



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Digital Immigrants, Digital Natives und ihr
Privatsphäreverhalten in Social Networks.“

Verfasser

Andreas Bintinger, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Masterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, ganz oder in Teilen noch nicht als Prüfungsleistung vorgelegt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Sämtliche Stellen der Arbeit, die benutzten Werken im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, habe ich durch Quellenangaben kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen und dergleichen sowie für Quellen aus dem Internet.

Wien, März 2014

Andreas Bintinger

Executive Summary - Deutsch

Social Networks, allen voran Facebook, sind ein Kommunikationsphänomen, welches die Art und Weise, wie User online miteinander kommunizieren, innerhalb kürzester Zeit grundlegend verändert hat. Diese neue Vernetzung der Menschen birgt enormes positives Potential, jedoch kommen damit auch viele neue Gefahren und Unsicherheiten auf die User zu.

Die vorliegende Arbeit behandelt das Thema "Digital Immigrants, Digital Natives und ihr Privatsphäerverhalten in Social Networks". Hier wurde die forschungsleitende Frage "Wie gehen Digital Natives und Digital Immigrants mit ihrer Privatsphäre in Social Networks um?" vorangestellt um erforschen, ob es Unterschiede in der Nutzung zwischen jüngeren und älteren Internetnutzern im Hinblick auf diese neuen Technologien gibt. Aufgrund der Marktdominanz in Österreich wurde hier das Social Network Facebook für die Untersuchung herangezogen.

Es wurde zuerst der theoretische Hintergrund, im Speziellen das Konzept der Sozialisation, des Symbolischen Interaktionismus und der Selbstdarstellung, sowie die Begrifflichkeiten Web 2.0, Privatsphäre und Digital Natives beziehungsweise Digital Immigrants beleuchtet. Auf Basis der theoretischen Herleitung und der forschungsleitenden Frage wurden dann Forschungsfragen und Hypothesen erarbeitet, die mittels eines Fragebogens überprüft wurden.

Dabei hat sich gezeigt, dass Digital Natives mehr Wissen darüber haben, wie man seine Privatsphäre auf Facebook schützt als Digital Immigrants. Dass Digital Immigrants ihre Privatsphäre besser schützen als Digital Natives konnte nicht bestätigt werden, es zeichnet sich aber ein leichter Trend dahingehend ab. In Bezug auf die Nutzungsmotive von Social Networks zeigte sich, dass zumindest tendenziell unterschiedliche Motivationsfaktoren bei Digital Immigrants und Digital Natives vorhanden sind.

Zukünftige Forschung sollte sich einerseits einer Verbreiterung der untersuchten Altersgruppen, als auch von neu aufkommenden Social Network Sites widmen. Generell wurde deutlich, dass sowohl bei Digital Immigrants als auch bei Digital Natives viele Unsicherheiten in Bezug auf Privatsphäre und Web 2.0 gegeben sind, weshalb in diesem Bereich unbedingt weiter geforscht werden sollte.

Executive Summary - English

Social networks, with facebook leading the way, are a phenomenon, which radically changed the way how users communicate with each other online in a very short period of time. This technologies offer a lot of possibilities, but users have to deal with a lot of new threats and insecurities.

This work elaborates the subject “Digital immigrants, digital natives and their privacy in social networks”. The main question was “How are digital immigrants and digital natives dealing with their privacy in social networks?”. The goal of the work was to find out, if there are differences in the use of the new technologies by one of these groups. Due to it’s massive user numbers in Austria, facebook was surveyed in this work.

In the theoretical background the concepts of socialization, symbolic interactionism and the presentation of self as well as the terms web 2.0, privacy and digital natives respectively digital immigrants were discussed. Based on that the research question and hypothesis were created, which were verified in a survey.

It was shown, that digital natives have more knowledge about how to protect their privacy on facebook than digital immigrants. It could not be verified, that digital immigrants protect their privacy better than digital natives, but a slight tendency could be shown. Concerning the motives of use of social networks it could be shown, that there is a tendency that digital immigrants and digital natives use them for different reasons.

For future research it would be interesting to broaden the age-group of the research as well as the analyzed social networks. It has been shown, that there are a lot of insecurities for digital immigrants as well as for digital natives concerning privacy and web 2.0 services, which is why there should be more research in that field.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary - Deutsch	5
Executive Summary - English	7
Inhaltsverzeichnis	8
Einleitung	11
I. Theoretischer Teil	13
1. Sozialisation	13
1.1 Individuationsmodell	16
2. Symbolischer Interaktionismus	18
2.1 Selbst-Bewusstsein.....	24
2.2 Play und Game	26
2.3 Der signifikante und der generalisierte Andere	28
2.4 I und Me	30
2.5 Spiegel-Ich	34
3. Selbstdarstellung	38
4. Web 2.0	45
4.1 Entstehung des Begriffs „Web 2.0“	48
4.2 Social Media	55
4.3 Social Networks	57
4.4 Social Network Profil.....	58
4.5 Verbindungen von Social Network Profilen.....	59
4.6 Kommunikation in Social Networks.....	60
5. Facebook	61
5.1 Facebook Profil.....	65
5.2 Verbindungen von Facebook Profilen	66
5.3 Newsstream.....	67

5.4 Kommunikation auf Facebook.....	68
5.5 Selbstdarstellung auf Facebook	69
5.6 Facebook Chronik.....	72
5.7 Sicherheit im Web 2.0.....	74
6. Privatsphäre und Privatheit.....	75
6.1 Warum ist Privatsphäre wichtig?	77
6.2 Web 2.0 und Privatsphäre	80
6.3 Privatsphäre auf Facebook.....	81
6.4 Privatsphäre Einstellungen auf Facebook.....	85
7. Digital Natives und Digital Immigrants.....	92
II. Empirischer Teil.....	104
8. Einleitung.....	104
9. Forschung	104
9.1 Erkenntnisinteresse und forschungsleitende Frage.....	104
9.2 Wissen und Handeln	105
9.3 Forschungsfragen und Hypothesen.....	105
9.4 Fragebogen.....	111
9.5 Forschungsablauf.....	113
10. Ergebnisse.....	117
10.1 Ergebnisse allgemein	117
10.2 Ergebnisse Hypothesenprüfung	124
11. Diskussion und Ausblick	129
12. Quellenverzeichnis	133
13. Abbildungsverzeichnis.....	147
14. Tabellenverzeichnis.....	148
15. Anhang.....	149

Einleitung

*Facebook hat 1.19 Milliarden monatlich aktive Nutzer.
(vgl. Facebook: Key Facts,
Facebook 2013 [Online])*

Social Networks sind ein Kommunikationsphänomen, welches die Art und Weise, wie User online miteinander kommunizieren und interagieren, maßgeblich verändert hat. Ein Facebook Konto zu haben, sich selbst und seine Fotos auf Instagram zu präsentieren oder auf Twitter Meinungen zum Tagesgeschehen abzugeben, gehört für viele Menschen bereits zum Tagesablauf. In sämtlichen Altersschichten und Nutzergruppen steigt der Anteil derer, die in Social Networks registriert und aktiv sind. Neben dem Nutzen, der mit der Präsenz dieser Tools einhergeht, ergeben sich jedoch auch eine Vielzahl an neuen Problemen, mit denen der User konfrontiert wird. Eines dieser Probleme betrifft den Schutz der eigenen Privatsphäre in Social Networks. Regelmäßig wird in den Medien über Fälle berichtet, in denen mangelhafte Privatsphäreinstellungen teilweise für die Individuen sehr eindringliche Konsequenzen hatten, wie etwa den Verlust der eigenen Arbeitsstelle. (z.B.: derstandard.at, Beleidigung auf Facebook kostet Betriebsrat den Job [Online], Aufruf am 05.09.2013)

In der vorliegenden Arbeit soll diese Problematik zuerst beleuchtet und dann untersucht werden. Dabei wird auf die österreichische Nutzerschaft Bezug genommen und im Speziellen werden dabei zwei grundlegende Gruppen untersucht: auf der einen Seite ältere Nutzer, oder sogenannte "Digital Immigrants" und auf der anderen Seite jüngere Nutzer, sogenannte "Digital Natives". Es soll dabei untersucht werden, wie Digital Natives und Digital Immigrants mit Social Networks und ihrer Privatsphäre umgehen und ob einer Gruppe sie besser schützt als die andere. Das ist das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit.

Dazu wird zuerst in einer theoretischen Herleitung das Konzept der Sozialisation beleuchtet um zu zeigen, wie der Mensch zu seinen Wertvorstellungen kommt und sich als soziales Wesen entwickelt. Im Speziellen wird dann kurz auf das Individuationsmodell nach Geulen eingegangen, welches die Sozialisation als Ursache für die soziale Weitergabe von Individualität und der Entstehung der eigenen Identität sieht. Anschließend wird dann der diesem Modell zuzurechnende Symbolische Interaktionismus nach Mead bearbeitet, der beschreibt, wie Individuen in gegenseitiger Abstimmung ein Bild ihrer Umwelt aber auch von sich selbst erzeugen und ihr eigenes „Selbst“ formen. Weiters werden die einzelnen Instanzen dieses Selbstbilds behandelt und gezeigt, wie dieses entsteht und gebildet wird. Grundlegend für den Symbolischen Interaktionismus ist dabei, dass das Individuum über die Einstellungen der „Anderen“ nachdenkt und auf Basis der

eigenen Erwartungen sein Handeln adaptiert und lenkt. Im Zuge dessen wird Cooley's Konzept des „Spiegel Ichs“ erwähnt und gezeigt, wie Individuen zu einer „self-idea“ kommen und diese pflegen und weiterentwickeln. Anschließend wird dann der damit verbundene Bereich der „Selbstdarstellung“ behandelt, in dem auf die Forschung von Erving Goffman eingegangen wird und dessen Begrifflichkeiten bearbeitet werden. Selbstdarstellung ist heutzutage ja besonders durch die Möglichkeiten, die uns moderne Kommunikationsformen wie das Internet geben, für Individuen wichtiger denn je. Deshalb wird in Folge das Web 2.0 und die diesem Konzept zuzuweisenden „Social Networks“ beleuchtet. Es wird erarbeitet woher dieser Begriff kommt, was genau die Begriffe „Web 2.0“ und „Social Media“ bedeuten und ausmachen und welche grundlegenden Mechaniken in Social Networks vorherrschen. Im Speziellen wird dann auf das in dieser Arbeit untersuchte Social Network „Facebook“ eingegangen. Dabei werden die Entstehung und die Entwicklung des Netzwerks beleuchtet und die einzelnen Bereiche und Funktionen genauer beschrieben. Anschließend wird gezeigt, wie Selbstdarstellung auf Facebook ermöglicht und von den Usern betrieben werden kann. Hier bietet sich dann der Schwenk hin zum Thema „Sicherheit im Web 2.0“ an, da mit Selbstdarstellung in Social Networks auch immer gewisse Risiken einhergehen. Dieses Thema wird anschließend ebenso behandelt wie die Themenfelder „Privatsphäre“ und „Privatheit“ und die Begründung, warum Privatsphäre wichtig ist. Anschließend wird Privatsphäre im „Web 2.0“ und auf Facebook besprochen und gezeigt, welche Entwicklungen es hier gegeben hat. Die für die Untersuchung dieser Arbeit relevanten Privatsphäre-Einstellungen auf Facebook sind danach ein Thema und werden umfassend beschrieben. Für die Untersuchung der vorliegenden Arbeit ebenfalls relevant sind die Begrifflichkeiten der „Digital Immigrants“ und der „Digital Natives“, die am Schluss des theoretischen Teils erarbeitet werden.

Im empirischen Teil wird zuerst folgende forschungsleitende Frage gestellt: „Wie gehen Digital Natives und Digital Immigrants mit Ihrer Privatsphäre in Social Networks um?“, aus der dann Forschungsfragen und Hypothesen abgeleitet werden. Danach wird die für diese Arbeit durchgeführte Forschung beschrieben und die Ergebnisse auf die Hypothesen angewendet.

I. Theoretischer Teil

Im ersten Teil der vorliegenden Arbeit sollen die Grundlagen der untersuchten Problemstellung theoretisch hergeleitet werden. Das soll passieren, indem zuerst der Begriff der „Sozialisation“ behandelt wird. Davon ausgehend soll das „Individuationsmodell“ anhand der Ausführungen von Geulen erläutert werden und anschließend der diesem Modell angerechnete Ansatz des „Symbolischen Interaktionismus“ nach Mead besprochen werden. Ausgehend davon soll auf die Begriffe des „Selbst-Bewusstseins“, des „Spiegel-Ichs“ und des „Selbst“ hergearbeitet werden bevor das „I vs. Me“ Konzept beschrieben wird. Über die Begriffe „Selbstdarstellung“ soll dann der Weg zur „Privatsphäre“ führen. Weiters sollen die für die vorliegende Arbeit wichtigen Begriffe „Web 2.0“ und „Digital Immigrants“ beziehungsweise „Digital Natives“ behandelt werden, bevor es dann in den empirischen Teil geht.

1. Sozialisation

*Bis dato wurden mehr als 240 Milliarden
Fotos auf Facebook hochgeladen.
(vgl. Annual Report Facebook Inc.,
Facebook 2013, [Online])*

Zuallererst soll das Konzept der „Sozialisation“ näher beleuchtet werden. Grundlegend geht dieses davon aus, dass der Mensch nicht schon mit der Fähigkeit zu denken geboren wird, sondern diese erst erlernen muss. „Erst durch den Prozeß (sic!) der Sozialisation lernt das Individuum Sinn und Bedeutung von Objekten, bzw. den Umgang mit Menschen.“ (Mühlbauer 1980, S. 20). Anders als bei Tieren, denen ihre umfangreichen Instinktleistungen bereits angeboren sind, ist der Instinkt beim Menschen ein sehr fragmentarischer. Menschen werden in einem „sozial unreifen Zustand geboren“, sie sind „sozial ungebildet“. (Burghardt 1972, S. 137) „Das Menschliche am menschlichen Verhalten, eingeschlossen dessen soziale Komponente, ist daher nicht angeboren, von Geburt mitgegeben, sondern ein erlerntes Verhalten. Die Kenntnisse eines sozial notwendigen Verhaltens eignet sich der Mensch erst im Rahmen des Prozesses der Sozialisierung an.“ (ebda., S. 137) Burghardt bietet folgende Definition: „Die Sozialisierung ist ein Lehr- und gegengleich ein Lernprozeß (sic!), in dessen Ablauf sich die Menschen (Empfänger) tradierte Normen und Werte ihres Milieus (Sender) aneignen und in ein sozial angemessenes Denken und Verhalten übersetzen (können).“ (ebda., S. 137) Im Hinblick auf das später behandelte Individuationsmodell und den Symbolischen Interaktionismus soll hier auch folgende Definition von Kuhn angeführt werden: „Sozialisation heißt, sich aktiv, in produktiver Auseinandersetzung mit der sozialisatorischen

Umwelt, Werte und Normen, relevante Orientierungsmuster, Wissensbestände und Verhaltensweisen anzueignen, mit denen ausgestattet man als vollwertiges Mitglied der Gesellschaft gilt.“ (Kuhn 2000, S. 62) Hier wird deutlich, dass Sozialisation in Auseinandersetzung des Individuums mit der es beherbergenden Umwelt passiert, etwa über Gesten und „signifikante Symbole“. Sozialisation ist zu verstehen, als „(...) Prozess der Entstehung und Entwicklung der Persönlichkeit in wechselseitiger Abhängigkeit von der gesellschaftlich vermittelten sozialen und materiellen Umwelt.“ (Geulen, Hurrelmann 1980, S. 51) Die das Individuum umgebende Umwelt ist also wesentlich für seine Sozialisation, jedoch nimmt das Subjekt „(...) die Gesellschaft nicht einfach in sich hinein, sondern verarbeitet sie aus eigenem (...) Interesse und produziert somit gewissermaßen selbst die Bedingungen der Sozialisation.“ (Abels / König 2010, S. 194)

Als Voraussetzung für die Sozialisierung von Menschen ist in erster Linie die Soziabilität des zu sozialisierenden Individuums zu nennen. Einerseits also die Fähigkeit eines Individuums sozialisiert zu werden und andererseits aber auch die Fähigkeit jener Personen, von denen das Individuum sozialisiert werden soll, Sozialisation „lehren“ und weitergeben zu können. (vgl. Burghardt 1972, S. 137)

Grundsätzlich ist zwischen der „primären“ und der „sekundären“ Sozialisierung zu unterscheiden. „Primäre Sozialisierung“ erfolgt dann, wenn Sozialisierung noch gar nicht stattgefunden hat, also allgemein bei Kindern. Die ersten Einflüsse hier erhält das Kind von seinen Eltern, die anfangs sehr stark die „Menschwerdung“ des Kindes beeinflussen. Erst mit der Zeit erfolgt eine immer stärker werdende kritische Selektion der Sozialisierungsangebote und es lockern sich die Bindungen zu „primären Sozialisatoren“. Meistens dann, wenn das Kind keine für sich nützlichen Informationen zur Bewältigung der Probleme seines Umfelds bekommt. Die primäre Sozialisierung endet üblicherweise mit dem Erwachsenenalter. Die „sekundäre Sozialisierung“ findet in außerfamiliären Bereichen statt wie zum Beispiel unter Freunden, in der Schule oder durch Berufseinrichtungen. Diese „sekundäre Erziehung“ ist besonders für komplexe Gesellschaften typisch. (vgl. ebda., S. 139f.) Wenn die Sozialisierung gelungen ist, führt die Sozialisierung laut Burghardt zur „Sozialisation“. Nach Hurrelmann wird die Sozialisation in drei Instanzen gegliedert, wobei die primäre Sozialisationsinstanz, bestehend aus Familie, Verwandtschaft und Freunden, die stärkste ist. Die sekundäre Sozialisationsinstanz besteht aus dem Kindergarten, der Schule und anderen Bildungseinrichtungen. Zur tertiären Sozialisationsinstanz zählen dann Gleichaltrige, Freizeitorganisationen und die Medien. (Hurrelmann 2002, S. 32ff.)

Sozialisation soll wie schon bei Mühlbauer im Sinne eines „kategorialen Oberbegriffs“ verstanden werden, der sowohl die Prozesse der Erziehung als auch die während des Lebens eines Einzelnen

stattfindende Entwicklung mit umfasst. (vgl. Mühlbauer 1980, S. 25 nach Hurrelmann 1976, S.16) Sozialisation betrifft also jeden Menschen schon während seiner Erziehung durch seine Eltern, sie endet aber nicht mit dem Erwachsenenalter, sondern setzt sich während des gesamten Lebens eines Individuums fort. Weiters ist sie „gesellschaftlich vermittelt“ (vgl. ebda.), sprich sie passiert nicht von selbst, sondern erst durch den Kontakt eines Individuums mit der Gesellschaft. „Sozialisation kann deshalb mit gutem Grund verstanden werden als der weitgefaßte (sic!) Begriff für den Prozeß (sic!) der Menschwerdung des Menschen, der Vergesellschaftung und Individuierung gleichermaßen umfaßt. (sic!)“ (ebda., S. 25)

Erst durch Sozialisation wird ein Mensch ein Mensch und lernt, sich in die Gesellschaft einzufügen. Gleichzeitig entwickeln sich erst dadurch seine Persönlichkeit und sein Selbstverständnis. (vgl. Geulen in Walter 1973, S. 87)

Geulen erläutert auch, dass es wichtig ist, diesen Begriff nicht zu eng zu definieren. Sozialisation lässt sich nicht auf Begriffe wie Entwicklung, Erziehung, Sozialisierung, Enkulturation, Personalisierung etc. einschränken. Ebenso soll er nicht durch die Bindung an bestimmte Aspekte des gesamten Geschehens eingeengt werden. Zum Beispiel soll man nicht nur einen Teil der bedingenden Faktoren, wie etwa personell vermittelte Erziehung, einbeziehen. Auch das Gleichsetzen von bestimmten psychologischen Vorgängen wie „Lernen“ oder „Identifikation“ mit dem Sozialisationsprozess oder das Beschränken dieses Prozesses auf gewisse Altersstufen oder Institutionen wie die Familie greift seiner Meinung nach zu kurz. Er schlägt vor diesen Begriff als Oberbegriff für alle Einzelaspekte zu verwenden. (vgl. Geulen 2005, S. 94) „Sozialisation wäre dann zu verstehen als Prozess der Persönlichkeitsgenese in Abhängigkeit von der Umwelt, die, wie wir annehmen, stets historisch-gesellschaftlich vermittelt ist.“ (ebda., S.94) Diese Aussage definiert diesen oft inflationär verwendeten Begriff und vermeidet es jedoch, ihn zu sehr einzuengen. Geulen warnt eben gerade davor, Sozialisation nur als Teilbereich der menschlichen Entwicklung zu sehen. Scheut man sich den Begriff als einen umfassenden Prozess der „gesellschaftlich bedingten Persönlichkeitsgenese“ anzusehen und im Vornherein auf der Ebene von „fragmentarischen Einzelaspekten“ auszugehen, kann es passieren, dass man Sozialisation nur als etwas „Peripheres“ begreift, „das bestenfalls festumgrenzende Teile oder Einzelmerkmale der Persönlichkeit berührt, sie aber nicht als Ganzes bedingt.“ (vgl. Geulen in Walter 1973, S. 86f.)

Sozialisation ist also ein allgegenwärtiger Prozess, der nicht nur als Teilbereich der menschlichen Entwicklung angesehen oder bezeichnet werden darf, sondern der jedes Individuum laufend betrifft. Eine zu starke Eingrenzung des Begriffs auf einzelne Teilbereiche wie zum Beispiel der Erziehung durch die Eltern greift zu kurz, da jeder Mensch sein ganzes Leben lang mit neuen Dingen und

Umständen konfrontiert wird, die zu seiner Sozialisation beitragen. „Im Normalfall ist die Sozialisierung als Lernprozeß (sic!) ein permanenter, lebensbegleitender und daher lediglich durch den Tod abgeschlossener Prozeß. (sic!)“ (Burghardt, 1972, S. 141) Diese von Burghardt erwähnte „Sozialisierung“ ist nicht abgeschlossen, sondern es gibt nur einen jeweiligen Stand der Sozialisierung: die Sozialisation. (vgl. Burkart 2002, S. 145) Laut Hurrelmann sind Individuen „(...) lebenslang „Produzenten“ ihrer eigenen Entwicklung“. (Hurrelmann 2002a, S.35) Mit der physischen Geburt des Menschen steht dieser erst am Beginn seiner Menschwerdung oder wie Fromm es formuliert: „Das ganze Leben des Individuums ist nichts anderes (sic!) als fortwährend an der eigenen Geburt schaffen.“ (Fromm 1974, S. 28)

1.1 Individuationsmodell

Geulen unterscheidet fünf unterschiedliche sozialisationstheoretische Modelle, die laut ihm zum sozialisierten Individuum führen (vgl. Geulen 1977, S. 12):

- das „**anthropologisch-funktionalistische Modell**“: dieses sieht Sozialisation als Überlebensvoraussetzung
- das „**Wissensmodell**“: hier wird Sozialisation als das Aneignen von Wissen über die Gesellschaft, in der sich das Individuum befindet, beschrieben. Das passiert durch Sprache und Symbolinterpretation
- das „**Integrationsmodell**“: nach diesem Modell ist Sozialisation die Integration des Individuums in die Gesellschaft
- das „**Repressionsmodell**“: hier erkennt das Individuum Instanzen an, die seine Individualität und seine instinktiven Handlungen einschränken und akzeptiert diese
- das „**Individuationsmodell**“: dieses Modell sieht Sozialisation als Ursache für die soziale Weitergabe von Individualität und somit für die Entstehung von persönlicher Identität und Selbstbewusstsein (vgl. ebda., S. 43ff.)

Laut Geulen scheint der Mensch im anthropologisch-funktionalistischen Modell, im Wissensmodell, im Integrationsmodell und im Repressionsmodell hilflos den kollektiven Mächten einer Gesellschaft ausgeliefert. „Keiner dieser Theorien thematisierte explizit die Frage, ob und wie der Mensch durch Sozialisation erst seine Identität als „Ich“ (Ich-Identität) gewinnen könnte.“ (ebda., S. 108) Die hier angesprochene Thematik ergibt sich aus der Tatsache, dass man sich als Individuum von den gesellschaftlichen Vorschriften, Normen und Vorstellungen distanzieren kann

und dass „(...) diese Erfahrung vermittelt ist, durch ein Bewußtsein (sic!) unserer Identität als unvertretbares Subjektum.“ (ebda., S. 108) In der Literatur wurde diese Thematik zum Beispiel als „Individualität“ oder „individuelle Persönlichkeit“ benannt. In all diesen Modellen erscheinen jedoch Gesellschaft oder Sozialisiertheit als Instanzen, die einen einschränkenden Charakter auf den „Seinsmodus“ des Menschen haben. „Menschlichkeit schien nicht aufgrund, sondern höchstens trotz Sozialisiertheit möglich.“ (ebda., S. 108) Dem Individuationsmodell zugerechnete Ansätze sehen Gesellschaft stattdessen als Voraussetzung für die gelingende Menschwerdung eines Menschen. „Nicht trotz Sozialisation, sondern erst infolge konkret ablaufender Sozialisationsvorgänge kann sich menschliche Individualität entwickeln.“ (Burkart 2002, S. 148) Geulen identifiziert schon bei frühen Theoretikern die These, „(...) daß (sic!) Individuation mit strukturellen, historischen Merkmalen der Gesellschaft zusammenhängt.“ (Geulen 1977, S. 132) Demnach wirken also die Gesellschaft und ihre Struktur beeinflussend auf die „Menschwerdung“ von Individuen. Durkheim beispielsweise erwähnt die Emanzipation vom allgegenwärtigen Druck eines Kollektivbewusstseins hin zur Ausbildung der Individualität parallel zur Entwicklung von agrarisch-segmentären hin zu einer arbeitsteilig-differenzierten Struktur. In dieser Analyse bezeichnet Durkheim jedoch nur die bloße Arbeit als das, was die Individualität ermöglicht und behält die Sicht von sozialen Normen als beraubende Einschränkung der Individualität bei. Auch Simmel gelingt es noch nicht, die soziale Bedingtheit des individualisierten Subjekts zu erkennen, doch er entdeckt bereits die Zugehörigkeit von Individuen zu verschiedenen Gruppen als „soziales Strukturmoment“. (vgl. ebda., S. 132)

Erst dadurch, dass sich der Mensch mit seiner Umwelt und seiner Umgebung, aber auch sich selbst auseinandersetzt gelingt Sozialisation – erst dadurch, dass er mit seiner Umwelt in Interaktion tritt, kann es zur Menschwerdung kommen. Ein Ansatz, der folglich diesem Individuationsmodell zuzurechnen ist, ist der „Symbolische Interaktionismus“ nach George Herbert Mead, der den Menschen als in einer aktiven Wechselbeziehung mit seiner Umwelt befindliches Wesen beschreibt. „Erst der Ansatz Meads erfaßt (sic!) (...) die notwendig soziale Bedingtheit zentraler Charaktere des Subjekts, vor allem der Reflexivität, der Sprachlichkeit und der Vermittlung von Ich und Anderem“. (ebda., S. 132) Dieser theoretische Ansatz soll in Folge weiter ausgeführt werden.

2. Symbolischer Interaktionismus

Facebook machte im Jahr 2013 einen Umsatz von 1,46 Milliarden Dollar (vgl. Facebook's Growth In The Past Year, Facebook 2013, [Online])

Als „geistiger Vater“ des symbolischen Interaktionismus gilt allgemein der amerikanische Soziologe und Philosoph George Herbert Mead mit seinem erstmals 1934 erschienenen Werk „Mind, Self and Society“.

Mead geht, wie der von ihm zitierte Dewey, davon aus, dass Dinge in der Welt für Individuen nicht per se Sinn ergeben, sondern dieser Sinn sich erst in der gesellschaftlichen Erfahrung entwickelt. „Der Sinn an sich (...) entsteht in der Erfahrung dadurch, daß (sic!) sich der Einzelne dazu anregt, die Haltung des anderen in seiner Reaktion auf das Objekt zu übernehmen.“ (Mead 1991, S. 129) Erst dadurch, dass man sich als Individuum mit den Haltungen anderer Individuen einem Gegenstand gegenüber auseinandersetzt, bekommt dieser Gegenstand Sinn für einen selbst. „Sinn ist das, was anderen aufgezeigt werden kann, während es durch den gleichen Prozeß (sic!) auch dem aufzeigendem Individuum aufgezeigt wird.“ (ebda. S.129)

Der Mensch agiert als Teil eines „logischen Universums“ in dem er mit anderen an einem „gemeinsamen gesellschaftlichen Erfahrungs- und Verhaltensprozess“ teilnimmt, „in dem die Gesten oder Symbole für alle Mitglieder dieser Gruppe den gleichen oder einen allen gemeinsamen Sinn haben.“ (ebda. S. 130f.) Es ist davon auszugehen, dass alle Mitglieder einer Gesellschaft in den gleichen Rahmenbedingungen leben, in denen jeder Einzelne seine Umwelt subjektiv für sich selbst und aufgrund seiner eigenen Erfahrungen interpretiert. (vgl. ebda, S.72). Menschen reagieren nicht einfach auf ihre Umwelt als eine „objektive physikalische Gegebenheit“ sondern handeln bezüglich ihrer Umgebung „auf Basis subjektiver Interpretationsleistungen“. (vgl. Burkart 2002, S. 154) In gewisser Weise ist der Organismus also für seine Umwelt verantwortlich, dementsprechend kann man sagen, dass sich der „(...) Organismus und seine Umwelt gegenseitig bestimmen und (sie) in ihrer Existenz voneinander abhängig sind.“ Daraus folgt für Mead, dass der Lebensprozess, um richtig verstanden zu werden, im Hinblick auf die Wechselwirkung zwischen Organismus und Umwelt beobachtet werden muss. (vgl. ebda, S. 129) Der symbolische Interaktionismus sieht „(...) den Menschen als ein Wesen, das sich in einer aktiven Wechselbeziehung mit seiner Umwelt befindet.“ (Burkart 2002, S. 153)

Mit seinem Umfeld tritt das Individuum durch die Übermittlung von Gesten in Kontakt. Nach Rainer Schützeichel „(...) nimmt Mead seinen Ausgangspunkt in der biologischen Sphäre, nämlich

im beobachtbaren Verhalten von Organismen, welches aufeinander bezogen ist und den objektiv-sozialen Sachverhalt konstituiert, den Mead (1934: 42) „the same social act“ nennt, also eine gemeinsame soziale Handlung, die eine objektive Bedeutung aufweist und auf dem Austausch von Gesten beruht.“ (Schützeichel 2004, S.92) Um dies genauer zu erläutern, beschreibt Mead den Kampf zweier Hunde. Diese tauschen beim Kampf Gebärden und Gesten aus. Einer der beiden Hunde knurrt. Dieses Knurren ist eine Geste, die den anderen Hund zu einer bestimmten Verhaltensweise stimuliert, zum Beispiel dem Blecken der Zähne, einem Knurren oder einer Flucht. Der zweite, angeknurrte Hund reagiert nicht allein auf das Knurren des ersten Hundes, sondern auf die Geste des Knurrens. Diese steht dafür, dass der erste Hund zum Kampf übergehen wird, wenn der zweite Hund nicht ein bestimmtes Verhalten zeigt. Das Knurren des ersten Hundes ist somit sowohl ein Stimulus für das Verhalten des zweiten Hundes, als auch eine Andeutung dafür, was der erste Hund als nächstes tun wird. Die Geste ist in einen sozialen Akt integriert, der das Verhalten beider Hunde umfasst. Die Geste hat somit eine objektive Bedeutung, die sich aus diesem sozialen Akt ergibt. „Gesten (...) besitzen Bedeutung, wenn sie mögliche zukünftige Handlungen widerspiegeln.“ (Becker 1993, S. 124) Den Hunden ist die Bedeutung ihrer Gesten nicht bewusst, sie haben weder ein Bewusstsein, noch bedeuten ihnen die Gesten etwas. Mead ordnet die objektive Bedeutung des tierischen Verhaltens in einen Funktionskreislauf ein. (Schützeichel 2004, S. 93) Mead geht es jedoch um die menschliche Kommunikation, weshalb er im Unterschied zum Kampf zwischen zwei Tieren einen Boxkampf zwischen zwei Menschen untersucht. Auch hier agieren die Teilnehmer ohne sich der objektiven Bedeutung ihrer Gesten oder ihrer Mimik und des Signalcharakters ihrer Gesten bewusst zu sein. Der große Unterschied jedoch ist, dass der Boxer sein Gegenüber durch eine Finte aus der Deckung bringen kann, weil er die Reaktion des Gegenübers auf seine Geste vorhersehen kann. Hierzu muss er wissen, wie sein Gegner normalerweise reagieren würde. Er weiß also, welche Bewegung folgt, wenn er eine bestimmte Geste macht. „Die Gesten haben nicht mehr nur eine objektive Bedeutungsstruktur, sondern sie sind verinnerlicht, und zwar als signifikante Symbole, die einen für die Beteiligten identischen Bedeutungskern aufweisen.“ (ebda., S.93)

Als signifikantes Symbol bezeichnet man also eine Geste, die für beide Beteiligten, den Kommunikator und den Kommunikant, die selbe Bedeutung hat – beide Teile verstehen unter der Geste das Gleiche und wissen, wie das Gegenüber darauf reagieren wird. Sieht man einen Hund, der sich in Angriffsposition befindet, dann kann man nicht davon ausgehen, dass dieser eine bewusste Absicht zum Angriff hat. Viel mehr ist davon auszugehen, dass aufgrund einer Emotion wie Zorn der Angriff des Hundes folgt. Tiere reagieren auf andere Individuen, ohne das gegenseitige Verhalten nachzuvollziehen. Wenn jedoch ein Mensch mit seiner Faust einen anderen Menschen

bedroht, ist anzunehmen, dass dieser damit nicht nur seine feindselige Haltung geltend macht, sondern dass hinter dieser Geste auch eine Absicht steckt. Es ist anzunehmen, dass die Geste nicht nur einem möglichen Angriff vorausgeht, sondern dass der Mensch in seiner Erfahrung eine Idee hat. (vgl. Mead 1991, S.84) „Wenn nun eine solche Geste die dahinterstehende Idee ausdrückt und diese Idee im anderen Menschen auslöst, so haben wir ein signifikantes Symbol.“ (ebda., S.85) Sobald also Individuen mit einer Geste „(...) eine gemeinsame Bedeutung verbinden, also ein subjektives Bewusstsein über die objektive Bedeutung einer Geste entwickeln, und, was entscheidend ist, eine gemeinsame, identische Bedeutung von Gesten entwickeln, werden diese zu dem, was Mead signifikante Geste oder Symbol nennt“ (Schützeichel 2004, S. 93f.) Laut Becker ist der Übergang zur „spezifisch menschlichen“ Kommunikation mittels signifikanter Gesten genau dann vollzogen, wenn Gesten zu signifikanten Symbolen geworden sind. (Becker 1993, S. 137 nach Mead 1934, S. 190 und S. 234)

Als wichtigstes signifikantes Symbol bezeichnet Mead die vokale Geste. (vgl. Mead. 1991, S. 101) „(...) sie ist einer jener gesellschaftlichen Reize, der das sie gebrauchende Wesen auf die gleiche Weise beeinflusst, wie er es beeinflussen würde, wenn er von einem anderen Wesen käme.“ (ebda., S. 101f.) Anders als bei einer Geste, die eventuell anders interpretiert werden könnte, hat Sprache für beide Individuen die gleiche Bedeutung, lässt man vorerst Dinge wie Sarkasmus, Ironie etc. außen vor. Wir können uns selbst sprechen hören und während wir sprechen, hat das Gesagte die gleiche Bedeutung für uns, wie für andere Mitmenschen.

