, oder nunmehr auf äh/ also zu  
206 zweit. Oder auf kleinen Kanälen, wo ich weiß, wer oben ist. Und den muss ich  
207 aber vorher schon persönlich gekannt haben, sonst lass ich mich auf so was  
208 gar nicht ein. Weil die Sinnhaftigkeit ergibt sich für mich nicht mehr daraus, weil  
209 ich nicht weiß, ob der andere überhaupt interessiert ist ein Gespräch zu führen,  
210 oder nur ein Ziel hat, wie zum Beispiel diese Internet-Trolle, wie's auf Deutsch  
211 so schön heißt, oder andere Themengebiete, dass der eine vorgefestigte  
212 Meinung hat, quasi ein Fanatiker ist, und egal, was ich sag, er will's nur falsch  
213 verstehen um sein Ergebnis publik zu machen. Und er sucht sich jetzt eine  
214 öffentliche Plattform dafür. Deswegen greif ich so was gar nicht an, und werd's  
215 auch nie angreifen.

216 **B3:** Ja, ich hab auch seit 2015, wie gesagt, als ich schon gewusst habe, dass  
217 wir quasi ins Berufsfeld wirklich einsteigen, und immerhin doch sehr viel Kontakt  
218 mit jungen Perso/ Personen haben werden, äh wo ich weiß, die wissen deinen  
219 Vornamen und Nachnamen, wollt ich nie quasi angreifbar sein in der  
220 Öffentlichkeit. Oder zumindest mal, dass sie irgendwelche Informationen von

221 mir bekommen, die sie halt nicht brauchen. Keine Ahnung, meine Fotos, meine  
222 Freunde, Familie, wo ich grad bin, was ich grad mach, das interessiert ja an für  
223 sich nur mich oder die Person, die's wirklich interessiert. Deswegen hab ich ja/  
224 bin ich ja/ also bin ich ausgestiegen aus/ äh aus Facebook. Und ja, deswegen.  
225 Und ich denk mir auch im Hintergrund: Warum soll ich meine Informationen,  
226 Daten mit einem Konzern teilen wie Facebook oder ähnlichen, äh damit die  
227 Geld schöpfen. Weil die verdienen. Ich mein, das ist eh schon genug, was wir  
228 da haben mit WhatsApp und anderen äh Google-Suchbegriffen et cetera, mit  
229 denen die eh schon genug Informationen äh von mir bekommen. Warum sollt  
230 ich dann noch mehr quasi/ ich nenn's Angriffsfläche bieten. Deshalb hab ich mir  
231 dacht, zieh ich mich hier eher zurück, und man überlegt auch wirklich, man  
232 merkt das auch, wenn man irgendwo konkret beim Skifahren ist, und man hat  
233 auf der Hütte keinen Empfang, wie schön es sein kann ohne Handy und ohne  
234 Internet, wie man die Zeit nutzen kann. Auch mal mit Gemeinschafts/  
235 Gesellschaftsspielen, Kartenspielen, Reden, Witze erzählen, oder keine  
236 Ahnung was.

237 **B4:** Hm.

238 **B3:** Also da merkt man schon en Riesenunterschied, dass man da/ dass es so  
239 was noch gibt. Normale Kommunikation.

240 **B6:** Vor allem der große Stress in der Online-Kommunikation ist, er macht  
241 depressiv. Äh da gibt's Studien drüber, ich kann's jetzt nicht genau fest/ äh  
242 festnageln, aber wenn man's braucht, kann ich's rausziehen. Äh hm die Leute,  
243 äh funktionieren am meisten über Outreach-Marketing, ja? Das ist, ja, was weiß  
244 i, ja irg/ ein Mann sticht seine Frau in der Küche ab. Wird sofort retweetet, es  
245 bilden sich mehrere Lager, ja, zum Beispiel die äh/ die Feministinnen, die sagen  
246 radi/ radikal: Ekel, Männer sind scheiße, bla. Und äh das/ und das geht dann  
247 irgendwie hoch alles. Ja? Und ähm die Leute werden einfach zugemüllt.  
248 Erstens mal mit Blaulicht über das Handy. Ja? Das macht irgendwie ganz arge  
249 Sachen in deinem Kopf, weil wenn's draußen dunkel ist, und das blau Licht vom  
250 Handy kommt, äh und das nächste ist, es gibt nur depressive oder negative  
251 Meldungen. Es steht ned drinnen äh, oder ganz selten: Ich habe heut was  
252 gwonnen, oder heut ist en super Tag und äh mir geht's super. Ja? Sondern die

253 Leute posten: alles ist scheiße, alles ist Dreck. Und mit dem äh bombardiert  
254 man sich den ganzen Tag. Und äh das macht einen wirklich depressiv. Also so  
255 die Hardcore-Nutzer, die nur hinter den Social Media sitzen, werden auch  
256 irgendwie depressiver. Also die posten dann was, dann kriegen's z'wenig/  
257 z'wenig Likes, ja, dann glauben's, sie müssen jetzt bei jemandem anderen  
258 hingehen, damit sie wieder auf/ Aufmerksamkeit kriegen, und das Ganze ist  
259 eigentlich a sehr, sehr destruktives Ding. Muss man auch/ auch sagen. Eben (.)  
260 die körperliche Kommunikation ist eine andere als die körperlose. Und die muss  
261 man //lernen.

262 **B4:** Also// i bin definitiv kein Experte auf dem/ in dem Bereich, aber ich sehe  
263 das, oder erlebe das ganz anders. Für mi gib't's nur Leute, bei denen alles toll  
264 ist. Es ist alles gut, es ist alles super, ihr Leben is perfekt, sie haben das beste  
265 Essen, sie haben das schönste Hotel, san dauernd im Urlaub. Das macht mi  
266 fertig. Für mi sind das alles Idioten.

267 **B3:** (lacht) Ja.

268 **B4:** Es ist ned immer alles toll. Vor allem, ich will's ned wissen, es interessiert  
269 mich auch nicht, ich schau es mir auch nicht an. Trotzdem weiß ich es. Das ist  
270 jetzt wieder ein Widerspruch.

271 **B2:** Mhm.

272 **B5:** Ähm/

273 **B1:** Es macht dich trotzdem depressiv, auch wenn du nur gute Sachen //siehst.

274 **I:** (lacht)//

275 **B4:** Genau. Ich werd depressiv dadurch, dass bei allen andern alles toll ist. Und  
276 für mich nicht. Nein. Das war ein Witz. Um auf die Frage zurückzukommen, die  
277 vorher gestellt wurde: ähm bei mir hat kein Wandel in dem Bereich  
278 stattgefunden, wie ich mit den Medien umgeh. Ähnlich wie bei meinem  
279 Vorredner, oder Vorvorredner, ähm (.) mi hat des nie interessiert. Mi hat des nie  
280 wirklich interessiert, ähm ich bin dabei eigentlich um anderen Leuten die  
281 Möglichkeit zu geben, dass sie mit mir in Kontakt treten, wenn sie das wollen.  
282 Und wenn sie das wollen, dann (.) würde es eher früher oder später zu einem  
283 persönlichen Kontakt führen, als digital zu bleiben. Also es ist eigentlich nur ein  
284 sich nicht Verweigern des Zeitgeistes, als ein (..) aktives teilnehmen wollen.

285 I: Und glaubst du, liegt das daran, weil du nicht in der Stadt aufgewachsen bist?  
286 Dass es dich //von Anfang an nicht/ nicht interessiert hat?

287 **B4:** Weil ich vom Lande komme?// Das weiß ich nicht. Ich bin von der/ der  
288 Grundeinstellung sicherlich ein eher konservativer oder traditionsgebundenerer  
289 Mensch, und es liegt, glaube ich, eher daran, sicherlich auch an der Erziehung,  
290 ob es am Land liegt oder an der Stadt, das kann ich so nicht sagen oder  
291 behaupten. Aber es gibt sicher Leute aus der Stadt in dieser Runde, und die  
292 könnten das vielleicht aus einer anderen Perspektive sehen.

