



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der wissenschaftlichen Arbeit

„Veränderungen in der Qualitätsstruktur von  
Freundschaftsnetzwerken sowie der Definition von  
Freundschaft durch die Nutzung  
Sozialer Netzwerk Seiten“

Verfasserin

Iris Enz, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juni 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066/ 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin:

PD Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker



## **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich diese Diplomarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Außerdem habe ich dieses Magisterarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland (einem/-r BeurteilerIn zur Begutachtung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Wien, am 10. Juni 2010

Iris Enz



## **Danksagung**

*Ein ganz herzlicher Dank geht vorerst an meine Familie,  
besonders an meine Eltern  
Isabella Sodoma-Enz und Stefan Enz  
und an meine zwei Omas,  
die mich alle während meines Studiums emotional und finanziell unterstützt haben.*

*Außerdem möchte ich meinem lieben Freund Sebastian,  
meiner Kusine Julia  
und all meinen Mädels danken,  
die mich immer motivierten, unterstützten und für lustige Abwechslung sorgten,  
wenn sie nötig war.*

*Danke auch an meine Betreuerin,  
PD Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker,  
die mir immer wieder hilfreiche Gedankenanstöße für diese Arbeit gab.*

*Und last but not least,  
ein großes Dankeschön an alle Probanden  
für die interessanten Interviews.*



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>I. THEORIE</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Freundschaftsbegriff: Definition, Funktionen, Indikatoren</b> .....	<b>5</b>
2.1 Soziologische Sichtweisen.....	7
2.1.1 Historischer Abriss des Freundschaftsbegriffes.....	7
2.1.2 Das Konzept der weak und strong ties .....	12
2.1.3 Multidimensionalität und Dynamik von Beziehungen.....	15
2.1.4 Soziales Kapital.....	17
2.2 Sozialpsychologische Perspektiven - Beziehungstheorien.....	19
2.2.1 Bindungstheorien .....	19
2.2.2 Austauschtheoretische Ansätze und Gleichgewichtstheorie.....	20
2.2.3 Soziale Beziehung als Basis von Freundschaft .....	25
<b>3. Soziale Netzwerke</b> .....	<b>26</b>
3.1 Systemtheoretische Ansätze .....	26
3.2 Netzwerkansatz als Erweiterung der systemischen Ansätze.....	28
3.3 Netzwerke und Internet.....	32
3.3.1 Networked Individualism .....	32
<b>4. Soziale Beziehungen im Internet</b> .....	<b>37</b>
4.1 Computervermittelte Kommunikation.....	37
4.1.1 Theorien der computervermittelten Kommunikation .....	38
4.2 Auswirkungen und Effekte von Internetnutzung auf soziale Beziehungen .....	42
4.2.1 Substitutionshypothese .....	42
4.2.2 Stimulationshypothese .....	43
4.2.3 Rich-Get-Richer-Hypothese .....	45

4.2.4	Hypothese der sozialen Kompensation.....	45
4.2.5	Hypothese der durch das Internet verstärkten Selbstoffenbarung.....	46
4.2.6	Netzmedien und soziale Beziehungen.....	48
4.2.7	Veränderung bestehender sozialer Beziehungen durch Internet-Nutzung	50
<b>5.</b>	<b>Soziale Netzwerk Seiten.....</b>	<b>51</b>
5.1	Web 2.0.....	51
5.2	Definition und Entstehung von SNS.....	54
5.1	Bisherige Forschungen zu SNS.....	61
<b>II.</b>	<b>EMPIRIE.....</b>	<b>69</b>
<b>6.</b>	<b>Forschungsfragen und Thesen.....</b>	<b>70</b>
<b>7.</b>	<b>Methode.....</b>	<b>72</b>
7.1	Erhebungsmethode.....	72
7.1.1	Die qualitative Netzwerkanalyse.....	72
7.1.2	Das Leitfadeninterview.....	75
7.2	Sample.....	77
7.3	Auswertungsmethode.....	78
<b>8.</b>	<b>Durchführung.....</b>	<b>80</b>
<b>9.</b>	<b>Ergebnisse.....</b>	<b>83</b>
9.1	Netzwerkkarten und standardisierter Fragenblock.....	84
9.2	Interviewauswertung.....	90
9.2.1	Allgemeines zu SNS.....	90
9.2.1.1	Motive der SNS-Nutzung.....	90
9.2.1.2	Uninformiert/ ausgeschlossen ohne SNS.....	91
9.2.1.3	Nutzungsbedingungen/ Diskurs über Privatsphäre.....	92

9.2.2	Kommunikation in SNS .....	92
9.2.2.1	Nutzung von und Meinung über Kommunikationsmöglichkeiten .....	92
9.2.2.2	Unterschiede der Kommunikationsqualität sowie der Kommunikationsmittel zwischen „strong ties“ und „weak ties“ .....	95
9.2.2.3	Kommunikationspartner in SNS .....	96
9.2.2.4	Veränderung des Kommunikationsverhaltens und der Kommunikationsmittel .....	96
9.2.2.5	Kontakthäufigkeit/ Quantität .....	96
9.2.3	Qualitäten und Quantitäten von Information auf SNS .....	98
9.2.3.1	Informationen über Freunde .....	98
9.2.3.2	Informationen durch Freunde/ soziales Kapital .....	99
9.2.3.3	Übersättigung/ Reizüberflutung .....	99
9.2.4	Freunde und SNS .....	100
9.2.4.1	Freundeslisten/ Privatsphäre .....	100
9.2.4.2	Entwicklung und Bewertung von Online-Kontakten .....	100
9.2.4.3	Qualität der Freundschaften .....	102
9.2.4.4	Selbstoffenbarung .....	105
9.2.4.5	Wechselwirkung von Online- und Offline-Gesprächen .....	107
9.2.4.6	Reziprozität .....	107
9.2.4.7	„Awareness“ (wissen, was der andere tut) .....	109
9.2.4.8	Freundschaftsbegriff .....	110
9.3	Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf die Forschungsfragen und Thesen ..	112
<b>10.</b>	<b>Diskussion und Ausblick .....</b>	<b>117</b>
<b>11.</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>125</b>
<b>12.</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>133</b>

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Ressourcenmodell nach Foa und Foa .....	24
Abbildung 2: The Internet-enhanced self-disclosure hypothesis .....	48
Abbildung 3: Typologie von Web-Technologien .....	52
Abbildung 4: Zeitlinie der Einführungsdaten der meisten großen SNS .....	59
Abbildung 5: Mögliche Veränderungen in der Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes durch SNS-Nutzung .....	71
Abbildung 6: Beispiel Netzwerkkarte Befragter L .....	81
Abbildung 7: Beispiel für Fragenerhebung mittels VennMaker .....	82
Abbildung 8: Intensität der SNS-Nutzung.....	85
Abbildung 9: überwiegende Kommunikationsart mit Freunden.....	88
Abbildung 10: Kreisposition der genannten Freunde der Befragten .....	89
Abbildung 7: Beispiel für Fragenerhebung mittels VennMaker .....	136

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Daten der Interviewpartner .....	84
Tabelle 2: Allgemeiner Kontakt zu engen Freunden .....	85
Tabelle 3: SNS-Kontakt zu engen Freunden.....	85
Tabelle 4: Allgemeiner Kontakt zu nicht engen Freunden.....	86
Tabelle 5: SNS Kontakt zu nicht engen Freunden .....	86

# 1. Einleitung

*“If you’re not on MySpace, you don’t exist” - Skyler, 18<sup>1</sup>*

An Aussagen wie diesen wird deutlich, welchen Stellenwert Soziale Netzwerk Seiten (SNS) vor allem im Leben von Jugendlichen und Adoleszenten haben. Den MySpace-Boom 2004 toppte die nun international beliebteste Plattform Facebook, welcher derzeit schon über 400 Millionen aktive User angehören.<sup>2</sup> In Österreich steht diese SNS gleich nach Google auf dem zweitem Platz der am meist besuchten Seiten im Internet.<sup>3</sup> Aufgrund der Faszination, die SNS vor allem auf Teens und Twens ausübt, und ihrer steigenden Nutzung, beschäftigen sich auch unterschiedliche sozialwissenschaftliche Disziplinen immer mehr mit diesem Phänomen. Untersuchungen befassen sich mit den Motiven der SNS Nutzung (vgl. Joinson 2008, Raacke & Bonds-Raacke 2008, Lampe et al. 2006), dem Kommunikationsverhalten auf diesen Seiten (vgl. Haythorhwaite 2005), Datenschutz und Implikationen für die Privatsphäre (vgl. Debatin et al. 2009, Fuchs 2009, Raynes-Goldie 2010), sozialem Kapital durch SNS-Nutzung (vgl. Steinfield et al. 2008, Valenzuela et al. 2009, Williams 2006), der Identitätskonstruktion (vgl. Boyd 2006), psychosozialen Faktoren wie Lebenszufriedenheit und Selbstbewusstsein und sozialen Bindungen (vgl. Lee 2009, Valkenburg & Peter 2007a und 2009) und auch Freundschaftsbeziehungen z.B. deren Qualität im On- und Offline-Vergleich (vgl. Chan 2004, Valkenburg & Peter 2007b, Döring 2008, Vitak 2008).

Einig sind sich die Forscher<sup>4</sup> darin, dass Soziale Netzwerk Seiten Einfluss auf unser Kommunikationsverhalten, unsere Selbst- und Fremdeinschätzung und die Konstitution unserer Netzwerke haben. Döring meint, diese neue digitale Form sozialer Kommunikation schafft neue Indikatoren und Normen für beziehungsbezogenes Engagement (vgl. Döring 2003: 429).

---

<sup>1</sup> Aussage Online gestellt von Kathy Sierra, Skylers Mutter auf: [http://headrush.typepad.com/creating\\_passionate\\_users/2006/03/ultrafast\\_relea.html](http://headrush.typepad.com/creating_passionate_users/2006/03/ultrafast_relea.html), 20.5.10, 16:30.

<sup>2</sup> vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>, 02.03.10, 16:00

<sup>3</sup> vgl. <http://www.alexa.com/topsites/countries/AT>, 04.03.10, 09:00.

<sup>4</sup> In dieser Magisterarbeit werden zugunsten einer besseren Lesbarkeit nur die männlichen Ausdrucksformen verwendet, die jedoch selbstverständlich für beide Geschlechter gelten.

Joinsons (2008) Untersuchung über die Motive des Facebook-Gebrauchs zeigten, dass User SNS vor allem dafür nutzen, um mit Freunden *in Kontakt zu bleiben* und dass *soziale Überwachung* des eigenen sozialen Netzwerkes für sie eine Rolle spielt. Joinson sah in den Ergebnissen seiner Facebook-Studie den Wunsch der User nach immerwährendem, konstantem Kontakt reflektiert. Also werden SNS eher dafür verwendet, existierende soziale Netzwerke zu erhalten als neue zu kreieren.

Da über Soziale Netzwerk Seiten hauptsächlich mit bereits vorhandenen Freunden kommuniziert wird, soll in dieser Arbeit der Frage nachgegangen werden, wie die SNS-Nutzung diese Freundschaftsbeziehungen beeinflusst. Bisherige Studien befassen sich zwar mit der Auswirkung der Online-Kommunikation auf die empfundene Nähe zu Freunden und auf die Qualitätssteigerung der Freundschaften (vgl. Valkenburg & Peter 2007b, 2009) oder ob SNS auch der Entwicklung starker Bindungen dienen. Es fehlt jedoch eine umfassende Analyse der Auswirkung der SNS-Nutzung auf Qualitätsveränderungen der Beziehungen innerhalb eines sozialen Freundschaftsnetzwerkes von Usern, sowie deren Definition von Freundschaft. Deswegen soll in dieser Arbeit untersucht werden, ob es durch vermehrten Online-Kontakt und der Möglichkeit der sozialen Überwachung zu Verschiebungen im Freundschaftsnetzwerk in dem Sinne kommt, dass starke Bindungen vertieft werden und schwache Bindungen wiederbelebt, aufrechterhalten oder vertieft werden. Außerdem stellt sich die Frage, ob sich durch SNS unterstützte Beziehungen zu nicht in SNS vorhandenen Freundschaftsbeziehungen hinsichtlich Kontakthäufigkeit und empfundener Nähe unterscheiden. Ergibt sich weiter durch die technologisch induzierten neuen Kommunikationsmöglichkeiten in SNS ein neues Verständnis von Freundschaft, in dem Quantität, beschleunigte Reziprozität und Kenntnis der Aktionen der Freunde zu Definitionskriterien werden?

Soziale Netzwerk Seiten sind eine von vielen Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten neuer Medien, die die „Interaktionslandschaft“ gravierend und nachhaltig revolutioniert haben. Die Möglichkeiten losgelöst von der physischen Präsenz virtuell in Kontakt zu bleiben, steigen rasant an und werden in unserer schnelllebigen Zeit immer wichtiger und somit ein integrativer Bestandteil unseres sozialen Alltagslebens. Studien über die daraus folgenden Implikationen sind sowohl für die Kommunikationswissenschaft, als auch für andere Sozialwissenschaften und das Leben und die Beziehungen jedes Einzelnen unabdingbar.

Diese Magisterarbeit bezieht sich auf Freundesnetzwerke (z.B. Facebook, StudiVZ, My Space) und nicht auf professionelle Netzwerke (LinkedIn, Xing) (vgl. Röhl 2010: 209). In diesem Rahmen werden mittels Leitfrageninterviews die subjektiven Beurteilungen bezüglich der Qualität der Freundschaften und die vorhandene Definition von Freundschaft erhoben. Zusätzlich soll der Einsatz von Netzwerkkarten helfen, die Freundschaftnetzwerke der Probanden und die empfundene Nähe zu Freunden zu visualisieren. Die Analyse von Veränderungen des Freundschaftsbegriffes durch die SNS-Nutzung wäre nur mit einer Längsschnittuntersuchung möglich. Die hier eingesetzte Befragungsmethode kann die subjektive Einschätzung möglicher Implikationen und die momentan vorherrschende Definition von Freundschaft erheben.

Anfangs werden im 2. Kapitel Definitionen, Funktionen und Indikatoren des Freundschaftsbegriffes erläutert, um den Untersuchungsgegenstand in seiner Komplexität erkennen zu können. Es folgen unter 2.1 zuerst soziologische Sichtweisen von Freundschaft, zu denen von Wiese, Simmel und Weber den Grundstein legten. Danach wird auf das Konzept der weak und der strong ties von Granovetter (1983) und Diewald (1991), dessen Kritik und der Multidimensionalität von Beziehungen von White (1992) eingegangen. Darauf folgt eine Erklärung des Begriffes des sozialen Kapitals und dessen Bedeutung. In Kapitel 2.2 werden sozialpsychologische Perspektiven des Freundschaftsbegriffes, zu denen Bindungs-, Austausch- und Gleichgewichtstheorien zählen, genauso wie der Begriff der sozialen Beziehung als Basis von Freundschaft aufgezeigt.

Kapitel 3 beschäftigt sich mit sozialen Netzwerken, deren Verankerung in systemtheoretischen Ansätzen bis zu deren Erweiterung in den sogenannten Netzwerkansatz, bei dem u.a. White, Granovetter und Wellman eine Rolle spielen. In 3.3 erfolgt ein Brückenschlag von Netzwerken zum Internet, worin beschrieben wird, welche Implikationen der Cyberspace auf die Vernetzung von Individuen und auf den gesellschaftlichen Wandel hat.

Das 4. Kapitel handelt von sozialen Beziehungen und zwischenmenschlicher Kommunikation im Internet. Computervermittelte Kommunikation (CVK) und dazugehörige Theorien, wie die der sozialen Präsenz von Short, Williams & Christie (1976), die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung von Walther (1992) und das Konzept der „Connected Presence“ von Licoppe (2004) werden hier erläutert. Danach erfolgt eine Skizze bisheriger Studien zu Effekten der Internetnutzung auf soziale

Beziehungen und somit der Substitutions-, Stimations-, Rich-Get-Richer-Hypothese, der Hypothese der sozialen Kompensation und der Hypothese der durch das Internet verstärkten Selbstoffenbarung. Auch auf den Zusammenhang zwischen Netzmedien und sozialen Beziehungen wird eingegangen.

Das letzte, 5. Kapitel des Theorieteils wird Sozialen Netzwerk Seiten, deren Entstehung und Bedeutung im Web 2.0 und der in SNS vorhandenen Kommunikationsmöglichkeiten gewidmet. Es erfolgt auch eine Zusammenfassung bisheriger Forschungen zu SNS.

Mit Kapitel 6 beginnt der Empirie-Teil dieser Arbeit mit den Forschungsfragen und Thesen, die die Untersuchung anleiten, gefolgt von Kapitel 7 mit der Erläuterung der Erhebungs- und Auswertungsmethode, sowie der Stichprobenauswahl und der Durchführung der Studie.

In Kapitel 9 werden dann die Ergebnisse der Studie präsentiert. Zuerst erfolgt die Auswertung und Interpretation der Netzwerkkarten und der standardisierten Fragen, wonach die Kategorien der Interviewauswertung aufgezeigt werden. Schlussendlich werden dann die Ergebnisse in Hinblick auf die Forschungsfragen und Thesen interpretiert und neue Thesen generiert.

Im letzten und 10. Kapitel werden abschließend die Untersuchungsergebnisse nochmals diskutiert und reflektiert, offene Fragen aufgeworfen und weitere Forschungsmöglichkeiten aufgezeigt.

# I. THEORIE

## 2. Freundschaftsbegriff: Definition, Funktionen, Indikatoren

Freundschaft ist ein sehr weit gefasster, nicht klar abgegrenzter Begriff. Aufgrund der Komplexität des Begriffes, gibt es eine große Bandbreite an unterschiedlichen Definitionen. Soziologen wie Luhmann, Tönnies, Simmel und von Wiese haben sich meist nur am Rande ihrer Arbeiten mit Freundschaft beschäftigt. Mehr Beachtung findet sie in der Sozialpsychologie (vgl. Härtwig 2004). Im Folgenden werden einige Definitionen von Freundschaften angeführt, um einen Überblick über versuchte Begriffsbestimmungen zu erlangen und mögliche gemeinsame Elemente herauszustellen.

Auhagen schlägt folgende Definition von Freundschaft (unter Erwachsenen) vor:

„Freundschaft ist eine *dyadische, persönliche, informelle* Sozialbeziehung. Die beiden daran beteiligten Menschen werden als Freunde bezeichnet. Die Existenz der Freundschaft beruht auf **Gegenseitigkeit**, sie besitzt für jeden der Freunde einen Wert, welcher unterschiedlich starkes Gewicht hat und aus verschiedenen inhaltlichen Elementen zusammengesetzt sein kann. Freundschaft wird zudem durch vier weitere Kriterien charakterisiert: 1. *Freiwilligkeit* [...], 2. *Zeitliche Ausdehnung* [...] 3. *Keine offene Sexualität*.“ (Auhagen 1991: 17)

Kolip hält den Begriff Freundschaft etwas offener, da er an Auhagens Definition die Beschränkung auf informelle Beziehungen kritisiert. Sie definiert Freundschaften „als freiwillige Zusammenschlüsse zwischen Menschen beiderlei Geschlechts, die auf wechselseitiger Intimität und emotionaler Verbundenheit begründet sind.“ (Kolip 1993: 82)

Da es unterschiedliche Definitionen und somit Spielräume gibt, was nun als Freundschaft zu sehen ist und was sie auszeichnet, ist es eine Herausforderung, die Qualität von Freundschaftsbeziehungen zu messen. Einige Autoren versuchten Kriterien zur empirischen Erfassung der Qualität sozialer Beziehungen aufzustellen. Im Folgenden findet sich eine Zusammenstellung von Indikatoren diverser Autoren:

- *Interdependenz/ Wechselseitigkeit*: Hier geht es darum, dass Freunde sich auf einander verlassen können und oft gegenseitig ihre jeweiligen Gefühle hinsichtlich der Themen, mit denen sie sich beschäftigen, beeinflussen (vgl. Parks & Roberts 1997).
- *Vertrauen* (Davis 1985; Buhrmester 1990)

- *Weite/ Multiplexität*: Dieser Indikator bezeichnet das Vorhandensein einer Vielfalt gemeinsamer Interessen und Aktivitäten und misst, ob die Kommunikation zwischen Freunden viele verschiedene Themen umfasst (vgl. Parks & Roberts 1997; Diewald 1991).
- *Tiefe und Nähe/ Confiding*: Dieser Indikator ist dann vorhanden, wenn die Person zustimmt der anderen Person normalerweise genau zu sagen, wie sie sich fühlt, oder sie ihr in fast jeder Hinsicht vertrauen kann, sodass sie auch intime, persönliche Dinge vom anderen weiß. Außerdem geht es hier um gegenseitiges Verständnis, wenn der andere beispielsweise wegen etwas wütend ist (vgl. Parks & Roberts 1997; Valkenburg & Peter 2007b; Davis 1985; Diewald 1991; Lee 2009; Buhrmester 1990).
- *Code Austausch*: Dieser Indikator wird mit Aussagen umschrieben wie: „Wir können beide zwischen den Zeilen der Botschaften des anderen lesen, um zu wissen, was wirklich in ihm/ihr vorgeht.“, „Wir benutzen private Signale in unserer Kommunikation, die Außenstehende nicht verstehen würden.“ und „Wir haben spezielle Spitznamen, die nur wir untereinander benutzen.“ (vgl. Parks & Roberts 1997)
- *Verständnis (Understanding)*: Hier geht es um das Verständnis bzw. Einschätzungsvermögen der Einstellungen der anderen Person (vgl. Parks & Roberts 1997; Davis 1985).
- *Commitment/ Engagement*: Die Qualität einer Freundschaft erkennt man weiters an der subjektiven Wichtigkeit der Beziehung, dem Grad des Engagements, das man in die Aufrechterhaltung der Beziehung steckt, sowie an dem Glauben an ihre Dauerhaftigkeit und der Zufriedenheit in der Beziehung (vgl. Parks & Roberts 1997; Diewald 1991; Davis 1985; Buhrmeister 1990).
- *Netzwerk Konvergenz/ Dichte*: Hier wird zwischen Online und Offline-Konvergenz unterschieden: Die Dichte des Online-Netzwerkes ist mit Aussagen wie „Wir kontaktieren eine große Anzahl gleicher Leute im Netz.“ messbar. Offline-Netzwerk-Konvergenz wird durch die Befürwortung folgender Aussagen gemessen: „Wir haben uns gegenseitig Arbeits-/ Schulkollegen vorgestellt.“, „Wir haben uns gegenseitig Freunde/ Familie vorgestellt.“, „Diese Person und ich kennen dieselben Leute Offline bzw. im Real Life.“ (vgl. Parks & Roberts 1997)

- *Unterstützung/ Mutual Assistance*: Gute Freunde bieten meistens emotionale Unterstützung bzw. Hilfe bei persönlichen Problemen. Auch instrumentelle Hilfeleistungen zeichnen Freundschaften aus wie z.B. Hilfe bei Hausarbeiten, im Haushalt, Umzug usw. Freunde stehen einander sozusagen bei, besonders in schlechten Zeiten (vgl. Buhrmester 1990; Davis 1985; Lee 2009).
- *Akzeptanz* (Davis 1985)
- *Enjoyment/ Spaß* (vgl. Davis 1985)
- *Respekt* (Davis 1985)
- *Spontanität*: Ein weiteres Qualitätskriterium von Freundschaft ist, dass sich jeder frei in der Beziehung fühlt und sich so geben kann, wie er wirklich ist (vgl. Davis 1985).

## 2.1 Soziologische Sichtweisen

### 2.1.1 Historischer Abriss des Freundschaftsbegriffes

Inwieweit ist Freundschaft ein soziologisches Thema? Soziologie beschäftigt sich im Allgemeinen mit der Konstitution der Gesellschaft, ihrer Entstehung und Entwicklung und ihrer Funktion. Nach **von Wiese** kommt es für die Soziologen darauf an, das Wesen und Leben sozialer Gebilde aus den systematisierten, sozialen Prozessen zu verstehen. Die Soziologie beschäftige sich außerdem nicht nur mit den Problemen von Menschenmengen (Massen, Gruppen), sondern richtet ihre Aufmerksamkeit auch auf die kleinsten sozialen Gebilde: Zweiergruppen oder Paare (vgl. von Wiese 1955: 462f).

„Die Meinung, die Lehre vom Paare könne man der (Individual-) Psychologie überlassen, ist falsch; denn uns beschäftigt in ihr ja gerade das Problem, wie durch Beziehungen des einen Menschen zum anderen jeder von beiden veranlasst wird, sich anders zu verhalten, als wenn er bloß sich selbst (und seiner eigenen Seele) überlassen wäre.“ (von Wiese 1955: 463)

Weiters meint von Wiese, wenn man einen bestimmten Einzelmenschen verstehen will, muss man auch wissen, in welchen Paarverhältnissen und unter welchen Paareinflüssen er steht (vgl. von Wiese 1955: 463). Von Wiese unterscheidet zwischen typischen (eigentlichen) und atypischen (abgeleiteten) Paaren. Zu den ersten gehören Geschlechts-, Generations- und Freundschaftspaare. Kennzeichnend für das Paarverhältnis ist eine wichtige Wesenszüge beider erfassende Verbundenheit, eine gewisse zeitliche Dauer und somit eine Mehrzahl sozialer Prozesse, die zwischen den

beiden ablaufen. Ähnlich wie White (1992) zwischen unterschiedlichen Arten von Bezügen unterscheidet („*types of ties*“), spricht von Wiese von einer Abstufung der Zweierverhältnisse durch die Stärke ihrer Verbundenheit. Mit der Abschwächung des Stärkegrades geht eine Verringerung der Erkennbarkeit der Paarmederkmale einher (vgl. von Wiese 1955: 464f). Außerdem ist die Zweiergruppe diejenige unter allen sozialen Gebilden, die am meisten der Individualität Spielraum gewährt, da es ihre Funktion ist, das Allgemein-Menschliche und somit das Intime zur Geltung zu bringen (vgl. von Wiese 1955: 466). Diese Abhängigkeit des Wesens der Zweiergruppe von der Individualität zeigt sich am deutlichsten beim Freundschaftspaar. Freundschaften können nicht durch von außen auf sie einwirkende Kollektivkräfte wie gesellschaftliche Autoritäten vorgeschrieben und geregelt werden und unterliegen somit keinerlei Zwang. „Wovon ist dann Ablauf, Stärke, Äußerungsform und Leistung der Freundschaft abhängig? Von dem, was die Freunde kraft ihrer Individualität daraus machen.“ (von Wiese 1955: 468)

Von Wiese bringt Freundschaften auch mit gesellschaftlicher Differenzierung in modernen Gesellschaften in Zusammenhang:

„Je einfacher, undifferenzierter und als Individualitäten unentwickelter die Menschen sind, desto selbstverständlicher und reibungsloser ist das Leben zu Paaren. Mit zunehmender Kulturzersplitterung und dem Anwachsen der Unterschiede von Mensch zu Mensch wird die Zweiergruppe immer problematischer.“ (von Wiese 1955: 471)

**Simmel** behandelt das Thema Freundschaften in Zusammenhang mit Diskretion und Geheimnis, mit dem aufrichtigen Sich-Offenbaren und dem lügenhaften Sich-Verbergen, wobei er diese Prozesse als fundamental für den Verkehr zwischen Menschen sieht. Die gemeinsame Basis einer Beziehung besteht demnach nicht nur daraus, was der eine und der andere weiß, sondern auch darin, was nur der eine, der andere aber nicht weiß. Die Dualistik in der sozialisierende Kräfte wie Eintracht, Harmonie und Zusammenhalt von Distanz, Konkurrenz und Repulsion durchbrochen werden, ist notwendig, um die wirkliche Konfiguration der Gesellschaft zu ergeben (vgl. Simmel 1992: 388-391).

„Das Wissen umeinander, das die Beziehung positiv bedingt, tut dies doch nicht schon für sich allein – sondern, wie sie nun einmal sind, setzen sie ebenso ein gewisses Nichtwissen, ein freilich unermeßlich wechselndes Maß gegenseitiger Verborgenheit voraus.“ (Simmel 1992: 391)

In diesem Rahmen sieht er Freundschaften als Verhältnis, das sich, zumindest ihrer Idee nach, auf der ganzen Bandbreite der Persönlichkeiten aufbaut und sich durch

absolute seelische Vertrautheit auszeichnet. Im Unterschied zur Liebe, die durch einseitige Zuspitzung auf ein Element (die Sinnlichkeit) gekennzeichnet ist, vermag es die Freundschaft den ganzen Menschen mit dem ganzen Menschen zu verbinden und die Verslossenheiten der Seele in breiterem Umfang und längerem Nacheinander zu lösen (vgl. Simmel 1992: 400). Kurz gesagt: Freundschaft ist das längerfristig und nachhaltig in absoluter seelischer Vertrautheit stattfindende Aufeinandertreffen zweier ganzer Persönlichkeiten.

Mit der wachsenden Differenzierung der Menschen sieht Simmel jedoch diese völlige Vertrautheit als schwieriger und somit schwindend an. Die moderne Gefühlsweise neigt demnach zu *differenzierten Freundschaften*, die ihr Gebiet nur an einer Seite der Persönlichkeit haben und in die andere Seiten nicht hineinspielen. So können wir mit einem Menschen durch geistige Gemeinsamkeit verbunden sein, mit einem anderen aufgrund religiöser Impulse und mit wieder einem anderen durch gemeinsame Erlebnisse. Diese differenzierten Freundschaften stellen hinsichtlich der Frage des Sich-Offenbarens und Sich-Verschweigens eine völlig eigenartige Synthese dar (vgl. Simmel 1992: 401):

„[...] sie fordern, daß die Freunde gegenseitig nicht in die Interessens- und Gefühlsgebiete hineinschauen, die nun einmal nicht in die Beziehung eingeschlossen sind und deren Berührung die Grenze des gegenseitigen Sich-Verstehens schmerzlich fühlbar machen würde.“ (Simmel 1992: 401f)

Trotzdem diese Beziehung begrenzt und von Diskretionen umgeben ist, kann sie aus dem Zentrum der ganzen Persönlichkeit kommen und führt zu derselben Gemühtiefe und derselben Opferwilligkeit, wie das bei undifferenzierten Personen der Fall ist (vgl. Simmel 1992: 402).

Man könnte behaupten, Soziale Netzwerk Seiten fördern und ermöglichen solche differenzierten Beziehungen beispielsweise durch die Bildung von Gruppen zu Studienzwecken, Musik, Freizeitvergnügen etc. Es stellt sich die Frage, ob durch die SNS-Nutzung diese differenzierten Interessen vertieft werden oder vielleicht sogar auf andere „Seiten der Persönlichkeit“ übergreifen. Beides hätte möglicherweise Auswirkung auf die Vertrautheit und die Qualität der Freundschaftsbeziehung.

Im Sinne der verstehenden Soziologie begreift **Weber** das Soziale aus den Handlungen heraus. Unter sozialer Beziehung versteht er aufeinander gegenseitig eingestelltes und dadurch orientiertes Sichverhalten mehrerer. Die soziale Beziehung besteht ausschließlich aus der Chance, dass in einer angebbaren Art sozial gehandelt

wird: Selbst wenn ein soziales Gebilde wie beispielsweise die Ehe besteht, ist dies allein noch keine soziale Beziehung; dies ist erst der Fall, wenn sozial gehandelt wird. Selten legen zwei Beziehungspartner den gleichen Sinngehalt in die Beziehung – die Beziehung ist somit nicht gegenseitig sondern aufgrund des verschiedenen Sinngehalts objektiv einseitig. Sie wird dann objektiv beidseitig, wenn beide Handelnden gleiche Einstellungen zur Beziehung beim anderen voraussetzen und auch danach handeln (vgl. Weber 1972: 13f). Freundschaft unterliegt nach Weber dem Prozess der Vergemeinschaftung, im Gegensatz zur Vergesellschaftung, der eine subjektiv gefühlte Zusammengehörigkeit und Aufeinanderbezogenheit der Beteiligten, sowie eine Abgrenzung gegen Dritte bezeichnet. „Diese Abgrenzung gegen Dritte zeigt wiederum deutlich den geschlossenen Charakter der Freundschaft, die Teilnahme an ihr ist affektiv beschränkt.“ (Rapsch 2004: 58)

**Davis** verglich in seinen Untersuchungen Freundschaften mit Liebe. Nach ihm nehmen an Freundschaften Freunde als Gleiche in einer reziproken Beziehung teil. Sie hat acht Bestandteile:

- 1) Enjoyment - Freunde genießen es die meiste Zeit zusammen zu sein, auch wenn es Zeiten der Disharmonie gibt.
- 2) Acceptance - Freunde akzeptieren den anderen und versuchen ihn nicht in eine andere Person zu verwandeln.
- 3) Trust
- 4) Respect – Freunde respektieren einander und glauben, dass jeder dem anderen in wichtigen Fragen einen guten Rat gibt.
- 5) Mutual Assistance - Freunde stehen einander bei, besonders in schlechten Zeiten
- 6) Confiding - Freunde teilen Gefühle und Erfahrungen miteinander.
- 7) Understanding - Freunde wissen, was für den anderen wichtig ist, und verstehen, warum er so handelt wie er handelt.
- 8) Spontaneity - In Freundschaften fühlt sich jeder frei in der Beziehung und kann sich so geben, wie er ist (vgl. Davis 1985: 22-30).

Nach **Nötzoldt-Linden** ist Freundschaft „[...] ein dynamischer, multidimensionaler Beziehungsprozess in der Zeit.“ (Nötzoldt-Linden 1994: 137) Es geht um den Austausch echter Gefühle wie Zuneigung, Vertrauen und eine gewisse Sicherheit, die der Freund bietet. Vertrauen bezeichnet sie hier als Kontroll- und Wissensverzicht. Freunde haben außerdem eine moralische Verantwortung dem anderen gegenüber,

wobei innerhalb der Freundschaft ein eigener Moralkodex ausgehandelt wird, der sich von der sonst vorherrschenden Moral unterscheiden kann (vgl. Nötzoldt-Linden 1994: 175). Die Freundschaft wird von den Betroffenen selbst definiert und stellt eine Primärbeziehung dar, die auf Leistung und nicht auf Zuschreibung beruht. Mit der Bezeichnung „Freund“ wird eine vorwiegend inhaltliche Aussage darüber gemacht, was dyadisch geleistet und wie es bewertet wurde. Freundschaften beruhen außerdem auf symmetrischer Reziprozität durch gleichwertige Handlungsbeiträge in die Beziehung. Auch wenn sie räumlich flexibel sind, ist ein gemeinsamer geistiger Raum wichtig, der aber nicht kontextfixiert ist und auch keine zeitliche Einschränkung besitzt (vgl. Nötzoldt-Linden 1994: 144ff).

**Kon** spricht von einem Aufbau unserer Beziehungen auf einer immer funktionelleren Basis und einer „Aushöhlung“ von Freundschaft. Die Gründe dafür sieht er im beschleunigten Lebensrhythmus und der dadurch wachsenden Zahl an Sozialkontakten, die zu einer Extensivität der Beziehungen führt. Es fehlt die Zeit Vertraulichkeit und Innigkeit entstehen zu lassen. Uneigennützig individuelle Bindungen müssen außerdem der gesteigerten Bedeutung oberflächlicher, geschäftlicher Beziehungen weichen. Weiters gibt es aufgrund der technisierten Massenkommunikation immer weniger persönliche Kommunikation (vgl. Kon 1979: 74f). Mittlerweile haben sich jedoch neue Kommunikationsmedien entwickelt, die in besonderem Ausmaß die persönliche Kommunikation unterstützen (Kommerzialisierung des Mobiltelefons, Web 2.0, etc.). Die Gültigkeit dieser These sei also in Frage gestellt.

Weiters meint Kon, mit der immer komplizierteren Lebenstätigkeit wachsen die Selektivität von Freundschaften und die qualitativen Ansprüche an ihre Emotionalität (vgl. Kon 1979: 78). Für die Entstehung von Freundschaft sieht er vor allem Nähe verantwortlich – diese kann territorial-räumlich sein oder durch gleiches Alter, gleichen Beruf oder funktionelle Verbundenheit (gemeinsame Tätigkeiten, Ziele) entstehen. Gruppenverbundenheit und gemeinsame Tätigkeit wiegen aber stärker als territoriale Aspekte (vgl. Kon 1979: 89ff). SNS sind potentiell dazu geeignet eine Gruppenverbundenheit und erhöhtes Näheempfinden herzustellen. Deswegen wird in dieser Arbeit später auch die empfundene Nähe durch SNS-Nutzung zu Freunden untersucht.

Rapsch, die sich ausführlich mit dem Thema Freundschaft in der Soziologie beschäftigte, erkennt einen Wandel von der einen, engen Freundschaft hin zu einer Vielzahl an Beziehungen. Auch wenn eine enge Freundschaft existiert, kann zusätzlich auf andere Freundschaften ausgewichen werden. Dabei werden die Beziehungen immer nur soweit ausgelebt, wie die Gemeinsamkeiten der Freunde gehen (vgl. Rapsch 2004: 119).

### **2.1.2 Das Konzept der *weak und strong ties***

In der Literatur beschäftigen sich viele Autoren mit dem Unterschied zwischen starken (*strong ties*) und schwachen Bindungen (*weak ties*). Starke Bindungen zeichnen sich nach Diwald (1991) durch folgende Merkmale aus: Sie beinhalten starke *Emotionalität und Intimität* (Offenbarung persönlicher Informationen einschließlich der Gefühle für den Beziehungspartner), *Multiplexität* (Vielfalt gemeinsamer Interessen und Aktivitäten), *Commitment* (hoher Zeitaufwand und stabiles und dauerhaftes Engagement). Außerdem führt der Verpflichtungscharakter dazu, dass die Beteiligten einander viel Unterstützung geben, aber auch hohe Erwartungen aneinander stellen. Da Vertrauen darauf besteht, dass die Beziehung länger andauert, lassen sich einseitige Unterstützungsangebote auch zu einem späteren Zeitpunkt ausgleichen. In der Regel bestehen starke Bindungen zu Lebens- oder Liebespartnern, nahen Familienangehörigen oder guten Freunden. Da die psychologische Stärke der Beziehung aus der Qualität der Kontakte entsteht, ist es auch möglich, eine schwache Bindung zu nahen Familienmitgliedern oder dem Ehepartner zu haben. Weiters werden Personen, mit denen eine starke Bindung eingegangen wird, nach Ähnlichkeiten ausgewählt (*Homophilie-Prinzip*), wobei sich diese Personen oft untereinander kennen (*Transitivität*).

Schwache Bindungen sind hingegen weniger emotional und intim und spezialisieren sich auf wenige gemeinsame Interessen oder Aktivitäten, verlangen geringen Zeitaufwand und temporäres Engagement, das relativ leicht zu kündigen ist (*Convenience*). Sie sind sozusagen auf Einfachheit, Vorteil und Zweckmäßigkeit ausgerichtet. Die Bilanz von Geben und Nehmen muss außerdem unmittelbar ausgeglichen werden. Wir präsentieren uns diesen Personen gegenüber meist nur in wenigen, ausgewählten Identitäten (z.B. Beruf, gemeinsame Interessen). Die Leute, mit denen wir schwache Bindungen haben, kennen sich in der Regel kaum untereinander (*Intransitivität*) (vgl. Diwald 1991: 102).

Granovetter schrieb 1973 über „The Strength of Weak Ties“, wobei er weak ties als wichtig für den Zugang zu redundanzfreier Information sieht, die bei der Jobsuche besonders relevant sein kann. Mit seinem Argument der Stärke der schwachen Bindungen behauptet er,

„[...] that our acquaintances (weak ties) are less likely to be socially involved with one another than are our close friends (strong ties). Thus the set of people made up of any individual and his or her acquaintances comprises a low-density network (one in which many of the possible relational lines are absent) whereas the set consisting of the same individual and his or her close friends will be densely knit (many of the possible lines are present).“ (Granovetter 1983: 201f)

Somit hat jedes Individuum ein nicht dichtes Netzwerk aus Bekannten (weak ties) und ein dicht verbundenes Netzwerk aus Freunden (strong ties). Ein Bekannter aus dem weak-tie Netzwerk hat somit selbst auch ein strong-tie Netzwerk, das sich vom eigenen unterscheidet. Die schwache Bindung zwischen Ego und seinem Bekannten ist somit mehr als bloß eine gewöhnliche Bekanntschaftsbindung, sondern eine äußerst wichtige Brücke zwischen den beiden strong tie-Freundeskreisen. Daraus folgt, dass Menschen mit wenigen weak ties weniger Zugang zu weiter entfernten Teilen des sozialen Systems haben und auf die Neuigkeiten und Sichtweisen aus ihrem engen Freundeskreis beschränkt sind. Diese Deprivation isoliert sie nicht nur von neuesten Ideen und neuester Fashion, sondern bringt sie wahrscheinlich auch in eine benachteiligte Position am Arbeitsmarkt (vgl. Granovetter 1983: 202). Darüber hinaus meint Granovetter: „[...] weak ties are actually vital for an individual's integration into modern society.“

Auch andere Autoren (vgl. Diewald 1991: 103; Gräf 1997: 108) sehen die Stärke der schwachen Bindungen darin, dass sie uns mit Menschen außerhalb unseres engen (weitgehend bildungs-, schicht-, und kulturhomogenen) persönlichen Umfeldes in Kontakt bringen. Sie liefern uns bei kritischen Lebensereignissen neue Informationen, Orientierungen und Rollenangebote, die durch eingefahrene Rollenmuster und Normen sowie wechselseitige Verknüpfungen im sozialen Netzwerk der engen Beziehungen nicht vorhanden sind (vgl. Döring 2003: 408). Nach Gräf erweitern locker verknüpfte persönliche Netzwerke die soziale und geographische Reichweite der Akteure. Dadurch reichen Akteure in Gesellschaftsbereiche hinein, denen sie selbst nicht angehören und bekommen Zugang zu Ressourcen – sie gewinnen durch die Kontakte zu Freunden und deren Verknüpfungen soziales Kapital (vgl. Gräf 1997: 108).

In „The Strength of Weak Ties: A Network Theory revisited“ hebt Granovetter hervor, dass nur „bridging weak ties“ für ein Individuum von Wert sind. Signifikant für weak ties ist, dass sie viel eher als Brücken fungieren als das bei strong ties der Fall ist. Weak ties bieten Zugang zu Informationen und Ressourcen außerhalb des eigenen sozialen Kreises. Strong ties bieten eher Beistand und Unterstützung und sind leichter abrufbar; sie spielen also eine wichtige und einzigartige Rolle (vgl. Granovetter 1983: 208).

Stegbauer (2008) sieht die Übertragung der granovetterschen Überlegung im Zuge der Durchsetzung neuer Kommunikationsmedien auf die Freundschaftsentwicklungen allerdings nur schwach belegt (vgl. Stegbauer 2008: 105). Er übt Kritik an diesem eindimensionalen Konzept von Granovetter, der Beziehungen auf ein Merkmal, nämlich auf Stärke reduziert. Ein Problem dieser groben Vereinfachung ist das der Asymmetrie von Beziehungen. „Obgleich „Freundschaft“ eigentlich ein symmetrisches Konzept ist, wäre es oft falsch, wenn man zwischen beiden Personen die gleiche Distanz annähme.“ (Stegbauer 2008: 108) Als Beispiel bringt er den Starkult: Der Fan würde alles für sein Idol machen, während dieser seinen Fan mit höchster Wahrscheinlichkeit nicht einmal kennt.

Eine geeignetere Weise der Untersuchung von Beziehungen sieht Stegbauer in der Unterscheidung verschiedener Dimensionen von Beziehungen, sogenannten „types of ties“. Demnach gibt es nicht nur die Differenzierung in „strong“ und „weak“, sondern man kann eine Reihe von engen Beziehungen mit ganz verschiedenem Beziehungscharakter unterscheiden. Er gibt fünf Dimensionen an, anhand derer er verschiedene enge Beziehungsformen (Freundschaft, Ehe, generationsübergreifende Beziehungen) voneinander unterscheidet: *Zeit*, *Alltagsorganisation*, *Exklusivität*, *gegenseitige Verantwortung*, *Reziprozität*. Kennzeichnend für Freundschaften ist die geringste gemeinsam verbrachte Zeit der drei Beziehungsformen, weiters die nicht notwendige Alltagsorganisation und kaum gemeinsame Verantwortung, dafür starke Reziprozität (Leistung muss vergolten werden) aber keine Exklusivität (ähnliche Beziehung zu mehreren). Außerdem zeichnen sich Freundschaften meist durch Homophilie aus, d.h. gleichaltrige, gleichgeschlechtliche und Personen mit gleichem Status und gleichen Interessen tendieren eher dazu, befreundet zu sein (vgl. Stegbauer 2008: 110f).

### **2.1.3 Multidimensionalität und Dynamik von Beziehungen**

Stegbauer (2008) betont die Relevanz der Multidimensionalität und Dynamik von Beziehungen zu berücksichtigen, wenn es um eine Definition von Beziehungen geht. Er meint, das tue White (1992) in seinem Grundlagenwerk „Identity and Control“. Dieser behauptet, dass es nicht nur Unterschiede zwischen gleich „starken“ Beziehungen gibt, sondern es sogar zwischen denselben Personen unterschiedliche Arten von Bezügen (ties) gibt. Beziehungen weisen daher unterschiedliche Facetten auf, die im Laufe des Beziehungsprozesses auch unterschiedlich gewichtet werden können. So kann eine Beziehung in einem Moment so und im nächsten ganz anders gedeutet werden. Es kommt zum Beispiel vor, dass in einer Paarbeziehung während eines Streites der „Liebes-tie“ aus den Augen verloren wird und ein anderer hervortritt. Hier konkurrieren zwei unterschiedliche Dimensionen der Beziehung (types of ties) miteinander.

Auch wenn es verschiedene Facetten bzw. Dimensionen innerhalb einer Beziehung gibt, besteht trotzdem eine gewisse grundsätzliche Verbundenheit (Bindung) zu einer bestimmten Person, die entweder stärker oder schwächer ausgeprägt ist. Natürlich ist es möglich, die Beziehung zu einer Person zu vertiefen bzw. sich ihr vielleicht auch nur vorübergehend aufgrund momentaner Gegebenheiten zu nähern und sich in einer anderen Situation oder in einem anderen Lebensabschnitt wieder von ihr zu entfernen. Dennoch wird man auch während eines Streites zu seinem Partner grundsätzlich eine engere, stärkere Bindung haben als zu seinem Nachbar (vorausgesetzt dieser ist nicht der beste Freund oder Liebhaber).

Zurück zu White (1992): Ties besitzen eine enorme Bandbreite, sind fast immer mehrdimensional, dynamisch flexibel und werden in Interaktionen ausgehandelt. Ties neigen dazu sich zu verketteten und beziehen so mehrere Akteure ein. Da sie also immer eingebettet in einen weiteren sozialen Umkreis zu sehen sind, erscheint es nach White nicht plausibel, Beziehungen in Dyaden aufzulösen. Die kleinste Handlungseinheit ist nicht das Individuum, sondern ein soziales Aggregat wie eine Gruppe von Personen oder eine Partnerschaft. Dieses Aggregat bezeichnet er als „discipline“, welche eine in eine Umwelt eingebundene eigene Identität mit ihrer eigenen Handlungslogik ist. Grundsätzlich unterscheidet White zwischen Position (Stellung in der Gesellschaft) und Rolle (Handlungen, die zur Position gehören) einer Person.

White verbindet Theorie und Praxis:

„Networks are phenomenological realities as well as measurement constructs. Stories describe the ties in networks. The contexts in which identities and their disciplines lie are shaped by further control attempts. It is the attempts that survive and concatenate which can be represented by ties in networks.“ (White 1992: 65)

Darauf basierend entwickelte er ein Verfahren der Netzwerkanalyse, die Blockmodellanalyse, die Akteure aufgrund von Ähnlichkeiten ihrer Relationen in Gruppen („Blöcke“) einteilt. Die Blöcke kann man als Positionen deuten, da strukturell ähnliche Akteure in ihnen zusammengefasst sind. Diese Methode ist sehr komplex und erfasst die Stellung, die Personen in der Gesellschaft bzw. in einem Netzwerk einnehmen. In dieser Arbeit kommt sie nicht zur Anwendung, da für die Erfassung der subjektiv empfundenen Qualitätsveränderungen und Freundschaftsdefinitionen eine sogenannte Netzwerkkarte ausreichend ist (siehe Kapitel 7.1.1).

Stegbauer beschäftigt sich auf der Grundlage der Multidimensionalität von Freundschaften mit der *Aushandlung und Variabilität des Freundschaftskonzeptes*. Trotz der Dynamik in einer komplexen Umwelt bleiben der Aushandlung jedoch Grenzen gesetzt. Beziehungen sind nicht ganz frei aushandelbar, da sich bestimmte Beziehungsaspekte nicht frei aushandeln lassen. Es würde nicht nur keine Zeit mehr für andere Dinge bleiben, sondern vieles ist durch Konventionen zwecks Komplexitätsreduktion abgesichert und für Abmachungen nur schwer zugänglich. Außerdem werden viele Erwartungen nicht expliziert und sind auch oft gar nicht explizierbar. Weiters unterliegen Freundschaften einer Beurteilung durch Außenstehende, da Normen und Werte, Sichtweisen der anderen die jeweilige Beziehungsgestaltung beeinflussen. Zudem sind Beziehungen meist „transitiv“: sie werden oft über Freunde vermittelt und sind daher vom bestehenden Beziehungsnetz abhängig. Auch wenn bei Freundschaften normalerweise wenig inhaltliche Beschränkungen vorliegen, kann man aufgrund kognitiver und zeitlicher Beschränkungen nur zu einer begrenzten Zahl an Personen eine enge Beziehung unterhalten. Einerseits ist die Neigung neue Freundschaften einzugehen schwächer, wenn bereits Freunde vorhanden sind, andererseits steigt mit der Zahl der Freundschaften auch die Transitivität neue Beziehungen einzugehen (vgl. Stegbauer 2008: 115).

Soziale Netzwerk Seiten erleichtern durch den einfacheren Zugang zu den Freunden der Freunde diese Transitivität von Freundschaftbeziehungen erheblich. Dies könnte man auch mit Joinsons (2008) Untersuchung begründen, nachdem mehr über Offline-

Kontakte herausfinden und die soziale Überwachung (virtuelles Leute ansehen, Stalking, nachsehen, was Peers tun) für SNS-User eine große Rolle spielt.

Auch wenn die Inhalte in Freundschaftsbeziehungen aushandelbar sind und somit nicht von vornherein feststehen, scheint das Wettbewerbsprinzip in Freundschaften universell zu sein. Dieser Wettbewerb stellt ein dynamisches Element dar, sodass die Beziehungen in Bewegung bleiben. Freundschaften sind also relativ offen für Interpretationen und Veränderungen. So meint Stegbauer abschließend:

„Das bedeutet, dass Freundschaft nicht gleich Freundschaft ist, denn trotz der zahlreichen vorhandenen Begrenzungen, ist das Angeben einer „Essenz“ von Freundschaft, eine klare und eindeutige Definition dieser Beziehung nicht möglich. Die genauen Inhalte und die Art des Umgangs zwischen Freunden entsteht erst im jeweiligen sozialen Zusammenhang.“ (Stegbauer 2008: 117)

Als soziales Umfeld schaffen Soziale Netzwerk Seiten einen Rahmen, in dem einige Kommunikationsinhalte frei wählbar, andere aber auch vorgegeben sind (zum Beispiel Optionen wie „gefällt dir das?“ zu bejahen oder jemanden anzustupsen in Facebook). Dieser Rahmen beeinflusst die Art des Umgangs mit Freunden bzw. wem wann was über SNS geschrieben oder geschickt wird. Außerdem beeinflussen andere Teilnehmer des Netzwerkes auch die Kommunikation zwischen verschiedenen Freunden, da beispielsweise mit Kommentaren zu Statusmeldungen anderer die Basis für weiterführende Kommunikation geschaffen wird. Somit befindet sich in SNS ein komplexes Beziehungsnetzwerk, das innerhalb der technischen Möglichkeiten immer neu verhandelt wird und sich dadurch reproduzieren kann.