„Die vokale Geste ist also wichtiger, als alle anderen Gesten. Wir können uns selbst nicht sehen, wenn unser Gesicht einen bestimmten Ausdruck annimmt. Aber wir hören uns selbst sprechen und sind daher zur Aufmerksamkeit fähig. Man hört sich selbst, wenn man durch einen irritierenden Ton den man hören läßt (sic!), irritiert wird: man erwischt sich sozusagen selbst. Beim irritierenden Gesichtsausdruck aber löst der Reiz keinen Ausdruck im Individuum selbst aus, sondern nur bei den anderen. Weit eher fängt und kontrolliert man sich in der vokalen Geste als im Mienenspiel.“ (Mead 1991, S. 105)

Wesen tendieren dazu, auf eigene Reize ebenso zu reagieren, wie auf die, die von anderen Wesen ausgelöst werden. Ein Individuum steht somit nicht nur unter dem Einfluss von anderen Individuen, sondern, sofern es sich den selben vokalen Gesten bedient, auch unter dem eigenen Einfluss. „(...) wenn das, was man sagt, Sprache sein soll, muß (sic!) man selbst es verstehen, muß (sic!) man sich selbst ebenso beeinflussen wie andere.“ (ebda., S. 115)

Aussagen sind also erst dann mit Sinn behaftet, wenn der andere auf sie genauso reagiert, wie andere Menschen - dann spricht man von signifikanten Symbolen. Auch die Zeichensprache oder die Schrift beeinflussen uns wie vokale Gesten. All diese Symbole basieren jedoch auf der

„spezifisch vokalen Geste (...) denn sie ist die grundlegenste Geste, die den Einzelnen so wie die anderen beeinflusst. (sic!)“ (ebda., S. 107)

Die Transformation von gestisch vermittelter Kommunikation hin zu symbolisch vermittelter Kommunikation beruht auf drei einander ergänzenden Schritten (vgl. Schützeichel 2004, S. 94f. nach Habermas 1981, Band 2: S.19):

1. **Internalisierung der objektiven Bedeutungsstruktur:** „Die objektive Bedeutung von Gesten wird subjektiv verfügbar gemacht.“ (ebda. S. 94) Die Gesten erhalten durch die Auseinandersetzung des Individuums mit der objektiven Bedeutung eine symbolische Bedeutung, jedoch nur dann, wenn für alle Teilnehmer einer Kommunikation diese Gesten die gleiche Bedeutung haben. Um diese „gleiche Bedeutung“ herzustellen muss die Internalisierung durch signifikante Symbole unterstützt werden, die den zweiten Schritt Richtung symbolisch vermittelter Kommunikation herstellen.
2. **Signifikante Symbole:** Das sind Symbole, die für alle Kommunizierenden die gleiche Bedeutung haben, wenn alle über die Bedeutung eines Symbols übereinkommen. Nur diese Art von Symbolen erlaubt es, eine gewisse Erwartungshaltung auf die Reaktionen von anderen einzunehmen und sich so auf andere einzustellen. „Individuen können sich zu signifikanten Symbolen nur verhalten, weil sie sich wechselseitig zueinander verhalten, und sie können sich wechselseitig nur zueinander verhalten, also kommunizieren, wenn sie sich zu identischen Bedeutungen von Zeichen, also signifikanten Symbolen verhalten.“ (ebda. S. 94 f.) Somit ist Schritt drei hin zu symbolisch vermittelter Kommunikation, der Einstellungsübernahme, getan.
3. **Einstellungsübernahme oder „taking the attitude of the other“:** Die oben erläuterten signifikanten Symbole ermöglichen es uns Menschen die von Kommunikationspartnern getätigte Interpretation von Gesten nachzuvollziehen und deren Einstellung in Folge zu übernehmen. Es gilt auch umgekehrt, dass Symbole dadurch signifikant werden, dass die Kommunikationspartner davon ausgehen, dass die anderen sie in der gleichen Einstellung benutzen.

Diese in Schritt drei beschriebene Übernahme der Einstellung von anderen kann in drei Schritte unterschieden werden (vgl. Schützeichel 2004, S. 95 nach Habermas 1981, Band 2, S. 28): Der *erste Schritt* bezieht sich darauf, dass die kommunizierenden Individuen die objektive Bedeutungsstruktur verinnerlichen, sodass sie auf eine Geste auf die gleiche Art und Weise reagieren wie der jeweils andere und diese Geste in einer konformierenden Weise interpretieren

können. Im dann folgenden *zweiten Schritt* erkennen die Kommunikationsteilnehmer sich gegenseitig als Partner in der stattfindenden Kommunikation und lernen „(...) zwischen sich reziproke Verbindungen aufzubauen und sich selbst als Sender und Empfänger von Kommunikationsangeboten zu verstehen.“ (ebda. S. 95) Kommunikator und Kommunikant reagieren also wechselseitig aufeinander und verstehen sich in den Sender- und Empfänger-Rollen. Der *dritte und letzte Schritt* der Einstellungsübernahme ergibt sich daraus, dass sie die Gesten nicht nur in einer bestimmten Art interpretieren, sondern mit ihnen auch dieselbe Bedeutung verknüpfen, die dann da ist, wenn sie wissen, wie der jeweils andere auf diese Geste reagieren müsste.

Bedeutungen sind also nicht Vorstellungen eines Bewusstseins und auch keine Eigenschaften eines Objekts, sondern die Reaktionen, die von Objekten in Organismen ausgelöst werden. (vgl. ebda. S. 95) „Die Bedeutung eines Dinges für eine Person ergibt sich aus der Art und Weise, in der andere Personen ihr gegenüber in bezug (sic!) auf dieses Ding handeln.“ (Blumer 1973, S. 83) Somit entsteht Bedeutung erst dadurch, wenn sich Individuen daran orientieren, wie andere Individuen mit bestimmten Objekten umgehen. „Ihre Handlungen dienen der Definition dieses Dinges für diese Person. Für den symbolischen Interaktionismus sind Bedeutungen daher soziale Produkte, sie sind Schöpfungen, die in den und durch die definierbaren Aktivitäten miteinander interagierender Personen hervorgebracht werden.“ (ebda. S. 83)

Blumer benennt damit zusammenhängend die Grundsätze des symbolischen Interaktionismus, die auf drei Prämissen beruhen. (vgl. ebda. S. 81)

„Die erste Prämisse besagt, dass Menschen „Dingen“ gegenüber auf der Grundlage der Bedeutungen handeln, die diese Dinge für Sie besitzen.“ (ebda., S. 81) Als „Dinge“ bezeichnet Blumer jene Gegenstände, die der Mensch in seiner Umwelt wahrnehmen kann. Als Beispiel können physische Gegenstände wie Bäume oder Stühle, andere Menschen wie Eltern oder Verkäufer, Kategorien von Menschen wie Freunde oder Feinde, Institutionen wie die Schule oder eine Regierung, Leitideale wie individuelle Unabhängigkeit oder Ehrlichkeit, Handlungen anderer Personen wie Befehle oder ihre Wünsche oder Situationen, wie sie einem im täglichen Leben begegnen, dienen.

„Die zweite Prämisse besagt, dass die Bedeutung solcher Dinge aus der sozialen Interaktion, die man mit Mitmenschen eingeht, abgeleitet ist oder aus ihr entsteht.“ (ebda., S. 81) Objekte werden also wie bereits erwähnt erst mit Bedeutung versehen, wenn wir sehen, wie andere Individuen mit Objekten umgehen. Der symbolische Interaktionismus behauptet, „(...) daß (sic!) Bedeutungen das Produkt von Interaktionsprozessen sind, daß (sic!) sie hervorgebracht werden durch die definierenden Aktivitäten miteinander interagierender Personen.“ (Mühlbauer 1980, S. 105)

„Die dritte Prämisse besagt, dass diese Bedeutungen in einem interpretativen Prozess, den die Person in ihrer Auseinandersetzung mit den ihr begegnenden Dingen benutzt, gehandhabt und abgeändert werden.“ (ebda. S. 81) Bedeutungen werden von Individuen interpretiert und laufend auf neue Situationen adaptiert. Der Handelnde sucht sich die Bedeutung heraus, prüft sie und ändert sie im Fall des Falles ab. Die Interpretation ist nicht ein automatisch ablaufender Prozess, sondern kann als ein formender Prozess verstanden werden, in dem Bedeutungen laufend abgeändert werden.

Diese Bedeutungen von Objekten werden in der menschlichen Kommunikation mithilfe von Symbolen dargestellt.

„Symbole können stellvertretend zur Anzeige der Bedeutung von Objekten eingesetzt werden und, mehr noch, im sozialen Kommunikationsprozess können Symbole benutzt werden, um Objekte oder Situationen, die sie symbolisieren, erst zu erschaffen. Dies ist eine der entscheidenden Leistungen des Mediums der Sprache. Sprache symbolisiert nicht nur schon Vorhandenes, sondern sie schafft eine neue Welt voller Bedeutungen.“
(Schützeichel 2004, S. 95)

Das menschliche Kommunikationswerkzeug der Sprache ermöglicht es uns also, einander anhand von Symbolen Dinge zu vermitteln, die nicht vorhanden sind, die in dem Moment der Kommunikation sozusagen „geschaffen“ werden. Die Sprache ist also der symbolische Baustein, der aufgrund der vokalen Geste entstanden ist. Schützeichel arbeitet anhand von Mead einen spezifischen Vorzug von vokalen Gesten gegenüber anderen kommunikativen Gesten heraus. (vgl. ebda. S. 96) Vokale Gesten lösen im Empfänger und im Sender die gleiche Reaktion aus, weil er sie genauso wahrnimmt. Vokale Gesten ermöglichen es, die Kommunikationsteilnehmer hinsichtlich ihrer Vorstellungen zu synchronisieren, da es sich bei der Sprache um, wie weiter oben erarbeitet, „signifikante Symbole“ handelt. Empfiehlt eine Person der anderen eine bestimmte Speise, kann diese davon ausgehen, dass die andere die gleiche Vorstellung damit verbindet wie sie selbst, da es sich um ein signifikantes Symbol handelt. „Sprache ermöglicht Kommunikation, indem sie die Beteiligten mit identischem Sinn versorgt.“ (ebda. S. 96)

Den Vorgang, anhand dessen wir unsere Umwelt einteilen, benennt Mead „Symbolisation“ - wir leben nicht nur in einer natürlichen Umwelt, sondern auch in einer symbolischen Umwelt. (Burkart 2002, S. 155f. nach Rose 1967, S. 267) Wie Burkart hervorhebt, ist diese Einteilung der Umwelt, in der wir leben, stark abhängig von der Kultur, in die wir hineingeboren werden. (vgl. Burkart 2002, S. 156) Jeder Kulturkreis bietet ein Set an Symbolen an, mit denen die Umwelt kategorisiert werden kann. Der Umstand, dass ein gewisser Teil unserer Umwelt als „Sessel“ bezeichnet werden kann, setzt voraus, dass andere Menschen in diesem Kreis und um uns herum dieses Objekt auf eine

gewisse Art behandeln und so eine gewisse Bedeutung definiert haben.

Wie aufgezeigt wurde, lebt der Mensch in einer symbolischen Umwelt, in der ihm Objekte begegnen, denen gegenüber er aufgrund der Bedeutungen handelt, die diese Objekte für ihn haben. Diese Bedeutungen ergeben sich aus der sozialen Interaktion mit anderen Individuen. Jedoch kann ein Mensch auch sich selbst betrachten und als Objekt sehen, das in Beziehung zu anderen Menschen steht. Der Mensch ist also fähig, sich seiner selbst „bewusst“ zu sein. Aus dieser Überlegung heraus soll der Begriff des „Selbst-Bewusstseins“ und die für den Symbolischen Interaktionismus wesentlichen Begriffe des „verallgemeinerten Anderen“, des „Selbst“, des „Spiegel Ichs“, der „Identität“ und des „I & Me Konzepts“ erläutert werden, die wesentlich für das eigene Selbstverständnis und die eigene Selbstdarstellung sind.

2.1 Selbst-Bewusstsein

Der Mensch ist fähig sich seiner selbst bewusst zu sein. Glockner versucht das anhand einer vergleichenden Herleitung zwischen Mensch und Tier zu verdeutlichen. (vgl. Glockner 1972, S. 9 ff.) Bei anfänglicher Betrachtung unterscheiden sich Menschen nur in geringem Ausmaß von den tierischen Mitbewohnern der Erde, „Auf den ersten Blick möchte man sogar sagen, daß (sic!) der tierische Organismus für den Daseinskampf und die Erhaltung der Art in höherem Grade spezialisiert sei als das zwar umfassend angelegte, aber nirgends perfekte Menschenwesen.“ (ebda., S. 9) Wahrnehmungsvorgänge und Merkfähigkeit sind in gleicher Weise vorhanden, beim Hören, Riechen, Schmecken, Sehen, Tasten und besonders bei der raschen Reaktionsfähigkeit wird der Mensch von vielen Tieren bei Weitem übertroffen. Tiere finden sich auch grundsätzlich in kürzerer Zeit in ihrer Umwelt zurecht, ein oben beschriebener, ausgeprägter Sozialisationsvorgang wie beim Menschen ist nicht notwendig. Dem Tier fehlt im Vergleich zum Menschen jedoch „(...) etwas Wesentliches, das jeder Mensch grundsätzlich besitzt, obwohl auch diese unsere spezifisch menschliche Fähigkeit erst nach und nach erwacht und zur Entfaltung gelangt.“ (ebda. S. 9) Glockner gesteht Tieren eine „animalisch-waches“ Bewusstsein zu, das über ein rein „pflanzliches Dasein“, bestehend aus Vegetation, Ernährung, Stoffwechsel, etc., hinausgeht – Tiere können Freude, Schmerz, Wohlbehagen, etc. empfinden und äußern und eine gewisse „Individualität“ an den Tag legen.

„Dagegen fehlt dem Tier grundsätzlich jene Steigerung des Bewußtseins (sic!) an sich, die eine qualitative Verwandlung der ganzen Mentalität bedeutet und jene Besonnenheit mit sich bringt, die wir uns als eine Verdopplung des Bewußtseins, als ein Bewußtsein des Bewußtseins, als eine das Bewußtsein begleitende Reflexion auf dieses Bewußtsein, eine

subjektive (innerliche) Erleuchtung des beim Tier nur objektiv (nach außen) gerichteten Bewußtseins vorzustellen gewöhnt haben. Wir sprechen in diesem Falle kurz vom Selbstbewußtsein (sic!) und es kann für ausgemacht gelten, daß (sic!) das Ich-sagen-Können den Besitz eines solchen Selbstbewußtseins prinzipiell anzeigt.“ (ebda., S. 10, Markierungen im Original)

Wichtig in der Unterscheidung von Mensch und Tier ist also, dass sich Menschen als „Ich“ erkennen und auch in der Lage sind, sich als „Ich“ zu benennen. Dabei ist jedoch hinzuzufügen, dass nicht das Wort „Ich“ an sich, sondern dessen Bedeutung das Entscheidende ist. „Ich ist der Inbegriff der Selbstbewußtseinsleistung (sic!), deren kein Tier fähig ist.“ (ebda., S. 10)

Der Mensch verfügt sowohl über ein „Bewusstsein“ als auch über ein „Selbstbewusstsein“, welches sich wesentlich von ersterem unterscheidet. (vgl. Geulen 1977, S. 115) Auf der Ebene des „Bewusstseins“ treten Gegenstände der Umwelt als unmittelbare und unproblematisierte Gegebenheiten auf. Es wird kein Unterschied zwischen der objektiven Realität und dem individuellen Subjekt gemacht. Individuelle subjektive Momente erscheinen nicht als solche, sondern „(...) gehen ungeschieden von den objektiven in die Gegebenheiten selbst ein“. (ebda., S. 115) Geulen bezeichnet diese als „privat-subjektiv“. Hingegen im „Selbstbewusstsein“ erkenne ich mich als von der Umwelt unterschiedenes Individuum, als „Subjekt“ - ich richte mein Bewusstsein auf mich. „Das Ich des Menschen kann also sowohl Subjekt als auch – für eben dieses Subjekt – Objekt sein.“ (ebda., S.115)

Eine wesentliche Überlegung ist nun, dass dieses Selbstbewusstsein nicht genetisch vorgegeben ist, sondern erst durch Erfahrungen sozialer Natur in der Interaktion mit Anderen entsteht. „Wie andere Objekte, so entwickelt sich auch das „Selbst-Objekt“ aus einem Prozess sozialer Interaktion, in dem andere Personen jemandem die eigene Person definieren.“ (Blumer 1973, S. 92) Das Selbst-Bewusstsein entspringt also sozialen Gegebenheiten. „Erst auf der Basis wechselseitiger Anerkennung bildet sich Selbstbewußtsein, das an der Spiegelung meiner im Bewußtsein eines anderen Subjektes festgemacht sein muß (sic!).“ (Habermas 1969, S.13)

Individuen haben die Fähigkeit, sich selbst in ihrer Umwelt als Objekt wahrzunehmen. Sie sehen sich, wie Blumer es ausdrückt, sozusagen als „Selbst-Objekt“ und reagieren auf dieses Objekt in Abstimmung mit anderen. „Diese Identität, die für sich selbst Objekt werden kann, ist im Grunde eine gesellschaftliche Struktur und erwächst aus der gesellschaftlichen Erfahrung.“ (Mead 1991, S. 182) Selbst-Bewusstsein und Identität entstehen also nur durch die Interaktion mit Anderen. Es gilt als Voraussetzung für gelingende Kommunikation, dass die Kommunikationspartner sich hierbei Zeichen bedienen, die für sie die gleiche Bedeutung haben. So ist sichergestellt, dass Ego seine Aussagen genauso aufnehmen kann, wie sie Alter aufnimmt, dass Ego also seinen Aussagen

gegenüber die gleiche Einstellung wie Alter einnehmen kann. Dieser auf sich selbst gerichtete Akt kann als „Selbstbewusstsein“ interpretiert werden. (vgl. Geulen 1973, S. 116) „Selbstbewußtsein (sic!) besteht demnach darin, sich bzw. seine Äußerungen von dem virtuell eingenommenen Standpunkt eines Anderen aus zu sehen.“ (ebda., S. 116) Raiser findet hier eine passende Formulierung: „Das Individuum ist ein Selbst, wenn es sich selbst zum Objekt seines eigenen Verhaltens geworden ist, wenn es sich selbst als einem anderen gegenübertritt und so seine Erfahrung als seine eigene identifizieren kann.“ (Raiser 1971, S. 122) Aus dieser Selbstbeobachtung als Objekt ergibt sich ein gewisses „Selbst-Bild“, welches in neuen Interaktionen anhand des Verhaltens von Anderen entweder bestätigt oder entsprechende modifiziert wird. (Geulen nach Shibutani 1973, S. 116) „Selbstbewusstsein ist ein Prozess, in dem sich das Individuum selbst zum Objekt seiner Wahrnehmung macht.“ (Abels 2004, S. 26) Durch innere Kommunikation sieht sich ein Individuum selbst zu und kann gleichermaßen zum Objekt und Subjekt seines Handelns werden, was ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal vom Mensch zum Tier ist. „Das Tier kann sich nicht zuschauen, wie es handelt. Diese Fähigkeit ist die Voraussetzung für die Entwicklung von Identität.“ (ebda., S. 26) In dieser Entwicklung von Identität können zwei soziale Phasen festgemacht werden, in denen ein Kind lernt, sich an größeren gesellschaftlichen Systemen zu orientieren und sich gleichzeitig seiner eigenen Identität mehr und mehr bewusst zu werden. Das soll im nächsten Kapitel nach Mead anhand der Tätigkeit des Spielens verdeutlicht werden. (vgl. ebda., S. 26)

2.2 Play und game

Das Selbst entsteht erst in der sozialen Entwicklung eines Menschen und ist einem nicht von Geburt an mitgegeben. „Das Selbst entsteht, wie der Geist und die Intelligenz, aus der Internalisierung des sozialen Prozesses.“ (Raiser 1971, S. 124) Sowohl die „Reflexivität“ des Selbst „Aber auch die Fähigkeit zu sprachlicher Kommunikation entwickelt sich allmählich im Zuge der Ausweitung und Differenzierung der sozialen Beziehungen des menschlichen Individuums.“ (ebda. S. 124) Diese Entwicklung beschreibt Raiser nach Mead in zwei Entwicklungsstufen: dem kindlichen Rollenspiel (play) und dem organisiertem Regelspiel (game). (vgl. Raiser 1971, S.125f.) Demnach ist es für das Spiel im Sinn von kindlichem Rollenspiel typisch, dass Kinder das Verhalten von Personen aus deren Umfeld nachmachen, also „nachspielen“. „Play“ ist die spielerische Interaktion des Kindes mit einem imaginären Partner, wobei das Kind beide Teile mimit.“ (Kaesler 2006, S. 178) Kinder versetzen sich in die Rolle der Mutter, wenn sie mit einer Puppe spielen, sie sind Räuber und Polizist zugleich oder sie nehmen die Rolle eines Verkäufers und Kunden ein. „Durch diese Form

des Spielens erwirbt das Kind die Fähigkeit zur Verhaltensantizipation: das Verhalten der Anderen wird durch Imitation repräsentiert und durch eigenes Komplementärverhalten ergänzt.“ (Becker 1993, S. 141) Im „play“ bringt das Kind „(...) innerhalb bestimmter Aspekte seiner sozialen Welt (Eltern-, Geschwisterbeziehung etc.) in sich selbst die Reaktionen Anderer auf sich selbst als soziales Objekt dieser Anderen hervor.“ (Jörissen 2000, S. 76) Es probiert soziale Situationen aus und interagiert in all diesen Spielvarianten mit, wie Raiser es nennt, „Phantasiegefährten“. (vgl. Raiser 1971, S. 125) „Das Kind sagt etwas in einer Eigenschaft und reagiert in einer anderen, worauf dann seine Reaktion in der zweiten Eigenschaft ein Reiz für es selbst in der ersteren Rolle ist, und so geht der Austausch weiter. So entwickelt sich in ihm und in seiner anderen, antwortenden Identität eine organisierte Struktur. Beide Identitäten pflegen einen Dialog mit Hilfe von Gesten.“ (Mead 1991, S. 193) Abels streicht in seinen Ausführungen die Wichtigkeit des letzten Nachsatzes bezogen auf die Gesten heraus: „Dieser Nachsatz ist sehr wichtig, denn Gesten unterscheiden sich (...) von Symbolen dadurch, dass sie bestimmte Reaktionen auslösen und keine Bedeutung haben, die auf etwas außerhalb der Situation verweisen würde.“ (Abels 2010a, S. 28) Die von den Kindern verwendeten Gesten sind also bewusst gesetzt und auf die Situation bezogen, also mit Intention versehen und passieren mit Absicht. Im freien Spiel lernt das Kind, mit anderen Identitäten umzugehen und sich auf sie einzulassen. So bekommt es nicht nur ein Gefühl für die Rolle der anderen, sondern auch für sich selbst, „(...) denn es vergewissert sich der Reaktionen der Anderen auf sein Verhalten und seiner eigenen Reaktion auf das Verhalten der Anderen.“ (ebda., S. 28) Durch die Identifikation mit Anderen bildet das Kind für sich eine Identität aus, die die Haltung der Anderen widerspiegelt. „Der Mensch wird, was seine signifikanten Anderen in ihn hineingelegt haben.“ (ebda., S.28 nach Berger u. Luckmann 1966, S. 142) „Play“ findet also im sozialen Umfeld des Kindes statt, da es sich an den Anderen orientiert, die ihm vertraut sind.

Demgegenüber stellt Mead den Begriff des „game“. Hierunter versteht Mead ein Spiel, „(...) das durch die geregelte Kooperation einer Mehrzahl von Spielern mit verschiedenen Funktionen, Rollen gekennzeichnet ist, also etwa ein Ballspiel wie Baseball. Jeder Teilnehmer eines solchen Spiels muß (sic!) die Funktionen aller anderen Spieler kennen, um sich richtig verhalten zu können.“ (Raiser 1971, S. 126) Um beispielsweise beim Fußball ein Tor zu erzielen, muss einem bekannt sein, dass es neben einem selbst auch noch andere Spieler gibt, die einen dabei unterstützen und es andererseits auch Spieler gibt, die das verhindern wollen. Außerdem muss man neben dem Ziel, ein Tor zu erzielen, auch andere Ziele verfolgen, zum Beispiel kein Gegentor zu bekommen. Man muss sein Verhalten also mit dem Verhalten anderer abgleichen, um diese Ziele zu erreichen. „Kurz: ich muss in jedem Augenblick meines Handelns die Gründe und Konsequenzen des Handelns aller Anderen oder vieler Anderen im Kopf haben.“ (Abels 2010a, S. 29) In der Stufe des „game“ wird

sich das Kind der Zusammenhänge zwischen den einzelnen Rollen bewusst, „(...) die im Unterschied zu der des „play“ durch regelgeleitetes Verhalten charakterisiert ist.“ (Becker 1993, S. 142) Im Unterschied zum „play“ muss das Kind sich im „game“ mit einem Gruppenziel identifizieren. Im „game“ wird es mit mehreren Rollen, die durch andere verkörpert werden, konfrontiert, die Einfluss auf das eigene Handeln haben, wohingegen beim „play“ nur einzelne Rollen nacheinander übernommen werden. Und weiters stellt es fest, dass das eigene Handeln vom Handeln der anderen abhängt und sein eigenes Handeln das der anderen beeinflusst. (vgl. ebda., S. 30f.) Mit dieser Übernahme von Rollen, wird man in seinem Leben laufend konfrontiert. „Was sich im Wettkampf abspielt, spielt sich im Leben des Kindes ständig ab. Es nimmt ständig die Haltungen der es umgebenden Personen ein, insbesondere die Rollen jener, die es beeinflussen oder von denen es abhängig ist.“ (Mead 1991, S. 202)

Um seine Identität auszubilden und in der Gesellschaft bestehen zu können, nimmt ein Individuum also Haltungen und Rollen der es umgebenden Personen ein. In Bezug auf diese Rollenübernahme orientiert sich das Individuum an zwei Instanzen, dem „generalisierten Anderen“ und dem „signifikanten Anderen“.

2.3 Der signifikante und der generalisierte Andere

Ist im „play“ die Beziehung zum „signifikanten Anderen“ wichtig, den Personen also, zu denen das Kind einen direkten Kontakt in seinem sozialen Umfeld hat, wird im „game“ der „generalisierte Andere“ tragend. Den Unterschied zwischen diesen beiden „Anderen“ verdeutlicht Abels mit einem Beispiel:

„Der Unterschied zwischen dem signifikanten Anderen und dem generalisierten Anderen kann man an einem Beispiel verdeutlichen: die Mutter B., die das Mädchen C. täglich erlebt, ist die signifikante Andere, die das Mädchen im Play nachahmt. Wenn das Mädchen C. sich seine Gedanken über die „neuen Mütter“ macht, die sich von ihren Kindern emanzipieren, dann orientiert sie sich an der generalisierten Anderen. Der generalisierte Andere ist das Bild, das „man“ in einer Gesellschaft von einer bestimmten Rolle oder einem bestimmten sozialen Zusammenhang hat. (...) Der generalisierte Andere ist also die Summe der generellen Haltungen, die man in einer konkreten Situation von allen Handelnden erwartet.“ (Abels 2010a, S. 31)

Die eigene Mutter, anhand derer das Kind das Verhalten einer Mutter erlernt, wird als „signifikanter Anderer“ bezeichnet. An diesem Konzept orientiert es sich, sobald es selbst „Mutter“ spielt und deren Handlungen im „Play“ kopiert beziehungsweise sich an deren Handlungen hält. Orientiert sich das Kind an neuen, anderen Müttern, so tut es das an dem „generalisierten Anderen“ und somit an dem Verständnis, dass die Gesellschaft von einer bestimmten Rolle hat. Der „generalisierte

Andere“ steht stellvertretend für alle Erwartungen, die von der Gesellschaft an einen herangetragen werden. Ein Kind entwickelt sich und seine Identität in seiner sozialen Umwelt. „Die Endstufe dieser Entwicklung ist nach Mead dann erreicht, wenn das Individuum die Rolle, den Standpunkt, die Perspektive nicht nur eines Mitmenschen, einer konkreten Person, sondern letztlich auch einer Körperschaft, Organisation, Institution wie Staat, Gesetz, Gemeinschaft, einnehmen kann.“ (Natanson 1979, S. 80 in Sprondel und Grathoff 1979) Der generalisierte Andere kann also als die Erwartungen aller oder als die Normen und Werte der Gesellschaft, die in einer bestimmten Situation oder Rolle relevant sind, bezeichnet werden. „Die Gesellschaft ist der umfassende generalisierte Andere.“ (Abels 2010a, S. 31) Dieser umfasst alle Normen und Werte, die das Funktionieren von kooperativen Handlungen garantieren. (Becker 1993, S. 143)

Ein Individuum kann in der Gesellschaft nur dann so agieren, dass ein gemeinsames Ziel erreicht wird, wenn es sich die an es herangetragenen Erwartungen, in Form des generalisierten Anderen, vor Augen führt. „Nur wenn das Individuum seine eigene Stellung mit einer Rolle, einer Position innerhalb des generalized other identifiziert, kann es sein Verhalten derart steuern, daß (sic!) es zum Gelingen der gemeinsamen Handlung beiträgt, weil es nur dann bestimmte, genau festgelegte Reaktionen der anderen vorhersehen und deren Verhaltenserwartungen antizipieren kann.“ (ebda. S. 146.) Um Verhaltenserwartungen erkennen zu können, bevor sie sozusagen geltend gemacht wurden, muss ein Individuum fähig sein, in die Rolle des Anderen zu schlüpfen.