293 **B2:** Ich würd's anders sehen. Als Vergleich, wenn man sagt, die Information,  
294 die man, weiß ich nicht, anno/ anno 1918 in einem Jahr bekommen hat, die  
295 Informationsdichte, kann man ja heute in Wirklichkeit an einem Tag abrufen,  
296 indem ich nur ein soziales Netzwerk aufmache, und einmal mal breit streuend  
297 einen Suchbegriff eingabe. Das heißt, ich habe allein schon eine Reizüberflutung  
298 von äh Informationen, von Meinungen, von allen. Und das/ um darauf  
299 einzugehen, das Depressive ist an der ganzen Sache, was ist das Ziel, was ich  
300 mit den Social Medias erreichen will? Ich komme dann rein in diesen Sog, immer  
301 was Neues posten, immer meine Follower unterhalten, und ich genieße nicht  
302 mehr, sondern ich bin nunmehr dabei das Neueste und alles aus meinem  
303 Leben zu posten. Kommt immer rein, und das Problem, was ich habe, was ich  
304 vielleicht in einer kleinen Gruppe habe, wenn ich jetzt vom Land bin, und dort nur  
305 wenige Leute kenne, die in, sage ich jetzt einmal, im physischen Kontakt werde ich  
306 nicht mit einer Milliarde Menschen stehen, die eine Meinung haben, sondern mit  
307 meinen 16 Personen, mit denen ich maximal in einem Raum bin. Und das ist  
308 ganz einfach auch die Reizüberflutung der Meinungen. Und ich kann das  
309 irgendwann aber nicht mehr abstellen. Und deswegen gibt's auch diese ganzen  
310 Suizide auf Facebook oder et cetera, die verursacht worden sind durch so einen  
311 Gruppendrang et cetera, weil einfach da Reize von überall herkommen sind und  
312 einer, der vielleicht geistig gesund war, hat sich da so hineingesteigert, und  
313 durch die Meinungen von allen Personen, die er noch nie in seinem Leben  
314 persönlich gesehen hat, einfach nur eine Schriftart Größe acht, auf Facebook,  
315 führt dann dazu, dass sich der so depressiv hineinreißt, dass er das nicht mehr  
316 kann. Und im Sinne von der Stadt würd ich das einfach vielleicht analog so

317 sehn, dass die Personen, die vom Land sind, eher diese Reizüberflutung auch  
318 im privaten Umfeld vielleicht nicht kennen, aus physisch/ also im physischen  
319 Kontakt mit anderen, weil (.) vom Lande, kleinen Dorf, da kennt man sich. Da  
320 kennt man jeden, von Mimik, Gestik, et cetera. Und wenn man jetzt durch Wien  
321 geht, hat man allein schon eine physische Reizüberflüt/ -flutung, von Signalen,  
322 Personen, Gestik, Mimik, Ausdrücke, und diese physische Reizüberflutung führt  
323 dann vielleicht dazu, dass ich das auch in den sozialen Medien so streu. Dass  
324 ich sag: Ich bin das schon immer gwohnt, und in den sozialen Medien, breite  
325 Streuung, und ich tu mir das auch alles an. Und selbst, wenn's der vom Land  
326 ist, dass der das gar nicht will, dass der nicht diesen Drang dazu hat alles zu  
327 kennen, der will vielleicht nur seine Personengruppen kennen und alles andere  
328 ist eher langsam unterwegs, unaufgeschlossener vielleicht, dass der überhaupt  
329 sagt, diese jetzt Offenheit oder die Anfälligkeit fehlt ihm dafür, weil der  
330 begründet seine Freundschaften auf lange Kontakte, und physische Nähe. Und  
331 zeitliche Nähe. Und der in der Großstadt es teilweise vielleicht gar nicht kann,  
332 weil einfach zu viele Personen um ihn herum sind, dass der diesen/ also sag  
333 mer so: Der/ die Person aus der Stadt muss einen viel stärkeren Filter teilweise  
334 ansetzen von äußeren Einflüssen, als wie jetzt eine Person vom Lande  
335 vielleicht weniger hat. Also das ist jetzt meine Meinung dazu. Um vielleicht das  
336 ein bisschen zu erklären, wieso teilweise die Meinung besteht, dass man am  
337 Land das weniger verwendet als wie jetzt in der Stadt, wo man das mehr  
338 verwendet. Wenn es überhaupt nur eine Hypothese ist. Ich glaub, nachgewiesen  
339 ist sie ja gar nich.

340 **B4:** Um da einzuhaken, ich glaube, dieses Stadt-Land-Gefälle, das (.) wird  
341 nachtei/ nachweisbar sein, aus meiner/ aus meinem persönlichen Eindruck,  
342 jedoch glaub i, liegt das eher an der politischen im Sinne von  
343 gesellschaftspolitischen äh/ dem gesellschaftspolitischen Hintergrund der  
344 Person, am Land sind die Strukturen äh traditioneller und vielleicht auch  
345 geordneter als in der Stadt, als in großen Teilen der Stadt. Wir reden jetzt  
346 immer von der Masse. Also ich rede von der Masse. Ähm und dass das eher  
347 daher kommt und nicht so von der Reizüberflutung der Stadt. Wobei i den  
348 Bereich noch gar nicht überdacht hab/ hätte.

349 **B1:** Ich glaub, dass da der Unterschied, also zwei Punkte vom Unterschied her,  
350 beim Stadt-Land-Gefälle ist, glaube ich, der wesentliche Unterschied auch von  
351 der Entwicklung, wie sehr wurde das genutzt, dass der, der in der Großstadt  
352 unterwegs ist, und permanent an einem anderen Ort ist, eine viel größere  
353 Reichweite hat und dann dieses: Ah, ich kenn/ man kennt sich fünf Minuten,  
354 und wir sind schon auf Facebook befreundet. Was dann zur nächsten Frage  
355 führt: Was ist eine Freundschaft auf Facebook, und was ist eine tatsächliche?  
356 Im Gegensatz zu dem, der jetzt wirklich im dörflich-ländlichen Bereich  
357 unterwegs ist, der genau weiß: Am Donnerstag um 18 Uhr ist Treffpunkt bei der  
358 Freiwilligen Feuerwehr, und da hab ich eigentlich jetzt nicht viel mehr andere  
359 Anhaltspunkte. Oder ich weiß, das Jugendheim ist von dann bis da geöffnet,  
360 und ansonsten ist eigentlich der familiäre Bereich, und ich hab da dann viel  
361 geringeren Koordinierungsbedarf, als: Wann gehen wir am Donnerstag, am  
362 Freitag, am Samstag, am Sonntag wohin fort, weil sich diese Variante gar nicht/  
363 quasi gar nicht ergibt aufgrund der Lokalität. Das ist die eine Sache. Und äh die  
364 andere Sache ist, glaube ich, was sich massiv verschoben hat, jetzt zu den  
365 Anfangszeiten von Facebook, und was jetzt wirklich war so quasi, rein die  
366 Freundschaft und die persönliche Kommunikation, wo man dann angefangen  
367 hat so kleine Interessensgruppen zu bilden, oder Freundeskreisgruppen, wo  
368 man vielleicht vage noch geschrieben hat äh und sich ausgetauscht hat. Die  
369 mitun/ äh mitunter ja auch recht kurzlebig warn von dem Inhalt her. Äh hin zu  
370 der Zeit, wo dann auch angefangen wurde von äh von Firmen das tatsächlich  
371 zu nutzen. Äh und Vereinen, beziehungsweise dann auch die Werbung  
372 geschaltet wurde, dass ja mittlerweile wesentlich mehr Information verbreitet  
373 wird, außer äh so wie früher: Alles Gute zum Geburtstag, und: der Matura-  
374 Jahrgang, oder sonstiges, die irgendwo Kontakt halten, was ja so der/ der  
375 Ursprungsgedanke auch hinter Facebook war, dass ja quasi kleine Kreise sich  
376 gegenseitig äh vernetzen und da dann Kontakt halten können. Da hat sich ja  
377 schon quasi der Sinn dahinter vo/ von diesem Netzwerk eigentlich gewandelt.  
378 **B3:** Zum Wandel will ich noch etwas hinzufügen, früher war ja quasi/ wozu hat  
379 man einen Facebook-Account gehabt oder ein ähnliches soziales Medium? Äh  
380 um quasi in Verbindung zu bleiben mit Familie, Freunden, die halt auch weiter

381 wohnt/ gewohnt haben. Jetzt geht's ja eher darum eben, jetzt hab ich diese  
382 ganzen Follower und diese Food-Blogger und so weiter, oder Mode-Blogger, da  
383 verdient ja nicht nur die Firma, also Facebook oder irgendeine Firma dahinter,  
384 sondern auch diejenigen Personen. Und die beziehen's ja quasi/ die ham ja  
385 eine eigene Berufssparte an für sich, ist da ja entstanden. Somit ist ja quasi der  
386 Wandel von Verbindung halten und bisserl Kontakt halten zu einem/ (.) zu  
387 einem Business quasi, ist das ja, au/ auf/ aufgewachsn. Und das macht einfach  
388 einen riesen/ riesen Unterschied. Was früher das Ziel oder Zweck war dieser/  
389 dieses Accounts im Gegensatz zu jetzt. Das ist scho ein Riesensprung.