#### **2.1.4 Soziales Kapital**

Das Konzept der strong und weak ties steht eng in Verbindung mit dem Begriff des sozialen Kapitals. Soziale Beziehungen sind Teil des sozialen Kapitals eines Individuums, welches Bourdieu folgendermaßen definiert:

„Das Sozialkapital ist die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten *Beziehungen* gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind oder, anders ausgedrückt, es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der *Zugehörigkeit zu einer Gruppe* beruhen.“ (Bourdieu 1983: 190f)

Der Umfang des Sozialkapitals einer Person hängt sowohl von der Ausdehnung des Netzes von Beziehungen ab, die der Einzelne mobilisieren kann, als auch vom Umfang des (ökonomischen, kulturellen oder symbolischen) Kapitals derjenigen, mit denen er in Beziehung steht (vgl. Bourdieu 1983: 191).

Nach Coleman liegt der Wert des Konzeptes des sozialen Kapitals darin, dass es verschiedene Aspekte der sozialen Struktur durch ihre Funktionen identifiziert. „The function identified by the concept of “social capital” is the value of these aspects of social structure to actors as resources that they can use to achieve their interests.” (Coleman 1988: 101)

Laut Lin ist die Prämisse hinter der Idee des sozialen Kapitals simpel. Er definiert es als “investment in social relations with expected returns.” (Lin 1999: 30) Die Vorteile des sozialen Kapitals ergeben sich aus dem Zugang zu und der Nutzung von Ressourcen, die in sozialen Netzwerken eingebettet sind. Doch worin besteht der Nutzen dieser Ressourcen? Erstens erleichtern sie den Informationsfluss: soziale Beziehungen mit Personen in bestimmter strategischer Lage oder hierarchischer Position können ein Individuum mit wertvoller Information über Möglichkeiten und Chancen versorgen, welche ihm sonst nicht zugänglich wäre. Weiters nehmen diese Beziehungen Einfluss auf verschiedene Agenten (z.B. Personalchef, Vorgesetzter), die eine kritische Rolle in Entscheidungen spielen (z.B. Einstellung, Beförderung) (vgl. Lin 1999: 30).

Lin unterscheidet außerdem zwischen sozialem Kapital auf der Individuum- und Beziehungsebene einerseits und auf Gruppenebene andererseits. In ersterer liegt der Fokus auf der Nutzung des sozialen Kapitals durch ein Individuum und wie es Zugang zu Ressourcen in seinem sozialen Netzwerk findet und daraus Vorteile in instrumentellen Handlungen (z.B. Jobsuche) zieht. „Nonetheless, the focal points for analysis in this perspective are (1) how individuals invest in social relations, and (2) how individuals capture the embedded resources in the relations to generate a return.” (Lin 1999: 31)

Auf dieser individuellen Ebene des sozialen Kapitals unterscheidet Putnam (2000) zwei Typen: „bridging“ und „bonding social capital“. Ersteres verweist auf schwache Bindungen, also lose Beziehungen zwischen Individuen, aus welchen man wertvolle Information oder neue Perspektiven beziehen kann. „Bonding capital“ liegt zwischen Individuen mit starker sozialer Bindung begründet. Ellison et al. (2007) ergänzen dieses Konzept um eine weitere Dimension: „maintained social capital“. Dieses beschreibt die Fähigkeit, wertvolle Bindungen im Zuge des Lebensverlaufes zu erhalten. Damit untersuchten sie in ihrer Studie, ob Online Netzwerk-Tools es

Individuen ermöglichen, mit ihrem sozialen Netzwerk, trotz physischer Distanz, in Verbindung zu bleiben.

## **2.2 Sozialpsychologische Perspektiven - Beziehungstheorien**

Vor allem in der Psychologie gibt es unzählige Theorien zum Thema Beziehungen. Diese reichen von evolutionstheoretischen Ansätzen über Kognitions-Verhaltens-Theorien zu Bindungstheorien und Austausch- und Gleichgewichtstheorien (vgl. Heidbrink et.al 2009: 127). Im Folgenden werden ausgewählte theoretische Konzepte kurz skizziert, die im Rahmen dieser Arbeit relevant sind.

### **2.2.1 Bindungstheorien**

Bindungstheorien (*attachment theories*) nehmen an, dass sich frühkindliche Beziehungen langfristig auf das Beziehungsverhalten auswirken und untersuchen Bindungsstile über die gesamte Lebensspanne hinweg. Bindung wird als relativ dauerhafte, emotionale Orientierung an eine andere Person definiert. Kennzeichnend ist:

- Das Aufsuchen der Nähe zu dieser Person.
- Das Leiden unter der Trennung von dieser Person.
- Freude bei der Rückkehr dieser Person.
- Die Orientierung an dieser Person, auch wenn sie nicht in der Nähe ist (vgl. Heidbrink et al. 147f).

Bartholomew (1990) entwickelte in ihrer Studie ein zweidimensionales Modell der Bindungen, in dem sie zwei Formen der Vermeidung von Intimität unterscheidet: den ängstlichen Stil (*fearful style*) und den ablehnenden Stil (*dismissing style*). Die Art der Bindung wird außerdem dadurch bestimmt, wie positiv das Bild vom Partner und wie positiv das Selbstbild ist. Für Bartholomew ergeben sich daraus vier Bindungsarten bzw. Bindungsprototypen: sicher, abwesend, ängstlich und besitzergreifend (vgl. Bartholomew 1990 zit.n. Heidbrink et al. 2009: 154).

Bartholomew und nachfolgende Autoren haben angenommen, dass der Bindungsstil einer Person ein stabiles Persönlichkeitskonstrukt ist. Dieses Konstrukt äußere sich sowohl in der Bindung zu den Eltern, als auch zu anderen Personen. Empirische Forschungen legen jedoch nahe, dass bei vielen Personen die Bindungsstile beziehungsspezifisch variieren, d.h. sie können sich im Verhältnis zu verschiedenen Personen unterschiedlich gestalten (vgl. Heidbrink et al. 2009: 155). Außerdem können neue Medien und damit einhergehende neue Kommunikationsmöglichkeiten auch Einfluss auf den Bindungsstil und die jeweilige Beziehung haben. So könnte sich ein „ängstlicher“ Stil in einen sicheren umwandeln (*Stimulationsthese* bzw. *Hypothese der sozialen Kompensation*; Kap 4.2.).

### **2.2.2 Austauschtheoretische Ansätze und Gleichgewichtstheorie**

Auch wenn bereits Simmel gesellschaftliche Beziehungen als Austausch verstand, geht der Begriff „Austauschtheorien“ (*exchange theories*) auf den Soziologen George Caspar Homans zurück und stammt aus den 50ern. Homans (1972) geht davon aus, dass Verhalten, das bekräftigt wird, in der Zukunft eine höhere Auftrittswahrscheinlichkeit hat. Er nimmt an, dass Menschen Belohnungen antizipieren können und unser Sozialverhalten in hohem Maß dadurch bestimmt ist, ob es für uns belohnend ist.

„Grundgedanke der Austauschtheorien ist also, dass menschliches Verhalten auf Interaktionen ausgerichtet ist, wobei das Individuum an „lohnenden“ Interaktionen, oder Interaktionsverläufen, sog. Beziehungen, interessiert ist, oder simpler gesagt: an Vorteilen.“ (Heidbrink et al. 2009: 157)

Goulter (1960) diskutiert eine soziale Norm, die weltweit, aber vor allem in westlichen Kulturen, verbreitet ist: die Reziprozitätsnorm (*norm of reciprocity*). Sie impliziert einen gegenseitigen Austausch von Gratifikationen: Wenn mir jemand hilft, entsteht bei mir ein Verpflichtungsgefühl demjenigen auch zu helfen. Umgekehrt erwarte ich mir früher oder später Unterstützung, wenn ich jemandem Hilfe geleistet habe. Das gilt auch für den negativen Fall: ist man geschädigt worden, erwartet man sich Schadensausgleich. Goulter behauptet nun, diese Reziprozität sei eine in unserer Kultur verankerte Norm und mitverantwortlich zum Erhalt der Stabilität unseres Sozialsystems. “In this respect, the norm of reciprocity is a concrete and special mechanism involved in the maintenance of any stable social system.” (Goulter 1960: 174)

Weiter meint er, dass die konkrete Ausformung dieser Norm variiert: “A norm of reciprocity is, I suspect, no less universal and important an element of culture than the

incest taboo, although, similarly, its concrete formulations may vary with time and place.” (Goulder 1960: 171) Die Reziprozitätsnorm und somit die Verpflichtung auf Tilgung sind abhängig vom kalkulatorischen Wert des erhaltenen Nutzens, verändern sich mit dem Status einer Person und variieren in gewissem Grad auch von Kultur zu Kultur (vgl. Goulder: 171).

Während es in der Reziprozitätsnorm um die Wiederherstellung eines früheren Zustandes, um Ausgleich geht, nimmt Homans an, dass Individuen subjektiv rational aufgrund von Nutzenerwägungen nach Gewinn streben: Wenn also die Kosten einer Beziehung längerfristig die Belohnungen übersteigen, wird die Beziehung von der Mehrkosten aufwendenden Person eher als unbefriedigend empfunden und beendet werden (vgl. Heidbrink et al. 2009: 158).

Kelley und Thibaud (1978) haben die Austauschtheorie zur sogenannten Interdependenztheorie weiterentwickelt. Diese führt die subjektive Einschätzung als relevante Variable ein. Wenn wir Dinge bewerten, tun wir dies mit Hilfe eines Vergleichsniveaus (*comparison level*), welches sich aus vergangenen Erfahrungen und Interaktionsergebnissen ergibt. Wie sich eine Person in einer bestimmten Situation verhält, hängt demnach von der Bewertung einer Handlung ab, vom Vergleichsniveau und vom sogenannten Vergleichsniveau von Alternativen (was für eine Fortsetzung der Beziehung als Alternative zur Verfügung steht).

Austauschtheorien und die Interdependenztheorie betrachten das menschliche Handeln wirtschaftlich und rational und reduzieren es auf Geben und Nehmen, was nur teilweise sinnvoll ist. Diese Denkweise ist jedoch relativ kulturgebunden: Angemessene Gegenleistungen zu erwarten, ist besonders für die Mittelschicht westlicher Kulturen typisch. Deshalb ist diese Theorie nur begrenzt anwendbar (vgl. Heidbrink et al. 2009: 160).

Rusbult (1983) untersucht, welche Faktoren bewirken, dass Partner zusammenbleiben. Er entwickelt das Investitionsmodell, das als Erweiterung der Interdependenztheorie gesehen werden kann. Beide Modelle unterscheiden zwei wichtige Charakteristika von Beziehungen: *Satisfaction* (positive Einstellung bezüglich der Attraktion der Beziehung) und *Commitment* (die Tendenz eine Beziehung zu erhalten und psychologisch mit ihr verbunden zu sein). Nach diesen Modellen sollten Individuen zufriedener (SATx) mit ihrer Beziehung sein, je mehr Gegenleistungen (REWx) sie bekommen, je weniger

Kosten sie haben (CSTx) und je mehr diese Beziehung ihrer generalisierten Erwartung oder ihr Vergleichsniveau (CLx) übersteigt:

$$\text{SATx} = (\text{REWx} - \text{CSTx}) - \text{CLx}$$

Rusbult argumentiert weiter: Mit größerer Zufriedenheit sollte auch das Commitment (COMx) zur Aufrechterhaltung einer Beziehung steigen. Das Commitment wird durch zwei weitere Variablen beeinflusst: Der Qualität von Alternativen (ALTx) und den Investitionen (INVx), die intrinsisch oder extrinsisch sein können. Intrinsische Investitionen sind diejenigen, die man direkt in die Beziehung steckt wie Zeit, emotionale Mühen oder Selbstoffenbarungen. Extrinsisch sind Investitionen, wenn anfänglich externe Ressourcen untrennbar mit der Beziehung verbunden werden (gemeinsame Freunde oder Erinnerungen, materieller Besitz, Aktivitäten/ Personen/ Objekte, die einmalig mit der Beziehung assoziiert werden). Der Unterschied zwischen Gegenleistung bzw. Kosten und Investition ist, dass Investitionen sobald sie getätigt sind, nicht leicht von einer Beziehung getrennt werden können - normale Gegenleistungen sind nicht so stark an eine Beziehung gebunden und verlieren nicht so stark an Wert, wenn die Beziehung beendet wird (vgl. Rusbult 1983: 102f).

„Investments increase commitment and help to "lock the individual into his or her relationship" by increasing the costs of ending it - to a greater or lesser degree, to abandon a relationship is to sacrifice invested resources." (Rusbult 1983: 103)

Dem Investitionsmodell zufolge steigt das Commitment eine Beziehung aufrechtzuerhalten mit der Beziehungszufriedenheit, wenn keine akzeptable Alternative zur Verfügung steht und wenn man viel in sie investiert hat:

$$\text{COMx} = \text{SATx} - \text{ALTx} + \text{INVx} \text{ (vgl. Rusbult 1983: 103)}$$

Die Frage ist nun, ob mit der Etablierung neuer Medien Investitionen eher an Wert verlieren (beispielsweise dadurch, dass sehr viele Investitionen wie SMS, Comments, Messages leicht getätigt werden können) oder mehr Möglichkeiten für Investitionen geschaffen werden und ihre Bedeutung dadurch noch steigt. Die hohe Anzahl an Freunden und gemeinsamen Freunden auf SNS könnte zu der Annahme verleiten, dass Freundschaften leichter austauschbar sind und ein Verlust einer Beziehung nicht unbedingt einen großen Verlust für die betreffende Person darstellt (da gemeinsame Freunde trotzdem erhalten werden können).

## Gleichgewichtstheorie

Auch wenn sich der Gleichgewichtsgedanke bereits bei Homans, Goulder und Rusbult wiederfindet, wurde die sogenannte Gleichgewichtstheorie (*Equity Theory*) von John Stacey Adams (1966) begründet. Spätere Gleichgewichtstheorien beziehen sich explizit auf dyadische Beziehungen. Es wird angenommen, dass die Gewinne der beiden Interaktionspartner zu den geleisteten Beiträgen beider in Beziehung gesetzt werden müssen. Es kann sich hierbei um persönliche Beiträge (soziale Fertigkeiten), emotionale Beiträge (Liebe und Anerkennung) oder Beiträge in Form von Leistungen handeln (vgl. Heidbrink et al. 2009: 163).

Döring und Dietmar (2003) führten in diesem Sinne eine Studie über mediatisierte Paarkommunikation durch, in der sie untersuchten, inwieweit Paare ihre Medienbotschaften (z.B. Briefe, E-Mails, SMS) als ausgetauschte Ressourcen betrachten und bewusst im Sinne von Equity (Gleichheit) bilanzieren. Die Studie belegt, dass die befragten Paare Medienbotschaften teilweise sehr explizit als emotionale Ressourcen behandeln: es werden Briefe und Zettel voneinander gesammelt, E-Mails archiviert und ausgedruckt oder SMS Botschaften aus dem Handy in ein Heft abgeschrieben, um diese aufzubewahren. Mediale Botschaften werden demnach als Ausdruck von Zuwendung und Zuneigung des Partners aufgefasst. Die meisten befragten Paare streben außerdem ein Gleichgewicht in der Kommunikation an: „So kann Unausgewogenheit bei Telefonaten einerseits psychologisch problematisch sein als Indikator asymmetrischen Engagements oder aktueller Krise [...], sie kann aber auch wegen ungleicher Kostenbelastung zum Thema werden.“ (Döring & Dietmar 2003)

Unausgewogenheit bei der mediatisierten Paarkommunikation wird also als beziehungskritisch wahrgenommen. Nachdem immer wieder Diskussionen zur Vergleichbarkeit von Beiträgen bzw. Leistungen in dyadischen Beziehungen aufgetaucht sind (vgl. u.a. Goulder 1960), entwickeln Foa und Foa (1980) ein Modell, das den Austausch von Ressourcen in einen systematischen Zusammenhang bringt (vgl. Heidbrink et al. 2009: 164). Ihr Modell enthält sechs Ressourcenklassen (vgl. Foa und Foa 1980: 78f):

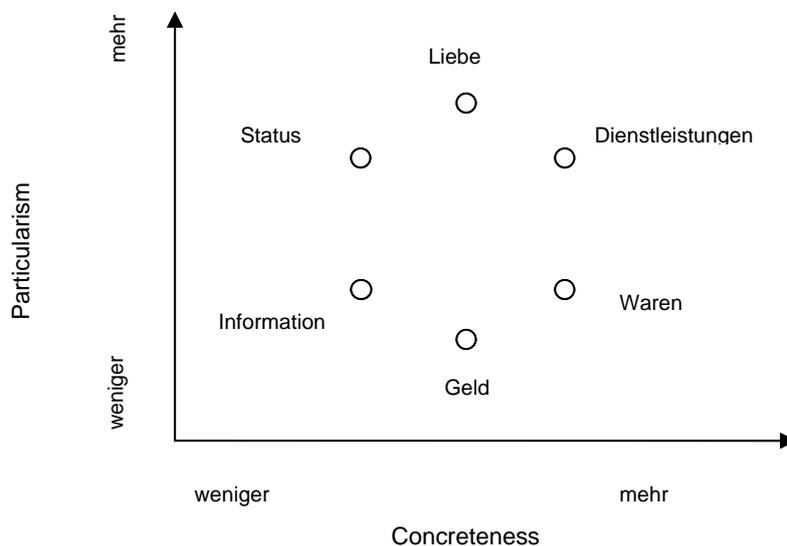
1. Love (Liebe, Zuwendung, Wärme, Beistand)
2. Status (Prestige, Achtung, Ansehen)
3. Information (Rat, Aufklärung, Unterweisung, Meinung)

4. Money (Geld und alle Dinge mit direktem Austauschwert)
5. Goods (Waren, Produkte, Objekte)
6. Service (Aktivitäten, die für andere erfolgen und meist Arbeit bedeuten)

Diese sind im Modell auf zwei Dimensionen angeordnet:

*Concreteness* – damit ist das Ausmaß der Gegenständlichkeit gemeint. Ressourcen können also mehr oder weniger konkret sein (Waren und Geld sind beispielsweise sehr konkret).

*Particularism* – damit ist das Ausmaß gemeint, in dem eine Ressource an eine bestimmte Person gebunden ist (z.B. Liebe).



**Abbildung 1: Ressourcenmodell nach Foa und Foa (1980: 80)**

Diese sechs Ressourcenklassen sind nun nach Foa und Foa nicht beliebig austauschbar, aber umso eher austauschbar, je näher sie im Modell nebeneinander stehen. Je partikularistischer eine Ressource ist, desto eher wird sie gegen dieselbe Ressource getauscht: Liebe wird meistens gegen Liebe getauscht, Geld jedoch fast nie gegen Geld. Weiters meinen die Autoren, je mehr eine Ressource mit Geld vergleichbar ist, desto eher entspricht der Gewinn des einen dem Verlust des anderen. Da die Liebe in diesem Modell dem Geldwert entgegengesetzt ist, gilt für sie, dass nicht nur der Empfänger einen Gewinn daraus zieht, sondern auch der Geber selbst.

Das Modell hat auch dynamische Aspekte, da sich die Ressourcenklassen im individuellen Entwicklungsprozess herausbilden und der Nutzen und Wert für jede Person anders sein dürfte (vgl. Heidbrink et al. 2009: 165).

### **2.2.3 Soziale Beziehung als Basis von Freundschaft**

Schlussendlich soll nun konkreter auf dyadische soziale Beziehungen und Freundschaften eingegangen werden. Wer befreundet ist, pflegt eine gewisse Art von sozialer Beziehung mit dem anderen, seinem Freund. Der Freundschaftsbegriff leitet sich also aus dem Begriff der sozialen Beziehung ab.

„Zwischen zwei Personen besteht eine soziale Beziehung, wenn sie wiederholt miteinander Kontakt haben, also mehrfach zeitversetzt kommunizieren oder zeitgleich interagieren.“ (Döring 2003: 403)

Diese Beziehung ist im Unterschied zum sozialen Kontakt als Einzelereignis zu sehen. Eine soziale Beziehung erstreckt sich über mehrere Zeitpunkte, wobei jeder Kontakt durch vorausgegangene und zukünftig erwartete Kontakte beeinflusst wird. Die Beteiligten lernen einander mit der Zeit kennen und müssen eine gemeinsame Beziehungsdefinition aushandeln, indem sie beispielsweise wechselseitig ihre Erwartungen abklären und diese Beziehungserklärung immer wieder aktualisieren. Soziale Beziehungen werden in technologisch hoch entwickelten Gesellschaften nicht mehr nur als Möglichkeit zur Sicherung der materiellen und sozialen Existenz betrachtet, sondern deren psychologische Qualität gewinnt an Bedeutung: soziale Beziehungen sollen Zugehörigkeit und Liebe, Zufriedenheit und Glück vermitteln sowie die persönliche Entwicklung unterstützen (vgl. Döring 2003: 403f).

Grundsätzlich lassen sich soziale Beziehungen nach ihrer Funktion, ihrer subjektiven Bedeutung und der Rolle der Beziehungspartner in verschiedene Beziehungstypen gliedern. Die Gesamtheit der sozialen Beziehungen einer Person bildet ihr soziales Netzwerk (siehe Kap. 3). Die Beziehungsqualität trägt beispielsweise dazu bei, wie viel Unterstützung eine Person bekommt, ob sie sich einsam fühlt und wie sich ihr Wohlbefinden gestaltet. Die konkrete Beziehungsgestaltung der Beteiligten bestimmt die Beziehungs- und Netzwerkqualität (vgl. Döring 2003: 404).

Man kann nach der Funktion der Beziehung zwischen *formalen* und *persönlichen* Beziehungen unterscheiden, wobei es bei beiden Typen sowohl starke als auch

schwache Bindungen gibt. In formalen Beziehungen werden Personen in Funktionssysteme eingebunden und agieren nach weitgehend formalisierten Rollen: sie sind Verkäufer oder Käufer, Beraterin oder Ratsuchende, Arbeitskollegen usw. Diese Beziehungen sind auf der Sachebene angesiedelt, welche möglichst neutral gestaltet wird. Zu viel Nähe aber auch übertriebene Distanz kann die Aufgabenabwicklung stören. Im Unterschied dazu haben informale bzw. persönliche Beziehungen mehr Freiheitsgrade und können stärker durch Aushandeln der Ziele und Regeln individuell gestaltet werden. Durch persönliche Beziehungen werden Individuen in soziale Systeme eingebunden. In diesen Kollektiven geht es im Gegensatz zu formellen Beziehungen nicht um Austausch von Verschiedenem, sondern viel mehr darum, Ähnliches oder Gleiches bereitzustellen, um Gefühle der Nähe und Verbundenheit zu evozieren. In diesen Beziehungen spielt also die Beziehungsebene eine große Rolle: wechselseitige Wertschätzung und Vertrauen sind hier wichtig. Gemäß der Rolle der Beteiligten werden persönliche Beziehungen in Beziehungsklassen eingeteilt z.B. Eltern-Kind Beziehung, Nachbarschaftsbeziehung, Freundschaftsbeziehung (vgl. Döring 2003: 405f).

### **3. Soziale Netzwerke**

#### **3.1 Systemtheoretische Ansätze**

Die in Kapitel 2.2 beschriebenen sozialpsychologischen Ansätze beziehen sich meist auf zwei interagierende Personen, sogenannte Dyaden. Soziale Beziehungen betreffen aber auch vielfältigere Beziehungen wie die einer Drei- oder Mehrpersonengruppe. Systemtheoretische Ansätze versuchen die komplexen Beziehungen zwischen den Gruppenmitgliedern zu erfassen.

Die Systemtheorien gehen auf Ludwig von Bertalanffy zurück, der in den 1950ern eine allgemeine Systemtheorie einführte. Dabei ging es ihm um die Identifikation bestimmter Strukturen und Dynamiken in Systemen aller Art: "General System Theory is a logico-mathematical discipline, which is in itself purely formal, but is applicable to all sciences concerned with systems." (Bertalanffy 1950: 139) Ihm nach existieren gewisse allgemeine Systemregeln, die auf Systeme jeden Typs angewendet werden können. Somit ist die Systemtheorie nicht nur für die Naturwissenschaften, sondern auch für Geistes- und Sozialwissenschaften relevant.

Er beschreibt Systeme folgendermaßen:

“A system can be defined as a complex of interacting elements  $P, p_2 \dots p_n$ . Interaction means that the elements stand in a certain relation,  $R$ , so that their behaviour in  $R$  is different from their behaviour in another relation,  $R'$ . On the other hand, if the behaviour in  $R$  and  $R'$  is not different, there is no interaction, and the elements behave independently with respect to the relations  $R$  and  $R'$ .” (Bertalanffy 1950: 143)

Ein System besteht also aus verschiedenen Elementen, die miteinander interagieren, sodass sich die Beziehungen zwischen den Elementen untereinander unterscheiden.

Neben diesem Zusammenwirken verschiedener Elemente ist auch ein altes Credo der Gestaltpsychologie für Systeme kennzeichnend: Das Ganze ist mehr bzw. etwas anderes als die Summe seiner Teile. Ein weiteres Merkmal von Systemen ist, dass sie aus *Systemkern* und *Systemgrenze* bestehen. Man kann zwischen *offenen* und *geschlossenen* Systemen unterscheiden, wobei bei offenen Systemen etwas über die Systemgrenzen hinweg transportiert wird. Alles, was nicht zum System gehört, wird als *Umwelt des Systems* bezeichnet (vgl. Heidbrink et al. 2009: 167).

In den Sozialwissenschaften sind systemtheoretische Betrachtungen seit den 1960ern zu finden. Es hat sich auch eine eigene Disziplin der Systemischen Psychologie herausgebildet. Die Systemtheorie des Soziologen Niclas Luhmann zählt zu den berühmtesten Arbeiten auf der Suche nach einer Erklärung menschlicher Kommunikation in sozialen Systemen (vgl. Heidbrink et al. 2009: 168).

Der Systembegriff wird in der Psychologie sowohl für Kommunikationsprozesse in Dyaden als auch in Gruppen verwendet. Nach Watzlawick et al. ließen sich zwischenmenschliche Beziehungen „[...] am besten als mit-anderen-Personen-kommunizierende-Personen beschreiben und nicht als eine bestimmte Zahl von Individuen.“ (Watzlawick et al. 2007: 116) Sie definieren diese Systeme folgendermaßen: „Zwischenmenschliche Systeme sind demnach *zwei oder mehrere Kommunikanten, die die Natur ihrer Beziehung definieren.*“ (Watzlawick et al. 2007: 116)

### 3.2 Netzwerkansatz als Erweiterung der systemischen Ansätze

Das in den 1940er Jahren in der Sozialanthropologie entwickelte Netzwerkkonzept wird hauptsächlich in der Soziologie verwendet. Dieses Konzept dient dazu, die Beziehungsgeflechte zwischen Individuen zu erfassen, wobei nicht formal vorstrukturierte Beziehungen interessieren, sondern quer dazu verlaufende, verborgene *informelle Austauschrelationen*, die freiwillig eingegangen werden (vgl. Kardroff 1989: 35).

Netzwerkkonzepte verbinden die individuumszentrierte Sichtweise der Psychologie mit der sozialstrukturellen Sichtweise der Soziologie. „Es geht darum, soziale Strukturen formal zu beschreiben, um sie zum einen für die Erklärung individuellen Handelns zu nutzen und zum anderen die Entstehung bzw. Veränderung von sozialen Strukturen über individuelles Handeln zu erklären.“ (Heidbrink et al. 2009: 178)

Das Forschungsinteresse an Netzwerken hat in den letzten Jahren immer mehr zugenommen, was auch an der Entstehung verschiedener Netzwerke, die sich mit sozialer Netzwerkforschung (SNA) beschäftigen, zu erkennen ist (z.B. INSNA – International Network for Social Network Analysis; ANSNA – Austrian Network for Social Network Analysis).

In den 1970er Jahren formierte sich eine sozialwissenschaftliche Netzwerkanalyse, die sich seitdem als ein eigenes empirisches Paradigma für die Analyse sozialer Beziehungssysteme etabliert hat. Die soziale Netzwerkanalyse kann auch als strukturelle Analyse bezeichnet werden; sie „[...] argumentiert, dass soziale Akteure und soziale Beziehungen in Netzwerke eingebettet sind und dass das Handeln und Wahrnehmen von Akteuren und die Performanz sozialer Beziehungen durch die Netzwerkstruktur beeinflusst werden.“ (Diaz-Bone 2007: 1)

Seit den bahnbrechenden Arbeiten von White und seinen Kollegen (vgl. z.B. White, Boormann & Breiger 1976) kann man vom Vorhandensein eines vollständigen Paradigmas für die soziologische Analyse sozialer Netzwerke sprechen. Ihnen ging es um eine Integration von soziologischen Theoremen und zugehörigen Methoden. Sie knüpfen dabei an verschiedene Vorarbeiten zu einer Netzwerktheorie wie von Simmel und Durkheim an (vgl. Diaz-Bone 2007). Simmel formulierte in seiner

großen Soziologie von 1908 Grundprinzipien der formalen Soziologie. Gegenstand der Soziologie sei die Gesellschaft, die dort existiert, wo mehrere Individuen in Wechselwirkung miteinander treten. Diese Wechselwirkungen entstehen aus bestimmten Trieben oder Zwecken heraus und bedeuten, dass aus den individuellen Trägern dieser Triebe eine Einheit, nämlich die Gesellschaft wird (vgl. Simmel 1992: 17f). „Denn Einheit im empirischen Sinn ist nichts weiter als Wechselwirkung von Elementen.“ (Simmel 1992: 18) Aufgabe der Soziologie sei es, die *Form* und nicht den Inhalt von Vergesellschaftung zu analysieren. Simmels relational ansetzende Soziologie sieht soziale Beziehungen sowie die daraus entstehenden Strukturen und Dynamiken als den Ausgangspunkt zur Erforschung sozialer Gebilde (vgl. Diaz-Bone 2007: 2). Er sieht den Menschen als Produkt gesellschaftlicher Prozesse: „[...] auch *seinen* Zustand bestimmt die Vergesellschaftung.“ (Simmel 1992: 96). Außerdem ist der Mensch nicht nur Produkt einer einzigen sozialen Gruppe, sondern wird durch die „Kreuzung sozialer Kreise“ beeinflusst. Im Laufe ihrer Sozialisation schließen sich Individuen aus fremden, unverbunden Gruppen zusammen, wodurch sich neue Berührungskreise ergeben, die die früheren beeinflussen (vgl. Simmel 1992: 456f).

Von dieser Perspektive beeinflusst, entwickelte White u.a. die Methode der Blockmodellanalyse, welche seine Schüler wie Mark Granovetter und Gary Wellman in verschiedensten Formen weiterentwickelten (vgl. Diaz-Bone 2007).

Wie kleine Gruppen brauchen auch Netzwerke gemeinsame Werte und Ziele. Sie sind im Gegensatz zu Gruppen aber größer, flexibler und lockerer geknüpft, sodass Dropouts und Neuzugänge keine Seltenheit sind. Auf der Makroebene müssen Netzwerke also eine Struktur aufweisen, die ihr Fortbestehen ermöglicht, während sie auf der Mikroebene gleichzeitig hohe Freiheitsgrade beinhalten. Trotzdem entwickelt sich in einem Netzwerk meist eine eigene Struktur mit eigener Identität, welche jedoch weniger formalisiert ist, auf Vertrauen beruht und „gepflegt“ werden muss (vgl. Schäffter 2001 zit.n. Heidbrink et al. 2009: 180).

Wie bereits erwähnt, dient der Netzwerkansatz zur Beschreibung von Mustern oder Strukturen sozialer Beziehungen (vgl. Heidbrink et al. 2009: 175). Grundsätzlich kann man in der Netzwerkanalyse zwei Arten von Netzwerken, die *persönlichen Netzwerke* und die *Gesamtnetzwerke*, unterscheiden. Bei beiden wird zuerst eine

bestimmte Menge von Akteuren festgelegt, um dann bestimmte Arten von Beziehungen zwischen Akteuren zu untersuchen. Der Unterschied ist, dass man bei der Untersuchung von Gesamtnetzwerken zu jedem Akteur ermittelt, ob Beziehungen zu jedem anderen Akteur bestehen oder nicht. Bei den persönlichen Netzwerken hingegen stellt man für jeden Akteur einer bestimmten Menge fest, mit welchen anderen Akteuren Beziehungen der vorgegebenen Art bestehen. Bei der Untersuchung von persönlichen Netzwerken kann es sein, dass sich Akteure herausstellen, die nicht zur untersuchten Ausgangsmenge gehören. Bei der Erhebung von Gesamtnetzwerken werden Beziehungen außerhalb der untersuchten Menge nicht berücksichtigt (vgl. Schnegg & Lang 2002: 7).

Döring definiert soziale - insbesondere persönliche - Netzwerke folgendermaßen:

„Die Gesamtheit der sozialen Beziehungen, die eine Person (Ego, Folgeperson, Fokuspersion) mit andern Menschen (Alteri) unterhält sowie deren Beziehung untereinander bezeichnet man als soziales Netzwerk dieser Person (egozentriertes Netzwerk, persönliches Netzwerk).“ (Döring 2003: 409)

Empirisch ist es fast nicht möglich persönliche Netzwerke von Personen vollständig zu erfassen, deswegen beschränkt man sich meist auf die Erhebung *partieller Netzwerke*, indem man die Untersuchung auf bestimmte Beziehungsklassen (z.B. Freundschaftbeziehungen, Familienbeziehungen) oder Beziehungsinhalte (z.B. Hobby, Religion) eingrenzt (vgl. Döring 2003: 409).

Nach Gräf (1997) lassen sich soziale Netzwerke in einen engeren Kernbereich (*primäre Zone*), welcher aus starken Bindungen besteht, und einer weiteren Zone, welche aus schwächeren Bindungen besteht, gliedern. Mit engen affektiven Bindungen der primären Zone interagiert Ego häufig und bekommt von ihnen emotionale Unterstützung. Personen der weiteren Zone bieten Ego soziale Unterstützung wie das Austauschen von Werkzeugen oder Büchern, gemeinsame Freizeitaktivitäten oder Gespräche über Alltagsthemen. Zusätzlich wird ein Netzwerk noch von einer Peripherie bestehend aus sehr schwachen, lockeren Bindungen umgeben (z.B. Freundesfreunde), die Gräf die *persönliche Öffentlichkeit* nennt. Innerhalb dieser Öffentlichkeit wird Ego beobachtet und bewertet: Die Handlungsgeschichte von Ego wird aufgezeichnet (Verhaltenskonto) und ein Persönlichkeitsbild wird geschaffen, das durch seine Interaktionsgeschichte und Erzählungen über Ego zustande kommt. Andererseits stellen diese Personen potentiell Ressourcen bereit (soziales Kapital), auf die Ego aufgrund spezifischer Solidaritäten zurückgreifen kann (vgl. Gräf 1997: 102ff).

Soziale Netzwerke können außerdem auf verschiedenen Ebenen untersucht werden: Auf der Ebene des Individuums (z.B. welche sozialen Rollen Ego im Netzwerk übernimmt), der Ebene der Dyade (z.B. wie eng die Beziehung zwischen Ego und Alteri ist) und der Gruppe (z.B. welche Beziehungen zwischen Freundeskreis und Familie bestehen). Außerdem sind folgende Merkmale für Netzwerke charakteristisch: Netzwerkgröße (Zahl der Alteri), Netzwerkdichte (Zahl der Beziehungen zwischen Alteri), Netzwerkheterogenität (Zahl der verschiedenen Beziehungsklassen im Netzwerk, Netzwerkvariabilität (Veränderungen des Netzwerks in der Zeit) (vgl. Döring 2003: 410). Keupp (1994) unterscheidet außerdem zwischen *strukturellen Ebenen* (Größe, Dichte, Kontakthäufigkeit, Multiplexität und Segmentierung) und der *funktionalen Ebene* von Netzwerken. Letztere bezieht sich auf die Funktion(en), die das Netzwerk für den Einzelnen hat. Die zentralste Funktion ist die Vermittlung sozialer Unterstützung, wozu er folgende Aspekte zählt: affektive, instrumentelle und kognitive Unterstützung, Aufrechterhaltung der sozialen Identität, Vermittlung von Sozialkontakten. Außerdem schlagen Netzwerke im Kontext von Sozialisationsprozessen eine Brücke zwischen Makro- und Mikrosystemen. Keupp sieht das soziale Netzwerk "[...] als *Muster sozialer Beziehungen*, in das ein Individuum eingebunden ist" (Keupp 1994: 696). Auch Schwarzer und Leppin (1997) trennen deutlich zwischen strukturellen Aspekten sozialer Integration in ein soziales Netzwerk und der funktionalen Bedeutung sozialer Interaktion, dem Social Support bzw. der sozialen Unterstützung. Sie fassen soziale Unterstützung als kognitives Konzept auf, da subjektiv wahrgenommene Unterstützung und tatsächlich erhaltene Unterstützung oft nur geringfügig miteinander zusammenhängen. Sozial gut eingebettet sein und mit der Hilfe von anderen rechnen zu können, wirkt sich positiv auf die Befindlichkeit aus – dies wird als Haupteffekt von Netzwerken bezeichnet. Im Falle einer Krise tritt dann der Puffereffekt auf, da die konkrete Unterstützung negative Auswirkungen dämpft oder sogar verhindert.

Neben der „formalen Netzwerkanalyse“, die sich nur quantitativer Techniken bedient, besteht momentan ein Trend dahingehend, vermehrt qualitative Verfahren in die Netzwerkanalyse aufzunehmen, welche der Einbeziehung der Akteursperspektive, der Exploration von Netzwerken sowie der verstehenden Analyse der Netzwerkdynamiken dienen (vgl. Diaz-Bone 2007).

### **3.3 Netzwerke und Internet**

„Durch das Internet und den damit geschaffenen Cyberspace ergeben sich Veränderungen, die sich direkt auf die Vernetzung zwischen den Mitgliedern moderner Gesellschaften auswirken.“ (Gräf 1997: 113)

Im Cyberspace wird die Kontaktaufnahme und -pflege erleichtert, die frei von raumzeitlichen Schranken ist. Außerdem bilden sich Arenen für Diskussionen und Austausch und Zonen gegenseitiger Loyalität und Hilfsbereitschaft. Neue Medien verändern allerdings nicht die Bedeutsamkeit von Nahkontakten. Nach Gräf bleibt durch die Einführung neuer Medien der Nah- bzw. Kernbereich sozialer Kontakte tendenziell unverändert; es wird jedoch ein zusätzlicher Fernbereich erschlossen. Durch Hinzukommen von Cyberfreunden und flüchtigen Kontakten verändert sich die Struktur persönlicher Netze dahingehend, dass diese größer werden und sich in ihrer Dichte verringern. Es entsteht eine Grauzone, innerhalb dieser auch für das Individuum unklar ist, ob eine Online-Bekanntschaft nun zum eigenen sozialen Netzwerk zählt oder nicht (vgl. Gräf 1997: 115).

Vergemeinschaftungen im virtuellen Raum vervielfältigen die Möglichkeiten von Individuen sich zu Gruppen zusammenzuschließen. Durch Mehrfachmitgliedschaften werden Online-Kreise miteinander verknüpft, die geographisch ein sehr weites Gebiet abdecken können. Mit der Mitgliedschaft in so einem Online-Verkehrskreis ragt Ego meist viel weiter in die Gesellschaft, als mit einem Kreis im physischen Raum. „Über die Vielzahl der Online-Kreise ergibt sich eine dichtere Vermaschung der Gesellschaft(en).“ (Gräf 1997: 118) Diese erhöhte Dichte ist jedoch nicht unbedingt mit ansteigender interner Integration gleichzusetzen. Online-Gemeinschaften sind in der Regel unverbindlicher, da der Austritt aus ihnen um einiges leichter fällt, als der aus Gemeinschaften des „realen“ Lebens.

#### **3.3.1 *Networked Individualism***

Wellman et al. (2003) sprechen sich dagegen aus, das Internet als eigenes soziotechnisches System zu sehen, welches separat von der realen Welt existiert. Vielmehr wollen sie die Folgen der extensiven Diffusion und intensiven Nutzung des Internets für das Leben der Menschen erforschen. Sie untersuchen in ihrer Studie die Auswirkungen des Internets auf den gesellschaftlichen Wandel, der sich ihrer Meinung nach weg von Gruppen und hin zu vernetztem Individualismus (*networked*

*individualism*) vollzieht. Dieser Umbruch sei nicht nur auf interpersoneller Ebene, sondern auch auf organisationaler, interorganisationaler und Weltsystem-Ebene zu erkennen. Der Wandel besteht in einer Entwicklung von fest verknüpften und eng verbundenen Gruppen hin zu spärlich verknüpften und lose gebundenen Netzwerken. Die Autoren postulieren also eine Entwicklung in Richtung Netzwerk-Gesellschaften.

Putnam (2000) stellte eine Abnahme der Gemeinschaftsbeteiligung in den USA von Mitte der 1960er bis in die 90er Jahre fest. Besonders war eine Abnahme der Mitwirkung bei formalen Organisationen wie Gewerkschaften und Sportligen zu erkennen. Dies seien Anzeichen dafür, dass sich die Privatisierung der Gemeinschaft vollzogen hat. Wellman et al. (2003) meinen jedoch, nur weil Menschen nicht in formalen Organisationen oder im sichtbaren öffentlichen Raum agieren, heißt das nicht, dass sie deswegen isoliert sind. Eine Analyse der Auswirkungen des Internets sollte berücksichtigen, in welchem Maße das Internet dazu beitragen kann, neue Formen der Interaktion und der Gemeinschaft hervorzubringen, welche nicht mit den Standard-Indikatoren zur Messung von sozialem Kapital erhoben werden können. So können Menschen Online durch Instant Messaging, Chats, MUDs, Newsgroups, Sozialer Netzwerk Seiten usw. sehr wohl Interaktionen und möglicherweise neue Formen von Gemeinschaft hervorbringen.

Weiters kreiert das Internet nach Wellman et al. (2003) bestimmte Möglichkeiten, soziale Aufforderungscharaktere (*social affordances*), die den Alltag beeinflussen können:

- *Weitere Bandbreite*: Breitband Kommunikation erleichtert den Austausch großer Datenmengen, Instant Messaging, Rückmeldungen, angehängten Text, Bilder, Video, Stimme und Telepräsenz. Der Austausch zwischen Individuen wird so erleichtert und beschleunigt.
- *Immer verbunden*: Breitband erleichtert außerdem 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche mit dem Internet verbunden zu sein. Dies schließt das Internet stark in den Alltag ein. Wenn an eine Kommunikation gedacht wird, kann sie gleich darauf ganz einfach gesendet werden – man kann mit anderen seine Gedanken im Moment der Inspiration teilen. Physische Nähe ist nicht mehr notwendig, um verbunden zu sein und multiple Kommunikation wird genauso einfach wie ein Anruf einer Einzelperson.

- *Personalisierung*: Computer vermittelte Kommunikation entwickelt sich in Richtung Personalisierung. Dies bedeutet mehr Kontrolle über die Quellen, von welchen Personen eine Nachricht erhalten wollen und über deren Zeitpunkt und Inhalt. Die Interaktionen werden mehr den individuellen Bedürfnissen angepasst; es entsteht ein individualisierter Weg des Interagierens und Mobilisierens.
- *Drahtlose Portabilität*: Drahtlose Portabilität ermöglicht Telefon- und Internetzugang überall und jederzeit. Randall beschreibt das „everywhere-nowhere“-Phänomen (vgl. Randall 2001 zit.n. Wellman et al. 2003): Er meint, Kommunikation werde überall (everywhere) sein, doch weil sie raumunabhängig ist, liegt sie nirgends (nowhere). Die Person wird das Ziel von Kommunikation, der Knotenpunkt, an den Kommunikation gerichtet ist. Es wird beispielsweise nun öfters ein Individuum und nicht ein Haushalt angerufen. Person-zu-Person Kommunikation verdrängt Tür-zu-Tür und Ort-zu-Ort Kommunikation. Außerdem besteht ein Unterschied zwischen Personalisierung und Portabilität:

„Personalization and portability are not the same. Personalization recognizes anywhere who people are. With portability, people take their devices with them. The combination facilitates the emphasis on individuals connecting and (mobilizing) to individuals, rather than individuals connecting to groups or groups connecting to groups.“ (Wellman et al. 2003)

Man bedenke bei dieser Aussage, dass sie von 2003 stammt und Facebook erst im Februar 2004 gegründet wurde. Soziale Netzwerk Seiten sind ein Beweis dafür, dass durch das Internet nicht nur Individuen stärker miteinander verbunden sind, sondern dies sehr wohl auch bei Gruppen der Fall sein kann: Ob Unikollegen, Freundeskreise, Gruppen zu bestimmten Themen etc. – all dies kann man z.B. in Facebook finden und so sogar mit mehreren Gruppen und mit mehreren Individuen gleichzeitig in Kontakt sein.

- *Globalisierte Konnektivität*: Die digitale Kluft, das sozioökonomische Gefälle zwischen denen, die computervermittelte Kommunikation benutzen und denen, die dies nicht tun, schrumpft in der westlichen Welt. Dies kann ein Anwachsen des Kleinen-Welt-Phänomens bedeuten: eine potentielle Verbundenheit zu allen über das Internet, entweder direkt oder durch kurze Ketten von indirekten Beziehungen. Außerdem wird transnationale Konnektivität erleichtert, so dass Migranten mit ihrem Heimatland oder transnationalem Netzwerk in Verbindung bleiben können.

Um nun die Auswirkungen des Internets auf Gemeinschaft zu erforschen, analysierten Wellman et al. (2003) in einer NetLab-Studie „Netville“: ein experimenteller „verkabelter Vorort“ in der Nähe von Toronto. Sie verglichen Bewohner mit Breitband-Internetzugang mit Bewohnern ohne Zugang zum Internet. Bewohner mit Internet hatten mehr informellen Kontakt mit ihren Nachbarn, kannten mehr ihrer Namen und besuchten diese auch öfters als Bewohner ohne Internet. Internetnutzer waren nicht nur sozial eingebundener, sie erhielten auch mehr soziale Unterstützung. Darüberhinaus waren sie „glokalisiert“ (*glocalized*), das heißt, sie waren sowohl lokal in der Nachbarschaft, als auch in weiter entfernten Beziehungen besser und enger verbunden. Weiters untersuchten sie auch Gemeinschaftsnetzwerke in Nord-Amerika und internationale Internetnutzung (Katalan, Japan).

Wellman et al. (2003) behaupten zusammenfassend, dass sich der Schwerpunkt der Konnektivität in der entwickelten Welt weg von Transport hin zu Kommunikation verschieben würde. Ihre Studie postuliert, dass das Internet nicht eine in sich geschlossene Welt ist. Statt auf Kosten von „realer“ face-to-face Welt entwickelt sich das Internet viel mehr als Expansion dieser, in dem Menschen alle Möglichkeiten nutzen, um mit Freunden und Verwandten zu kommunizieren. Das Internet stellt ein weiteres Mittel zur Kommunikation dar, welches in die regulären Verhaltensmuster des sozialen Lebens integriert wird. Gemeinschaften und Gesellschaften verändern sich in Richtung Netzwerk Gesellschaften, in denen die Grenzen durchlässiger sind, Interaktionen mit diversen anderen stattfinden, Verknüpfungen zwischen multiplen Netzwerken wechseln und Hierarchien flacher und rekursiver sind. Viele Menschen und Organisationen kommunizieren mit anderen weit verzweigt über Gruppen-Grenzen hinaus. Anstatt in Beziehung zu nur einer Gruppe zu stehen, bewegen sich Individuen zwischen Interaktionen mit einer Vielzahl anderer. Ihre Arbeits- und Gemeinschaftsnetzwerke sind diffus, lose verbunden und besitzen vage, überlappende soziale und räumliche Grenzen.

Veränderungen der Art der computervermittelten Kommunikation reflektieren und fördern die Entwicklung eines „networked individualism“ in vernetzten Gesellschaften. Kommunikation wird raumunabhängig und mobil: Die Internet- und Mobiltelefonkonnektivität bezieht sich auf Personen, die unabhängig von fixen Standpunkten erreichbar sind.

„The developing personalization, wireless portability, and ubiquitous connectivity of the Internet all facilitate networked individualism as the basis of community. Because

connections are to people and not to places, the technology affords shifting of work and community ties from linking people-in-places to linking people at any place. Computer-supported communication is everywhere, but it is situated nowhere. It is I-alone that is reachable wherever I am: at a home, hotel, office, highway, or shopping center. The person has become the portal.“ (Wellman et al. 2003)

Jede Person ist wie ein Schaltschrank, welche zwischen einzelnen Beziehungen und Netzwerken wechseln kann. Jede Person bleibt als Individuum verknüpft anstatt an einen Haushalt oder eine Arbeitseinheit gebunden zu sein. Jede Person agiert in einer separaten, persönlichen Gemeinschaft und wechselt rasch zwischen multiplen Subnetzwerken. Sogar im eher lokalistischen Katalonien treffen laut der Studie Personen ihre Freunde als Individuen und nicht in Familiengruppen. Das Internet und andere neue Kommunikationstechnologien helfen jedem Individuum seine eigene Gemeinschaft zu personalisieren. Somit wird eine umfassende Veränderung von Gemeinschaft postuliert (vgl. Wellman et al. 2003):

„This is neither a *prima facie* loss nor gain in community, but rather a complex, fundamental transformation in the nature of community.“ (Wellman et al. 2003)

Auf Sozialen Netzwerk Seiten kann jeder seine eigene Gemeinschaft, sein persönliches Netzwerk verwalten. Meistens verknüpft mit einer Vielzahl von Leuten agiert jede Person in einem Netzwerk, das sich beispielsweise von denen seiner Freunde unterscheidet. Jede Verbindung in diesem Netzwerk entsteht aus einer bestimmten Beziehung dieser Person zu einer anderen. So hat trotz großer Überschneidungen jeder sein individuelles Netzwerk – dies könnte man als „networked individualism“ bezeichnen.

## 4. Soziale Beziehungen im Internet

Nach den bisherigen Ausführungen zu Freundschaftsbeziehungen und Netzwerken, soll nun auf einen Faktor eingegangen werden, der für den Erhalt von Freundschaften unbedingt notwendig ist: die zwischenmenschliche Kommunikation. Da in dieser Arbeit vor allem die Auswirkungen der Kommunikation im Internet, im Speziellen auf Soziale Netzwerk Seiten, zum Thema hat, werden im Folgenden wesentliche Theorien und Eckpunkte computervermittelter Kommunikation behandelt.