„Die Rolle des Anderen einnehmen („taking the role of the other“) bezeichnet nunmehr auch die Antizipation seiner Verhaltenserwartung, die Übernahme seiner Einstellung im „Selbstgespräch“: denkend sieht sich der einzelne durch die bewußte (sic!) symbolvermittelte Übernahme der Rolle eines anderen aus dessen Perspektive.“ (ebda., S. 147)

In der Kommunikation mit sich selbst übernimmt ein Individuum also den Standpunkt und die Perspektive seines Gegenübers beziehungsweise des generalisierten Anderen. So kann er die an ihn gestellten Handlungserwartungen abschätzen und erfüllen. „Das Individuum wird sich selbst zum Objekt, wenn es sich aus der Perspektive des generalized other betrachtet.“ (ebda., S. 153) Diese Kommunikation benennt unter anderem Becker, wie oben angeführt, und auch Helle (vgl. 1977, S. 87) als „Selbstgespräch“. „Die bewußtseinsimmanente (sic!) Repräsentation der Verhaltenserwartungen anderer führt dazu, daß (sic!) sich im Individuum verschiedene Instanzen ausbilden.“ (Becker 1993, S. 153) Das Prinzip der Einnahme von anderen Standpunkten und anderen Perspektiven schafft nicht nur die Voraussetzung für den intersubjektiven Dialog von Individuen, sondern auch für den intraindividuellen Dialog und die Reflexion eines Individuums

nach innen. (vgl. Helle 1977, S. 87) Das Individuum hat die Fähigkeit im internen Dialog die vorherrschende Situation zu analysieren, zu interpretieren und anschließend darauf in angemessener Art und Weise zu reagieren. „Dies kann der sozialisierte Mensch deshalb, weil er die Gesellschaft in sich aufgenommen hat, weil die innere Struktur seines Selbst „sozial“ ist, weil sie den Dialog zwischen zwei Kontrahenten vorsieht: dem „I“ und dem „me“.“ (ebda., S. 87) Diese von Mead im Anschluss an James getroffene Unterscheidung (vgl. Raiser 1971, S. 128) soll in der Folge behandelt werden.

2.4 I und Me

Durch die formale Struktur des reflexiven Bewusstseinsaktes, des Selbstbewusstseins, werden innerhalb des Ich zwei Instanzen impliziert. (vgl. Geulen 1977, S. 117)

„Was dem Subjekt im Selbstbewußtsein (sic!) erscheint, ist ja schon Ergebnis der „Reflexion“ eines anderen, das schon vorher war und das somit notwendig vorausgesetzt werden muß; der Begriff der Reflexion selber impliziert ein ursprüngliches Moment, das „reflektiert“ wird, und ein zweites Moment, das als Folge der Reflexion erscheint.“ (ebda., S. 117)

Diesem Umstand hat Mead durch die Einführung der Begriffe des „I“ und des „me“ Rechnung getragen.

„Das „me“ ist eine internalisierte Vorstellung davon, wie man durch die Augen der anderen gesehen wird und welche Erwartungen an einen gerichtet werden.“ (Müller 2011, S. 37) Es werden also die Vorstellung der Erwartungen an einen selbst und der Einschätzungen des generalisierten Anderen unter diesem Begriff gesammelt. „Das „me“ ist das Bild, das man sich von sich selbst macht, wenn man sich vom Standpunkt seiner Alltagsumwelt aus betrachtet.“ (Helle 1977, S. 87) Mead umschreibt diesen Begriff wie folgt:

„Um Bewußtsein (sic!) zu erlangen, muß (sic!) man die Haltung des Anderen im eigenen Organismus haben, als Kontrollorgan für seine eigenen Handlungen. Den unmittelbaren Erfahrungsinhalt der eigenen Identität in Verbindung mit dieser Haltung nennen wir „ICH“. (Anm.: „ICH“ als Übersetzung von „me“, „Ich“ als Übersetzung von „I“) Das ist jene Identität, die sich in der Gemeinschaft halten kann, die in der Gemeinschaft insoweit anerkannt wird, als sie die anderen anerkennt. Diese Phase der Identität bezeichnete ich als „ICH“.“ (Mead 1968, S. 240)

Um sich seiner selbst bewusst zu werden, eben um „Bewusstsein zu erlangen“, muss das Individuum die Haltungen der anderen Gesellschaftsmitglieder auf sich beziehen und daraus seine

eigenen Handlungen ableiten. Mead bezeichnet die Haltungen der anderen als „Kontrollorgan“ für die eigenen Handlungen, sodass diese Identität in der Gemeinschaft bestehen kann. Er verwendet den Begriff des „me“, des „empirischen, objektivierbaren Selbst“, „(...) um zum Ausdruck zu bringen, dass die soziale Identität eines Menschen sich aus den verinnerlichten Reaktionen anderer auf unser Verhalten aufbaut.“ (Jung 2009, S. 235) Erst dadurch, dass wir mit anderen Menschen in Kontakt treten, bilden wir unsere Identität und unser Selbst aus. Durch Sozialisation hat das Individuum die Ansichten, die Normen und Werte der Gesellschaft, beziehungsweise die Gesellschaft selbst, „in sich aufgenommen“. (Helle 1977, S. 87) Somit kann es die Erwartungen, die dadurch an es gestellt werden, erkennen und die Standpunkte der anderen Individuen virtuell einnehmen. „Die Haltungen und Reaktionen des Gegenübers, ob einzelner oder Gruppe, werden vom Individuum antizipiert und kontrollieren sein tatsächliches Verhalten. Selbstbewußtes (sic!) Handeln ist dadurch möglich, daß (sic!) der andere mit seinen Reaktionen im Individuum repräsentiert ist.“ (Raiser 1971, S. 129) Da es unterschiedliche Gruppen gibt, die unterschiedliche Erwartungen an einen herantragen, gibt es mehrere „mes“. „Alle unterschiedlichen "mes" gemeinsam bilden das soziale Selbst bzw. die soziale Identität.“ (Müller 2011, S. 37) Außerdem ist das „me“ „(...) dem Individuum als reflektierender Teil der Identität bewusst.“ (ebda. S. 37), somit ist die Voraussetzung des intraindividuellen Dialogs gegeben. Das „me“ ist weiters „(...) ein von Konventionen und Gewohnheiten gelenktes Wesen.“ (Mead 1968, S. 241) Es gibt der Identität des Individuums Stabilität und ermöglicht den anderen Mitgliedern der Gesellschaft die Handlungen des jeweils Anderen bis zu einem gewissen Grad berechnen zu können.

Demgegenüber steht der Teil der Identität, den Mead als „I“ bezeichnet hat: „Im Gegensatz dazu (Anm.: dem „me“) kann das "I" als das spontane und triebhafte Element der Identität verstanden werden, welches nie völlig kontrolliert werden kann.“ (Müller 2011, S. 37) Es führt zu neuen Handlungen und begründet das subjektive Bewusstsein von Freiheit. (vgl. Geulen 1977, S. 117) Das Vorhandensein des „I“ ermöglicht den Menschen Kreativität und neuartige Gedanken. „Das „I“ steht immer für die spontane und kreative, mithin unberechenbare und nicht voraussagbare Seite des Subjekts.“ (Garz 2008, S. 47) Somit ist die Reaktion des „I“ bis zu einem gewissen Grad nicht vorhersehbar. Darauf ist auch zurückzuführen, dass man sich selbst mit seinen Reaktionen, Handlungen und Taten überraschen kann, dass man sich nie seiner selbst ganz bewusst sein kann. „Die Handlung des „I“ ist etwas, dessen Natur wir im Vorhinein nicht bestimmen können (...) Das „I“ liefert das Gefühl der Freiheit, der Initiative.“ (ebda., S. 47 nach Mead 1968, S. 221)

Das „I“ ist als solches nicht unmittelbar objektivierbar und nicht vorhersagbar, da es durch jede Objektivierung schon zu einem „me“ werden würde. (vgl. Geulen 1977, S. 117) Das „I“ ermöglicht also freie Initiativen und innovatorisches Verhalten, „(...) seiner Spontanität entspricht aber auch die

Flüchtigkeit seines Auftretens: Kaum meldet es seine Ansprüche an, schon wird es als Erinnerung an diesen oder jenen emotionalen Impuls und dessen Verarbeitung Bestandteil des „me“.“ (Helle 1977, S. 88) Raiser erläutert das „I“ anhand des „me“ und stellt die beiden Begriffe gegenüber:

„Ist das „I“ der Prozeßaspekt (sic!) des Selbst, so bezeichnet das „me“ den Strukturaspekt; kann das „me“ als Repräsentant der Gesellschaft im Individuum angesehen werden, als Verkörperung ihrer Traditionen und Ordnungen, so muß das „I“ als Repräsentant des biologischen Individuums verstanden werden. Steht das „me“ für den Aspekt der Notwendigkeit, der allgemeinen Form, so steht das „I“ für den Aspekt der Freiheit und der immer neuen Möglichkeit.“ (Raiser 1971, S. 131)

Diese neuen Möglichkeiten eines stark ausgeprägten „I“ führt Künstler dazu, neue Kreationen zu schaffen und treibt Wissenschaftler zu neuen Erkenntnissen. „Es (Anm.: das „I“) ermöglicht den Menschen ein Stück Willensfreiheit und Kreativität.“ (Müller 2011, S. 37) Demgegenüber steht das „me“, das dem „I“ die Form gibt. „Neue Entwicklungen finden in den Aktionen des „I“ statt, die Struktur aber, die Form des Selbst, ist konventionell geprägt.“ (Mead 1968, S. 253) Das „me“ verhält sich ähnlich einem „Zensor“, der den zulässigen Ausdruck und die Bühne bestimmt und dann das „Stichwort“ gibt. (vgl. Garz 2008, S. 48 nach Mead 1968, S. 253) Das „me“ fungiert sozusagen als Kontrollorgan, welches die spontanen und eventuell gesellschaftlich missbilligten Ausbrüche des „I“ nicht unvermittelt wiedergibt, sondern sie reflektiert, auf ihre Konformität mit den Werten und Normen der Gesellschaft prüft und anschließend in angepasster und angemessener Form nach außen trägt. „I und Me stehen im ständigen Dialog, wobei ersteres die Spontaneität (...), letzteres die Erwartungen und Kontrolle der Gesellschaft (generalized other) vertritt. Identität (...) entsteht, wenn das I sich der Grenzen, die ihm durch das Me gesetzt sind, bewußt (sic!) wird und aus diesem Bewußtsein (sic!) handelt.“ (Mühlbauer 1980, S. 21)

Das Wechselspiel zwischen „I“ und „Me“, zwischen Freiheit und Determination beschreibt Mead an einem Beispiel: „Wir beobachten den Sturz einer anderen Person voller Sorge und helfen dieser Person, so gut wir können. Hier zeigt sich die soziale Haltung des „Me“. Es war aber auch lustig, den Sturz mitanzusehen, und man muss sich das Lachen unterdrücken. Darin zeigt sich die naive Haltung des „I“ dem die Situation Spaß macht.“ (Garz 2008, S. 47) Das Handeln von Menschen kann aus der Interaktion zwischen „I“ und „me“ erklärt werden. „Bevor es zu einer beobachtbaren äußeren Handlung des Individuums kommt, kommt es zu einer Serie von I-me-Konfrontationen: führt ein spontaner Impuls des I nicht unmittelbar zu einer äußeren Handlung, wird er ein Bild (image), d.h. ein me transformiert, auf das das I erneut reagiert.“ (Becker 1993, S. 155)

In seiner Entwicklung führen „I“ und „me“ Dialoge und das in einem ständigen Kreislauf. Immer wieder werden Erfahrungen gemacht und Handlungen neu bewertet. „Im Laufe der Sozialisation

macht das Individuum immer neue soziale Erfahrungen, was auch bedeutet, dass es neue Identifikationen durch Andere erfährt und selbst neue Identifikationen vornimmt. Es nimmt zahllose Standpunkte vieler Anderer ein, was auch Standpunkte zu sich selbst einschließt.“ (Abels 2010a, S. 35) Die dadurch entstehenden, verschiedenen „mes“, oder nach Abels „reflektierten Ichs“, werden zahlreicher und differenzieren sich immer mehr voneinander. Teilweise widersprechen sie einander, wenn zum Beispiel Klassenkameraden einen anders sehen als die eigenen Eltern oder Arbeitskollegen einen anderen Eindruck von einem haben, als Freunde. (vgl. ebda., S. 34)

Diese unterschiedlichen und teils widersprüchlichen Elemente der Persönlichkeit werden unter dem Dach des „Self“ gesammelt. „Die verschiedenen reflektierten Ichs „müssen, wenn konsistentes Verhalten überhaupt möglich sein soll, zu einem einheitlichen Selbstbild synthetisiert werden. Gelingt diese Synthetisierung, dann entsteht das self.“ (Abels 2010a, S. 35f nach Joas 1991, S. 139) Dieses „self“ steht für eine „(...) Ich-Identität als einheitliche und doch auf die Verständigung mit stufenweise immer mehr Partnern hin offene und flexible Selbstbewertung und Handlungsorientierung; zugleich entwickelt sich eine stabile, ihrer Bedürfnisse sichere Persönlichkeitsstruktur.“ (Kaesler 2006, S. 178) Um nach außen hin also als konsistent wahrgenommen zu werden, muss das Individuum alle „mes“ erfolgreich miteinander verbinden. „Das Selbst ("Self") stellt die übergreifende Organisation hinsichtlich Widersprüchlichkeiten zwischen den unterschiedlichen sozialen "mes" und dem personalen "I" dar.“ (Müller 2011, S. 37f.)

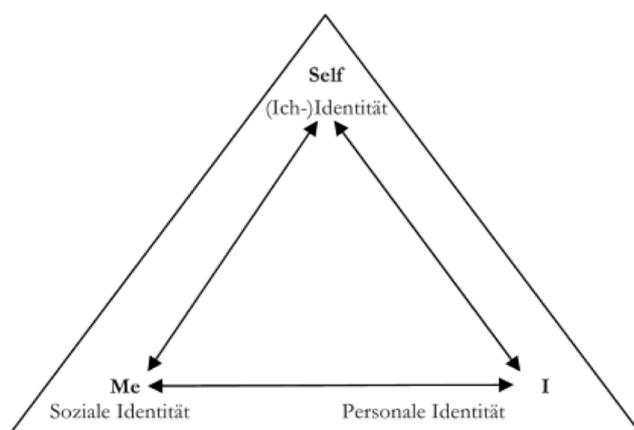


Abbildung 1: Konstitution der Identität (Self) nach Mead (Müller 2009, S. 37)

Im „Self“ sind alle hypothetischen Handlungsmöglichkeiten des Individuums, die es im Laufe seiner Biographie reflektiert hat, gespeichert und ein Individuum ist fähig, auf all diese Haltungen zurückzugreifen. „Das handelnde Ich erinnert sich vergangener Reaktionen der Anderen auf vergleichbares Handeln und der eigenen auf diese und antizipiert mögliche Reaktionen der aktuellen Anderen und eigene Reaktionen auf diese.“ (Abels 2010b, S. 274) Das „I“ reagiert im

kognitiven Prozess auf das „me“, welches aus den Haltungen der anderen den eigenen Handlungen gegenüber entsteht. Die Handlungen, die vom „I“ ausgeführt werden, sind nicht vorhersehbar, da das „I“ ein kreatives Potential birgt, mit dem sich das Individuum selbst überraschen kann. Nachdem die Handlung abgeschlossen ist, tritt das „I“ als „me“ in der Erfahrung auf und aufgrund der Reaktionen der anderen setzt ein neuer Reflexionsprozess ein. (vgl. ebda., S. 105) „Die Handlung wird bewertet und geht als Erfahrungszuwachs in die Identität („Self“) ein.“ (ebda., S. 105)

Das „I“ und das „me“ des Individuums, unter dem Dach des „Self“, orientieren sich also an den Reaktionen und Handlungen der anderen Mitglieder einer Gesellschaft; ein Individuum „spiegelt“ sich sozusagen in den Haltungen der anderen. Cooley hat hierfür den Begriff des „Spiegel-Ich“ eingeführt.

2.5 Spiegel-Ich

Dieses Konzept geht auf Charles Horton Cooley zurück, der es bereits in seinem 1902 erschienenen Werk „Human Nature and the Social Order“ näher erläuterte und auf das auch Mead in seiner Arbeit zurückkommt. Cooley sah Kommunikation als wichtig für die Ausbildung einer Gesellschaft und als Instrument der Sozialisation eines Individuums an und bezeichnete sie „(...) als den Mechanismus, durch den menschliche Beziehungen existieren und sich entwickeln („communication“ schafft „community“).“ (Mikl-Horke 2001, S. 191) Die soziale Evolution sei laut Cooley „von der Entwicklung der symbolischen Fähigkeiten von Individuen im gesellschaftlichen Austausch“ abhängig. (vgl. ebda., S. 191) „Im Kommunikationsprozeß komme es zum Austausch von Vorstellungen, die die Menschen voneinander haben, und das Selbst entstehe in diesem Prozeß (sic!) als Erfahrung seiner selbst durch die Wahrnehmung der Einstellungen der anderen.“ (ebda., S. 191) Die Identität des Menschen muss als „gesellschaftlich erzeugte Instanz“ verstanden werden. (Esser 2001, S. 348)

"Sie entsteht erst dadurch, daß (sic!) sich die zur Disposition gestellten Selbsthypothesen in der Interaktion mit anderen Akteuren in persönlichen Begegnungen "bewähren". Die Hypothesen bewähren sich, wenn die anderen Akteure in ihren Reaktionen das vermutete Selbst spiegeln und sich und den anderen über alle möglichen Signale anzeigen, daß (sic) dies auch wirklich das Bild ist, das sie sich von ihm machen." (ebda., S. 348f.)

Das Individuum hat also gewisse Vorstellungen, wie es auf andere wirkt und wie das eigene Selbst bei anderen ankommt. Diese Vorstellungen bezeichnet Esser als „Selbsthypothesen“. In der Interaktion mit anderen Individuen überprüft man dann, ob diese gemäß der eigenen Vorstellungen

auf einen selbst reagieren. Das Selbst entsteht also dadurch, dass man die Einstellung der einen umgebenden Individuen wahrnimmt und sie reflektiert. „Das Verhalten des Einzelnen wird hier hauptsächlich durch unmittelbare Bekundung der Billigung oder Mißbilligung der Gruppe bestimmt. (...) Was wir das „Selbst“ nennen, ist durch die Teilnahme an sozialen Gruppen erworben.“ (Bernsdorf 1980, S. 84) Für Cooley sind die Begriffe „Individuum“ und „Gesellschaft“ nicht voneinander getrennt, sondern unmittelbar miteinander verbunden (vgl. Helle 1977, S. 55); diese beiden Begriffe sind für ihn „zwei Seiten derselben Münze“. (Bernsdorf 1980, S. 84)

Der Mensch kann über sich selbst nur aus der außenstehenden Sichtweise einer Gruppe und über die Gruppe nur aus der inneren Sichtweise seines Individualbewusstseins nachdenken. „Sein Selbst entfaltet sich deshalb aufgrund der fortwährenden Frage danach, wie er wohl aus der Sicht der signifikanten Anderen erscheint.“ (Helle 1977, S. 55) Cooley hat das Konzept des „gesellschaftlichen Selbst“ aufgegriffen „(...) und zu seinem Konzept des Spiegel-Selbst (looking glass self) weiterentwickelt und präzisiert. Dieser Begriff beschreibt den Prozess, mittels dessen Personen durch den Austausch von Gesten eine Vorstellung ihrer selbst erwerben (...)“ (Oesterdiekhoff 2001, S. 134) Ein Individuum schreibt anderen Individuen gewisse, auf sich bezogene Einstellungen zu, aufgrund derer der Einzelne seine Einstellung zu sich selbst erlangt und somit auch seine sozialen Beziehungen prägt. „Darum schauen wir in den Spiegel, weil wir uns dann am ehesten vorstellen können, mit welchen Augen uns die anderen sehen.“ (Helle 1977, S. 55) „So in imagination we perceive in another's mind some thought of our appearance, manners, aims, deeds, character, friends, and so on, and are variously affected by it.“ (Cooley 2009, S. 184) In der eigenen Vorstellung sieht sich das Individuum also sozusagen in den Spiegel und stellt sich vor, welches Bild den anderen von einem Selbst erscheint. „Das Selbst entsteht demnach aus dem, was wir denken, was andere über uns denken und formt unsere eigenen Bewertungen als eine Art „self-idea“.“ (Marx 2001, S. 43) Diese „self-idea“, diese Vorstellung eines Individuums von sich selbst, enthält laut Cooley drei Hauptelemente:

„the imagination of our appearance to the other person;
the imagination of his judgement of that appearance,
and some sort of self-feeling, such as pride or mortification.“
Cooley 2009, S. 184)

Individuen stellen sich also vor, welchen Eindruck sie auf die andere Person machen, überlegen sich wie diese andere Person diesen Eindruck bewertet, und reflektieren, wie sie diese Bewertung emotional einstufen. Das „Spiegel-Ich“, diese „self-idea“ beschreibt den Prozess, der Personen eine Vorstellung von sich selbst gibt, „(...) in dem sie sich erstens eine Meinung über ihre Erscheinung

gegenüber anderen bilden, in dem sie sich zweitens das Urteil anderer über ihre Erscheinung vorstellen und in dem sie drittens eine emotionale Haltung zu diesen Vorstellungen einnehmen.“ (Oesterdiekhoff 2001, S. 134) Diese Vorstellungen, „(...) die Menschen wechselseitig von sich und ihrer Situation und Umwelt haben (...)“, bezeichnete Cooley als die „harten Tatsachen“ mit denen es die Soziologie zu tun hat. (vgl. Mikl-Horke 2001, S. 191) Schon bei kleinen Kindern ist die Entwicklung der „self-Idea“, des Selbstgefühls und des „Spiegel-Ich“ in Interaktion mit anderen zu beobachten. Bereits sehr junge Kinder versuchen offenkundig und absichtlich Aufmerksamkeit auf sich zu lenken und schon einmal bei den Erwachsenen erreichte Reaktionen wieder auszulösen, um sich so einer gewissen Stabilität zu versichern. (vgl. Helle 1977, S. 56) „Allgemein beschäftigen sich junge Leute lebhaft damit, herauszufinden, was andere von ihnen denken.“ (ebda., S.56) Helle bezieht sich hier auf Cooley: „The young performer soon learns to be different things to different people, showing that he begins to apprehend personality and to foresee its operation.“ (Cooley 2009, S. 197) Der Mensch lernt erst später, dass ein Buhlen um Aufmerksamkeit und ein zu offensichtliches Bemühen um Anerkennung als schwächlich und unterwürfig gilt. (Helle 1977, S. 56)

Helle hat die Beziehung zwischen dem Individuum und der Gesellschaft auf Basis der persönlichen Beziehungen zwischen Individuen betrachtet. Dabei prägte er den Begriff der „Primärgruppe“. Mit dieser Bezeichnung beschreibt er den Gruppentypus, „(...) der dem Individuum am frühesten und umfassendsten Erfahrung der sozialen Wirklichkeit vermittelt, relativ stabile emotionale Beziehungen erlaubt und in dessen Interaktionsabläufen eine auf Gegenseitigkeit und Bindung ausgelegte Orientierung vorherrscht gegenüber einer instrumentellen und zweckgerichteten.“ (Amann 1996, S. 183 nach Cooley 1909) Als solche Primärgruppen bezeichnet er etwa die Familie, Spielgruppen oder etwa die Nachbarschaft. (vgl. Lange 2010, S. 77) Die Familien und Gleichaltrigengruppen („peer-groups“) von Kindern und Jugendlichen und der Nachbarschaft und Gemeinde bezeichnet Cooley als „intimate face-to-face association and cooperation“. (Amann 1996, S. 183 nach Cooley 1909) Dort werden dem Individuum die ersten Sozialkontakte vermittelt, mittels derer es die ersten Facetten seines sozialen Ichs entwickeln kann. „Primärgruppen sind jene Kleingruppen, denen Menschen zur Vermittlung primärer Sozialkontakte und zur Herausbildung ihres (sozialen) Ichs angehören; (...)“ (Schäfers 1999, S. 181) Als Merkmal von Primärgruppen ist unter anderem zu nennen, das die Kommunikation innerhalb dieser Gruppen „von Angesicht zu Angesicht“, anders formuliert, als „face-to-face Kommunikation“ stattfindet. (Rühl 2008, S. 168) Neben der Funktion der frühen Sozialisation des Individuums haben Primärgruppen noch andere nützliche Aspekte für das Individuum. Primärgruppen bieten nämlich „(...) über die Phase der primären Sozialisation und sozialen Integration hinaus, eine kontinuierliche Möglichkeit der

Identitäts-Behauptung, der intimen und spontanen Sozialbeziehungen und der Entlastung von den Anforderungen sekundärer Gruppen." (Schäfers 1999, S. 181) Innerhalb der primären Gruppen hat der Mensch also die Möglichkeit, seine Identität laufend zu behaupten und auch einen Platz, um sich von den Anforderungen der, wie Cooley sie bezeichnet, „sekundären Gruppen“ zu erholen. „Sekundärgruppen sind dann vor allem jene, die durch rationale Zielsetzung und aufgabenorientierte Rollenelemente gekennzeichnet sind - der ganz große Bereich gesellschaftlicher Organisationen.“ (Amann 1996, S. 183f.) Der Primärgruppe gegenüber „(...) sind alle komplexeren Großstrukturen der Gesellschaft auch insofern sekundär, als der Makrobereich dem Wandel unterliegt, während die Primärgruppe sich nicht verändert (...)“. (Helle 1977, S. 57) Die Primärgruppe bietet dem Individuum also Sicherheit und Rückhalt und bestimmt die Identität eines Individuums zu einem Großteil. Individuen interagieren laufend mit den sie umgebenden Primärgruppen und entwickeln dabei also ihre Identität. Mead beschreibt hierbei neben dem „I“ und „me“ noch eine weitere Phase der Identität, nämlich die der „(...) Verwirklichung der Identität innerhalb der gesellschaftlichen Situation, aus der heraus sie entsteht.“ (Mead 1968, S. 244) Die Identität tritt in der Erfahrung wesentlich als „me“ mit der Organisation der Gesellschaft auf und jede Identität wird erst durch die Beziehungen zu anderen Mitgliedern der Gesellschaft gebildet. Obwohl alle Individuen ihre Identität in den gleichen gesellschaftlichen Strukturen ausbilden und diese durch den gesellschaftlichen Prozess bestimmt wird, ist es laut Mead jedoch leicht damit zu vereinbaren, dass „(...) jede einzelne Identität ihre eigene spezifische Individualität, ihre eigenen einzigartigen Merkmale hat, (...)“. (ebda., S. 245) Jede einzelne Identität spiegelt innerhalb dieses Prozesses andere Aspekte der gesellschaftlichen Struktur als jede andere Identität und formt so ihre somit einzigartige Position. In manchen Beziehungen kann man das Verhalten eines Individuums vorhersehen, zum Beispiel muss es gewisse Regeln einhalten, um Mitglied der Gesellschaft zu bleiben, dennoch geht das „I“ erst nach einer vollzogener Handlung wahrhaftig in der wahren Identität auf. Wie bereits ausgeführt kann man die Handlungen des „I“ nicht immer vorhersagen und es beinhaltet „kreatives Potential“.

Die Möglichkeiten des "Ich" (Anm. "I") gehören zu den tatsächlichen Ereignissen und machen in gewissem Sinn den faszinierendsten Teil unserer Erfahrung aus. In diesem Bereich finden neue Entwicklungen statt, und hier liegen unsere wichtigsten Werte. Wir versuchen ständig, diese Identität zu verwirklichen." (Mead 1968, S. 248)

Das Individuum stimmt seine Handlungen zwar in sich selbst im Dialog zwischen „I“ und „me“ miteinander ab, jedoch kann es sich durch seine Handlungen selbst überraschen. Dies passiert dann, wenn das „I“ einen neuen, zuvor nicht bedachten Aspekt in die Handlung einbringt. Hier sei wieder

auf das Beispiel von oben verwiesen, in dem man einen Sturz einer anderen Person beobachtet. Obwohl man den Sturz vielleicht lustig gefunden hat („I“), wird sich vermutlich die „soziale Haltung“ des Individuums durchsetzen („me“) und man wird dem Gestürzten nach bestem Wissen und Gewissen helfen. (vgl. Garz 2008, S. 47) In diesen „I-me-Konfrontationen“ kann es also passieren, dass ein spontaner Impuls des „I“ nicht direkt zur äußeren Handlung wird (vgl. Becker 1993, S. 155), dennoch versuchen wir unser „I“ durchzusetzen und so unsere Identität zu verwirklichen. "Da es sich um eine gesellschaftliche Identität handelt, wird sie in ihrer Beziehung zu anderen verwirklicht." (Mead 1968, S. 248) Die anderen Mitglieder der Gesellschaft sollen die eigene Identität anerkennen, „(...) um jene Werte zugeschrieben zu bekommen, die wir ihr gerne zugeschrieben sehen möchten.“ (ebda., S. 248)

Wie oben bereits kurz angesprochen ist es für den Menschen wichtig seine Identität zu verwirklichen. Bereits bei Kindern kann man beobachten, dass sie offenkundig und absichtlich Aufmerksamkeit auf sich lenken wollen und „Allgemein beschäftigen sich junge Leute lebhaft damit, herauszufinden, was andere von ihnen denken.“ (ebda., S. 56) Durch die technologische Entwicklung und das Aufkommen des Web 2.0 wird einem Individuum mehr Möglichkeit zur Selbstdarstellung geboten denn je. Bevor diese Technologie und die durchaus damit verbundenen Risiken und Gefahren für die eigene Privatsphäre zum Thema werden sollen, soll vorher noch auf den Begriff der „Selbstdarstellung“ eingegangen werden.

3. Selbstdarstellung

*3.2 Millionen Österreicher sind auf Facebook registriert.
(socialmediaradar.com 2013, [Online])*

Die Literatur stützt sich bei diesem Thema besonders auf die Forschung von Erving Goffman, der sich mit diesem Feld sehr eingehend befasst hat. Seine Arbeit „Wir alle spielen Theater – Die Selbstdarstellung im Alltag“ legt in vieler Hinsicht den theoretischen Grundstein dieses Konzepts, auf das auch in der vorliegenden Arbeit, unter anderem auch anhand des Webprojekts „koloss – Klassiker der Soziologie & Kommunikationswissenschaft“ des Instituts für Kommunikationswissenschaft der Universität Duisburg-Essen, kurz eingegangen werden soll um den Weg hin zur Selbstdarstellung in Social Networks und der damit verbundenen Privatsphären-Frage zu finden.

Am Anfang seiner Überlegungen zitiert Goffman den amerikanischen Soziologen Robert Ezra Park:

"Es ist wohl kein historischer Zufall, dass das Wort Person in seiner ursprünglichen Bedeutung eine Maske bezeichnet. Darin liegt eher eine Anerkennung der Tatsache, dass jedermann überall und immer mehr oder weniger bewußt (sic!) eine Rolle spielt (...) In diesen Rollen erkennen wir einander, in diesen Rollen erkennen wir uns selbst." (Goffman 1973, S. 21 nach Park 1950, S. 249f.)

Jedes Individuum ist also permanent dazu gezwungen, eine Rolle zu spielen und eine Maske zu tragen. Dies geschieht mehr oder weniger bewusst und diese Rollen ermöglichen es, dass wir uns in der Gesellschaft zurechtfinden beziehungsweise, dass wir in die Gesellschaft passen und uns selbst in den Rollen, die wir verkörpern, erkennen. Goffman zitiert weiter:

„In einem gewissen Sinne und insoweit diese Maske das Bild darstellt, das wir uns von uns selbst geschaffen haben - die Rolle, die wir zu erfüllen trachten - ist die Maske unser wahreres Selbst: das Selbst, das wir sein möchten. Schließlich wird die Vorstellung unserer Rolle zu unserer zweiten Natur und zu einem integralen Teil unserer Persönlichkeit. (ebda., S. 21 nach Park 1950, S. 249f.)

Die Rolle, die die Individuen in ihrem Leben spielen und die Maske, die sie dabei tragen, haben sie sich selbst geschaffen und demnach ist es ein Ziel von Individuen, diese Rolle auch zu erfüllen. In gewisser Weise repräsentiert die Rolle die wir spielen das, was wir gern sein möchten, was wir als unser Selbst definieren und anstreben. So wird die Vorstellung, die wir von unserer Rolle haben, zu einer „zweiten Natur“ und so zu einem wesentlichen Bestandteil unserer Persönlichkeit. „Wir kommen als Individuen zur Welt, bauen einen Charakter auf und werden Personen." (ebda., S. 21 nach Park 1950, S. 249f.) Als Beispiel hierfür beschreibt Goffman das Verhalten eines Soldaten. Als junger Rekrut hält sich der Soldat an die vorgegebenen Regeln des Militärapparats, um physischen Strafen zu entgehen. Im Lauf der Zeit jedoch hält ein Soldat die Regeln nicht nur zum eigenen Schutz ein, sondern um keine Schande über seine Kompanie zu bringen und den Respekt seiner Vorgesetzten zu gewinnen.

Die Goffmanschen Begriffe und Überlegungen sollen nun in Folge kurz skizziert werden, da sie in Zeiten von Social Network Profilen und der dadurch um ein Vielfaches erhöhten Möglichkeiten der Selbstdarstellung noch mehr an Bedeutung gewonnen haben.