390 **B6:** Ja, es hat sich die ganze Plattform gwandelt. (räuspert sich) In der Weise,  
391 da, Facebook, früher, hm in den Anfangsphasen, war es quasi ein Jahrbuch für  
392 Universitäten. Man konnte sich nur registrieren mit einer .ac-E-Mail, also ac.at,  
393 ac- was auch immer, äh und man/ es war tatsächlich, wenn man jemanden  
394 geaddet hat, war: Woher kennst du den? Wann hast du den getroffen, und wie  
395 war es? Ja? Da gab's dann immer so einen Reiter mit: we hooked up, and it  
396 was awesome. So was, wenn sich Mann und Frau trifft. Oder so. Ja? Und ähm  
397 (.) ab einem gewissen Zeitpunkt, wie die Plattform gwachsn ist und größer worn  
398 ist, und dann auch der Profit gstiegn ist, wurde das dann abgeschafft. Also man  
399 konnte sich auch mit einer nichtakademischen E-Mail regis/ registrieren, musste  
400 die Leute nicht mehr kennen. Es ist zwar immer noch in den ToS drinnen bei  
401 Face/ Terms of Service, äh dass man die Leute kennen muss, um sie als  
402 Freunde zu adden. (.) Wird aber nicht mehr wirklich äh verfolgt. Und i glaub au,  
403 das ist der Zauber. Wenn man jemanden kennt im wirklichen Leben, kann man  
404 mit dem besser kommunizieren über Social Media. Gut, es gibt immer wieder  
405 aus/ Aus- äh -nahmen, wo sich die besten Freunde streiten wegen ihrem  
406 Facebook-Posting, und dann nichts mehr reden. Ja? Aber grundsätzlich ist der/  
407 ist der Zauber eben, dass man den Menschen kennt, und dass man das dann  
408 weitermacht. Und äh die ganzen Troubles kommen nur dann, wenn sich Leute,  
409 die sich nicht kennen, äh irgendwie in die Haare kriegen. Weil es auch keine/  
410 wie soll man sagen? Es gibt keine soziale Anker mehr, die man irgendwie hat.  
411 Ja? Denn man sagt jetzt nicht irgendwie: Ah du bist a Arschloch, weil den seh  
412 ich am nächsten Tag wieder. Ja? Dann denk i mir: Okay, jetzt sag ich ihm ned

413 die Meinung rein, oder irgendwas in der Richtung, weil am nächsten Tag seh  
414 ich ihn wieder. Oder ich denk nach drüber, oder ich lass noch mal kurz sitzen.  
415 Und am nächsten Tag sag ich's ihm dann: Du, die Aktion, die du g'macht hast,  
416 fand ich nicht so supr. Und jetzt kann man natürlich ganz leicht äh nach'm  
417 fünften/ fünften Bier, nimmt man das Handy raus, und äh was steht da/ (imitiert  
418 betrunkenes Lallen) du bist ein Trottel. Ende. Ja? Und dann kommt's zu Hass  
419 im Netz. Und der Hass im Netz ist, glaub i, das größte Ding, es ist ein riesiges  
420 Hintergrundrauschen eigentlich, das jetzt im Internet vor sich/ vor sich geht, wo  
421 sich Leute, ohne sich zuzuhören, einfach nur beflügeln. Ja? Das ist eben dieses  
422 Troll-Ding. Ja? Und wenn man das nicht regeln oder in den Griff kriegen, dann  
423 werden die ganzen Social Medias einfach nach und nach weg sein, und keiner  
424 mehr drauf sein, und es wird eine andere Form geben, wie man sich dann  
425 organisiert. Und die wird sehr, sehr gschlossen sein, und nicht mehr offen.

426 **I:** Würdet's ihr das auch so sehn, dass das so Gründe sind für Hass-Postings?  
427 Oder/ oder andere negative Meldungen auf Social Media?

428 **B2:** Ich würd das so sagen, Social Media ist nicht mehr social, sondern es ist  
429 einfach Meinungsbildung, Lagerbildung, und eine Rechthaberei, eine Streit/ ein  
430 Streit darum, wer welche politische, wirtschaftliche Gesinnung die richtige ist,  
431 und der, der am lautesten schreit, gewinnt. Selbst, wenn das eine Minderheit  
432 ist, stellt sich die dann als Mehrheit auf irgend solchen Medien dar. Und die  
433 Meinung, die die posten, muss die richtige sein. Es funktioniert ja gar nicht  
434 mehr, dass eine Diskussion entsteht, weil bei den Beleidigungen, die da fallen,  
435 oder/ oder, sag ich jetzt, Intoleranz überhaupt Fakten anzunehmen, weil alles ist  
436 jetzt nunmehr Fake-News, egal, aus welchem Geschichtsbuch es zitiert wird,  
437 alles ist Fake-News, wenn es nicht in die eigene Meinung passt. Da ist nichts  
438 mehr Soziales dran. Das ist kein Umgang mehr miteinander, das ist eine  
439 Meinungsbildung und eine Frontenverhärtung in Wirklichkeit. Weil, ich glaub,  
440 wenn man da (.) zehn Personen vom linken Lager oder zehn Personen vom  
441 rechten Lager, wenn man jetzt diese Regierung hernimmt, die wir jetzt haben,  
442 mit den Pro-, Kontraseiten, die's da so gibt und der Opposition, was da zeit/  
443 derzeit sich teilweise abspielt auf einem Posting von Van der Bellen, oder  
444 einem Posting vom Kurz, wenn man da zehn Personen vom einen Lager, zehn

445 Personen vom anderen Lager nehmen würde, in einen Raum setzen würde,  
446 und die wirklich diskutieren lassen würde, was eigentlich Facebook vorgaugelt,  
447 dass möglich ist, oder andere Medien, dann wü/ äh würd da vielleicht ein  
448 konstruktives Resultat rauskommen, oder kein Resultat. Wenn man jetzt  
449 hernimmt, was su/ was Social Media momentan macht in Bezug auf diese  
450 Richtung, da kommt dann weder was Konstruktives raus, noch kein Resultat,  
451 sondern was Negatives raus. Hass und Feindschaft kommt da in Wirklichkeit  
452 raus.

453 **B1:** I glaub, dass das wesentliche Problem ist, dass du auf dem, so wie's  
454 aufgebaut ist, ja auch grundsätzlich nicht diskutieren kannst. Weil es schreibt  
455 irgendjemand ein Kommentar darunter, es folgt Kommentar, Kommentar,  
456 Kommentar, und du kannst nur wiederum entweder auf den Kommentar direkt  
457 antworten, der nächste schreibt den Kommentar dann wieder unten irgendwo  
458 rein, das heißt, du hast ja nie diesen Überblick, was jetzt parallel läuft. Und je  
459 mehr Leute da drauf sind, umso mehr und umso undurchsichtiger wird das. Und  
460 du hast nie diese Gesprächsform, nacheinander kommen Argumente. Aber  
461 selbst wenn zwei aufeinander einreden, dass man noch halbwegs mitbekommt,  
462 was rundherum an Argumenten fällt. Da bilden sich nicht einmal mehr zwei  
463 Fronten, sondern das ist eigentlich, gibt nur noch ein wildes Durcheinander. Der  
464 eine steigt aus der Diskussion aus, weil er dann schlafen geht, oder weil er in  
465 die Arbeit geht, oder weil er/ die Kaffeepause vorbei ist, oder sonst etwas. Und  
466 dadurch kann das nie eine Diskussion werden. Und das ist halt auch ein Grund,  
467 warum, denke ich, auch da dann viel Hass reinkommt, weil das ja grundsätzlich  
468 keine konstruktive Diskussion mehr ist, sondern ich muss ja grundsätzlich recht  
469 haben. Und der andere ist der Idiot, und das sag ich an der Stelle auch noch  
470 mal. (räuspert sich) Und bin dann halt mitunter äh irgendwo dann beleidigend.  
471 Und die Sache, die ja auch mittlerweile politisch diskutiert wird, wie man diesen  
472 Hass im Netz kontrollieren möchte. Äh ist die Frage, wie weit ist man da noch  
473 weg von Zensur, sprich bei gewissen Schlagwörtern wird einfach gelöscht.  
474 Oder sag ich, ich zensiere nicht, und dann muss ich aber die Möglichkeit  
475 eigentlich zur Diskussion dann ham. Und ich glaube, sobald ma hergeht und  
476 sagt, man macht den/ den Schnitt weg und nimmt quasi die/ die