### 4.1 Computervermittelte Kommunikation

Lange Zeit konnten sich Menschen nur face-to-face kennenlernen, sich austauschen oder treffen. Durch neue technologische Errungenschaften wie dem Telefon, dem Fax, Videokonferenzsystemen, dem Computer und dem Internet können nun soziale Beziehungen auch über weite Distanzen geknüpft und aufrechterhalten werden.

„*Computervermittelte Kommunikation (CVK) oder virtuelle Kommunikation* umfasst den über Computer realisierbaren Austausch von Mitteilungen in Form von Text, Ton oder Video zwischen einzelnen Personen oder Gruppen. Sie ermöglicht die Überwindung räumlicher und zeitlicher Distanzen.“ (Heidbrink et al. 2009: 111)

Man kann zwischen zwei Arten computerunterstützter Kommunikationsmittel unterscheiden: Die weit verbreiteten *asynchronen* Internetdienste wie E-Mails, Mailinglisten, Newsgruppen, Hypertextseiten und die *synchronen* Internetdienste zur zeitgleichen Kommunikation wie Chats (IRC), Multi-User-Domains (MUDs: virtuelle Spielwelten). Immer neue Techniken verändern das Internet und somit die Benutzerkreise ständig: Instant-Messaging, Breitbandzugänge, Peer-to-Peer-Systeme (z.B. Tauschbörsen für Musikdateien), Wikis, Weblogs und Soziale Netzwerk Seiten sind einige dieser Entwicklungen (vgl. Heidbrink et al. 2009: 111).

Kennzeichen von CVK sind *Asynchronität* (ausgenommen Chats), *Verschriftlichung* und *Beschleunigung* von Mitteilungen. Dadurch ist eine mehrspurige Kommunikationsführung möglich: Mehrere „Unterhaltungen“ können parallel geführt und so mehrere Beziehungen nebeneinander gepflegt werden. Die schriftliche Kommunikation im Internet ist weiters öffentlich und dokumentiert sich in der Regel selbst. Diese Archivierung des sozialen Austauschs hat Einfluss auf die Wahrnehmung und die Reflexion der jeweiligen sozialen Beziehung (vgl. Heidbrink et al. 2009: 115f).

Außerdem ermöglicht das Internet ein gewisses Maß an *Anonymität*, was auf die Ortsunabhängigkeit der Kommunikation zurückzuführen ist, die die Kopräsenz der Kommunikationspartner überflüssig macht. Dies bedeutet, dass Kommunikationsteilnehmer in ihrer physischen Umgebung bleiben und trotzdem Anteil an anderen Perspektiven haben können. Meistens fehlt hier der Zugang zu sozialen Kontextinformationen, die Aufschluss über den sozialen Status, wie Geschlecht, Kleidung, Aussehen oder Herkunft geben. Grundsätzlich werden dadurch Beziehungen mit Personen, die ganz andere soziale Merkmale haben, möglich (vgl. Heidbrink et al. 2009: 116). Dass dies, zumindest bei Sozialen Netzwerk Seiten, nicht immer der Fall sein muss, zeigt Thelwall (2009). Er fand in einer Studie mit MySpace-Freundspaaren heraus, dass die meisten Freundschaften durch Homophilie gekennzeichnet sind, d.h. dass Freundschaften zwischen Usern bestehen, die sich ähnlich sind. „The results showed no evidence of gender homophily but significant evidence of homophily for ethnicity, religion, age, country, marital status, attitude towards children, sexual orientation, and reason for joining MySpace.“ (Thelwall 2009: 1)

Weiters ist in virtuellen Beziehungen die soziale Distanz leichter zu regulieren: Man kann sich einerseits aus belastenden Beziehungen einfacher zurückziehen (z.B. per E-Mail oder Nicht-Antworten) und andererseits erwünschte Beziehungen leichter intensivieren (z.B. durch vermehrten Online Kontakt) (vgl. Haythornthwaite et al. 1998).

Neben den genannten positiven Konsequenzen des Fehlens sozialer Hinweisreize, kann es aber auch dazu kommen, dass z.B. Missverständnisse auftreten, weil eine ironische Bemerkung falsch verstanden wird. Der Grund dafür liegt beim Fehlen nonverbaler Kontroll- oder Sanktionsinstrumente wie ablehnende Gestik oder Mimik, die in der face-to-face Kommunikation wirksam werden. (vgl. Döring & Schestag 2000). Wie anhand der folgenden Theorien noch gezeigt wird, wird oft versucht, das Fehlen nonverbaler Informationen durch Emoticons und Gefühls- oder Handlungsbeschreibungen zu kompensieren.

#### **4.1.1 Theorien der computervermittelten Kommunikation**

In der Literatur ist eine Reihe von Theorien zu finden, die sich mit computervermittelter Kommunikation beschäftigen. Döring gruppiert diese in drei Blöcke: *Theorien zur Medienwahl*, *Theorien zu Medienmerkmalen* und *Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten* (vgl. Döring 2003: 128).

Grundsätzlich stehen in der Medienforschung *technikdeterministische* (medienzentrierte) und *kulturalistische* (nutzerzentrierte) Ansätze einander gegenüber. Während technikdeterministische Ansätze davon ausgehen, dass die objektiven technischen Merkmale von Medien das Erleben und Verhalten der Nutzer bestimmen, betonen kulturalistische Ansätze, dass Mediennutzer Technologien für ihre Zwecke einsetzen und zu ihrem eigenen Vorteil aktiv umfunktionieren. Beide Positionen sind in ihrer Reinform überspitzt und einseitig, denn weder sind Nutzer passive Opfer der Medien, noch können sie Medien durch aktives Nutzungsverhalten ganz nach ihrem Belieben umgestalten. Die oben genannten drei Blöcke vereinen technikdeterministische und kulturalistische Perspektiven in unterschiedlicher Gewichtung (vgl. Döring 2003: 186).

Zur Kategorie der technikdeterministischen Ansätze gehört die **Theorie der sozialen Präsenz**. Sie wurde von Short, Williams & Christie (1976) aufgrund von Beobachtungen in Audio- und Videokonferenzen aufgestellt. Die soziale Präsenz stellt das Ausmaß dar, in dem ein Medium es ermöglicht, den Kommunikationspartner in seiner physischen Präsenz zu begreifen, d.h. ihn als „reale“ in die Kommunikation involvierte Person wahrzunehmen. Die Autoren behaupten, dass diese soziale Präsenz von der Anzahl der verfügbaren Kanäle eines Mediums (Ton, Bild, usw.) abhängt (vgl. Short, Williams & Christie 1976: 65). Computervermittelter Kommunikation wird laut dieser Theorie daher ein Mangel an sozialer Präsenz unterstellt, da in der Regel und im Unterschied zur face-to-face Kommunikation keine bzw. wenig nonverbale Kommunikationssignale übertragen werden können. „[...] the major difference between FtF interaction and CMC lies in the availability of social context cues, which are crucial to relationship development.“ (Chan & Chen 2004: 306)

Es gibt aber auch Studien, die behaupten, dass Gruppen, die über einen längeren Zeitraum miteinander kommunizieren, die technischen Beschränkungen der CVK überwinden (vgl. Heidbrink et al. 2009: 118). Einer dieser nutzerzentrierten Ansätze ist die **Theorie der sozialen Informationsverarbeitung** (social information processing) von Walther (1992). Nach dieser Theorie muss es nicht zu einer medienbedingten Kommunikationsverarmung kommen: Die Entwicklung von Beziehungen über CVK ist möglich, dauert jedoch länger als in einem face-to-face Setting. In seiner Untersuchung hat Walther beobachtet, dass Menschen in virtuellen Lerngruppen einfach mehr Zeit brauchen, um Unsicherheiten abzubauen aber vergleichbare Leistungen erbringen wie face-to-face-Gruppen, wenn sie mehr Zeit zur Verfügung haben. Die fehlenden

sozialen Hinweisreize und nonverbalen Signale werden durch das Benutzen von Emoticons, Nachfragen, ASCII-Standardzeichen (z.B. @>--}--- als Rose), Soundwörter, Aktionswörter (z.B. \*zwinker\*, \*knuddel\*) usw. kompensiert. Menschen stimmen also ihr Kommunikationsverhalten in der Weise ab, dass mediale Einschränkungen hinsichtlich der Informationsfülle aktiv kompensiert werden (vgl. Döring 2003: 161).

Die soziale Informationsverarbeitung erfolgt nach Walther (1996) aus einer *hyperpersonalen Perspektive*. In diesem Modell wird davon ausgegangen, dass Kommunikationsteilnehmer in CVK mittels traditioneller Kommunikationselemente (Sender, Kommunikationskanal, Empfänger, Feedback) positivere personale Einschätzung ihres Kommunikationspartners und höhere Intimität und Verbundenheit entwickeln, als bei ftf-Kommunikation. Außerdem meint er, “[...] that computer-mediated group members may form stereotyped more extreme impressions of their partners when they lack physical cues to personal, social, and situational factors.” (Walther et al. 2007: 316) Diese Effekte entstehen aus der selektiven Online-Selbstpräsentation, der idealisierten Wahrnehmung der Kommunikationspartner und der dadurch entstehenden selbst-prophezeienden Impressionen ihnen gegenüber. Somit ist in CVK, im Gegensatz zur ftf-Kommunikation, die Selbstaufmerksamkeit und die Reflexion der ausgewählten und übertragenen sozialen Hinweise (*social cues*) höher (vgl. Walther et al. 2007: 316).

Das Konzept der „**Connected Presence**“ (Licoppe 2004) ist zur Beschreibung der Online-Offline-Relation von Freunden ebenfalls relevant. Es besagt, dass Beziehungen sich auf immer wiederkehrende Interaktionen begründen, die neben physischer Präsenz auch vermittelte Interaktionen (Telefon, E-Mail, SMS etc.) inkludieren. Vor allem starke Bindungen werden durch eine Serie von vermittelten Interaktionen bestätigt und erfahren.

Eine Beziehung erstreckt sich über eine gewisse Zeitspanne, die über individuelle Interaktionen hinausgeht. Die Entwicklung der Beziehung vollzieht sich in einer Vielfalt an Kontexten und Situationen, so dass ihre Beständigkeit nicht an einer spezifischen Aktion festgemacht werden kann. Aus interaktionistischer und konstruktivistischer Perspektive wird eine Beziehung als eine Abfolge von Austausch und vermittelten Interaktionen dargestellt. Diese vermittelten Interaktionen bestätigen und reaktivieren eine Beziehung und gestalten sie um (vgl. Licoppe 2004: 138).

Weiters wird eine Beziehung durch die Vielfalt der zu Verfügung stehenden Medien und dadurch entstehende Zugangsmöglichkeiten verbessert. "The relationship is played out across the entire technological landscape in which it is set." (Licoppe 2004: 139)

Lange oder auch nur kurze Telefonate, eine SMS oder eine E-Mail schaffen eine Art unsichtbares Band und eine permanente, vermittelte Präsenz des Kommunikationspartners.

"The continuous nature of this flow of irregular interaction helps to maintain the feeling of a permanent connection, an impression that the link can be activated at any time and that one can thus experience the other's engagement in the relationship at any time." (Licoppe 2004: 141)

Aufgrund der Häufigkeit und Kontinuität dieser Interaktionen wird durch die Expression eines Zustandes oder eines Gefühls eine gewisse Präsenz garantiert. Dadurch wird die Stärke des gegenseitigen Engagements, das die Gesprächspartner in die Beziehung einbringen, bestätigt. Außerdem haben Kommunikationsmedien in unserer schnelllebigen Zeit eine hilfreiche Funktion:

"These different interactional devices help to reduce the physical investments, cognitive efforts, and financial costs of initiating a connection, so that permanent accessibility the representation of which helps to ground the connected mode becomes conceivable." (Licoppe 2004: 152)

Christensen (2009) verfolgte das Konzept der „Connected Presence“ weiter und untersuchte die Funktion der vermittelten Kommunikation für die Interaktion zwischen Familienmitgliedern. Seinen empirischen Ergebnissen zur Folge besteht „Connected Presence“ aus zwei Kernelementen:

- Anwesenheit auf Distanz: Das Mobiltelefon bei sich zu tragen bedeutet im Prinzip nahestehende Freunde oder Verwandte permanent in Reichweite zu haben.
- Kontinuierliche Reaktivierung und Wiederbestätigung starker Bindungen:

"Whether instrumental or expressive in content, each call or text message reaffirms the close relations between family members and contributes to the continuous conversation that is the foundation of close and meaningful relationships." (Christensen 2009: 447)

## 4.2 Auswirkungen und Effekte von Internetnutzung auf soziale Beziehungen

In der Literatur lassen sich zwei grundlegende Hypothesen zur Erklärung der sozialen Auswirkungen von Online-Kommunikation unterscheiden: Die *Substitutions-*(displacement, reduction) und die *Stimulationshypothese* (stimulation, increase). Letzere lässt sich wieder in zwei unterschiedliche Hypothesen unterteilen: *Rich-Get-Richer* und die *Hypothese der sozialen Kompensation* (social-compensation hypothesis).

### 4.2.1 Substitutionshypothese

In dieser Hypothese wird davon ausgegangen, dass sich das Internet nachteilig auf die soziale Entwicklung von Jugendlichen bzw. Adoleszenten auswirkt, da die Online verbrachte Zeit die Zeit mit Freunden und Familie ersetzt. Außerdem werden diese sozial starken Bindungen (strong ties) durch Online entstandene schwache Bindungen (weak ties) ersetzt. Diese Argumentation basiert auf einem Nullsummenspiel: Menschen haben eine begrenzte Zeit zur Verfügung und deswegen beeinträchtigt die verbrachte Zeit mit einer Aktivität die vorhandene Zeit für eine andere Aktivität. Einige Studien zeigen, dass vor allem soziale Interaktion durch die Internetnutzung ersetzt wird. So zeigte Kraut et al. (1998) in ihrer HomeNet-Studie eine durch die Internetnutzung hervorgerufene Abnahme der Kommunikation in der Familie und des lokalen sozialen Kreises, sowie Anstieg von Einsamkeit und Depression. Auch Mesch (2006) konnte eine negative Relation der Internetnutzung zu der verbrachten Zeit mit der Familie und eine Steigerung der Familienkonflikte feststellen. In Summe wird die Substitutionshypothese durch Untersuchungen unterstützt die zeigen, dass die Online verbrachte Zeit in negativer Relation zu face-to-face-Interaktionen steht, Online-Kommunikation weniger nützlich oder wertvoll ist als face-to-face-Kommunikation und Internetnutzung in negativer Relation zu existierenden intimen Beziehungen wie der Familie steht (vgl. Lee 2009: 509).

Die Substitutionshypothese wird jedoch immer wieder kritisiert. Sogar Kraut et al. (2002) selbst relativierten ihre ein paar Jahre zuvor postulierten negativen Auswirkungen der Internetnutzung. In ihrer Studie „Internet Paradox Revisited“ zeigten sich positive Effekte auf Kommunikation, sozialer Einbindung und Lebenszufriedenheit durch die Nutzung des Internets. Auch Lee (2009) weist darauf hin, die Substitutionshypothese mit Vorsicht zu betrachten. Er meint, dass man aus einem

Rückgang der verbrachten Zeit mit Freunden und Familie noch keinen negativen Einfluss auf die Qualität dieser Beziehungen ableiten kann – die Qualität der miteinander verbrachten Zeit spielt eventuell eine größere Rolle als die Quantität an Zeit. Außerdem kann Online-Kommunikation face-to-face-Kommunikation auch ergänzen anstatt sie zu substituieren. Vor allem in Beziehungen, die geographisch distanziert erhalten werden müssen kann Online-Kommunikation eine gute Alternative zu face-to-face darstellen (vgl. Lee 2009: 511). Williams (2006) sieht das Problem der Substitutionshypothese darin, dass sie traditionelle Massenmedien nicht von neuen interaktiven Medien unterscheidet. Wenn man fernsieht kann man generell nicht miteinander kommunizieren, wenn man E-Mails schreibt, chattet oder SNS nutzt kann man hingegen interpersonalen Kontakt pflegen.

Die meisten Studien, die reduzierende bzw. substituierende Effekte behaupten, wurden im Anfangsstadium des Internets durchgeführt. Die Ergebnisse der Studien der letzten Jahre sind mehr in Übereinstimmung mit der Stimulationshypothese (vgl. Valkenburg & Peter 2007a: 268).

#### **4.2.2 Stimulationshypothese**

„Because adolescents now predominantly use the Internet to maintain their existing friendships, the condition for negative effects of the internet on social connectedness and well-being no longer exists.” (Valkenburg & Peter 2009: 4)

Die Stimulationshypothese behauptet, dass sich durch die Internetnutzung soziale Interaktionen, die Größe sozialer Netzwerke sowie die Nähe zu anderen erhöhen, in dem vorhandene soziale Bindungen erhalten bzw. neue entwickelt werden können. Dieses positive Argument basiert auf dem Potential des Internets als interaktives Medium, welches Leute ohne zeitliche und räumliche Beschränkungen vernetzen kann. Außerdem können Charakteristika des Internets wie Anonymität und das Fehlen sozialer Hinweisreize Nutzern das Zustandekommen neuer Beziehungen erleichtern. Ob Menschen dieses technologische Potential des Internets nutzen oder nicht kann mit dem *uses-and-gratifications-Ansatz* erklärt werden, welcher eine wichtige Grundlage der Stimulationshypothese bildet. Ihm nach hängt die Mediennutzung eines Menschen von seinen Bedürfnissen und Motiven und seiner wahrgenommenen Belohnung (gratifications) ab. Soziale Interaktion ist das häufigste Motiv für Mediennutzung (vgl. Lee 2009: 511f).

Wie bereits oben erwähnt, berichteten Kraut et al. (2002) von positiven Effekten der Internetnutzung auf die soziale Verbundenheit, da sowohl face-to-face-Interaktionen mit Freunden und Familie stiegen, als auch lokale und entfernte soziale Netzwerke größer wurden. Gerade bei Teenagern stiegen die Kommunikation in der Familie und die soziale Unterstützung. Auch Wellman et al. (2001) postulieren, dass das Internet als Ergänzung zu den Offline-Interaktionen dient. Das Internet zeigte sich als hilfreicher existierende soziale Netzwerke zu erhalten als neue zu kreieren. Offline-Interaktion stimuliert Online-Interaktion und nicht umgekehrt. Probanden, die regelmäßig das Internet nutzen, kontaktierten Freunde und Verwandte eher über E-Mail als solche, die das Internet weniger oft nutzen. Dieser E-Mail-Kontakt verringerte weder ftf-Kontakt noch Telefonate. Valkenburg & Peter (2007a, 2007b) fanden heraus, dass Online-Kommunikation die Qualität von Freundschaften direkt und indirekt dadurch steigert, dass mehr Zeit mit Freunden verbracht wird. In ihrer Studie stellte sich ein positiver Zusammenhang zwischen Online-Kommunikation und empfundener Nähe zu Freunden heraus. Dabei ist es vor allem die wahrgenommene Online hergestellte Tiefe der Freundschaften, die zu diesem gesteigerten Näheempfinden beiträgt. Auch Gross (2004) fand einen Zusammenhang zwischen Online-Kommunikation und Nähe zu Freunden heraus. Von ihm untersuchte Instant Messaging-Partner waren meistens Freunde von der Schule. Ihre Online-Kommunikation findet in einem privaten Setting statt, wobei Kommunikationsinhalte von alltäglichen bis zu intimen Themen reichen. Die Kommunikation über intime Themen verstärkte die empfundene Nähe zu Freunden.

Nach Bessièrè et al. (2008) sind solche positiven Effekte nur bei denjenigen zu finden, die das Internet hauptsächlich dazu benutzen, existierende Freundschaften zu pflegen. Wenn es dazu genutzt wird, um mit Fremden in Kontakt zu treten, waren die positiven Effekte nicht mehr gegeben (vgl. Bessièrè et al. 2008; Valkenburg & Peter 2007a). Da SNS hauptsächlich für die Kommunikation mit bestehenden Freunden genutzt werden (vgl. Raacke & Bonds-Raacke 2008, Joinson 2008), ist die Voraussetzung für diese positiven Effekte gegeben.

Die folgenden, aus der Stimulationshypothese abgeleiteten zwei Thesen, die *Rich-Get-Richer* und die *Hypothese der sozialen Kompensation*, beschäftigen sich mit psychosozialen Merkmalen einer Person und damit, ob eine sozial integrierte oder eine sozial isolierte Person mehr von der Nutzung des Internets profitiert.

### **4.2.3 Rich-Get-Richer-Hypothese**

Die Rich-Get-Richer-Hypothese, eingeführt von Kraut et al. (2002), behauptet, dass diejenigen, die bereits stark in ein soziales Netzwerk eingebettet sind, am meisten vom Internet profitieren: „That is, initial social connection or competence functions as a moderator based on the interaction effect of Internet use with extroversion.“ (Lee 2009: 513)

Internetnutzung zeigte sich in der Studie von Kraut et al. (2002) assoziiert mit besseren Effekten für extrovertierte als für introvertierte Personen. Für Extrovertierte steigerten sich die Lebenszufriedenheit und das Selbstbewusstsein wohingegen Einsamkeit sank. Bei Introvertierten sank die Lebenszufriedenheit mit der Internetnutzung. Die Autoren meinten auch, dass soziale Verbindungen oder Kompetenz womöglich eine vorhergehende Variable der Internetnutzung ist. Auch hinsichtlich der Freundschaftsbeziehungen zeigte sich die Rich-Get-Richer-Hypothese als valide: Adoleszente mit besseren sozialen Beziehungen nutzen vermehrt Online-Kommunikation, was sich wiederum positiv auf die Qualität ihrer Freundschaften auswirkte (vgl. Lee 2009: 522). Die Ergebnisse der Studien von Valkenburg & Peter (2007b) unterstützen ebenfalls die Rich-Get-Richer-Hypothese. Sie fanden heraus, dass sozial ängstliche Befragte weniger oft Online kommunizieren als nicht sozial ängstliche. Andererseits messen sozial ängstliche Probanden dem Internet eine größere Bedeutung bezüglich intimer Selbstoffenbarung bei, was wiederum zu vermehrter Online-Kommunikation führte. Dieses Ergebnis stimmt mit der Hypothese der sozialen Kompensation überein.

### **4.2.4 Hypothese der sozialen Kompensation**

Die Hypothese der sozialen Kompensation gilt als alternatives Modell zu der Rich-Get-Richer Hypothese und besagt, dass das Internet für sozial ängstliche und isolierte Personen hilfreicher und förderlicher ist. Das Internet könnte das fehlende soziale Offline-Netzwerk kompensieren, da sozial ängstliche Personen einen größeren Vorteil aus der Entwicklung intimer Beziehungen Online ziehen. McKenna & Bargh (1999) erklären in ihrer Studie, wie Online-Interaktion mangelnde Gesellschaftsfähigkeit und ein fehlendes soziales Netzwerk kompensieren kann. Stigmatisierte und gehemmte Identitäten, soziale Ängstlichkeit und Einsamkeit sind Motivatoren für Online-Kommunikation. In diesem Online-Setting, in welchem hauptsächlich textbasierende Kommunikation stattfindet und es an visuellen und auditiven Hinweisen fehlt, kann anonym ein echtes oder idealisiertes Selbst offenbart werden, was zur Bildung neuer

Beziehungen führen kann. Als Konsequenz wachsen soziale Netzwerke und Einsamkeit und Depression sinken (vgl. Lee 2009: 514).

Auch Bessiere et al. (2008) können mit den Ergebnissen ihrer Studie die Hypothese der sozialen Kompensation unterstützen. Bei Probanden mit kleinen sozialen Netzwerken, wenig wahrgenommener sozialer Unterstützung und bei Introvertierten sank das Depressionslevel dann, wenn das Internet dazu verwendet wurde, um neue Leute kennenzulernen. Allgemeine Internetnutzung hatte außerdem keine Auswirkung auf die Lebenszufriedenheit.

Diese Ergebnisse lassen vermuten, dass für sozial isolierte Personen die Möglichkeit positiven Gewinn aus der Internetnutzung zu beziehen von ihren dahintersteckenden Zielen und Motiven abhängig ist. Wenn diejenigen, die Angst vor face-to-face-Kommunikation haben und keine Befriedigung daraus ziehen können Online-Kommunikation als funktionale Alternative sehen, können sie ihre schwachen Bindungen durch Online-Interaktion kompensieren (vgl. Lee 2009: 514).

#### **4.2.5 Hypothese der durch das Internet verstärkten Selbstoffenbarung**

Wie oben erläutert wurde, wissen wir nun, dass viele Studien einen positiven Zusammenhang zwischen Online-Kommunikation und sozialer Verbundenheit und Lebenszufriedenheit postulieren. *Warum* dies allerdings der Fall ist, wurde noch nicht näher betrachtet. Valkenburg & Peter haben in den letzten Jahren mehrere Studien durchgeführt, um den diesem Zusammenhang zu Grunde liegenden Prozess zu identifizieren. In ihrem Paper „Social Consequences of the Internet for Adolescents“ (2009) formulierten sie die Hypothese der durch das Internet verstärkten Selbstoffenbarung („*the Internet-enhanced self-disclosure hypothesis*“), die die positiven Effekte des Internets auf soziale Verbundenheit und Lebenszufriedenheit durch die verstärkte bzw. erleichterte Selbstoffenbarung erklärt, welche durch das Internet hervorgerufen wird. Ihr liegen folgende drei Annahmen zu Grunde:

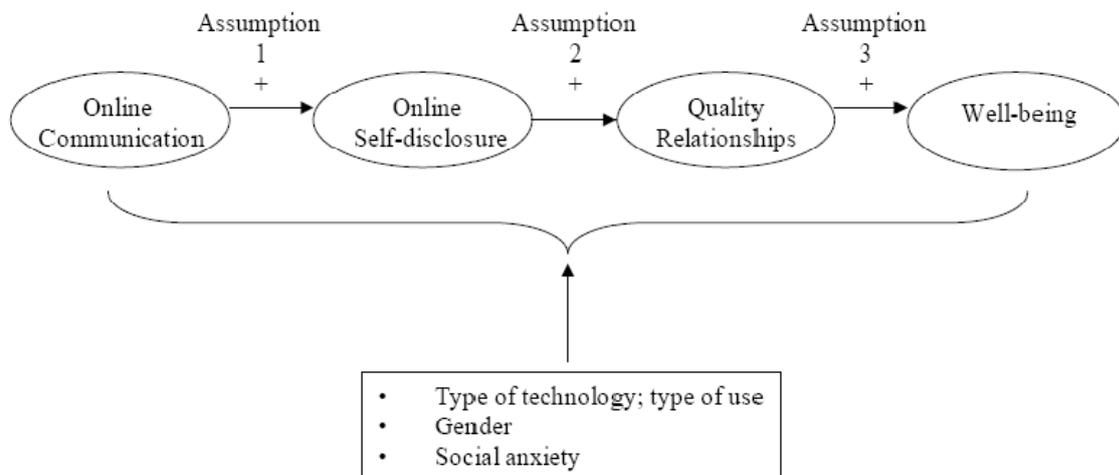
**1. Annahme:** Online-Kommunikation stimuliert Selbstoffenbarung Online. Diese Annahme basiert auf früheren CVK-Studien im speziellen auf der Theorie der hyperpersonalen Perspektive von Walther (1996). Danach ist CVK durch reduzierte visuelle, auditive und kontextuelle Hinweise charakterisiert. Daraus folgt, dass Kommunikationsteilnehmer weniger besorgt sind wie andere sie wahrnehmen und

dadurch weniger Hemmungen haben, intime Informationen zu offenbaren. Ihre Kommunikation wird also hyperpersonal, was meistens ungewohnt intim bedeutet. Mehrere Studien belegen diesen Zusammenhang. "In fact, the finding that online communication enhances self-disclosure is one of the most consistent outcomes in CMC research." (Valkenburg & Peter 2009: 6)

**2. Annahme:** Selbstoffenbarung Online verbessert die Qualität von Freundschaften. Schon lange Zeit ist klar, dass face-to-face Selbstoffenbarung ein wichtiger Indikator für Freundschaften ist. Mehrere Studien belegen, dass face-to-face Selbstoffenbarung in Zusammenhang mit Nähe und Qualität von Freundschaften bei Adoleszenten steht (vgl. z.B. McNelles & Connolly 1999). Valkenburg & Peter (2007b) fanden diesen Zusammenhang auch Online: Selbstoffenbarung Online resultierte in Freundschaften mit höherer Qualität.

**3. Annahme:** Selbstoffenbarung Online fördert die Lebenszufriedenheit von Adoleszenten durch die von ihr hervorgerufene verbesserte Qualität ihrer Freundschaften. Diese Annahme basiert darauf, dass mehrere Studien den Zusammenhang von der Qualität der Freundschaften und Lebenszufriedenheit belegen. Valkenburg & Peter (2007a) zeigten, dass die Qualität der Freundschaften von Adoleszenten den Zusammenhang zwischen ihrer Online-Kommunikation und ihrer Lebenszufriedenheit herbeiführte. „Online communication stimulated the quality of adolescent’s friendships, and via this route, it improved adolescents’ well-being, [...]“ (Valkenburg & Peter 2009: 8)

Der in den Annahmen behauptete Stimulationseffekt hängt vom Typ des Mediums, dem Geschlecht des Users und dem Grad der sozialen Ängstlichkeit des Users ab.



**Abbildung 1: The Internet-enhanced self-disclosure hypothesis (Valkenburg & Peter 2009)**

#### **4.1.1 Netzmedien und soziale Beziehungen**

Durch die Nutzung von Netzmedien ist ein neuer Beziehungstypus entstanden: Internet-Beziehungen, virtuelle Beziehungen, Cyberbeziehungen, Online-Beziehungen oder Netzbeziehungen werden jene Beziehungen genannt, bei denen der Erstkontakt und wichtige Folgekontakte computervermittelt ablaufen. Die „herkömmliche“ soziale Beziehung wird oft als Offline-Beziehung, reale Beziehung oder 3D-Beziehung bezeichnet. Netzmedien bieten viel bessere Chancen zur Anbahnung und Erhaltung sozialer Beziehungen als herkömmliche Massenmedien (Fernsehen, Radio, Print) oder Individualmedien (Brief, Telefon, Fax). Durch verschiedene synchrone und asynchrone Gruppenkommunikationsangebote sind u.a. auch Kontakte zu Personen möglich, die sich sonst außerhalb der kommunikativen Reichweite befinden und können auf unterschiedlichste Art und Weise angesprochen werden. Die Trennung der Begriffe Online-Beziehung und Offline-Beziehung erweist sich in mehrerer Hinsicht als problematisch: Offline-Beziehungen sind nicht alleine durch face-to-face-Kontakte bestimmt, sondern beinhalten meistens auch Telefonate, E-Mail-Kontakt oder die Verwendung anderer Medien. Umgekehrt beschränken sich Online-Beziehungen meist nicht auf Computer vermittelte Kontakte sondern integrieren Telefon-Kontakte und persönliche Treffen (vgl. Döring 2003: 424). Ein Jahr nach der Herausgabe des Buches von Döring wurde Facebook kreiert und damit ein neues Medium geschaffen, das

mittlerweile stark in den Alltag vieler Jugendlicher und auch älterer Personen integriert ist. Hierdurch wurden wieder weitere Möglichkeiten computervermittelter Kommunikation entwickelt. Da Soziale Netzwerk Seiten vor allem zur Kommunikation mit bereits bestehenden Offline-Kontakten verwendet werden (vgl. Lampe et al. 2006), ist hier die Problematik der strikten Trennung der Begriffe Online- und Offline-Beziehung besonders deutlich. Döring (2003) führt angesichts dieses inhaltlichen Problems den Begriff *Hybrid-Beziehungen* ein, der Beziehungen bezeichnet, die sowohl Online- als auch Offline-Kontakte beinhalten. Dieser Begriff soll auch in dieser Arbeit Anwendung finden.

Man kann jedoch nach Döring (2003) Beziehungen nach ihrem *Virtualisierungsgrad* unterscheiden, d.h. zu welchem Grad eine Beziehung als „Offline“ oder „Online“ zu bezeichnen ist. Dieser hängt nicht nur vom Ort der Erstbegegnung (im Netz oder außerhalb) ab, sondern auch vom Mischungsverhältnis der unterschiedlichen medialen Kontaktformen zum jeweiligen Zeitpunkt im Beziehungsverlauf. So kann eine durch starken Offline-Kontakt gekennzeichnete Freundschaft zwischen zwei Studenten zur reinen Online-Beziehung werden, wenn einer der beiden ein Austauschsemester absolviert.

Auch die Virtualisierung ganzer sozialer Netzwerke erfolgt bei Internet-Nutzern in graduellen Abstufungen – je nachdem zu wie vielen Personen im diesem Netzwerk Online-Kontakte bestehen und welcher quantitative und qualitative Stellenwert diesen Kontakten im Kontext anderer Kontaktformen zugeschrieben wird. Außerdem ist die Bedeutung von Computernetzwerken stets im Zusammenhang mit der konkreten Beziehungsklasse zu sehen und damit relativ. Online-Arbeitsbeziehungen und Online-Liebesbeziehungen haben beispielsweise unterschiedliche Funktionen und Eigenschaften, die sich eher aus den Merkmalen der jeweiligen Beziehungsklasse als aus den Merkmalen des gemeinsamen Online-Mediums ergeben (vgl. Döring 2003: 425). Dies lässt sich auch auf Soziale Netzwerk Seiten umlegen: Die Funktionen von Online-Freundschaftsbeziehungen bzw. Hybrid-Freundschaftsbeziehungen werden sich eher aus den Merkmalen bzw. der Definition dieser Freundschaften ableiten lassen, als dass sie durch diese SNS selbst entstehen. Daher ist es sinnvoll bei der Erforschung der Freundschaftbeziehungen unter Verwendung von SNS nicht bei den Merkmalen von SNS anzusetzen, sondern bei der Interpretation dieser Freundschaft seitens der jeweiligen Personen.

Doch auch die Mediennutzung als solche ist beziehungsrelevant:

„Netzmedien als neue und komplexe kulturelle Artefakte bieten Gesprächsanlässe, sie erfordern wechselseitige Hilfe oder ermöglichen die Darstellung von Kompetenz und Überlegenheit. Sie bieten Betätigungsfelder, die vor Beziehungspartnern abgeschirmt werden können, gleichzeitig speichern sie Datenspuren, anhand derer sich die Beziehungspartner gegenseitig kontrollieren.“ (Döring 2003: 427)

#### **4.2.7 Veränderung bestehender sozialer Beziehungen durch Internet-Nutzung**

Durch Einbeziehung des Internets als meist zusätzliche Kommunikationsform in einer sozialen Beziehung, kann es zu Veränderungen der Quantität und Qualität der zwischenmenschlichen Kontakte innerhalb dieser Beziehung kommen (vgl. Döring 2003: 428).

Nach der Stimulationshypothese dient das Internet als Ergänzung zu den Offline-Interaktionen und wird hauptsächlich dazu verwendet, existierende soziale Netzwerke zu erhalten (vgl. Wellman et al. 2001). Auch die Allensbacher Computer und Technik Analyse - ACTA fand 2007 heraus, dass 14- und 19-Jährige 63%, 20- und 29-Jährige 53% (mehrmals) täglich mit bestimmten Personen über Handy und Internet in Kontakt sind. Gleichzeitig gibt es keine Anzeichen einer Reduzierung bzw. Substitution von face-to-face-Kontakten (vgl. ACTA 2007).

Die Theorie der interpersonalen Medienwahl besagt, dass sich Kommunikationspartner generell über ihren gemeinsamen Mediengebrauch verständigen müssen. Diese neue digitale Form sozialer Kommunikation schafft neue Indikatoren und Normen für beziehungsbezogenes Engagement. Außerdem erhöht sie meist die Kontakthäufigkeit, was wiederum die Bindung stärkt, da diese im Sinne des *Repeated-Exposure-Effekts* zu einer positiveren Einstellung zum Gegenüber führt (vgl. Döring 2003: 429). Zajonc (1968) entwarf die These des *Repeated-Exposure-Effekts*, welche besagt, dass wiederholter Kontakt eines Individuums mit einem Stimulus-Objekt die Einstellung des Individuums gegenüber diesem Objekt verbessert. Um diese positivere Einstellung zu erzielen, reicht der bloße Kontakt aus: „By "mere exposure" is meant a condition which just makes the given stimulus accessible to the individual's perception.“ (Zajonc 1968: 1)

## 5. Soziale Netzwerk Seiten

### 5.1 Web 2.0

Das WorldWideWeb als populärster Dienst des Internets war jahrelang von Passivität gekennzeichnet – es war eine Informationsplattform, von der Inhalte schlicht abgerufen wurden. Vom Internetnutzer selbst wurden selten Inhalte beigesteuert (z.B. Gestaltung einer Homepage). Im Zeitalter des Web 2.0 fand ein grundlegender Wandel im Umgang mit dem WWW statt: Das Internet verwandelt sich in ein „Mitmachnetz“ mit vielfältigen Möglichkeiten der Partizipation und des aktiven Austausches mit anderen (vgl. Fisch & Gscheidle 2008: 356).

Das Konzept Web 2.0 hat seinen Ursprung in der Web 2.0-Konferenz 2005, in der O'Reilly federführend war. Es ging darum, die neue Ära des Internets zu erfassen und zu beschreiben und Prinzipien und Features von Web 2.0 herauszustellen.<sup>5</sup> Das Web 2.0 zeichnet eine einfache Handhabbarkeit aus. Ohne technisches Wissen kann der Nutzer Beiträge im WWW publizieren oder kommentieren, sich an Diskussionen in Foren beteiligen, virtuell vernetzen, Fotos oder Videos austauschen und vieles mehr. Bestimmte Softwarelösungen - sogenannte Social Software - waren notwendig, um diese Art der Beteiligung zu ermöglichen (vgl. Fisch & Gscheidle 2008: 356).

Fuchs (2009) weist darauf hin, dass SNS oft in Verbindung mit den Kategorien des Web 2.0 und Social Software diskutiert werden, welche allgemeiner sind als die Kategorie von SNS. SNS werden oft als Typen von Web 2.0 gesehen. Er meint jedoch, dass bisherige Definitionen aufgrund fehlender theoretischer Fundierung sehr vage sind. Folglich versucht sich Fuchs in einem integrativen und dynamischen Verständnis von Social Software und Web 2.0 aufbauend auf Konzepten von Gemeinschaft, Gesellschaft und Handlungen von Durkheim, Weber, Tönnies und Marx. Er unterscheidet verschiedene Stufen von Web-Technologien:

“Web 1.0 is a computer-based networked system of human cognition, web 2.0 a computer-based networked system of human communication, web 3.0 a computer based networked system of human co-operation.” (Fuchs 2009: 6)

---

<sup>5</sup> vgl. <http://tim.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1>, 29.3.10, 16:00.

Fuchs erstellt eine Tabelle, um die Web-Technologien in diese drei Ebenen Web 1.0, 2.0 und 3.0 zu klassifizieren (o2o: one-to-one, o2m: one-to-many, m2m: many-to-many).

	<b>Synchronous</b>	<b>Asynchronous</b>
<b>Cognition (Web 1.0)</b>	Peer-to-peer networks for filesharing (o2o, m2o, o2m)	websites (o2m), online journals (o2m, m2m), alternative online publishing (e.g. Indymedia, Altnet, o2m, m2m), online archives (o2m, m2m), e-portfolio (o2m), Internet radio/podcasting (O2m) social bookmarking (o2m, m2m) social citation (o2m, m2m) electronic calendar (o2m) Real Simple Syndication (RSS, o2m)
<b>Communication (Web 2.0)</b>	Chat (o2o, o2m, m2m), instant messaging (o2o, o2m), voice over IP (o2o, o2m, m2m), video conferencing systems (o2o, o2m, m2m)	E-mail (o2o, o2m), mailing-lists (m2m), bulletin board systems (usenet, m2m), web-based discussion boards (m2m), blogs (o2m, m2m), video blogs (v-blogs)/photo blogs (o2m, m2m), group blogs (m2m), social network services (e.g. online dating and friendship services like MySpace, o2o), social guides (o2m, m2m), mobile telecommunication (e.g. SMS and cellular phones; o2o, o2m), online rating, evaluation, and recommendation systems (e.g. tripadvisor, eBay- and Amazon Market Place-user ratings, listing of similar items at Amazon, o2m, m2m)
<b>Co-operation (Web 3.0)</b>	Multi User Dungeons (MUDs) (o2o, o2m, m2m), MUDs Object-Oriented (MOOs) (o2o, o2m, m2m), graphical worlds (o2o, o2m, m2m), MMORPG (Massive Multiplayer Online Roleplaying Games, o2o, o2m, m2m) Synchronous groupware (collaborative real-time editing shared whiteboards, shared application programs, m2m)	wikis (m2m), shared workspace systems (e.g. BSCW) (m2m), asynchronous groupware (m2m), knowledge communities (e.g. Wikipedia)

**Abbildung 3: Typologie von Web-Technologien (Fuchs 2009: 7)**

Im Web 1.0 basiert die Wahrnehmung der Individuen auf Daten aus einem technisch vernetzten Informationsraum. Web 2.0 basiert als Kommunikationssystem auf Web-vermittelter Wahrnehmung: Menschen interagieren mit Hilfe von Symbolen, die durch die Verwendung von Computer und Computernetzwerken gespeichert, übertragen und erhalten werden. Web-vermittelte Wahrnehmung ermöglicht web-vermittelte Kommunikation und umgekehrt. In Web 3.0 bildet sich durch kommunikative Handlungen eine neue Qualität heraus. Eine gewisse Kohäsion zwischen den Individuen ist hierbei notwendig. Web-vermittelte Kommunikation ermöglicht web-vermittelte Kooperation und umgekehrt. Die drei Formen von Sozialität (Wahrnehmung, Kommunikation, Kooperation) sind in sich verkapselt – jede Ebene bildet die Grundlage für die nächste (vgl. Fuchs 2009: 8f).

Aktive und inhaltgenerierende Internet-Nutzer sind also die Grundlage für das Web 2.0. Stanoevska-Slabeva (2008: 17) unterscheidet content- und beziehungsorientierte Plattformen und virtuelle Welten:

- Content-orientierte Plattformen unterstützen die User bei Kreation, Austausch und Verwaltung von textbasierenden oder multimedialen Inhalten. Dazu gehören Blogs, Wikis, Media Sharing Plattformen (z.B. YouTube), Plattformen zum Austausch von Informationen (z.B. Twitter) und Social Tagging- und Social Bookmarking-Plattformen.
- Beziehungsorientierte Plattformen sind darauf ausgerichtet, dem Nutzer ein Verwalten und Abbilden seiner sozialen Netzwerke zu ermöglichen (SNS wie Facebook, MySpace, StudiVZ usw.).
- Virtuelle Welten bilden die reale Welt virtuell ab. Das Simulationsspiel Second Life gilt hierfür als Beispiel.

Im Folgenden wird auf für diese Arbeit relevante beziehungsorientierte Plattformen, deren Entstehung und bisherige Studienergebnisse bezüglich SNS eingegangen.

## 5.2 Definition und Entstehung von SNS

“Recently, a new means of online communication has emerged with its own set of idiosyncrasies. This new communication style occurs through the use of social networking sites.” (Raacke & Bonds-Raacke 2008: 169)

Seit der Einführung sogenannter Soziale Netzwerk Seiten wie MySpace, Facebook und StudiVZ wächst nicht nur die Zahl der User, die SNS immer mehr in ihre tägliche Routine integrieren, sondern damit auch das Interesse der Wissenschaft an diesem Phänomen. Neue Möglichkeiten der Kommunikation, der Produktvermarktung, eine nie zuvor da gewesene Geschwindigkeit des Informationsaustauschs, sowie der Gemeinschaftsbildung und des Beziehungsmanagements sind von interdisziplinärer Relevanz: Implikationen für Individuum, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur sind sowohl für die Psychologie, die Soziologie, die Kommunikationswissenschaft, und Wirtschaftswissenschaften interessant.

Es existieren hunderte SNS mit verschiedensten technischen Möglichkeiten, die eine große Bandbreite an Interessen und Anwendungen abdecken. Die meisten Seiten unterstützen die Erhaltung von schon vorher existierenden sozialen Netzwerken. SNS können berufsbezogen sein (z.B. LinkedIn.com), sich an der Initiierung romantischer Partnerschaften orientieren (z.B. das ursprüngliche Ziel von Friendster.com, Parship.at, FriendScout24.at), Leute mit gemeinsamen Interessen wie Musik oder Politik verbinden (z.B. MySpace.com) oder ein Netzwerk von/für StudentInnen schaffen (z.B. StudiVZ, anfängliche Funktion von Facebook) (vgl. Ellison et al. 2007: 1). Außerdem unterscheiden sich SNS danach, inwiefern sie neue Informationen und Kommunikations-Tools wie mobile Konnektivität, Blogging, Foto oder Video-Sharing enthalten (vgl. Boyd & Ellison 2007). Röhl (2010: 209) unterscheidet themenbezogene, austauschbezogene, transaktionsbezogene und unterhaltungsbezogene SNS, die sich wiederum in Freundschaftsnetzwerke (MySpace, Facebook) und professionelle Netzwerke unterteilen lassen (Xing, LinkedIn).

Boyd und Ellison definieren soziale Netzwerk Seiten als

„[...] web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.” (Boyd & Ellison 2007)

Das Kernstück von SNS ist also, neben einem selbst konstruierten Profil, eine öffentlich sichtbare Liste von Verbindungen bzw. „Freunden“ mit anderen, wobei die eigenen und die Verbindungen der anderen jederzeit durchstöbert werden können. Und genau das macht SNS so einzigartig: User können ihre sozialen Netzwerke artikulieren und sichtbar machen. So werden Verbindungen zwischen Personen möglich, die sich sonst nie getroffen hätten. Nur ist das nicht das primäre Ziel solcher Seiten – es geht vielmehr darum, mit Leuten aus dem eigenen bereits bestehenden sozialen Netzwerk zu kommunizieren (vgl. Boyd & Ellison 2007). So besteht die Möglichkeit, dass die „Freunde“ am Leben anderer virtuell teilnehmen (vgl. Röll 2010: 210).

Die Verbindungen zu anderen werden auf den verschiedenen Seiten auch unterschiedlich betitelt; meistens handelt es sich um „Freunde“, „Kontakte“ oder „Fans“. Die meisten Seiten verlangen eine beiderseitige Freundschaftsbestätigung, manche aber auch nicht. Der Begriff „Freund“ kann irreführend sein, da diese Verbindung nicht unbedingt „Freundschaft“ im üblichen Sinne meint und die Gründe für solche Verbindungen verschiedenartig sein können (vgl. Boyd & Ellison 2007).

### **Kommunikation in SNS**

SNS bieten Funktionen wie Kommentare oder Nachrichten schreiben (privat oder öffentlich), Chatten, Fotos, Videos oder Musik Online stellen, Statusmeldungen schreiben und vieles mehr. Mobil und jederzeit auch unterwegs (mit gewissen Mobiltelefonen) abrufbar, sind die User permanent „vernetzt“. Die Entwicklung neuer Applikationen läuft rasant voran. Mit dem iPhone 3G kann man sich via SNS sogar schon über den Aufenthaltsort von Freunden informieren lassen (vgl. Ellison et al. 2009: 8).

*Statusmeldungen, Buschfunk, Pinnwandeinträge etc.:* Auf fast jeder freundschaftsbasierenden SNS gibt es die Möglichkeit, seine aktuelle Tätigkeit oder Gedanken kundzutun, um seine Freunde auf den neusten Stand zu bringen. Eine beschränkte Anzahl von Zeichen kann gepostet werden, wobei diese Nachricht, je nach Privatsphäre-Einstellungen, für alle (Freunde), sortiert nach neuesten Meldungen, auf der Startseite sichtbar ist. Es besteht auch die Möglichkeit, etwas auf seine eigene oder die Pinnwand eines anderen zu schreiben bzw. einen Kommentar zu posten. Diese Pinnwand befindet sich meist auf der Profilseite des Users und kann mit einem Gästebucheintrag verglichen werden.

Es ist auch möglich, die Statusmeldungen bzw. Kommentare zu *kommentieren*, d.h. etwas direkt unter eine öffentliche Meldung eines anderen oder einen Link, ein Foto oder Video, das jemand Online gestellt hat, zu schreiben. Oft entsteht dadurch eine Diskussion mit mehreren Leuten. Bei Facebook gibt es noch zusätzlich einen „Gefällt mir“-Button (*I-Like-it-Button*) unter jedem Posting. Mit diesem Button ist es möglich, schnell und direkt seine Zustimmung oder Kenntnisnahme auszudrücken. Seit längerer Zeit herrscht in der Facebook-Community ein Diskurs über die Einführung eines „Gefällt-mir-nicht“ bzw. „Dislike-Button“, was an Gruppen wie “100,000 strong to gain a "dislike" button” oder “We Want a Dislike Option” sichtbar wird.

Weiters besteht die Möglichkeit, *Persönliche Nachrichten (private messages)* zu schreiben, die mit E-Mails zu vergleichen sind. Sie stellen eine private Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen her, die nur von den Teilnehmenden eingesehen werden können.

*Fotos, Videos, Musik:* In allen SNS können zumindest Fotos hochgeladen werden. Es besteht die Möglichkeit, Profilfotos Online zu stellen oder Fotoalben zu erstellen, die dann von Freunden angesehen und kommentiert werden können. Gerade diese Funktion erfreut sich größter Beliebtheit: Auf Facebook werden im Monat ca. drei Billionen Fotos von Usern hochgeladen.<sup>6</sup> Auf den Fotos können andere Freunde verlinkt werden, wenn sie beispielsweise darauf zu sehen sind, oder wenn man aus einem anderen Grund will, dass dieses Foto mit einem bestimmten Freund in Verbindung gebracht wird. Das verlinkte Foto erscheint dann auf der Profiseite des jeweiligen Freundes. Auf Facebook und MySpace können auch Videos vom eigenen Computer oder vom Handy hochgeladen werden. Außerdem ist es möglich, direkt ein Video mittels Webcam aufzunehmen und Online zu stellen. Sehr oft werden Links zu YouTube-Videos gepostet, aber auch andere Verlinkungen sind beliebt - sei es zur eigenen Homepage, zu interessanten Artikeln oder anderen Inhalten des WWW. Wofür MySpace berühmt wurde, sind die eigenen oder fremden Songs, die Online gestellt werden können und oft automatisch beim Aufruf einer Seite eines Users ertönen.

Eine Funktion die gerade bei Facebook immer mehr boomt, sind *Applikationen (Applications)*. Dabei handelt es sich um Anwendungen gestaltet von Dritten zur Integration in die Facebook-User Profile. Derzeit gibt es mehr als 500.000 aktive

---

<sup>6</sup> vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>. 01.04.10, 11:00.