In seinem oben angeführten Werk beschreibt Goffman die soziale Welt am Modell des Theaters. „Hier wie dort spielt sich ein Geschehen auf einer Bühne ab, an dem grundlegend Darsteller, die eine Rolle spielen, und Zuschauer, die sich der Darstellung in Aufmerksamkeit zuwenden, beteiligt sind.“ (koloss 2012, [Online]) Die Gesichtspunkte, unter denen Goffman sein Modell erarbeitet hat, sind die einer Theatervorstellung, also von der Dramaturgie abgeleitet, (vgl. Goffman 1969, S. 3) weshalb seine Perspektive „(...) als „dramaturgischer Ansatz“ und das spezifische soziale Handeln,

das ihn interessiert, (...) als „dramaturgisches Handeln“ bezeichnet werden (kann) (vgl. Habermas 1981, 135 ff.).“ (koloss 2012, [Online]) Dieses Modell hat jedoch, wie auch Goffman zugibt, seine Grenzen, da sich die Welt des Theaters von der realen sozialen Welt in zwei Punkten maßgeblich unterscheidet, und zwar zum Einen in struktureller Hinsicht und zum Anderen auf der Realitätsebene. Zum Unterschied zur Realitätsebene schreibt Goffman:

„Eine Handlung, die im Theater inszeniert wird, ist zugestandenermaßen eine künstliche Illusion; anders als im Alltagsleben kann den gezeigten Charakteren nichts Wirkliches oder Reales geschehen – obgleich natürlich auf einer anderen Ebene dem Ansehen der Darsteller, deren Alltagsaufgabe es ist, Theatervorstellungen zu geben, etwas Wirkliches und Reales zustoßen kann.“ (Goffman 1969, S. 232)

Theatervorstellungen sind lediglich inszenierte Sachverhalte, die auf die Darsteller im „realen“ Leben keinen Einfluss haben. Hingegen in der Realität werden die Handlungen einer Person immer direkt mit Reaktionen der anderen Individuen beantwortet und haben direkten Einfluss auf die tatsächliche Gefühlswelt des „Darstellers“. Der wesentliche Unterschied des Theaters und des realen Lebens auf struktureller Ebene besteht darin, dass im Theater drei Interaktionspartner, im realen Leben jedoch nur zwei an den Handlungen beteiligt sind.

„Auf der Bühne stellt sich ein Schauspieler in der Verkleidung eines Charakters vor anderen Charakteren dar, die wiederum von Schauspielern gespielt werden; das Publikum ist der dritte Partner innerhalb der Interaktion – ein wichtiger Partner, und dennoch einer, der nicht da wäre, wenn die Vorstellung Wirklichkeit wäre. Im wirklichen Leben sind die drei Partner auf zwei reduziert; die Rolle, die ein Einzelner spielt, ist auf die Rollen abgestimmt, die andere spielen; aber diese anderen bilden zugleich das Publikum.“ (Goffman 1969, S. 3)

Diejenigen, die einem Individuum in einer sozialen Situation gegenüberstehen, bilden solange das Publikum, solange der Darsteller „(...) Interaktionsbeiträge liefert und so die Situation für eine gewisse Zeit dominiert.“ (koloss 2012, [Online]) Das Gegenüber des Darstellers ist also in der realen sozialen Situation nicht nur der Interaktionspartner, sondern hat auch gleichzeitig die Rolle des Publikums inne, das sich seine Meinung über das Dargebotene und über den Darsteller bildet. Die Funktionsrollen in der Situation können jedoch wechseln und so ist jeder Teilnehmer an der Situation einmal Sprecher und einmal Hörer, einmal Darsteller und einmal Zuschauer. (vgl. ebda.)

Obwohl diese beiden beschriebenen Unterschiede des Theaters zur realen sozialen Welt vorhanden sind, ist das Theatermodell zur Beschreibung gut einsetzbar. Denn die beiden Situationen (Theater und Wirklichkeit) unterscheiden sich nur durch den Realitätsgehalt voneinander, die Techniken, die die Darsteller in beiden Situationen einsetzen müssen, um bei ihrem Publikum spezifische

Eindrücke hervorzurufen, sind die gleichen. (vgl. ebda.)

Wenn Individuen miteinander interagieren, „(...) stellen sich die einzelnen Beteiligten dar, indem sie durch die Verwendung von Ausdrucksmitteln versuchen, bei ihren Gegenübern einen bestimmten Eindruck von sich und der Situation zu erzeugen.“ (ebda.) Laut Goffman kann eine Interaktion, das heißt eine „unmittelbare Interaktion“, als „(...) der wechselseitige Einfluß (sic!) von Individuen untereinander auf ihre Handlungen während ihrer unmittelbaren physischen Anwesenheit definiert werden.“ (Goffman 1969, S. 18) Eine Darstellung, im englischen Original gemäß der Theater-Diktion als „performance“ bezeichnet, definiert er als „(...) die Gesamttätigkeit eines bestimmten Teilnehmers an einer bestimmten Situation (...) die dazu dient, die anderen Teilnehmer in irgendeiner Weise zu beeinflussen.“ (ebda., S. 18) Dabei entlehnt Goffman einen weiteren Begriff aus der Theaterwelt, nämlich den der Rolle, die ein Individuum spielt, wenn es mit anderen Individuen interagiert. Im klassischen soziologischen Sinn werden „Rollen“ als ein Set von Verhaltenserwartungen, die an bestimmte soziale Positionen geknüpft sind definiert. (koloss 2012, [Online]) Goffman bezeichnet den Begriff „Rolle“ als „(...) vorbestimmtes Handlungsmuster, das sich während einer Darstellung entfaltet und auch bei anderen Gelegenheiten vorgeführt oder durchgespielt werden kann.“ (Goffman 1969, S. 18) Die soziale Rolle, die ein Individuum spielt, wird als die Ausübung von Rechten und Pflichten definiert, die mit einem bestimmten Status verknüpft sind. Durch das Spielen dieser Rollen soll das eigene Selbst möglichst gut dargestellt werden, welches Goffman als eine Art von Bild sieht, das durch die Bemühungen des Individuums in seiner Rolle den anderen dargebracht wird. Dabei ist eben zu beachten, dass das „Selbst“ kein „organisches“ Ding ist, sondern es erst durch das Publikum dem Darsteller zugeschrieben wird.

„Insofern man dieses Bild von dem Einzelnen gemacht und ihm somit ein Selbst zugeschrieben hat, entspringt dieses Selbst nicht seinem Besitzer, sondern der Gesamtszene seiner Handlungen, und wird von den Merkmalen lokaler Ereignisse erzeugt, die sie für Beobachter interpretierbar machen.“ (Goffman 1969, S. 231)

Wie bereits weiter oben beschrieben ist das Selbst, die Identität, also „(...) eine gesellschaftliche Struktur und erwächst aus der gesellschaftlichen Erfahrung.“ (Mead 1991, S. 182) Der Einzelne „(...) drückt sich somit im Rahmen einer Situation in einer spezifischen Art und Weise aus, um bei seinem Publikum einen bestimmten Eindruck von sich selbst im Rahmen seiner Rollendarstellung hervorzurufen.“ (koloss 2012, [Online])

Um diesen bestimmten Eindruck beim Gegenüber zu erwecken stehen dem Darsteller laut Goffman zwei Ausdrucksmittel zur Verfügung. Einerseits Kommunikation „im traditionellen und engeren Sinne“, also alles, was das Individuum sagt und mit dem es bestimmte Informationen symbolisch

weitergibt, andererseits die Handlungen, die ein Individuum setzt, und anhand derer die anderen Mitglieder der Situation einen einschätzen können. (Goffman 1969, S. 6) Dabei greift der Darsteller auf zwei Arten von Zeichen zurück. Die erste Art sind jene, die der vollkommenen Kontrolle des Darstellers unterliegen, wie beispielsweise Sprache oder Gesten – diese Zeichen sind dabei immer von einer Intention und Absicht des Darstellers gekennzeichnet, sprich, der Darsteller will die Informationen aktiv weitergeben. Die zweite Art bezeichnet Zeichen oder Signale, die vom Darsteller mit keiner Mitteilungsabsicht versehen sind, die dem Gegenüber aber trotzdem erlauben, Rückschlüsse auf die Person zu ziehen. Als Beispiel seien hier das „rot werden“ oder das Zittern genannt. (vgl. Goffman 1969, S.10f. und koloss 2012, [Online])

Goffman zeigt weiters die "fundamentale Asymmetrie des Kommunikationsprozesses" auf, da sich der Einzelne nämlich nur eines Kommunikationsstranges bewusst ist, während die Beobachter einen zweiten Kommunikationsstrang wahrnehmen können. Als Beispiel nennt er hier die Aussage eines Menschen, dass ihm das Essen geschmeckt hat als den ersten, dem Darsteller bewussten Kommunikationsstrang und „(...) die Geschwindigkeit, mit der der Besucher Löffel und Gabel zum Mund führte, den Eifer, mit dem er die Speisen in den Mund schob, und das beim Kauen ausgedrückte Wohlbehagen (...)“ als zweiten Kommunikationsstrang, anhand dessen der Beobachter der Situation die Aussage des Darstellers verifizieren kann. (vgl. Goffman 1969, S. 11) Natürlich darf dabei nicht darauf vergessen werden, dass dem Darsteller die Möglichkeit zur Verfügung steht, sein eigenes Verhalten zu kontrollieren um bei seinem Gegenüber einen gewissen Eindruck zu erwecken. Bei dieser Kontrolle der eigenen Aktionen und Reaktionen zeigt sich eine Gefahr, der der Darsteller ausgeliefert ist, nämlich, dass die gesendeten Signale nicht zueinanderpassen und die eigene Darstellung zusammenbricht. Goffman verweist hier darauf, dass man als Darsteller immer darauf bedacht ist, seine eigene Projektion vor anderen zu sichern. Dabei greifen Individuen auf „Verteidigungsmanöver“ zurück, die den Eindruck, den andere von einem haben, nicht zu erschüttern. (vgl. ebda., S. 16) Diese Kontrolle ist für den Darsteller besonders auf der sogenannten „Vorderbühne“ wichtig – als diesen Bereich bezeichnet Goffman denjenigen, „in der die Vorstellung stattfindet“. (vgl. ebda., S. 100) Hier versucht der Darsteller bei seinem Gegenüber einen gewissen Eindruck von sich zu erzeugen, indem er eine bestimmte Rolle spielt und gewisse Handlungen setzt, die den gewünschten Eindruck stärken. Goffman erläutert, „(...) daß (sic!) man bei Tätigkeiten, die in Anwesenheit anderer stattfinden, einige Aspekte betont, andere hingegen, die den hervorgerufenen Eindruck beeinträchtigen könnten, unterdrückt.“ (ebda., S. 104) Als Gegenteil dazu bezeichnet er die sogenannte „Hinterbühne“. Das ist eine „hintere Region“, „(...) wo das, was man unterdrückt hat, in Erscheinung tritt.“ (ebda., S. 104) Auf der Vorderbühne weiß man, dass man beobachtet wird und verhält sich seiner Rolle entsprechend, auf der Hinterbühne

fühlt man sich sicher und unbeobachtet und fällt aus der Rolle. Als Beispiel nennt Goffman einen Kellner, der im Speisesaal, auf der Vorderbühne, einerseits mit „feierlicher, priesterlicher Miene“ über den Teppich gleitet und die Gäste „wohlwollend“ und „ehrfürchtig“ behandelt, aber sobald er diesen Saal verlässt und die Küche, die Hinterbühne, betritt, mit dem übrigen Personal mehr als nur ruppig umgeht und wüste Beschimpfungen auf sie loslässt. (vgl. ebda., S. 112f.)

Während der Darstellung geht es dem Individuum darum, seine Fassade zu wahren. Einerseits meint Goffman damit das „Bühnenbild“ an sich, also die Räumliche Dimension, in der eine Handlung stattfindet, wie zum Beispiel eine Arztpraxis oder ein Restaurant. Andererseits bezeichnet Goffman die „persönliche Fassade“ als Teil des „Fassaden“ Begriffs.

„Verstehen wir unter „Bühnenbild“ die szenischen Komponenten des Ausdrucksrepertoires, so können wir mit dem Begriff „persönliche Fassade“ jene anderen Ausdrucksmittel bezeichnen, die wir am stärksten mit dem Darsteller selbst identifizieren und von denen wir erwarten, daß er sie mit sich herumträgt.“ (ebda., S. 25)

Hierbei geht es also um jene Faktoren, die für andere Individuen von außen wahrnehmbar sind und Anhaltspunkte für die Interpretation des Gegenübers bieten. Dazu zählen unter anderem Rangmerkmale, Kleidung, Geschlecht, Alter, Rasse, Größe, physische Erscheinung, Haltung, Sprechweise, Gesichtsausdruck oder Gestik. Manche Teile der persönlichen Fassade sind dabei in gewissem Maße fixiert, wie etwa die Größe oder das Geschlecht, andere sind von ihrer Art her eher flüchtig, wie zum Beispiel die eigene Mimik oder die getragene Kleidung und können von Situation zu Situation variieren. Goffman nimmt weiters eine Unterteilung der persönlichen Fassade in „Erscheinung“ und „Verhalten“ vor. Mit ersterem sind all jene Merkmale gemeint, die Rückschlüsse auf die soziale Position des Darstellers zulassen, unter letzterem werden all die Ausdrucksmittel gesammelt, mit denen der Einzelne seine kommunikative Rolle anzeigt.

Einen Aspekt den Goffman ebenfalls ausführt, ist „(...) die Tendenz der Darsteller, beim Publikum einen auf verschiedene Art idealisierten Eindruck zu erwecken.“ (ebda., S. 35) Bereits bei Cooley finden sich Beispiele für diesen Sachverhalt, „(...) der Welt einen besseren oder idealisierten Aspekt unserer selbst zu zeigen“ (ebda., S. 35 nach Cooley 1922, S. 352f.) Während der eigenen Selbstdarstellung wird sich der Einzelne bei dieser Idealisierung darum bemühen, „(...) die offiziell anerkannten Werte der Gesellschaft zu verkörpern und zu belegen, und zwar in stärkerem Maße als in seinem sonstigen Verhalten.“ (ebda., S. 35) Will ein Individuum jedoch in seinen Handlungen bestimmte Ideale darstellen und ihnen gerecht werden, muss es Handlungen, die nicht mit diesen Idealen übereinstimmen, unterlassen oder gegebenenfalls verbergen. (vgl. ebda., S. 40) Diese Anforderung ist besonders deshalb unter Umständen eine Herausforderung für den Darsteller, da er

ja nicht nur mit einer Personengruppe zu tun hat, sondern mit mehreren, und er jeder dieser Gruppen ein anderes Selbst präsentiert. So wird ein Jugendlicher sich vor seinen Eltern und Lehrern anders verhalten, als er das vor den eigenen Freunden tut. (vgl. ebda., S. 46)

Es lässt sich zusammenfassen, dass Goffman sich in der Beschreibung der menschlichen Interaktionen und Selbstdarstellung des Theatermodells bedient, um die Herausforderungen der Darstellung von Rollen und der damit verbundenen Definition von Situationen im Rahmen von face-to-face Interaktionen zu verdeutlichen. (vgl. koloss 2012, [Online]) „Interaktionen lassen sich demnach als Situationen beschreiben, an denen Darsteller, die eine Rolle spielen und ein Publikum beteiligt sind, die sich wechselseitig beeinflussen, indem sie durch einen spezifischen Ausdruck bei ihrem Gegenüber einen spezifischen Eindruck hervorzurufen suchen.“ (ebda.) Zu diesem Zweck, nämlich um einen spezifischen Eindruck beim Gegenüber hervorzurufen, stehen dem Darsteller diverse Ausdrucksmittel zur Verfügung, mithilfe derer er seine Rolle und sein Selbst erfolgreich darstellen und präsentieren kann. (vgl. ebda.)

Dieses „sich selbst darstellen“ und das vor verschiedenen sozialen Gruppen, passiert jedoch nicht zum reinen Selbstzweck, sondern hat eine ganz spezielle Funktion:

„Das Selbst existiert an sich nicht, sondern immer nur als das Ergebnis verschiedener sozialer Beziehungen. Die Gesellschaft ordert von den Individuen die Darstellung des Selbst; aber das geschieht nicht, weil diese Individuen ein wahres Selbst tatsächlich haben, sondern, weil sie ein Selbst schaffen müssen, um an der Gesellschaft teilnehmen zu können.“ (Galindo 2006, S. 71)

Durch die Darstellung des Selbst kann der Darsteller erst an der Gesellschaft teilnehmen und ein Teil von ihr werden. Einerseits braucht ein Individuum ein Selbst um in die Gesellschaft aufgenommen zu werden, andererseits formt die Gesellschaft durch ihr Feedback das Selbst. Wie bereits weiter oben erläutert: „Erst auf der Basis wechselseitiger Anerkennung bildet sich Selbstbewußtsein (sic!), das an der Spiegelung meiner im Bewußtsein eines anderen Subjektes festgemacht sein muß (sic!).“ (Habermas 1969, S.13) Die Identität „(...) ist im Grunde eine gesellschaftliche Struktur und erwächst aus der gesellschaftlichen Erfahrung.“ (Mead 1991, S. 182) Diese notwendige gesellschaftliche Selbstdarstellung und Selbstpräsentation den einzelnen sozialen Gruppen gegenüber kondensiert sich historisch in der Form des Wortes „Person“ (vgl. Galindo 2006, S. 71):

„Da in der Gesellschaft Handlungen und Kommunikationen nur den Personen zugeschrieben werden können, zeigt schon die Wichtigkeit des Begriffes. Aber das Wort

"Person" zeigt noch mehr. Da es ursprünglich eine Maske bezeichnet, kann man in diesem Wort die Anerkennung der Tatsache finden, dass die Menschen überall und immer mehr oder weniger bewusst eine Rolle spielen müssen.“ (ebda., S. 71)

Der Mensch gibt also mehr oder weniger ständig Informationen über sich selbst weiter, die von seinem Umfeld und der Gesellschaft interpretiert werden. Im Prozess der Interaktion wird sich diese Information auf die Eigenschaften und Merkmale des Akteurs beziehen, die dem Akteur zugeschrieben werden können und anhand derer seine Darstellung gemessen wird. (vgl. ebda., S. 72) Auf diese zugeschriebenen Merkmale kann der Akteur entweder annehmend oder ablehnend reagieren. Nimmt man die zugeschriebenen Merkmale an, bedeutet das, dass man sich mit den eigenen Handlungen identifizieren kann, dass also das Selbst und die gespielte Rolle übereinstimmen. (vgl. ebda., S. 72) Sollte es zu einer Diskrepanz zwischen der gespielten Rolle und dem Selbst kommen, wird das Individuum nicht passiv bleiben, sondern aktiv versuchen die auftretenden Probleme in der Darstellung zu korrigieren, etwa durch Erklärungen, das Bitten um Verzeihung oder Witze. (vgl. ebda., S. 73) Individuen sind zum Zweck einer unproblematischen Darstellung insofern darauf angewiesen, die Situation zu kontrollieren, „(...) als sie versuchen, alle Ausdrucksweisen, die die eigene Darstellung gefährden, zu vermeiden. Kontrolliert werden dabei zum einen die Verhaltensweisen des Darstellers und zum anderen die Bühne, die räumlich in eine Vorder- und Hinterbühne unterteilt ist, auf der die Darstellung stattfindet.“ (koloss 2012, [Online]) Selbstdarstellung und die Vermittlung eines kohärenten und stimmigen Selbstbilds an sich ist, wie oben beschrieben, vom Individuum in einer Gesellschaft gefordert, um an der Gesellschaft teilnehmen zu dürfen. In den letzten Jahren hat sich ein Trend ausgebildet, der einem Individuum ein komplett neues und wirkungsvolles Instrument zur Selbstdarstellung in die Hand gibt, nämlich das Internet oder noch genauer das sogenannte „Web 2.0“. Bevor gezeigt werden soll, was soziale Netzwerke sind und wie Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken funktioniert, soll auf den oft inflationär eingesetzten Begriff „Web 2.0“ eingegangen werden.

4. Web 2.0

*Pro Tag werden 350 Millionen Fotos auf Facebook hochgeladen.
(vgl. Annual Report Facebook Inc.,
Facebook 2013, [Online])*

Für viele Jahre galt das Internet als Technologie die es erlaubte, Daten und Informationen zu publizieren und zu verteilen. Hier gab es eine klare Einteilung der beteiligten Personen:

„Zum einen gab es aktive Ersteller von Web-Inhalten, die, teils kommerziell, teils privat, Informationen einstellten und publizierten. Zum anderen gab es passive Konsumenten, die sich lediglich die bereitgestellten Inhalte ansehen konnten und auch gar keine andere Option hatten, als die Informationen zu empfangen und zu konsumieren.“ (Kollmann/Häsel 2007, S. 1)

Es gab also kommerzielle oder private Websites auf denen Informationen bereitgestellt wurden, die von der breiten Masse betrachtet werden konnten. Im sogenannten Web 2.0 veränderte sich dieser Umstand wesentlich. „Eines der ersten Versprechen des Webs war, dass jeder Publizist werden und seine Inhalte einem Millionenpublikum zugänglich machen könne.“ (Alby 2008, S. XIV) Aus diesem Versprechen heraus entstanden um das Jahr 2000 herum eine hohe Zahl an sogenannten New-Economy Firmen, die allesamt mit der aufstrebenden Technologie Geld verdienen wollten. Die oftmals „fragwürdigen Geschäftsmodelle“ (ebda., S. 12) dieser neu gegründeten Unternehmen brachen in sich zusammen und führten im Endeffekt zum Platzen der sogenannten „Dot-Com Blase“ - einer Spekulationsblase, die Internetunternehmen betraf und zu einem hohen Vermögensverlust, vor allem in Industrieländern und für Kleinanleger, führte. (Glebe 2008, S. 104) Dieses Ereignis stellte einen Wendepunkt für das World Wide Web dar, da viele Leute das Web in Folge für überbewertet hielten.

Tim O'Reilly und sein Verlag jedoch fanden, dass „Seifenblasen und konsequente Marktberreinigung“ zu jeder technologischen Revolution gehören und dass eine solche Marktberreinigung signalisiert, „(...) dass eine aufstrebende Technologie bereit ist, ihren Platz auf der großen Bühne der Wirtschaftlichkeit einzunehmen.“ (O'Reilly 2005a, [Online]) Laut Ihnen ist das Internet nicht zusammengebrochen, sondern war wichtiger als je zuvor, da sich nach der Krise immer mehr wirtschaftlich erfolgreiche Firmen gründeten, die das Leben der Menschen beeinflussten. Laut O'Reilly markierte der Dot-Com Kollaps einen derartigen Wendepunkt, dass man diese Dinge nun mit dem Schlagwort „Web 2.0“ bezeichnen durfte.

Die Benennung als „2.0“, entlehnt aus der Versions-Nummerierung der Software-Welt, impliziert üblicherweise große Veränderung.

"Eine Version kennzeichnet die Ausprägung eines Software-Elements zu einem bestimmten Zeitpunkt. Unter Versionen werden zeitlich nacheinander liegende Ausprägungen eines Software-Elements verstanden, [...] Die Versionsnummer besteht im Allgemeinen aus zwei Teilen: der Release-Nummer und der Level-Nummer. Die Release-Nummer [...] steht, getrennt durch einen Punkt, vor der Level-Nummer. [...] Bei jeder größeren oder gravierenden Änderung an einem Software-Element wird die Release-Nummer um 1 erhöht und gleichzeitig die Level-Nummer auf 0 gesetzt." (Alby 2008, S. 17 nach Balzert 1998, S. 238)

Die Version 1.0 einer Software ist üblicherweise mit Vorsicht zu genießen, da noch nicht alle Dinge so funktionieren, wie sie von dem Hersteller beworben wurden - meist wird sehr kurz nach der Version 1.0 eine Version 1.0.1 nachgeliefert, die die Probleme behebt, die durch fehlende Testergebnisse der breiten Masse erst nach dem Release entdeckt wurden. „Der Begriff Web 2.0 impliziert also zum einen, dass die Version 1.0 des Webs vielleicht nicht ganz so optimal war (was niemand angesichts der zu New-Economy-Zeiten nicht eingehaltenen Versprechen bezweifeln würde), zum anderen beinhaltet die Versionsnummer die Aussage, dass sich seitdem etwas gravierend geändert hat.“ (ebda., S. 18) Arlt hat 2006 eine nachträgliche Bestimmung der Versionsnummern des Web versucht. (vgl. Abbildung 2)

Webgenerationen

Web	0.5	1.0	2.0
Titel	Das technische Web	Das werbliche Web	Das soziale Web
Anwender	Experten	Handel und Kunden	Menschen
Focus	Know-How und Organisation	Klick-Raten und Produkte	Meinungsbildung und Community
Beziehungen	B2B	B2C	C2C
Effekt	Rationalisierung	Infotainment	Sozialisation
Methode	Rationalisierung	Quantifizierung	Qualifizierung

Abbildung 2: Webgenerationen (Arlt 2006, S. 25, [Online])

Hier beschreibt er die Anfänge des Internets als „Web 0.5“. In dieser Entstehungsphase des Webs war es ein reines Netzwerk, das einige wenige Experten miteinander verbunden hat. Im Fokus dieses Netzwerks stand der Austausch von Know How in „Business to Business“ Beziehungen. Arlt bezeichnet diese Stufe als „das technische Web“. Die Zeit, in der das Internet an sich leistbarer wurde und zum Massenphänomen aufstieg, bezeichnet er dann als „Web 1.0“ oder „das werbliche Web“. In dieser Stufe ging es hauptsächlich darum, dass sich Unternehmen ihren Kunden möglichst gut präsentieren konnten. Somit nutzten nicht mehr nur Experten das Internet für den Know-How Austausch, sondern es kam zur Ausbildung von „Business to Customer“ Beziehungen. Der Fokus in dieser Zeit lag darauf, Produkte möglichst ansprechend zu präsentieren und die Klick-Raten auf den eigenen Websites zu erhöhen. In der Phase des „Web 2.0“ hingegen verschob sich der Fokus weg

von Klick-Raten und Produkten hin zu Meinungsbildung und Communitybildung. Anstatt der „Business to Customer“ Kommunikation vom Handel in Richtung Kunden ging es von nun an um die „Customer to Customer“ Kommunikation zwischen „echten Menschen“. Dieses Phänomen war das wahre „soziale Web“.

Diese Aufteilung und Kategorisierung in die Versionsnummern 0.5, 1.0 und 2.0 erscheint zwar sinnvoll und ist nachvollziehbar, „Das Problem mit diesem Begriff ist aber, dass er wie ein Netz nachträglich um etwas geworfen wurde, das man gerne erfassen möchte, und so funktioniert die Vergabe von Versionsnummern in der Regel nicht.“ (Alby 2008, S. 18) Die Schwierigkeit bei dieser Klassifizierung des „Web 2.0“ ist, dass es zuvor keine definierte „Version 1.0“ gab, geschweige denn eine „Version 0.5“. Außerdem werden, wie oben beschrieben, Versionsnummern immer dann verändert, wenn mit einem Schlag gravierende Neuerungen auf den User zukommen. Beim Web 2.0 jedoch muss man davon Abstand nehmen, da die Aspekte dieses neuen Webs nicht alle gleichzeitig für die User kamen, wie bei Software normalerweise üblich, sondern Stück für Stück ihren Weg zu den Usern fanden. Alby erläutert diesen Sachverhalt weiter und kommt abschließend zu dem Schluss, dass die Frage ob das Web 2.0 denn nun existiert nicht, oder ob es sich nur um ein Marketing-Schlagwort handelt, nicht geklärt werden kann. "Dass das Web nun ein anderes ist als vor zehn Jahren, kann niemand bestreiten, (...) welcher Begriff dafür gewählt wird, darüber lässt sich streiten." (Alby 2008, S. 19) Die Begrifflichkeit des „Web 2.0“ wurde also nicht im Vorhinein auf vorherzusehende Entwicklungen festgelegt, sondern wurde erst im Nachhinein definiert.

4.1 Entstehung des Begriffs „Web 2.0“

Der O'Reilly Verlag und MediaLive International identifizierten in ihrem 2005 erschienenen Artikel „(...) eine Menge von ökonomischen, sozialen und technologischen Trends, die sich durch Partizipation, Offenheit und Netzwerkeffekte charakterisieren ließen und in ihren Augen die Basis eines ausgereiften World Wide Web der nächsten Generation darstellen (Musser und O'Reilly 2006)“ (Reitler in Kollmann 2007, S. 15). Web-Anwendungen, die zu diesem World Wide Web „der nächsten Generation“ oder dem „Web 2.0“ gehören, zeichnen sich durch verschiedene Merkmale aus, die Tim O'Reilly benennt und ausführt. Dabei betont er jedoch, dass nicht alle Kennzeichen gegeben sein müssen, damit eine Internetseite zur Kategorie „Web 2.0“ sinnvoll ist. „Eine deutliche Ausprägung eines einzelnen Faktors ist oftmals sehr viel aussagekräftiger, als wenn alle sieben jeweils nur oberflächlich berührt würden.“ (Behrendt 2008, S. 11) Weiters bemerkt O'Reilly bei der Ausführung dieser Punkte auch, dass es sich nicht zwangsweise um neue

Entwicklungen handelt, sondern dass oftmals bereits vorhandene Potentiale des Internets voll ausgeschöpft wurden. Die von O'Reilly 2005 gesammelten Merkmale hat Behrendt 2008 sehr klar und verständlich ausgeführt (vgl. ebda., S. 11ff.):

Das erste von O'Reilly ausgeführte Merkmal lautete „**The Web As Plattform**“. Eine Web-Applikation sollte das Internet als Plattform nutzen, da „(...) komplexe Programme mittlerweile im Internet ausgeführt werden können und nicht mehr nur auf einem lokalen Rechner.“ (ebda. S. 11) Web 2.0 Plattformen bieten also Funktionen, die man sonst nur von Software gewohnt war, die zuvor auf dem Rechner installiert werden musste. Als Beispiel können hier etwa Videoplattformen wie etwa YouTube genannt werden, die rein über den Browser, via einer sogenannten „Web Applikation“ genutzt werden können. Komplizierte und rechenintensive Vorgänge, wie etwa das Konvertieren von Videos mit großen Datenmengen, das Hinzufügen von Untertiteln, das Verbessern der Bildqualität oder das Hinzufügen von Effekten ist hier über den Browser möglich, ohne dass Software auf dem Rechner installiert werden muss. Die Plattform ist also auf verschiedenen Betriebssystemen einfach und ohne komplizierte Installationsvorgänge sofort nutzbar.

Unter dem Merkmal „**Harnessing Collective Intelligence**“ ist der Aufruf zu verstehen, dass man sich die kollektive Intelligenz aller Nutzer zu Nutze machen sollte. Dies ist ein wesentlicher und sehr zentraler Punkt im Zusammenhang mit Web 2.0. (vgl. ebda., S. 12) Das Prinzip hinter den erfolgreichen Firmen der Web 2.0 Ära ist, dass sie die Stärken der Kollektiven Intelligenz für sich nutzen konnten. O'Reilly zählt hier die bekanntesten Beispiele auf:

- „Hyperlinks bilden die Grundlage des Web. Wenn Nutzer neue Inhalte und Seiten online stellen, werden sie durch Verlinkung von anderen Nutzern in die Struktur des Web einbezogen, (...)“
- Yahoo, die erste große Internet-Erfolgsstory, begann als Katalog oder Verzeichnis von Links, eine Aggregation der besten Ideen von abertausenden Web-Nutzern. (...)
- Der Durchbruch für Google, der das Unternehmen schnell zum unumstrittenen Marktführer bei den Suchmaschinen werden ließ, war PageRank, eine Methode, die die Linkstruktur des WWW mehr als die Eigenschaften der Dokumente selbst nutzte, um bessere Suchergebnisse zu liefern.
- eBay's Produkt ist die gemeinschaftliche Aktivität aller Beteiligten. (...) die Rolle des Unternehmens beschränkt sich dabei auf die Bereitstellung des Rahmens, in dem die Nutzung stattfinden kann. (...)
- Amazon verkaufte die gleichen Produkte wie seine Konkurrenten (...) und erhält dieselben Produktbeschreibungen (...). Jedoch hat Amazon aus dem Engagement seiner User eine Wissenschaft gemacht und besitzt um Größenordnungen mehr Nutzerbewertungen, bietet Möglichkeiten zur Teilnahme in verschiedenster Weise auf nahezu allen Seiten an, und, vermutlich am bedeutendsten, nutzt die Useraktivität zur Produktion besserer Suchresultate.“
(O'Reilly 2005a, [Online])

Zum einen sollte also bereits vorhandene Information durch beispielsweise entsprechende Verlinkungen nutzbar gemacht werden, so wie etwa bei Google oder Yahoo, zum anderen können die Internetnutzer selber dazu aufgefordert werden, ihr Wissen oder ihre Erfahrungen auf der Website einzugeben und so einer breiten Masse zugänglich zu machen, wie etwa bei eBay oder Amazon. (vgl. Behrendt 2008, S. 12) Für alle anderen Besucher der Website stellt diese Bereitstellung von solcher Information einen enormen Mehrwert da.

Ein weiteres Merkmal von Web 2.0 Anwendungen ist „**Data is the Next Intel Inside**“.