477 Kommentarfunktion, wo ich jetzt öffentlich diskutieren kann, äh umso/ umso  
478 kurzlebiger und uninteressanter ist jetzt äh das, was dann an/ an Inhalt  
479 tatsächlich publiziert wird. Das ist das gleiche, wenn ich mir anschau, ähm äh  
480 ein Artikel auf einer Zeitungshomepage, der a kritisches Thema befasst, wo die  
481 schon von Vornherein hergehn und sagen: Wir sperren die Diskussion, weil wir  
482 wissen, da kommt nur/ da kommt keine konstruktive Diskussion oder sonstiges  
483 dabei raus. Und da wird einfach nur gegeneinander äh/ werden gegeneinander  
484 Hass-Postings geschrieben. Äh wird das genau aufgerufen, einmal gelesen,  
485 und die Sache ist weg. Hingegen, wenn ich sag, das ist eine Diskussion, die  
486 mich interessiert, bin ich ja auf dieser Seite wesentlich länger unterwegs. Und  
487 wenn ich das alles wegnehme, dann kann ich mir genauso gut eigentlich  
488 hernehmen die beispielsweise jetzt Teletext-App. Wisch die Teletext-App durch,  
489 hab alle Nachrichten möglichst kurz dabei, bin ich an dem und dem interessiert,  
490 dann such ich's mir sonst irgendwo raus, aber da hab ich alles schon dabei.  
491 Brauch nicht drüber diskutieren mit niemandem, oder sonstiges, und hab einen  
492 Informationsablauf dahinter. Aber dennoch wird das Ganze wesentlich  
493 kurzlebiger, weil ich mich nie mit der Meinung der anderen wirklich/ mit  
494 anderen/ von anderen Leuten auseinandersetzen muss. Und auch wenn ich nur  
495 drüber lese, wie viele Leute jetzt so ungefähr im Querlesen geschrieben haben,  
496 das ist gut, oder das ist schlecht, je nachdem, ob das jetzt ein Hass-Posting ist  
497 oder nicht, ich glaube, dass, wenn man das wegschneidet, dieses Social  
498 Medium, was hier schon angesprochen worden ist, sich doch drastisch  
499 reduzieren wird, weil es wirklich nur noch der/ der/ der/ der Nachrichten-Input vo  
500 außen ist. Frage is, inwieweit dann Personen wieder anfangen müssen zu  
501 reflektieren. So wie's eigentlich auch beim Journalismus sein sollte, zuerst  
502 reflektiert, und das dann prüft, die Fakten auf den Tisch legt in einem  
503 Printmedium. Was ich eben in sozialen Medien nicht mehr hab, weil jeder quasi  
504 seine Wahrheit publiziert, und alles andere ist wurscht, ob das durch einen  
505 journalistischen Filter jetzt tatsächlich durchgelaufen ist oder nicht. (...)  
506 **B3:** Also jeder ist sein eigener Journa/ Journalist quasi.  
507 **B1:** Ja.

508 **B4:** Ja, das ist ein Teil des Social Medias, ähm die Verbreitung von Nachrichten  
509 im journalistischen Sinne. Und dann da das Kommentieren darauf. Aber was du  
510 vorher gesagt hast, find i sehr interessant. Inwieweit gibt's a Deckungsgleichheit  
511 zwischen wahrer Freundschaft und Freundschaft in sozialen Medien, oder  
512 Freundschaften in/ was weiß ich, auf Facebook oder auf keine Ahnung, was es  
513 da alles gibt. Ähm (.) also in meinem Sinne gibt's da absolut keine Deckung.  
514 Gar keine. Ich bin natürlich mit meinen wahren Freunden auch auf Facebook  
515 befreundet, aber das san/ die lassen sich, denk ich auf/ auf einer, maximal zwei  
516 Händen abzählen, die wahren Freunde. Ähm da gibt's no engere und engste  
517 Bekannte, die dann von mir aus noch mal zwei Hände san, und danach ist alles  
518 andere. Und so das alles andere ist dann auch auf Facebook befreundet,  
519 vielleicht, wahrscheinlich. (.) Wenn er mir jemals eine Freundschaftsanfrage  
520 gestellt hat. Weil ich stelle keine.

521 **B1:** (lacht) Da ist man wahrscheinlich dann bei der Schnittmenge, mit denen  
522 man noch tatsächlich auf WhatsApp oder auch per so SMS oder klassischer  
523 //Kommunikation quasi/

524 **B4:** Das/ //

525 **B1:** /mit dem Telefon dann kommuniziert. Ich glaub, das ist dann die  
526 Schnittmenge Freunde.

527 **B4:** Das trifft's eher, //ja.

528 **B1:** Und// alles andere ist „We stay in contact“ und ist der Cousin siebten  
529 Grades von der Frau, den man irgendwann mal bei einer Familienfeier getroffen  
530 hat, oder keine Ahnung //was.

531 **B4:** Hab ich// mal gesehen. Ja.

532 **B1:** Und möglicherweise, wenn ich dann mal in Australien bin, kontaktier ich  
533 dich, wenn ich dort bin, dann gehn wir vielleicht auf einen Kaffee, und das war's  
534 dann eigentlich schon. Wo, glaub ich, da noch eher der Kontext eher ist mit  
535 den/ mit den ganz weit entfernten, dass wenn ich tatsächlich mal in der Nähe  
536 bin, dass ich mit denen tatsächlich Kontakt aufnehm, als mit jemandem, den ich  
537 irgendwann amal getroffen hab, der möglicherweise sogar ums Eck wohnt, und  
538 den Menschen aber nie wieder seh, jetzt in der Anonymität Großstadt. Obwohl  
539 der eigentlich komplett ums Eck wohnen würde, nur weil man den irgendwann

540 amal wo im Zuge einer Veranstaltung irgendwo getroffen hat, kennengelernt  
541 hat, und dann/  
542 **B4:** Wo das wahre Interesse eigentlich fehlt/  
543 **B1:** Mhm (zustimmend).  
544 **B4:** /an der Person.  
545 **B2:** Ich würd in dem Sinne sagen, also für mich gibt's gar keine virtuelle  
546 Freundschaft, weil der Begriff Freundschaft hat, sag i mal, den psychischen  
547 oder psychologischen Hintergrund, aber auch einen physischen Hintergrund.  
548 Weil es ist ganz einfach, es geht um Mimik, Gestik, Aussehen, und das geht  
549 sogar tief hinunter bis zum Geruch einer Person, und man sich diesen  
550 Ausdruck: Man kann einander nicht riechen, oder kann einander riechen. Das  
551 geht auf das alles zurück. Und eine Freundschaft erfordert amal, dass ich diese  
552 ganzen Faktoren erfüll und kenne, um zu sagen, dass diese Person meiner  
553 Meinung nach, dass ich sag, diese Person hat die Voraussetzungen erfüllt,  
554 dass überhaupt eine Freundschaft entstehen kann. Eine Person, die ich nur  
555 virtuell kenn, erfüllt amal diesen ganzen physischen Bereich nicht. Also alles  
556 Sichtbare, aber auch Erlebbare, und da red ich jetzt nicht von der körperlichen  
557 Beziehung mit einer äh/ zwischen Mann und Frau, sondern einfach zwischen  
558 Freundschaft Mann und Mann, Frau und Frau, Mann und Frau, auf amikaler  
559 Ebene, dass ich einfach sag, das erfüllt die Voraussetzungen nicht, und  
560 aufgrund dessen kann es diese virtuelle Freundschaft, also nur die virtuelle  
561 Freundschaft, nicht geben. Bei mir setzt das voraus, dass ich eine Person  
562 zuerst privat kennenlernen, um dann zu sagen: Daraus kann eine virtuelle  
563 Freundschaft entstehen, indem ich sag, ich lern diese Person in Rom kennen,  
564 die liegt mir aus irgendeinem Grund, ich mag sie, sie mag mich, wir haben  
565 gleiche Interessen, und dann sag ich, wir bleiben in Kontakt, und dann ham  
566 diese Social Media schon den Sinn dieses sozial/ also als soziales Netzwerk  
567 diesen Kontakt aufrechtzuerhalten mit WhatsApp, Facebook, dass man  
568 gegenseitig Urlaubsfotos postet, die likt, die kommentiert, vielleicht sogar dann  
569 auch mal über Facebook drauf kommt: Ah, der ist gerade in Wien unterwegs,  
570 oder er schreibt mir, wenn er in Wien ist, und dann unternimmt man was  
571 gemeinsam. Oder so, wie es jetzt war, in Rom, dort zufällig eine Person der