Applikationen auf Facebook.<sup>7</sup> Sie umfassen diverse Spiele, die man gemeinsam mit Freunden spielen kann (z.B. Farmville, MafiaWars, Happy Aquarium usw.), tägliche Horoskope oder andere tägliche Botschaften, die man zugesandt bekommt und vieles mehr. Speziell im Bezug auf Freundschaften interessante Applikationen sind: „Top Friends“ – hiermit kann man eine Liste ausgewählter Freunde erstellen, dessen Statusmeldungen, Fotos etc. gemäß einem Ranking als oberste, neuste Meldungen erscheinen; „Honesty Box“ – kreiert einen Raum, indem Freunde anonym ihre ehrliche Meinung über einen selbst kundtun können; „Flowers for friends“ – mit diesem App besteht die Möglichkeit, virtuelle Blumen an Freunde zu verschicken. Allgemein kann man mit verschiedenen Applikationen unterschiedlichste Geschenke verschicken, um so einen Freund eine nette Überraschung zu bereiten und ein „Ich denk an dich“ oder „Ich mag dich, deswegen schicke ich dir etwas ganz Spezielles“ symbolisieren. Außerdem kann in Facebook immer wieder an *Tests* teilgenommen werden, die von der Ermittlung des eigenen IQ bis zur passenden Haarfarbe oder Simpsons-Charakter reichen. Man kann zum Beispiel auch selbst einen Test erstellen, bei dem man andere Fragen zur eigenen Person beantworten lässt. Diese werden dann unter dem Motto: „Wie gut kennst du mich?“ oder „friends facts“ gepostet.

Aufgrund der Vielzahl an Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten sieht Fuchs (2009: 9) MySpace und Facebook als Online-Plattformen für Kommunikation und Gemeinschaftsbildung, womit sie nicht nur Web 1.0 Systeme sind, sondern auch Web 2.0 und Web 3.0 Systeme darstellen. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie integrierte Plattformen sind, die viele Medien-, Informations- und Kommunikationstechnologien kombinieren und integrieren (Webpage, Webmail, digitales Image, digitales Video, Diskussionsgruppen, Gästebuch, Freundschaftslisten, Suchmaschine). Viele dieser Technologien sind selbst soziale Netzwerk-Tools. Er kritisiert somit Boyd und Ellisons Definition von SNS:

„It surely is feasible, as boyd and Ellison argue, that profiles, connection lists, and tools for establishing connections are the central elements, but missing is the insight that platforms such as Facebook are meta-communication technologies, technologies of communication technologies.“ (Fuchs 2009: 9)

Er schlägt daher vor von integrierten Sozialen Netzwerk Seiten (*integrated social networking sites* - ISNS) zu sprechen.

---

<sup>7</sup> vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, 01.04.10, 11:00.

“ISNS are just like all computer technologies web 1.0 systems because they reflect and display dominant collective values of society that become objectified and are confronting users. They are web 2.0 technologies because they are used for communication and establishing connections in the form of connection lists. ISNS are web 3.0 technologies because they allow the establishment of new friendships, communities, and the maintenance of existing friendships.” (Fuchs 2009: 9)

## **Die Entstehung Sozialer Netzwerk Seiten**

Nach Boyd und Ellisons (2007) Definition erschien die erste Soziale Netzwerk Seite SixDegrees.com im Jahr 1997. Auch wenn man auf anderen Seiten auch Profile erstellen konnte und z.B. bei ISQ Freundeslisten erstellen konnte, war SixDegrees.com die erste Seite, die diese Elemente kombinierte. Bereits 2000 wurde diese Seite jedoch wieder geschlossen. Von 1997 – 2001 wurden einige Seiten gegründet, die verschiedenste Kombinationen von persönlichen, professionellen oder Dating-Profilen und Freundeslisten unterstützten, z.B. AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente, LiveJournal und Cyworld. Eine zweite SNS-Welle setzte mit der Etablierung von Ryze.com 2001 ein. Diese Seite wurde, genauso wie Tribe.net, LinkedIn, and Friendster kurz darauf gegründet, um Leuten dabei zu helfen, ihre Berufsnetzwerke wirksam einzusetzen. Ryze erreichte nie Massenpopularität, Tribe.net wurde für eine Nische attraktiv, LinkedIn wurde ein mächtiger Berufsservice und Friendster etablierte sich als populärste Seite von allen. Friendster wurde als Dating-SNS designed, auf der sich jedoch nicht Fremde sondern Freunde von Freunden treffen sollten. Durch die schnelle Zunahme an Mitgliedern traten mit der Zeit jedoch technische und soziale Probleme auf (z.B. Fake-Profile), woraufhin einige Funktionen eingeschränkt wurden und Friendster an Beliebtheit verlor. Ab 2003 wurden viele SNS gegründet, die den Erfolg von Friendster zum Vorbild hatten: Beruflich geprägte Seiten wie LinkedIn, Visible Path, und Xing, interessensfokussierte SNS wie Dogster, Care2 Couchsurfing, MyChurch oder am Medienaustausch orientierte Seiten wie Flickr (Fotos), Last.FM (Musik), und YouTube (Video) (vgl. Boyd & Ellison 2007).

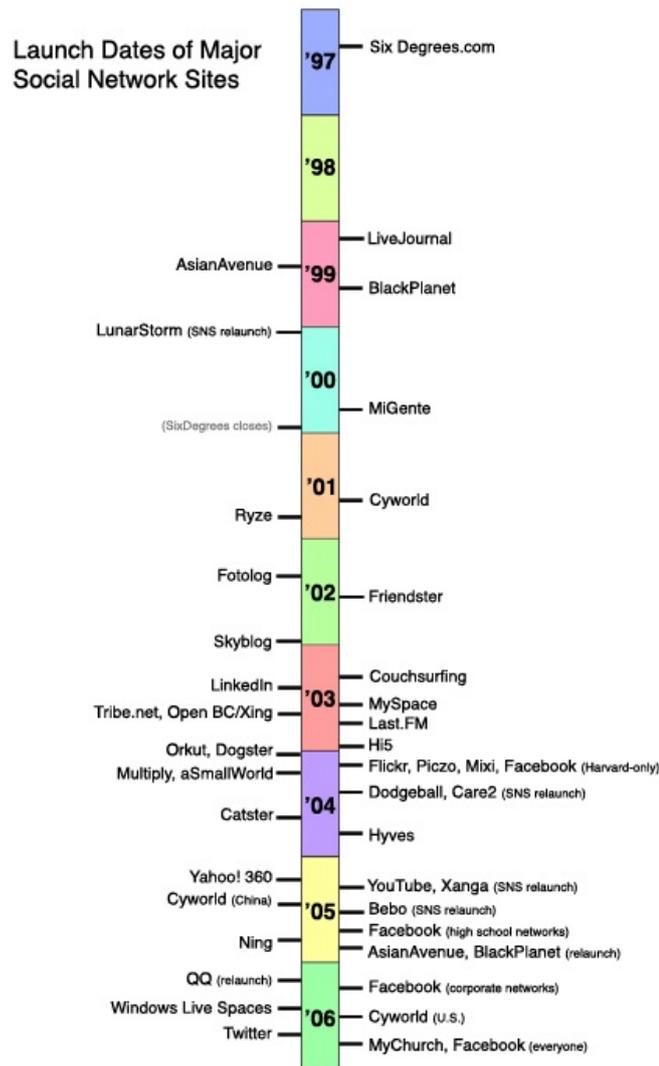


Abbildung 4: Zeitlinie der Einführungsdaten der meisten großen SNS (Boyd & Ellison 2007)

Ein spezifischer Typ von SNS, deren Beliebtheit rasant angestiegen ist und noch immer zunimmt, sind sogenannte Freundschafts-Netzwerk Seiten (*friend-networking sites*) wie MySpace und Facebook (vgl. Raacke & Bonds-Raacke 2008: 169).

**MySpace** startete 2003, zog ehemalige Friendster-User an und wuchs vor allem durch die Popularität unter Indie-Rock Bands rapide. „Bands were not the sole source of MySpace growth, but the symbiotic relationship between bands and fans helped MySpace expand beyond former Friendster users.“ (Boyd & Ellison 2007) Neben dem Wunsch mit Bands in Kontakt zu treten, trugen auch die vielfältigen Möglichkeiten der Profilgestaltung dazu bei, dass Teenager 2004 massenhaft an MySpace teilnahmen (vgl. Boyd & Ellison 2007).

**Facebook** begann 2004 als eine SNS ausschließlich für Studenten der Harvard-Universität. Noch im selben Jahr expandierte Facebook und wurde für die Unis Stanford, Columbia und Yale zugänglich, etwas später dann auch für High-School Schüler der U.S.A. und bald darauf international. Seit 2008 gibt es Facebook auch in Französisch, Spanisch und Deutsch und ist international jedem zugänglich. Aktuell hat im Februar 2010 die aktive User-Zahl 400 Millionen erreicht.<sup>8</sup> Ein Feature, das Facebook von anderen unterscheidet, ist die Möglichkeit für Dritte, Applikationen zu entwerfen und den Usern zur Verfügung zu stellen - unter der Voraussetzung Zugriff auf ihre persönlichen Daten zu bekommen. Im Moment gibt es 500.000 aktive Applikationen, wovon 250 monatlich mehr als 1 Million aktive User haben. Auch die Zahl der Freunde scheint zu steigen: Ein User hat im Durchschnitt 130 Freunde, monatlich sendet er acht Freundschaftsanfragen und verbringt 55 Minuten auf Facebook.<sup>9</sup> In Österreich steht Facebook gleich nach Google auf Platz zwei der meist besuchten Seiten im Internet und es befinden sich sieben SNS unter den Top 40 Websites:<sup>10</sup>

- #2 Facebook
- #4 YouTube
- #16 Twitter
- #19 Xing
- #24 MySpace
- #36 Flickr
- #39 Netlog

Während StudiVZ im Oktober 2008 noch auf Platz 14 rangierte (vgl. Fuchs 2008: 2), befindet sich diese SNS heute nur mehr auf Platz 67. Facebook erfuhr hingegen einen Aufschwung von Platz 14 auf Platz 2.

Aufgrund der hohen Beteiligung an Facebook und anderen SNS wundert es nicht, dass diese Seiten erheblichen Einfluss auf die Organisation von Gemeinschaften haben: "The rise of SNSs indicates a shift in the organization of online communities. While

---

<sup>8</sup> vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>, 02.03.10, 16:00.

<sup>9</sup> vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, 02.03.10, 16:00.

<sup>10</sup> vgl. <http://www.alexa.com/topsites/countries/AT>, 04.03.10, 09:00.

websites dedicated to communities of interest still exist and prosper, SNSs are primarily organized around people, not interests.” (Boyd & Ellison 2007)

## 5.1 Bisherige Forschungen zu SNS

“Social network sites (SNSs) have the potential to fundamentally change the character of our social lives, both on an interpersonal and a community level.” (Ellison et al. 2009: 6)

Nach Ellison et al. (2009: 6) zeigt sich durch den globalen Trend der SNS-Nutzung nicht nur eine Veränderung der Interaktionsmuster und sozialer Verbindungen unter Teens und Twens - sie erwarten solche Veränderungen in allen Gesellschaftssegmenten. SNS erleichtern sowohl momentane als auch zukünftige Interaktionen. Latente Verbindungen können jederzeit digital wiederhergestellt werden, wenn das Bedürfnis danach besteht (vgl. Ellison et al. 2009: 6).

“A profile on an SNS is not a static entity; rather, it is a locus of social interaction that evolves and changes to reflect various dynamics within social networks and communities.” (Tufekci 2008: 546)

Derzeit gibt es bereits eine Vielzahl an Studien, die sich mit dem Phänomen Soziale Netzwerk Seiten beschäftigen. Danah Boyd stellt auf ihrer Homepage eine Bibliographie von Studien über SNS auf, die aktuell seit 10.02.10 nun 322 Publikationen umfasst.<sup>11</sup>

Untersuchungen umfassen u.a. **Motive** der SNS Nutzung (vgl. Joinson 2008, Raacke & Bonds-Raacke 2008, Lampe et al. 2006), **Datenschutz und Implikationen für die Privatsphäre** (vgl. Debatin et al. 2009, Fuchs 2009, Raynes-Goldie 2010), **soziales Kapital** durch SNS-Nutzung und die Überbrückung von Online und Offline-Netzwerken (vgl. Steinfield et al. 2008, Valenzuela et al. 2009, Williams 2006), **Identitätskonstruktion** (vgl. Boyd 2006), **psychosoziale Faktoren** wie Lebenszufriedenheit und Selbstbewusstsein und **soziale Bindungen** (vgl. Lee 2009, Valkenburg & Peter 2007a und 2009) und auch **Freundschaftsbeziehungen** z.B.

---

<sup>11</sup> Siehe dazu Boyds Homepage: <http://www.danah.org/researchBibs/sns.html>, 04.03.10, 10:00.

deren Qualität im On- und Offline-Vergleich (vgl. Chan 2004, Valkenburg & Peter 2007b, Döring 2008, Vitak 2008) oder Unterschiede zwischen Usern und Non-Usern (vgl. Tufekci 2008).

Aufgrund der großen Anzahl an Studien, werden hier nur für diese Arbeit relevante ausgewählt und skizziert.

### **Veränderung in der Mediennutzung**

Im Zuge der Untersuchung von StudiVZ-Usern der Universität Münster wurde untersucht, wie sich diese SNS in das Gesamtgefüge der Kommunikationskanäle einordnet, die für persönliche Kontakte verwendet werden und welche Kommunikationskanäle verdrängt werden. StudiVZ war bei früheren Freunden, flüchtigen Bekannten und neuen Kontakten erste Wahl. Die SNS ermöglicht eine effiziente Verwaltung zahlreicher Kontakte, für die wenig investiert werden soll. Vor allem das Schreiben von E-Mails verzeichnete durch StudiVZ einen Rückgang: Mehr als ein Drittel der Befragten verschickte weniger Mails seit ihrer StudiVZ-Nutzung. Die Aufenthaltsdauer in anderen Communities, die Anzahl der verschickten SMS und die Internettelefonie gingen ebenfalls zurück (vgl. Neuberger 2008).

### **Motiv Nr.1: „to keep in touch“**

Viele Studien haben die Motive und den Nutzen von SNS erhoben. Raacke & Bonds-Raacke (2008: 171) geben an, dass 96% der von ihnen befragten MySpace und Facebook-User die Seiten dazu benutzen, um mit alten Freunden in Kontakt zu bleiben. 91.1% wollen mit aktuellen Freunden in Kontakt bleiben, 57.4% stellen Fotos Online oder sehen Fotos an und 56.4% wollen neue Freunde gewinnen. Weniger häufig war das Motiv, etwas über Events zu erfahren (33.7%), sich verbunden zu fühlen (19.8%), Informationen über sich selbst bereitzustellen (13,9%) und Dating (7,9%). Auch eine Online-Befragung von StudiVZ-Usern, die am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster durchgeführt wurde zeigt, dass einem Fünftel der Befragten (42%) die Kontaktpflege sehr wichtig ist und mehr als ein Drittel (35%) alte Bekannte wiederfinden wollen. Das Kennenlernen neuer Leute (3%) oder Dating (1%) spielen hingegen als Motive fast keine Rolle (vgl. Neuberger 2008).

Joinson (2008) führte mit 137 Facebook-Usern eine Studie durch, die SNS erstmals im Rahmen eines Uses and Gratifications-Ansatzes untersuchte. Auch bei diesen

Befragten stand „in Kontakt bleiben“ im Vordergrund. An zweiter Stelle rangiert passiver Kontakt (*social surveillance*) gefolgt von „mit alten Bekannten Kontakt aufnehmen“ und „Kommunikation“ (Pokes, private messages, Pinnwandpostings) an dritter Stelle. Joinson interessierte sich nun für die exakte Beschaffenheit von „in Kontakt bleiben“ sowohl als Nutzen als auch als Gratifikation. Dabei stellte er zwei Hauptfunktionen heraus, die in diesem Nutzen inbegriffen sind: Die erste ist eine Überwachungsfunktion (*social surveillance*), die auch schon Lampe et al. (2006) identifizierten. „This “surveillance” function allows an individual to track the actions, beliefs and interests of the larger groups to which they belong.” (Lampe et al. 2006: 167)

Diese Überwachungsfunktion kann einerseits als Warnmechanismus gegen unpassendes Verhalten eines anderen Users fungieren, andererseits hilft sie dem „Überwacher“ nach sozialen Hinweisen (*social cues*) zu suchen, die Gruppennormen kennzeichnen. So bleiben einem die wachsenden diversen Offline-Gemeinschaften vergegenwärtigt und das eigene soziale Kapital wächst. Diese Funktion der Überwachung findet sich in den Zielen bzw. Motiven der User wieder, „social searching“ oder „social browsing“ zu betreiben. „Social searching“ beschreibt das Auskundschaften von Leuten, die man bereits Offline kennt, um mehr über sie zu erfahren. Mit „social browsing“ ist gemeint, neue Leute oder Gruppen Online zu finden, mit denen man sich später gerne Offline treffen möchte. Die Studie von Lampe et al. zeigt, dass vor allem „social searching“ ein Hauptmotiv von Facebook-Usern ist, „social browsing“ hingegen fast keine Rolle spielt (vgl. Lampe et al. 2006: 167). Auch in der StudiVZ-Studie zeigt sich das Auskundschaften von Personen als eine weit verbreitete Praxis: 80 Prozent der Befragten geben an, das Profil von Leuten, die sie auf Parties oder Seminaren kennenlernten, später auf StudiVZ zu suchen. Somit lässt sich der erste Eindruck mit „harten Fakten“ anreichern (vgl. Neuberger 2008).

Im Zusammenhang mit der Funktion der sozialen Überwachung und der Privatsphäre ist noch eine interessante Studie von Muise et al. (2009) zu nennen, die untersuchte, ob Eifersucht in Beziehungen durch die SNS-Nutzung verstärkt wird. Facebook bietet Zugang zu Informationen über Freunde und Partner wie Veränderungen in ihrem Profil, neue Freunde in der Kontaktliste, Pinnwandpostings etc. Soziale Netzwerkaktivitäten werden somit in einer öffentlichen Sphäre freigelegt, was negative Konsequenzen für romantische und sexuelle Beziehungen haben könnte.

“Social network sites such as Facebook have changed the nature of public and private in the sense that much more information is available to individuals about their partner’s relationships and interactions than they would have with other online or offline methods of communication. This lack of privacy in the traditional sense may expose individuals to more information about their partner than they would access otherwise.” (Muise et al. 2009: 442)

Die Ergebnisse zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen der auf Facebook verbrachten Zeit und eifersuchtsbezogenen Gefühlen und Verhaltensweisen auf Facebook. Offen bleibt die Frage, ob mehr Zeit auf Facebook die Eifersucht steigert oder ob die erhöhte Eifersucht durch die Menge an Informationen über den Partner die Leute dazu bringt, mehr Zeit in Facebook zu verbringen (vgl. Muise 2009: 443).

### **Soziales Kapital und soziale Bindungen**

Wie man sieht, hängt die Funktion der sozialen Überwachung auch mit der Steigerung des sozialen Kapitals und der Bindung an (meistens) bestehende Beziehungen zusammen. „Associated with this use is the social capital building gratification, where Facebook is used to build, invest in and maintain ties with distant friends and contacts.” (Joinson 2008: 1034) Durch Statusmeldungen und “News Feeds” können Individuen via SNS sowohl wichtige Lebensereignisse als auch flüchtige Aktivitäten verbreiten und erlauben somit anderen eine ständige soziale Überwachung, die Individuen permanent miteinander verknüpft und Offline-Beziehungen stärken kann:

“Knowing about these events won’t change one’s life, but the knowledge accumulates into a powerful awareness of one’s social network and provides continuous linkage to one’s weak ties. This ephemeral information can also strengthen offline connections, easing conversation with vague acquaintances or providing a new reason to reconnect with an old friend.” (Ellison et al. 2009: 7)

SNS nehmen immer mehr eine zentrale Bedeutung bei der Strukturierung sozialer Beziehungen ein. Nach Röhl (2010) ist es zunehmend entscheidend, wie viel ökonomisches, kulturelles oder symbolisches Kapital unsere Kontakte besitzen. Die soziale Position in einem Beziehungsnetzwerk eines Akteurs beeinflusst die Möglichkeit, Ressourcen zu mobilisieren und somit sein soziales Kapital. Durch SNS ändert sich die Zusammensetzung des sozialen Kapitals. „Es entsteht ein alternatives Verständnis von Freundschaft und Nähe; dadurch verändert sich der soziale Radius der Jugendlichen.“ (Röhl 2010: 220)

Nach Valenzuela et al. (2009) gibt es drei Bereiche sozialen Kapitals: die intrapersonale, die interpersonale und die Verhaltenssphäre. Der intrapersonale Bereich bezieht sich auf die Lebenszufriedenheit eines Individuums, der interpersonale Bereich auf soziales oder generalisiertes Vertrauen in andere und der

Verhaltensbereich umfasst die aktive Partizipation von Individuen an zivilen oder politischen Aktivitäten. Die Ergebnisse ihrer Studie zeigen einen stärkeren Zusammenhang der Facebook-Nutzung mit intrapersonalen und verhaltensbezogenen Komponenten sozialen Kapitals als mit der interpersonalen Dimension. Die Intensität der Facebook-Nutzung hängt am stärksten mit der Lebenszufriedenheit zusammen. Ellison et al. (2007) untersuchten ebenfalls den Zusammenhang zwischen der Facebook-Nutzung und verschiedenen Formen sozialen Kapitals, wobei sie als intervenierende Variable psychologisches Wohlbefinden mit einbezogen. Es stellte sich heraus, dass Facebook vor allem beim Erhalt und der Herstellung von „bridging social capital“ hilfreich ist. Speziell bei Studenten mit niedrigem Selbstbewusstsein und niedriger Lebenszufriedenheit zeigte sich dieser positive Effekt, wenn sie Facebook intensiver nutzten. Auch Lee (2009) behauptet, SNS bieten für sozial ängstliche Leute mehr Raum als beispielweise E-Mail „[...] to experiment their identities and articulate their invisible social networks.“ (Lee 2009: 526) Ellison et al. (2007) behaupten weiter, dass Facebook hingegen weniger hilfreich ist, um „bonding social capital“ herzustellen, als es für die bridging Funktion der Fall ist. Facebook verringert zwar Kommunikationsbarrieren und kann so die Formation von schwachen Bindungen (*weak ties*) begünstigen, muss aber nicht unbedingt enge Freundschaften zur Folge haben. Trotzdem zeigt sich in der Studie, dass Facebook Nutzung auch für „bonding social capital“ wichtig ist, woraus sich schließen lässt, dass Individuen Facebook nutzen, um bereits vorhandene starke Bindungen zu erhalten. Außerdem ist Facebook auch bei der Erhaltung von Bindungen hilfreich, die sonst durch Umzug etc. nicht so leicht aufrechterhalten werden könnten („maintained social capital“).

Fast einheitlich zeigt sich bei allen Autoren, dass SNS hauptsächlich dafür genutzt werden, um mit dem bereits bestehenden Netzwerk von Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben. Dadurch können schwache Bindungen aufrechterhalten, andere vorhandene Bindungen vertieft oder manchmal auch neue Bindungen eingegangen werden. Wenn manche Medien ein „Substrat“ für Verbindungen sind, dann hat nach der „latent tie theory“ von Haythornthwaite (2005: 136) die Einführung eines neuen Mediums in eine Gruppe folgende Auswirkung: 1) es entstehen latente Bindungen (*latent ties*) 2) schwache Bindungen werden umgeformt – neue können entstehen und alte können aufgelöst werden und 3) sind für starke Bindungen nur minimale Effekte zu erwarten. Mit latenten Bindungen bezeichnet er diejenigen potentiellen Bindungen, die technisch zwar möglich sind, aber sozial noch nicht aktiviert wurden (vgl. Haythornthwaite 2005: 137). Der Zugang via SNS zu Informationen über solche

latentem Bindungen kann die Barrieren verringern und so Kommunikation initiieren (vgl. Steinfield et al. 2008: 443). Valenzuela et al. (2009: 881) sprechen außerdem von einer Bekräftigung bzw. Bestätigung von vorhandenen Bindungen und Netzwerken durch SNS-Nutzung, weil die User ständig am neusten Stand darüber sind, was ihre Kontakte gerade tun. Diese Verstärkung vorhandener Bindungen kann dann bei Nicht-User Freunden fehlen: Vitaks (2008: 77) Untersuchung ergab, dass ein Drittel der Befragten mit Freunden ohne SNS-Profil behaupteten, sie wären diesen Freunden näher, wenn diese auch auf SNS vertreten wären. Das ließe sich mit einer Studie von Tufekci (2008) begründen: Er zeigte, dass SNS-User wöchentlich signifikant mehr Kontakt zu Freunden haben als Nicht-User, was ein Grund für dieses stärkere Näheempfinden sein könnte.

SNS haben gewissermaßen eine Sozialisationsfunktion für die Jugend. Boyd (2007) beschreibt diese Seiten als „*networked publics*“, die Soziabilität genauso unterstützen wie das bei unvermittelten Öffentlichkeiten (*unmediated public spaces*) der Fall ist. „[...] social network sites are providing teens with a space to work out identity and status, make sense of cultural cues, and negotiate public life.“ (Boyd 2007: 2) Ein Verbot der Teilnahme an SNS würde eine Partizipationskluft (*participation divide*) zwischen Erwachsenen und Teenagern und zwischen Teenagern mit Zugang zu SNS und denen ohne Zugang bilden (vgl. Boyd 2007: 21). Immerhin bieten sich neue Chancen und Möglichkeiten der Partizipation durch SNS:

“Social network sites provide simple, inexpensive ways to organize members, arrange meetings, spread information, and gauge opinion. As more systems emerge, there will be greater capacity for groups to organize and participate in collective action, a hallmark of civil society.“ (Ellison et al. 2009: 8)

### **Applikationen und soziale Beziehungen**

Die Kombination einer Vielzahl von Medien-, Informations- und Kommunikationstechnologien und die zahlreichen Applikationen auf z.B. Facebook, tragen ebenfalls zur Beziehungsgestaltung und zum Beziehungsmanagement bei. Vor allem mit bereits vorhandenen Bindungen kommen Applikationen zur Verwendung, was wiederum potentiell deren Beziehung festigt:

“However, many of the applications available in Facebook are social in nature (e.g. scrabble games, ways to rate friends). [...] As such, they may serve to strengthen social ties, rather than acting to increase the overall size of a social network.“ (Joinson 2008: 1034)

## Freundschaftsbegriff

In letzter Zeit finden sich in der Öffentlichkeit immer wieder Diskussionen, wie die Bezeichnung „Freund“ auf SNS überhaupt zu verstehen ist. Auch in der Werbung gibt es bereits einige Persiflagen auf den Gebrauch des Freundschaftsbegriffs bei SNS-Kontakten. Die Untersuchung von Raacke & Bonds-Raacke (2008: 171) ergab, dass MySpace und Facebook-User im Durchschnitt 235.51 „Freunde“ haben und dass die Hälfte der Befragten nicht einmal alle ihre Freunde kannten. Wie ist es zeitlich und organisatorisch möglich, über 200 Leute als Freunde zu haben? Ist Freundschaft ein inflationäres Konstrukt?

„Daran ändert auch nichts, daß Facebook so sehr dem Freundschaftskult frönt. Denn das, was einst als Freundschaft angesehen wurde, verkommt hier zu einer fast beliebig zu nennenden Selbstvernetzungsorgie, jeder mit jeder, ohne daß dem eine Verbindlichkeit auf dem Fuße folgen würde, wie dies bei Freundschaften entscheidend ist. Insofern mag Freundschaft zwar „die magische Währung des Netzes“ sein, aber ihre Jungfräulichkeit wird doch schon jetzt von einer stark inflationären Tendenz überschattet. Nomen non est Omen.“ (Hellmann 2009)

Auch Döring (2008) fragt sich, welcher Freundschaftsbegriff bei SNS überhaupt zu Grunde gelegt wird. Ein Facebook- oder MySpace-Freund muss keineswegs jemand sein, zu dem man eine tiefe emotionale Bindung hat.

„Die Freundschaftsverlinkungen haben unterschiedliche Bedeutung und vor allem praktischen Wert: Über die Freundesliste kann man seine Bekannten jederzeit rasch „anklicken“, sich über ihre Aktivitäten informieren oder ihnen Botschaften zukommen lassen.“ (Döring 2008: 20)

Man kann dadurch alte Freunde im Auge behalten und in bestehenden Freundschaften regelmäßig Neuigkeiten austauschen. Außerdem vermittelt es ein angenehmes Gefühl vor Augen zu haben, dass der eigene Freundeskreis so groß bzw. die Freundesliste so lang ist. Des Weiteren wird es als unhöflich angesehen, eine Freundschaftseinladung abzulehnen. Immerhin werden oft allen Leuten Freundschaftsanfragen geschickt, die man auch nur flüchtig kennt.

Andererseits könnte die Vielzahl der Freunde und deren Verwaltung auch negative Konsequenzen für die Beziehungen haben: „Recent trends in both SMS and IM use suggest a definite shift in interaction toward more constant but less personal relationships.“ (Vitak 2008: 114)

Auch Ellison et al. (2009: 9) betonen, dass nicht jede Aktivität auf SNS positiv ist. Persönliche Informationen über andere können zwar produktive Interaktion begünstigen, aber auch existierende Stereotype bestärken. Außerdem können solche

Informationen von Marketingagenten missbraucht werden oder zu schändlichen Zwecken wie Stalking, Mobbing und Identitätsdiebstahl verwendet werden. Trotzdem zeigen sich die Autoren für zukünftige Perspektiven der SNS letztendlich optimistisch: „But overall we are hopeful that the technical and social affordances of these sites may contribute to positive social outcomes by enabling individuals to talk, act, and connect with diverse strangers, acquaintances, and friends.” (Ellison et al. 2009: 9)

## II. EMPIRIE

Nach der Erläuterung wichtiger theoretischer Grundlagen, folgt nun der empirische Teil dieser Arbeit. Um die Freundschaftnetzwerke und die Rolle, die SNS in ihnen einnehmen, in ihrer Komplexität erfassen zu können, wird eine Form der sozialen Netzwerkanalyse (Netzwerkkarte) in Verbindung mit Leitfadeninterviews angewandt.

Als Untersuchungsobjekt dienen dabei die in Kapitel fünf bereits beschriebenen SNS, die im Speziellen auf die Erhaltung und Pflege von Freundschaften ausgerichtet sind (z.B. MySpace, Facebook, StudiVZ). Durch die Nutzung solcher auf Freundschaft basierenden SNS sind am ehesten Auswirkungen auf die darin gepflegten Beziehungen zu erwarten. Wie in der Auswertung deutlich werden wird, beziehen sich die meisten Aussagen der Probanden auf die Plattform Facebook, für welche die Ergebnisse somit im Speziellen gelten.

Diese Arbeit stellt eine Bestandaufnahme des Beziehungsgefüges der Probanden dar und erhebt die subjektiven Einschätzungen über Veränderungen der Freundschaftsbeziehungen und des Freundschaftsbegriffes. Um genauere Aussagen über die Veränderungen von sozialen Beziehungen und Freundschaftsnetzwerken machen zu können, wären weiterführende Forschungen (z.B. Längsschnittstudien) notwendig, wofür weder das zeitliche noch das finanzielle Budget dieser Masterarbeit ausreicht. Die in dieser Studie erlangten Ergebnisse erheben somit keinen Anspruch auf Repräsentativität und sollen eher dazu dienen, Tendenzen aufzuzeigen, Thesen zu generieren und eine Basis für weiterführende Forschung in dem Bereich SNS und Qualität von Freundschaften darstellen. Außerdem bezieht sich diese Arbeit speziell auf SNS, die zu Freundesnetzwerken zählen, womit die Ergebnisse nicht auf alle SNS generalisierbar sind und im Einzelnen näherer Betrachtung bedürfen.

Im Folgenden wird nun auf die Forschungsfragen und Thesen, sowie auf die Erhebungsinstrumente, die Auswertungsmethode und die genaue Durchführung der Untersuchung näher eingegangen.

## 6. Forschungsfragen und Thesen

Da über Soziale Netzwerk Seiten hauptsächlich mit Offline-Freunden kommuniziert wird, ist es im Speziellen interessant, wie die SNS-Nutzung diese Freundschaftsbeziehungen beeinflusst. Bisherige Studien befassten sich zwar damit, wie Online-Kommunikation die empfundene Nähe zu Freunden beeinflusst (vgl. Valkenburg & Peter 2007b) oder ob Online auch starke Bindungen entwickelt werden können, jedoch fehlt es an einer umfassenden Analyse der Auswirkung auf das soziale Freundschaftsnetzwerk von Usern, sowie deren Definition von Freundschaft. Kommt es durch vermehrtem Online-Kontakt und der Möglichkeit der sozialen Überwachung zu Verschiebungen im Freundschaftsnetzwerk in dem Sinne, dass starke Bindungen vertieft werden, schwache Bindungen wiederbelebt oder vertieft werden? Unterscheiden sich diese durch SNS unterstützten Beziehungen zu nicht in SNS vorhandenen Freundschaftsbeziehungen hinsichtlich Kontakthäufigkeit und empfundener Nähe? Inwiefern beeinflussen die technologisch induzierten neuen Kommunikationsmöglichkeiten von SNS die subjektive Definition von Freundschaft?

Folgende Forschungsfragen werden daher in dieser Magisterarbeit untersucht:

**FF1: Welche Auswirkung hat der SNS-Nutzung auf die Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes?** (siehe Abb. 5 unten)

*T1: Ständiger Kontakt via SNS und gesteigerte Kenntnis der Aktionen von Freunden stärken das Gefühl von Nähe zu diesen Freunden.*

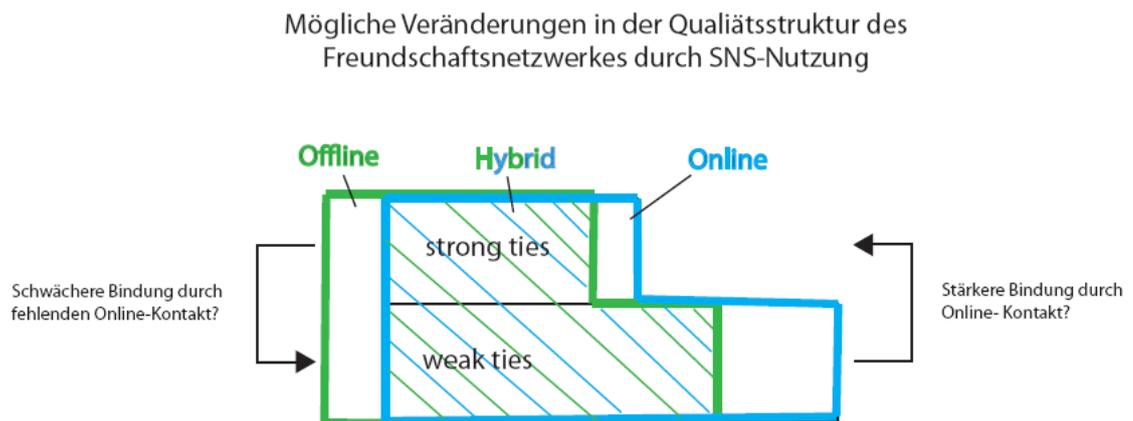
*T2: Durch den regelmäßigen Online-Kontakt via SNS mit Hybrid-Freunden, werden starke Bindungen vertieft.*

Ständiger Kontakt mit Freunden kann im Sinne des „repeated exposure effects“ nicht nur zu einer positiveren Einstellung seines Gegenübers führen (vgl. Zajonc 1968: 1), sondern durch Online-Selbstoffenbarung die Qualität der Freundschaften steigern und somit vertiefen (vgl. u.a. Gross 2004, Valenzuela 2009, Valkenburg & Peter 2007a, 2007b, 2009).

Die leichte (Wieder-)Kontaktaufnahme mit alten Freunden und die Informationen, die diese auf SNS bereitstellen, können einen Grund zur Vertiefung dieser Freundschaften darstellen. Andererseits können SNS auch für die Aufrechterhaltung dieser lockeren Beziehungen verwendet werden (vgl. „*maintained social capital*“ Ellison et al. 2007).

**T4:** Mit engen Freunden, die nicht in denselben SNS vertreten sind, findet weniger regelmäßig Online und Offline-Kontakt statt, als mit Freunden, die ebenfalls in SNS vertreten sind.

Das leichte und schnelle In-Kontakt-Bleiben mit Freunden via SNS kann dazu führen, dass mit User-Freunden mehr Kontakt besteht als mit nicht-User-Freunden. Dies könnte auch Auswirkungen auf die empfundene Nähe zu diesen Freunden haben.



**Abbildung 5: Mögliche Veränderungen in der Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes durch SNS-Nutzung**

**FF2: Welche Definition von Freundschaft ist unter SNS-Usern vorherrschend?**

**T5:** Quantität und Reziprozität sind wichtige Definitionskriterien von Freundschaft bei SNS-Usern.

Meist findet durch die zusätzlichen Kommunikationsmöglichkeiten neuer Medien und der schnelleren und leichteren Kontaktaufnahme auch mehr Kontakt mit Freunden statt. Durch die Integration von SNS in den Alltag, kann auch dieser immerwährende Kontakt mit Freunden ein selbstverständlicher Bestandteil der täglichen Praxis werden. Dies könnte wiederum zur Folge haben, dass die Kontakthäufigkeit (Quantität) zu einem Definitionskriterium von Freundschaft wird. Oft geht damit eine „verlangte“ Reziprozität einher: Es wird nicht nur ständigen Kontakt gewollt, sondern Kontakt der auf Gegenseitigkeit beruht und bei dem die eigenen „Leistungen“ bzw. Bemühungen, die in die Beziehung gesteckt werden (Messages, Comments etc.) am besten so schnell wie möglich vergolten werden. Auch Stegbauer (2008: 110) weist darauf hin, dass Freundschaften durch eine starke Reziprozität gekennzeichnet sind.

**T6:** Wissen, was der andere tut („awareness“), ist ein Definitionskriterium von Freundschaft bei SNS-Usern.

Durch den ständigen Kontakt und die immanente Online-Präsenz der Freunde, ist es auch möglich, ihre Aktivitäten, Gemütszustände usw. zu verfolgen. Dadurch könnte erstens das Gefühl von Nähe erhöht und zweitens dies als Bestandteil der Freundschaft interpretieren werden.

## 7. Methode

### 7.1 Erhebungsmethode

Um das Forschungsinteresse bezüglich möglicher Qualitätsveränderungen von Freundschaften durch SNS-Nutzung ausreichend beantworten zu können, wird eine qualitative Netzwerkanalyse konkreter Netzwerkkarten, in Verbindung mit einem Leitfadeninterview angewandt.

#### 7.1.1 Die qualitative Netzwerkanalyse

Die in den 70er Jahren etablierte strukturelle Analyse argumentiert, dass soziale Akteure und soziale Beziehungen in Netzwerke eingebettet sind und dass das Handeln und Wahrnehmen von Akteuren und die Performanz sozialer Beziehungen durch die Netzwerkstruktur beeinflusst werden (vgl. Diaz-Bone 2007). Um die Wahrnehmung von Freundschaftsnetzwerken zu analysieren, ist die Verwendung einer solchen sozialen Netzwerkanalyse somit ein geeignetes Instrument. Mit zusätzlichen Leitfragen kann anschließend auf die für die Beantwortung der Forschungsfrage relevanten Aspekte hingeführt und die Definition von Freundschaft der Interviewpartner erfragt werden.

Wie schon in Kapitel drei erwähnt, kann man entweder Gesamtnetzwerke oder partielle Netzwerke erheben. In dieser Arbeit wird das Freundschaftsnetzwerk, also ein partielles Netzwerk erhoben, da nur dieses hinsichtlich der Forschungsfragen relevant ist.

Die häufigste Form ist hier die **Ego-zentrierte Netzwerkanalyse**, anhand der man die direkten Netzwerkumgebungen von befragten Personen, die als *Ego* bezeichnet werden, erheben kann. Dafür werden die *Egos* mit einer oder mehreren Fragen

konfrontiert, anhand derer sie dann die Netzwerkakteure benennen sollen, mit denen sie unmittelbar (anhand einer vorgegebenen Beziehungsform wie Freunde) vernetzt sind. Man bezeichnet diese Frage als *Generator*, da es von ihr abhängt, welche Netzwerkmitglieder *Ego* benennt. Die genannten Mitglieder werden dann als *Alteri* bezeichnet. Nun werden weitere Fragen gestellt, um mehr Informationen über die Ego-Alter-Beziehungen zu erhalten. Diese Fragen nennt man *Interpretatoren* und sie sollen (auf die *Ego-Alter*-Beziehung) relationale und (auf die Eigenschaften der *Alteri* bezogene) attributionale Daten erheben. Um wirklich das vollständige *ego*-zentrierte Netzwerk zu erheben, werden auch die *Alter-Alter*-Relationen erhoben (vgl. Diaz-Bone 2007).

Die Ergebnisse verschiedener Untersuchungen deuten jedoch darauf hin, dass die subjektiv wahrgenommene Qualität von Beziehungen für das individuelle Wohlbefinden wichtiger ist, als die Häufigkeit der Interaktionen mit anderen (vgl. Eitmann 2002: 14). Eine rein „formale“ bzw. quantitative Erhebung wäre daher nicht ausreichend, wenn es um das Verständnis der subjektiv wahrgenommenen Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes geht.

Die individuelle Nutzung von Netzwerken hängt außerdem nicht nur vom Netzwerk und dessen Struktur selbst, sondern auch von der es jeweils nutzenden Person ab. Es ist daher wichtig zu erfassen, wie Personen die vom Netzwerk gebotenen Optionen subjektiv wahrnehmen. Es ist also eine Netzwerkanalyse erforderlich, die für die Erfassung subjektiver Wahrnehmungen und Bedeutungszuschreibungen geeignet ist (vgl. Eitmann 2002: 16).

In der qualitativen Netzwerkanalyse findet sich oft ein Methoden-Mix qualitativer und quantitativer Methoden, der in der Kopplung von nicht-standardisierten Interviews und dem Einsatz der sogenannten "*Netzwerkkarte*" besteht. Zuerst werden nicht-standardisierte Interviews durchgeführt, in denen die Befragten ihre Lebenswelt oder alltägliche Lebensführung aus einer untersuchungsrelevanten Beziehung schildern können. Oft werden hierbei die den Befragten wichtigen Personen (*Alteri*) bereits genannt. Dann wird den Probanden eine Netzwerkkarte vorgelegt (vgl. Diaz-Bone 2006). Kahn und Antonucci (1980) führten die „Netzwerkkarte“ oder der "Methode der konzentrischen Kreise" als Erhebungsverfahren personenbezogener Netzwerke ein. Die Karte ist ein grafisches Schema, das aus einem inneren Kreis in der Mitte besteht (*Ego*) und um den herum mehrere konzentrische Kreise mit unterschiedlichem Radius

angeordnet sind. Durch gezielte Fragen tragen die Befragten dann z.B. "emotional nahe stehende" Personen in diese Kreise so ein, dass Personen (die *Alteri*), die wichtiger sind, eher an die inneren Kreislinien nahe zu dem oder der Befragten (zu *Ego*) sind und Personen, die als weniger nahe stehend oder weniger wichtig betrachtet werden, an die entsprechend weiter von *Ego* entfernt liegenden Kreislinien eingetragen werden. Danach werden die im vorherigen Interview genannten Personen darauf abgeglichen, ob sie auch in der Netzwerkkarte eingetragen sind (vgl. Diaz-Bone 2006). Diese Methode hilft als bildliche Darstellung, die häufig komplexen Netzwerke verständlich und handhabbar zu machen. Außerdem ermöglicht sie auch den einfachen Vergleich von Netzwerken bezüglich grundlegender Merkmale wie Größe oder Anteil der engeren Kontakte (vgl. Eitmann 2002: 16).

Auch Höfer, Keupp und Straus (2006) kombinieren in ihrer Analyse der Segmentierung von Lebenswelten qualitative Interviews und Netzwerkkarten. Neu ist an ihrem Einsatz der Netzwerkkarte, dass den Befragten angeboten wurde, die konzentrischen Kreise in unterschiedliche lebensweltlich-thematische Segmente einzuteilen, die dann nach eingeschätzter Bedeutung als unterschiedlich große "Tortenstücke" (Segmente) in die Karte eingezeichnet wurden. Im zweiten Schritt wurden dann die *Alteri* von den Befragten eingetragen. Diaz-Bone kritisiert diese Vorgehensweise jedoch folgendermaßen:

„Die Analyse der Segmentierung der ego-zentrierten Netzwerke, die die Autor(inn)en durchführen, ist allerdings keine Analyse der Netzwerkstruktur, sondern eine Analyse der von den Befragten wahrgenommenen Einteilung der Lebenswelt in Rollen- oder Themenbereiche (Segmente). [...] Wenn die Befragten gebeten werden, die Größe der Segmente einzurichten, ist die Frage, ob sie damit wirklich die Netzwerkbestandteile gewichten oder nicht vielmehr die Bedeutung, die einzelne thematische Bereiche zum Befragungszeitpunkt innehaben.“ (Diaz-Bone 2006)

Da es in dieser Arbeit jedoch um die Qualität der Freundschaftsbeziehungen und somit um die subjektive Bedeutung dieser Beziehungen für die Befragten geht, kann sehr wohl auf dieses Forschungsdesign der Segmentierung der Netzwerkkarte zurückgegriffen werden.

In einem Manual bezieht sich Feuerstein (2005) auf Erhebungs- und Auswertungsschritte einer Netzwerkkarte, in deren Anlehnung auch die in dieser Arbeit verwendete Methode entwickelt wird:

*Vorbereitungsphase:* Man sollte sich überlegen, ob man den Befragten die Netzwerkkarte am Beginn, am Ende oder während eines Interviews erstellen lässt, ob

sie in einem Stück oder sukzessive erstellt werden soll, oder ob sie als eigener Fokus des Interviews gilt. Dann sollte man einen Namensgenerator entwickeln, der zum Ziel der Netzwerkanalyse passt.

*Interviewgestaltung:* Bei der Interviewgestaltung sollte man sich überlegen, ob man die Namen im Nachhinein (z.B. nach narrativer Erzählung des Befragten) einträgt, oder ob man sie ihn während des Interviews selbst eintragen lässt.

Zur Erhebung und Visualisierung der Netzwerkkarten wird das Softwaretool **VennMaker** der transdisziplinären Trierer und Mainzer Forschungsgruppe verwendet, dessen Ziel es ist, den fehlenden Link zwischen quantitativer und qualitativer Netzwerkanalyse zu schließen. Mit VennMaker ist es möglich, egozentrierte Netzwerkbeziehungen interaktiv zu erheben und durch eine leicht bedienbare grafische Benutzeroberfläche vergleichbar und quantitativ auswertbar zu machen. Die Software kombiniert visuelle Erhebungs- und Fragebogentechniken, die es dem Probanden ermöglichen, Netzwerke zu visualisieren, qualitativ zu bewerten und gemeinsam mit dem Forscher retrospektiv oder auf gewünschte Änderungen hin zu reflektieren. Die gleichzeitige Erhebung des Entstehungsprozesses und der Ergebnisse ermöglichen die digitale Dokumentation und die Weiterverarbeitung.<sup>12</sup> Innerhalb dieser Software wird die Generatorfrage gestellt und es können auch die Interpretatoren und somit Informationen über die Ego-Alter-Beziehungen und über Ego selbst erhoben werden.

### **7.1.2 Das Leitfadeninterview**

In dieser Arbeit wird zusätzlich zu der Netzwerkkarte die Methode des Leitfadeninterviews angewandt. So können gezielte und forschungsrelevante Fragen nach bestimmten Gesichtspunkten erhoben werden.

Durch ein Interview ist es möglich, sich gezielt und intensiv mit ausgewählten Personen zu beschäftigen. Die teilstrukturierte Form des Leitfadeninterviews ermöglicht, sich aus dem Gespräch ergebende Themen aufzunehmen und sie antwortenspezifisch weiter zu verfolgen. Es existieren zwar vorbereitete und vorformulierte Fragen, jedoch ist die Abfolge der Fragen offen (vgl. Atteslander 2000: 142). Durch diese Methode kann der Befragte das Interview mitbestimmen und dadurch dem Forscher unbekannte

---

<sup>12</sup> vgl. <http://www.vennmaker.com>, 8.6.10, 13:00.

Gesichtspunkte einbringen, die eine umfassendere Beantwortung der hier forschungsleitenden Fragestellungen ermöglichen.

Das Leitfadeninterview hat natürlich auch Schwächen. Durch die verbale Vieldeutigkeit, die sich in Interviews ergibt, entsteht ein methodologisches Problem. Es ist nur in seltenen Fällen möglich, die soziale Realität verbal eindeutig zu erfassen. Neben der oftmaligen Diskrepanz zwischen verbalisierter Meinung und dem tatsächlichen Verhalten des Interviewpartners, ergibt sich in späterer Folge auch das Problem der Auswertung der Daten und der geringeren Vergleichbarkeit der Ergebnisse bei offenen Antworten (vgl. Atteslander 2000: 127; 138). Die höhere Anforderung an den Interviewer, sowie die höheren Anforderungen an die Bereitschaft des Befragten zur Mitarbeit und an seine sprachliche Kompetenz, stellen ebenfalls Nachteile des Leitfadeninterviews dar.

Trotzdem wird die Methode des Leitfadeninterviews angewandt, da die dadurch möglicherweise entstehende größere Informationsmenge für die Beantwortung der Frage nach noch unbekanntem Implikationen von SNS auf Freundschaften als wesentlich erachtet wird.

Konkret gliedert sich der Leitfaden in drei Blöcke:

### **1) Fragen zur Nutzung von SNS und Kommunikation mit Freunden/ Bekannten**

In diesem Fragenblock wird die übliche Nutzung von SNS insbesondere in Hinblick auf die Kommunikation mit engen Freunden sowie mit lockeren Beziehungen/ Bekannten erhoben. Es wird auf etwaige Unterschiede in der Kommunikation sowie der Kommunikationsmittel (Messages, Comments, Fotos etc.) zwischen strong ties und weak ties eingegangen. Bei Facebook-Nutzern werden einige Applikationen, die auf Freundschaftsbeziehungen aufbauen, angesprochen.

### **2) Fragen zur Qualität der Freundschaften**

Dieser Fragenkomplex stellt den größten Block im Leitfadeninterview dar. Hier wird die Wichtigkeit des Online-Kontakts und der Informationen auf SNS, die Relevanz der Reziprozität und die empfundene Nähe zu Freunden durch SNS angesprochen.

### **a) Nicht in SNS vertretene Freunde**

In drei zusätzlichen Fragen wird versucht, (mögliche) Unterschiede in der Kontakthäufigkeit, in der Qualität und der empfundenen Nähe zwischen User-Freunden und Nicht-User-Freunden zu ermitteln.

### **3) Allgemeine Fragen zum Freundschaftsbegriff**

Im letzten Fragenblock geht es um das subjektive Verständnis von Freundschaft und Kriterien eines Freundschaftsbegriffes. Anfangs wird auf den Unterschied zwischen SNS-Freunden und Real Life Freunden eingegangen, danach wird die Bedeutung von Wechselseitigkeit, Vertrauen, Code Austausch und Unterstützung (emotional, instrumentell) und abschließend das Kriterium der Quantität angesprochen.

*Alteri-Alteri*-Beziehungen werden aufgrund zu hoher Komplexität und keiner direkten Relevanz für diese Forschungsarbeit nicht festgehalten, da es eher um die subjektive Sicht des Netzwerkes geht, als um die tatsächliche Netzwerkstruktur.