Every significant internet application to date has been backed by a specialized database: Google's web crawl, Yahoo!'s directory (and web crawl), Amazon's database of products, eBay's database of products and sellers, (...) Database management is a core competency of Web 2.0 companies, so much so that we have sometimes referred to these applications as "[infoware](#)" rather than merely software.
(O'Reilly 2005b, [Online])

Anstatt verbesserte Software anzubieten, ist es für Unternehmen wichtiger geworden, die richtigen Daten zur Verfügung zu haben. Da sich Websites im Web 2.0 durch Wiederverwendung von Schlüsselementen und der Orientierung an „best practice“ Beispielen sehr stark ähneln, wird die Tiefe und der Detailreichtum der hinterlegten Daten immer wichtiger. Zum Beispiel ähneln sich die Kartendienste Google Maps und Bing Maps von der Funktionalität her sehr stark, jedoch gibt es bei Google beispielsweise eine umfangreiche Datenbank an Unternehmen, zu denen Informationen verortet sind, während Bing hier noch nicht mit einer solchen Datendichte aufwarten kann. Dieser Umstand kann auch sehr gut am Beispiel von Social Networks aufgezeigt werden: Facebook und Google+ bieten in vielerlei Hinsicht die selbe Funktionalität - man kann Beiträge posten, Beiträge anderer kommentieren und via „Gefällt Mir“ oder beziehungsweise „+1“ bewerten, und so weiter - jedoch hängt die tatsächliche Qualität des jeweiligen Netzwerks für den User stark davon ab, welche Datenbank hinter dem Netzwerk liegt, also in diesem konkreten Fall, welche der eigenen Freunde im jeweiligen Netzwerk registriert sind und einem so Möglichkeit zu Interaktion bieten.

Web 2.0 Anwendungen betrifft weiters der Umstand des „**End of the Software Release Cycle**“.
„(...) one of the defining characteristics of internet era software is that it is delivered as a service, not as a product.“ (O'Reilly 2005b) Web 2.0 Dienste wie Facebook oder Google sind nicht mehr mit Versionsnummern versehen, wie man das von beispielsweise Betriebssystemen oder lokal installierten Programmen gewohnt ist. Sie werden laufend verbessert und weiterentwickelt, ohne dass die Entwicklungen eine neue Bezeichnung bekommen. Manche Anwendungen werden teilweise sogar über eine lange Zeit hinweg als Beta-Versionen bereits einer breiten Masse zur Verfügung gestellt, wie etwa Google Mail oder die Online-Bürosoftwarelösung Google Docs.

Dieser Umstand tritt deswegen ein, weil die Anwendungen nicht mehr entwickelt und dann als fertiges Paket den Usern zur Verfügung gestellt werden, sondern schon in der Entwicklungsphase für die User erreichbar sind. So haben die Unternehmen den großen Vorteil, dass Fehler mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit entdeckt werden, da eine enorme Menge an Testpersonen die Software testen kann. Bei manchen Projekten werden einige Website Besucher sogar als eine Art kostenfreie Mitentwickler herangezogen. (vgl. Behrendt 2008, S. 14)

Als nächstes Merkmal sind „**Lightweight Programming Models**“ zu nennen. Anwendungen sollten aus lose gekoppelten Technologien entstehen, die sich von anderen Entwicklern erkennen und wiederverwenden lassen. Gerade Technologien wie RSS oder das Auslesen des Quellcodes von Websites bieten eine Flexibilität, wie man es bis dato nicht gewohnt war. „Die erfolgreichsten Web Services sind die, die sich leicht in Richtungen weiterentwickeln lassen, an die der ursprüngliche Erfinder gar nicht gedacht hat. Der Ausdruck „einige Rechte vorbehalten“, erstmals von den Creative Commons als Kontrast zum bekannten „alle Rechte vorbehalten“ verwandt, zeigt die Richtung an, in die es gehen wird.“ (O'Reilly 2005a, [Online])

Ein weiteres wichtiges Merkmal von Web 2.0 Anwendungen ist „**Software Above the Level of a Single Device**“. Auch dieser Umstand, nämlich das Software nicht nur auf einzelnen Geräten, sondern über deren Grenzen hinaus nutzbar ist, ist nichts vollkommen Neues, sondern ein Ausschöpfen des Potentials, das das Web bietet. (ebda.) Plattformen wie Facebook oder YouTube, aber auch Dienste wie iTunes beschränken ihre Funktionalität nicht bloß auf ein Gerät, sondern ermöglichen dem User die Nutzung auf den unterschiedlichsten Devices.

Als letztes Merkmal in O'Reillys Ausführung nennt er „**Rich User Experiences**“. Damit ist jener Umstand gemeint, dass Websites und Webservices nicht mehr nur aus schlichten Tabellen und Text bestehen, sondern sich von ihrem Erscheinungsbild und ihrer Funktionalität von Desktopanwendungen nahezu nicht mehr unterscheiden. Als passendes Beispiel hierfür sollen nur Google Mail und Google Maps exemplarisch genannt werden. (ebda.) Große Schaltflächen und einfache Userführung waren vorher nur als Teile von lokal installierten Programmen bekannt, im Web 2.0 finden diese Elemente auch den Weg ins Internet.

Alby zeigt 2008 auf, dass es schwer ist, den Begriff „Web 2.0“ zu fassen und einfach zu definieren, sondern dass es ein sehr dehnbarer Begriff ist, der zu vielen heftigen Diskussionen geführt hat.

- „Das demokratische Netz, an dem alle teilhaben und zu dem alle beitragen.“ (Spiegel Online)
- „Von Vertrauen ist die Rede, von Reputation und Authentizität. Die Änderungen sind so gravierend, dass viele bereits vom „Web 2.0“ sprechen“ ([Zeit.de](#))

- „Unter dem Schlagwort „Web 2.0“ suchen Fachleute nach neuen Wegen für mehr Kommunikation und Interaktion.“ ([Stern.de](#))
- „Was ist Web 2.0? Das neue Web sei nicht mehr bloß eine Ansammlung von Webseiten, sondern eine Plattform.“ (Neue Züricher Zeitung) (Alby 2008, S. 16)

Laut Alby bewegen sich diese Diskussionen zwischen den Anhängern zweier komplett konträrer Lager: einerseits denen, die davon ausgehen, dass das Web 2.0 ein Kunstbegriff ist und die die Existenz dieses Phänomens verneinen und andererseits jenen, die das Web 2.0 als die Erfüllung eines Menschheitstraums sehen. (vgl. ebda., S. 16)

Laut Alby 2008 kann man für das Web 2.0 zwar keine eindeutige, alles umfassende Kurzdefinition finden, jedoch hat er diesen Begriff von sehr vielen Seiten beleuchtet und auch dargelegt, warum das Web sich seinen Nutzern in der Form zeigt, wie man es heutzutage gewohnt ist. Er referenziert hierbei unter anderem auf die Entwicklung der Internet-Nutzungskosten, der Nutzer selbst, dem Aufkommen von funktionierenden Geschäftsmodellen, der Entwicklung der Technologien, die die User problemlos zur Verfügung haben und die Entwicklung der Datenübertragungsraten, die den Usern zur Verfügung stehen. All diese Entwicklungen sind Voraussetzung für viele Anwendungen, die einem heute im Web zur Verfügung stehen.

"Eine Plattform wie Flickr wäre für die meisten Modembenutzer zu Zeiten der New Economy kaum benutzbar gewesen, zumal Uploads noch länger dauern als Downloads. Die Fotos eines Urlaubs sind heute in wenigen Minuten bei Flickr hochgeladen, was vor einigen Jahren noch mehrere Stunden gedauert hätte." (Alby 2008, S.6)

Ohne den Datenübertragungsraten, die den Usern in den Industrieländern nicht nur stationär in den Haushalten, sondern auch von Smartphones aus zur Verfügung stehen, wären sämtliche Web 2.0 Dienste undenkbar. Genauso verhält es sich mit den Kosten für den Internetzugang. Lagen die Kosten für eine tägliche Online-Stunde pro Monat im Jahr 1996 noch bei fast € 180,- für eine einfache Modemverbindung, kostete dieselbe Zeitspanne im Jahr 2006 nur noch etwas mehr als € 20,-, jedoch bereits für eine um vieles schnellere und verlässlichere DSL Verbindung. (siehe Abb. 3 – monatliche Kosten für eine tägliche Online-Stunde)

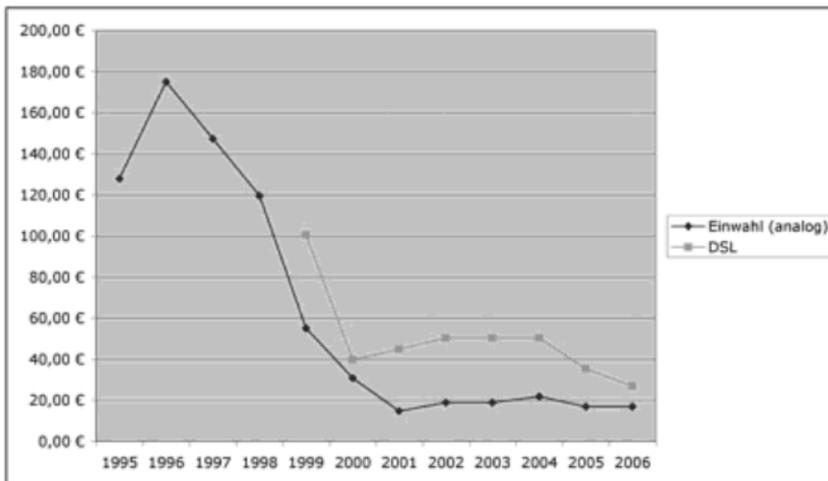


Abbildung 3: Monatliche Kosten für eine tägliche Online-Stunde (Alby 2008, S. 7)

All diese Faktoren ermöglichen immer mehr Menschen den Zugang zum Internet und in weiterer Folge zu allen Web 2.0 Diensten, die dieses bietet. Eine Bezeichnung, die sich immer stärker durchgesetzt hat, wenn man vom Web 2.0 spricht, ist der Begriff „Social Media“. Dieser wird besonders in den letzten Jahren oft als Synonym für „Web 2.0“ verwendet. Sieht man sich die „Google Trends“ Ergebnisse dieser Termini an, wird dieser Umstand sehr gut verdeutlicht.

„Google Trends“ ermöglicht unter der URL www.google.com/trends jedem Nutzer Einblick in die Häufigkeit der weltweiten Suchanfragen für eingegebene Keywords. Durch die enorm hohe Datendichte lassen hier sehr gut globale Trends ablesen, außerdem reichen diese Zahlen zurück bis zum Anfang 2004. Auf google.com findet sich folgende Erklärung:

With Google Trends, you can compare the world's interest in your favorite topics. Enter up to five topics and see how often they've been searched on Google over time. Google Trends also shows how frequently your topics have appeared in Google News stories, and in which geographic regions people have searched for them most.
(Google, About Google Trends [Online], Aufruf am 21.02.2012)

Gibt man nun bei diesem Service den Begriff „Web 2.0“ ein, zeigt sich ein massiver Anstieg von Suchanfragen ab Mitte 2005, startend wie oben beschrieben mit dem Artikel des O'Reilly Verlags, der etwa Mitte 2007 seinen Höhepunkt erreicht. Anschließend flacht die Kurve wieder sehr stark ab. (siehe Abb. 4 – Google Trends: Begriff „Web 2.0“)

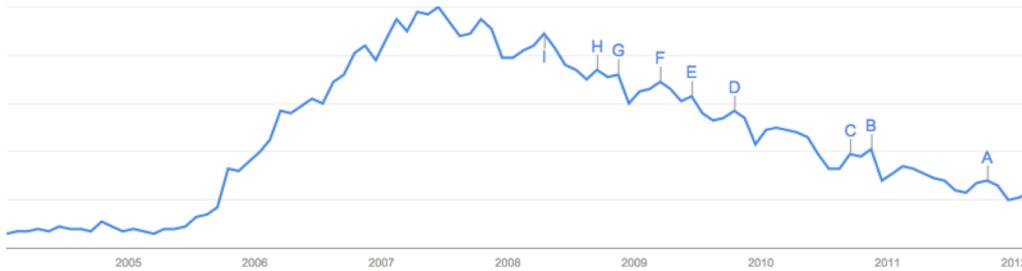


Abbildung 4: Begriff „Web 2.0“, (Google Trends 2012a, [Online])

Stellt man dieser Kurve zu den „Web 2.0“ (in Abbildung 5 in blau dargestellt) Suchanfragen den Anfragen zu „Social Media“ (in Abbildung 5 in rot dargestellt) gegenüber, zeigt sich, dass es hier eine deutliche Verschiebung hin zu letztgenannter Bezeichnung gegeben hat.

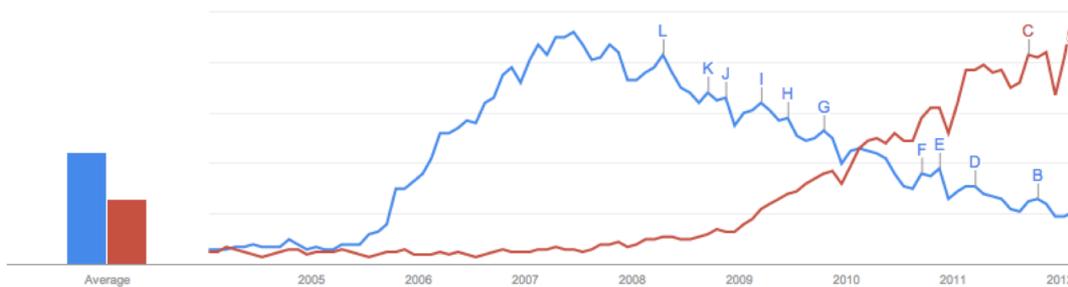


Abbildung 5: Vergleich Begriffe „Web 2.0“ und „Social Media“ (Google Trends 2012b, [Online])

Wendet man dieses Service auf den Begriff „Facebook“ an, kann man sagen, dass „Facebook“ mittlerweile stellvertretend für Web 2.0 und Social Media steht – in einer Gegenüberstellung aller drei Begriffe scheinen die ersten beiden fast gar nicht mehr auf. (siehe Abbildung 6 - „Facebook“)

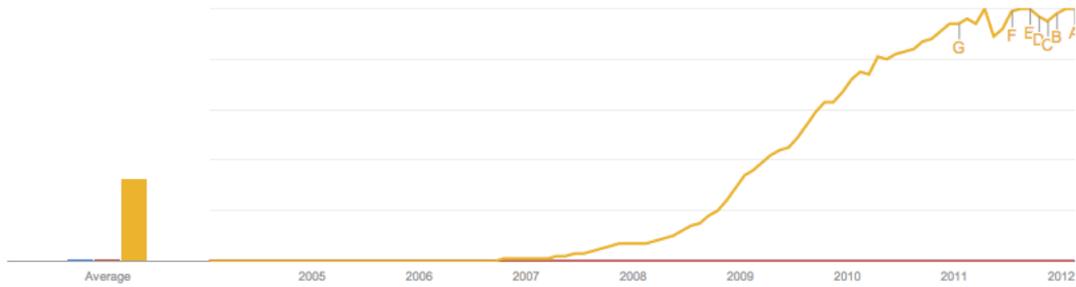


Abbildung 6: Vergleich Begriffe „Web 2.0“, „Social Media“ und „Facebook“, (Google Trends 2012c, [Online])

Das Social Network Facebook dominiert die weltweiten Suchergebnisse mit Abstand und kann auch sonst mit beeindruckenden Zahlen zur Nutzung aufwarten. Bevor dieses spezielle Beispiel für soziale Netzwerke behandelt wird, soll vorher allgemein auf den Begriff „Social Media“ und anschließend auf den Begriff „Social Networks“ eingegangen werden.

4.2 Social Media

Um eine Definition für den Begriff „Social Media“ zu finden ist es nötig, zuerst auf die Begriffe Web 2.0 und User Generated Content einzugehen. (vgl. Haenlein/Kaplan 2010, S. 60f.) Wie oben bereits erläutert, bezeichnet „Web 2.0“ grob gesagt die technologische Weiterentwicklung der im Internet verwendeten Technologie; auf die Problematik der Versionierung als „2.0“ ist ebenfalls bereits oben eingegangen worden. Haenlein und Kaplan verdeutlichen diesen Begriff auf die selbe Art und Weise, wie das bereits in vorliegender Arbeit getan wurde:

"Web 2.0 is a term that was first used in 2004 to describe a new way in which software developers and end-users started to utilize the World Wide Web; that is, as a platform whereby content and applications are no longer created and published by individuals, but instead are continuously modified by all users in a participatory and collaborative fashion." (ebda., S. 60f.)

Das Internet ist also nicht länger ein Werkzeug, das einigen wenigen zur Verfügung steht um Informationen zu verbreiten, sondern es entwickelt sich hin zu einer Plattform, die allen Usern gleichermaßen zur Verfügung steht und es diesen ermöglicht, in einer „teilnehmenden“ und „kollaborativen“ Art und Weise miteinander zu interagieren.

„While applications such as personal web pages, Encyclopedia Britannica Online, and the idea of content publishing belong to the era of Web 1.0, they are replaced by blogs, wikis, and collaborative projects in Web 2.0. Although Web 2.0 does not refer to any specific

technical update of the World Wide Web, there is a set of basic functionalities, that are necessary for its functioning.“ (ebda., S. 61)

Die Versionsnummer „2.0“ bezieht sich, wie bereits erwähnt, nicht auf ein terminliches Update, das auf einmal neue Features gebracht hat, wie man es von herkömmlicher Software gewohnt ist. Vielmehr wird hier auf diverse technische Entwicklungen Bezug genommen, die „Web 2.0 Funktionalitäten“ für die User ermöglichen. Als Beispiel hierfür werden Adobe Flash, eine Technologie des Konzerns Adobe, die es ermöglicht hat, Video und Audioelemente und interaktive Bestandteile in Websites zu integrieren - diese wird aktuell von dem offeneren HTML 5 Standard abgelöst - RSS, verschiedene Webfeed Formate die es ermöglichen, Inhalte regelmäßig und in einem standardisierten Format zu veröffentlichen, oder AJAX, eine Javascript Variante die es ermöglicht, Daten von Webservern zu erhalten und abzubilden, ohne das die gesamte Website erneut geladen werden muss, genannt. Die Autoren betrachten das „Web 2.0“ als die Plattform für die Evolution von „Social Media“: „(...) we consider Web 2.0 as the platform for the evolution of Social Media.“ (ebda., S. 61)

Das Web 2.0 kann also als technologischer und bis zu einem gewissen Maße ideologischer Grundstein für Social Media und Social Networks gesehen werden. Hierzu soll auch noch kurz auf den Begriff „User Generated Content“ eingegangen werden, der durch die Entwicklungen hin zu einer 2.0 Version des Webs erst entstanden ist und von Haenlein und Kaplan als die Summe aller Arten gesehen werden kann, wie User Social Media nutzen. Mit diesem Begriff ist Content gemeint, der öffentlich verfügbar ist und von Usern selbst erstellt wurde. Die OECD, Organisation for Economic Cooperation and Development, hat 2007 drei Merkmale von User Generated Content festgemacht (vgl. OECD 2007, S.8, [Online]):

1. Er muss auf einer öffentlich verfügbaren Seite oder eine Social Network Seite, die für eine gewisse Gruppe von Menschen erreichbar ist, veröffentlicht worden sein. Somit ist die Kommunikation via E-Mails oder Instant Messaging Diensten ausgeklammert.
2. Er muss ein gewisses kreatives Potential inne haben und mit kreativem Aufwand geschaffen worden sein. Einen Artikel, der bereits in einer Zeitung abgedruckt wurde, ohne Änderungen oder Kommentare einfach in einen Blog zu kopieren, zählt hier nicht dazu.
3. Es muss abseits von einem professionellen Umfeld entstanden sein. Content, der mit einem kommerziellen Interesse im Hinterkopf produziert wurde, fällt ebenfalls nicht unter User Generated Content. (vgl. Haenlein/Kaplan 2010, S. 61)

Diese Art von Content gab es zwar schon vor den technischen Neuerungen des Web 2.0, durch die Kombination aus folgenden Faktoren ist User Generated Content heutzutage etwas grundlegend anderes:

- Technologische Veränderungen: zum Beispiel die oben beschriebene Breitband-Verbreitung und Hardware Verfügbarkeit
- Ökonomische Veränderungen: die erhöhte Verfügbarkeit von Tools, die das Erstellen von User Generated Content ermöglichen, und zwar für einen großen Teil der Gesellschaft
- Soziale Veränderungen: das Aufkommen einer Generation von „Digital Natives“, auf die später noch eingegangen werden soll

All diese Veränderungen gab es vor den Web 2.0 Neuerungen nicht und erleichtern es Usern heutzutage massiv, sich untereinander zu vernetzen und sich gegenseitig User Generated Content zur Verfügung zu stellen. Social Media kann also den dargelegten Überlegungen folgend so definiert werden:

Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content. (ebda., S. 61)

Beschrieben werden hiermit also internet-basierte Programme und Services, die sich den neuen Entwicklungen des Web 2.0 bedienen und die die Erstellung und den Austausch von User Generated Content ermöglichen. Als besondere Form von Social Media können sogenannte Social Networks genannt werden. Diese stehen, ob ihrer Popularität, die später noch durch eindrucksvolle Zahlen belegt werden soll, mittlerweile fast stellvertretend für „Social Media“ und die Breite Front an Social Media Diensten und sollen in den folgenden Kapiteln genauer erläutert werden.

4.3 Social Networks

Social Networks sind auf den technischen Möglichkeiten des Web 2.0 basierende Websites, die es den Usern erlauben sich untereinander zu vernetzen, indem diese Profile von sich anlegen können, die sie dann mit persönlicher Information füllen können. Diese Profile können dann von Personen,

die zu der eigenen Freundesliste hinzugefügt wurden, eingesehen werden und User können weiters auf der Plattform mittels E-Mail- und Instant Messenger-ähnlicher Kommunikation untereinander in Kontakt treten. (vgl. ebda., S. 64) Boyd und Ellison bieten folgende, sehr umfassende Definition für Social Networks:

We define social network sites as 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, [Online])

In dieser Definition sind drei Punkte wesentlich: 1. erlauben Social Network Websites den Usern öffentliche oder halb-öffentliche Profile zu erstellen und zwar innerhalb der Grenzen dieser Website, 2. können User Listen anlegen mit anderen Usern, mit denen sie sich verbunden haben und 3. können Mitglieder dieser Social Networks diese erstellten Listen der anderen User sehen und so Verbindungen untereinander durchforsten und so selbst weitere Verbindungen hinzufügen. Dabei entsteht der sogenannte „Social Graph“, laut Brad Fitzpatrick „the global mapping of everybody and how they're related“, (Fitzpatrick 2007, [Online]). Das Wort „netzwerken“ im herkömmlichen Sinn als das Finden von neuen Bekanntschaften und Verbindungen, die einem selbst berufliche oder persönliche Vorteile bringen, ist mit dem Begriff Social Networks aber nicht gemeint. Vielmehr verschiebt sich die Bedeutung darauf, dass man auf einer Social Network Website in erster Linie Personen in seine Freundesliste zusammenfasst, die man bereits Offline kennt.

„What makes social network sites unique is not that they allow individuals to meet strangers, but rather that they enable users to articulate and make visible their social networks. (...) On many of the large SNSs, participants are not necessarily "networking" or looking to meet new people; instead, they are primarily communicating with people who are already a part of their extended social network.“ (Boyd/Ellison 2007, [Online])

Auch hier schwingt bereits der Drang der Selbstdarstellung mit, wenn Boyd und Ellison vom „sichtbar machen der eigenen sozialen Netzwerke“ sprechen. Viele Freunde in Social Networks zu haben, also das eigene Profil mit vielen Profilen von anderen Usern zu vernetzen, soll beispielsweise von einer großen Beliebtheit der Person zeugen.

4.4 Social Network Profil

Um untereinander Verbindungen herzustellen ist es für die Mitglieder von Social Networks grundlegend, ein Profil über sich selbst anzulegen, in dem diese Listen von Freunden angezeigt

werden. (vgl., Boyd/Ellison 2007, [Online]) Erst durch das Anlegen dieses Profils und der Befüllung von eben diesem mit persönlicher Information bekommt der User eine Identität im betreffenden Social Network. Sundén beschreibt diesen Vorgang als „type oneself into being“ also frei übersetzt als „sich selbst in die Existenz tippen“. (Boyd 2007b, S. 2 [Online] nach Sundén 2003, S. 3) Diese Profile können jegliche Art von Information enthalten, wie beispielsweise Fotos, Videos, Audio Dateien oder Blogs. (vgl. Haenlein/Kaplan 2010, S. 63) Auf Facebook hat man eine ganze Reihe weiterer Möglichkeiten, das eigene Profil mit persönlichen Daten zu füllen. Diese sollen dann später noch genauer dargelegt werden.

Die Sichtbarkeit dieser Profile nach außen hin, also über die Grenzen der Social Network Website hinaus, beispielsweise bei Suchmaschinen, ist von Service zu Service verschieden. War „MySpace“ in seiner Blütezeit darauf ausgelegt Profile auch für „Nicht-Mitglieder“ sichtbar zu machen, sind Seiten wie beispielsweise die eher geschäftslastigen Business-Plattformen „Xing“ oder „LinkedIn“ darauf beschränkt, Profile erst nach der Registrierung, teilweise sogar erst, nachdem man sich mit dem betreffenden User „befreundet“ hat, sichtbar zu machen. Facebook verfolgt hier einen anderen Ansatz: „(...) by default, users who are part of the same "network" can view each other's profiles, unless a profile owner has decided to deny permission to those in their network.“ (Boyd/Ellison 2007) Hier wird bereits ein wichtiger Aspekt des größten Social Networks der Welt recht deutlich: die Sichtbarkeit des eigenen Profils kann über die eigenen, sogenannten „Privatsphären-Einstellungen“ geregelt werden. Diese Einstellungen ermöglichen eine sehr feine Justierung, beispielsweise können manche Bereiche als öffentlich sichtbar eingestellt werden, andere wiederum komplett versteckt werden. Jedoch sieht sich Facebook immer wieder mit Vorwürfen konfrontiert, dass diese Einstellungsmöglichkeiten sehr versteckt sind und für einen durchschnittlichen User viel zu kompliziert gestaltet sind. (vgl. spiegel.de: Wie die Privatsphäre erodiert, 2010, [Online], derstandard.at: Facebook tötet die Privatsphäre, 2011, [Online], mashable.com: Is Facebook trying to kill privacy?, 2011b, [Online], u.v.a.m.) Weiters bieten diese Social Network Profile in den meisten Fällen diverse Tools an, um den Usern die eigene Selbstdarstellung zu ermöglichen. Welche das bei Facebook sind, wird weiter unten genauer beschrieben.

4.5 Verbindungen von Social Network Profilen

Wie bereits erwähnt, sind die Verbindungen der User untereinander das wesentlichste Element von Social Network Seiten, Boyd bezeichnet diese sogar als „backbone“, also als „Wirbelsäule“ oder „Rückgrat“ dieser Services. Innerhalb dieser Verbindungen werden die User als „Freunde“, „Kontakte“ oder „Fans“ beziehungsweise „Follower“ bezeichnet, abhängig davon, welches

Netzwerk man betrachtet. Üblicherweise benötigen diese Verbindungen eine beiderseitige Bestätigung, erst dann kommt eine „Freundschaft“ zwischen zwei Usern zustande. Bietet ein Netzwerk die Möglichkeit einer einseitigen Verbindung, werden diese oft als „Follower“ oder „Fans“ bezeichnet. (vgl. Boyd/Ellison 2007, [Online])

4.6 Kommunikation in Social Networks

Nach der Verbindung der User ist ein weiterer wichtiger Aspekt die Ermöglichung von Kommunikation untereinander. Mechanismen, die den Usern hier zur Verfügung stehen sind zum Beispiel das Hinterlassen von Nachrichten auf den Profilen der eigenen Freunde, das gegenseitige Kommentieren dieser Beiträge oder den privateren und direkteren Kontakt via Privatnachrichten, ähnlich zu Webmails. (vgl. ebda.) Neben diesen kommunikativen Möglichkeiten von Social Networks bieten unterschiedliche Services auch unterschiedliche Funktionalitäten. Manche fokussieren sich auf das Teilen von Fotos, zum Beispiel das Fotoservice „Instagram“, andere spezialisieren sich auf das zur Verfügung stellen von Videos, zum Beispiel „YouTube“. Durch die immer höhere Dichte an Smartphones und mobilen Endgeräten, mit denen Social Networks ebenfalls besucht werden, sind die meisten dieser Seiten auch in einer, oftmals in der Funktionalität eingeschränkten, mobilen Variante vorhanden. Weiters gibt es Social Networks, die auf bestimmte geographische Regionen, religiöse Gruppen, sexuelle Orientierungen, politische Überzeugungen oder musikalische Vorlieben abzielen, „There are even SNSs for dogs (Dogster) and cats (Catster), although their owners must manage their profiles.“ (vgl. ebda.)

Um ein Gefühl für die unglaubliche Verbreitung von Web 2.0 Diensten und Social Networks zu bekommen, soll an dieser Stelle auf den „Social Media Count“ von Gary Hayes verwiesen werden. (vgl. Hayes 2013, [Online]) Hier wird, basierend auf offiziell veröffentlichten Zahlen der einzelnen Netzwerke, die Vielzahl der Social Web Aktionen, welche von Usern auf der ganzen Welt gesetzt werden, visualisiert und aufbereitet. In Abbildung 7 ist dabei zu sehen, wieviele Facebook Kommentare (mehr als 994.000.000.000), Nachrichten auf Twitter (mehr als 1.470.000.000.000) oder Likes und Kommentare von Instagram Usern (mehr als 20.000.000.000) pro Jahr passieren. (Stand Juni 2013.)

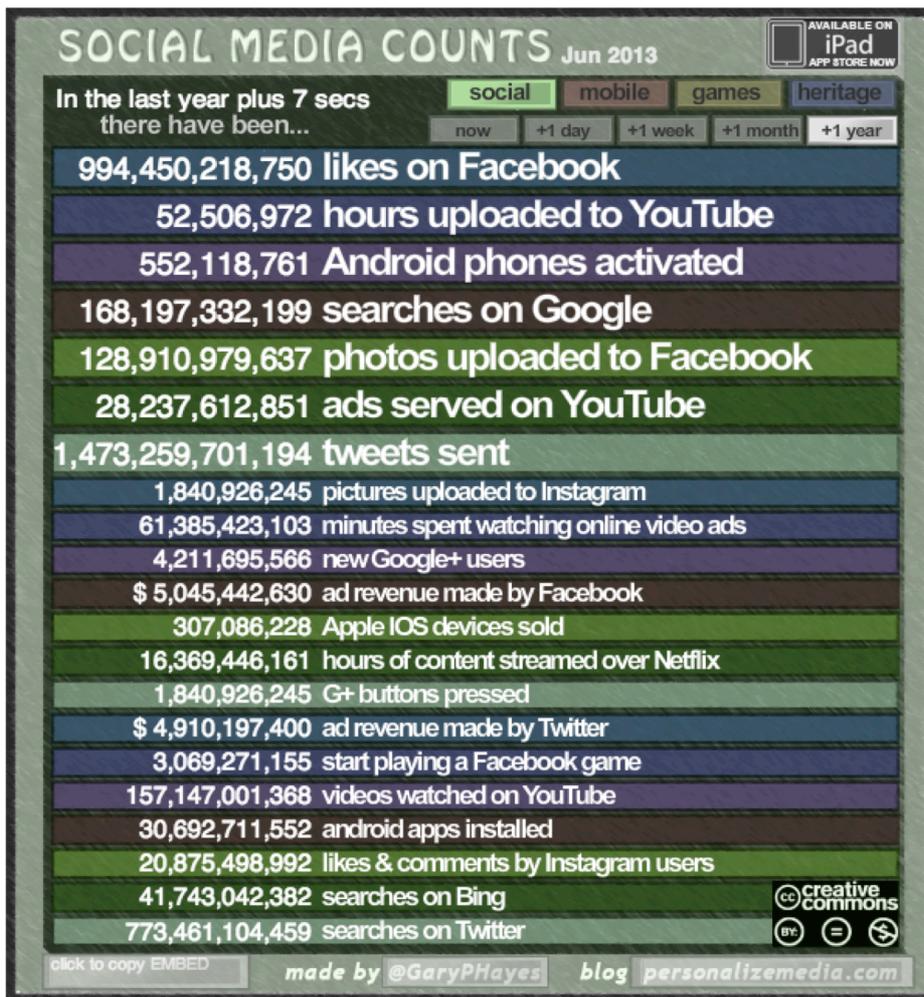


Abbildung 7: Social Media Count (Hayes 2013, [Online])

Da eine genaue Beschreibung bei der Vielzahl an verschiedenen Social Network Seiten viel zu weit führen würde, soll sich die vorliegende Arbeit, stellvertretend für alle Social Network Dienste, auf das größte Netzwerk dieser Welt und dessen Privatsphären-Problematik beschränken: Facebook.

5. Facebook

*Facebook wird von 874 Millionen Nutzern über Mobilgeräte genutzt.
(vgl. (Facebook: Key Facts, [Online])*

Um die Dimension des größten Social Network der Welt und seine Bedeutung näher zu beleuchten, soll kurz auf die Entwicklung von Facebook eingegangen werden. (vgl. Facebook.com: Timeline der Facebook Firmengeschichte, [Online], Facebook.com: Key-Facts, [Online], allfacebook.de: Happy Birthday Facebook!, 2012, [Online])

Das Social Network Facebook wurde 2004 von den Harvard Studenten Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Eduardo Saverin gestartet. Anfänglich stand es nur Studenten von Harvard zur Verfügung, um sich registrieren zu können, brauchte man eine offizielle „harvard.edu“ Mailadresse. Als das Social Network sich dann für andere Schulen und Universitäten öffnete, mussten die User immer noch eine „.edu“ Mailadresse besitzen um sich registrieren zu können. (vgl. Boyd/Ellison 2007) Noch 2004 konnte Facebook 1 Million aktive User erreichen. Als „aktive“ User bezeichnet Facebook die User, die mindestens einmal pro Monat die Facebook Plattform nutzen.