572 Schweizer Garde vor einem Jahr kennengelernt oder mehrere Personen der  
573 Schweizer Garde, aufgrund dessen, Militär, selbe Interessensgruppen, dass  
574 sich da mal ein näheres Gesprächsthema ergeben hat. Und selbst da aufgrund  
575 der Kürze der Zeit keine Freundschaft, aber eine Bekanntschaft, dass man  
576 sagt, wenn man wieder jetzt in Rom ist, wie dieses Jahr, dass ich den  
577 kontaktiere, und man sich trifft, Rom zeigen lässt, gemeinsam ein Bier trinken  
578 geht, die Stadt zeigen lässt oder die Schweizer Garde im Vatikan, dass man  
579 dafür das Social Media nutzt. Aber der Begriff, dass ich sag, ich hab/ ich beginn  
580 eine Freundschaft auf sozialen Netzwerken ist für mich ganz schwer. Ich sag,  
581 ich kann eine Person, eine Bekanntschaft oder Kennen durch soziale  
582 Netzwerke, aber dass daraus dann die Freundschaft entsteht, setzt dort wieder  
583 voraus, dass ich die amal treff, und einen physischen Kontakt in irgendeiner  
584 Form hab, weil ansonsten ist für mich die/ die Definition Freundschaft nicht  
585 möglich. Weil ich einfach zu wenig Informationsgrundlage hab um zu  
586 beschließen, das ist jetzt eine Freundschaft, oder ist keine Freundschaft.

587 **B4:** I bi/ ich bin bei dir. (...) Ich bezeichne diese auch nicht als Freunde, die auf  
588 Facebook san, nichtsdestotrotz werden die aber als Freunde bezeichnet. Die  
589 Bezeichnung is: Freund. Und: Nimmst du diesen Freund oder diese  
590 Freundschaftsanfrage an? Ähm darin seh ich vielleicht auch die Gefahr, die (...)  
591 der man aufliegen kann, äh der man/ der man hm die gefährlich ist, ich kann  
592 das anders nicht nennen, (lacht) ähm die Gefahr besteht, dass das verwechselt  
593 wird. Die wahre Freundschaft, die du jetzt meinst, die für mich auch das Wort  
594 Freundschaft bedeutet, ähm und diese Facebook-Freundschaft. Und dass es  
595 da zu Verwechslungen kommt, und dass demnach die Leute nicht mehr  
596 unterscheiden können: Was ist ein wahrer Freund, und was ist ein Facebook-  
597 Freund? Und diese Definition, die du jetzt grad eines Freundes gemacht hast,  
598 die schaffen, denk ich, nicht alle. (...) //(Durcheinanderreden) Ich denke, die  
599 Begrifflichkeit/

600 **B3:** Ja.//

601 **B4:** Wenn es ein eigenes Wort dafür gäbe, dann könnte man es vielleicht eher  
602 unterscheiden. Da es aber ein Wort ist, nämlich Freundschaft/

603 **B3:** Ja.

604 **B4:** /und das andere auch als Freundschaft bezeichnet wird, äh gibt's da  
605 Unschärfen.

606 **B3:** //Mhm.

607 **B4:** (Durcheinanderreden) Und ist nicht für/ ist nicht für jeden/ ist nicht für jede  
608 Person äh klar eine Grenze zu ziehen.

609 **B1:** Ich glaub, dass sich da aber auch generell eine gewisse Schnelllebigkeit  
610 und äh Werteverchiebung in der Gesellschaft dadurch irgendwo projiziert hat.  
611 Weil wenn ich mir äh anschau, wie das eben begonnen hat, mit/ okay, man  
612 lernt sich kennen, jetzt ist das so der persönliche Kontakt, jetzt ist das so auch  
613 schnell, und wer ist jetzt gerade in der Nähe. Also ich nehm jetzt das Beispiel  
614 her Tinder, ja, ich wisch nach links, rechts, wo wir dann wieder bei dem Punkt  
615 sind, was sich ja von anfänglich so: Ich such mir dort jetzt wirklich meinen  
616 neuen Freund, recht schnell entwickelt hat hin zu äh: Der schaut/ der oder  
617 diejenige schaut gut aus, man trifft sich einmal schnell, und dann kommt es  
618 recht schnell zur Sache. Äh wo sich/ (.) vielleicht bin da zu konservativ, wo ich  
619 mir denke, das hat sich zumindest meiner Meinung nach früher angestellt. Und  
620 dann hat man sich öfter getroffen, und da hat man sich gegenseitig ein  
621 bisschen umgarnen müssen, und dann halt nicht der berühmte Kaffee, und äh  
622 aus dem Kaffee wurde ein Bier und ein Schnaps, und dann hat das funktioniert,  
623 wurde doch einiges verschoben. Und das auch, die Leute äh aus dieser  
624 virtuellen Anonymität äh das zeitweise tatsächlich auch in die/ jetzt in den  
625 physischen Kontakt übernehmen und sagen: Auch wenn ich jetzt mit dem  
626 persönlich gegenüberstehe, ist das nur ein Tinder-Date, und der ist, wenn wir  
627 jetzt dann auseinandergehen, wieder weg. Ich glaub, dass sich da sogar was  
628 Wirkliches so tatsächlich in der persönlichen gegenseitigen Umgang  
629 verschoben hat, was jetzt so der Ding/ also der persönliche Umgang zwischen  
630 Menschen mit: Ich lerne jemanden kennen und hab persönlichen Kontakt oder  
631 auch nicht, also ich glaub, dass da der zwischenmenschliche Kontakt  
632 wesentlich schnelllebiger geworden ist, als wie er noch vor, sagen wir, vor zehn  
633 Jahren war.

634 **B3:** Ja, auch der Wandel, wie du sagst, gesellschafts/ gesellschaftlicher  
635 Wandel, äh früher war ja immer/ oder früher/ (.) war immer das Ziel quasi zu

636 heiraten und Familie zu gründen. Jetzt sagt an für sich/ oder sagen einige, oder  
637 viele (.) junge Leute: Okay, ich lebe ziemlich äh zufrieden als Single, hab  
638 maximal eine Beziehung, Kinder wird schon interessanter, da überlegen schon  
639 die ersten: Okay, will ich das wirklich haben? Das kostet, et cetera. Früher war  
640 grade das Ziel: Okay, Familie gründen, Kinder, ja. Das ist quasi mein großes  
641 //Ziel.

642 **B1:** Dafür// gibt's mittlerweile viel mehr Chihuahuas.

643 **B3:** Genau. (lacht) Und da ist eben/ richtig: Ein Kind ist mir zu teuer, eine  
644 Familie gründen sowieso, ein Haus bauen oder wo dran schaffen/ aber Hunde,  
645 Katzen, Tiere et cetera. Das ist ja um einiges einfacher und billiger.

646 **B1:** Oder auch, der Chihuahua hat eine wesentlich kürzere Halbwertszeit als  
647 ein Kind.

648 **B3:** (lacht auf) Dann hol ich mir nen zweiten. Oder den nächsten, mein ich.

649 **B6:** Oder passend zur Handtasche.