## **7.2 Sample**

Die Auswahl der Probanden erfolgt gemäß des „*theoretical sampling*“ bzw. des gezielten Samplings der Grounded Theory nach Glaser & Strauss (1998). Die Auswahl eines Falles bzw. einer Stichprobe erfolgt hierbei vor dem Hintergrund theoretischer Überlegungen, d.h. die Untersuchungseinheiten werden während der Analyse anhand vorhandener Konzepte, Merkmale und Theorien ausgewählt und dienen deren Weiterentwicklung. Das Sample steht also nicht von vornherein fest, sondern wird vor dem Hintergrund zu lösender theoretischer Probleme ausgewählt (vgl. Halbmayr 2009).

In dieser Arbeit werden ausschließlich SNS-User befragt, da es um die Veränderung der Freundschaftsbeziehungen durch die SNS-Nutzung geht. Es ist wahrscheinlich, dass erst bei regelmäßiger, intensiver Nutzung und daher zumindest teilweiser Integration in den Alltag, Auswirkungen zu erkennen sein werden. Um mögliche Differenzen zwischen weiblichen und männlichen SNS-Usern zu berücksichtigen, sind sie in der Auswahl gleich stark vertreten (50:50). Nach Steinfield et al. (2008) ist besonders die Phase der jungen Erwachsenen („*emerging adulthood*“) zwischen 18-25

Jahren zur Erforschung von Beziehungsentwicklungen wichtig. „Social network sites offer a new set of tools to develop and maintain relationships and are thus of particular importance in emerging adulthood.“ (Steinfeld et al. 2008: 435) Deswegen befindet sich die Population auch in dieser Altersgruppe. Die einzige Ausnahme ist ein 29-jähriger Heavy-User, der ebenfalls befragt wurde, da er nahezu dauereingeloggt ist und hier die Relevanz, die er SNS in Bezug auf Freunde zuschreibt, besonders interessiert. Nach ca. der Hälfte der Interviews wurde festgestellt, dass vor allem die jüngeren Befragten SNS mehr in ihren Alltag integrieren und diese somit ein wichtiger Bestandteil ihrer Kommunikation mit Freunden sind. Deswegen wurde in weiterer Folge versucht, vermehrt Probanden unter 22 Jahren zu interviewen.

### **7.3 Auswertungsmethode**

Die Auswertung der Netzwerkkarten erfolgt mittels VennMaker und SPSS, um die Verteilung der Freundschaftsbeziehungen in Online, Offline und Hybrid quantitativ auszuwerten und graphisch darzustellen. Mit VennMaker können die eingetragenen Netzwerkkarten in Excel-Dateien exportiert, sowie die visualisierten Karten im jpeg-Format abgespeichert werden (siehe Anhang). Mit Hilfe des statistischen Programms SPSS ist es möglich, die Karten nicht nur nach Häufigkeiten hin zu analysieren, sondern auch vermutete Korrelationen aufzuzeigen. Somit werden die Karten nach weiteren Fragestellungen analysiert: z.B. ob es einen Zusammenhang zwischen regelmäßiger SNS-Nutzung und der Nähe von Freunden gibt.

Die Auswertung der Interviews erfolgt nach der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring, der in seiner Methode die Stärken der quantitativen Inhaltsanalyse beibehält und auf ihrem Hintergrund ein Verfahren systematisch qualitativ orientierter Textanalyse entwickelt (vgl. Mayring 2008: 42). Bei der Auswertung mittels qualitativer Inhaltsanalyse soll das Untersuchungsmaterial in seinem Kommunikationszusammenhang eingebettet verstanden werden. Dabei interessiert beispielsweise: der Verfasser des Materials, der emotionale, kognitive und Handlungshintergrund des Verfassers, die konkrete Entstehungssituation und der sozio-kulturelle Hintergrund. Der Kernpunkt des inhaltsanalytischen Arbeitens besteht im systematischen und regelgeleiteten Vorgehen. Das heißt, das Bearbeiten und Auswerten des Untersuchungsmaterials erfolgt anhand eines festgelegten Ablaufmodells, in dem die entscheidenden Schritte beschrieben sind. Außerdem sind

theoretisch abgesicherte Fragestellungen und die Befolgung von Kodierregeln zu beachten. Zusätzlich soll der Text in einzelne Analyseeinheiten eingeteilt beziehungsweise in verschiedene Kategorien zusammengefasst werden. Ziel ist es, dass verschiedene Inhaltsanalytiker nachweislich ähnliche Ergebnisse erlangen, um den Anspruch der Intercoderreliabilität zu erfüllen. Quantitative Auswertungsschritte sollen also nicht außen vor gelassen, sondern begründend in den Arbeitsprozess integriert werden (vgl. Mayring 2009: 471).

Bei dem Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse lassen sich drei Vorgehensweisen unterscheiden: *Zusammenfassung*, *Explikation*, *Strukturierung*. Im Verlauf der zusammenfassenden Inhaltsanalyse wird der Text so reduziert, dass ein Kurztex entsteht, der die zentralen Aussagen beinhaltet. Dieses Verfahren stützt sich auf die Psychologie der Textverarbeitung. Dabei lassen sich sogenannte reduktive Prozesse differenzieren wie das Auslassen, die Generalisierung, die Konstruktion, die Integration, die Selektion und die Bündelung. Eine zusammenfassende Inhaltsanalyse ist dann sinnvoll, wenn vorwiegend der Inhalt des Untersuchungsmaterials relevant und ein überschaubarer Kurztex hilfreich ist. Bei der induktiven Kategorienbildung wird die Verfahrensweise der zusammenfassenden Inhaltsanalyse genutzt, um die Inhalte in einzelne Kategorien einzuordnen. Diese ergeben sich aus dem Untersuchungsgegenstand und der Fragestellung. Wichtig sind dabei das Festlegen von Selektionskriterien und das Abstraktionsniveau. Dann folgen die schrittweise Kategorienbildung und die Überarbeitung (vgl. Mayring 2009: 472). Danach kann man das daraus entstehende ganze Kategoriensystem interpretieren, induktiv (mittels zusammenfassender Inhaltsanalyse) oder deduktiv (theoriegeleitet) Hauptkategorien bilden oder das Material quantitativ analysieren z.B. Häufigkeitsauszählungen der Kategorien (vgl. Mayring 2008: 76).

Die Stärken der Qualitativen Inhaltsanalyse ergeben sich aus ihrer Systematik. Dadurch ist das Verfahren durchsichtig, nachvollziehbar, leicht erlern- und übertragbar. Das Kategoriensystem unterliegt Rückkopplungsschleifen, so wird das Material überarbeitet und kann leicht angepasst werden. Durch das regelgeleitete Vorgehen, kann es auch den Gütekriterien der Intercoderreliabilität entsprechen. Das Vorgehen nach diesem Schema ermöglicht auch die Bearbeitung größerer Datenmengen und die Integration von quantitativen Schritten, das zu einer Überwindung der Dichotomie zwischen qualitativer und quantitativer Verfahren führt. Einschränkungen bei der Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse ergeben sich dann, wenn es sich um sehr

offene Fragestellungen handelt, wenn die Studie einen starken explorativen Charakter besitzt oder die induktive Kategorienbildung zu einschränkend beziehungsweise theoretisch nicht begründbar ist. Dabei sollte immer die Fragestellung der Studie und die Charakteristik des zu untersuchenden Materials Grundlage sein und nicht die Methode der Analyse (vgl. Mayring 2009: 474).

Da in dieser Arbeit keine rein explorative Studie erfolgt, sondern anhand vorher festgelegter Forschungsfragen ein Leitfaden entwickelt wurde, ist die zusammenfassende Inhaltsanalyse mit induktiver Kategorienbildung geeignet.

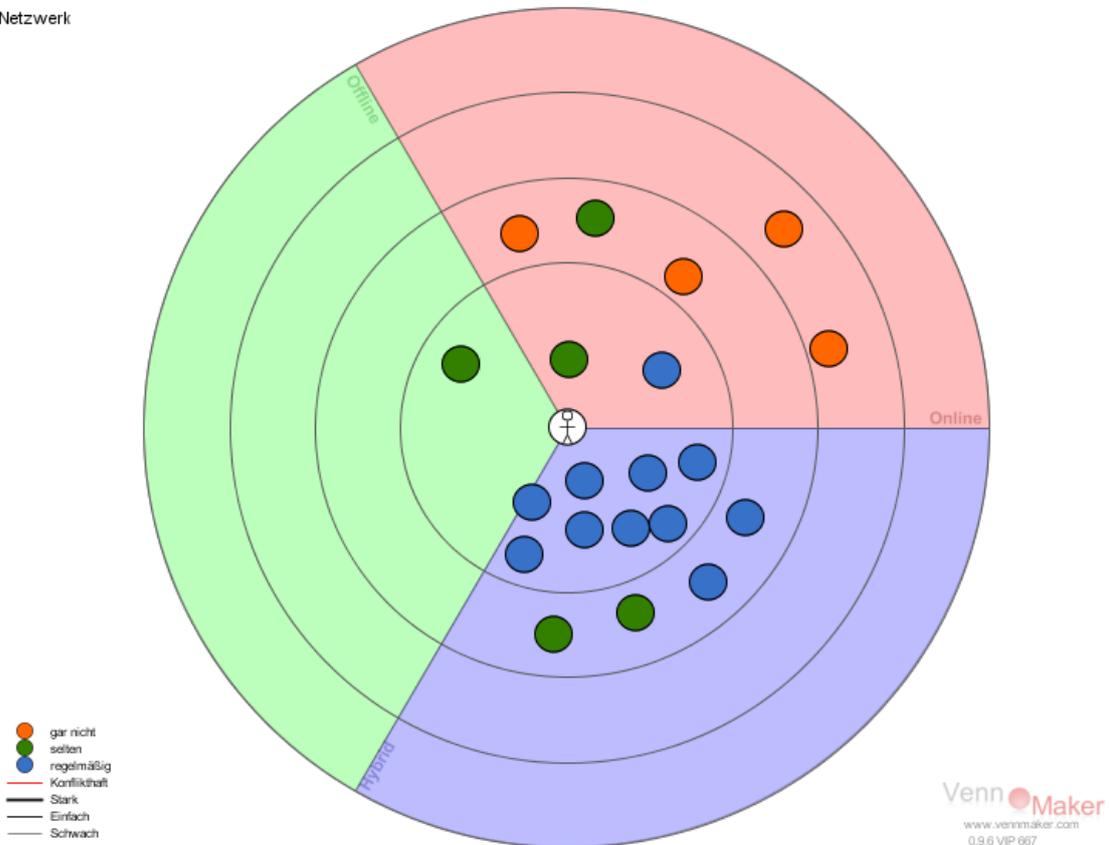
## 8. Durchführung

Bevor die Erhebung startet, werden zunächst zwei *Pretests* durchgeführt, nach denen der Leitfaden und die Darstellungsmöglichkeiten der Netzwerkkarte modifiziert werden. Danach beginnt die Rekrutierung der Probanden. Es erfolgt eine Ausschreibung in Facebook, StudiVZ und MySpace an insgesamt 350 Freunde mit der Bitte um Weiterleitung, um möglichst viele Leute zu erreichen. Zusätzlich wird eine Nachricht an die „Uni-Wien“-Gruppe in Facebook gesendet und die Ausschreibung auf deren Pinnwand gepostet. Nach drei oder vier Interviews erfolgt ein erster Durchgang der erhobenen Daten, wonach dann die Auswahl weiterer Probanden geleitet wird. Um wissenschaftliche Validität zu gewährleisten, werden 12 SNS-User befragt.

Zu Beginn der Interviews erfolgt eine Einführung der Befragten in die Vorgehensweise und eine Erklärung der Netzwerkkarte und des Tools VennMaker. Nachdem VennMaker gestartet ist, stellt das Software-Programm eine Frage zur Namensgenerierung. Es wird nach Personen des engen und weiten Freundeskreises gefragt, mit denen in den letzten Monaten regelmäßig Kontakt bestand. Danach ordnen die Probanden den einzelnen Personen (Alteri) jeweils zu, ob mit ihnen „regelmäßig“ (blau), „selten“ (grün) oder „gar nicht“ (orange) Kontakt via SNS besteht. Jede dieser drei Antwortmöglichkeiten wird von VennMaker eine Farbe zugeordnet, um diese Personen nachher auf der Netzwerkkarte unterscheiden zu können. Anschließend öffnet sich die Netzwerkkarte und der Proband kann die von ihm genannten Personen selbst in die Karte eintragen. Es erfolgt dabei eine Unterscheidung in drei Sektoren: Online-, Offline-, Hybridbeziehung. Die Eintragung der Personen in diese Teilsegmente erfolgt nach momentanem Stand: d.h. wenn ein guter Offline Freund beispielweise ein

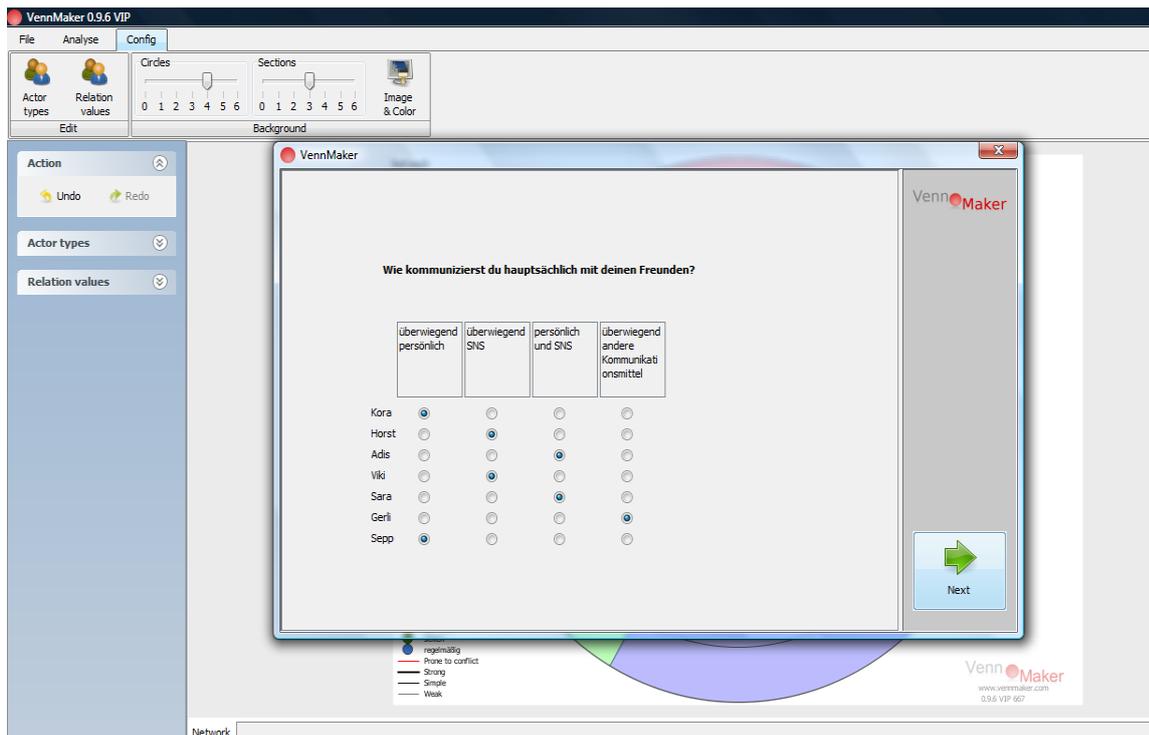
Austauschsemester macht und nun nur über SNS bzw. Online kommuniziert wird, dann soll er in das Segment „Online“ eingetragen werden.

Netzwerk



**Abbildung 6: Beispiel Netzwerkkarte Befragter L**

Nach der Fertigstellung der Netzwerkkarte folgen ebenfalls durch VennMaker dreizehn weitere standardisierte Fragen zu soziodemographischen Daten, der Kommunikation und der Kontakthäufigkeit mit Freunden (siehe Abb. 7).



**Abbildung 7: Beispiel für Fragenerhebung mittels VennMaker**

Im Anschluss an diese Erhebung des Freundschaftsnetzwerkes mittels Netzwerkkarte und den geschlossenen Fragen (siehe Anhang) beginnt das *Leitfadeninterview*, in dem die SNS-Nutzung, die Kommunikation mit Freunden, Qualitätsempfindungen bezüglich Freundschaften und Definitionskriterien von Freundschaft erfragt werden (vgl. Kapitel 7.1.2).

Die Interviews werden über das Softwaretool VennMaker und zusätzlich mittels Tonbandgerät auditiv aufgenommen und anschließend transkribiert. Vor den Interviews und der Erhebung der Netzwerkkarten wird den Teilnehmern die anonyme Auswertung der Daten versichert. Somit werden zum Schutz der Privatsphäre der Probanden und deren persönlichen, intimen Beziehungen weder die die Namen der Probanden noch die ihrer Freunde bekannt gegeben.

Mittels zusammenfassender Inhaltsanalyse wurden aus den Transkripten Kategorien gebildet, die in die folgenden vier Blöcke eingeteilt wurden:

1. Allgemeines zu SNS
2. Kommunikation in SNS
3. Qualitäten und Quantitäten von Information in SNS

#### 4. Freunde und SNS

Die Netzwerkkarten werden hinsichtlich der Anzahl der Freunde, der Struktur des Freundschaftskreises und der Kommunikation mit Freunden untersucht und verglichen. Diese sind im nächsten Kapitel ausführlich beschrieben.

## 9. Ergebnisse

In diesem Kapitel erfolgen nun die Auswertung und die Darstellung der Ergebnisse der Netzwerkkarten sowie der Leitfadeninterviews. Zuerst werden die Netzwerkkarten und standardisierten Fragen ausgewertet und diskutiert, worauf die Ergebnisse der ausgewerteten Interviews folgen, welche anschließend in Bezug auf die Forschungsfragen und Thesen interpretiert werden.

Bevor auf den quantitativen Teil der Untersuchung und somit auf die Auswertung der Netzwerkkarten und die mittels VennMaker gleichzeitig erhobenen standardisierten Fragen näher eingegangen wird, wird eine Tabelle der Interviewpartner und deren soziodemographischer Daten gezeigt.

<b>Befragte</b>	<b>Alter</b>	<b>Geschlecht</b>	<b>Berufstand</b>	<b>Lebenssituation</b>	<b>verwendete SNS</b>
A	24	männlich	ohne Beschäftigung	Single	Facebook, StudiVZ, My Space
B	22	weiblich	StudentIn	Partnerschaft	Facebook, YouTube
C	25	weiblich	StudentIn, Berufstätig - Teilzeit	Partnerschaft	Facebook, Flickr, StudiVZ
D	29	männlich	Berufstätig - Vollzeit	Partnerschaft	Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, StudiVZ, My Space, Last.fm
E	24	männlich	ohne Beschäftigung	Partnerschaft	Facebook, StudiVZ
F	20	weiblich	Berufstätig - Vollzeit	Partnerschaft	Facebook, StudiVZ, My Space

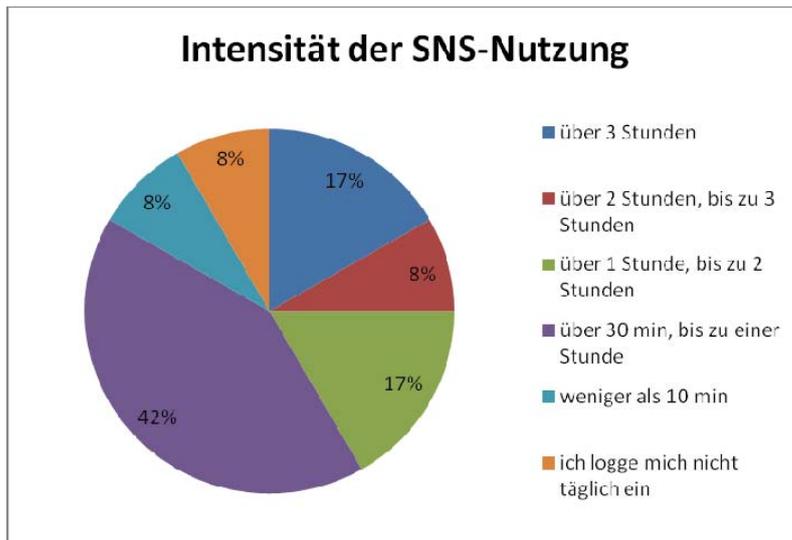
G	23	männlich	StudentIn	Partnerschaft	Facebook, StudiVZ
H	24	weiblich	StudentIn, Berufstätig - Teilzeit	Partnerschaft	Facebook
I	19	weiblich	StudentIn	Partnerschaft	Facebook, StudiVZ
J	21	männlich	StudentIn	Single	Facebook, YouTube, My Space
K	24	weiblich	StudentIn, Berufstätig - Teilzeit	Partnerschaft	Facebook, YouTube, StudiVZ
L	19	männlich	Schüler	Single	Facebook, YouTube, My Space

**Tabelle 1: Daten der Interviewpartner**

## 9.1 Netzwerkkarten und standardisierter Fragenblock

Mit dem im vorigen Kapitel beschriebenen Softwareprogramm VennMaker werden sowohl die Netzwerkkarten von den Probanden selbst erstellt, als auch einige standardisierte Fragen zur Nutzungshäufigkeit und Kommunikation mit Freunden beantwortet.

Bis auf eine Befragte loggen sich alle Probanden täglich auf zumindest einer Sozialen Netzwerk Seite ein. 41,7 Prozent, und somit fast die Hälfte der Befragten, verbringt über 30 Minuten bis zu einer Stunde auf diesen Seiten. Zwei Befragte loggen sich über eine Stunde bis zu zwei Stunden ein, eine Person über zwei bis zu drei Stunden und wiederum zwei Probanden verbringen über drei Stunden täglich auf SNS.



**Abbildung 8: Intensität der SNS-Nutzung**

Im Weiteren wurden Fragen bezüglich der Kontakthäufigkeit der Befragten zu engen sowie zu nicht engen Freunden gestellt und wie oft dieser Kontakt über SNS stattfindet.

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu engen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Min. einmal pro Woche	3	25,0	25,0	25,0
	Täglich	6	50,0	50,0	75,0
	Mehrmals täglich	3	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Tabelle 2: Allgemeiner Kontakt zu engen Freunden**

**Wie oft hast du Kontakt zu diesen engen Freunden via SNS?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Einmal in 14 Tagen	1	8,3	8,3	8,3
	Min. einmal pro Woche	7	58,3	58,3	66,7
	Täglich	3	25,0	25,0	91,7
	Mehrmals täglich	1	8,3	8,3	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Tabelle 3: SNS-Kontakt zu engen Freunden**

75 Prozent der Befragten haben täglich oder mehrmals täglich Kontakt zu engen Freunden. Die Mehrzahl der Befragten hat mindestens einmal pro Woche auch Kontakt

zu diesen engen Freunden über SNS, drei der Befragten täglich. Ein Teil des Kontaktes muss demnach über andere Medien oder face-to-face ablaufen. Dieses Ergebnis stimmt mit den Ergebnissen des qualitativen Teils der Untersuchung überein: Einige Befragte gaben an, dass das Mobiltelefon und persönliche face-to-face Kommunikation bei engen Freunden von Bedeutung ist. Betrachtet man die Daten der einzelnen Befragten getrennt voneinander, fällt auf, dass bei der Hälfte der Befragten die Kontakthäufigkeit zu engen Freunden mit der Kontakthäufigkeit zu diesen Freunden über SNS übereinstimmt. Dieser Zusammenhang lässt vermuten, dass trotzdem ein nicht zu vernachlässigender Teil des Kontaktes zu engen Freunden auch über SNS abläuft.

Vier der Befragten sind mit allen ihren Freunden via SNS in Kontakt. Weitere vier Probanden sind mit engen Freunden, die nicht in SNS vertreten sind, mindestens einmal in der Woche in Kontakt, zwei täglich und einer mehrmals täglich. Die Kontakthäufigkeit zu engen nicht SNS-Freunden ist somit etwas geringer als die zu engen SNS-Freunden. Auch diese Ergebnisse finden sich in der qualitativen Auswertung wieder.

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu nicht so engen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Einmal in 3 Monaten	1	8,3	8,3	8,3
	Einmal im Monat	3	25,0	25,0	33,3
	Einmal in 14 Tagen	5	41,7	41,7	75,0
	Min. einmal pro Woche	3	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Tabelle 4: Allgemeiner Kontakt zu nicht engen Freunden**

**Wie oft hast du Kontakt zu diesen nicht so engen Freunden via SNS?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Einmal im Monat	5	41,7	41,7	41,7
	Einmal in 14 Tagen	4	33,3	33,3	75,0
	Min. einmal pro Woche	3	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Tabelle 5: SNS Kontakt zu nicht engen Freunden**

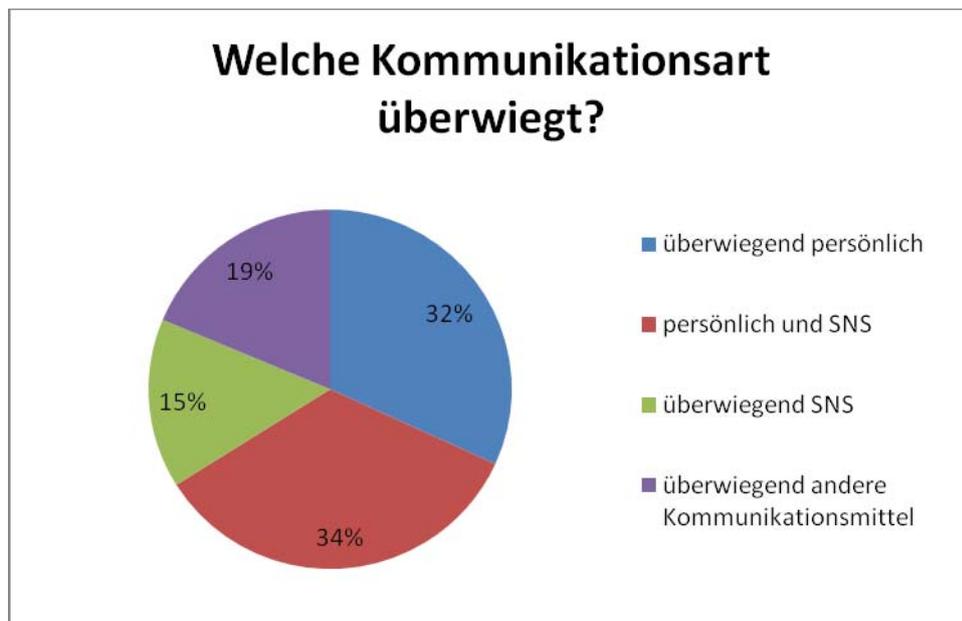
66,7 Prozent der Befragten haben zu nicht so engen Freunden einmal in 14 Tagen oder mindestens einmal pro Woche Kontakt. Bei 58,3 Prozent läuft der Kontakt mit diesen Freunden über SNS ab. Betrachtet man auch hier die Befragten einzeln, zeigt sich, dass 10 von 12 Befragten zu nicht engen Freunden gleich viel oder mehr Kontakt über SNS haben als allgemeinen Kontakt. Daraus kann man folgern, dass der Kontakt zu diesen weak ties hauptsächlich über SNS abläuft. Diese Vermutung bestätigt sich bei der Betrachtung der Ergebnisse der qualitativen Interviews: Einige Befragte meinen sogar, dass es ohne SNS keinen Kontakt zu manchen weiter entfernten Freunden gäbe.

### **Netzwerkkarten**

Bei der Eigenerstellung der Netzwerkkarten wurden die Probanden zu allererst aufgefordert, alle Freunde zu nennen, die sie zu ihrem engeren und weiteren Freundeskreis zählen und mit denen sie in den letzten Monaten auch regelmäßig Kontakt hatten. Die Anzahl der Freunde bewegt sich zwischen 8 und 30 - im Durchschnitt wurden von den Befragten 16,5 Freunde genannt. Hier findet sich auch der von Rapsch (2004: 119) postulierte Wandel von der einen, engen Freundschaft hin zu einer Vielzahl von Freundschaften wieder, da die Anzahl von 16,5 Freunden, mit denen regelmäßig Kontakt besteht, relativ hoch einzustufen ist. Stegbauer (2008: 115) meint außerdem, dass mit der Zahl der Freundschaften auch die Transitivity steigt, neue Beziehungen einzugehen. Die hohe Anzahl der genannten Freunde kann eventuell damit zusammenhängen, dass die meist hohe Anzahl von Freunden in SNS (bis zu 1000) begünstigt, auch im Real Life mehr Beziehungen zu pflegen bzw. viele SNS oder Online-Freunde als wahre Freunde gesehen werden. Auch Gräfs (1997: 115) Ansatz könnte dieses Phänomen erklären: Er sieht durch das Hinzukommen von Cyberfreunden und flüchtigen Kontakten eine Veränderung der Struktur persönlicher Netzwerke. Es entsteht eine Grauzone, innerhalb dieser für das Individuum selbst unklar ist, wer zu seinem sozialen Netzwerk zählt und wer nicht. Die individuell verschiedene Interpretation von engem und weitem Freundeskreis könnte die großen Unterschiede in der Anzahl der Freunde erklären (8 vs. 30 Freunde).

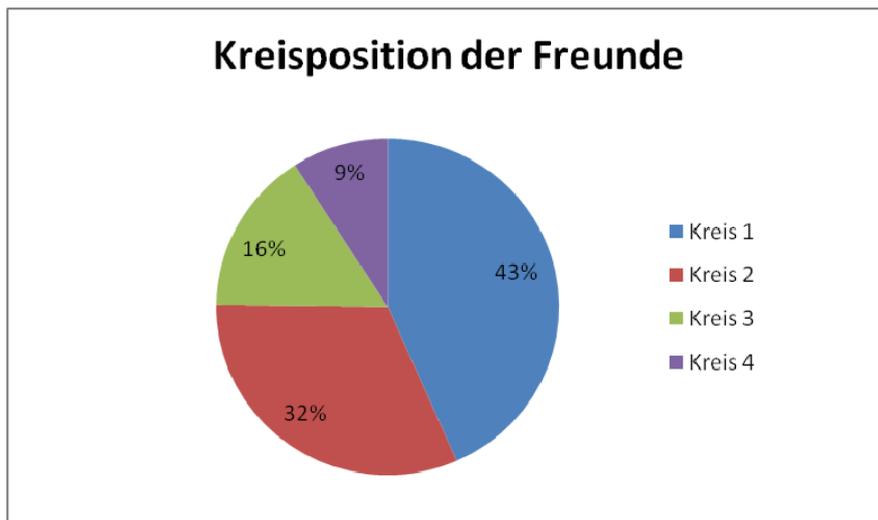
Danach sollten die Probanden den von Ihnen genannten Freunden folgende Eigenschaften zuordnen: Geschlecht, Position im Kreis (Nähe), Position im Sektor (Online, Offline, Hybrid), Häufigkeit des SNS-Kontaktes und überwiegende Kommunikationsart.

Mit 26,3 Prozent der Freunde wird gar nicht und mit 34,8 Prozent selten über SNS kommuniziert. Mit fast 40 Prozent, und somit wesentlich mehr Freunden, findet jedoch regelmäßige Kommunikation in SNS statt. Mit dem prozentuell höchsten Anteil von Freunden (34,3 Prozent) wird genauso oft über SNS wie persönlich kommuniziert, dicht gefolgt von 31,8 Prozent der Freunde, mit denen überwiegend persönlich kommuniziert wird.



**Abbildung 9: überwiegende Kommunikationsart mit Freunden**

Wie Abbildung 10 zeigt, wurden hauptsächlich Freunde aus den Kreispositionen 1 oder 2 genannt. Der Großteil des Freundeskreises steht den jeweiligen Befragten demnach subjektiv sehr nahe bzw. nahe. Außerdem befinden sich 62,1 Prozent der Freunde im Hybrid-Sektor, was bedeutet, dass mit der überwiegenden Zahl der Freunde Offline- und Online-Kontakt besteht. Als reine Online-Freunde wurden nur 10,6 Prozent angegeben, worunter auch diejenigen Freunde fallen, mit denen normalerweise auch Offline-Kontakt besteht, welcher derzeit aus verschiedenen Gründen (wohnen/ studieren/ arbeiten derzeit im Ausland oder weiter weg) nicht möglich ist und somit momentan der Virtualisierungsgrad (vgl. Döring 2003) höher ist. Mit knapp über einem Viertel der Freunde wird momentan nur Offline kommuniziert.



**Abbildung 10: Kreisposition der genannten Freunde der Befragten**

Da es in den Forschungsfragen unter anderem um die regelmäßige Nutzung von Sozialen Netzwerk Seiten und deren Auswirkung auf Freundschaften geht, wäre es interessant zu sehen, ob die Kontakthäufigkeit über SNS mit der empfundenen Nähe zu Freunden zusammenhängt. Eine Aussage über einen möglichen linearen Zusammenhang zwischen diesen Werten kann über den Korrelationskoeffizienten getroffen werden. Korreliert man die Regelmäßigkeit des SNS-Kontaktes mit der Kreisposition lässt sich ein negativer Zusammenhang von  $-0,323$  erkennen, welcher auf dem Niveau von  $0.01$  signifikant ist. Das bedeutet, je niedriger die Kreisposition und somit *je enger die Freundschaft, desto regelmäßiger wird über SNS kommuniziert*. Es ist somit ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Werten gegeben, die Höhe der beobachteten Korrelation fällt allerdings gering aus. Jedoch lässt sich die aufgestellte Hypothese über den Zusammenhang zwischen engen Freunden und regelmäßigem SNS-Kontakt auch mit den nachfolgenden Ergebnissen der Leitfadeninterviewauswertung untermauern.

Die Kreisposition ist mit der überwiegenden Kommunikationsart jedoch nicht signifikant korreliert, was vermuten lässt, dass sich die Kommunikation von überwiegend persönlich bis überwiegend über SNS sehr individuell ausgestaltet, sich den jeweiligen Kontextbedingungen anpasst und somit kein Zusammenhang mit der Nähe von Freunden besteht.

## 9.2 Interviewauswertung

Nach der quantitativen Auswertung der Netzwerkkarten erfolgt nun der qualitative Teil dieser Untersuchung. Die sich aus den zwölf Interviews mittels qualitativer Inhaltsanalyse ergebenden Kategorien werden im Folgenden in einem theoretischen Kontext eingebettet dargestellt und anschließend hinsichtlich der Forschungsfragen interpretiert. Es soll hier noch einmal darauf hingewiesen werden, dass es sich bei dieser Untersuchung um diejenigen SNS handelt, die zu Freundschaftsnetzwerken (MySpace, Facebook, StudiVZ) zu zählen sind. Ein Befragter wies ebenfalls darauf hin, dass sich „Follower“ bei Twitter von „Freunden“ bei Facebook erheblich unterscheiden, da dies zwei komplett verschiedene Personenkreise sind und er keinen einzigen seiner „Follower“ persönlich kennt.

### 9.2.1 Allgemeines zu SNS

#### 9.2.1.1 Motive der SNS-Nutzung

In den Interviews wurden zwei Motive der SNS-Nutzung besonders deutlich. Wie auch in Joinsons (2008) Untersuchung, spielt die *virtuelle Überwachung* und „in Kontakt bleiben“ eine große Rolle bei den Usern. Nach Neuigkeiten Ausschau halten oder austauschen ist ebenfalls ein wichtiges Motiv SNS aufzusuchen, genauso wie Neugierde immer wieder erwähnt wird. Hierunter fällt auch „social searching“ d.h. das Auskundschaften von Leuten, die man Offline kennengelernt hat. Wie in Neuberger's Studie (2008) sprechen manche Befragten davon, Leute nach Parties oder Arbeitskollegen in SNS zu suchen.

#### ***Einfach, praktisch, schnell***

Das zweite Motiv SNS zu nutzen dreht sich um den Faktor Zeit. Einfach, praktisch, schnell – zumindest eines dieser drei Wörter wird von jedem einzelnen Befragten genannt. SNS seien einfach und unkompliziert und man kann schnell mit seinen Freunden in Kontakt treten und das auch noch zeitunabhängig: Rund um die Uhr können Nachrichten geschrieben oder etwas gepostet werden. Permanente Verfügbarkeit ist von großer Bedeutung und mit neuen Kommunikationsmitteln wie dem iPhone oder anderen Mobiltelefonen mit Internetzugang wird auch Unmittelbarkeit immer wichtiger – so kann man Dinge den anderen mitteilen, in dem selben Moment, in dem man daran denkt. Physische Nähe ist nicht mehr notwendig, um immer verbunden zu sein (vgl. Wellman et al. 2003). Auch Licoppe (2004: 152) betont diese hilfreiche

Funktion von neuen Kommunikationsmedien in unserer schnelllebigen Zeit: Sie reduzieren physische Investitionen, kognitive Anstrengungen und auch finanzielle Kosten. Tatsächlich wird von den Probanden auch als Grund für SNS-Nutzung genannt, dies sei der kostengünstigste Weg, mit seinen Freunden in Kontakt zu treten. SNS statt face-to-face Treffen aus Zeitmangel kommen öfters vor, außerdem sind neben der SNS-Nutzung auch parallele Tätigkeiten möglich:

*„Man kann viel nebenbei machen, z.B. auf Facebook, man kann nebenbei Fernsehen oder irgendein Dokument schreiben für die Arbeit oder so und man kann nebenbei spielen oder so alles Mögliche, also das ist eigentlich, man ist nicht so gebunden dann finde ich als wie wenn man telefonieren würde.“ (Befragte F, 21-24)*

An diesem Beispiel wird außerdem deutlich, dass SNS in die gewohnten Alltagshandlungen integriert werden. Wellman et al. (2003) sehen das Internet ebenfalls als Expansion der „realen“ face-to-face Welt: Ein Mittel zur Kommunikation, welches in die regulären Verhaltensmuster integriert wird. Dies bestätigt sich auch in Aussagen der Befragten, SNS als Lückenfüller zu nutzen (die Zeit zwischendurch ausnutzen), als Plattform zum Austausch über Neuigkeiten, Schulaufgaben und Fotos und um einfach Offline-Treffen zu organisieren.

*„Und da kann ich so die Zeiten auch ausnutzen wenn ich einmal 5 Minuten in einem Seminar nicht zuhören will, dann kann ich auch so die Zeit ausnutzen, um wen zu kontaktieren, den ich länger nicht gesehen habe oder sowas.“ (Befragte B, 296-298)*

Weiters werden SNS als Nebenbeschäftigung aus Langeweile, als Informationsquelle, „[...] dass man zuhause noch alles mitkriegt und nicht irgendwie weg ist.“ (Befragter G, 233-234) und aus Spaß und genutzt. „Facebook, ja das ist nicht so persönlich, es ist einfach nur, es ist ein Spaß, für mich.“ (Befragte H, 613) Auch die Chance, leicht in Kontakt mit vielen Menschen zu treten, auch wenn man es im Endeffekt nicht tut - latent ties von Haythornthwaite (2005)- wird als Motiv gesehen. Als Grund zu SNS beizutreten oder über diese Plattformen zu kommunizieren, wird auch von drei Befragten Gruppenzwang genannt: Facebook sei eine eigene große Familie, wo man dabei sein muss oder man tut es, weil es alle tun.

### **9.2.1.2 Uninformiert/ ausgeschlossen ohne SNS**

An Aussagen wie Facebook sei wie eine große Familie wird deutlich, dass das Dabeisein bei dieser Community einen hohen Stellenwert besitzt. Fünf der zwölf Befragten würden sich immerhin ausgeschlossen und uninformiert fühlen, wenn sie nicht in „ihrer“ SNS vertreten wären – eine Befragte spricht auch von einem gewissen Suchtfaktor, ein anderer beschreibt es so:

*„Das ist, als würde man sich nackt fühlen. Irgendwie fehlt dann was, auch wenn man auch nicht zu jedem immer Kontakt hat, aber irgendwie, ohne das näher beschreiben zu können, tut man das dann trotzdem jeden Tag, ja.“ (Befragter G, 416-419)*

Drei Probanden würden zumindest einer der beiden Aussagen zustimmen und sich entweder ausgeschlossen oder uninformiert fühlen. Vier geben an, sich höchstens bei weiter entfernten Freunden uninformiert zu fühlen, sonst aber ohne SNS weder ausgeschlossen noch uninformiert zu sein.

### **9.2.1.3 Nutzungsbedingungen/ Diskurs über Privatsphäre**

Die meisten der Befragten machen sich zumindest teilweise Gedanken über ihre Privatsphäre und die Informationen, die sie über sich preisgeben. Die undurchsichtigen Nutzungsbedingungen in Facebook schränken die Nutzung ein: So werden von zwei Befragten keine und von zwei weiteren nur wenige Fotos Online gestellt. Auch sind einige Fotoalben benutzerdefiniert und somit nicht für Arbeitgeber, Verwandte oder Professoren ersichtlich. Allgemein ist das Profil bei knapp der Hälfte der Befragten nur für Freunde sichtbar. Nur ein Befragter hat absolut keine Bedenken, alles über sich preiszugeben: *„Bei mir eigentlich alles sichtbar von A-Z, ich fürchte mich ja nicht.“ (Befragter D, 289)*

## **9.2.2 Kommunikation in SNS**

### **9.2.2.1 Nutzung von und Meinung über Kommunikationsmöglichkeiten**

*Pinnwand (Statusmeldungen/ Comments):* Generell werden von ca. der Hälfte der Befragten lieber Statusmeldungen anderer kommentiert als selbst welche geschrieben. Wenn man eine Statusmeldung schreibt, muss diese nämlich „gut“ bzw. „cool“, „lustig“ oder „kreativ“ sein, das wird oft als zu anstrengend empfunden. Außerdem sind laut einer Befragten Statusmeldungen nichts weiter als „Aufmerksamkeitsschinderei“. Der Heavy-User der Befragten schreibt jedoch 5-10 Einträge pro Tag, ein anderer schreibt nie Statusmeldungen und kommentiert auch keine, was aber auch an der SNS liegen kann (als Einziger nutzt er fast nur StudiVZ und nicht Facebook). Neben der Kommentier-Funktion erfreut sich der „Gefällt mir“-Button in Facebook großer Beliebtheit. Statusmeldungen dienen oft als Gesprächsauslöser und zum schnellen Informationsaustausch. Acht und somit die Mehrzahl der Probanden freuen sich über Comments zu ihren Meldungen.

*Private messages:* Private Nachrichten werden seltener als die anderen Kommunikationsmöglichkeiten genutzt – nur wenn eine Mitteilung sehr privat ist, bei Einladungen oder wenn man lange keinen Kontakt mit der betreffenden Person gehabt hat. Drei Befragte schreiben jedoch regelmäßig solche Nachrichten, zwei sogar sehr oft: Befragter G bekommt von seiner Freundin jeden Morgen eine Nachricht, ohne diese würde etwas fehlen. Die Hälfte freut sich über Nachrichten, bei einigen ist es personen-, inhalts- oder stimmungsabhängig. Jedenfalls werden private messages als persönlicher und privater als Chat oder Comments eingestuft.

*Chat:* Der Chat wird von den meisten am liebsten und viel benutzt, weil hier ein gemütlicher, schneller Austausch einfach und privat möglich ist. Drei Probanden beschwerten sich jedoch über die technischen Probleme und die nicht einwandfreie Funktionsweise des Chats in Facebook. Auch der rasche Wechsel zwischen multiplen Subnetzwerken (vgl. Wellman et al. 2003) ist hier möglich: Manchmal wird mit mehreren Leuten gleichzeitig geschattet, einigen ist dies jedoch oft zu viel. Der Chat fungiert oft auch als Ersatz zu anderen Kommunikationsmitteln (statt SMS).

*Anstupsen/ gruscheln:* Diese Anwendung nutzt fast keiner der Probanden, da sie unnötig ist oder nervt. Einer sieht sie jedoch als Spaßfaktor.

*Gruppen:* Die zwei jüngsten Befragten treten Gruppen sehr oft und gerne bei und halten immer Ausschau nach neuen oder welchen, denen ihre Freunde beigetreten sind.

*Fotos:* Zwei Probanden stellen so gut wie keine, drei nur wenige, der Rest ab und zu Fotos Online. Der Heavy-User hat hingegen über 2000 Fotos bei Facebook und über 5000 bei Flickr. Oft dienen SNS als Plattform zum Austausch von Fotos, um andere an eigenen oder gemeinsamen Erlebnissen teilhaben zu lassen. Auch hier spielt der Spaßfaktor wieder eine Rolle. Eine Befragte meint auch, so Einblick in andere Kulturen zu bekommen. Die meisten weisen darauf hin, dass Fotos nur für Freunde und eventuell für Freundesfreunde sichtbar sind, jedoch nicht „veröffentlicht“ werden. Anscheinend weiten sich die empfundenen Grenzen des eigenen Netzwerkes aus, denn bei 400x400 Freunden fragt sich dann, was unter „nicht veröffentlichen“ verstanden wird.

*Applications:* Es könnte vermutet werden, dass die „Wie gut kennst du mich?“-Tests auf Facebook potentielle Informationslieferanten sind und eine Möglichkeit, seine Freunde besser kennenzulernen. Von sieben Befragten wurde der Test gemacht und von fast allen als reiner Spaßtest, bei dem man wenn, dann nur unnötige Informationen über Freunde erfährt, eingestuft. Ab und zu kam es zur Bestätigung oder Widerlegung von Informationen über alte Bekannte, eine Befragte erfuhr neue, interessante Information über Freunde, die Gespräche anregten und einem Probanden diente der selbst erstellte Test als Feedback zur eigenen Person. Andere Tests und Spiele dienen ebenfalls nur zum Spaß oder werden aus Langeweile gemacht. Das beliebte Spiel Farmville hat jedoch teilweise auch andere Bedeutung: Eine Befragte spricht davon, dass darin eine Kommune und ein gewisser Zusammenhalt entsteht, bei drei weiteren wird viel darüber gesprochen. Sogar „Farmsitting“ wird betrieben und aus dem Urlaub zu Hause gebliebene Freunde kontaktiert, um diese z.B. Melonen auf der eigenen Farm ernten zu lassen. Bei einer weiteren Probandin fördert eine Reiseapplikation (wo man besuchte und geplante Reiseziele eintragen kann) den Austausch und den Kontakt zwischen Freunden. Geschenke, die verschickt werden können (Blumen, Bären, Herzen) werden meist als nervig empfunden, ignoriert oder nur retourniert. Eine Befragte freut sich bei Erhalt eines Geschenks jedoch mehr als über alles andere:

*„Wenn ich in der Früh schon so eine Nachricht drinnen hab, ist der Tag schön, weil ich mir denk, es ist halt keine SMS oder ein Anruf, hab einen schönen Tag oder ich seh denjenigen nicht, aber so kommt trotzdem was.“ (Befragte B, 478-480)*

Allgemein werden Applications jedoch als nervig und lästig empfunden und App-Berichte von Freunden ausgeblendet, weil es „einfach schon zu viel“ ist. Ein Proband bezeichnet sie sogar als „Krebsgeschwür“ von Facebook, weil es deren Sinn zerstört. Entgegen Joinson (2008), der die beziehungsverstärkende Funktion von Applikationen betont, scheint dies bei den befragten Usern dieser Studie nicht der Fall zu sein.

*„Es ist keine Spieleplattform, es ist eine Social Networking Plattform und als solche gehört sie auch betrieben.“ (Befragter D, 262-263)*

*Veranstaltungseinladungen:* Auch bei Veranstaltungseinladungen sind die Meinungen unterschiedlich: Einige finden sie uninteressant, für zwei Probanden ist die Zu- oder Absage von anderen Leuten jedoch ein Entscheidungskriterium bei der Eventplanung. Außerdem bestehen oft Hemmungen, solche Einladungen abzusagen: Befragte F klickt somit einfach immer auf zusagen, auch wenn sie krank im Bett liegt. Generell wird es als praktisches Tool gesehen, auch wenn es für eine der Befragten zu unpersönlich wäre, auf diese Art Einladungen auszusenden.

*Verlinkungen FB zu anderen Internetdiensten:* SNS dienen auch oft als Schnittpunkt zu anderen Internetdiensten: Postcrossing (gegenseitiges Postkarten senden) kann auch mit Facebook verlinkt werden, genauso wie Twittermeldungen auch auf Facebook erscheinen oder Links zu YouTube-Videos oder zur eigenen Homepage werden oft gepostet.

*Verlinkungen SNS-Handy:* Das iPhone stellt ein praktisches Tool dar, sich noch öfters auf SNS einzuloggen. Die iPhone Besitzerin loggt sich mindestens 20 Mal am Tag ein, andere benutzen ein Mobiltelefon mit Internetzugang von Freunden, wenn sie selbst keines besitzen. Ein Proband lässt sich auch Emailbenachrichtigungen und SMS bei neuen Nachrichten/ Posts etc. auf sein Mobiltelefon senden.

### **9.2.2.2 Unterschiede der Kommunikationsqualität sowie der Kommunikationsmittel zwischen „strong ties“ und „weak ties“**

Bei der Auswertung der Interviews wurde deutlich, dass sich die Art und Weise, in der kommuniziert wird, sowie die Kommunikationsmittel dahingehend unterscheiden, wie nah der Kommunikationspartner dem jeweiligen Befragten steht. Mit engeren Freunden wird von vier Befragten eher geschattet, wobei bei weiter entfernten Freunden private messages und Pinnwandeinträge vorherrschen. Andere Kommunikationsmittel wie das Mobiltelefon spielen bei engen Freunden auch eine große Rolle. Es wurde vor allem deutlich, dass mit engen Freunden aktiver und öfters kommuniziert wird, wobei sich der Kontakt mit weak ties eher passiv gestaltet. Der Heavy-User schreibt mit Freunden oft 30-50 Posts unter eine Statusmeldung.

*„Und wenn jetzt irgendwer anders eine Statusmeldung rein gibt, die wird erstens einmal möglicherweise sogar ignoriert, das interessiert mich nicht, obwohl ich die Person eigentlich kenne, oder es wird halt einfach nur "gefällt mir" oder irgend sowas. Da wird dann nicht näher darauf eingegangen. Also bei näher- engeren Freunden gibt man öfters oder schneller einen blöden Kommentar ab, als wie bei jemandem, mit dem man nicht so oft Kontakt hat.“  
(Befragter E, 92-97)*

Außerdem unterscheidet sich die Kommunikation hinsichtlich ihrer Qualität: Mit engen Freunden wird persönlicher, tiefgründiger und offener kommuniziert. Es gibt eine gemeinsame Basis, auf die man sich beziehen kann, wodurch sich die Kommunikation auf Details, tägliche Neuigkeiten und Insider-Witze stützt und intensiver, angenehmer und vertrauter wird. In der Kommunikation mit nicht so engen Freunden handelt es sich meistens um klassische Smalltalk-Fragen und oberflächliche, nicht persönliche Dinge.

### 9.2.2.3 Kommunikationspartner in SNS

Am öftesten nennen die Befragten enge Freunde als Kommunikationspartner in SNS, gefolgt von guten Bekannten bzw. dem erweiterten Freundeskreis. Weiters wird mit Arbeitskollegen und Studienkollegen bzw. Mitschülern kommuniziert. Freunde aus dem Ausland, Urlaubsbekanntschaften und Familie werden seltener genannt, kommen aber durchaus vor. Wie man in der Kategorie Qualität der Freundschaften sehen wird, spielen SNS sehr wohl eine Rolle in der Aufrechterhaltung von Freundschaften oder Verwandtschaftsbeziehungen und Leuten, die weiter weg wohnen.