Facebook counts as “active” users who go to its Web site or its mobile site. But it also counts an entire other category of people who don’t click onfacebook.com as “active users.” According to the company, a user is considered active if he or she “took an action to share content or activity with his or her Facebook friends or connections via a third-party Web site that is integrated with Facebook.”
(forbes.com: How Active Are Facebook's Millions Of Users?, 2012 [Online])

Somit werden auch jene User als „aktiv“ bezeichnet, die auf einer Website den „Like-Button“ von Facebook nutzen oder sich mittels Facebook bei einer anderen Website einloggen. Der Firmensitz von Facebook liegt seit 2004 in Paolo Alto, Kalifornien.

Durch die Öffnung für Highschools und später internationale Universitäten waren 2005 bereits 5,5 Millionen User auf der Plattform registriert, die in einer Finanzierungsrunde 12,7 Millionen Dollar lukrieren konnte. Es wurden in dieser Zeit wesentliche Features vorgestellt und eingeführt, wie beispielsweise „Facebook Photos“, „Facebook Mobile“ oder die „Facebook Wall“ auf den Profilen der User, die heute noch ein wesentlicher Bestandteil von Facebook sind. Auf diese Funktionen soll später noch genauer eingegangen werden.

Im Jahr 2006 erhielt Facebook in einer weiteren Finanzierungsrunde 27,5 Millionen Dollar und das Netzwerk wurde im September 2006 für alle User, auch ohne „.edu“-Adresse, geöffnet. So konnte Facebook seine Userzahl auf 12 Millionen User mehr als verdoppeln. In diesem Jahr wurde unter anderem der „Facebook Share“ Button veröffentlicht, der heute auf nahezu jeder Seite im Web zu finden ist und es Usern erlaubt, die Seite auf der sie sich gerade befinden in ihr Facebook Profil zu posten. Außerdem tat Facebook mit Microsoft zusammen den ersten Schritt zur Monetarisierung des Netzwerks indem die beiden Firmen eine strategische Partnerschaft zur Schaltung von Werbebannern eingingen.

2007 führte Facebook ein neues Design ein und ermöglichte Entwicklern über die sogenannte „Facebook Plattform“ den Usern eigene Anwendungen und Spiele innerhalb des sozialen

Netzwerks zur Verfügung zu stellen. Dies war der Beginn von Anwendungen wie „Farmville“, „Cityville“ und ähnlichem, die heute von mehreren hundert Millionen Menschen gespielt werden. Im April 2007 waren 20 Millionen User registriert, davon 2 Millionen in Kanada und 1 Million in Großbritannien. Im Oktober erreichte die Gesamtzahl der User 50 Millionen. In diesem Jahr führte Facebook auch das Werbeformat der „Facebook Ads“ ein, über das das Social Network seine größten Umsätze generiert.

2008 begann die tatsächliche Internationalisierung der Plattform, die in diesem Jahr auf Spanisch, Französisch, Deutsch und 21 weiteren Sprachen gelauncht wurde. Weiters wurde der „Facebook Chat“ veröffentlicht, mittels dem User während ihres Aufenthalts auf Facebook unmittelbarer und direkter mit ihren Freunden kommunizieren konnten und Facebook schaffte die Hürde von 100 Millionen registrierten Nutzern. Im Dezember 2008 wurde das Feature „Facebook Connect“ freigeschalten, welches es Website Betreibern erlaubte, Usern den Login mit ihren Facebook Accounts in andere Websites zu ermöglichen. So schaffte Facebook es, seine Präsenz im Web weiter auszubauen und zu festigen.

Anfang 2009 waren 150 Millionen User auf der Plattform aktiv, im April 2009 waren es 200 Millionen und im September 2009 konnten 300 Millionen aktive User erreicht werden. Die Firma Digital Sky Technologies investierte 2009 200 Millionen Dollar in Facebook.

Das Wachstum des Social Networks ging auch 2010 weiter, hier konnten im Februar 400 Millionen aktive Nutzer verzeichnet werden, im Juli darauf waren es dann bereits 500 Millionen. In diesem Jahr wurde der „Facebook Like“ Button eingeführt, der eine Erweiterung der „Share“ Funktion darstellt.

2011 kaufte sich die Investorengruppe Goldman Sachs zusammen mit russischen Investoren mit 500 Millionen Dollar bei Facebook ein. In diesem Jahr wurde auch die Partnerschaft mit dem Internettelefonie-Dienst Skype bekanntgegeben, mit dem zusammen der Facebook Chat um Videotelefonie erweitert wurde. In diesem Jahr wurden viele weitere Features vorgestellt, wie etwa der „Senden-Button“, mit dem Websites, die diesen eingebunden haben, auch nur mit vereinzelt Freunden des Users geteilt werden konnten, die Gesichtserkennung auf Fotos, mittels der User auf Fotos automatisch identifiziert werden konnten, sofern diese das eingestellt hatten, das „Abonnieren“ Feature, mittels dem User öffentliche Statusupdates anderer User abonnieren konnten, ohne mit diesen befreundet zu sein und als größte Neuerung wurde die sogenannte „Chronik“ beziehungsweise „Facebook Timeline“ für alle User eingeführt, ein Redesign der Profile der User dahingehend, dass alle Aktionen, die der User auf Facebook je getätigt hat, in einer leicht zu durchsuchenden und übersichtlichen Zeitleiste angezeigt werden.

Im Februar 2012 kündigte Facebook seinen Börsengang an und kaufte im April den Fotosharing Dienst „Instagram“, der zu diesem Zeitpunkt 30 Millionen Nutzer hatte, für 1 Milliarde Dollar.

Das Netzwerk ist in mehr als 70 Sprachen verfügbar und hatte 2011 ein Jahreseinkommen von 3,7 Milliarden Dollar und einen Gewinn von 1 Milliarde Dollar. (vgl. Los Angeles Times: Facebook says ticker symbol will be FB, annual revenue \$3,7 billion, 2012, [Online])

Mitte 2013 hatte Facebook bereits 1.19 Milliarden aktive User, davon besuchen 727 Millionen die Seite täglich.

Weiters wurde Facebook von 874 Millionen Menschen über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets genutzt. Jeden Tag wurden mehr als 2 Milliarden Posts auf der Seite kommentiert oder geliked und die User luden mehr als 250 Millionen Fotos pro Tag auf die Plattform, Facebook war somit auch gleichzeitig der größte Foto-Dienst der Welt. Durchschnittlich verbrachten die User 7 Stunden und 46 Minuten pro Monat auf Facebook. (vgl. mashable.com: Facebook by the numbers, 2011a, [Online], Facebook.com: Timeline der Facebook Firmengeschichte, [Online], Facebook.com: Key-Facts, [Online])

Das Netzwerk hat in allen Ländern der Welt enorme Userzahlen (vgl. socialbakers.com, [Online]) – so auch in Österreich. Beim Betrachten des österreichischen Social Media Radars wird deutlich, dass Facebook-User quer durch alle Altersgruppen zu finden sind, der Männer- und Frauen-Anteil ist mit 48,39% zu 51,61% nahezu ausgeglichen. (vgl. Abbildung 8)

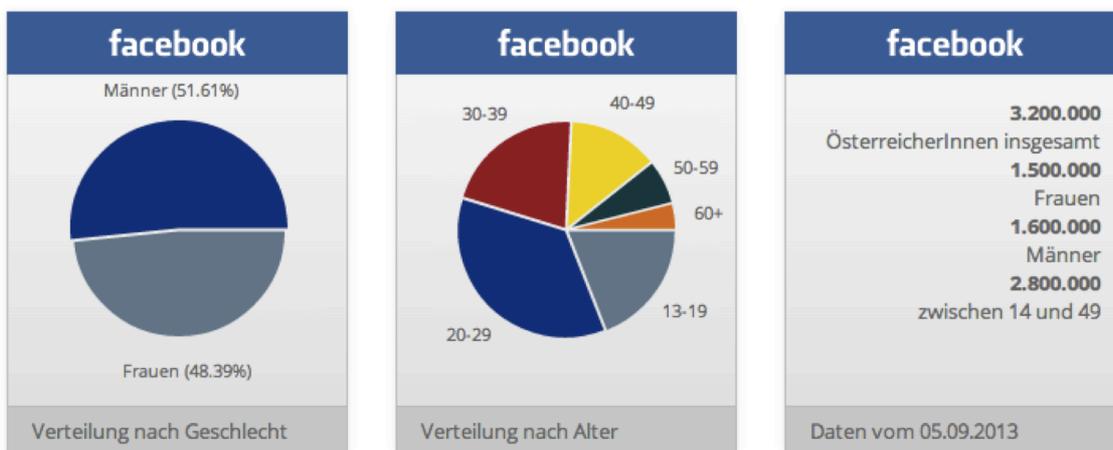


Abbildung 8: Facebook Nutzerzahl Österreich aus dem Social Media Radar Österreich, (socialmediaradar.com 2013, [Online])

Insgesamt waren mit 05.09.2013 3,2 Millionen Österreicherinnen und Österreicher auf Facebook registriert. In der IKT-Einsatzstudie 2012 weißt Statistik Austria aus, das 79 Prozent der Haushalte in Österreich einen Internetanschluss besitzen – diese Kurve wächst seit 2002 kontinuierlich an. In absoluten Zahlen gibt Statistik Austria dabei 5,131 Millionen Internetnutzer an. (vgl. Statistik Austria 2012, [Online]) Facebook hat es innerhalb von nur knapp fünf Jahren bereits auf eine

Nutzerschaft von 3,2 Millionen Nutzern in Österreich geschafft.

Als Grund für den Erfolg von Facebook hat Adam Joinson die sechs Hauptmotivationen von Facebook Usern erhoben, sich bei dem Social Network zu registrieren: Kontaktaufnahme mit alten Freunden, soziale Überwachung (erfahren, was Freunde machen, ohne mit ihnen zu reden), Bekanntschaften online nachzuschlagen, Fremde online zu beobachten, Statusmeldungen zu verfassen und das Teilen von Inhalten. (vgl. Rettig 2010, [Online] nach Joinson 2008, [Online]) Wie bereits bei der Darstellung der Unternehmensgeschichte von Facebook gezeigt wurde, bietet Facebook eine große Menge an Features, die einerseits für dieses rasante Wachstum verantwortlich sind, beispielsweise sei hier die Einführung des Like-Buttons genannt, und die andererseits, ob ihrer Komplexität, den User oft vor Probleme mit den eigenen Privatsphäre-Einstellungen stellen. Auf einige der wichtigsten Funktionen soll kurz eingegangen werden, um Begrifflichkeiten des Social Networks besser erläutern zu können. Diese Erläuterungen basieren auf dem Abrufdatum des 06.05.2012 und können mittlerweile bereits leicht verändert worden sein – im Großen und Ganzen jedoch sind diese beschriebenen Funktionen sehr grundlegend für Facebook.

5.1 Facebook Profil

Wie bereits weiter oben beschrieben ist es grundlegend für Social Networks ein Profil von sich selbst anzulegen, mittels dem man sich mit seinen Freunden und Bekannten verbindet. Dieses Profil trägt auf Facebook den Namen „Chronik“ - im englischen Original wird sie als „Timeline“ bezeichnet. Dieses Design des Profils wurde erst Ende 2011 eingeführt. (vgl. Abbildung 9)



Abbildung 9: Ansicht Facebook Profil ([facebook.com/andreas.bintinger](https://www.facebook.com/andreas.bintinger) 2013, [Online])

Auf die genaue Geschichte der Entwicklung des Facebook Profils soll hier nicht weiter eingegangen werden; als weiterführende Information soll auf einen Artikel der Website mashable.com verwiesen sein. (mashable.com 2011c, [Online]) Auf die genauen Möglichkeiten der Befüllung dieser Profile wird weiter unten eingegangen. Wie Boyd bereits hervorhob, hat der User die Möglichkeit, sein Profil mit den Profilen von anderen Usern zu verbinden, was sie als „backbone“ von Social Networks verstanden hat.

5.2 Verbindungen von Facebook Profilen

Auf Facebook gibt es sowohl die Bezeichnung als „Freunde“, sprich wenn sich zwei User verbinden und beide dieser Verbindung aktiv zustimmen, als auch einseitige Verbindungen, sogenannte „Abonnements“. Hier sieht der Abonnent dann jene Nachrichten und Profilinformatoren, die der Absender als „öffentlich“ markiert beziehungsweise ausgesendet hat, jedoch sind keine weiteren Details einsehbar. Dieses Feature wurde auf Facebook im Herbst 2011 eingeführt um zu Diensten wie „Twitter“ oder „Google+“ aufzuschließen, die dieses Feature bereits geboten haben. (vgl. diepresse.com 2011, [Online]) Die Bezeichnung von gegenseitigen Kontakten als „Freunde“ kann jedoch irreführend sein, „(...) because the connection does not necessarily mean friendship in the everyday vernacular sense, and the reasons people connect are varied.“ (Boyd 2006, [Online])

Als dritte Gruppe von Verbindungen existiert auf Facebook die Möglichkeit sich mit sogenannten „Fan-Seiten“ zu verbinden. Diese Seiten können von Usern zu allen möglichen Themen, Marken, Produkten, Tätigkeiten etc. eingerichtet werden. Klickt ein User bei einer dieser Fan-Seiten auf „Gefällt Mir“, wird er gleichzeitig „Fan“ dieser Seite und erhält von diesem Zeitpunkt an die Nachrichten, die diese Seite veröffentlicht. Auch das ist eine einseitige Verbindung. (vgl. facebook.com: Facebook-Seiten, [Online])

Die möglichst öffentliche Abbildung dieser Verbindungen ist wie bereits erwähnt ein wesentlicher Aspekt von Social Networks, um die Verbindungen der User untereinander zu zeigen. So können User in den Freundeslisten anderer User stöbern, um so weitere Verbindungen zu finden und das eigene Netzwerk, und somit die Relevanz des Social Networks für sich selbst, zu vergrößern. Auch hier haben die User in den meisten Services die Möglichkeit, diese Freundeslisten nicht öffentlich anzeigen zu lassen und das in den Privatsphären-Einstellungen festzulegen. Jedoch sind auch diese Einstellungen wiederum äußerst schwer zugänglich. (vgl. Boyd/Ellison 2007)

5.3 Newsstream

Alle Aktionen, die ein User auf der Plattform von Facebook tätigt, werden in einem sogenannten „News-Stream“ gebündelt und anderen Usern angezeigt. (vgl. Abbildung 10)

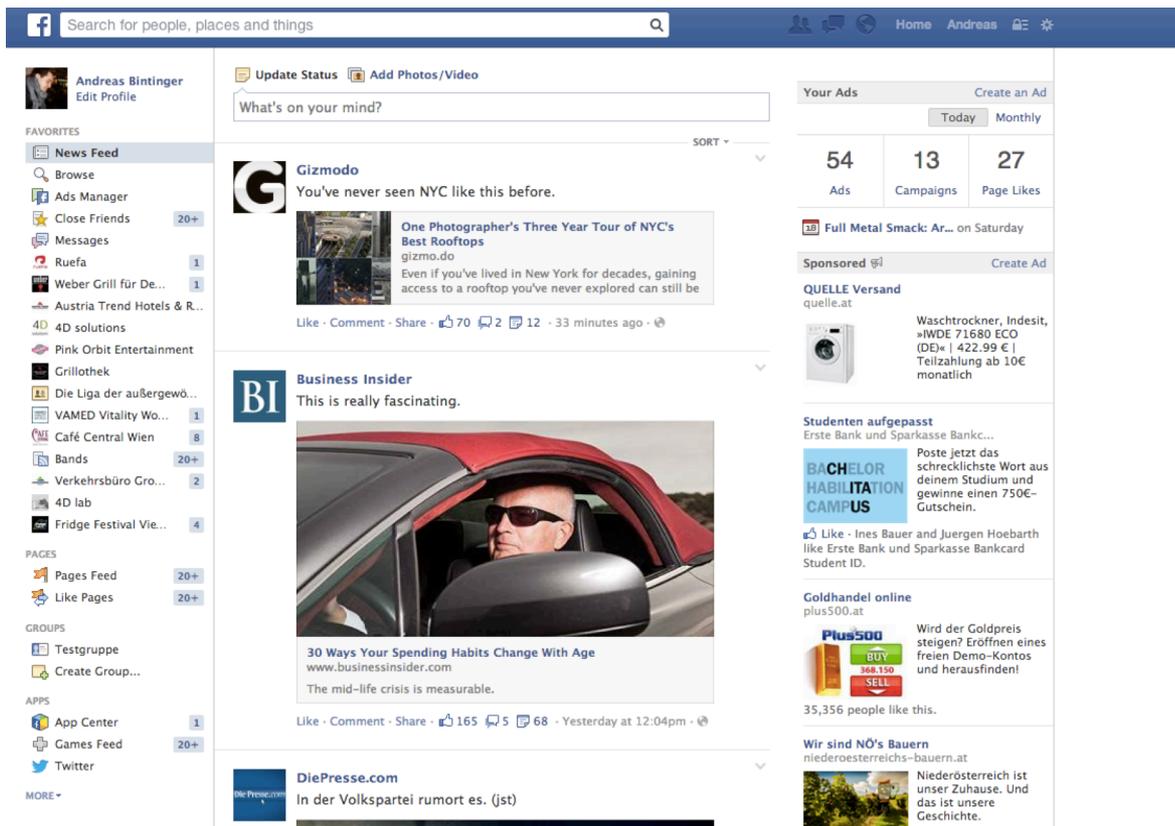


Abbildung 10: Ansicht Facebook Stream, (facebook.com 2013, [Online])

Diese Meldungen über getätigte Aktionen können jedoch nur dann gesehen werden, wenn man mit dem betreffenden User befreundet ist, oder dieser die Meldung über die Aktion öffentlich zugänglich gemacht hat. Zu diesen Aktionen zählen zum Beispiel das Aktualisieren des eigenen Status, also das Ausfüllen und Abschicken des Feldes „Was denkst du gerade“ im eigenen Profil, das Hochladen von Fotos, das Erstellen eines Events, das Erstellen einer Umfrage, die Nutzung einer Applikation auf Facebook, das Einchecken in Orten via Smartphone, das „Markiert werden“ auf einem Foto, das Ergänzen des eigenen Profils mit neuen Informationen und viele weitere mehr. Die Form, in der diese Meldungen erscheinen variieren, generell halten sie sich an die Form „Andreas Binting hat gerade ein Foto hochgeladen“, „Andreas Binting arbeitet jetzt bei Firma 1“ und so weiter. Neben diesem Kommunikationskanal stehen dem User noch weitere Kanäle und Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung.

5.4 Kommunikation auf Facebook

Neben dem eben beschriebenen Newsstream, der sich durch die Aktionen der User füllt, können User sich untereinander Nachrichten schreiben, die nur für sie und den Adressaten sichtbar sind. Weiters können User in Echtzeit miteinander chatten, ähnlich Instant Messenger Services, und seit

2011 auch miteinander Videotelefonieren. Außerdem besteht die Möglichkeit, sich mit anderen Usern in einer sogenannten Facebook Gruppe zusammenzuschließen und dort miteinander zu kommunizieren – dies kann sowohl öffentlich als auch geheim passieren. Auch haben User die Möglichkeit, auf die Chronik von anderen Usern zu schreiben. Alle diese Kommunikationskanäle stehen dem User auch von Smartphones und Tablets aus zur Verfügung.

Nachdem nun das Web 2.0 mit der speziellen Ausprägung der Social Networks behandelt wurde und auch Goffmans Begrifflichkeiten der Selbstdarstellung erläutert wurden, sollen nun diese beiden Bereiche zusammengeführt werden und die Selbstdarstellungsmöglichkeiten im größten Social Network der Welt, nämlich auf Facebook, dargelegt werden.

5.5 Selbstdarstellung auf Facebook

Das englische Original von Goffmans Werk „Wir spielen alle Theater“ lautet „The Presentation of Self in Everyday Life“. Dieses „präsentieren“ als das, was man gern sein möchte, kommt besonders in Social Networks zum Tragen. Bereits während des Registrierungsprozesses in den ersten Minuten auf Facebook werden dem User umfassende Tools zur Selbstdarstellung zur Verfügung gestellt.

Besucht man als noch nicht registrierter User die Startseite von Facebook unter www.facebook.com, bekommt man folgenden Screen zu sehen. (vgl. Abbildung 11)

facebook

1. E-Mail oder Telefon Passwort Anmelden
Angemeldet bleiben Passwort vergessen?

Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen.

Registrieren
Facebook ist und bleibt kostenlos.

Vorname Nachname
Deine E-Mail
E-Mail nochmals eingeben
Neues Passwort

Geburtsdag
Tag ↓ Monat ↓ Jahr ↓ Warum muss ich meinen Geburtsdag angeben?
 Weiblich Männlich

Indem du auf Registrieren klickst, erklärst du dich mit unseren Nutzungsbedingungen einverstanden und bestätigst unsere Datenverwendungsrichtlinien einschließlich unserer Bestimmungen zur Verwendung von Cookies gelesen zu haben.

Registrieren 2.

Erstelle eine Seite für eine Berühmtheit, eine Band oder ein Unternehmen.

Deutsch English (US) Español Português (Brasil) Français (France) Italiano العربية 繁體中文(简体) 日本語 ...

Abbildung 11: Facebook Login Screen, (facebook.com 2013, [Online])

Hier wird der User aufgefordert sich einzuloggen (siehe Markierung „1.“) oder falls man noch keinen Account hat, sich zu registrieren. (siehe Markierung „2.“) Um sich zu registrieren, muss man seinen Vornamen, seinen Nachnamen, seine Mailadresse und erneut die Mailadresse zur Überprüfung und ein selbst festgelegtes Passwort eingeben. Außerdem muss man sein Geschlecht angeben und den eigenen Geburtstag, in der Form „Tag-Monat-Jahr“ bekanntgeben. Bereits hier kann der User mittels der Eingabe seines Namens, seines Geschlechts und seines Geburtsdatums die ersten Einstellungen treffen, die selbstdarstellerisch wirken. Was laut Facebook Nutzungsbedingungen besonders interessant ist, ist, dass sich User nur mit ihrem echten Namen registrieren dürfen und ein gewisses Alter haben müssen. (vgl. Facebook: Impressum und Erklärung der Rechte und Pflichten, [Online], Punkt 4 - „Registrierung und Kontosicherheit“)

Direkt nach der Registrierung wird man dazu aufgefordert, Freunde zu finden, indem man sich bei seinem Mailanbieter einloggt (vgl. Abbildung 12) – die Mailkontakte, die in diesem gespeichert sind, werden dem User in der Folge als Facebook Freund vorgeschlagen.

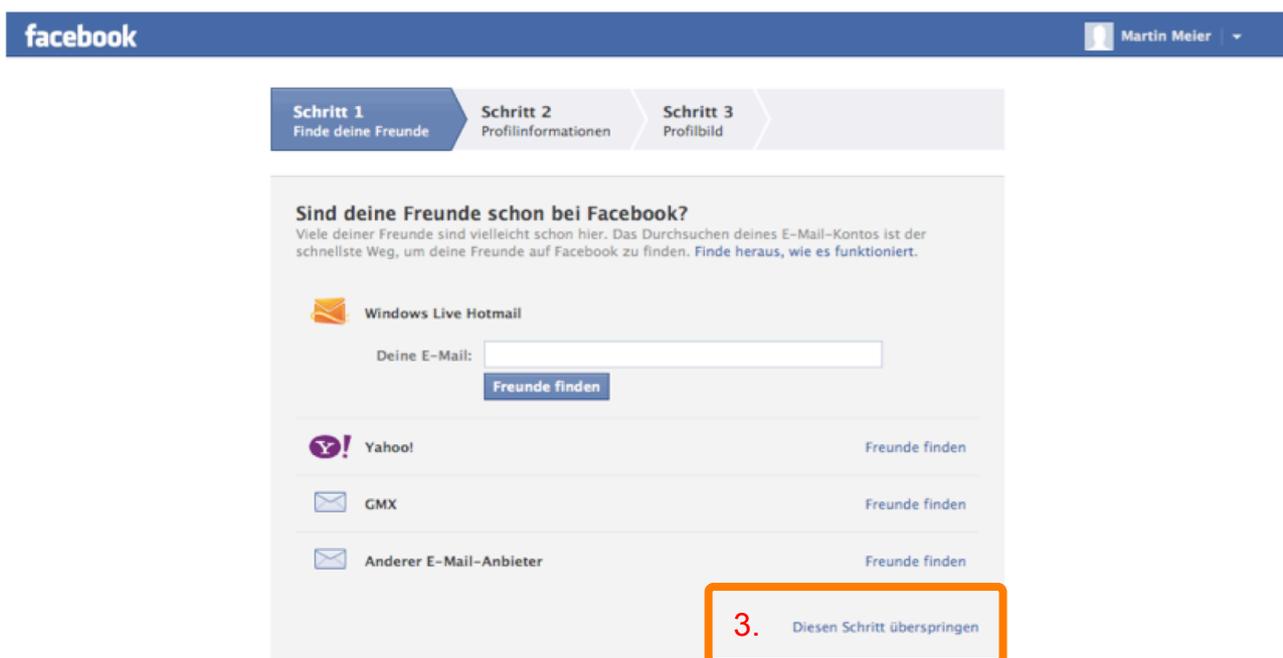


Abbildung 12: Registrierung auf Facebook, Schritt 1, (facebook.com, Aufruf am 06.05.2012)

Dieser Schritt kann zwar übersprungen werden, jedoch ist dieser Hinweis sehr versteckt (siehe Markierung 3) und beim Überspringen wird der User nochmals darauf hingewiesen, dass Facebook „(...) mit Freunden mehr Spaß macht“. Wie bereits oben beschrieben, versucht Facebook hier sehr geschickt Relevanz für den User zu gewinnen, indem sich der User gleich mit Personen verbindet,

die das Netzwerk für ihn interessant machen könnten. Hier zeigt Facebook das oben beschriebene Merkmal von Web 2.0 Anwendungen: „Data is the next Intel Inside“. Durch dieses Finden von Freunden kreiert Facebook bereits in den ersten Minuten der Registrierung das „Publikum“ für die Selbstdarstellung des Users, wenn man der Goffmanschen Begrifflichkeit folgt.

Im zweiten Schritt wird dem User vorgeschlagen, die von ihm besuchte Schule, die von ihm besuchte Hochschule und/oder seinen Arbeitgeber anzuführen.



Abbildung 13: Registrierung auf Facebook, Schritt 2, (facebook.com Aufruf am 06.05.2012)

Auch dieser Schritt lässt sich auf die gleiche Weise überspringen, wie der erste Beschriebene. (vgl. Markierung „4.“ in Abbildung 13) Diese Information ist ebenfalls etwas, das das Bild des Users bei anderen Menschen erheblich prägt.

Im dritten und vorerst letzten Schritt wird der User dazu aufgefordert, ein Foto von sich als Profilbild festzulegen.



Abbildung 14: Registrierung auf Facebook, Schritt 3, (facebook.com, Aufruf am 06.05.2012)

Dieses kann er entweder hochladen oder mit seiner Webcam aufnehmen. Auch dieser Schritt lässt sich wie die beiden ersten überspringen. (vgl. Markierung „5.“ in Abbildung 14) Der selbstdarstellerische Wert eines Fotos von sich selbst steht außer Frage. Gerade dieses Element wird von den Facebook Usern sehr stark dazu verwendet, das eigene Profil nach den eigenen Vorstellungen zu gestalten.

Nachdem man diesen dritten Schritt getätigt beziehungsweise übersprungen hat, sieht man den eigenen Newsstream, in dem einem die Statusmeldungen der eigenen Freunde, sofern durch den Import von E-Mailadressen bereits vorhanden, angezeigt werden. Wenn dieser Newsfeed zu Beginn noch leer ist, bekommt man erneut einen Hinweis, dass man Freunde durch das Durchsuchen des eigenen E-Mailadressbuchs finden kann.

Durch einen Klick auf den eigenen Namen erreicht man das eigene Profil, die bereits kurz beschriebene Facebook Chronik, das zentrale Element des Netzwerks. Diese soll nun genauer beschrieben werden, um zu zeigen, welche Möglichkeiten einem Facebook User zu Selbstdarstellung gegeben werden.

5.6 Facebook Chronik

Innerhalb des eigenen Profils (vgl. Abbildung 15) wird deutlich, wie viele Möglichkeiten man auf Facebook hat, um sich selbst anderen zu präsentieren.

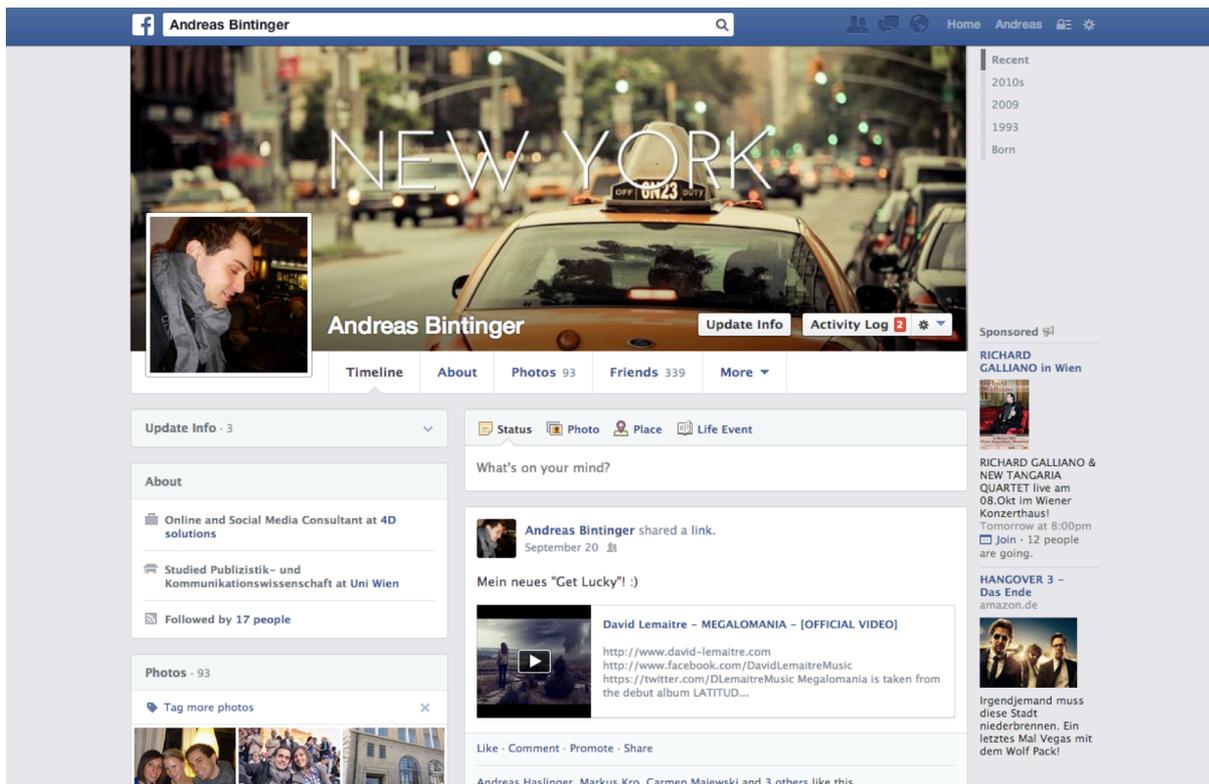


Abbildung 15: Facebook Chronik, (facebook.com, Aufruf am 06.05.2012)

Zuallererst ist bereits der Name, mit dem man sich auf Facebook registriert, ein erster Baustein des Bildes, das man anderen vermittelt. Generell geht der Trend dahin, dass sich User mit ihrem echten Namen, oder zumindest einer Variation davon, registrieren. (vgl. bitkom 2012, [Online]) Weiters hat man, wie bereits erläutert, die Möglichkeit, ein Profilbild für sich selbst hochzuladen und ein sogenanntes Coverbild für das Profil einzustellen. Der Selbstdarstellung sind in diesen beiden Bereichen keine Grenzen gesetzt. Ein ganz wesentlicher Bestandteil des Profils ist dann der Bereich, in dem die einzelnen Postings, welche aus Text, Bild, Links oder Videos bestehen können, vom User hochgeladen werden können. Sämtliche Postings, die man im Laufe seiner Präsenz auf Facebook macht, werden hier chronologisch untereinander gesammelt und aufgelistet. Hier lässt sich natürlich vom User sehr genau steuern, welches Bild von einem selbst von einem entsteht, indem man Dinge postet, die das eigene Selbstbild stützen, wie etwa Musikvideos, Links zu Filmrezensionen oder Zeitungsartikel. Auch andere User können an die eigene Chronik schreiben, ob diese Beiträge aber im Profil angezeigt werden, kann auch für jedes Postings einzeln eingestellt werden.