650 **I:** (lacht)

651 **B1:** Je nach Saison. (lacht)

652 **B2:** Ich würd/ i würd generell überhaupt sagen, dass man früher eher  
653 traditionelle Werte et cetera ghabt ham, aber dass auch die Social Media  
654 Schuld daran sind, dass einige Begriffe abgewertet worden sind. Schnelllebig  
655 geworden sind, und aus einer Freundschaft eigentlich immer //etwas/

656 **B4:** Entstanden ist?//

657 **B2:** /ein lebenslanger Prozess oder a Freundschaft etwas/ was damals gsagt  
658 worden ist, Freundschaft, zu meiner Beerdigung kommt der noch immer, vierzig  
659 Jahre später, ist jetzt ein Begriff, wo etwa wie ein Like auf Facebook, so einfach  
660 dann/ ich mach einen Tastendruck, und schon ist er nicht mehr mein Freund,  
661 weil er eine Meinung gepostet hat, die ich nicht vertreten kann. Und genauso  
662 schnell ist eine Freundschaft beendet. Und das Problem ist aber, dadurch, dass  
663 ich das überall als Freund, früher als Follower da eben gsagt  
664 Freundschaftsanfrage et cetera, kommt's eigentlich auch oft zu einer/ einer  
665 Absetzung des Begriffes Freundschaft. Und was ist ein Freund? Weil man hört  
666 dann Personen argumentieren: Ich hab eh 600 Freunde. Ich sag's von mir, ich  
667 hab nicht 600 Freunde. Ich weiß nicht, vielleicht zwanzig, die ich als Freunde

668 bezeichnen würd. Und davon sind fünf enge Freunde dabei, die i wirklich gut  
669 kenn. Und alles andere ist für mich eine Unmöglichkeit. Das sind  
670 Bekanntschaften. Und ich würd einfach sagen, dass auch diese Social Media  
671 erstens dazu geführt hat, dass Werte herabgesetzt worden sin, aber auch, sag i  
672 jetzt mal, konnotiert werden mit einer Schnelllebigkeit, die's vorher nich ghabt  
673 ham einfach. Weil genauso schnell, wie ich meine Meinung auf Facebook mit  
674 einem Tastendruck ändern kann, ohne Konsequenzen zu befürchten, außer  
675 dass mich vielleicht zehn Freunde jetzt unfrienden, dafür krieg ich zehn neue  
676 Freunde. Dass eben das in diesem Sinne einfach dazu führt, dass ich  
677 persönlich bei Jugendlichen vielleicht auch den Eindruck schaffe: Das ist  
678 Freundschaft. Ein Tastendruck. Das ist Freundschaft. Eine Meinung, das ist  
679 Freundschaft. Und wenn der jetzt seine Meinung ändert, kann ich ihn sofort  
680 unfrienden, ohne ihm das persönlich mitzuteilen. Es reicht einfach nur der  
681 Tastendruck. Weil ich musste nicht mal schreiben: Du bist nicht mehr mein  
682 Freund, sondern es reicht ein Tastendruck auf seinem Profil: Unfriend. Fertig.  
683 Damit ist das beendet. Und allein dadurch ist für mich schon eine Abwertung  
684 der Begrifflichkeiten und auch der Bedeutung für Freundschaft gekommen in  
685 der äh Gesellschaft.

686 **B4:** Wer würde dir helfen eine Leiche zu vergraben? Das ist ein Freund. (lacht)

687 **B3:** Einer von 600. (lacht, Lachen, Durcheinanderreden)

688 **B6:** Hoffentlich ist das dann nicht der, der's auf Instagram postet. (lacht)

689 **B1:** Du kannst ja mal auf Instagram die Frage stellen, wer dir hilft. Ja? (Lachen)  
690 In der Insta-Story.

691 **I:** Ja. Zum Abschluss hätt ich jetzt noch eine Frage, und zwar um ein bisschen  
692 auch daran anzuknüpfen. Wie würdet ihr äh einen vernünftigen Gebrauch von  
693 Medien und sozialen Medien definieren, und wie würdet's ihr den euren eigenen  
694 Kindern beibringen? Würdet's ihr das mit Verboten machen? Oder eher mit  
695 Offenheit?

696 **B1:** Ich glaub, dass der verantwortungsvolle Umgang damit anfängt, dass mer  
697 Punkt eins weiß, alles, was ich da jetzt irgendwo reinschreibe, ist öffentlich, und  
698 irgendwo ist das gespeichert und auch in der Zukunft nachvollziehbar, auch  
699 wenn's möglicherweise automatisch nach 24 Stunden nach meinem/ aus

700 meiner Instagram-Story erlischt. Sei es, dass es sich irgendwer  
701 runtergespeichert hat, und ansonsten liegt's ohnehin auf irgendeinem Server.  
702 Also alles, was ich an selber da an Daten hineingebe, in diese große Box, die  
703 bleibt drin. Und die wird jetzt nicht am Freitag geleert, sondern alles, was da  
704 hineinkommt, ist irgendwo abrufbar. Und das sollte man mitbedenken. Das ist  
705 so der Klassiker, was poste ich heute und in drei Jahren, und hat sich das für  
706 mich geändert, oder steht dann meiner Bewerbung oder sonstiges im Wege,  
707 was glaub ich, grade bei jungen Menschen im Teenageralter dann (.) mitunter  
708 ein Problem sein kann, wo's lustig ist, dass man schöne viele Fotos von sich  
709 online hat, und dann, wenn man drauf kommt, dass das möglicherweise nicht  
710 gut aussieht, wenn ich sag, ich hab so quasi von der Pubertät und das  
711 komplette Studium durchgehend, war ich eigentlich nur auf Partys, und das ist  
712 nachvollziehbar auf Instagram, und das am besten noch öffentlich und nicht mal  
713 auf einem privaten Profil. Also diese/ dieser/ dieses Bewusstsein, dass das  
714 nicht weg ist, und dass das irgendwo eben abrufbar ist und möglicherweise  
715 gegen dich verwendet werden kann. Und das zweite, denk ich, Wichtige ist, äh  
716 dass ma den jungen Menschen sehr wohl äh mitgeben muss auf den Weg,  
717 alles, was ich da schnell irgendwo reinbekomme, muss ich lesen, reflektieren,  
718 und nichts unreflektiert und ün/ unüberlegt wieder entweder sofort zurückgeben  
719 und weiterteilen, oder wieder aufgrund dessen automatisch irgendwo eine  
720 Meinung bilden. Also ich darf nicht anfangen einfach nur aufgrund der  
721 Informationsflut, die auf mich einprasselt, hergehen und das Ganze aufsaugen,  
722 sondern ich muss immer noch in eine Reflektionsphase kommen. Und da, glaub  
723 ich, muss man einfach irgendwann auch hergehen und sagen, so wie man's bei  
724 den Kindern früher immer gemacht hat, es gibt so nur gewisse Zeiten von  
725 Fernsehen am Tag, und den Rest kann man sich auch mit Spielen draußen und  
726 mit einem Buch oder sonstigem beschäftigen, muss man auch irgendwann mal  
727 hergehen und sagen: Und jetzt leg das Handy weg, weil jetzt wird gegessen.  
728 Und dass man da ein bisschen auch den/ den Umgang reglementiert, was da  
729 jetzt so ein/ ein Gesamtvolumen aufkommt. Und ich glaub, das Kind, das den  
730 ganzen Tag am Handy hängt, das gehört einfach anderweitig a bisserl mehr  
731 beschäftigt.

732 **B4:** Ich glaub, das sollte man auch, wie du gsagt hast, der verantwortungsvolle  
733 Umgang, und dann sollte man vielleicht in der Erziehung schon daran/ danach  
734 trachten, dass (.) das Kind auch anderes schätzt und auch anderes will und das  
735 Interesse für diesen Bereich gar nicht so entsteht. Und i glaub, wenn das ein  
736 breitgestreutes Interesse für andere Dinge hat, dann is es nich so anfällig dem  
737 zu verfallen oder gefallsüchtig zu werden, und äh Nacktbilder oder Saufbilder zu  
738 posten um anderen etwas vorzuspielen. Wenn's a gesundes Selbstbewusstsein  
739 hat, dann braucht es das, denk ich, nicht.

740 **B3:** Und mit gutem Beispiel voran.

741 **B4:** //Und das.

742 **B3:** Also wenn ich// jetzt schon selbst halbwegs mir Grenzen setze im Umgang  
743 mit sozialen Medien, dann (.) sieht das Kind: Ah, der Papa und die Mama  
744 machen das eh gut, oder in die Richtung, dann mach ich das auch so. //Nur/

745 **B4:** Selbstverständlich.//

746 **B3:** /verbieten muss ich halt teilweise, aber da werd ich, wahrscheinlich, nicht  
747 drum rum kommen, wenn ich einem Kind die Möglichkeit gebe ein Handy,  
748 Smartphone, mit Internetzugang, dann muss ich ihm irgendwie auch die  
749 möglich/ also so irgendwie die Begrenzung geben und sagen: Halt, bis daher  
750 und nicht weiter. Weil sonst eskaliert's wahrscheinlich, weil als junger/ ich mein,  
751 wir wissen's selbst, dass junge Leut, wenn irgendwas verboten wurde, hat  
752 man's versucht: Okay, zu umgehen. Was mach mer da? Aus einfach Jucks,  
753 Tollerei, oder auch, keine Ahnung, weil's lustig ist, und in den/ dem Zeitpunkt  
754 lustig, aber dann kommt mer drauf: Ah, hätt ich das dort lieber nicht gemacht,  
755 nicht gepostet.