### 9.2.2.4 Veränderung des Kommunikationsverhaltens und der Kommunikationsmittel

Ein Proband spricht davon, dass die Art und Weise, wie man miteinander kommuniziert und schreibt, unpersönlicher wird. Dies resultiere aus der „verkürzten“ Schreibweise (dem Verwenden von Kürzeln) oder der alleinigen Tatsache, vor einem Computer und nicht face-to-face zu sitzen und Meldungen an eine breite Masse zu versenden. Ein anderer meint, die Kommunikation über SNS wäre jedoch persönlicher als E-Mails. Auch wird, wie in Neubergers (2008) Studie, eine Verschiebung der Kommunikationsmittel erkannt: Drei der Befragten kommunizieren weniger mit dem Mobiltelefon und zwei schreiben weniger E-Mails.

### 9.2.2.5 Kontakthäufigkeit/ Quantität

Neun von zwölf Befragte geben an, durch die SNS-Nutzung mit allen Freunden insgesamt mehr Kontakt zu haben, teilweise werden sogar auch die Offline-Treffen mehr. Hiermit ist zumindest den Studien von Valkenburg & Peter (2007a, 2007b) zufolge, die Grundlage für eine Qualitätssteigerung der Freundschaften gegeben.

*„Also mit manchen Menschen unternehme ich definitiv mehr, also weil man dadurch auch erfährt ja ok, wie verbringt der seine Freizeit oder wo oder was sind wirklich die Hobbies von der Person und so kommt man natürlich schon auf die Idee ok, mit dem könnte ich vielleicht Radfahren gehen oder wandern oder fahren wir einfach nach Wien.“ (Befragter L, 553-556)*

#### **Strong ties vs. weak ties**

Auffallend ist, dass sich die Kontakthäufigkeit vor allem zu weiter entfernten Freunden gesteigert hat – zwei Probanden hätten ohne SNS mit manchen Freunden gar keinen Kontakt. Diese Ergebnisse legen nahe, dass der Kontakt zu weak ties in hohem Maße über SNS abläuft, was mit den Ergebnissen des quantitativen Teils übereinstimmt. Hingegen ist die Kontakthäufigkeit zu strong ties bei zumindest vier der Befragten

gleich geblieben. Auch wenn im Vergleich zu Zeiten ohne SNS mehr Kontakt zu weak ties besteht, wird auf den Social Network Plattformen dennoch tendenziell öfters und regelmäßiger mit strong ties kommuniziert. Drei Befragte geben jedoch an, öfters mit weak als mit strong ties zu kommunizieren:

*„Den meisten Kontakt in SNS hat man wirklich mit weit entfernten Leuten, das ist irgendwie wie eine Freundesbushaltestelle, man kann irgendwie mal gucken, also wenn man irgendwie Interesse hat oder wenn irgendwann mal was neues passiert, ach was macht der denn oder so, aber bei den engen Leuten weiß man es auch irgendwie, bei den besten Freuden, was da passiert und was los ist.“ (Befragter G, 466-471)*

Eine Befragte sieht auch, in Übereinstimmung mit der Substitutionshypothese, ein Zurückgehen des face-to-face-Kontaktes durch die einfache Beziehungserhaltung über SNS:

*„Es ist traurig, aber es gehen teilweise wirklich die persönlichen sozialen Kontakte flöten. Weil so hast dir früher wirklich die Mühe gemacht, dass du dich mit jedem getroffen hast und hin und her und jetzt, es ist halt angenehm über SNS.“ (Befragte B, 678-681)*

### **Nicht SNS-Freunde**

Die Hälfte der Befragten hat zwar mehr Kontakt zu Freunden, die auch auf SNS vertreten sind, als zu nicht-SNS Freunden, jedoch sei dieser Kontakt deswegen nicht intensiver, sie sind ihnen dadurch nicht näher und haben das gleiche Wissen über deren Gefühlslage – das eine läuft eben persönlich ab, das andere über SNS. Vier Probanden haben nicht mehr Kontakt zu Freunden, mit denen sie auch über SNS kommunizieren, als mit nicht in SNS vertretenen Freunden. Generell kann man also sagen, dass bei engen Freunden keine großen Unterschiede in der Kontakthäufigkeit bestehen, sondern falls Kontakt über SNS nicht möglich ist, einfach auf andere Kommunikationsmittel zurückgegriffen wird.

### **Bewertung der Kontakthäufigkeit**

Fast allen Interviewpartnern ist der regelmäßige Kontakt zu Freunden sehr wichtig, bei zweien nur zu sehr engen Freunden. Befragter J meint, regelmäßiger Kontakt sei zwar nicht zwingend notwendig, bietet sich durch SNS aber an. Ein paar Probanden betonen, Kontakt über SNS sei jedoch nicht ausreichend, face-to-face Kontakt oder zumindest Telefonkontakt seien essentiell. Nach Short, Williams & Christie (1976) könnte dies auf den Mangel an sozialer Präsenz in CVK zurückzuführen sein.

## **9.2.3 Qualitäten und Quantitäten von Information auf SNS**

### **9.2.3.1 Informationen über Freunde**

Fast alle Befragten geben an, durch SNS über ihre Freunde mehr informiert zu sein und zwar über enge Freunde genauso wie über weiter entfernte Freunde. Ein Proband meint, dass vor allem über weak ties neue Informationen in Erfahrung gebracht werden können. Ein anderer meint, er erhalte dieselben Informationen auch im face-to-face Kontakt.

Fotos ansehen erfreut sich äußerst großer Beliebtheit sowohl bei engen Freunden, als auch bei nicht so engen Freunden. Tendenziell werden Fotos lieber von engen Freunden angesehen, vor allem wenn sie aktuell sind und einen Bezug zur eigenen Person aufweisen. Andere Probanden sehen gerne Fotos von weak ties an, um auch bei diesen am Laufenden zu bleiben und weil man eventuell interessante Dinge von strong ties sowieso auch anders mitbekommt. Statusmeldungen werden eher von strong ties als interessanter empfunden, weil man diese in einen Kontext eingebettet interpretieren kann. Bei weak ties fehlt oft der Bezug zu der „Welt“ dieser Person und somit gelten die Meldungen, wenn sie nicht gerade sehr kreativ und lustig sind oder wichtige Geschehnisse wiedergeben, als uninteressant. Zugesagte Veranstaltungen interessieren auch eher von engeren Freunden, sonst nur bei bestimmten momentan relevanten Leuten (z.B. Schwarm). Von nicht engen Freunden oder Bekannten interessieren manchmal ihre momentane Tätigkeit (Schule, Beruf, Studium), der Beziehungsstatus und sonstige Interessen. Befragte C verwendete preisgegebene Interessen schon oft als Hilfestellung beim Geburtstagsgeschenkekauf. Vier Befragte interessieren sich besonders für Gruppenzugehörigkeiten und Fanpages ihrer Freunde. Drei Befragte unterscheiden nicht zwischen strong oder weak ties und sind an allen Informationen gleich interessiert.

Informationen und Wissen über andere werden viel transparenter: Insgesamt meinen die Probanden, dass man über SNS an sehr viele Informationen über Freunde und Bekannte gelangt, da diese ihr halbes Leben preisgeben. Eine Befragte zitiert auch einen Gruppennamen: *„Woher weißt du das? Ich habe es auf Facebook gelesen!“*. Informationen auf SNS dienen auch oft als Anreiz zur Kontaktaufnahme über andere Kommunikationsmittel – manchmal wird ein Freund aufgrund einer Statusmeldung angerufen oder Offline getroffen. Außerdem erleichtern manche Informationen das Kennenlernen einer Person oder fördern die Motivation, z.B. aufgrund gemeinsamer

Interessen, jemanden näher kennenlernen zu wollen. Es kommt jedoch auch das Gegenteil vor und eine Person wird aufgrund mangelnder gemeinsamer oder gegensätzlicher Interessen gemieden. Oft wird gemäß des *social searching* auch gezielt nach Informationen über bestimmte Leute gesucht (Beziehungsstatus, Interessen).

### **9.2.3.2 Informationen durch Freunde/ soziales Kapital**

Die meisten Befragten profitieren von dem Informationsfluss in SNS. Eine Probandin gibt an, Kontakte für ihre Arbeit zu pflegen bzw. sich Jobs zu sichern. In Facebook sei sie präsent und gerät somit nicht in Vergessenheit. Außerdem dienen Statusmeldungen auch oft dazu, eine Vielzahl an Leuten zu erreichen, wenn man beispielsweise etwas verkaufen will oder wenn man schnelle Information benötigt – so können auch Informationen zur Verkehrslage, wenn man im Stau steht, eingeholt werden. Diese neuen Informationen und Ressourcen, die man durch sein soziales weak-tie Netzwerk erhält, kann man als die Stärke schwacher Bindungen sehen („the strength of weak ties“) wie es Granovetter (1983) bezeichnet. Durch die Kontakte zu Freunden und deren Verknüpfungen gewinnen die Befragten soziales Kapital (vgl. Gräf 1997: 108). Der Unterschied zu Granovetters Überlegungen ist nur, dass mittels SNS nun nicht nur strong ties leicht abrufbar sind, sondern auch die weak ties einer Person. Diese dienen den Probanden auch manchmal als Inspiration oder liefern Buch- und Kinotipps sowie interessante Artikel oder YouTube-Videos.

### **9.2.3.3 Übersättigung/ Reizüberflutung**

Diese Fülle an Information hat auch ihre Schattenseiten: *„Weil mir geht das immer auf die Nerven, wenn ich 500 Notifications hab auf der Seite.“ (Befragte C, 473-474)*

Die Startseiten sind regelrecht mit Meldungen zu neuen Gruppenzugehörigkeiten, Spiel- oder Testergebnissen der Freunde oder Einladungen zu Quizes, Fanpages und Geschenken überflutet. Durch dieses Übermaß an „unnötiger Information“ werden auch oft Applikationsberichte von Freunden ausgeblendet. Auch Statusmeldungen sind oft zu viel und werden nach eigenem Interesse selektiert. Drei Befragte sind der Meinung, dass vor allem von weak ties allgemein zu viele Informationen preisgegeben werden. Eine Probandin meinte, dass auch zu viele private messages von Gruppenadministratoren anstrengend sind.

## **9.2.4 Freunde und SNS**

### **9.2.4.1 Freundeslisten/ Privatsphäre**

Die Mehrzahl der Befragten hat weder eine Differenzierung der Freunde in unterschiedliche Freundeslisten noch eine Differenzierung der Privatsphäre-Einstellungen innerhalb der Freunde vorgenommen. Bei zwei Probanden geschieht schon vorab eine Selektion, wer überhaupt als Freund geaddet wird und es wird auf die von sich preisgegebenen Informationen geachtet. Die Differenzierung der Freunde in Listen ist entweder zu anstrengend oder es wollen Hierarchien vermieden werden, weil alle Freunde gleich wichtig sind oder es besteht die Angst, jemanden damit zu kränken. Zwei Probandinnen haben jedoch Listen erstellt und die Freunde in beispielsweise Arbeit, enge Freunde und Freunde unterteilt oder nur die Familie einer extra Liste zugeordnet. Sie verwehren Arbeitskollegen den Zugang zu Fotos. Eine weitere Probandin hat sogar die Privatsphäre-Einstellungen bei jedem einzelnen Freund benutzerdefiniert eingestellt und somit für jeden Freund extra entschieden, was dieser sehen darf und was nicht.

### **9.2.4.2 Entwicklung und Bewertung von Online-Kontakten**

Da SNS international präsent und beliebt sind, ist es naheliegend, auf diesen Seiten viele alte Freunde oder Bekannte wieder zu finden. Tatsächlich ist das bei allen Probanden auch der Fall: Die meisten haben den Kontakt zu alten Freunden wiederbelebt bzw. sie zumindest Online wiedergetroffen, ein Drittel hat jedoch nicht mehr oder nur etwas mehr (aktiven) Kontakt zu ihnen als früher, aber dafür mehr Einblick in ihr Leben (passiven Kontakt). Fast alle Befragte halten über SNS auch den Kontakt zu Leuten, die sie nicht oft sehen bzw. die weiter weg wohnen, aufrecht. So wird mit Kusinen, Arbeitskollegen, Austauschschülern, Schulkollegen, Freunden aus dem Ausland und Urlaubsbekanntschäften kommuniziert. Ein Teil der Befragten meint jedoch, dass gerade bei Urlaubsbekanntschäften bzw. Leuten die weiter weg wohnen, der Kontakt nach dem ersten Online-Kontakt anfangs noch viel ist, dann aber wieder verflacht. Der Grund dafür sei, dass „jeder in seiner Welt“ ist und die des anderen somit schwer nachvollziehbar und mit der Zeit uninteressant sei. Dasselbe Phänomen ist auch bei den Statusmeldungen zu erkennen, da diese von strong ties durch möglichen Bezug auf einen selbst bzw. einer Lebenswelt, in der man sich auskennt, interessanter sind.

*„Man schreibt sich ab und zu mal und dann verflacht das aber wieder. Also ich finde für eine Freundschaft muss man sich anstrengen und für so was ist dann irgendwie nicht wert.“ (Befragter G, 147-149)*

Andere Probanden erhalten den Kontakt zu weiter entfernten Leuten jedoch erfolgreich aufrecht, schreiben regelmäßig Nachrichten und wollen die Urlaubsbekanntschäften/ Austauschschüler sogar in deren Heimat besuchen. Hier wird die Rolle von SNS zum Erhalt von Beziehungen sichtbar und somit das „maintained social capital“, welches auch Ellison et al. (2007) als wichtige Funktion von Facebook sehen. Bei Leuten aus der Umgebung kommt es bei manchen auch nach dem Wiederbeleben des Kontaktes auf SNS regelmäßig oder zumindest ab und zu zu Offline-Treffen: Es werden Klassentreffen veranstaltet, ein Arbeitskollege bei einem Auftritt seiner Band besucht, auf einen Kaffeetratsch getroffen oder gemeinsame Interessen wie Mountainbiken entdeckt und diese dann zusammen ausgelebt. SNS spielen auch eine große Rolle für das Aufrechterhalten von Freundschaften, wenn man selbst für kurze oder längere Zeit von zu Hause weg ist.

Die Rolle, die die Befragten SNS hierbei zuschreiben, entspricht den Motiven zu deren Nutzung: Praktisch und schnell und als „nette Unterstützung“ kann mit Freunden in Kontakt getreten werden und können alle Informationen gesammelt betrachtet werden. SNS ermöglichen einen regelmäßigen Kontakt, vor allem wenn er anders nicht möglich ist, man verliert den Kontakt nicht so leicht, schreibt und scherzt miteinander und das zeit- und raumunabhängig. Die meisten Befragten geben an, SNS spielen bei der Kontaktaufrechterhaltung zu engen Freunden keine Rolle, sind jedoch bei weak ties sehr hilfreich. Oft wären Telefonate oder SMS bei weiter entfernten Freunden zu persönlich und so kann der Kontakt einfach aufrechterhalten werden. Vier Befragte meinen auch, der SNS Kontakt sei durchaus ersetzbar durch SMS oder E-Mails.

Mehr als der Hälfte der Befragten ist der Online-Kontakt zu Freunden sehr wichtig, manchen zumindest dann, wenn man sich nicht sehen kann. Der Rest sieht Online-Kontakt nicht als sonderlich wichtig, aber praktisch.

*„Über Facebook hast du die Möglichkeit immer Kleinigkeiten zu posten [...] du siehst auch was die Leute machen und verlierst nicht ganz den Kontakt zu ihnen. Also das ist mir sehr wichtig, dass man Kontakt zu den Leuten hat, auch wenn man sie nicht mehr so in seinem näheren Umfeld hat.“ (Befragter D, 275-280)*

Auch indirekte Kommunikation über SNS spielt eine Rolle – man kann jemandem etwas mitteilen, ohne ihn direkt anzuschreiben, wie in diesem Beispiel mit einem Ex-Freund:

*„[...] und ich habe dann irgendwas geschrieben, was dann ihm extrem gegen den Strich gehen hat müssen und da hab ich schon gewartet, bitte schreib da jetzt was dazu und hoffentlich liest er das und hoffentlich tut es ihm ordentlich weh.“ (Befragte I, 428-430)*

Einige Probanden sind jedenfalls der Meinung, dass durch SNS der Kontakt zu Freunden besser und enger wird und man ist informierter:

*„[...] es wird doch irgendwie der Kontakt enger. Weil so der Kontakt zwar auch gut ist, aber wenn ich doch noch regelmäßig einen Kontakt hab, und sei es jetzt nur übers Internet, ist es was anderes. Weil du bist informierter du bist.“ (Befragte B, 524-526)*

#### **9.2.4.3 Qualität der Freundschaften**

Die Qualität der Freundschaften wird durch SNS auf mehreren Ebenen beeinflusst. Ob das *Gefühl von Nähe* zu Freunden durch SNS stärker wird, wird unterschiedlich bewertet. Vier Probanden geben an, dass das Näheempfinden nicht (bewusst) beeinflusst wird, die Mehrzahl der Befragten ist jedoch schon der Meinung, dass ihre Freundschaften durch SNS enger werden, weil sie sich manchmal privater und intimer entwickeln und Gemeinsamkeiten bestätigt werden. Ein paar Probanden fühlen sich vor allem den Freunden näher und verbundener, die sie nicht so oft sehen können – hier wird wieder die Rolle des „maintained social capital“ sichtbar: Auch gemeinsame Erlebnisse sowie Kommunikationsinhalte werden für das Näheempfinden ausschlaggebend und fördern eine vermittelte Präsenz des Kommunikationspartners, die die Beziehung vermittelt oder bestätigt. So wird ein unsichtbares Band zwischen den beiden Freunden geschaffen (vgl. Connected Presence, Licoppe 2004: 138).

*„[...] es sind hauptsächlich Menschen dabei, die man selber kennt, mit denen man viel unternimmt, und da einfach eine Plattform da ist, wo man diese ganzen Ereignisse und Erlebnisse halt dann nochmal teilen kann.“ (Befragter E, 369-371)*

*„Wenn man Fotos anschaut und gewisse Erinnerungen weckt, hat man schon ein bisschen irgendwie [...] das steigert schon irgendwie die Beziehung, also die Verbindung zu den Freunden.“ (Befragter J, 431-433)*

SNS dienen auch dazu, Freunde *besser kennen zu lernen* und dadurch die Beziehung zu vertiefen. Entweder man entdeckt neue Facetten einer Person oder lernt sie durch Fotos, Fanpages, Wahlkampagnen, preisgegebene Interessen und vor allem durch Gruppen näher kennen. Bei einigen trifft das sowohl auf engere Freunde als auch auf weiter entfernte Freunde zu, tendenziell werden aber eher weak ties näher kennen gelernt und über strong ties erhält man ergänzende Informationen. Die Frage wie SNS die Beziehung zu Freunden beeinflusst, beantwortet ein Befragter so: *„Ich würde eher sagen zum Positiven, weil du die Leute, wenn du jetzt nicht so oft regelmäßig Kontakt mit ihnen hast, doch etwas besser kennen lernst, weil die Leute freiwillig viel von sich freigeben.“ (Befragter D, 386-388)*

Von nicht so engen Freunden erfahren knapp die Hälfte der Probanden vor allem in der Kennenlernphase etwas über ihren Kontext bzw. ihr Umfeld und erhalten einen intensiveren Einblick in ihr Leben. Sie geben an, dass dies, im Sinne des Repeated-Exposure-Effekts, zu einer positiveren Einstellung des Gegenübers führen kann oder die Meinung über Leute positiv verstärkt, was manchmal ftf-Kontakt begünstigt. Es gibt jedoch auch zwei Befragte die meinen, man erfahre nur Oberflächlichkeiten, die nicht viel an der Einstellung den Freunden gegenüber ändern, sich nur eventuell neue Gesprächsthemen ergeben. Glaubt man der These des Repeated-Exposure-Effekts entsteht solch eine positivere Einstellung gegenüber einer anderen Person unbewusst schon allein durch einen wiederholten, bloßen Kontakt (vgl. Zajonc 1968).

Freundschaften können durch SNS auch durchaus *vertieft* werden. Bei immerhin vier Befragten wurde aus einer weak-tie Freundschaft eine sehr gute strong-tie Freundschaft bzw. aus einer strong-tie Freundschaft eine noch bessere - bei zwei davon sogar die allerbeste Freundin.

*„Ich und meine Lebensgefährtin und er und seine Lebensgefährtin wir treffen uns jetzt regelmäßig und tun bei uns essen oder bei ihnen oder unternehmen etwas. Also da steht schon Facebook im Vordergrund, weil ohne dem wäre das nie passiert.“ (Befragter D, 177-181)*

Nach der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung (*social information processing*) von Walther (1992) ist die Entwicklung von Beziehungen über CVK möglich, dauert jedoch länger als in einem face-to-face Setting. Wenn aber ftf-Kontakt zusätzlich eingesetzt wird, geht womöglich die Entwicklung der Freundschaft auch schneller voran.

*„Über Facebook ja. Weil wir einfach so, sie geht grad laufen, ich gehe gerade laufen hin und her einfach mal gescheit zu sagen, gehen wir doch mal gemeinsam und ja, so haben wir uns wieder kennengelernt sozusagen und mittlerweile kaum zu trennen irgendwie.“ (Befragte K, 194-196)*

In virtuellen Beziehungen ist die soziale Distanz leichter zu regulieren und man kann erwünschte Beziehungen leichter intensivieren (vgl. Haythornthwaite et al. 1998). Ein Proband spricht explizit von einem leichteren Zugang zu anderen: Er hat über Facebook die Beziehung zu einem Parallelklassenkollegen vertieft, da in der Schule selbst doch irgendwie Hemmungen vorhanden waren öfters mit dieser Person zu sprechen. Auch nach Lee (2009: 511) können Charakteristika des Internets wie Anonymität und das Fehlen sozialer Hinweisreize den Nutzern das Zustandekommen neuer Beziehungen erleichtern. Dies war auch bei zwei Probanden der Fall, die durch schriftliche Kommunikation die Beziehung zu gleich- und gegengeschlechtlichen

Personen vertieft haben - in einem Fall wurde daraus eine Paarbeziehung. Hier bewahrheitet sich auch die These von Wellman et al. (2001), dass Offline-Interaktion Online-Interaktion stimuliert und nicht umgekehrt.

Nicht in SNS vertretene Freunde wären den Probanden jedoch nicht oder nur möglicherweise näher, wenn sie auch in SNS aktiv wären. Jedenfalls unterscheiden sich die Gesprächsthemen, da nicht über SNS-Inhalte gesprochen wird und sie sind somit auch von gewissen Informationen oder Insider-Witzen ausgeschlossen. Dies hätte aber negativen Einfluss auf die Freundschaft oder die Kontakthäufigkeit. SNS-Freunde sind laut einer Probandin jedoch abrufbereiter und verfügbarer.

SNS können seltener aber doch auch negative Konsequenzen für Freundschaften haben: Drei Probanden wurden durch Inhalte in Profilen, Verhalten oder Gruppenzugehörigkeiten schon von Bekannten enttäuscht, was ihre Einstellung gegenüber ihnen negativ beeinflusst hat und dazu führte, von einer Wiederaufnahme des Kontaktes abzusehen. Durch das Fehlen nonverbaler Kontroll- oder Sanktionsinstrumente traten auch manchmal schon Missverständnisse auf, die zu Irritationen führten (vgl. hierzu auch Heidbrink et al. 2009: 117). Manchmal erfährt man über SNS, dass man hintergangen wurde, was öffentliche Streits zur Folge haben kann. Auch die Verwendung des falschen Kommunikationskanals kann ärgerlich sein: Eine Probandin erfuhr über die neue Paarbeziehung ihres besten Freundes zuerst über Facebook anstatt persönlich, was einen heftigen Streit auslöste.

In CVK ist, im Gegensatz zur ftf-Kommunikation, die Selbstaufmerksamkeit und die Reflexion der ausgewählten und übertragenen sozialen Hinweise (*social cues*) höher (vgl. Walther et al. 2007: 316). Diese andere Online-Selbstdarstellung von Freunden fällt auch vier Probanden auf. Sie wundern sich oft darüber, es wird aber eher als lustig empfunden oder ignoriert und ändert nichts an der Einstellung zu dieser Person.

Die Hälfte der Befragten ist jedenfalls der Meinung, dass SNS Freundschaften nicht gravierend verändern.

*„Wenn du gute Freunde hast und mit denen ein gutes Verhältnis hast oder ein schlechtes unter Anführungszeichen, dann wird Facebook jetzt nicht das Zünglein an der Waage sein, dass das Verhältnis zum Besseren oder zum Schlechteren verwandelt.“ (Befragter D, 490-493)*

*„[...] weil Freunde hat man oder man hat sie nicht. Da ändert so eine Plattform auch nicht so viel dran.“ (Befragter J, 103-104)*

Im Gesamtkontext betrachtet scheinen diese Aussagen vor allem auf enge Freundschaften bezogen zu sein. Betrachtet man nämlich vorherige Ausführungen zum Näheempfinden und dem Vertiefen von Freundschaften, scheinen SNS zumindest das Potential zu haben, einiges am Freundschaftsnetzwerk, vor allem bezogen auf weak ties, zu verändern. Gemäß der Meinung eines Probanden hat es den Anschein, als dienten SNS dazu, Freundschaften zu verfestigen und zu verstärken - sie sind jedoch kein Ersatz für face-to-face Kommunikation. Auch Wellman et al. (2001) postulieren, dass das Internet als Ergänzung zu den Offline-Interaktionen dient. Ein Befragter sieht die Bedeutung von SNS in Freundschaften als zweischneidiges Schwert:

*„Natürlich fühlt man sich dann näher, ja, weil auch über diese Social Networks kann man ja die Freundschaft stärken oder die kann auch in den Keller gehen ja, es kommt halt drauf an.“ (Befragter L, 529-531)*

#### **9.2.4.4 Selbstoffenbarung**

Der *Hypothese der sozialen Kompensation* zufolge, ist gerade für sozial ängstliche Personen ein Online-Setting förderlich und hilfreich. In diesem findet meist textbasierte Kommunikation statt, wodurch gewisse Hemmungen reduziert und somit ein echtes oder idealisiertes Selbst offenbart werden kann (vgl. Lee 2009: 514). Dies kann auch zur Bildung neuer Beziehungen führen. Bei drei Probanden ist das auch der Fall: Sie meinen, sich schriftlich leichter offenbaren zu können. Ein Befragter findet SNS vor allem dann hilfreich, wenn er schlechte Laune hat und mit niemandem reden will. Dann nutzt er diese Plattform dafür, um dort „etwas loszuwerden“ bzw. seine Gefühle zu offenbaren. Außerdem fällt fünf Probanden vor allem am Anfang einer Beziehung die Kommunikation über SNS leichter. Die *Hypothese der durch das Internet verstärkten Selbstoffenbarung* (vgl. Valkenburg & Peter 2009) sieht sich somit ebenfalls in diesen Ergebnissen reflektiert. Die Mehrzahl der Probanden hat ein gewisses Mitteilungsbedürfnis aus dem das Schreiben von Statusmeldungen oder das Online stellen von Fotos resultiert. Statusmeldungen werden oft verwendet, um einen emotionalen, persönlichen Zustand kundzutun, seinen Frust loszulassen oder dienen auch als Tagebuchersatz.

*„Es ist halt einfach, du willst den Leuten zeigen, wo du warst oder was dich interessiert oder es ist halt... einfach um sich der Welt mitzuteilen.“ (Befragter D, 130-131)*

Da die Online-Kommunikation teilweise in einem privaten Setting stattfinden kann, reichen Kommunikationsinhalte von alltäglichen bis zu intimen Themen (vgl. Gross 2004). So gaben auch knapp die Hälfte der Probanden an, in SNS über intime,

persönliche Dinge zu sprechen und die gleiche emotionale Unterstützung wie in ftf-Gesprächen zu bekommen. Selbst in Statusmeldungen, die nicht unbedingt als privates Setting zu sehen sind, werden persönliche Themen abgehandelt.

In Valkenburg & Peters (2009) Studie resultierte Online-Selbstoffenbarung in Freundschaften mit höherer Qualität. Zwei Befragte berichteten ebenfalls von dieser Entwicklung – sie vertieften Freundschaften in SNS durch intime, persönliche Gespräche.

Fünf Probanden berichten auch von der Selbstoffenbarung anderer in SNS und davon, dass man in diesen Plattformen mehr von den Freunden erfährt. Man erfährt auch von ihrer Gefühlslage, was praktisch ist, wenn man nicht weiß, wie man jemanden ansprechen soll. Eine Befragte meint:

*„Wenn man z.B. eine Statusmeldung schreibt, dann schreibt man ja manchmal hinein wie es einem geht oder so und das ist dann halt doch was anderes, als wie wenn man jemanden persönlich trifft, weil der sagt das dann vielleicht gar nicht oder so, wie es einem wirklich geht.“ (Befragte F, 354-357)*

Auch durch Gruppenzugehörigkeiten in SNS offenbaren Freunde sehr viel von ihren Einstellungen, ihrer Lebenssituation und ihrer Stimmung. Gruppen geben Aufschluss über den Charakter einer Person und bei manchen hat es zwei Befragten zufolge den Anschein, als wollten sie sich über Gruppenzugehörigkeiten definieren.

Jedes Netzwerk hat eine Peripherie (hier Freundesfreunde), die Gräf (1997: 102) die *persönliche Öffentlichkeit* nennt. Die Handlungsgeschichte von Ego wird aufgezeichnet und Ego wird innerhalb dieser Öffentlichkeit beobachtet und bewertet. In SNS wird die Handlungsgeschichte wahrhaftig aufgezeichnet: Statusmeldungen, Comments und Fotos werden zu einsehbaren Artefakten. Oft haben Freundesfreunde denselben Zugang zu Profilingen wie Freunde. Bedenkt man, dass manche User um die 400 Freunde in SNS haben, die dann jeweils eventuell genauso viele Freunde besitzen, würde diese persönliche Öffentlichkeit aus 400x400 und somit 160.000 Leuten bestehen. Dies ist eine erheblich hohe Anzahl an Leuten, von denen man beurteilt wird und die ein Persönlichkeitsbild von einem selbst schaffen. Dessen sind sich manche Probanden auch bewusst und halten ihre Online-Selbstoffenbarung in Grenzen oder weichen auf private Kommunikation mittels private messages und Chat aus. Die Informationen, die man über sich selbst preisgibt, werden von vielen Probanden reflektiert, denn „es muss nicht jeder alles wissen.“ In dieser Aussage ist möglicherweise die von Simmel (1992: 391) beschriebene „notwendige Verborgenheit“

in Freundschaften zu erkennen. Auch Kommunikationsinhalte werden teilweise überdacht, damit keine Missverständnisse entstehen. Zwei Probanden sprechen ausdrücklich davon, sie würden sich selbst nie so offenbaren, wie das manche Freunde tun, und es sollte bei sehr intimen Dingen Grenzen geben. So der 19-jährige Befragte:

*„Na die schreiben auch intimere Sachen, z.B. dass heute der Freund da schläft oder weiß ich nicht. Ich finde, das gehört nicht sowas von extrem öffentlich gemacht, dass das Leute lesen, die ich nicht kenne.“ (Befragter L, 376-378)*

#### **9.2.4.5 Wechselwirkung von Online- und Offline-Gesprächen**

Nach Döring (2003: 427) bieten Netzmedien als neue und komplexe kulturelle Artefakte oft Gesprächsanlässe. Das ist auch in dieser Studie ersichtlich: Fast alle Probanden geben an, dass durch die SNS-Nutzung neue Gesprächsthemen in der Offline-Kommunikation entstehen. Es wird also nicht nur das Internet in die regulären Verhaltensmuster des sozialen Lebens integriert (vgl. Wellman 2003), sondern auch die Kommunikations- und Plattforminhalte:

*„Also da gibt es ja auch die Gruppe, ich zitiere: "Gruppennamen von Facebook in meinem Alltag" oder so und das stimmt total. Also manchmal gibt es Tage, wo wir nur in Gruppennamen reden, das ist schlimm (lacht). (Befragte F, 367-370)*

Neue Gesprächsthemen entstehen, vor allem mit engen Freunden, auch durch die social surveillance der anderen. So wird oft über die neusten Ereignisse, Statusmeldungen und Fotos der Freunde und Bekannten getratscht.

#### **9.2.4.6 Reziprozität**

Bis auf einen Befragten wird von allen Probanden eine Reaktion auf Postings erwartet – vier erwarten sich nicht nur eine Reaktion der Freunde, sondern befinden diese auch als wichtig, zwei ist es nicht wichtig, aber es amüsiert sie. Oft wird auf Mitgefühl, Bestätigung oder Aufmunterung gewartet und bei einigen stellt eine erwartete Rückmeldung auch das Motiv dar, eine Statusmeldung zu schreiben. Hier spielt auch der Gleichgewichtsgedanke eine Rolle. Demnach werden mediale Botschaften als Ausdruck von Zuwendung und Zuneigung des Partners aufgefasst. In Untersuchungen von Döring und Dietmar (2003) strebten die meisten befragten Paare ein Gleichgewicht in der Kommunikation an. Das ist auch teilweise in dieser Studie zu beobachten: Austausch von Informationen oder Gefühlen soll auf Gegenseitigkeit beruhen. Jedenfalls freuen sich die meisten über eine Reaktion auf eine Statusmeldung oder einen anderen Post, einige sind aber nicht enttäuscht, wenn keine Rückmeldung

kommt. Für eine Probandin haben Statusmeldungen oft die Funktion nur ihren Frust einer Community abzugeben, ohne dass eine Reaktion erwartet wird. Wenigen Hobby-Fotografen ist auch speziell ein Feedback auf Online gestellte Fotos wichtig.

Wie schnell eine Antwort oder Reaktion kommen soll ist inhalts- und teilweise personenabhängig. Vier der Befragten ist Schnelligkeit sehr wichtig, der Hälfte der Befragten ist dann eine schnelle Reaktion wichtig, wenn es um für sie wichtige Dinge geht und nur zweien ist die Geschwindigkeit des Austausches egal. Als wichtig werden Dinge gesehen, die man sofort benötigt (Stauauskunft, Hilfe bei Programmen) oder Uni-Informationen und Offline-Treffen. Bei Smalltalk und Reiseinformationen kann auch zwei Tage auf eine Antwort gewartet werden. Der als angemessen empfundene Zeitrahmen für eine Antwort auf private messages reicht von ein paar Tagen, über maximal drei Tage bis zu höchstens einem Tag. Bei Statusmeldungen spricht ein Proband auch von einer Reaktionszeit innerhalb von zehn Minuten, später sei nicht mehr viel zu erwarten. Auch von Abhängigkeit nach Reaktion ist die Rede:

*„[...] du bist unterwegs und dir fällt irgendwas ein und du kannst es sofort posten und du kriegst sofort Antworten und, ich mein, ist schon arg eigentlich, wenn man bedenkt wie abhängig man dann danach wird, dass Leute sich mit dir in Kontakt setzen.“ (Befragte H, 436-438)*

Unterschiedliche Erwartungen bezüglich der Schnelligkeit des Austausches können auch zum Problem werden. So beendete eine Probandin den Kontakt zu einer Person, die sie neu kennen lernte, weil diese sich über die lange Wartezeit auf eine Antwort beschwerte.

Tendenziell ist den Probanden eine Reaktion von engen Freunden wichtiger, über eine Reaktion von weak ties freut man sich, aber sie ist nicht notwendig. Das entspricht Diewalds (1991) Postulat des Verpflichtungscharakters von strong tie-Freundschaften. So erwartet man sich besonders von engen Freunden viel Unterstützung und stellt auch hohe Erwartungen an sie. Drei Befragten ist es egal, von wem eine Rückmeldung kommt, andere erwarten sich vor allem von denjenigen eine Reaktion, die in SNS sehr aktiv sind und generell viel kommentieren oder denjenigen, die in den Post bzw. das Foto involviert sind oder die es betrifft – dies werden in der Regel ebenfalls engere Freunde sein.

Ein Proband merkt zusätzlich an, dass er sich durch Statusmeldungen nicht zur Reaktion verpflichtet fühlt, da diese an die Allgemeinheit adressiert sind und nicht ihn persönlich betreffen.

#### 9.2.4.7 „Awareness“ (wissen, was der andere tut)

Wie bereits in der Kategorie Motive kurz erwähnt, spielt *virtuelle Überwachung* bei den Befragten eine große Rolle. Am Laufenden bzw. am neuesten Stand bleiben, Stalking und passiver Kontakt wird von den meisten Befragten genannt. Passiver Kontakt und somit eine gewisse Kontrolle des eigenen Umfelds ist vor allem bei weak ties bzw. Leuten, die man weniger sieht, relevant. Eine Befragte spricht auch von „spächteln“ bei Leuten, die man nicht so mag und nicht anrufen würde, so aber trotzdem immer am neuesten Stand bleibt, was sich in deren Umfeld abspielt. Immerwährend zu wissen, was seine Freunde tun und wie es ihnen geht, am neuesten Stand über ihre Aktivitäten zu sein bzw. immerwährender Kontakt zu ihnen, ist fast allen Probanden wichtig.

*„Ich bin so neugierig. Ja, das ist das Schlimmste bei mir. Ich muss immer wissen, was jeder gerade tut und macht und weiß ich nicht.“ (Befragte I, 148-150)*

Gerade auf der Startseite von Facebook können Individuen sowohl wichtige Lebensereignisse als auch flüchtige Aktivitäten verbreiten und erlauben somit anderen eine ständige soziale Überwachung, die Individuen permanent miteinander verknüpft (vgl. Ellison et al. 2009). Auch hier besteht wieder die Tendenz, dass diese „awareness“ von engen Freunden wichtiger und interessanter ist.

*„[...] wenn man Facebook hernimmt, einfach oft die Möglichkeit da ist zu sehen, was der oder diejenige gerade in dem Moment macht und per SMS schreibst nicht jetzt z.B. deinem besten Freund "was machst gerade" und auf Facebook gibt er von sich aus sofort bescheid, was gerade passiert jetzt oder wo er gerade ist oder keine Ahnung oder was jetzt gerade ansteht und so ist man sozusagen immer am neuesten Stand der Dinge irgendwie.“ (Befragter E, 223-228)*

Bei weak ties weiß man zumindest Bescheid, was diese Leute tun, auch wenn man sie schon länger nicht gesehen hat – dies wird auch als angenehm empfunden. Fünf der Befragten ist eine gewisse „awareness“ nur abgeschwächt von Bedeutung: Ihnen ist es wichtig, wie es ihren Freunden geht, jedoch müssen sie nicht permanent wissen, was jeder gerade tut, da es so etwas wie Privatsphäre gibt - einige davon sind dennoch neugierig. Ein Befragter weist auch darauf hin, dass es ihm wichtig ist, wie er vom Befinden seiner Freunde erfährt – dabei bevorzugt er den persönlichen ftf-Kontakt.

Auch permanente Verfügbarkeit ist fünf Befragten wichtig. Da beispielsweise in der Arbeit nicht ständig das Mobiltelefon benutzt werden kann, ist der Kontakt zwischendurch auf SNS einfacher und unauffälliger. Die Frage ob ihr der Online-Kontakt mit Freunden wichtig sei, beantwortet eine Userin folgendermaßen:

*„Ja, ja, sonst wäre ich nicht so süchtig danach glaub ich (lacht). Nein, oja, mir ist das schon wichtig auch, immer zu sehen, wer hat was wo dazugeschrieben oder wenn man was postet, ob da gleich Leute antworten drauf.“ (Befragte H, 400-402)*

Die Präsenz und die Überwachung des eigenen sozialen Netzwerkes und die Kontrolle des eigenen Umfeldes motiviert die Nutzung und befriedigt die vorhandene Neugierde. „[...] the knowledge accumulates into a powerful awareness of one’s social network and provides continuous linkage to one’s weak ties.“ (Ellison et al. 2009: 7)

*„[...] obwohl ich das auch interessant finde zu sehen, mit wem die Leute befreundet sind und wie sich das dann weiterspinnt und so. Also da tu ich gerne mal stalken (lacht).“ (Befragte H, 426-427)*

Natürlich haben diese Offenlegung von Informationen und die Möglichkeit der Überwachung auch ihre Nachteile:

*„[...] da kann dich einfach jeder Mensch aushorchen, was tust du, wo bist du, wann bist du dort, mit wem bist du dort, ist vielleicht nicht immer von Vorteil.“ (Befragter L, 340-342)*

Nur zwei Probanden empfinden es als nicht relevant oder nervig ständig voneinander Bescheid zu wissen. Einer meint, wenn er es nicht Online erfährt, dann erfährt er es sowieso persönlich. Da die überwiegende Zahl der Befragten jedoch gerne über die Aktivitäten und das Befinden ihrer Freunde Bescheid weiß, kann man schon davon ausgehen, dass den Befragten generell eine gewisse „awareness“ wichtig ist.

#### **9.2.4.8 Freundschaftsbegriff**

Döring (2008: 20) meint, ein Facebook- oder MySpace-Freund muss keineswegs jemand sein, zu dem man eine tiefe emotionale Bindung hat. Die Freundschaftsverlinkungen haben unterschiedliche Bedeutung und vor allem praktischen Wert. Auch in dieser Studie würde die Mehrzahl der Befragten nicht alle ihre „Freunde“ in SNS als Freunde bezeichnen. Meist gibt es zumindest die Abstufung in Freunde und Bekannte, manche differenzieren auch noch mehr und unterscheiden enge Freunde, Freunde, Bekannte, entfernte Bekannte oder flüchtige Bekanntschaften. Die Unterschiede liegen in der emotionalen Nähe und im regelmäßigen persönlichen Kontakt mit echten Freunden. Die Zahl derer, die als Freunde bezeichnet werden, und somit eventuell die Definition von Freundschaft, variiert stark: Bei manchen handelt es sich um 7-15 echte Freunde, bei anderen um die 60-90. Meist überwiegt jedoch die Anzahl an Bekanntschaften und „echte“ Freunde machen nur einen geringen Teil der Freundschaftsverlinkungen in SNS aus. Zwei Probanden jedoch bezeichnen alle ihre Facebook-Freunde als Freunde, wobei dies bei einem 60 Freunde beim anderen 330 Freunde sind. Eine weitere Probandin sieht zumindest den Großteil ihrer 150 Freunde

als wahre Freunde. Angesichts dieser Schwankungen wird klar, dass unterschiedliche Konzepte von Freundschaft vorherrschen müssen. Da gerade der Heavy-User der Befragten angibt 330 Freunde zu haben, fragt sich, was seine Definition von Freundschaft ist und woher diese rührt.

Insgesamt betrachtet rangieren bei den befragten Unsern drei Dinge an erster Stelle, die ihnen in einer Freundschaft wichtig sind: Vertrauen, Wechselseitigkeit bzw. Reziprozität im Sinne des Gleichgewichts von Geben und Nehmen und Kontakt. Regelmäßiger Kontakt, gemeinsam verbrachte Zeit und gemeinsame Unternehmungen sind den Befragten sehr wichtig. Face-to-face Kontakt scheint bei den meisten dabei auch eine große Rolle zu spielen. An zweiter Stelle steht emotionale Unterstützung und Tiefe/ Nähe bzw. Confiding (jemandem alles anvertrauen können, eine Person gut kennen). Emotionale Unterstützung wird von manchen immer bzw. rund um die Uhr erwartet, wobei SNS insofern eine Rolle spielen, da sie zeit- und raumunabhängig diese Unterstützung ermöglichen. Fast genauso wichtig ist der Faktor Weite/ Multiplexität und somit eine Vielfalt gemeinsamer Interessen und Aktivitäten. Gegenseitiges Verständnis, Ehrlichkeit, Spontaneität (so sein, wie man ist) und Spaß sind ebenfalls relevant in einer Freundschaft. Werte wie Akzeptanz, Engagement, Treue und Code Austausch (zwischen den Zeilen der Botschaften des anderen lesen) werden nur vereinzelt genannt.

Laut einer Studie von Döring (2008) wird es als unhöflich angesehen eine Freundschaftseinladung abzulehnen. Auch dieser Sachverhalt kommt zum Vorschein: Eine Probandin berichtet davon, es sei ihr unangenehm, eine Freundschaftsanfrage abzulehnen, sodass sie diese immer annimmt und im Nachhinein wieder löscht. Sie teste im Vorhinein allerdings, ob diejenigen diese Löschung sehen können. SNS-Freundschaften kündigen kann außerdem sehr negativ aufgefasst werden und viel Ärger bringen:

*„Aber das Schlimmste, was man heutzutage machen kann, ist jemandem über Facebook die Freundschaft zu kündigen, das ist schlimmer, als wenn man jemanden sein Haus anzündet.“  
(Befragter D, 209-211)*

Wenn, vor SNS-Zeiten, eine Freundschaft oder Beziehung beendet wurde, war sie beendet und man sah oder hörte diese Person in der Regel nicht mehr so oft. Jetzt herrscht oft trotzdem eine permanente Präsenz dieser Person SNS - man sieht immer noch, was diese Person tut, wie das bei einer Probandin und einer ehemaligen Freundin und auch ihrem Ex-Freund der Fall war. Befragter D hat eine Freundschaft in

Facebook gekündigt und zog schwere Konsequenzen daraus. Früher wurde einfach nicht mehr miteinander gesprochen, jetzt gibt es ein Artefakt über die Freundschaftskündigung. Vielleicht wird dies als so schwerwiegend gesehen, weil zu einer Facebook-Freundschaft oft schon ein bloßes einmal gesehen haben reicht und wenn man dann nicht einmal mehr in Facebook befreundet sein will, muss die Beziehung wohl sehr negativ beurteilt werden.

### **9.3 Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf die Forschungsfragen und Thesen**

Im Folgenden wird mit Hilfe der Ergebnisauswertung des quantitativen und des qualitativen Teils der Studie versucht, die Forschungsfragen zu beantworten, die Thesen zu überprüfen und neue Thesen zu generieren.

**FF1: Welche Auswirkung hat der SNS-Nutzung auf die Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes?**

*T1: Ständiger Kontakt via SNS und gesteigerte Kenntnis der Aktionen von Freunden stärken das Gefühl von Nähe zu diesen Freunden.*

Den Aussagen der Probanden zufolge, entwickeln sich durch die Kommunikation in SNS manche Freundschaften privater und intimer, als das vielleicht sonst der Fall wäre. Dies begünstigt auch die von ihnen empfundene Nähe zu Freunden. Artefakte wie Fotos oder Postings verstärken zusätzlich die vermittelte Präsenz des Kommunikationspartners (vgl. Licoppe 2004) und auch der „repeated exposure effect“ (vgl. Zajonc 1968) spielt hier eine Rolle. Diese These kann also bestätigt werden und wird vor allem bei den Freunden relevant, die man nicht so oft sehen kann.

*T2: Durch den regelmäßigen Online-Kontakt via SNS mit Hybrid-Freunden, werden starke Bindungen vertieft.*

Durch die teilweise sehr persönliche und intime Kommunikation mit engen Freunden und die vorhandene Online-Selbstoffenbarung über SNS ist potentiell die Möglichkeit zur Vertiefung gewisser Freundschaften gegeben. Generell ist das, zumindest bei engen Freunden, aber nicht sehr oft der Fall: Bei einer Probandin wurde zwar aus einer guten Freundin die allerbeste, jedoch ist die Mehrzahl der Befragten der Meinung, dass

SNS an engen Freundschaften nicht viel ändern. Die These kann so nicht verifiziert werden und muss umformuliert werden:

***Neue These:*** *Durch den regelmäßigen Online-Kontakt via SNS mit Hybrid-Freunden, können starke und schwache Bindungen potentiell vertieft werden.*

Ob dies geschieht ist von mehreren Faktoren wie der Nutzungsweise, der Persönlichkeit des Users und seinem Umfeld abhängig und müsste in einer umfassenderen Studie genauer untersucht werden.

***T3:*** *Durch den regelmäßigen Online-Kontakt via SNS mit Freunden, werden schwache Bindungen vertieft, aufrechterhalten oder wiederbelebt.*

Diese These kann anhand der Ergebnisse vollständig bestätigt werden: Fast alle Befragten haben die Beziehung zu alten Freunden oder Bekannten wiederbelebt, haben zu diesen Leuten jetzt zumindest ab und zu Kontakt, jedoch selten nur passiven Kontakt. Einige haben den Kontakt jedenfalls auch vertieft, bis hin zu sehr engen Freundschaften, was zu Offline-Treffen geführt hat. „Maintained social capital“ ist ebenfalls vorzufinden: Viele erhalten Freundschaften zu Leuten, die sie nicht oft sehen können oder die weiter weg wohnen aufrecht. Teilweise kommt es hier aber zu einem anfänglichen Wiederbeleben des Kontaktes (z.B. nach erstem Wiedersehen in SNS oder kurz nach der letzten Offline-Begegnung), der im Laufe der Zeit wieder verflacht, da die Freunde in zu unterschiedlichen „Welten“ leben.

***T4:*** *Mit engen Freunden, die nicht in denselben SNS vertreten sind, findet weniger regelmäßig Online und Offline-Kontakt statt, als mit Freunden, die ebenfalls in SNS vertreten sind.*

Mit engen Freunden, die in SNS vertreten und aktiv sind, findet im Allgemeinen mehr Online-Kontakt statt, als mit nicht in SNS vertretenen Freunden. Tendenziell besteht auch mehr allgemeiner Kontakt (Online, Telefon, Offline), was den Befragten zur Folge allerdings keine Auswirkungen auf die Intensität der Beziehung hat. Enge Freundschaften finden Wege und Mittel um sich zu bestätigen, auch ohne SNS. Da sich die Kontakthäufigkeit zwischen SNS- und nicht SNS-Freunden relativ in der Waage hält, kann diese These nicht bestätigt werden. Man kann jedoch sagen:

**Neue These:** *Mit engen Freunden, die nicht in denselben SNS vertreten sind, findet weniger regelmäßig Online-Kontakt statt, als mit Freunden, die ebenfalls in SNS vertreten sind.*

Hinsichtlich der Regelmäßigkeit des Online-Kontaktes ist noch etwas zu bemerken: Sowohl die quantitativen als auch die qualitativen Ergebnisse zeigen eine Korrelation zwischen der Regelmäßigkeit des SNS-Kontaktes und der empfundenen Nähe zu Freunden. Es kann also außerdem gesagt werden, dass:

**Neue These:** *Mit engen Freunden wird regelmäßiger über SNS kommuniziert, als mit nicht so engen Freunden.*

Es kommt also durch SNS durchaus zu Veränderungen in der Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes: das Näheempfinden wird positiv beeinflusst, gesteigerte Online-Selbstoffenbarung begünstigt die Kommunikation über intime Themen und führt teilweise zur Vertiefung von Freundschaften, Kommunikationsbarrieren sinken und begünstigen die Kontaktaufnahme und –vertiefung zu lockeren Bekanntschaften, gemeinsame Interessen können entdeckt und zusammen ausgelebt werden. Die Chance, Freundschaften über SNS zu vertiefen, ist auf alle Fälle vorhanden und wird auch von vielen genutzt. Intervenierende Faktoren wie die individuelle Nutzungsweise von SNS und vor allem auch die Rolle, die SNS im Freundschaftsnetzwerk spielen, beeinflussen die Reichweite der potentiellen Veränderungsmöglichkeiten der Freundschaftsbeziehungen.