Auf dieser Facebook Chronik gibt es dann noch einzelne Bereiche, die vom User mit Information über sich gefüllt werden können. Dazu zählt der „About“ Bereich, hier kann von der Ausbildung, über die sexuelle Orientierung, bis hin zum Beziehungsstatus oder der religiösen Überzeugung alles

eingetragen werden, was die eigene Person beschreibt. Es können sogenannte Meilensteine angelegt werden, wie etwa der Abschluss der Universität, eine Hochzeit oder der Start in einem neuen Job. Ein weiterer Bereich ist der „Photos“ Bereich, in dem sämtliche Fotos die der User hochgeladen hat und auf denen er markiert wurde in Alben gesammelt werden. Neben dem Bereich „Friends“, in dem die Facebook Freunde des Users gezeigt werden, gibt es ein Dropdown Menü, in dem „Gefällt Mir“ Angaben zu Facebook Seiten, Musik, Filmen, Büchern, etc. gesammelt sind.

Durch diese kurze Darstellung einiger Funktionen des Social Networks Facebook wird deutlich, wie sehr das Service einerseits dazu einlädt sich selbst darzustellen und welche Bandbreite an Tools dem User hierfür zur Verfügung stehen. Durch diese Möglichkeiten entstehen jedoch auch Gefahren für die Nutzer, die durch schlechten Umgang mit den eigenen Daten entstehen können.

5.7 Sicherheit im Web 2.0

Durch die oben beschriebene zunehmende Nutzung des Internets und der Vielfältigkeit und auch „(...) gestiegenen technischen Komplexität von Webanwendungen stieg auch die Anzahl cyberkrimineller Attacken. Insbesondere mit dem Web 2.0, dessen Plattformen auf neuartigen technologischen Konzepten basieren und dem Nutzer immer mehr persönliche Informationen entlocken, geht eine ganze Reihe neuer Angriffsmöglichkeiten einher (Lindner und Barnitzke 2007; Schreiber und Barnitzke 2007).“ (Günter in Kollmann 2007, S. 143) Hier sind besonders „Social Networks“ und Facebook im Speziellen zu nennen, die darauf basieren, dass die Nutzer möglichst viel Informationen über sich selbst preisgeben um diese Netzwerke bestmöglich nutzen zu können. Diese Tatsache gibt Cyber-Angreifern neue Instrumente wie beispielsweise „Social Engineering“ in die Hand. Darunter versteht man „To manipulate people, by deception, into giving out information, or performing an action.“ (Mann 2008, S. 11), also Menschen im Web zu täuschen um an Informationen zu kommen oder sie zu einer Aktivität ihrerseits zu bringen. „Auch Methoden wie Social Engineering oder Pishing erfreuen sich bei den Cyberkriminellen immer größerer Beliebtheit. Hierbei werden die Systeme nicht direkt angegriffen, sondern über den Nutzer kompromittiert.“ (Günter in Kollmann 2007, S. 143) Der „Faktor Mensch“ wird also im Web 2.0 zur nicht außer Acht zu lassenden Gefahrenquelle.

„Im Jahre 2006 wurde der Faktor Mensch zum ersten Mal in die Top 20-Gefahrenliste des US-Instituts SANS (2006) aufgenommen. Diesem wird im Web 2.0 einiges abverlangt: So ist es für einen Angreifer mittlerweile ein Leichtes, Namen, Telefonnummern oder gar ganze Lebensläufe zu recherchieren und daraus wertvolle Erkenntnisse für Täuschungsmanöver abzuleiten. (Barnitzke 2007a)“ (Günter in Kollmann 2007, S. 143)

Wie bereits gezeigt wurde, ist es für soziale Netzwerke wie Facebook sehr wichtig möglichst detaillierte Lebensläufe ihrer User zu erhalten, was jedoch neue Betrugs- und Angriffsmöglichkeiten bietet.

„Dies zeigt ganz klar die negativen Seiten von Social Networks und anderen Web 2.0-Anwendungen auf. Durch die zunehmende Selbstpräsentation gelangt der Nutzer schnell an einen Punkt, an dem er den Überblick verliert. Immer mehr Passwörter, Nutzernamen und andere sicherheitsrelevanten Daten nehmen Platz im Gedächtnis ein. Daraus resultiert sehr häufig ein nachlässiges Verhalten.“ (Günter in Kollmann 2007, S. 143)

Wie oben beschrieben ist das Web 2.0 mit all seinen Services eines der meistgenutzten und am schnellsten wachsenden Kommunikationsphänomene aller Zeiten, das seinen Nutzern ungeahnte Möglichkeiten der Vernetzung und Bereitstellung von Informationen bietet. Wie Alby bereits zitiert wurde, gilt diese Technologie als Versprechen, „(...) dass jeder Publizist werden und seine Inhalte einem Millionenpublikum zugänglich machen könne.“ (Alby 2008, S. XIV) Jedoch wird bei näherer Betrachtung auch deutlich, dass es negative Seiten dieses Kommunikationstrends gibt, sobald es um den Schutz und das Verwalten der eigenen Daten und die eigene Privatsphäre geht. Auf diesen Begriff soll in der Folge eingegangen werden.

6. Privatsphäre und Privatheit

*Auf Facebook werden täglich 4,5 Milliarden Likes vergeben.
(vgl. Facebook's Growth In The Past Year,
Facebook 2013, [Online])*

Um das Konzept der Privatsphäre näher betrachten zu können, soll auf die Ausführungen von Beate Rössler eingegangen werden, die die Begriffe „privat“, „Privatheit“ und deren Bedeutungen näher erläutert. In ihren Überlegungen zum „Wert des Privaten“, am Kongress „Save Privacy“ der Heinrich-Böll-Stiftung, legt sie zu Grunde, dass man von „privat“ in ganz verschiedenen Kontexten spricht: Religion ist Privatsache, genauso wie medizinische Daten über eine Person, welche Kleidung man trägt oder welchen Beruf man wählt und ebenso die eigene Wohnung wird als „privat“ bezeichnet. (vgl. Rössler 2002, S. 7) In all diesen Ansprüchen findet sich die Gemeinsamkeit, „(...) daß (sic!) eine Person dann, wenn sie Privatheit beansprucht, so etwas beansprucht wie die Kontrolle über den Zugang - zur Wohnung, aber auch zu persönlichen Daten oder zu Entscheidungen, (...)“ (ebda., S. 7f.) Als „gemeinsamer Nenner“ all dieser Formen von Privatheit kann also die Zugangskontrolle zu diesen Bereichen bezeichnet werden. „(...) privat ist

etwas dann, wenn ich dazu in der Lage und berechtigt bin, den Zugang - zu Daten, zu Wohnungen, zu Entscheidungen oder Handlungsweisen - zu kontrollieren.“ (ebda., S. 8)

Rössler zeigt auf, dass man die Komplexität des Privaten in drei Dimensionen zu verstehen hat: die *informelle Privatheit*, wenn es um die Daten einer Person, also generell darum, was andere von einem wissen, geht, die *dezisionale Privatheit*, wenn es um private Entscheidungen oder Handlungen wie „mit wem möchte man zusammenleben“, „welchen Beruf möchte man ergreifen“ oder „welche Kleidung möchte man tragen“ geht, und als dritte und letzte Dimension die *lokale Privatheit*, wenn die Privatheit der eigenen Wohnung zur Debatte steht. Die Idee von Privatheit ist, der feministischen Kritik folgend und an die Seite des liberalen Begriffs anknüpfend, hier als Norm zu verstehen, die für alle Personen in gleicher Weise und nicht für Frauen und Männer in verschiedener Weise gilt. (vgl. ebda., S. 8) Rössler stellt die These auf, dass es, trotz der Unterschiedlichkeit der drei Dimensionen und der Heterogenität der Verwendungsweisen des Privaten, einen gemeinsamen Nenner gibt, wenn man betrachtet, warum die Menschen Privatheit wollen und was diese schützen soll:

„Privatheit schützt die individuelle Freiheit und Autonomie von Personen. Wir wollen den Schutz des Privaten deshalb, weil wir anders nicht unser Leben so frei und selbstbestimmt wie möglich leben können. Und gerade auch deshalb sollten wir Privatheit schätzen, denn das Aufgeben von Ansprüchen auf Privatheit ist immer auch zugleich das Aufgeben von bestimmten Ansprüchen, frei und selbstbestimmt zu sein.“ (ebda., S. 9)

Erst wenn man weiß, warum den Individuen in der Gesellschaft Privatheit, die eigene Privatsphäre, wichtig ist, kann man auch kritisieren, wenn diese verletzt wird oder in Gefahr gebracht wird. Rössler zieht hier, zur Erklärung worin der Wert der Privatheit liegt, den Begriff der Autonomie heran, bei dem es darum geht, „(...) daß (sic!) jede Person selbst entscheiden kann und können sollte, wie sie leben will (...)“ und „(...) zu wählen, wie wir leben, wie wir sein wollen.“ (ebda., S. 9) Autonomie bezeichnet also den Umstand, dass Menschen aus ihrer eigenen Überzeugung und freiem Willen heraus handeln können. Autonomie ist jedoch nicht gleichzusetzen mit „Freiheit“: „Im Gegensatz zum negativen Freiheitsbegriff, der eine Freiheit von äußeren Zwängen definiert, beschreibt die Autonomie eine positive Freiheit, hinsichtlich bestimmter Handlungen „sein eigener Gesetzgeber zu sein.““ (Hotter 2011, S. 29) Es geht also nicht darum „frei von“ Zwängen und Einschränkungen zu sein, sondern „frei zu“ sein das zu tun, was man selbst tun möchte. Um ein autonomes Leben leben zu können, gibt es gewisse Voraussetzungen, die dazu gegeben sein müssen, wie etwa eine demokratische Gesellschaft, in der die Freiheit des Subjekts festgeschrieben ist. Für ein autonomes Leben ist es notwendig, Privatheit und die Privatsphäre der Individuen zu

schützen: betreffend der dezisionalen Privatheit deshalb, weil Lebenspläne sonst nicht gelebt und verfolgt werden können und lokale Privatheit deshalb, weil anders der Schutz der eigenen Rückzugsmöglichkeiten nicht gegeben ist. (vgl. Rössler 2002, S. 10) Das Konzept der informationellen Privatheit geht laut Rössler jedoch über die Fragen des Datenschutzes gegenüber Polizei und Staat hinaus, da sie für alle sozialen Bezüge von Bedeutung ist, in denen Subjekte leben. Hier gibt es einige Fragen, die das Thema und die Problematik der informationellen Freiheit abstecken:

„Warum halten wir es generell für unangemessen, unhöflich, unmoralisch oder sogar widerrechtlich wenn andere Leute uns ohne unser Wissen (oder auch mit unserem Wissen) und gegen unseren Willen, beobachten oder belauschen, oder sogar filmen oder abhören, ob Zuhause, im Büro, auf der Straße oder im Café? Warum fühlen wir uns gestört, beschämt, verletzt, beeinträchtigt, verunsichert, kontrolliert, wenn wir es bemerken? Was ist daran auszusetzen, daß (sic!) Unternehmen personenbezogene Daten weitergeben; oder was ist daran auszusetzen, wenn enge Freunde etwas weitererzählen, was sie über uns nur deshalb wissen, weil sie enge Freunde sind?“ (ebda., S. 10)

Mit all diesen Fragen wird deutlich, dass ein Individuum in vielerlei Hinsicht beansprucht, Informationen über die eigene Person geschützt zu halten und die Weitergabe dieser Informationen kontrollieren zu können. Da es also bei dezisionaler Privatheit darum geht den „Zugang“ zu eigenen Entscheidungen und Lebensplänen zu schützen und bei lokaler Privatheit darum den „Zugang“ zur eigenen Wohnung, dem eigenen Heim zu schützen, dann kann die informationelle Privatheit „(...) verstanden und interpretiert werden als Kontrolle darüber, was andere über die Person wissen können (...)“ (ebda., S. 10) Die Kontrolle über Informationen die eine Person selbst betreffen, sollen in der Hand der jeweiligen Person liegen, um abschätzen zu können, was andere Personen oder Institutionen über sie wissen.

All diese Überlegungen führen zu einer zentralen Frage, nämlich warum informationelle Privatheit/Privatsphäre für Individuen wichtig ist beziehungsweise sein sollte. Auch Rössler stellt die Frage, warum Individuen den Anspruch und das Recht auf Privatsphäre haben, da man ja prinzipiell einwenden könnte, dass, wenn man Personen überwacht, man sie ja in ihrer Freiheit nicht einschränkt.

6.1 Warum ist Privatsphäre wichtig?

Die Zusammenführung der behandelten Begriffe der Privatheit, Informationskontrolle und Autonomie und somit die Wichtigkeit von informationeller Privatheit verdeutlicht Rössler anhand von drei Beispielen. (vgl. ebda., S. 11) Das erste Beispiel betrifft den klassischen Fall des Voyeurs:

„Dieses Beispiel stammt aus einem Roman von John Barth: Joe Morgan, einer der Protagonisten, der viel auf seine Intellektualität und Beherrschtheit hält, wähnt sich allein und unbeobachtet Zuhause. Statt jedoch still in seinem Zimmer zu sitzen und zu studieren, wie seine Freunde dies von ihm erwarten, imaginiert er sich in die Rolle eines Kommandanten und übt, seiner Truppe Befehle zu geben: er marschiert durchs Zimmer und brüllt: Habt acht! Rechts um! Und dergleichen mehr. Seine Partnerin, angestachelt von einem leicht dubiosen Freund, steht draußen am Fenster und beobachtet ihn fassungslos und entsetzt.“ (ebda., S. 11)

Hier ist ganz deutlich, dass der Protagonist sich nur deshalb so verhalten hat wie beschrieben, da er gedacht hat, dass er alleine ist. Hätte er gewusst, dass er beobachtet wird, hätte er sich anders verhalten. Auch die zukünftige Interaktion zwischen der Hauptperson und der Beobachterin ist von diesem Moment an gestört, da nun die Erwartungen des Protagonisten an sein Gegenüber bezüglich des „Wissen über ihn“ falsch sind. Somit ist seine Selbstbestimmung massiv verletzt, da seine Selbstdarstellung, wie oben beschrieben die Art, wie er sich selbst präsentieren will, gegenüber anderen auf falschen Annahmen beruht und somit falsifiziert ist.

In einem zweiten Beispiel wird anhand der verborgenen Videoüberwachung von öffentlichen Plätzen gezeigt, wie ungewollte Beobachtung die informationelle Privatheit verletzen kann:

„Geht man auf der Straße, um etwas einzukaufen, dann geht man natürlich mit Erwartung daran, sich anderen Personen zu zeigen, mit anderen Personen in Kontakt zu treten. Man erwartet, nimmt in Kauf, daß (sic!) andere wahrnehmen, registrieren, wie man heute aussieht, was man anhat, man erwartet, eventuell Bekannte zu treffen oder mit gänzlich Fremden an der Kasse ins Gespräch zu kommen. Man hat also Erwartungen an einen bestimmten, aber (im Prinzip) unbekanntem Personenkreis, dem man begegnen kann; und man hat Erwartungen daran, wie sich diese Personen einem selbst gegenüber verhalten - nämlich (im Prinzip) distanziert, nicht kommentierend. Aber man hat nicht die Erwartung, daß (sic!) solcherlei Gesehen- und Registriertwerden (sic!) auf Filme aufgenommen wird, und damit reproduzierbar, ortsunabhängig und zeitunabhängig vorführbar wird, analysierbar, übermittelbar, kontrollierbar.“ (ebda., S. 11f.)

Sobald man als Individuum wüsste, dass man gefilmt und überwacht wird, würde man sich anders verhalten und sich in jedem Fall in dem Wissen bewegen, dass man nicht unbeobachtet ist. Hier wird die informationelle Privatheit des Einzelnen und die eigene Autonomie verletzt, selbst wenn die betreffende Person nie von der Tatsache wissen sollte, dass sie gefilmt wurde. Denn das Verhalten in der Situation bezeichnet Rössler als Verhalten „unter falschen Bedingungen“ und als „vermeintlich selbstbestimmtes Verhalten“, da die Annahmen, von denen die Person ausging, nicht richtig waren. (ebda., S. 12)

Als drittes Beispiel wird die Übermittlung von medizinischen Daten angeführt:

"(...) wenn sich etwa mein Arbeitgeber mit der Hilfe von Experten Zugang zu Daten verschafft (bei meiner Ärztin oder meiner Versicherung), die über meine Krankheitsgeschichte Auskunft geben, so verletzt er damit nicht nur meine Erwartung, daß (sic!) Daten über meine Krankheiten nur meiner Ärztin und gegebenenfalls meiner Versicherung bekannt sind, neben den Personen, die ich selbst davon in Kenntnis gesetzt habe; sondern er schränkt damit natürlich zugleich meine Möglichkeiten eines selbstbestimmten Verhaltens, einer Kontrolle über meine Selbstdarstellung, die Authentizität meines Verhaltens in diesen beruflichen Kontexten ein. Denn mein Arbeitgeber weiß etwas über mich, hat Informationen über mich, von denen ich nicht weiß, daß (sic!) er sie hat, die aber für die Art und Weise meiner Selbstdarstellung ihm gegenüber, meiner Kommunikation mit ihm, und damit auch für mein selbstbestimmtes Verhalten ihm gegenüber entscheidend sind. Dies ist jedenfalls dann der Fall, wenn ich von der Täuschung erfahre: doch auch wenn ich nur vermute, daß (sic!) solche Täuschung stattgefunden hat oder wenn ich nicht mehr mit Sicherheit davon ausgehen kann, daß (sic!) solche Übermittlungen nicht stattfinden, können damit die Möglichkeiten selbstbestimmten Verhaltens massiv eingeschränkt sein." (ebda., S. 12)

Hier würde also ein unterschiedliches Wissensniveau des Arbeitnehmers und des Arbeitgebers vorhanden sein. Durch den Umstand, dass der Arbeitgeber im Besitz von Informationen ist, die üblicherweise nur für bestimmte Personen wie etwa Ärzte einsehbar sind, ist es für ein Individuum schwer, Kontrolle über seine Selbstdarstellung zu behalten. Es wird für das Individuum also fast unmöglich authentisch zu bleiben.

Mit den drei dargelegten Beispielen zeigt Rössler, warum der Schutz der informationellen Privatheit für Individuen wichtig ist, und zwar:

„(...) weil es für ihr Selbstverständnis als autonome Personen konstitutiv ist, (in ihr bekannten Grenzen) Kontrolle über ihre Selbstdarstellung zu haben, also Kontrolle darüber, wie sie sich wem gegenüber in welchen Kontexten präsentieren, inszenieren, geben wollen, als welche sie sich in welchen Kontexten verstehen und wie sie verstanden werden wollen, darum also auch, wie sie in welchen Kontexten handeln wollen.“ (ebda., S.12)

Es muss gewährleistet sein, dass Individuen autonom entscheiden können, was sie wem über sich sagen, wie sie sich wem präsentieren und wer was über sie weiß. Nur dann kann ein Individuum authentisch und selbstbestimmt handeln, nämlich wenn die oben angesprochene Privatheit durch Informationskontrolle gegeben ist und autonomes Verhalten ermöglicht wird.

Gerade dieses „Nicht-Bescheid wissen“ über das, was andere über einen wissen, ist ein Problem in Social Networks. Durch die technologische Komplexität von Webanwendungen, die die technologische Entwicklung des Web 2.0 ermöglicht hat, wird es Individuen erschwert, zu wissen, wo Informationen über sie wem und wie angezeigt werden.

6.2 Web 2.0 und Privatsphäre

All die bis jetzt behandelten Konstrukte, wie Darstellung der eigenen Person anderen gegenüber, die Sicherheit der eigenen Daten im Internet oder die Privatheit und Privatsphäre von Menschen, treffen im Web 2.0 aufeinander und stellen Individuen vor Herausforderungen, die in der Form bis jetzt kein Thema waren.

Deutlich wird das etwa am Beispiel der Selbstdarstellung (vgl. Tiedemann 2010, S. 390f.):

Personen können sich theoretisch täglich neu erfinden und wesentliche Züge ihrer Persönlichkeit ändern. Sobald Menschen dieses Recht und diese Möglichkeit genommen werden, verlieren sie ihr Selbstgefühl und erleben sich nicht mehr als authentisch. Authentizität und somit auch Identität sind also nur dann möglich, wenn Menschen ihrem Leben eine Wendung geben können und sich selbst verändern können, was in der Kommunikation gleichzeitig auch ein Problem darstellen kann, da Personen somit prinzipiell unberechenbar sind. Kooperation und Kommunikation zwischen den Mitgliedern einer Gesellschaft setzt voraus, dass sich die einzelnen Individuen bis zu einem gewissen Grad „berechnen“ können und Handlungen ihrer Gegenüber „voraussehen“ können - erfolgreiche Kommunikation setzt also eine gewisse Kontinuität der Personen voraus. Diese Kontinuität ist durch das Tragen von mehr oder weniger fixierten Rollen gegeben: „Wir begegnen einander also in dem Bild, das wir von einander haben (Rollenidentität), und nicht als die Wirklichkeit, die wir für uns selbst sind (personale Identität).“ (ebda., S. 391) Für einen Menschen ist es von großer Wichtigkeit Kontrolle darüber zu haben, wie er von anderen wahrgenommen wird. Wie im Beispiel weiter oben vom Arbeitnehmer muss dieser wissen, was der Arbeitgeber über ihn weiß, um authentisch handeln zu können. Das Bild, das andere von einem Selbst haben, wird nicht einfach den anderen überlassen, sondern ein Individuum wird immer versuchen, die Selbstdarstellung so weit wie möglich selbst festzulegen. „Diese Festlegung geschieht dadurch, dass man gewisse Persönlichkeitsanteile in das Rollenbild integriert, also öffentlich macht, und gewisse andere Persönlichkeitsanteile aus dem Rollenbild ausschließt, also vor den anderen verbirgt.“ (ebda., S. 391) Dieses „öffentlich Machen“ von „Persönlichkeitsanteilen“, also das oben bereits beschriebene Nutzen von Ausdrucksmitteln, „(...) mithilfe derer er seine Rolle und sein Selbst erfolgreich darstellen und präsentieren kann“ (koloss 2012, [Online]), ist in Social Networks oftmals eine Herausforderung, der die User dieser Netzwerke nur bedingt gewachsen sind. Dadurch, dass User dazu angeregt werden, ihre Profile mit möglichst viel Information über sich zu füllen und sich mit möglichst vielen Freunden zu vernetzen, entstehen sehr umfangreiche Darstellungen von Personen und oftmals detaillierte Lebensläufe. Die Kontrolle darüber, was andere von einem wissen und was nicht, ist den Nutzern von Social Networks im Großen und Ganzen gegeben. User können über Ihre Privatsphäre Einstellungen festlegen, welche Bereiche ihres Profils welchen Usergruppen

gezeigt werden sollen. Jedoch ist die Kontrolle und die Konfigurierung dieser Einstellungen sehr komplex und für einen Laien oft schwer zu verstehen, außerdem wird die Darstellung dieser Einstellungen von Facebook sehr oft verändert, was zusätzlich Verwirrung auslösen kann. Da es sich hierbei weiters um neue Formulierungen und Funktionen handelt, die man vorher so nicht gekannt hat, sind alleine schon die Begrifflichkeiten, mit denen der User in der Verwaltung der Einstellungen konfrontiert wird, schwer verständlich und kompliziert formuliert. Um ein Gefühl für diese Komplexität dieses Themas zu vermitteln, wird in den nächsten Kapiteln das Verhältnis von Facebook zur Privatsphäre, die Privatsphäre Einstellungen auf Facebook und deren Verwaltung behandelt.

6.3 Privatsphäre auf Facebook

Christian Stöcker, Ressortleiter für das Ressort „Netzwelt“ bei Spiegel Online, hat das Verhältnis von Facebook und Privatsphäre umfassend beleuchtet. (vgl. Stöcker 2010, [Online])

Als einleitendes Beispiel führt Stöcker das Social Network Twitter an und bezeichnet es als Netzwerk mit einer „halböffentlichen“ Struktur. Den Usern ist bereits bei der Registrierung klar, dass dieser Dienst öffentlich ist und die von den Usern abgesetzten Statusmeldungen, die als Tweets bezeichnet werden, einem breiten Publikum zur Verfügung stehen. Diese Tweets sind mittlerweile auch über Suchmaschinen wie Google oder Bing auffindbar. Auch wenn bei Twitter die Möglichkeit besteht seine Meldungen zu verstecken und somit nur einem selbst bestimmten Kreis an Usern zugänglich zu machen, wird diese Option sehr selten genutzt.

„Twitter macht den gleitenden Übergang von privat zu halböffentlich zu öffentlich persönlich erfahrbar. Es konfrontiert jeden Nutzer aber auch von Anfang mit der Tatsache, dass theoretisch jeder Tweet öffentlich zugänglich ist. (...) Dass Twitter ein privater Ort ist, würde wohl kaum ein Nutzer ernsthaft behaupten. Sich beobachtet zu fühlen, ist dort die Norm. Bei Facebook war das früher anders.“ (ebda.)

Jahrelang war Facebook die „diskrete“ Alternative zum Konkurrenten MySpace. Dort war es möglich, und ein wesentlicher Bestandteil der Plattform, dass die User ihre Profile verändern konnten und diese öffentlich einsehbar waren. Facebook hingegen war längere Zeit nur über eine „edu“ Mailadresse erreichbar, was den Kreis der Registrierten ausgewählter und elitärer machte. Facebook begann aber, wie oben dargestellt, sich der breiten Öffentlichkeit zu öffnen und gleichzeitig auch viele Bereiche und grundlegende Funktionen des Netzwerks umzubauen, was mit einer Evolution hin zu weniger Privatsphäre einherging. Matt McKeon hat diesen Umstand mit folgenden Grafiken eindrucksvoll verdeutlicht (vgl. Abbildung 16 und Abbildung 17):

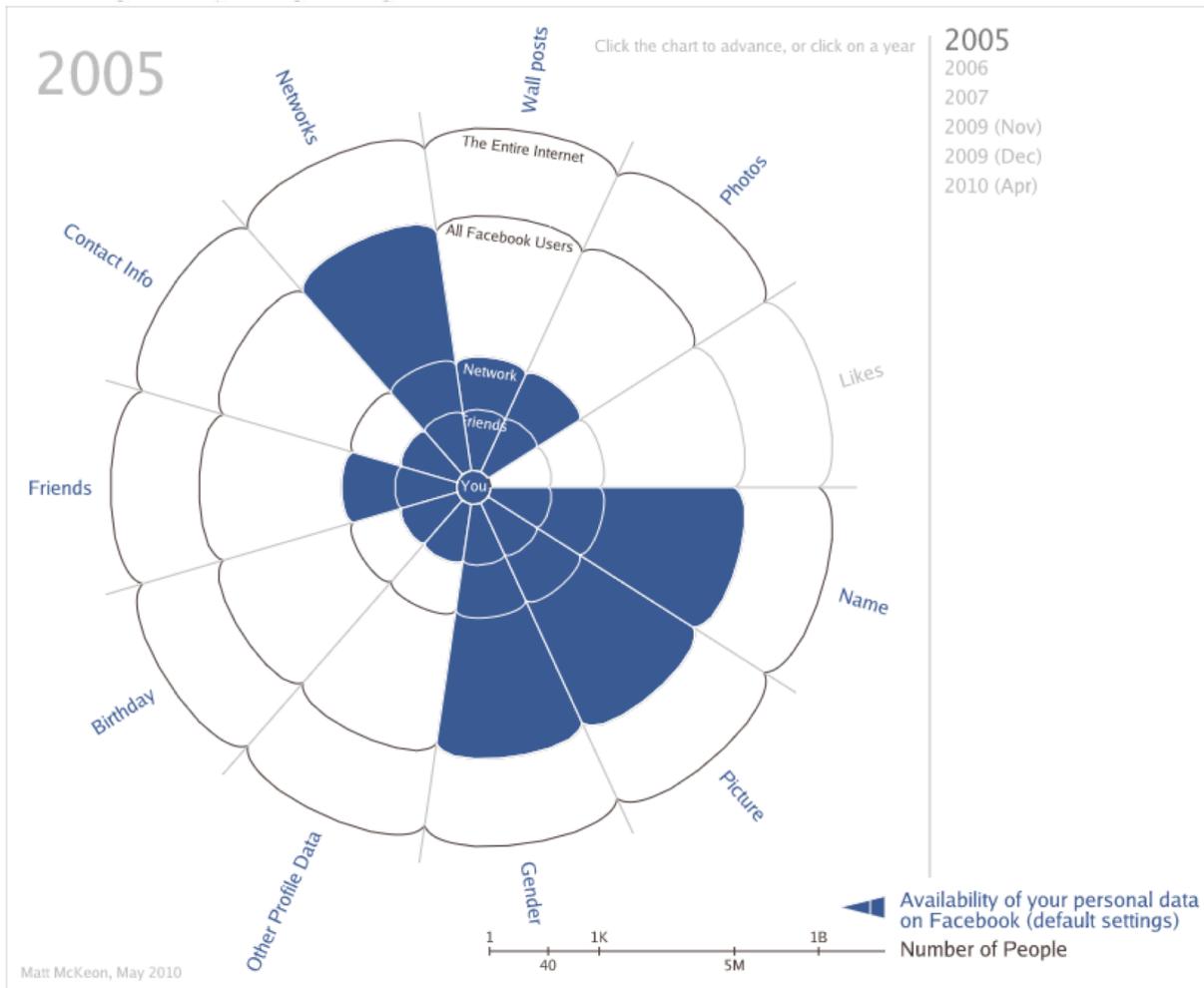


Abbildung 16: Standardeinstellung der Privatsphäre bei einem neu angelegten Facebook Profil 2005 (McKeon, [Online])

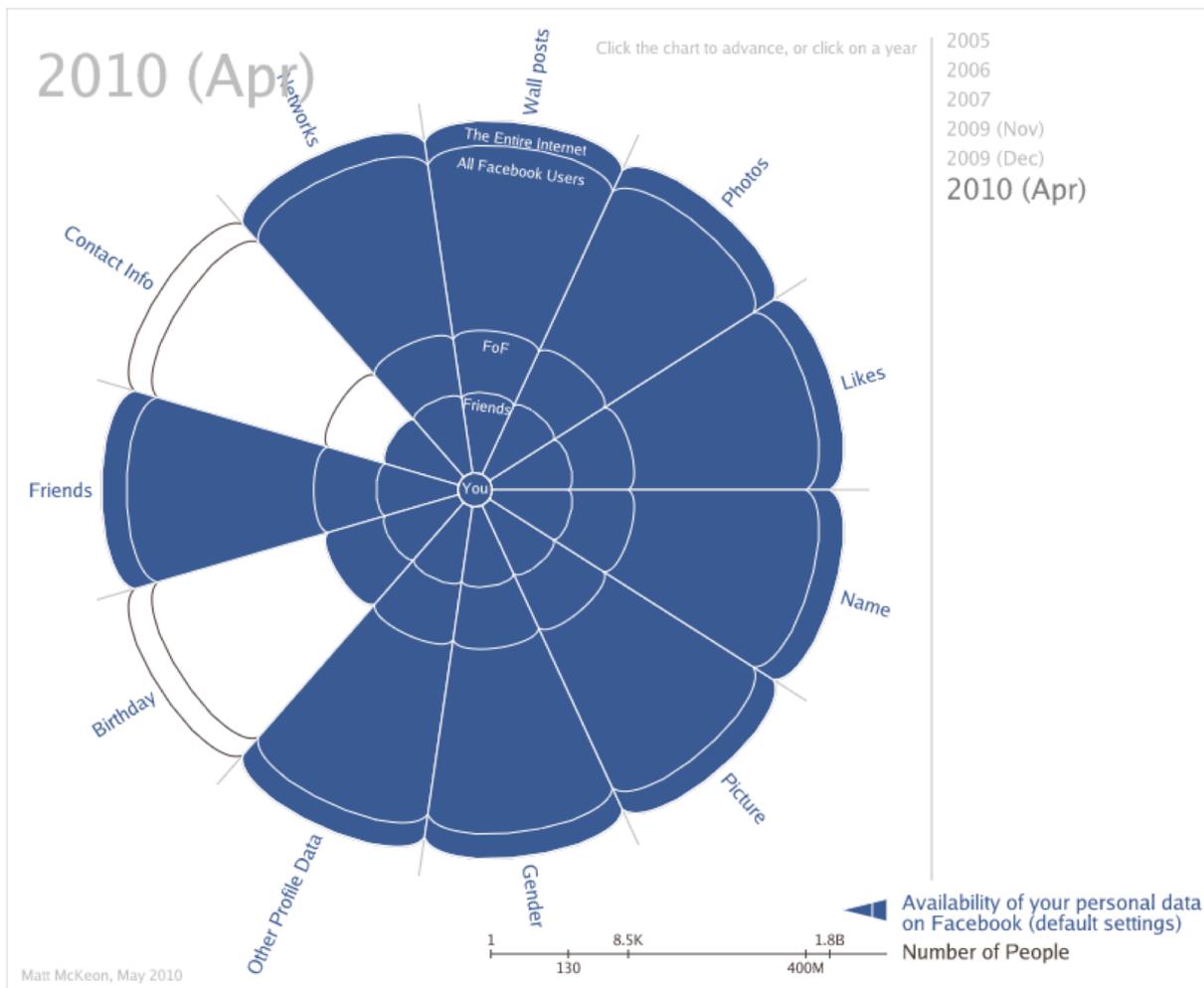


Abbildung 17: Standardeinstellung der Privatsphäre bei einem neu angelegten Facebook Profil 2010 (McKeon, [Online])

Diese Diagramme zeigen die Bereiche des Profils an, die ein Facebook Profil besitzt. Die Teile, die dabei farblich blau hervorgehoben werden, sind jene, die bei Standardeinstellungen der Privatsphäre für die jeweiligen Gruppen, unterteilt in den User selber („you“), Freunde („friends“), Freunde von Freunden („FoF“), alle Facebook User („All Facebook Users“) und dem gesamten Internet („The Entire Internet“), sichtbar sind. Im unteren Bereich zeigen die vier Zahlen dabei die Zahl der User an, die in die zum jeweiligen Zeitpunkt beschriebenen Gruppen fallen. So hatte ein User 2005 durchschnittlich 40 Freunde, 1.000 Freunde von Freunden, es gab 5 Millionen Facebook User und 1 Milliarde Internet-Nutzer, 2010 hatte ein User durchschnittlich 130 Freunde, 8.500 Freunde von Freunden, es gab 400 Millionen Facebook User und insgesamt 1,8 Milliarden Internet-Nutzer. Im Gegensatz zu 2005, wo nur sehr wenige Teile des Profils standardmäßig einsehbar waren, hat sich das bis 2010 dahingehend verändert, dass ein Großteil des Profils für sehr viele User einsehbar ist. (vgl. Abbildung 17) Zwar bestehen, wenn auch sehr versteckt, Möglichkeiten seine Privatsphären-Einstellungen zu ändern, um mehr Bereiche des eigenen Profils zu schützen, es wird hier jedoch

deutlich, wohin sich Facebook in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre hin entwickelt hat. Während McKeon noch von einer „Evolution“ der Privatsphäre spricht, formuliert die Bürgerrechtsorganisation Electronic Frontier Foundation diese Entwicklung negativer als „Erosion“ der Privatsphäre und belegt diese mittels Auszügen aus den Facebook „Privacy Policies“ im Wandel der Zeit. (vgl. Electronic Frontier Foundation 2010, [Online]) Gleichzeitig mit dieser Entwicklung in den Privatsphäre-Einstellungen wurde das Justieren dieser auch immer komplexer. Wie die Website businessinsider.com titelte: „Online Privacy Is The New 'Programming A VCR““. (vgl. Businessinsider 2010, [Online])

Der Facebook Gründer Mark Zuckerberg äußerte sich bezüglich dieser Entwicklung in einem Interview im Jänner 2010 so, dass Privatsphäre nicht länger als soziale Norm gelte, sondern dass das Konzept, dass jeder Mensch unterschiedliche Identitäten gegenüber unterschiedlichen Dialoggruppen hat, durch das Aufkommen des Internets obsolet geworden ist. (vgl. Stöcker 2010, [Online])

Was hier als problematisch gesehen werden muss, ist, dass global agierende Unternehmen wie Facebook, sehr private und umfassende Daten haben, die zu Marketingzwecken weitergegeben werden. Das passiert zwar zum großen Teil anonym, teilweise wird jedoch die Person selbst als Werbeträger verwendet. Das passiert in den sogenannten „Sponsored Stories“ auf Facebook, einem Werbeformat, in dem den Freunden eines Users eine Meldung gezeigt wird, die etwa so lautet: „Max gefällt Universität Wien“. Diese Meldung bedeutet, dass Max die Facebook Seite der Universität Wien geliked hat. Auf diese Weise würde es der Universität Wien gelingen, mehr Leute anzusprechen und noch mehr „Fans“ für die eigene Facebook Seite zu bekommen. In diesem Fall wäre die Meldung nicht weiter tragisch, es kann aber zu Fällen kommen, in denen User eventuell die Facebook Seiten von politischen Parteien geliked haben und dann in ihre Namen auf einmal in Verbindung mit diesen Parteien in Werbeanzeigen anderen Usern gezeigt werden können. (vgl. Rohrer 2013, [Online]) Es gibt die Möglichkeit einzustellen, dass das eigene Profil nicht für solchen Werbeanzeigen verwendet wird, das wissen jedoch sehr viele Nutzer nicht beziehungsweise beschäftigen sie sich nicht eingehend mit ihren Einstellungen um solche Fälle zu verhindern. Diese Einstellung bezüglich „sozialer Werbeanzeigen“ wird auch in der vorliegenden Untersuchung inkludiert. User sind hier offenbar nicht sensibilisiert genug, gehen zu unvorsichtig mit der Technologie um oder verstehen schlicht und einfach nicht die Tragweite, die ihre Handlungen auf der Plattform Facebook haben können.