756 **B5:** Also ich kann da aus der Praxis reden, also es ist extrem schwer, dass du a  
757 Kind ähm Laissez-faire in der Hinsicht äh erziehst. Du musst ganz konkret  
758 Regeln setzen, weil das Kind einfach äh sobald's das Medium in der Hand hat,  
759 das dockt sich aus. Ma muss ganz konkret, da san teilweise schon digitale  
760 Möglichkeiten vorhanden, dass du äh Zeiten vorgibst, wo das Handy  
761 funktioniert, und in den anderen Zeiten funktioniert's ned. Oder nach einer  
762 gewissen Nutzungsdauer, hat's jetzt wieder funktioniert, und ähm du kannst  
763 ganz konkret mitverfolgen, welche Apps installiert sich das Handy/ äh das Kind

764 am Handy, äh wie lang nutzt's welche App, und das muss man eindämmen.  
765 Man muss aber dabei transparent bleiben. Man muss dem Kind vermitteln, was  
766 kann dabei ausi kommen, wenn i solche Bilder ins Netz stell. Da muss man  
767 wirklich äh offenlegen und mit Beispiel kommen. Wenn i des gut einpass, und  
768 das ist dann, so wie vorher scho angesprochn, dann im/ am Server irgendwo,  
769 was kann da für Blödsinn ausi kommen? Ähm das Kind selber verfängt sich in  
770 dem Handy, in dem Smartphone. Das bleibt/ das übersieht die Zeit, das ist/ lebt  
771 in einer anderen Welt/ also das Mädal/ (.) d'sagst: Du hast zwei Stund am Tag,  
772 kannst das Handy nutzen. Das ist am Vormittag, hat's die zwei Stunden mit  
773 einer App/ ich weiß ned, TicToc, oder wie das heißt, da, was da/ wie hat das  
774 gheißen? Frieher hat'schon/ i weiß ned/ ned TicToc gheißen. Wart amal. Das/ das  
775 ist sofort zwei Stund am Handy gefangen. Und da ist das gut Beispiel, du musst  
776 so pass/ du kannst es nutzen, darfst es ned verliern, aber nur einen gewissen  
777 Zeitraum am Tag, das ist lang gnug. Wenn's das jetzt zwei Stund übern Tag  
778 verteilt nutzt, gut, aber andere Möglichkeiten bieten: Schau bitte, dass du noch  
779 Bücher liest, oder sonstiges. Weil sonst könnte auf di zukommen, dass du, ich  
780 weiß ned, verblödest/ oder die Strahlungen muast/ du musst di auf jeden Fall  
781 auseinandersetzn mit der Thematik.

782 **B3:** Aber komm, jetzt sitzt quasi das Kind da mit zwei Stunden Begrenzung halt  
783 rum, und die/ alle anderen Kinder sitzen am Handy. Und jetzt denkt's für sich  
784 selbst: Ah, scheiße, meine Eltern ham mir verboten nach zwei Stunden soll i  
785 aufhörn, und da bin ich der einzige Trottel quasi, der das Handy weglegt, und  
786 alle anderen spielen rum und machen irgendnen Blödsinn. Bin ich quasi in  
787 dieser Gruppe, in dieser Gruppierung quasi der Außenseiter. Obwohl ich an und  
788 für sich jetzt vom (.) Normalen gesehen her eigentlich ganz/ dort eher klar  
789 denke, weil die anderen verblöden am Handy, und ich bin der einzige  
790 Gescheite, aber der Dumme.

791 **B1:** Gibst dem Kind noch die Schnapskarten //mit, und dann kannst (unv.)

792 **B3:** Genau, und dann können sie dich// gleich abstempeln als // Opfer.

793 **B4:** Dann soll's die andern (lacht) so lang nerven, bis irgendwann einer //das  
794 Handy weglegt.

795 **B2:** Ja, seh ich ähnlich.// Ja.

796 **B1:** Es ist halt heutzutage oft gesehen einfacher das Reden einzustellen,  
797 wenns WLAN gibt. (Lachen)

798 **B2:** Also ich würd auch auf jeden Fall sagen, den Zugang zu Social Media  
799 erlauben, weil sie haben viele Vorteile. Den einen Aspekt, die  
800 Informationsgewinnung, und der breiten Informationsgewinnung, sei es auch  
801 ein Meinungsbild, damit ich eins gewinn, von einer gewissen Gruppierung ein  
802 anderes, aber auch das Aspekt, dass ich einfach viel einfacher/ weil wer  
803 verwendet heutzutage noch SMS? Fast niemand. Also (.) fast niemand.

804 **B3:** Ja.

805 **B2:** Leider stirbt auch aus die Telefonanrufe. Was aber eigentlich das ist, wo ich  
806 direkt agieren und reagieren kann. Aber das, was heutzutage jeder verwende/  
807 verwendet, was auch sinnvoll ist, sind diese ganzen Messenger-Dienste, weil  
808 sie einfach zu bedienen sind. Und ich kann wirklich, wenn ich soziale  
809 Freundschaften aufrecht erhalten will, und wenn ich wem mitteilen will, wie mein  
810 Tag war, und ich kann das halt nicht beim Abendessen, weil ich ihn trifft, kann  
811 ich das über Messenger-Dienste einfach machen. Ich schick ihm ein Foto, zwei  
812 Fotos mit zwei Bemerkungen: Wie war mein Urlaub? Er schickt mir das zurück.  
813 Wann treff mer uns wieder? Treff mer uns dort und dort? Oder er schickt mir  
814 nen Standpunkt, und ich komm sofort dorthin mit'm Navi, weiß, wo das ist, und  
815 man kann sich treffen. Also allein aufgrund dieser Vorteile würd ich's meinen  
816 Kindern auf jeden Fall zugänglich machen. Nur ich bleib dabei, so, wie bei  
817 meinen Vorrednern, äh das große Wort Aufklärung, und damit mein ich jetzt  
818 nicht Blume und (.) Biene, aber es muss genauso gemacht werden. Es/ es  
819 klingt zwar jetzt blöd, aber es muss gemacht werden. Wenn ich jetzt sag  
820 antiautoritär, ich drück dem das Handy in die Hand ohne Sperren oder  
821 irgendwas, dann stürzt er sich in eine Kostenfalle sicher, wie durch ein  
822 Computerspiel, weil er keine Ahnung hat, wie das funktioniert. Dann ist er auf  
823 anderen Seiten unterwegs, macht vielleicht einen Blödsinn, den er irgendwann  
824 mal bereut. Man muss da wirklich Aufklärung betreiben und aktiv erziehen als  
825 Erziehungsberechtigter. Und muss eben auch zeigen: Das hat es. Natürlich  
826 kann ich ihm zeigen: Das alles kannst du machen, es ist grenzenlos, nur, es  
827 muss Grenzen geben, sonst schadest du dir selbst. Und ich muss ebent einfach

828 erziehen von klein/ äh von Kindesbeinen an, selbstreflektiert darüber zu sein.  
829 Also ich darf ihm nicht sagen: Das nicht, das nicht, das nicht, sondern wirklich  
830 ihn anleiten zum Selbstnachdenken, dass er auch lernt: Was sind die  
831 Konsequenzen daraus? Weil erst, wenn er sieht, was gibt es für  
832 Konsequenzen? Durch meine Einschränkung oder sonstiges, was ich ihm  
833 vorgib, versteht er's auch. Weil wenn ich nur sag: Nein, darfst du nicht, ohne  
834 Erklärung, dann ist das ein Verbot, wie wir schon gesagt haben, er setzt sich  
835 drüber hinweg, und wenn ich ihm aber sag: In dem Bereich am Anfang  
836 eingeschränkt, aufgrund dieser Gründe, und ich führe das wirklich an und erkläre  
837 es ihm plausibel, dann wird er doch das zu schätzen wissen und dann auch das  
838 nur so weit nutzen, wie's sinnvoll ist, um nicht da in eine Falle zu kommen.  
839 Wichtig ist bei der Voraussetzung halt, dass ich als Elternteil eine  
840 funktionierende soziale Struktur habe, als Erziehung, also als Erziehungsautorität  
841 oder überhaupt als Eltern, weil sonst ist ja der Grund hinter Social Media, was  
842 oft passiert, äh ich entsage mich von meinen nahen sozialen, physischen  
843 Kontakten, und suche diese Erziehung, Meinungsbildung auf Social Medias, und  
844 das ist ja dann die Gefahr, die ich habe, dass ich dann entweder in diese Falle  
845 stürze, ich mache irgendwas Peinliches, werde verspottet von allen, und  
846 depressiv, und muss in Behandlung, oder begehe Selbstmord. Oder auch in dem  
847 Sinne einfach eine externe Person, diese Erziehung von mir übernimmt, und  
848 den vielleicht nicht nur Gedankengut sondern auch Handlungs- äh -maximen  
849 mitgibt, die gegen das Gesetz verstoßen, oder sonst etwas. Und da darf ich  
850 kein Laissez-Faire machen, sondern muss schon, wie die Vorredner gesagt haben,  
851 wirklich eine Erziehung betreiben aktiv, indem ich ihm Grenzen aufzeige, und ihn  
852 anleite das richtig zu verwenden. Was auch immer jetzt richtig sein mag.  
853 **B6:** (..) (räuspert sich) Ja, also was bei mir war, äh in meiner Jugend, jedes  
854 Mal, wenn ich nicht fernsehen durfte, habe ich mich nachher extrem auf das  
855 Fernsehen gefreut. Sonst bin ich immer hinterm Kasten gesessen oder was und habe's  
856 halt geschaut. Das war echt fad. Ja? Dann kam der Papa und sagt irgendwie so:  
857 „Deine Fernsehzeit ist aus.“ Ja? Ich habe mich jetzt so gefreut wieder auf das  
858 Fernsehen, ich habe's richtig wertschätzen gelernt. Ja? Ähm Verbote sind schwer  
859 (..) in dem Ganzen, weil die Kids werden immer irgendeinen Weg finden um die bo/