Generell kann man jedoch sagen, dass bei engen Freunden die Auswirkungen der SNS-Nutzung auf die Freundschaft minimal ausfallen. SNS verändern nicht die Bedeutsamkeit von Nahkontakten. Nach Gräf bleibt durch die Einführung neuer Medien der Nah- bzw. Kernbereich sozialer Kontakte tendenziell unverändert, es wird jedoch ein zusätzlicher Fernbereich erschlossen (vgl. Gräf 1997: 115). Auch in dieser Studie ändert sich der Kernbereich an engen Freunden durch die SNS-Nutzung nicht gravierend. Falls der Kontakt über SNS nicht möglich ist, wird einfach auf andere Kommunikationsmittel und -möglichkeiten zurückgegriffen. Jedenfalls bleiben enge Freunde auch ohne SNS-Kontakt enge Freunde, es können jedoch neue enge Freunde durch die SNS-Nutzung hinzukommen. Insgesamt hat es den Anschein, dass die Peripherie des Freundschaftsnetzwerkes größer wird, da der Kontakt zu weiter entfernten Freunden und Bekannten aufrechterhalten und vertieft wird. Auch die Ergebnisse einer weitere Studie von Haythornthwaite (2005: 136) zeigen ähnliche

Ergebnisse: Durch die Einführung eines neuen Mediums entstehen latente Bindungen, werden schwache Bindungen umgeformt und für starke Bindungen sind nur minimale Effekte zu erwarten. Alle drei postulierten Effekte sind auch in dieser Studie zu finden. Folgende These kann daher formuliert werden:

**Neue These:** *Bei schwachen Bindungen sind SNS zur Freundschaftserhaltung und -vertiefung relevanter als bei engen Freunden.*

## **FF2: Welche Definition von Freundschaft ist unter SNS-Usern vorherrschend?**

**T5:** *Quantität und Reziprozität sind wichtige Definitionskriterien von Freundschaft bei SNS-Usern.*

Die Befragten nehmen immerwährenden Kontakt mit Freunden als einen selbstverständlichen Bestandteil ihrer alltäglichen Praxis wahr - permanente Verfügbarkeit und regelmäßiger Kontakt zu Freunden ist den meisten wichtig. Wird etwas gepostet wird eine Reaktion, aufgrund des Verpflichtungscharakters vor allem von engen Freunden, erwartet oder angenommen. Außerdem kann von einer beschleunigten Reziprozität ausgegangen werden: Jeder hat gewisse Vorstellungen darüber, in welchem Zeitraum, von wem, bei welchen Themen reagiert werden soll. Teilweise hat es jedoch den Anschein, dass Rückmeldungen austauschbar sind, denn Hauptsache so bald wie möglich kommt von irgendjemandem ein Feedback. Allgemein ist es den Probanden jedoch sehr wichtig, dass die Beziehung auf Wechselseitigkeit beruht und zwischen Geben und Nehmen Gleichgewicht besteht - dies sehen sie als selbstverständlich in einer Freundschaft. Es kann dadurch postuliert werden, dass Reziprozität jedenfalls ein Definitionskriterium für Freundschaft darstellt. Was die Quantität bzw. die Kontakthäufigkeit anbelangt, kann man zwar davon sprechen, dass den Probanden regelmäßiger Kontakt und gemeinsam verbrachte Zeit wichtig sind, diese jedoch nicht unbedingt als Definitionskriterium gesehen werden müssen. Oft besteht mit engen nicht SNS-Freunden weniger regelmäßig, aber wenn dann intensiver Kontakt oder Freunde wohnen weit weg und können ebenfalls nicht oft gesehen werden. Es sind somit auch noch ganz andere Dinge in einer Freundschaft relevant wie emotionale Unterstützung, Vertrauen, Tiefe und Nähe, Multiplexität, gegenseitiges Verständnis, Ehrlichkeit, Spontaneität und Spaß.

**Neue These:** *Reziprozität ist ein wichtiges Definitionskriterium von bzw. eine Voraussetzung für Freundschaft bei SNS-Usern, Quantität hingegen spielt bedingt und*

*neben anderen Faktoren eine untergeordnete Rolle. Sie wird als wichtig aber nicht unabdingbar betrachtet.*

**T6:** *Wissen, was der andere tut („awareness“), ist ein Definitionskriterium von Freundschaft bei SNS-Usern.*

Ständiger, zumindest passiver Kontakt und über die Aktivitäten und Gemütszustände der Freunde laufend Bescheid zu wissen, ist den meisten Befragten wichtig. Vorangetrieben von ihrer Neugierde wird das eigene soziale Netzwerk permanent virtuell überwacht. Auch wenn in vielen ein kleiner oder großer „Stalker“ steckt, um einen unabdingbaren Bestandteil oder ein Definitionskriterium von Freundschaft handelt es sich dabei aber nicht. Es handelt sich hierbei eher um ein gewisses Kontrollbedürfnis, das nicht unmittelbar mit dem Freundschaftsbegriff in Verbindung gebracht werden kann. Man kann also sagen:

**Neue These:** *Virtuelle Überwachung und eine „awareness“ des Freundschaftsnetzwerkes wird als angenehm empfunden.*

Der Bereich der Freundschaft und deren Konstitution sind zu komplex und individuell verschieden, um sie in zwei Sätzen auf verallgemeinerbare Definitionskriterien zu reduzieren. Da SNS jedoch ein fixer Bestandteil der Alltagspraxis werden und die Kommunikation und Kontakthäufigkeit zwischen Freunden eventuell nachhaltig verändern, ist davon auszugehen, dass die Auffassung von Freundschaft nicht untangiert bleibt. Auch ein Proband behauptet eine Veränderung in der Bedeutung dessen, was als Freund angesehen wird:

*„Ja, wenn wer heute sagt, wen man früher Freund gesagt hat, dann war der noch sofort relativ eng, dann war das relativ klar und wenn man heute Freund sagt, dann ist das so, da ist alles irgendwie Freund, da bist du manchmal schon mit jemanden befreundet, den du gar nicht kennst.“ (Befragter G, 118-121)*

Besteht eventuell eine Tendenz zur Gleichstellung aller Freunde? Die meisten Befragten verzichten auf Freundschaftslisten, wollen keine Hierarchien bilden, weil alle Freunde „gleich“ sind oder alle „gleichberechtigt“. Ein Proband bezeichnet sogar alle seine 330 Freunde als wahre Freunde. Hier ist ein möglicher Trend in der Veränderung des Freundschaftsbegriffes, bzw. ein Verschwimmen der Grenzen zwischen Freund und Bekannter durchaus zu erkennen. Auch durch die großen Schwankungen der angegebenen Anzahl der Freunde können verschiedene zugrunde liegende Vorstellungen von Freundschaft vermutet werden. Nur inwiefern es immer schon

verschiedene Vorstellungen von Freundschaft/ Bekanntschaft gegeben hat oder welchen Einfluss SNS hierbei haben, kann anhand dieser Untersuchung nicht beantwortet werden.

## **10. Diskussion und Ausblick**

In der vorliegenden Arbeit wurde versucht, die möglichen Auswirkungen der Nutzung von Sozialen Netzwerk Seiten auf Qualitätsveränderungen innerhalb eines Freundschaftsnetzwerkes zu untersuchen, sowie die vorherrschende Definition von Freundschaft unter SNS-Usern zu erheben. Wie auch schon andere Autoren (vgl. Gräf 1997, Haythornthwaite 2005) postulierten, zeigt sich auch in dieser Untersuchung, dass die SNS-Nutzung den größten Einfluss auf die Beziehungen zu weak ties hat. Durch SNS besteht ein einfacherer Zugang zu nicht so engen Freunden oder Bekannten, Kommunikationsbarrieren sinken und dadurch können Beziehungen vertieft und erhalten werden. Somit kommt es vor allem zur Formation von „maintained social capital“ (vgl. Ellison et al. 2007), aber auch andere Formen des sozialen Kapitals sind relevant: Erstens „bridging social capital“, weil man über SNS leichten Zugang zu neuer Information und Unterstützung von Freunden bekommt (z.B. Hilfe bei Programmen, Stauauskunft, Arbeitsangebote). Diese Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung stimmen auch mit Studien von Ellison et al. (2009) überein. SNS ermöglichen Individuen ein umfangreiches Netzwerk von schwachen Bindungen zu verwalten, wodurch sie ihr „bridging social capital“ ausbauen. Die Erweiterung seines sozialen Netzwerkes geht, laut der Autoren, mit mehr verfügbarer Information und vermehrten Möglichkeiten einher. In dieser Arbeit geben die Probanden ebenfalls an, durch SNS über enge Freunde und über weiter entfernte Freunde mehr informiert zu sein, als ohne die Nutzung von SNS. Aber auch das sogenannte „bonding social capital“ ist bei den Befragten bedingt relevant, weil SNS dazu beitragen, starke Bindungen zu erhalten, zu fördern und teilweise auch zu vertiefen. In der vorliegenden Studie besteht die unterschiedliche Bedeutung von SNS bei engen und nicht so engen Freunden darin, dass SNS bei weak ties oft der Grund sind, warum diese Beziehung besteht, wohingegen bei strong ties SNS durch andere Kommunikationsmittel austauschbar sind und nur dem Zweck dienen, schnell und einfach Kommunikation und Spaß mit Freunden zu haben.

Nach Röll (2010: 220) verändert sich durch SNS die Zusammensetzung des sozialen Kapitals des Users, wodurch sich sowohl ihr Verständnis von Freundschaft und Nähe ändert, als auch ihr sozialer Radius. Latente Bindungen können jederzeit ganz einfach digital wiederhergestellt werden (vgl. Ellison et al. 2009). Informationen über latente Bindungen können Barrieren verringern (vgl. Steinfield et al. 2008: 443) oder es können Gemeinsamkeiten identifiziert und somit Kommunikation initiiert werden (Ellison et al. 2009). Auch die vorliegende Untersuchung zeigt, dass sich der soziale Radius und somit das Freundschaftsnetzwerk der Befragten durch Hinzukommen vieler schwacher Bindungen erweitert. Jedoch können diese, oft begünstigt durch die gemeinsame SNS-Nutzung, durchaus in den Kernbereich des Netzwerkes vordringen und zu engen Freunden werden. Umgekehrt ist dies aber eher nicht der Fall. Enge Freundschaften werden durch Auswirkungen der SNS-Nutzung nicht an die Peripherie gedrängt. Der einzige feststellbare Einfluss ergibt sich durch die stärker empfundene Nähe und die erhöhte Kontakthäufigkeit. SNS sind zwar zur Freundschaftsvertiefung und -erhaltung bei weak ties relevanter, dennoch wird mit engen Freunden regelmäßiger über diese Plattformen kommuniziert. Im Gegensatz zu Tufekcis (2008) Studie wird mit Freunden, die nicht in SNS vertreten sind, nur teilweise weniger oft kommuniziert, dies ändert jedoch nichts an der Qualität der Freundschaften. Enge Freunde bleiben mit oder ohne SNS starke Bindungen, es wird einfach auf andere Kommunikationsmittel zurückgegriffen.

Hinsichtlich des Verständnisses von Freundschaft kann aufgrund der Ergebnisse gesagt werden, dass Reziprozität als selbstverständlicher Bestandteil von Freundschaften interpretiert wird, Quantität und regelmäßiger Kontakt zu Freunden wichtig ist, doch Qualitätsmerkmale wie emotionale Unterstützung, Vertrauen, Tiefe, Nähe, Multiplexität, gegenseitiges Verständnis, Ehrlichkeit, Spontanität und Spaß als wichtiger bewertet werden. SNS können durchaus dem Erhalt oder der Förderung dieser Qualitätsmerkmale dienen: Zum Beispiel kann gegenseitiges Verständnis gesteigert werden, weil man besser über den anderen Bescheid weiß oder über SNS Spaß miteinander haben kann - Spaß gilt immerhin auch als Motiv der SNS-Nutzung. Ob Vertrauen hingegen durch die SNS-Nutzung gefördert oder verringert wird, bleibt fraglich. Einerseits könnte der permanente Kontakt das Vertrauen steigern, andererseits könnten sich die vermehrten Informationen über Freunde, sowie missverständliche Kommunikationsinhalte auch negativ auf die Vertrauensbeziehung auswirken. Muise et al. (2009) zeigen immerhin einen signifikanten Zusammenhang zwischen der auf Facebook verbrachten Zeit und eifersuchtsbezogenen Gefühlen und

Verhaltensweisen auf Facebook. Über einen möglichen Wandel im Freundschaftsbegriff durch die Integration von SNS in eigene Kommunikationspraktiken, kann mit dem vorliegenden Forschungsdesign wenig ausgesagt werden. Hier wäre eine Längsschnitt- oder Zeitwandelstudie nötig.

In dieser Untersuchung hat es jedoch nicht den Anschein, dass Freundschaften inflationär sind (vgl. Hellmann 2009) oder sich zu konstanteren, aber weniger persönlichen Beziehungen entwickeln (vgl. Vitak 2008: 114). Die SNS-Nutzung beeinflusst Freundschaften in der Regel zum Positiven: Enge Freunde bleiben enge Freunde, sowohl enge als auch schwache Bindungen werden wenn, dann vertieft. Auch wenn die Definitionen von Freundschaft und Ansprüche an einen „wahren“ Freund auf den ersten Blick ähnlich erscheinen, können unterschiedliche Konzepte von Freundschaft bzw. Unterschiede in der Grenzziehung, wer als Freund gilt und wer nicht, vermutet werden. Dies würde auch die großen Schwankungen der angegebenen Anzahl der Freunde im eigenen Netzwerk erklären.

Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen jedenfalls deutlich, dass immerwährender Kontakt zu Freunden und permanente Verfügbarkeit den Usern wichtig ist. Es stellt sich nun die Frage, welche Erwartungen künftig an Freundschaften gestellt werden. Der Interdependenztheorie (vgl. Kelley & Thibaud 1978) zu Folge, bewerten wir Dinge immer anhand eines Vergleichsniveaus. Wie auch eine Probandin behauptet, sind SNS-Freunde verfügbarer, weil sie schneller und einfacher erreichbar sind. Wird dies eventuell so interpretiert, dass dieser Freund mehr für einen da ist, weil er und somit seine emotionale Unterstützung schneller verfügbar ist? Wird im Laufe der Zeit womöglich permanente Verfügbarkeit zu einem Definitionskriterium von Freundschaft?

Diese permanente Verfügbarkeit kann aber auch noch andere Implikationen haben. Durch die steigenden Möglichkeiten, Online zu gehen und seiner Online-Community jede Gefühlsregung augenblicklich preiszugeben, zu diskutieren und zu reflektieren, ist der Nutzer mehr Bewertung und Kontrolle des eigenen Netzwerkes ausgesetzt – jeder bekommt immer irgendein Feedback auf jeden Online gestellten Gedanken. Ist dies konstruktiv oder destruktiv? Fördert das die eigene kritische Reflexion oder fügt man sich leichter gesellschaftlichen Normen, bevor man die Gelegenheit hat, etwas alleine für sich zu bedenken?

Es wurde jedenfalls gezeigt, dass virtuelle Überwachung auch den Befragten dieser Arbeit wichtig ist bzw. eine gewisse Kontrolle des eigenen Umfeldes als angenehm empfunden wird, was den Ergebnissen bisheriger Studien entspricht (vgl. u.a. Lampe et al. 2006, Joinson 2008, Neuburger 2008). Die permanente Kenntnis über Aktionen und Gedanken der Freunde ist jedoch eher nicht als unabdingbares Definitionskriterium von Freundschaft zu sehen, hat aber andere Implikationen die näher untersucht werden sollten. Die leichte soziale Überwachung des eigenen Netzwerkes kann das Gemeinschaftsleben beeinflussen vor allem durch die Möglichkeit, schnell mobilisieren zu können, weil bekannt ist, wo sich die anderen im Moment aufhalten. Da Mobiltelefone immer öfters mit GPS ausgestattet sind, können die User hyper-lokale ad hoc Netzwerke bilden. "The recent release of the iPhone 3G included connections to location-based SNSs, which alert users to nearby friends, blurring the line between online and offline interaction." (Ellison et al. 2009: 8) Mittels dieser neuen Möglichkeit können User nicht nur durch Statusmeldungen Kenntnis darüber erlangen, was ihre Freunde tun oder wie es ihnen geht, sondern sie wissen auch über den momentanen Aufenthaltsort ihrer Freunde bescheid. Das kann einerseits Offline Treffen begünstigen, andererseits eröffnet dies aber auch Stalkern ganz neue Möglichkeiten.

Es besteht jedoch nicht nur permanente Verfügbarkeit, sondern auch permanente Präsenz von Personen, mit denen man sonst vielleicht nicht (mehr) Kontakt hätte. Auswirkungen von indirekter Kommunikation wäre ebenfalls ein Bereich, den man näher erforschen könnte. Durch SNS ist passiver Kontakt zu Leuten möglich, mit denen keine freundschaftliche Beziehung mehr besteht (z.B. einem Ex-Freund oder einem Freund, mit dem man sich zerstritten hat). Auch ihnen kann man indirekt Botschaften zukommen lassen oder sie stalken - im schlimmsten Fall kann es auch zu Mobbing kommen. Livingstone und Haddon beschäftigten sich in ihrer EU Kids Online-Studie u.a. mit Risiken die mit der Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen einhergehen. Die Herausgabe von persönlicher Information stellte dabei das häufigste Risikoverhalten da, Online-Mobbing liegt immerhin auf dem vierten Platz (vgl. Livingstone & Haddon 2009) und ist somit einer der fünf Hauptrisikobereiche der Internetnutzung. Cybermobbing bzw. Cyberbullying ist ein brisantes Thema, das jedenfalls näherer Betrachtung bedarf. Die Forschung ist in diesem Bereich nämlich vor allem in Österreich defizitär: Im EU-Vergleich wird Cybermobbing oder –stalking in Österreich deutlich seltener untersucht (vgl. Paus Hasebrink & Ortner 2008). Auch Ellison et al. (2009) sehen sehr wohl die möglichen negativen Auswirkungen der SNS-

Nutzung. Die Preisgabe persönlicher Information ist ein heikles Thema, denn sie kann nicht nur Stalking, Bullying und Identitätsdiebstahl begünstigen, sondern auch Stereotypen verfestigen und unauflösbar machen. Generell betrachten die Autoren jedenfalls die sozialen Ergebnisse von SNS als positiv und mit nachweislichen Vorteilen verbunden. Auch in dieser Arbeit wurde eher von positiven Effekten der SNS-Nutzung als von negativen berichtet. Allerdings lag der Fokus der Untersuchung auch nicht auf diesen möglichen negativen Implikationen.

Was künftig ebenfalls näher untersucht werden sollte, ist die Bedeutung von SNS innerhalb eines Netzwerkes. Nach White (1992) scheint es nicht plausibel, Beziehungen in Dyaden aufzulösen, weil die kleinste Handlungseinheit nicht das Individuum, sondern ein soziales Aggregat wie eine Gruppe von Personen ist. SNS sind schon in ihrer Grundkonstitution darauf ausgelegt, in und durch Gruppen zu funktionieren. Wenn jemand etwas schreibt, dann immer in Bezug auf andere, in der Kenntnis, dass andere das lesen - für sich alleine eine Statusmeldung zu schreiben hätte keinen Sinn. Auch für die Kommunikation in einer Dyade wären SNS nicht notwendig. Vielmehr werden SNS in die alltäglichen Praktiken von Freundschaftsnetzwerken integriert. Sie werden zu einem Bestandteil eines Netzwerkes und ihre Bedeutung und Nutzungsweise im Netzwerk hat erheblichen Einfluss auf die Bedeutung und Nutzungsweise des einzelnen Users. Die Relevanz von SNS in einer Gruppe beeinflusst somit auch die Relevanz der SNS für die Beziehungen zwischen den Mitgliedern dieser Gruppe. Zusätzlich wird es den Usern durch die Überwachungsfunktion in SNS möglich, soziale Hinweise (*social cues*) zu suchen, die Gruppennormen kennzeichnen (vgl. Lampe et al. 2006: 167). Im Laufe der Interviews ergab sich außerdem der Anschein, dass gerade jüngere Probanden SNS noch intensiver und selbstverständlicher in ihre alltäglichen Praxen und in die Kommunikation mit Freunden einbeziehen. Eventuell variiert die Bedeutung eines neuen Mediums je nachdem, zu welchem Zeitpunkt es in ein Freundschaftsnetzwerk eingeführt wird. Außerdem sind SNS durch die von ihnen gebotenen Möglichkeiten Freundschaften zu erhalten und zu entwickeln, besonders im jungen Erwachsenenalter (18-25) bedeutsam (vgl. Steinfield et al. 2008: 435). Nach Boyd (2007) haben SNS als „networked publics“ eine Sozialisationsfunktion für Jugendliche – sie können auf diesen Seiten ihre Identität und ihren Status entwickeln. Somit wäre es auch interessant, die Untersuchung verschiedener Netzwerke in Altersgruppen zu untergliedern.

SNS sind ein globales Phänomen und es ist offensichtlich, dass sie unsere Interaktionsweise und unsere alltägliche Kommunikation geprägt haben. Dies liegt vor allem an ihren Vorzügen bezüglich der Kontaktaufnahme und -pflege, die die User mit „einfach, praktisch, schnell“ zusammenfassen. Ellison et al. (2009) meinen ebenfalls, dass die Koordinationskosten geringer sind, da SNS sowohl aktive (z.B. messaging) als auch passive (z.B. Statusmeldungen) Kommunikation mit minimalem Aufwand ermöglichen. Nicht nur der Aufwand ist geringer, sondern auch die finanziellen Kosten im Vergleich zur Mobiltelefonie, was die User ebenfalls zur Nutzung bewegt. Es stellt sich somit auch die Frage, welchen Platz SNS künftig in der „Interaktionslandschaft“ einnehmen werden und ob sie weiterhin andere Kommunikationsmedien wie z.B. Emails, Internettelefonie und SMS verdrängen, was manche Probanden in dieser Studie aber auch in anderen Untersuchungen berichten (vgl. Neuberger 2008). Es könnte jedoch auch das Gegenteil der Fall sein. Besteht eventuell die Gefahr einer Übersättigung bzw. Sättigung an SNS, durch zu viele Applikationen, zu viel Information, zu viele Freunde, was in Zukunft hinderlich für deren weiteres Wachstum wird? In den Interviews war jedenfalls bei machen Befragten ein Trend zurück zu weniger Freunden und weniger Informationspreisgabe und –einforderung zu erkennen: Freunde sammeln, Statusmeldungen en masse schreiben und unzählige Fotos online stellen, gehören bei diesen Probanden der Vergangenheit an. Öffentliche Diskurse über die Bedenklichkeit der SNS-Nutzung bezüglich der Privatsphäre zeigen anscheinend Wirkung. Immerhin veränderte Facebook 2009 mehrmals die Nutzungsbedingungen und die Standardeinstellungen zur Privatsphäre: Unternehmen durften die Daten der Nutzer zeitlich unbegrenzt verwenden und standardgemäß waren die Voreinstellungen zu Privatsphäre so, dass möglichst viele Informationen der User öffentlich sichtbar waren. Aufgrund massiver Kritik führte Facebook aktuell im Juni 2010 neue Datenschutzkontrollen ein und vereinfachte die Privatsphäre-Einstellungen für die User.<sup>13</sup> Kritiker meinen jedoch, die neuen Settings seien immer noch zu komplex und die Änderungen wurden nicht aufgrund einer wahren Problemeinsicht seitens Marc Zuckerberg vorgenommen, sondern aus Angst davor, dass das Imageproblem von Facebook Werbekunden vergrault.<sup>14</sup> Es stellt sich die Frage, inwiefern diese heftigen Diskussionen und die Kritik an Facebook Auswirkungen auf die Beliebtheit und die Nutzung dieser Plattform haben werden. Kommt es eventuell zu

---

<sup>13</sup> siehe dazu ein Video von Marc Zuckerberg über die neuen Privatsphäreinstellungen in Facebook: <http://www.facebook.com/video/video.php?v=10150203264730484>, 2.6.10, 10:00.

<sup>14</sup> vgl. u.a. Sander (2010) und Kirkpatrick (2010)

einem Rückgang der Nutzung oder zu einer Verlagerung auf eine andere SNS, wie das vor einigen Jahren nach starker Kritik an Friendster der Fall war? Ob die Facebook Nutzung stagniert, eine andere Plattform Facebook den Rang ablauft, die Faszination von SNS generell nachlässt oder SNS durch einen ganz neuen Trend ersetzt werden, wird sich zeigen. Es ist mit Sicherheit davon auszugehen, dass sich ständig etwas verändert. Schon Heraklit von Ephesos (ca. 540- 480 v. Chr.) meinte, dass nichts so beständig wie der Wandel sei. Dies gilt im besonderen Maß für technologiebasierende Kommunikationsmöglichkeiten und somit auch für Kommunikationsplattformen wie SNS. Wie diese Entwicklungen auch immer aussehen mögen, sie können die Qualitätsstruktur von Freundschaftnetzwerken beeinflussen und entscheiden mit, ob SNS zu einem essentiellen Bestandteil des menschlichen Zusammenlebens und damit auch von Freundschaftsbeziehungen werden.



## 11. Literaturverzeichnis

- Atteslander, P. (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Walter de Gruyter: Berlin/New York.
- Auhagen, A. E. (1991): Freundschaft im Alltag. Eine Untersuchung mit dem Doppeltagebuch. Bern, Stuttgart, Toronto: Verlag Hans Huber.
- Von Bertalanffy, L. (1950): An Outline of General System Theory. The British Journal for the Philosophy of Science, 1(2), 134-165.
- Bessière, K./ Kiesler, S./ Kraut, R./ Boneva, B. (2008): Effects of Internet use and social resources on changes in depression. Information, Communication & Society, 11(1), 47–70.
- Bourdieu, P. (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, R. (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband 2, Göttingen: Schwartz, 183-198.
- Boyd, D./ Ellison, N. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), Artikel 11.  
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, 01.03.10, 15:45.
- Buhrmester, D. (1990): Intimacy of friendship, interpersonal competence, and adjustment during preadolescence and adolescence. Child Development, 61(4), 1101-1111.
- Chan, Darius K.S./ Cheng, Grand H.I. (2004): A Comparison of offline and Online Friendship Qualities at Different Stages of Relationship Development. Journal of Social and Personal Relationships, 21(3), 305-321.
- Christensen, T. H. (2009): 'Connected presence' in distributed family life. New Media Society, 11(3), 433 - 451.
- Coleman, J.S. (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital. The American Journal of Sociology, Vol. 94, 95-120.
- Davis, K.E. (1985): Near and Dear: Friendship and Love Compared, Psychology Today 19(2), 22-30.
- Debatin, B./ L., Jennette P./ Horn, A.-K./ Hughes, B.N. (2009): Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. Journal of Computer-Mediated Communication, 15(1), 83-108.
- Diaz-Bone, R. (2007): Gibt es eine qualitative Netzwerkanalyse? Review Essay: Betina Hollstein & Florian Straus [Hrsg.] (2006). Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen [38 Absätze]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(1), Art. 28. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0701287>. 22.01.10, 10:30.
- Diewald, M. (1991): Soziale Beziehungen: Verlust oder Liberalisierung? Soziale Unterstützung in informellen Netzwerken. Berlin: Sigma.

Döring, N./ Dietmar, C. (2003): Mediatisierte Paarkommunikation: Ansätze zur theoretischen Modellierung und erste qualitative Befunde [35 Absätze]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 4(3), Art. 2, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs030320>. 22.02.10, 11:30.

Döring N./ Schestag, A. (2000): Soziale Normen in virtuellen Gruppen. Eine empirische Analyse ausgewählter Chat-Channels. In: Thiedeke, Udo [Hrsg.]: Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdt. Verl. 313-354.

Döring, N. (2008): Freunde zum Anklicken: Nutzen und Gefahren von Online-Kontaktnetzwerken. Psychologie heute, 35(6), 28-31.

Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internet: die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe, Verl. für Psychologie.

Ellison, N.B./ Steinfield, C./ Lampe, C. (2009): Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. Interactions Magazine, (16)1, 6-9. <https://www.msu.edu/~nellison/EllisonLampeSteinfeld2009.pdf>, 01.03.10, 16:00.

Ellison, N.B./ Steinfield, C./ Lampe, C. (2007): The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication. 12(4), Artikel 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>, 15.01.10, 19:30.

Feuerstein, T.J. (2005): Computerunterstützte Netzwerkanalyse (CANA) und Netzwerkförderung. Ein flexibles Verfahren für die Ausbildung und Praxis sozialer Arbeit. Wiesbaden. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-8892>, 08.01.10, 19:00.

Fisch, M./ Gscheidle, C. (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communities. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. Media Perspektiven (7), 356-364. [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Fisch\\_II.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Fisch_II.pdf), 29.3.10, 16:00.

Foa, E.B./ Foa, U.G. (1980): Resource Theory: Interpersonal behavior as exchange. In: Gergen, Kenneth J. [Hrsg.]: Social exchange: advances in theory and research. New York [u.a.]: Plenum Press.

Fuchs, C. (2009): Social Networking Sites and the Surveillance Society. A Critical Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance. [http://fuchs.icts.sbg.ac.at/SNS\\_Surveillance\\_Fuchs.pdf](http://fuchs.icts.sbg.ac.at/SNS_Surveillance_Fuchs.pdf), 03.03.2010, 19:30.

Glaser, Barney G./ Strauss, A. (1998): Grounded theory: Strategien qualitativer Forschung. Bern [u.a.]: Huber.

Gouldner, A. W. (1960): The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. American Sociological Review, 25(2), 161-178. <http://www.jstor.org/stable/2092623>, 22.02.10, 11:30.

- Gräf, Lorenz (1997): Locker verknüpft im Cyberspace - Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. In: Gräf, Lorenz [Hrsg.]: Soziologie des Internet: Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt, Main [u.a.]: Campus-Verl.
- Granovetter, M.S. (1973): The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78(6),1360-1380.
- Granovetter, M.S. (1983): The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233. <http://www.jstor.org/stable/202051>, 07.01.10, 10:00.
- Gross, E. F. (2004): Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Applied Developmental Psychology*, 25, 633–64.
- Haythornthwaite, C. (2005): Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8, 125-147.
- Haythornthwaite, C/ Wellman, B./ Garton, L.(1998): Work and community via computer-mediates communication. In: Gackenbach, Jayne: *Psychology and the Internet: intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications*. San Diego, Calif.: Academic Press. 199-226.
- Heidbrink, H./ Lück, H.E./Schmidtman, H. (2009): *Psychologie sozialer Beziehungen*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Höfer, R./ Keupp, H./ Straus, F. (2006): Prozesse sozialer Verortung in Szenen und Organisationen -Ein netzwerkorientierter Blick auf traditionale und reflexiv moderne Engagementformen. In: Hollstein, Betina/ Straus [Hrsg.]: *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: VS-Verlag. 267-295.
- Homans, G.C. (1972): *Grundfragen soziologischer Theorie: Aufsätze*. Georg C. Homans. Hrsg. u. mit e. Nachw. vers. von Viktor Vanberg. Opladen: Westdt. Verl.
- Joinson, A.N. (2008): Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. SIGCHI 2008, 1027-1036. [http://people.bath.ac.uk/aj266/pubs\\_pdf/1149-joinson.pdf](http://people.bath.ac.uk/aj266/pubs_pdf/1149-joinson.pdf), 08.01.10, 16:00.
- Kahn, R.L./ Antonucci, T.C. (1980): Convoys of life course: Attachment, roles, and social support. In: Baltes, Paul B./ Brim, Orville G.(Hrsg.): *Life-span development and behavior*. New York: Academic Press. 38-405.
- Von Kardorff, E.(1989): Soziale Netzwerke. Konzepte und sozialpolitische Perspektiven ihrer Verwendung. In: Kardorff, E. v. [Hrsg.]: *Zwischen Netzwerk und Lebenswelt: soziale Unterstützung im Wandel; wissenschaftliche Analysen und praktische Strategien*. München: Profil-Verl. 27-60.
- Kelley, H.H./ Thibaut, J.W. (1978): *Interpersonal relations: a theory of interdependence*. New York [u.a.]: Wiley.
- Keupp, H. (1994): Soziale Netzwerke. In: Asanger, R./ Wenninger, G. (Hrsg.): *Handwörterbuch der Psychologie*. Weinheim: Beltz, Psychologie-Verl.-Union. 696-703.

- Kolip, P. (1993): Freundschaften im Jugendalter: der Beitrag sozialer Netzwerke zur Problembewältigung. Weinheim [u.a.]: Juventa-Verl.
- Kon, I.S. (1979): Freundschaft: Geschichte und Sozialpsychologie der Freundschaft als soziale Institution und individuelle Beziehung. Aus d. Russ. übers. von Valeri Danilow. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Kraut, R./ Patterson, M./ Lundmark, V./ Kiesler, S./ Mukopadhyay, T./ Scherlis, W. (1998): Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031.
- Kraut, R./ Kiesler, S./ Boneva, B./ Cummings J./ Helgeson, V./ Crawford, A. (2002): Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49–74.
- Lampe, C./ Ellison, N./ Steinfield, C. (2006): A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. In: ACM Special Interest Group on Computer-Supported Cooperative Work, (Banff, Canada), ACM Press.
- Lee, S.J. (2009): Online Communication and Adolescent Social Ties: Who benefits more from Internet use? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 509-531.
- Licoppe, C. (2004): "Connected" Presence: The Emergence of a New Repertoire for Managing Social Relationships in a Changing Communication Technoscape', *Environment and Planning*, 22(1), 135–156.
- Lin, N. (1999): Building a Network Theory of Social Capital. *Connections* 22(1), 28-51.
- Mayring P. (2008): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mayring P. (2009): *Qualitative Inhaltsanalyse*. In: Flick, Uwe [Hrsg.]: *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. 468-475.
- McKenna, K. Y. A./ Bargh, J. A. (1999): Causes and consequences of social interaction on the Internet. *Media Psychology*, 1(3), 249–269.
- McNelles, L.R./ Connolly, J.A. (1999): Intimacy between adolescent friends: Age and gender differences in intimate affect and intimate behaviors. *Journal of Research on Adolescence*, 9, 143–159.
- Mesch, G. (2006): Family relations and the Internet: Exploring a family boundaries approach. *Journal of Family Communication*, 6(2), 119–138.
- Muise, A./ Christofides, E./ Desmarais, S. (2009): More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 441-444.
- Nötzoldt- Linden, U. (1994): *Freundschaft. Zur Thematisierung einer vernachlässigten soziologischen Kategorie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Parks, M. R./ Roberts, L. (1997): "Making MOOsic": The Development of Personal Relationships On-line and a Comparison to their Off-line Counterparts. A paper presented at the annual conference of the Western Speech Communication Association. Monterey, California. <http://www.geser.net/moo.htm>, 08.01.10, 08:00
- Putnam, R. (2000): Bowling alone. New York: Simon and Schuster.
- Raacke, J./ Bonds-Raacke, J. (2008): MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(2), 169-174.
- Rapsch, A. (2004): Soziologie der Freundschaft: historische und gesellschaftliche Bedeutung von Homer bis heute. Stuttgart: Ibidem-Verl.
- Röll, F.J. (2010): Social network Sites. In: Hugger, Kai-Uwe [Hrsg.]: Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. 209-224.
- Rusbult, C.E. (1983): A Longitudinal Test of the Investment Model: The Development (and Deterioration) of Satisfaction and Commitment in Heterosexual Involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(1), 101-117.
- Schwarzer/ R./ Leppin, A. (1997): Sozialer Rückhalt, Krankheit und Gesundheitsverhalten. In: Schwarzer, R.: Gesundheitspsychologie. 2., überarb. u. erw. Aufl. Göttingen [u.a.]: Verl. für Psychologie, Hogrefe. 349-373.
- Short, J./ Williams, E. / Christie, B. (1976): The social psychology of telecommunications. London [u.a.]: Wiley.
- Simmel, G. (1992): Gesamtausgabe. In: Rammstedt, Otthein [Hrsg.]: Soziologie: Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Stanoevska-Slabeva, K. (2008): Web 2.0 -Grundlagen, Auswirkungen und zukünftige Trends. In: Meckel, Miriam [Hrsg.]: Web 2.0: die nächste Generation. Baden-Baden: Nomos Verl.-Ges.13-38.
- Stegbauer, C. (2008): Weak and strong ties. Freundschaften aus netzwerktheoretischer Perspektive. In: Stegbauer, Christian: Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.105-119.
- Steinfeld, C./ Ellison, Nicole B./ Lampe, C. (2008): Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 434-445.
- Thelwall, M. (2009): Homophily in MySpace. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60 (2), 219-231.
- Tufekci, Z. (2008): Grooming, Gossip, Facebook and Myspace: What Can We Learn About These Sites From Those Who Won't Assimilate? *Information, Communication, and Society* 11(4), 544-564.

- Valenzuela, S./ Park, N./ Kee, K.F. (2009): Is There Social Capital in a Social Network Site? Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (4), 875-901.
- Valkenburg, P. M./ Peter, J. (2007a): Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 2. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/valkenburg.html>, 09.02.10, 12:00.
- Valkenburg, P. M./ Peter, J. (2007b): Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to friends. *Developmental Psychology*, 43, 267-277.
- Walther, J.B. (1996): Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Walther, J.B. (1992): Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52-90.
- Walther, J.B./ Hancock, Jeffrey T./ Peña, Jorge (2007): Effects of Geographic Distribution on Dominance Perceptions in Computer-Mediated Groups. *Communication Research*, 34, 313-331.
- Watzlawick, P./ Beavin, J.H./ Jackson, D.D. (2007): *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*. Mental Research Institute. 11., unveränd. Aufl. Bern: Huber.
- Weber, M. (1972): *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie*. Tübingen: Mohr.
- Wellman, B./ Haase, A. Q./ Witte, J./ Hampton, K. (2001): Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436–455.
- Wellman, B./ Quan-Haase, A./ Boase, J./ Chen, W./ Hampton, K./ Díaz, I./ Miyata, K. (2003): The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(3). <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/120837880/HTMLSTARTW,18.12.2009>, 10:30.
- White, H.C./ Boormann, S./ Breiger, Ronald L. (1976): Social structure from multiple networks: I. Blockmodels of roles and positions. *American Journal of Sociology*, 81(4), 730-780.
- White, H.C.(1992): *Identity and control: a structural theory of social*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press.
- Von Wiese, L.(1955): *System der Allgemeinen Soziologie als Lehre von den sozialen Prozessen und den sozialen Gebilden der Menschen (Beziehungslehre)*. Dritte Auflage. Berlin: Duncker & Humboldt.
- Williams, D. (2006): On and off the 'net': Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593-628.

## **Sekundärliteratur:**

Adams, J.S. (1966): Inequity in social exchange. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 267-299.

Bartholomew, K. (1990): Avoidance of Intimacy: An Attachment Perspective. *Journal of Social and Personal Relationships*, 7 (2), 147-178.

Randall, N. (2001): Stay in touch. *PC Magazine*, January 2, 101–104.

Schäffter, O. (2001): *Weiterbildung in der Transformationsgesellschaft: zur Grundlegung einer Theorie der Institutionalisierung*. Baltmannsweiler: Schneider-Verl. Hohengehren.

## **Internetquellen:**

ACTA 2007: [http://www.acta-online.de/praesentationen/acta\\_2007/acta\\_2007\\_Internetnutzung.pdf](http://www.acta-online.de/praesentationen/acta_2007/acta_2007_Internetnutzung.pdf), 19.04.10, 18:00.

ALEXA: <http://www.alexa.com/topsites/countries/AT>, 04.03.10, 09:00.

Boyd: <http://www.danah.org/researchBibs/sns.html>, 04.03.10, 10:00.

Eitmann, J. (2002): Netzwerkanalyse im Wohnbereich. Egozentrierte Netzwerkkarten als umweltpsychologisches Erhebungsinstrument. Forschungsbericht Technische Universität Berlin. <http://www.tu-berlin.de/fb7/ifs/psychologie/reports/>, 15.01.10, 19:30.

Facebook: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, 01.04.10, 11:00.

Facebook: <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>, 02.03.10, 16:00.

Halbmayer, E. (2009): *Qualitative Methoden der Kultur- und Sozialanthropologie*. <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/qualitative/qualitative-9.html>, 08.01.10, 10:30.

Härtwig, J. (2004): *Freundschaft im Wandel der Geschlechterrollen*. Dipl.A. Berlin. <http://www.freundschaft-diplomarbeiten.de>, 20.11.09, 15:45.

Hellmann, K.U. (2009): *Eine Soziologie von Facebook?* <http://markeninstitut.wordpress.com/2009/10/22/eine-soziologie-von-facebook/>, 20.11.09, 10:45.

Kirkpatrick, M. (2010): *The Half Truths of Mark Zuckerberg*. Online-Artikel vom 26.5.10, [http://www.readwriteweb.com/archives/the\\_half\\_truths\\_of\\_mark\\_zuckerberg.php](http://www.readwriteweb.com/archives/the_half_truths_of_mark_zuckerberg.php), 2.6.10, 09:45.

Livingstone, S. / Haddon, L.: *Kurzversion von EU Kids Online: Abschlussbericht*. London School of Economics and Political Science. Juni 2009. [http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/de\\_summary.pdf](http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/de_summary.pdf), 31.5.10, 19:00.

Neuberger, C. (2008): Wie soziale Kontakte im StudiVZ geknüpft und gepflegt werden. Soziale Netzwerke im Internet. Neue Gegenwart, Ausgabe 56.

<http://www.neuegegenwart.de/ausgabe56/studivz.htm>, 03.03.10, 17:00.

Paus-Hasebrink, I./ Ortner, C.: Online-Risiken und -Chancen für Kinder und Jugendliche: Österreich im europäischen Vergleich. Bericht zum österreichischen EU Kids Online-Projekt. Salzburg, September 2008.

<http://www.bmukk.gv.at/medienpool/17370/eukidsonlineabschlussbericht.pdf>, 31.5.2010, 19:00.

Raynes-Goldie, K. (2010): Aliases, creeping, and wall cleaning: Understanding privacy in the age of Facebook. First Monday, 15(1).

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2775/2432>, 10.6.10, 10:30.

Schnegg, M./ Lang, H. (2002): Netzwerkanalyse. Eine praxisorientierte Einführung.

<http://www.methoden-der-ethnographie.de/heft1/Netzwerkanalyse.pdf>, 17.02.10, 11:45.

Sierra, Kathy (2006):

[http://headrush.typepad.com/creating\\_passionate\\_users/2006/03/ultrafast\\_relea.html](http://headrush.typepad.com/creating_passionate_users/2006/03/ultrafast_relea.html), 20.5.10, 16:30.

O'Reilly: <http://tim.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1>, 29.3.10, 16:00.

Sander, R. (2010): Was die Änderungen bei Facebook bedeuten. Online-Artikel vom 27.5.10,

<http://www.stern.de/digital/online/neue-einstellungen-fuer-den-datenschutz-was-die-aenderungen-bei-facebook-bedeuten-1569592.html>, 2.6.10, 09:45.

Valkenburg, P. M./ Peter, J. (2009): Social Consequences of the Internet for Adolescents. Amsterdam School of Communications Research ASCoR. University of Amsterdam.

[http://www.psychologicalscience.org/journals/cd/18\\_1\\_inpress/Valkenburg.pdf](http://www.psychologicalscience.org/journals/cd/18_1_inpress/Valkenburg.pdf), 09.02.10, 12:00.

VennMaker: [http://www.netzwerk-exzellenz.uni-trier.de/?site\\_id=108&lang=&proj\\_id=b7464e29d0da7fa229dbcecd6d7622a&sitename=Startseite](http://www.netzwerk-exzellenz.uni-trier.de/?site_id=108&lang=&proj_id=b7464e29d0da7fa229dbcecd6d7622a&sitename=Startseite),

19.04.10, 20:00.

VennMaker: <http://www.vennmaker.com>, 8.6.10, 13:00.

Vitak, J.M. (2008): Facebook "Friends": How online Identities impact offline relationships. Dipl.A.

Washington D.C. [http://dspace.wrlc.org/bitstream/1961/4433/1/etd\\_jmv35.pdf](http://dspace.wrlc.org/bitstream/1961/4433/1/etd_jmv35.pdf), 19.04.10, 19:30.

Zuckerberg, M. (2010): Video über die neuen Privatsspähreeinstellungen in Facebook.

<http://www.facebook.com/video/video.php?v=10150203264730484>, 2.6.10, 10:00.

## 12. Anhang

### 12.1 Abstract

Soziale Netzwerk Seiten haben in den letzten Jahren die „Interaktionslandschaft“ geprägt. Sie bieten einfachen, immerwährenden Kontakt und werden vor allem bei Jugendlichen immer mehr integrativer Bestandteil ihres sozialen Alltagslebens. Bisher fehlt eine umfassende Analyse der Auswirkung der SNS-Nutzung auf Qualitätsveränderungen der Beziehungen innerhalb eines sozialen Freundschaftsnetzwerkes von Usern, sowie deren Definition von Freundschaft. Deswegen soll dies in dieser Arbeit untersucht werden, genauso wie die Frage, ob es durch vermehrten Online-Kontakt und der Möglichkeit der sozialen Überwachung zu Verschiebungen im Freundschaftsnetzwerk in dem Sinne kommt, dass starke Bindungen vertieft werden und schwache Bindungen wiederbelebt, aufrechterhalten oder vertieft werden. Die vorliegende Arbeit geht diesen Fragen nach, indem sie zuerst Theorien zum Freundschaftsbegriff, zu Netzwerken, zu computervermittelter Kommunikation und Hypothesen zu Effekten der Internetnutzung auf soziale Beziehungen aufzeigt. Auf Soziale Netzwerk Seiten, deren Bedeutung im Web 2.0 und bisherige Forschungen zu SNS wird ebenfalls eingegangen. Im empirischen Teil werden mittels qualitativer Interviews und Netzwerkkarten, erstellt durch das Softwaretool Vennmaker, Implikationen für Freundschaftsbeziehungen, Netzwerke und das Verständnis von Freundschaft erhoben. Es wird festgestellt, dass es zu Veränderungen in der Qualitätsstruktur des Freundschaftsnetzwerkes kommt: das Nähe empfinden wird positiv beeinflusst und schwache und starke Beziehungen können potentiell vertieft werden. SNS sind zwar zur Freundschaftvertiefung und -erhaltung bei weak ties relevanter, dennoch wird mit engen Freunden regelmäßiger über diese Plattformen kommuniziert. Hinsichtlich des Verständnisses von Freundschaft kann gesagt werden, dass Reziprozität als selbstverständlicher Bestandteil von Freundschaften interpretiert wird und immerwährender Kontakt zu Freunden und permanente Verfügbarkeit den Usern wichtig ist.

In the last few years Social Network Sites have greatly influenced the way we interact and relate to each other. They offer simple, constant contact to one's friends and have become an integrative element of everyday life predominantly among adolescents. So far, there is a lack in comprehensive studies about the effects of SNS-usage on changes in the quality of relationships within a network of friends. Hence this should be

studied in this survey. Furthermore it should be explored, if increased online contact and possible social surveillance effect the network in the sense of developing strong ties and deepening, maintaining or reviving weak ties. The present study pursues this question by illustrating theories of friendship, networks, computer mediated communication and hypothesis about the effects of internet-usage on human relationships. It also addresses the issue of Social Network Sites, their importance in Web 2.0 and preliminary findings. In the empirical part of the survey implications on friendships, networks and the understanding of what constitutes a friendship are collected through qualitative interviews and social network analysis. The results show that there are changes in the qualitative structure of friendship networks: the feeling of closeness is positively influenced and strong and weak ties could potentially be deepened. SNS are indeed more relevant to maintain and deepen a friendship in weak tie relationships, but there is significantly more regular communication on this platform with strong ties. As regards the understanding of friendship, reciprocity is seen as a self-evident component of friendship and perpetual contact and permanent disposability are important to the users.

## **12.2 Aussendung zur Probandenrekrutierung**

Folgende Aussendung wurde mit der Bitte um Weiterleitung an über 300 Facebook-Freunde, 200 StudiVz-Freunde, 200 MySpace-Freunde und an die Facebook und StudiVz-Gruppe Uni-Wien gesendet:

### **I need you for my Magisterarbeit! Bitte weiterleiten!**

Hallo liebe Facebook-Friends,

Ich schreibe gerade an meiner Magisterarbeit zum Thema Social Network Sites (Facebook, StudiVz, MySpace etc.) und Freundschaftsnetzwerke. Ziel meiner Arbeit ist es, mögliche Veränderungen im Freundeskreis und in der Kommunikation mit Freunden festzustellen.

Um das herauszufinden, mache ich eine empirische, qualitative Studie: Ich benötige Leute, die sich für ein persönliches Interview (max. 1 Stunde) in Wien oder Eisenstadt zur Verfügung stellen. Die Interviews sollen ab jetzt (Ende März) bis Ende April stattfinden. Wenn du oft und regelmäßig Social Network Sites nutzt und bereit für ein

Interview wärst, sende mir bitte eine kurze Nachricht und ich melde mich bei dir! Ich wäre euch wirklich dankbar für eure Unterstützung!

Die Auswertung der Interviews erfolgt selbstverständlich anonym und die Ergebnisse der Studie stelle ich gerne zur Verfügung.

Liebe Grüße,  
Iris Enz

### **12.3 Standardisierte Fragen/ VennMaker**

folgende Fragen wurden direkt mit dem Softwaretool VennMaker erhoben:

#### **a) Namensgenerator:**

Welche Personen zählst du zu deinem engeren und weiteren Freundeskreis? Bitte nenne diejenigen, mit denen du in den letzten Monaten regelmäßig Kontakt hattest! (max. 30 Freunde)

#### **b) Fragen zu Alteri:**

1) Welches Geschlecht haben deine Freunde? *Antwortmöglichkeiten (in einer Matrix jedem Freund einzeln zuordenbar):*

- weiblich                      - männlich

2) Mit welchen Freunden kommunizierst du wie oft über SNS? *Antwortmöglichkeiten (in einer Matrix jedem Freund einzeln zuordenbar):*

- regelmäßig                      - selten                      - gar nicht

Jeder dieser drei Antwortmöglichkeiten wurde von VennMaker eine Farbe zugeordnet, um diese Personen nachher auf der Netzwerkkarte unterscheiden zu können.

3) Wie kommunizierst du hauptsächlich mit deinen Freunden? *Antwortmöglichkeiten (in einer Matrix jedem Freund einzeln zuordenbar):*

- Überwiegend persönlich                      - überwiegend SNS

- persönlich und SNS

- überwiegend andere  
Kommunikationsmöglichkeiten

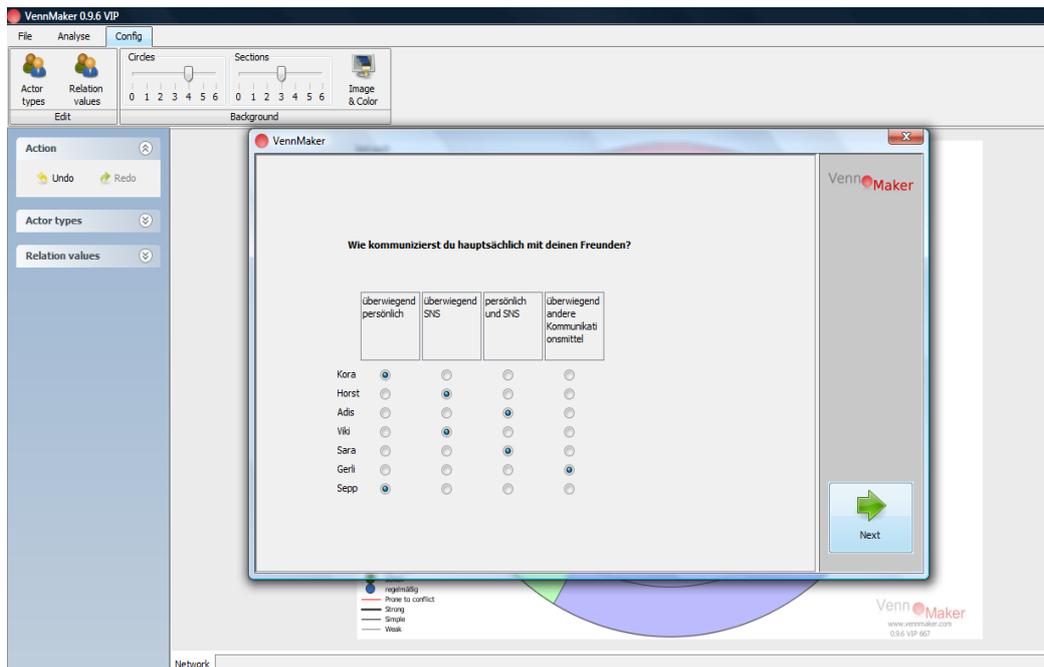


Abbildung 11: Beispiel für Fragenerhebung mittels VennMaker

### c) Fragen zu Ego:

Alter:

Geschlecht: Männlich  Weiblich

Ich bin zurzeit... (Mehrfachnennungen möglich)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> SchülerIn          | <input type="checkbox"/> Lehrling               |
| <input type="checkbox"/> StudentIn          | <input type="checkbox"/> Berufstätig – Vollzeit |
| <input type="checkbox"/> Ohne Beschäftigung | <input type="checkbox"/> Berufstätig – Teilzeit |
| <input type="checkbox"/> Karenz             | <input type="checkbox"/> Sonstiges: .....       |

Meine derzeitige Lebenssituation ist...

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Single           | <input type="checkbox"/> Partnerschaft |
| <input type="checkbox"/> Ehe              | <input type="checkbox"/> Verwitwet     |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges: ..... |  |

**Was ist Dein derzeit höchster Bildungsabschluss?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Kein Pflichtschulabschluss | <input type="checkbox"/> Berufsschule / Lehre         |
| <input type="checkbox"/> Pflichtschule              | <input type="checkbox"/> Universität / Fachhochschule |
| <input type="checkbox"/> Mittlere Reife             | <input type="checkbox"/> Bachelor                     |
| <input type="checkbox"/> Matura / Abitur            | <input type="checkbox"/> Sonstiges: .....             |

**Ich bin auf folgenden Sozialen Netzwerk Seiten vertreten...**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Facebook            | <input type="checkbox"/> My Space        |
| <input type="checkbox"/> StudiVz bzw. MeinVz | <input type="checkbox"/> Twitter         |
| <input type="checkbox"/> Youtube             | <input type="checkbox"/> Friendster      |
| <input type="checkbox"/> Flickr              | <input type="checkbox"/> Sonstige: ..... |

**Wie viel Zeit verbringst du an einem durchschnittlichen Tag auf Sozialen Netzwerk Seiten?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Gar keine                    | <input type="checkbox"/> Über 1 Stunde, bis zu 2 Stunden  |
| <input type="checkbox"/> Weniger als 10 min           | <input type="checkbox"/> Über 2 Stunden, bis zu 3 Stunden |
| <input type="checkbox"/> Über 30 min, bis zu 1 Stunde | <input type="checkbox"/> Über 3 Stunden                   |

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu engen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mehrmals täglich | <input type="checkbox"/> Einmal in 14 Tagen           |
| <input type="checkbox"/> Täglich          | <input type="checkbox"/> Einmal im Monat              |
| <input type="checkbox"/> Einmal pro Woche | <input type="checkbox"/> Seltener als einmal im Monat |

**Wie oft hast du Kontakt zu diesen engen Freunden via SNS?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mehrmals täglich | <input type="checkbox"/> Einmal in 14 Tagen           |
| <input type="checkbox"/> Täglich          | <input type="checkbox"/> Einmal im Monat              |
| <input type="checkbox"/> Einmal pro Woche | <input type="checkbox"/> Seltener als einmal im Monat |

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu nicht so engen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mehrmals täglich | <input type="checkbox"/> Einmal in 14 Tagen           |
| <input type="checkbox"/> Täglich          | <input type="checkbox"/> Einmal im Monat              |
| <input type="checkbox"/> Einmal pro Woche | <input type="checkbox"/> Seltener als einmal im Monat |

**Wie oft hast du Kontakt zu diesen nicht so engen Freunden via SNS?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mehrmals täglich | <input type="checkbox"/> Einmal in 14 Tagen           |
| <input type="checkbox"/> Täglich          | <input type="checkbox"/> Einmal im Monat              |
| <input type="checkbox"/> Einmal pro Woche | <input type="checkbox"/> Seltener als einmal im Monat |

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu engen Freunden, mit denen du nicht über SNS in Kontakt bist?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mehrmals täglich   | <input type="checkbox"/> Einmal im Monat                                      |
| <input type="checkbox"/> Täglich            | <input type="checkbox"/> Seltener als einmal im Monat                         |
| <input type="checkbox"/> Einmal pro Woche   | <input type="checkbox"/> Ich bin mit allen meinen Freunden via SNS in Kontakt |
| <input type="checkbox"/> Einmal in 14 Tagen |   |

## 12.4 Interviewleitfaden

**Fragen zur Nutzung von SNS und Kommunikation mit Freunden/Bekanntem:**

1. Wie nutzt du SNS? Wie läuft ein Besuch dieser Seiten bei dir normalerweise ab?
2. Mit wem kommunizierst du über SNS?
3. Was veranlasst dich mit deinen Freunden via SNS in Kontakt zu treten?
4. Wie läuft die Kommunikation in SNS mit deinen Freunden ab?
  - a) private Messages
  - b) Statusmeldungen und Comments
  - c) Chat
  - d) Fotos - siehst du dir gerne Fotos deiner Freunde an? Wenn ja, warum?
  - e) Sonstiges (Applications,...)

5. Gibt es Unterschiede in deiner Kommunikation mit engen Freunden und lockeren Beziehungen/ Bekannten? Welche? Inwiefern spielen SNS eine Rolle?
6. Bist du mit deinen Freunden mehr in Kontakt seit du in SNS bist?
7. Hast du über SNS alte Bekannte/Freunde wiedergetroffen? Wenn ja, wie viele ca.? Hast du mit ihnen jetzt wieder mehr Kontakt?
8. Hast du Freunde/ Bekannte über SNS näher kennengelernt bzw. mehr über sie erfahren?
9. Gibt es Freundschaften die du über SNS aufrecht erhältst (auch Urlaubsbekantschaften)? Wie machst du das?  
*Nur bei Facebook-Usern:*
10. Nutzt du Applikationen auf FB? Wenn ja, welche? (Top Friends, Honesty Box, Flowers for friends, Geschenke, 4ever friends bear)
11. Es ist ja in FB auch möglich Freundeslisten zu erstellen und dann z.B. Privatsphäre-Einstellungen danach auszurichten. Hast du das gemacht?
12. Kennst du die Tests „Ya know me?“ oder „friends facts“ auf FB? Hast du schon einmal einen gemacht? Hast du hier neues über diese/n FreundIn erfahren?

***Fragen zur Qualität der Freundschaften:***

13. Ist dir der Online-Kontakt via SNS wichtig? Wofür?
14. Welche Informationen, die deine Freunde auf SNS geben, interessieren dich? (Statusmeldungen, Fotos, Angaben zur Person (Hobbies), Veranstaltungen, die besucht werden etc.) Gibt es hier auch Unterschiede bezüglich deines Verhältnisses gegenüber dieser Person?
15. Was denkst du, wenn du Statusmeldungen deiner Freunde liest? Magst du es zu wissen, was sie tun/ denken?
16. Warum schreibst du Statusmeldungen?
17. Wie wichtig ist es dir, dass deine Freunde auf Statusmeldungen/ Comments/ Fotos reagieren? Ist es dir bei machen Personen wichtiger als bei anderen?
18. Ist es dir wichtig, schnell eine Antwort zu bekommen, wenn Du eine Message schreibst bzw. etwas postest? Wie ist das beim Chatten via SNS?
19. Freust du dich, wenn dir jemand eine private Message schreibt? Auf die Pinnwand postet? Dich poked/anstupst/gruschelt? Ein Foto von euch beiden/dir Online stellt? Was davon ist dir wichtig?

20. Wie beeinflussen die Inhalte der Kommunikation auf SNS eure Beziehung?  
(neue Gesprächsthemen Offline etc.)
21. Hast du das Gefühl über deine Freunde mehr informiert zu sein seit du in SNS bist?
22. Würdest du dich uninformiert oder ausgeschlossen fühlen, wenn du nicht in SNS registriert wärst?
23. Fühlst du dich durch SNS deinen Freunden näher oder verbundener?
24. Seit du bei SNS bist, hast du deiner Meinung nach eine andere Beziehung zu ebenfalls in SNS vertretenen Freunden? Hat sich etwas geändert?

**a) Nicht in SNS vertretene Freunde:**

25. Wie ist das bei Freunden, die nicht in SNS sind: Hat sich etwas geändert seit du in SNS bist (z.B. bezüglich Kontakthäufigkeit)?
26. Welche Unterschiede in der Freundschaft/Kontakthäufigkeit bestehen zwischen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist und Freunden, die nicht in SNS vertreten sind?
27. Glaubst du, dass du den Freunden, die nicht in SNS sind, näher wärst, wenn sie auch in SNS wären?

**Allgemeine Fragen zum Freundschaftsbegriff:**

28. Würdest du alle deine „Freunde“ in SNS als Freunde bezeichnen? Wenn nicht, wo liegt der Unterschied?
29. Was macht einen Freund für dich aus? Was verstehst du unter Freundschaft?
  - *Wechselseitigkeit* (aufeinander verlassen, gegenseitig Gefühle beeinflussen)
  - *Vertrauen*
  - *Code Austausch* (zwischen den Zeilen der Botschaften des anderen lesen; spezielle Spitznamen, die nur ihr benutzt; Dinge, die Außenstehende nicht verstehen würden)
  - *Tiefe und Nähe* (kann genau sagen, wie sich der andere fühlt; intime, persönliche Dinge vom anderen wissen, Verständnis, wenn anderer z.B. wütend ist)
  - *Unterstützung* (emotional, instrumentell)
30. Wie wichtig ist dir der regelmäßige Kontakt zu Freunden? Was tragen SNS dazu bei?
31. Wie wichtig ist es dir regelmäßig zu wissen, was deine Freunde tun bzw. wie es ihnen geht?

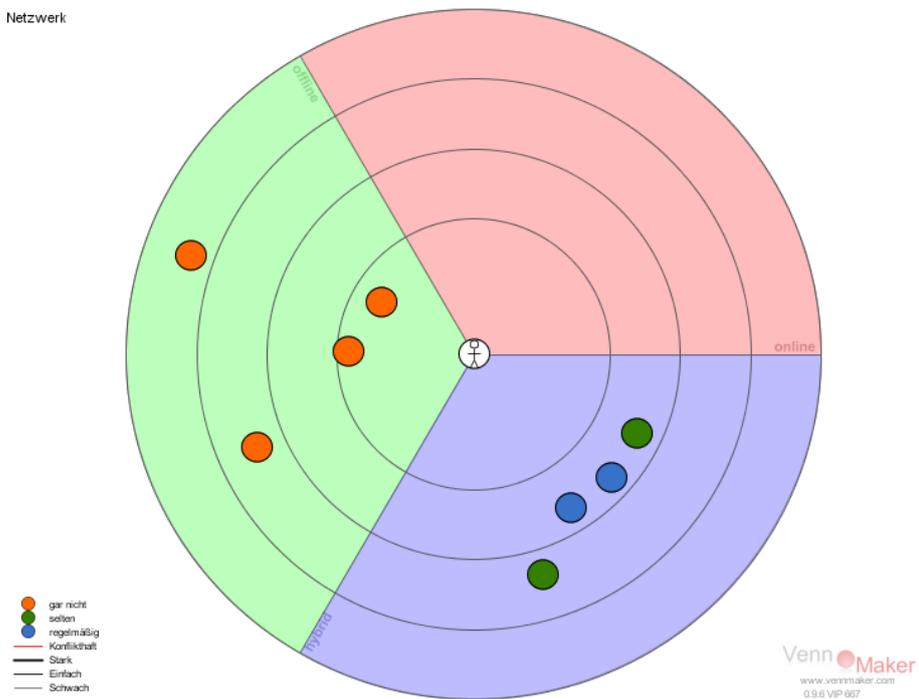
## 12.5 Netzwerkkarten der Probanden

- regelmäßige Kommunikation über SNS
- seltene Kommunikation über SNS
- gar keine Kommunikation über SNS

Sektoren: Online (rosa), Offline (hellgrün), Hybrid (hellblau)

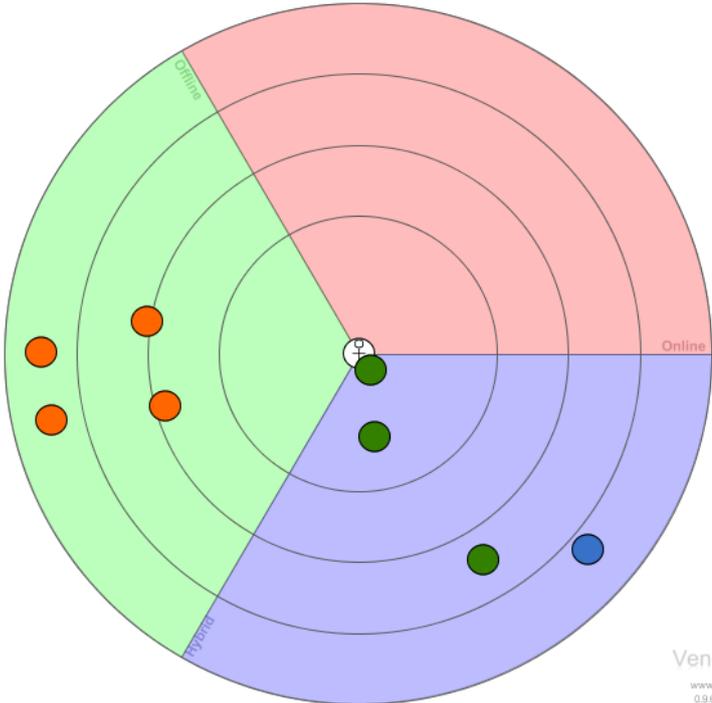
Befragter A, 24 Jahre

Netzwerk



Befragte B, 22 Jahre

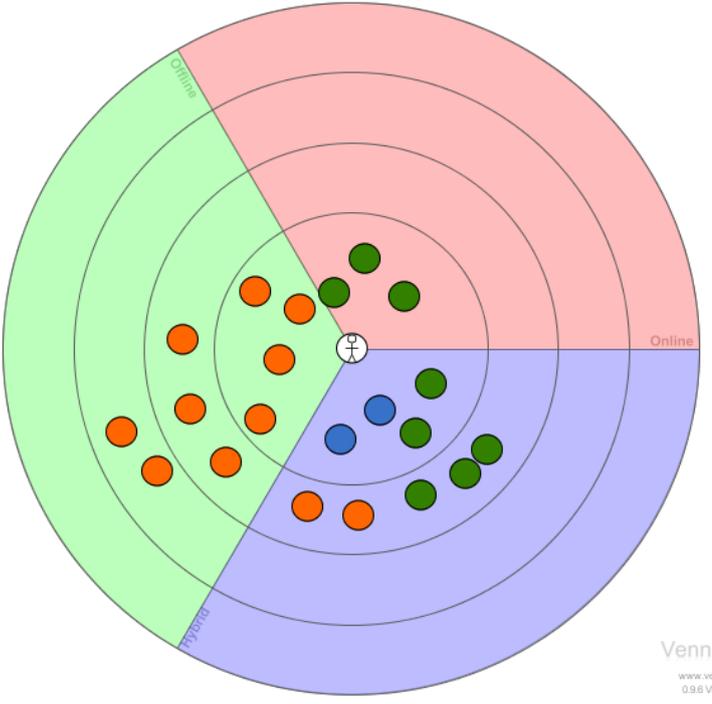
Netzwerk



VennMaker  
www.vennmaker.com  
0.9.6 VIP 667

Befragte C, 25 Jahre

Netzwerk

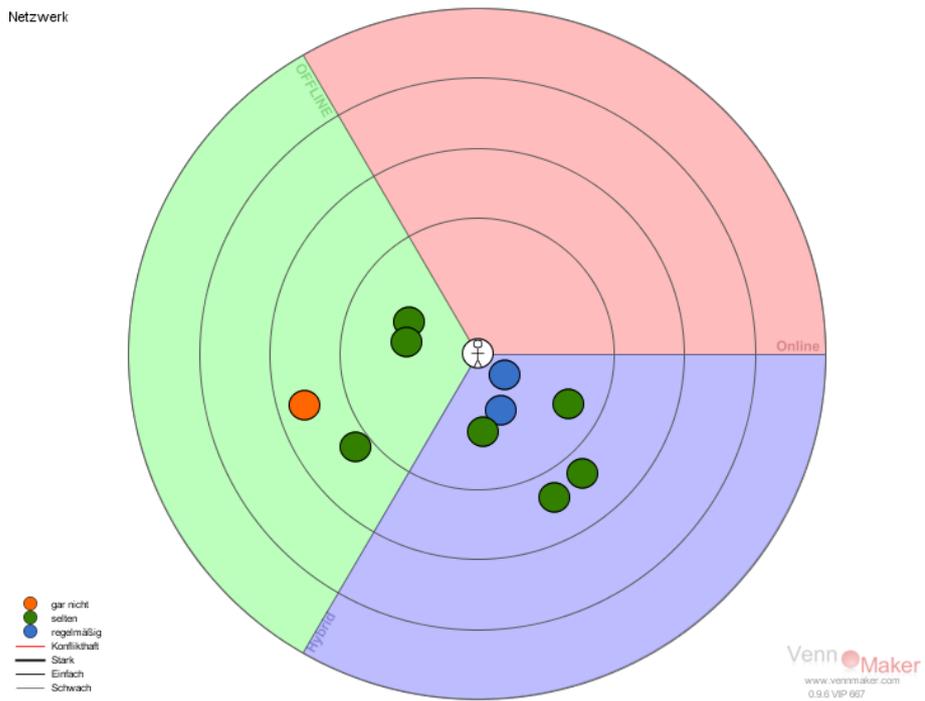


- gar nicht
- selten
- regelmäßig
- Konfliktkraft
- Stark
- Einfach
- Schwach

VennMaker  
www.vennmaker.com  
0.9.6 VIP 667

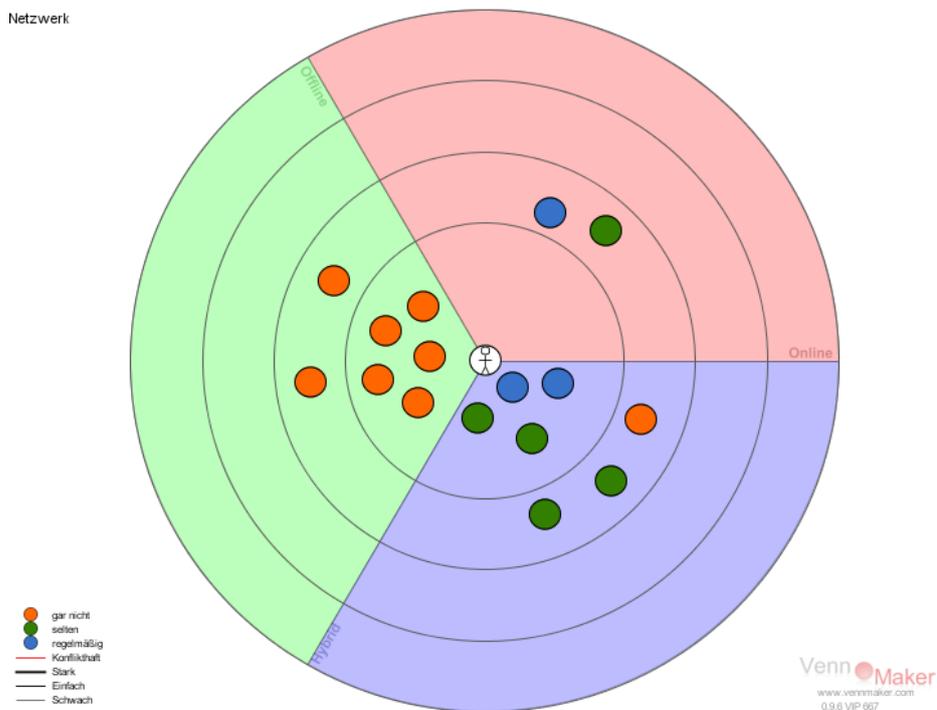
## Befragter D, 29 Jahre

Netzwerk



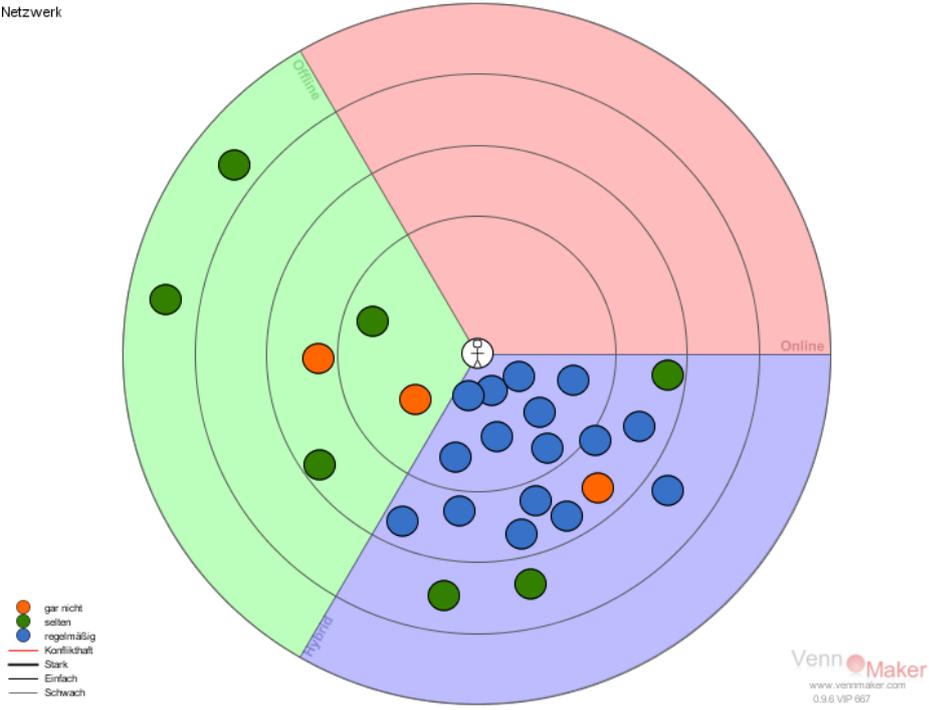
## Befragte E, 24 Jahre

Netzwerk



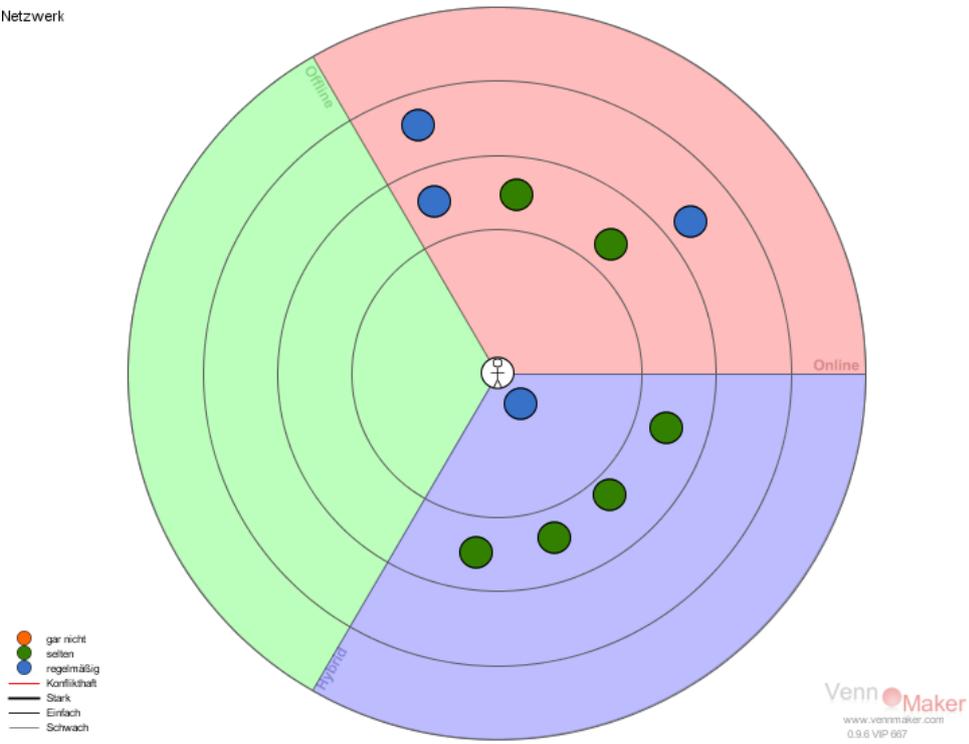
Befragte, 20 Jahre

Netzwerk



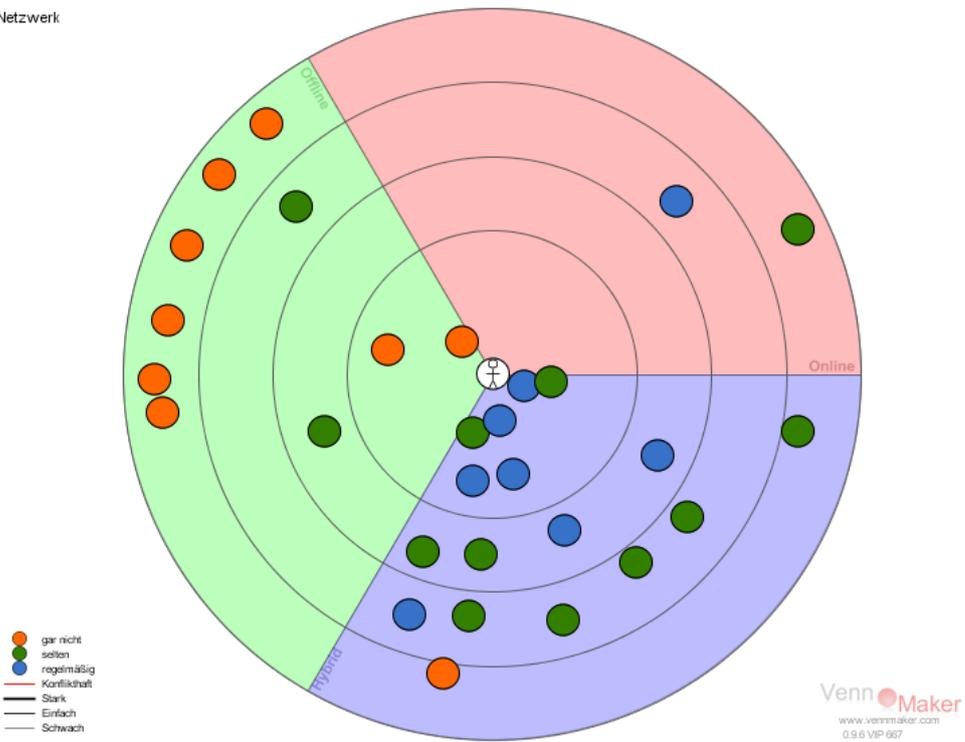
Befragte G, 23 Jahre

Netzwerk



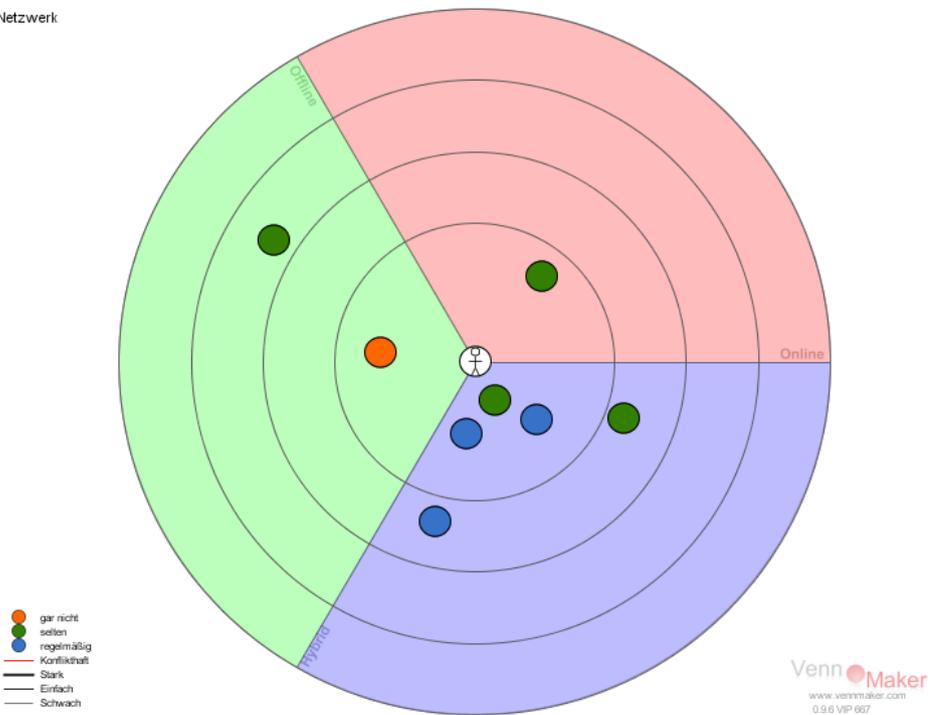
## Befragte H, 24 Jahre

Netzwerk



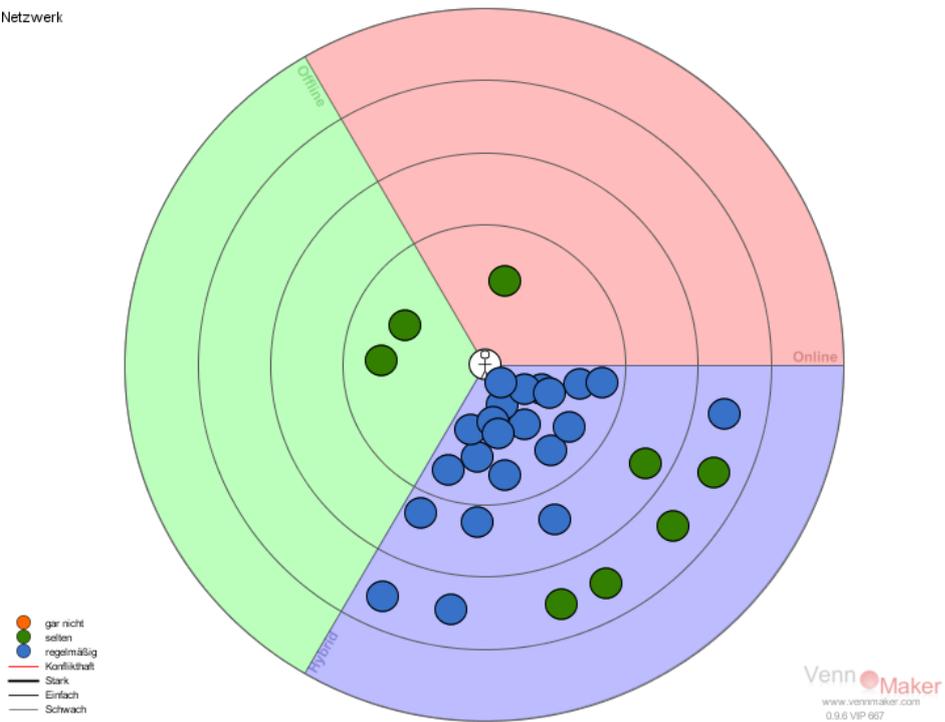
## Befragte I, 19 Jahre

Netzwerk



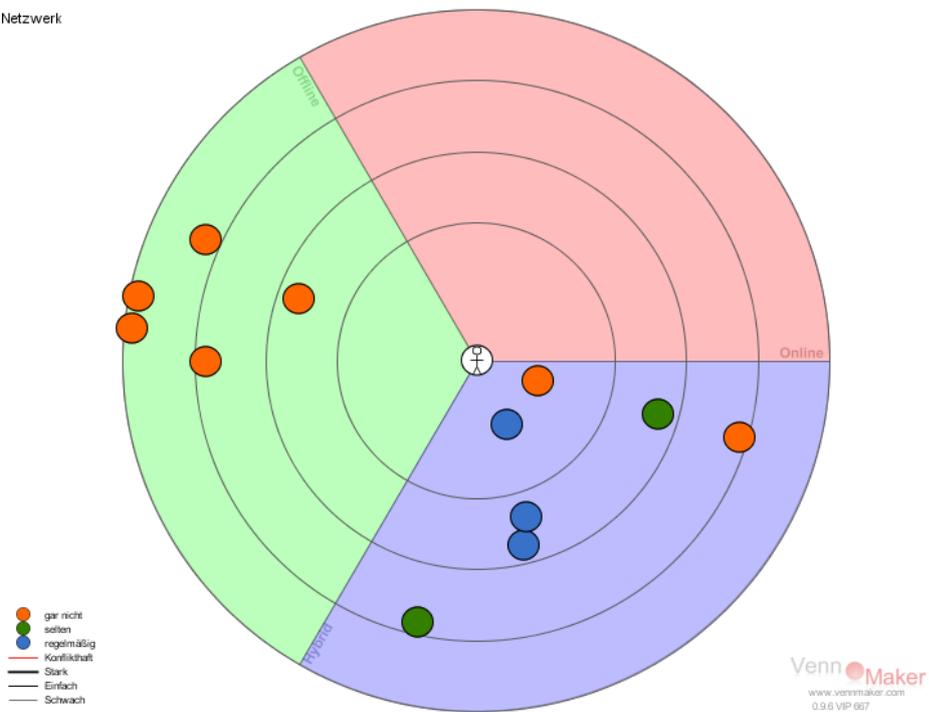
## Befragter J, 21 Jahre

Netzwerk



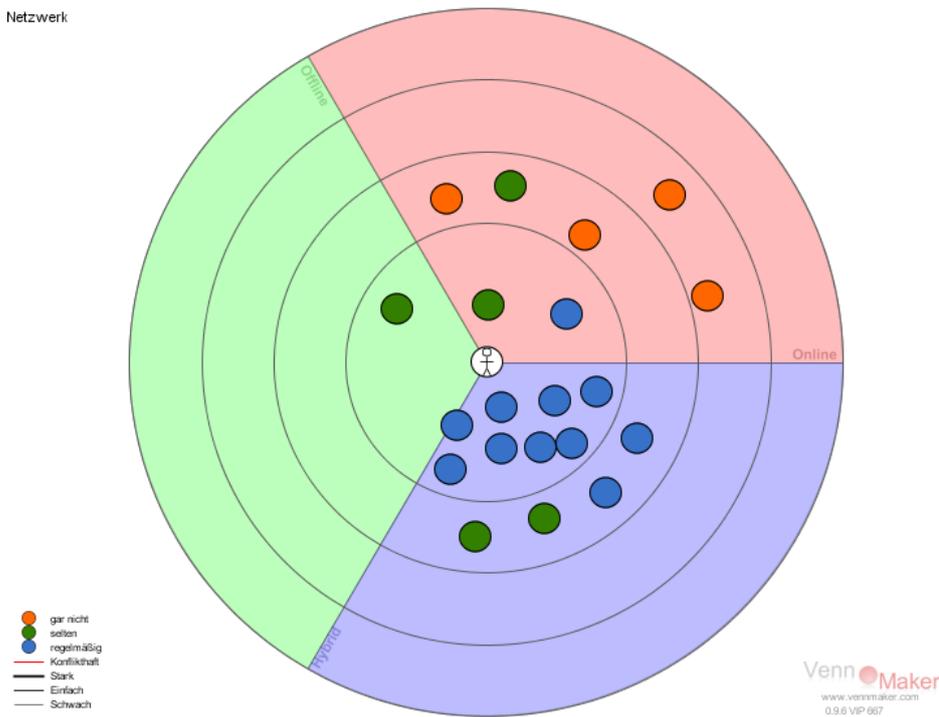
## Befragte K, 24 Jahre

Netzwerk



Befragter L, 19 Jahre

Netzwerk



## 12.6 Häufigkeits- und Kreuztabellen

Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu engen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Min. einmal pro Woche	3	25,0	25,0	25,0
	Täglich	6	50,0	50,0	75,0
	Mehrmals täglich	3	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

Wie oft hast du Kontakt zu diesen engen Freunden via SNS?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Einmal in 14 Tagen	1	8,3	8,3	8,3
	Min. einmal pro Woche	7	58,3	58,3	66,7
	Täglich	3	25,0	25,0	91,7
	Mehrmals täglich	1	8,3	8,3	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu nicht so engen Freunden, mit denen du auch über SNS in Kontakt bist?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Einmal in 3 Monaten	1	8,3	8,3	8,3
	Einmal im Monat	3	25,0	25,0	33,3
	Einmal in 14 Tagen	5	41,7	41,7	75,0
	Min. einmal pro Woche	3	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Wie oft hast du Kontakt zu diesen nicht so engen Freunden via SNS?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Einmal im Monat	5	41,7	41,7	41,7
	Einmal in 14 Tagen	4	33,3	33,3	75,0
	Min. einmal pro Woche	3	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

**Wie oft hast du Online- und Offline-Kontakt zu engen Freunden, mit denen du NICHT über SNS in Kontakt bist?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ich bin mit allen meinen Freunden via SNS in Kontakt	4	33,3	33,3	33,3
	Einmal in 14 Tagen	1	8,3	8,3	41,7
	Min. einmal in der Woche	4	33,3	33,3	75,0
	Täglich	2	16,7	16,7	91,7
	mehrmals täglich	1	8,3	8,3	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

### Intensität der SNS Nutzung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ich logge mich nicht täglich ein	1	8,3	8,3	8,3
	Weniger als 10 min	1	8,3	8,3	16,7
	Über 30 min, bis zu 1 Stunde	5	41,7	41,7	58,3
	Über 1 Stunde, bis zu 2 Stunden	2	16,7	16,7	75,0
	Über 2 Stunden, bis zu 3 Stunden	1	8,3	8,3	83,3
	Über 3 Stunden	2	16,7	16,7	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

### Regelmäßigkeit des SNS-Kontaktes

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht	52	26,3	26,3	26,3
	selten	69	34,8	34,8	61,1
	regelmäßig	77	38,9	38,9	100,0
	Gesamt	198	100,0	100,0	

### welche Art der Kommunikation überwiegt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	überwiegend persönlich	63	31,8	31,8	31,8
	überwiegend SNS	30	15,2	15,2	47,0
	persönlich und SNS	68	34,3	34,3	81,3
	überwiegend andere Kommunikationsmittel	37	18,7	18,7	100,0
	Gesamt	198	100,0	100,0	

### Position im Kreis

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1	86	43,4	43,4	43,4
2	63	31,8	31,8	75,3
3	31	15,7	15,7	90,9
4	18	9,1	9,1	100,0
Gesamt	198	100,0	100,0	

### Position im Sektor

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Online	21	10,6	10,6	10,6
Offline	54	27,3	27,3	37,9
Hybrid	123	62,1	62,1	100,0
Gesamt	198	100,0	100,0	

### Korrelationen

			Position im Kreis	Regelmäßig keit des SNS- Kontaktes
Spearman-Rho	Position im Kreis	Korrelationskoeffizient	1,000	-,323(**)
		Sig. (2-seitig)	.	,000
		N	198	198
	Regelmäßigkeit des SNS-Kontaktes	Korrelationskoeffizient	-,323(**)	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	.
		N	198	198

\*\* Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

### Korrelationen

			Position im Kreis	welche Art der Kommunikation überwiegt
Spearman-Rho	Position im Kreis	Korrelationskoeffizient	1,000	-,033
		Sig. (2-seitig)	.	,647
		N	198	198
	welche Art der Kommunikation überwiegt	Korrelationskoeffizient	-,033	1,000
		Sig. (2-seitig)	,647	.
		N	198	198

## 12.6 Kategorienschema

Person	Zeile	Oberkategorie	Unterkategorie	Feinkategorie	Ankerbeispiele
G	40-41	<b>Allgemeines zu SNS</b>	Motiv SNS-Nutzung	Virtuelle Überwachung	„ja, wenn man mal so zeit hat, dann kann man auch mal in dieses studivz stalken, dass man auf den seiten so rumguckt“
F	21-24			Zeitfaktor	„Man kann viel nebenbei machen, z.B. auf Facebook, man kann nebenbei Fernsehen oder irgendein Dokument schreiben [...] man ist nicht so gebunden dann finde ich als wie wenn man telefonieren würde.“
F	136			Organisation von Offline-Treffen	„ [...] also wir haben dann auch ein treffen veranstaltet und so.“
H	613-614			Spaß	„facebook, ja das ist nicht so persönlich, es ist einfach nur, es ist ein spaß“
B	717-718			Latent ties	„[...] es ist die chance da zum konakt. man fügt denjenigen hinzu, weil man sich denkt vielleicht irgendwann schreibt man denjenigen an“
E	30-31			Kostensparnis	„es ist einfach und billiger als telefonieren oder SMS schreiben“
G	416-419			Uninformiert/ ausgeschlossen ohne SNS	„[...] und ich so, das ist, als würde man sich nackt fühlen. irgendwie

					fehlt dann was, auch wenn man auch nicht zu jedem immer kontakt hat, aber irgendwie, ohne das näher beschreiben zu können, tut man das dann trotzdem jeden tag, ja.“
D	289		Nutzungsbedingungen/ Diskurs über Privatsphäre		„bei mir eigentlich alles sichtbar von A-Z ja ich fürchte mich ja nicht“
C	108-109	<b>Kommunikation in SNS</b>	Nutzung von und Meinung über Kommunikationsmöglichkeiten	Pinnwand (Statusmeldungen/ Comments)	„ aber ich mach das eigentlich selten, aber ich lese es gern von anderen, ich finde das oft sehr witzig und schreib manchmal was dazu“
G	32-34			Private Messages	„ also eigentlich immer also meistens ist das so ein ritual eigentlich immer morgens, bevor sie arbeiten geht, hat sie mir dann immer so um 8.00 uhr eine nachricht geschrieben“
B	43-44			Chat	„bei facebook weil der chat einfach besser organisiert ist und weil auch viel mehr leut drinnen sind, da sinds weniger die pinnwand dialoge“
J	385-386			Anstupsen/ gruscheln	„Anstupsen nervt, das mache ich nicht, also ich ignoriere es sagen wir so.“
F	390-391			Gruppen	„in über 80 Gruppen bin ich, [...] weil ich es lustig find, weil es gerade zu meinem leben passt.“
C	166-			Fotos	„absolut! genau,

	167				das mache ich auch noch gerne, wenn irgendwer neue fotos hat, das schau ich mir gern an“
D	262-263			Applications	„Es ist keine Spieleplattform, es ist eine Social Networking Plattform und als solche gehört sie auch betrieben.“
H	255-257			Veranstaltungseinladungen	„also wenn die veranstaltung auf auf fb ist, dann schau ich mir schon oft, also bevor ich überhaupt mal irgendwas ob ich teilnehme oder nicht teilnehme, welche leute dort hingehen, ob ich welche kenne“
C	45-48			Verlinkungen FB zu anderen Internetdiensten	„Postcrossing kann man über fb verlinken, wenn jemand z.b. eine karte bekommen hat, steht das dann auf einmal automatisch dort, weil du musst die karte registrieren“
G	229-330			Verlinkungen SNS-Handy	„ es gibt auch leute, die sich eine sms schicken lassen, dass sie eine nachricht bekommen haben.“
E	92-97		Unterschiede der Kommunikationsqualität sowie der Kommunikationsmittel zwischen „strong ties“ und „weak ties“		„Und wenn jetzt irgendwer anders eine Statusmeldung rein gibt, die wird erstens einmal möglicherweise sogar ignoriert, das interessiert mich nicht, oder es wird halt einfach nur "gefällt mir" oder irgend

					sowas. Da wird dann nicht näher darauf eingegangen. also bei näher-engeren Freunden gibt man öfters oder schneller einen blöden Kommentar ab, als wie bei jemandem, mit dem man nicht so oft Kontakt hat.“
F	14-17		Kommunikationspartner in SNS		„ja mit z.b. urlaubsbekanntsch adften, mit freunden aus dem ausland, mit arbeitskollegen, mit studienkollegen mit ehemaligen, ja und mit meinen engeren freunden ja und auch so einfach nur bekanntschaften.“
L	174-177		Veränderung des Kommunikationsverhaltens und der Kommunikationsmittel		„das Kommunikationsmittel und eben auch das Verhalten auch wie man miteinander schreibt hat sich irgendwie geändert, wenn ich mir denke die ganzen kürzel und so, weil so redest ja eben doch, das ist ein langes, intensives gespräch und da hast deine paar krakserl, das ist schon fast 2 sätze ja.“
G	466-471		Kontakthäufigkeit/Quantität	Strong ties vs. weak ties	„Den meisten Kontakt in SNS hat man mit weit entfernten Leuten, das ist irgendwie wie eine Freundesbushalte stelle, man kann irgendwie mal

					gucken, [...] wenn irgendwann mal was neues passiert, ach was macht der denn oder so, aber bei den engen Leuten weiß man es auch irgendwie, [...] was da passiert und was los ist.“
H	595-597			Nicht SNS-Freunde	„mit den leuten, mit denen ich immer schon kontakt gehabt habe viel hat sich nicht wirklich was geändert, da schreib ich halt, da telefoniere ich halt mit denen länger, als das ich alt 50mal am tag auf ihre seite schau“
D	536-538			Bewertung der Kontakthäufigkeit	„sehr wichtig, weil freundschaften werden eben durch den regelmäßigen kontakt gepflegt und auch unter anführungszeichen am leben erhalten.“
I	501-502		Informationen über Freunde		„ich bin schon viel informierter, weil die schreiben ihr ganzes leben rein. du weißt, was sie tun, wann sie was tun, [...]“
H		<b>Qualitäten und Quantitäten von Information in SNS</b>	Informationen durch Freunde/ soziales Kapital		„da weißt dann immer, was die arbeitsmäßig so tun [...], dann musst du dich halt immer darum kümmern, damit du nicht in vergessenheit gerätst und so schreibst halt auf facebook nur kurz auf die pinnwand oder so, he ich bin da, ich hab zeit,

					vergessts eh nicht auf mich“
C	473-474		Übersättigung/ Reizüberflutung		„weil mir geht das immer auf die nerven, wenn ich 500 notifications hab auf der seite“
I	304-305		Freundeslisten/ Privatsphäre		„ich hab die privatsphäre einstellungen benutzerdefiniert, das heißt, ich habe jeden einzeln angeklickt, ob der jetzt meine fotos sehen darf oder nicht“
G	147-149		Entwicklung und Bewertung von Online-Kontakten		“Man schreibt sich ab und zu mal und dann verflacht das aber wieder. Also ich finde für eine Freundschaft muss man sich anstrengen und für sowas ist dann irgendwie nicht wert.“
J	431-433	<b>Freunde und SNS</b>		Gefühl von Nähe	„Wenn man Fotos anschaut und gewisse Erinnerungen weckt, hat man schon ein bisschen irgendwie [...] das steigert schon irgendwie die Beziehung, also die Verbindung zu den Freunden.“
D	177-181		Qualität der Freundschaften	Besser kennenlernen & Vertiefung der Beziehung	„Ich und meine Lebensgefährtin und er und seine Lebensgefährtin wir treffen uns jetzt regelmäßig und tun bei uns essen oder bei ihnen oder unternehmen etwas. Also da steht schon Facebook im Vordergrund, weil ohne dem wäre das nie passiert.“

J	103-104			Veränderung der Freundschaftsbeziehungen	„[...] , weil Freunde hat man oder man hat sie nicht. Da ändert so eine Plattform auch nicht so viel dran.“
F	354-357			Selbst-offenbarung	„Wenn man z.B. eine Statusmeldung schreibt, dann schreibt man ja manchmal hinein wie es einem geht [...] wenn man jemanden persönlich trifft, weil der sagt das dann vielleicht gar nicht oder so, wie es einem wirklich geht.“
F	367-370			Wechselwirkung der Online- und Offline-Gespräche	„Also da gibt es ja auch die Gruppe, ich zitiere: <i>"Gruppennamen von Facebook in meinem Alltag"</i> oder so und das stimmt total. also manchmal gibt es Tage, wo wir nur in Gruppennamen reden, das ist schlimm.“
H	436-438			Reziprozität	„[...] du bist unterwegs und dir fällt irgendwas ein und du kannst es sofort posten und du kriegst sofort Antworten und, ich mein, ist schon arg eigentlich, wenn man bedenkt wie abhängig man dann danach wird, dass Leute sich mit dir in Kontakt setzen.“
I	148-150			Awareness	„Ich bin so neugierig. Ja, das ist das Schlimmste bei mir. Ich muss immer wissen, was jeder gerade tut und macht und

					weiß ich nicht.“
E	424-426		Freundschafts- begriff		„ehm, als freunde, nein auf facebook sind es freunde, aber im eigentlichen leben, man sieht sich, man grüßt sich, man redet vielleicht kurz miteinander aber man geht jetzt nicht fort oder so..... freunde, hm... nur auf FB (lacht)“

# **LEBENS LAUF**

**Iris Enz, Bakk. phil.**



## **Persönliche Daten**

Geburtstag	11.11.1984
Geburtsort	Eisenstadt
Wohnort	Eisenstadt/ Wien
Staatsbürgerschaft	Österreich

## **Ausbildung**

1996 – 2003	BRG Kurzwiese Eisenstadt, Matura
2003 – 2005	1. Studienabschnitt Sozioökonomie und Management Science an der Wirtschaftsuniversität Wien abgeschlossen
2005 – 2007	NLP- Practioner Ausbildung bei Kutscheracommunication
2005 - 2008	Bakkalaureatsstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Seit 2008	Masterstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft, sowie Soziologie
2008 -2010	Dipl. Resonanz-Coach Ausbildung bei Kutscheracommunication

## **Praktika und berufliche Tätigkeit**

01.08.- 31.08.2002	Praktikum in der WK- Bgld
24.01.- 18.02.2009	Studienprojektreise Peru unter der Leitung von Ao. Univ.-Prof. Dr. Franz Kolland
2006 - 2009	geringfügig beschäftigt bei der PR-Agentur COM-DIRECT - Wien
September 2009	Artist in residence - Paliano, Italien
seit 2010	geringfügig beschäftigt bei der PR-Agentur Grayling - Wien