860 um die Verbote zu umgehen, irgendwo andere/ gibt es wieder andere  
861 Plattformen. Deswegen gibt's auch Snapchat, weil die Kids nicht auf Facebook  
862 sein wollten, wo ihre Eltern sind. Der Klassiker. Also äh es braucht  
863 Medienkompetenz, und da sind wir alle schlecht drauf, eigentlich, äh es braucht  
864 technische Konse/ äh Kompe/ Kompetenz, ich kann in meinem WLAN zu  
865 Hause, kann ich steuern: Auf welche Seiten dürfen die Leut, wann warn die  
866 dort, wieso warn die dort, was ham die dorten hin/ hingladn. Dann sag i: Pass  
867 auf, i merk du äh kannst mit YouPorn nicht um/ umgehn, zum 16-Jährigen, ja?  
868 Deswegen sperr ich's jetzt. Ja? Und wenn'st willst, mach i's dir am Samstag um  
869 zwei in der Früh auf, (Lachen) wenn'st von der Disko kommst und niemand  
870 gfoundn hast. So was wär's. Dass man wirklich da mit offenen Karten spielt und  
871 sagt: Pass auf, so und so, ich merk dein ver/ Verhalten wird a bisserl  
872 unnatürlich, und erst wenn wir diese ganzen äh Modi überhaupt amal  
873 durchschauen und können, ja, das ist ja TCP/IP. Wie funktioniert das? Wie  
874 kann ich/ kann ich einzelne Ports sperren, was machen die einzelnen Ports?  
875 Ja? Erst wenn diese Technik ja auch amal durchschaut ist, erst dann wird man  
876 die auch wirklich steuern können. Und dann kann man auch wirklich den  
877 Kindern sagen: Da nichts und dort nichts, und sonst/ sonst rennt das einfach  
878 unter dem Radar weiter.

879 **B4:** Ja.

880 **I:** Gut. Dann sag i no mal Danke für die Teilnahme, und wünsch euch noch en  
881 schönen Tag.

882 **B5:** Danke.

883 **B2:** Danke. (Durcheinanderreden)

### 7.3 Abstract

Diese Magisterarbeit beschäftigt sich mit der aktuellen Bedeutung von virtuellen Freundschaften in sozialen Netzwerken. Als Ausgangspunkt dieser Arbeit wurde die Annahme des integrativen Konzepts der Kommunikationswissenschaft von Siegfried J. Schmidt herangezogen. Die zusätzliche theoretische Einbettung erfolgte anhand des Konstruktivismus und des Lebensweltkonzepts von Alfred Schütz und Thomas Luckmann. Unter der Annahme, dass Kommunikation demnach grundsätzlich ein diskursgebundener Begriff ist, der von den jeweiligen Konzepten der Zeit und Tradition abhängig ist, werden die folgenden forschungsleitenden Fragen formuliert: Wie wird die Plattform Facebook von österreichischen Nutzerinnen und Nutzern aktuell verwendet? Hierfür werden zusätzlich die Unterpunkte der Angebotspräferenzen und unterschiedliche Nutzungsmuster zwischen Facebook, Instagram, WhatsApp und Snapchat hinterfragt. Welche Indikatoren sehen Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer für persönliche und virtuelle Freundschaften – welche Konzepte und Typen sind erkennbar? Inwiefern existieren Unterschiede in der Befriedigung des Kommunikationsbedürfnisses durch die Nutzung von sozialen Onlineplattformen im Vergleich zu interpersoneller Kommunikation? Inwiefern bestehen unterschiedliche Lebenszusammenhänge der befragten Nutzerinnen und Nutzer und welche Rollen spielen diese für das individuelle Freundschaftsverständnis? In einer letzten Forschungsfrage wird beleuchtet, inwiefern sich Definitionen von Medienkompetenz und eines vernünftigen Gebrauchs von sozialen Medien altersbedingt unterscheiden. Zur Beantwortung der Fragen werden nach einer ausführlichen Literaturstudie und der zusammenfassenden Erörterung von aktuellen Untersuchungen zwei Fokusgruppeninterviews dargestellt. Nachdem bereits in vergangenen Studien altersspezifische Unterschiede im Nutzerverhalten bei sozialen Medien festgestellt werden konnten, wurden die beiden Fokusgruppen explizit unter Berücksichtigung der Faktoren des aktuellen Studiums und der Berufstätigkeit zusammengestellt. In der anschließenden Auswertung mithilfe der dokumentarischen Methode von Ralph Bohnsack treten folgende konkrete Erkenntnisse zutage: Im Laufe der Zeit haben sich im Themenbereich der Freundschaft unterschiedliche Definitionen und

Begriffsansichten entwickelt und verbreitet. Innerhalb der letzten zehn Jahre konnte eine Trendwende im Nutzungsverhalten und den Nutzungsmotiven von sozialen Plattformen und Apps festgestellt werden. Nutzerinnen und Nutzer differenzieren zunehmend zwischen virtuellen und realen Freundschaften. Während in den Studienergebnissen Frauen und Männer angaben, dass das Löschen von Facebook-Freundinnen und Facebook-Freunden nur mehr ein reiner Akt der Datenbankpflege sei, sehen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fokusgruppeninterviews Freundschaften auf sozialen Netzwerken lediglich als Kontaktpflege mit weiten Bekannten an. Die Userinnen und User von sozialen Medien erkennen den zunehmend kommerziellen Charakter von virtuellen Freundschaften und ziehen sich aus diesem Grund in kleiner organisierte Gruppen zurück. Die Fokusgruppeninterviews zeigen zudem einen gesellschaftspolitischen Wandel und eine wachsende Schnelllebigkeit in Verbindung mit einem allgemeinen Wertewandel. Diese würde durch die ebenfalls schnelllebigen virtuellen Kontakte und Freundschaftstypen auf sozialen Netzwerken zusätzlich verstärkt. Die berufstätigen Fokusgruppenteilnehmerinnen und Fokusgruppenteilnehmer erkennen hier eine dauerhafte Abwertung des ursprünglichen Freundschaftsbegriffes und der Wertigkeit von Freundschaften an sich. Die Studentinnen und Studenten äußern sich hierzu im Rahmen der Diskussion nicht, erkennen jedoch anhand ihres eigenen veränderten Nutzungsverhaltens einen altersbedingten Wandel bei der Bedeutung von sozialen Medien. Hass im Netz, insbesondere in sozialen Netzwerken und innerhalb von virtuellen Freundschaften, ist ein zentrales Thema in der heutigen Gesellschaft und sollte aktiv in der Öffentlichkeit diskutiert werden. Anonymität und das Absinken der Hemmschwelle werden hier als Hauptgründe für wachsende Hass- und Neidtendenzen genannt. Die durchgeführten Fokusgruppeninterviews beleuchten die Fragestellung, wie der vernünftige Gebrauch von sozialen Medien vermittelt werden kann. Entscheidende Faktoren sind ein hinreichendes Medienwissen der eigenen Person und Aufklärung. Technische Kompetenzen sind zusätzliche Faktoren, die nötig sind, um soziale Medien auf Dauer in einer vernünftigen Art und Weise verwenden zu können.