Mit der positiv formuliert „Evolution“, negativ formuliert „Erosion“ der Privatsphäre geht wie gesagt ein immer komplexer werdendes, aber um die Privatsphäre zu schützen notwendiges,

Adjustieren und Einstellen der eigenen Privatsphäre-Einstellungen einher. Um aufzuzeigen, wie umfangreich diese Einstellungen sind, sollen diese nun in aller Kürze anhand ein paar kurzer Beschreibungen dargestellt werden, um die später durchgeführte Forschung besser in Zusammenhang stellen zu können.

6.4 Privatsphäre Einstellungen auf Facebook

Geht ein Facebook User auf sein Profil und klickt auf „Info“, die Box unter dem Profilbild, gelangt er eben auf den Info-Unterbereich des Profils.



Abbildung 18: Info Box auf der eigenen Facebook Chronik (facebook.com, [Online])

Dieser lässt sich am besten als ein „Über mich“ Bereich beschreiben, in dem man mannigfaltige Möglichkeiten hat um Informationen einzutragen, die der Selbstdarstellung dienen. Hier gibt es folgende Bereiche (vgl. Abbildung 19):

- „Arbeit und Ausbildung“ – hier hat man sowohl die Möglichkeit seinen aktuellen Arbeitgeber anzugeben und alle Firmen, bei denen man bis jetzt gearbeitet hat, als auch alle Universitäten oder Schulen, die man besucht oder besucht hat
- „Wohnorte“ – hier können alle Orte, an denen man lebt oder gelebt hat, als auch die eigene Heimatstadt bekanntgegeben werden
- „Familie“ – dieser Bereich bietet die Möglichkeit den eigenen Beziehungsstatus in verschiedenen Abstufungen zwischen „Single“ und „Verheiratet“ bis hin zu „Verwitwet“, als auch einen anderen Facebook User, mit dem dieser Beziehungsstatus eingegangen worden ist, anzugeben. Weiters können hier beliebig viele Familienmitglieder hinzugefügt

werden. Diese müssen jeweils diese Kategorisierung selbst bestätigen, bevor sie im Profil aufscheint

- „Lebensereignisse“ – dieser Bereich setzt sich aus den sogenannten „Meilensteinen“ oder „Lebensereignissen“, die man auf seiner Chronik eintragen kann, zusammen. Diese können aus den Bereichen „Arbeit & Ausbildung“, „Familie & Beziehungen“, „Heim & Leben“, „Gesundheit & Wellness“ und „Reise & Erfahrungen“ ausgewählt werden, weiters können auch eigene Kategorien hinzugefügt werden
- „Über dich“ – hier findet der User Platz, um eine Beschreibung seiner selbst einzutragen
- „Allgemeines“ – hier kann der User sein Geschlecht, sein Geburtsdatum, seine sexuelle Orientierung, seinen Beziehungsstatus, von ihm gesprochene Sprachen, seine Religion und eine Beschreibung dieser und seine politische Einstellung und eine Beschreibung dieser eintragen
- „Kontakt“ - hier kann der User seine E-Mail Adressen, seine Handy- und Telefonnummern, sowohl private als auch berufliche, seine Instant-Messenger Kontaktdaten wie etwa Skype, seine vollständige Adresse, seine Websites und seine Netzwerke eintragen
- „Lieblingszitate“ – hier kann der User eben diese eintragen.

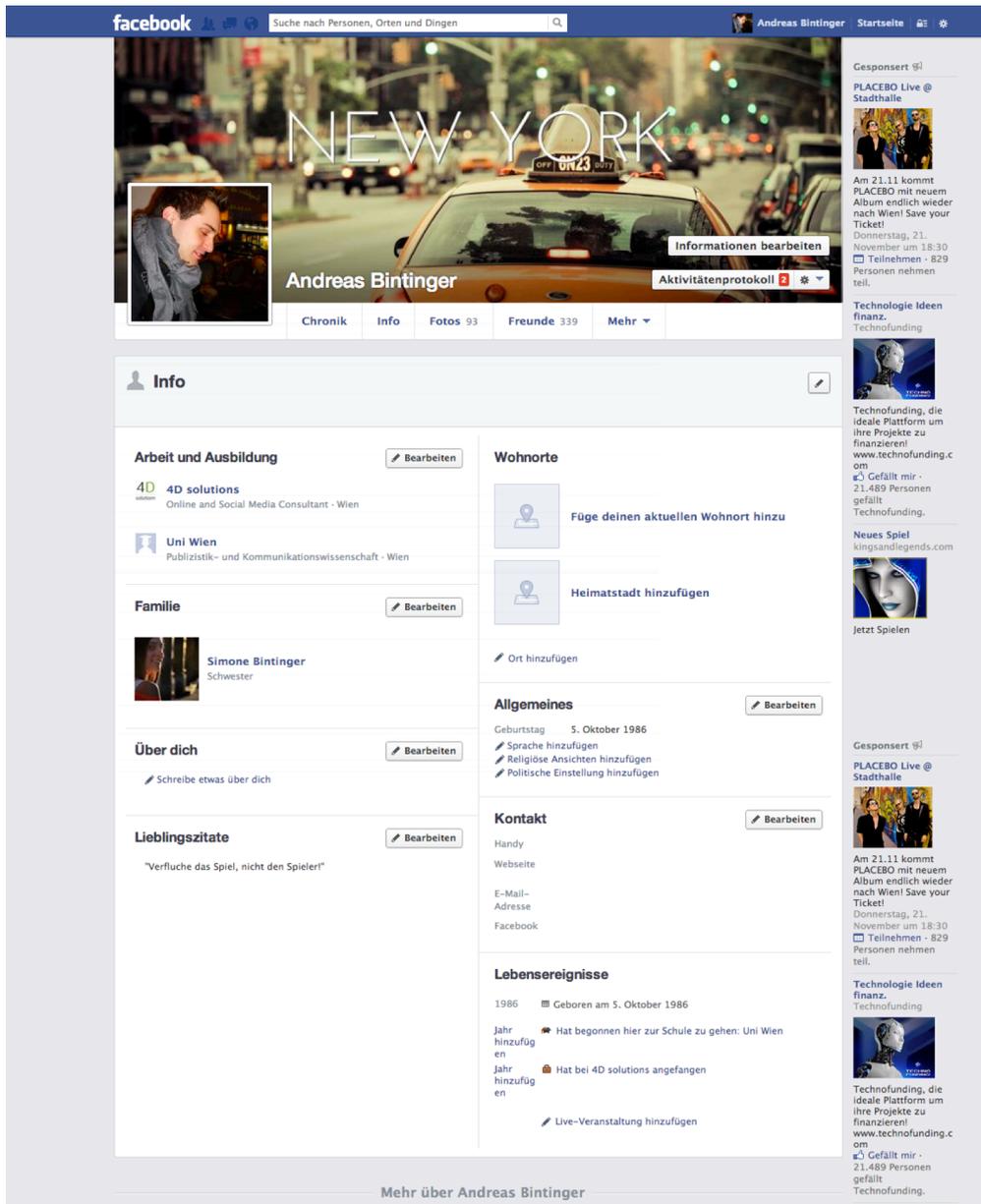


Abbildung 19: Über mich Bereich in der eigenen Facebook Chronik, (facebook.com, [Online])

Neben jeder dieser Informationen findet sich, erst nachdem man auf „Bearbeiten“ geklickt hat, ein Dropdown Menü, über das man festlegen kann, für wen diese Information sichtbar sein soll.



Abbildung 20: Auswahlmöglichkeiten Sichtbarkeitseinstellungen (facebook.com, [Online])

Die Auswahlmöglichkeiten, die hier verfügbar sind (vgl. Abbildung 20), sind „Öffentlich“, also sichtbar für das gesamte Internet und somit auch „Nicht-Facebook-User“, „Freunde“, sichtbar nur für Personen, mit denen man eine Freundschaft auf Facebook eingegangen ist, „Freunde außer Bekannte“, sichtbar für Freunde, Personen, die man aber der Gruppe „Bekannte“ zugeordnet hat, können das nicht sehen, „Nur ich“, sichtbar nur für den User selbst, „Benutzerdefiniert“, sichtbar für die Freundeslisten, die der User auswählt, hier kann auch die Sichtbarkeit für einzelne Personen limitiert werden, und schließlich kann eine Freundesliste ausgewählt werden, die Zugriff auf diese Information bekommen soll. Klickt man auf den Punkt „Benutzerdefiniert“ gelangt man auf ein neues Fenster (vgl. Abbildung 21), das einem wiederum mehrere Auswahlmöglichkeiten bietet, gruppiert unter „Das mit folgenden Personen teilen“, hier kann „Freunde von Freunden“, „Freunde“, „Bestimmte Personen oder Listen“ oder „Nur ich“ ausgewählt werden und bestimmt werden, ob „Freunde von markierten Personen“, als User, die zum Beispiel auf einem Foto markiert wurden, diese Information sehen können, und die zweite Gruppierung ist als „Nicht teilen mit“ bezeichnet, in der der User bestimmte Personen oder ganze Freundeslisten eintragen kann, die diese Information nicht sehen können sollen. Klickt man bei „Das mit folgenden Personen teilen“ auf „Bestimmte Personen oder Listen“ kann man hier auch Personen oder Freundeslisten bestimmen, die diese Information sehen sollen.



Abbildung 21: Auswahlmöglichkeiten Sichtbarkeitseinstellungen (facebook.com, [Online])

Freundeslisten als solche wurden bis jetzt einige Male erwähnt und sind für die Feinjustierung der Privatsphäre-Einstellungen unabdingbar. Beim Stellen einer Freundschaftsanfrage wird dem User ein Fenster mit von Facebook vorgeschlagenen, mit den Bezeichnungen „Enge Freunde“ und „Bekannte“, und vom User selbst erstellen Freundschaftslisten angezeigt. (vgl. Abbildung 22)



Abbildung 22: Freundschaftslisten Dialog Facebook (facebook.com, [Online])

So wird dem User ermöglicht, die Verbindungen, die er in dem Netzwerk macht, zu gruppieren, um so später die Informationen in seinem Profil besser darstellen zu können. Diese Funktion wurde in dieser Form im September 2011 eingeführt, kurz nachdem das Konkurrenz-Netzwerk Google+ die Gruppierung von Freunden in einer ähnlichen Form ermöglicht hat. (vgl. allfacebook.de: Verbessertes Konzept der Freundeslisten, 2011, [Online]) Facebook veröffentlicht keine Statistiken darüber, wie oft dieses Feature von den Usern genutzt wird. Ein wesentlicher Vorteil dieser Listen ist auch, dass geteilte Inhalte auf Facebook vom User nur für bestimmte Listen sichtbar gemacht werden können. Hierzu muss der User jedoch im sogenannten „Publisher“, über den man auf Facebook Statusupdates, Links, Fotos und so weiter teilen kann, diese Einstellung aktiv treffen. (vgl. Abbildung 23)

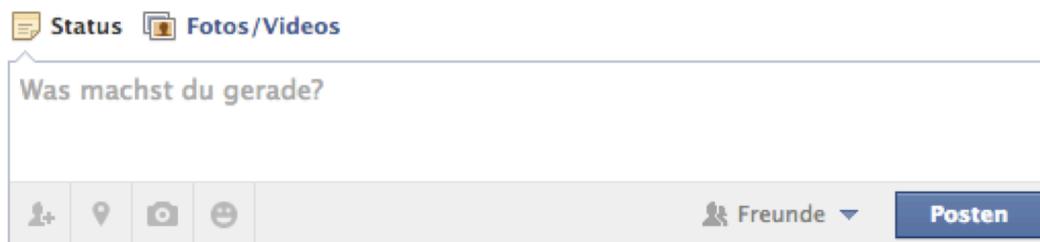


Abbildung 23: Facebook Publisher mit Einstellung „Freunde“ (facebook.com, [Online])

Standardmäßig ist hier nach der Registrierung „Öffentlich“ eingestellt. Nimmt man also keine Veränderungen an den Einstellungen vor, sind alle Inhalte, die man teilt, für alle Internet-Nutzer sichtbar. Diese Einstellung, nämlich eigene Postings nicht standardmäßig „Öffentlich“ zu machen, muss in einem anderen Teil von Facebook getroffen werden. Hierzu muss der User ganz rechts oben auf der Website auf ein kleines Dreieck klicken und dann auf „Privatsphäre-Einstellungen“ navigieren. Innerhalb dieser Seite kann der User die „Standardeinstellung für seine Privatsphäre“, die wie bereits erläutert standardmäßig auf „öffentlich“ eingestellt ist, so ändern, dass zum Beispiel nur seine Freunde beziehungsweise benutzerdefinierte Personen die Aktivitäten des Users sehen können. Unterhalb dieser Auswahl finden sich folgende, erweiterte Einstellungen:

- „Funktionsweise von Verbindungen“ - hier kann festgelegt werden, wer das eigene Profil über die Facebook-eigene Suche finden kann und wer einen User anhand der Handynummer oder E-Mailadresse finden kann, wer einem Freundschaftsanfragen schicken oder Facebook

Nachrichten senden kann

- „Chronik und Markierungen“ - hier können alle Einstellungen verwaltet werden, die das eigene Profil, sprich die eigene „Chronik“, betreffen, wie etwa „Wer kann in deiner Chronik posten?“, „Wer kann Beiträge, in denen du markiert wurdest, in deiner Chronik sehen?“, und viele andere mehr
- „Werbeanzeigen und Webseiten“ - hier hat man die Möglichkeit die Einstellungen betreffend Werbeanzeigen, Anwendungen, Spielen und anderen Webseiten zu treffen. Ein Klick auf „Einstellungen ändern“ führt den User auf eine weitere Unterseite, auf der wiederum fünf verschiedene Unterbereiche bearbeitet werden können. Jede dieser Unterbereiche führt den User auf eine weitere Unterseite, wo dann erst die eigentlichen Einstellungen, betreffend der Nutzung der Daten des Users für Werbeanzeigen und auf anderen Internetseiten die Facebook-Plugins nutzen, getroffen werden können
- „Beschränke das Publikum für ältere Beiträge“ - ändert man die oben beschriebene standardmäßige Einschränkung für eigene Beiträge, kann man über diese Funktion alle älteren Beiträge, die vor dieser Umstellung stattgefunden haben, ebenfalls beschränken
- „Blockierte Personen oder Anwendungen“ - hier wird man auf ein Untermenü weitergeleitet, innerhalb dessen man andere Facebook Nutzer, Anwendungen oder Veranstaltungseinladungen blockieren kann.

Ein letzter Bereich, in dem der User seine Privatsphären-Einstellungen treffen kann, ist das eigene Profil, also die eigene Chronik. Hier hat der User beispielsweise Zugriff auf sein „Aktivitätenprotokoll“. Dort steht ein Verzeichnis aller Handlungen zur Verfügung, die der User auf Facebook getätigt hat, wie beispielsweise „Gefällt Mir“ Klicks, Kommentare, Meldungen von gespielten Spielen, Postings, Fotomarkierungen, und so weiter. Neben jedem Eintrag wird angezeigt, wer diesen Beitrag sehen kann und gleichzeitig kann diese Einschränkung auch justiert werden. Beschränkt man, wie oben beschrieben, in den Privatsphäre-Einstellungen ältere Beiträge auf gewisse Gruppen, schlägt sich das auch im Aktivitätenprotokoll nieder. Ein weiteres wichtiges Tool zur Überprüfung der eigenen Privatsphäre findet sich, wenn der User in der eigenen Chronik auf das Zahnrad klickt und im erscheinenden Dropdown Menü auf „Anzeigen aus der Sicht von...“ navigiert. Dort gibt es die Möglichkeit, das eigene Profil aus der Sicht anderer User anzeigen zu lassen. So ist es dem User möglich, seine Privatsphären-Einstellungen zu überprüfen und zu sehen, welcher Freund welche Informationen sehen kann. (vgl. Hutter 2011, [Online])

Diese kurze, überblicksmäßige Darstellung der Möglichkeiten der Privatsphären-Einstellungen auf Facebook, besonders in Zusammenhang mit der grafischen Verdeutlichung von McKeon, zeigt, wie komplex die Verwaltung und der Schutz der eigenen Daten innerhalb des Social Networks ist. Wie bereits weiter oben dargestellt, ist Facebook nicht nur ein Kommunikationstool, das von der jüngeren und vermeintlich technisch affineren Gesellschaftsgruppe genutzt wird, sondern auch in älteren Generationen Anklang findet. Diese beiden Gruppen, jüngere und ältere Facebook User, und deren Unterscheidung innerhalb einer Gesellschaft, soll im folgenden Kapitel behandelt werden.

7. Digital Natives und Digital Immigrants

*Pro Tag werden 4,75 Milliarden Inhalte auf Facebook geteilt.
(vgl. Facebook's Growth In The Past Year,
Facebook 2013, [Online])*

Erstmals in den wissenschaftlichen Diskurs eingeführt wurden die Bezeichnungen „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“ durch den Schriftsteller Marc Prensky in seinem Aufsatz „Digital Natives, Digital Immigrants“ aus dem Jahr 2001.

Er geht dabei vom Bereich der Bildung und der Veränderung der Studenten durch neue Medien aus und versucht darzulegen, vor welchen Herausforderungen das Bildungssystem durch diese Entwicklungen steht: „Our students have changed radically. Today's students are no longer the people our educational system was designed to teach.“ (Prensky 2001, S. 1, [Online]) Diese Generation hat sich nicht nach und nach verändert und dabei nur übliche sprachliche und modische Veränderungen durchlaufen, sondern es kam durch das Aufkommen neuer, digitaler Technologien und Kommunikationsmittel zu einer größeren Veränderung:

„Today's students have not just changed incrementally from those of the past, nor simply changed their slang, clothes, body adornments, or styles, as has happened between generations previously. A really big discontinuity has taken place. One might even call it a “singularity” – an event which changes things so fundamentally that there is absolutely no going back. This so-called “singularity” is the arrival and rapid dissemination of digital technology in the last decades of the 20th century.“ (ebda., S. 1)

Diese Generation ist seit ihrem ganzen Leben von Computern, Videospiele, digitalen Musikplayern, Videokameras, Mobiltelefonen und vielen anderen digitalen Technologien umgeben, die einen integralen Bestandteil ihres Lebens darstellen. Prensky bezeichnet diese Generation, die durch neue Technologien von Geburt an begleitet wurden und mit ihnen aufgewachsen sind, als

„Digital Natives“, da sie „native speakers“ der digitalen Sprache sind und sie diese technologische Entwicklung wie eine Muttersprache gelernt haben. Weitere Begriffe für und Umschreibungen dieser Generation sind beispielsweise „Net Geners“, „Millenials“, „Multitaskers“, „Instant Message Generation“, „Generation @“ oder „Net Generation“. (vgl. Schulmeister 2009, S. 2, [Online]) „Gemeint sind die jetzt und demnächst auf die Hochschulen zukommenden Studierenden-Jahrgänge, die mit den digitalen Medien und dem Internet sozusagen aufgewachsen sind.“ (ebda., S. 2) Diesen Digital Natives stellt Prensky die sogenannten „Digital Immigrants“ gegenüber und bezeichnet sie als jene, die nicht in einer „digitalen Welt“ geboren wurden, sondern erst zu einem späteren Zeitpunkt ihres Lebens mit diesen Technologien konfrontiert wurden und diese erst „erlernen“ mussten. Manchen Immigrants gelingt diese Anpassung besser als anderen, jedoch bleibt ihnen in jedem Fall ein gewisser „Akzent“, der sie als „Immigrants“ identifiziert. Als Beispiel für diesen Akzent nennt Prensky einige Beispiele:

„There are hundreds of examples of the digital immigrant accent. They include printing out your email (or having your secretary print it out for you – an even “thicker” accent); needing to print out a document written on the computer in order to edit it (rather than just editing on the screen); and bringing people physically into your office to see an interesting web site (rather than just sending them the URL).“ (Prensky 2001, S. 2, [Online])

Schulmeister identifiziert neben der Behauptung der „Singularität“, die die Ankunft und die schnelle Verbreitung von digitalen Technologien betrifft, drei weitere Behauptungen, die Prensky in seinem Aufsatz aufstellt: Erstens, wie bereits kurz besprochen, dass diese neue Generation eine digitale Sprache als Muttersprache spricht und somit als „Digital Natives“ bezeichnet werden kann, die älteren Individuen hingegen als „Digital Immigrants“ bezeichnet werden müssen, die diese Sprache erst mühsam erlernen müssen. Zweitens, dass sich die Gehirne der Jugendlichen durch die vermehrte Medienrezeption verändert haben und das Information von ihnen grundlegend verschieden verarbeitet wird. Dabei legt er auch eine physische Veränderung des Gehirns nahe. Und drittens, dass es traditionelles Wissen gibt („Legacy“), welches veraltet ist und einen geringeren Stellenwert haben wird und neues Kulturwissen („future“), das als digitales und technologisches Wissen bezeichnet werden kann. (vgl. Schulmeister 2009, S. 16f., [Online]) Auf Basis dieser Unterscheidung stellt Prensky dann die Frage, ob das Bildungssystem dafür bereit ist, den Digital Natives dieses Wissen zu vermitteln.

Sowohl diese Behauptungen als auch die „Digital Natives/Immigrants“ Terminologie wird von Rolf Schulmeister kritisiert. Laut ihm hatte Prensky mit seinem Konzept deshalb so viel Erfolg, da er mit aggressiver Rethorik und der Verwendung wissenschaftlicher Konzepte aus anderen Bereichen

versuchte, seinen theoretisch begründete Argumentationen zu verleihen. Im Aufsatz „Gibt es eine Net-Generation? - Erweiterte Version 3.0“, betrachtet Schulmeister die Klassifizierung einer Generation als „Digital Natives“ kritisch. In dieser Abhandlung hat er eine Vielzahl an Quellen bearbeitet, die eine Existenz des Digital Natives/Digital Immigrants Konzepts postulieren, er unterstellt ihnen zum Großteil jedoch finanzielles Interesse am Thema und fehlende Wissenschaftlichkeit. Die behandelten Quellen stammen von Autoren, „(...) die von ihrer schriftstellerischen Tätigkeit leben. Sie haben ihre ›Daten‹ (orale Äußerungen, Anekdoten) überwiegend durch Gespräche und Telefonbefragungen gewonnen.“ (ebda., S. 6) Dieses Thema ist eines, mit dem Schriftsteller versuchen möglichst viel Geld zu verdienen, indem sie Bücher und Studien herausgeben, die die kommende Generation von Arbeitnehmern beleuchten sollen. (vgl. ebda., S. 38) Schulmeister resümiert, „(...) dass die neue Kulturtechnik für diejenigen, die mit ihr aufgewachsen sind, keine neue Kulturtechnik ist wie für die Älteren, sondern ein Alltagswerkzeug, dessen vorwiegender Zweck die Kommunikation ist, um den Kontakt zu den Peers zu erhalten und zu organisieren.“ (ebda., S. 115)

Prensky unterstellte den Digital Natives in seiner Arbeit nicht nur, dass sie digitale Technologien wie eine Muttersprache nutzen, sondern auch, dass sie Multitasking, also das Durchführen von mehreren Tätigkeiten gleichzeitig, besser beherrschen. Weiters nimmt er jedoch auch an, dass Digital Natives eine sehr kurze Aufmerksamkeitsspanne haben, die oft sogar mit „Aufmerksamkeitsstörungen“ gleichgesetzt wird und dass sie mit einer Identitätsproblematik, nämlich dem Erscheinungsbild der multiplen Persönlichkeiten, zu kämpfen haben. (vgl. Schulmeister, S. 117ff., [Online]) An diesen postulierten Eigenschaften von Digital Natives hat wiederum Rolf Schulmeister starke Kritik geübt.

Insbesondere hinsichtlich der Multitasking-Fähigkeiten geht er zum Beispiel davon aus, dass „(...) erstens ein gewisses Maß paralleler Aktivitäten stets möglich und notwendig war und dass sich zweitens bei allen Computernutzern unabhängig vom Alter sich (sic!) parallele Aktivitäten eingestellt haben.“ (vgl. ebda., S. 117) Auch hier kommt Schulmeister wieder auf die Unsicherheit der Arbeitgeber in Bezug auf die neue Generation von Arbeitern zurück, indem er anmerkt, dass Multitasking neuerlich eine Anforderung an Arbeitnehmer geworden ist. Multitasking wird laut Schulmeister definiert als „namely constantly switching between such activities as instant messaging (IM), email, ordering a book online and catching a quick headline.“ (Schulmeister 2009, S. 118 [Online] nach Foehr, 2006), was bereits impliziert, dass diese Tätigkeiten nicht parallel, sondern sequentiell hintereinander stattfinden. Anstatt von Multitasking könnte man hier von „Sandwich-Tätigkeiten“ oder „task-switching“ sprechen. Schulmeister zitiert auch den Oxford Internet Survey aus 2005, in dem 46% der erwachsenen Nutzer gelegentliche Nutzung mehrerer

Medien bestätigen und 14% meistens mehrere Medien nutzen. Hierzu ist aber auch kritisch anzumerken, dass in genau dieser Studie 44% der Jugendlichen angeben gelegentlich mehrere Medien zu nutzen und mit 30% mehr als doppelt so viele Jugendliche bestätigen, dass Sie mehrere Medien gleichzeitig nutzen. Hier wird also deutlich, dass Jugendliche auf jeden Fall anders mit neuen Medien umgehen, als das Erwachsene tun.

Eine weitere Eigenschaft, die Schulmeister hier bearbeitet, ist die der Aufmerksamkeitsstörung beziehungsweise kürzere Aufmerksamkeitsspanne bei Digital Natives. Aufgrund der Überforderung durch neue Technologien, neigt demnach besonders die jüngere Generation dazu, eine immer kürzere Aufmerksamkeitsspanne zu haben. Hier zeigt sich jedoch, dass diese Behauptung bereits beim Aufkommen des Fernsehens, aufgrund des ständigen Bildwechsels, in der Presse erschienen ist. (vgl. ebda., S. 119) Weiters darf in diesem Zusammenhang eine kürzere Aufmerksamkeitsspanne nicht mit ADHD in Verbindung gebracht werden, da zweiteres ein historisch konstanter, neurobiologischer Effekt ist. Schulmeister erläutert, dass verminderte Aufmerksamkeitsspannen nicht durch digitale Medien entstehen, sondern sich erst in ihnen niederschlagen. Außerdem sind sie eine Fertigkeit, die heutzutage an diversen Arbeitsstellen von den Mitarbeitern verlangt werden und zum Beispiel beim Autofahren das eigene Überleben sichern. Einige Autoren diskutieren weiters seit geraumer Zeit, ob man, aufgrund der gewandelten Rezeptionserfordernisse, ADHD als eine Form optimierter Aufmerksamkeit gesund schreiben sollte. (vgl. ebda., S. 120)

Die dritte Eigenschaft, die Prensky den Digital Natives unterstellt hat, und die von Schulmeister behandelt wurde, ist die der Persönlichkeitsstörung durch die Nutzung digitaler Medien von Geburt an. Hier wird eine Studie von Petzold, Romahn und Schikorra aus dem Jahr 1996 untersucht, die sich der grundlegenden Frage: „Bestehen Zusammenhänge zwischen der Art der Computernutzung und individuellen Persönlichkeitsmerkmalen?“ widmet. In dieser Untersuchung wurden Persönlichkeitseinstellungen der Probanden untersucht und mit Einstellungen zur Computernutzung in Verbindung gebracht. Die Studie kam zur Conclusio, dass auffälliges Verhalten immer der gesamten Lebenssituation von Individuen, also ihrer Sozialisation, ihren Arbeitsbedingungen und ihrer sozialen Lage entspringt. Die Medien also als einzelne Ursache für eine besondere Einstellung oder eben Persönlichkeitsstörung verantwortlich zu machen, greift laut Schulmeister demnach zu kurz. (vgl. ebda., S. 121f.)

Das Konzept der Digital Natives und Digital Immigrants hat eine Vielzahl an Bearbeitungen erfahren, was alleine schon die Relevanz des Themas verdeutlicht. Peter Kruse beispielsweise adaptierte 2010 das Konzept der Digital Natives und Digital Immigrants und unterscheidet

zwischen „Digital Residents“, solche, die sich stark mit den neuen Technologien identifizieren und auseinandersetzen und digital sehr aktiv agieren, und „Digital Visitors“, die das Internet und digitale Kommunikationskanäle nur als Mittel zum Zweck verwenden. (vgl. Kruse 2010, [Online])

Etwa zur gleichen Zeit der Veröffentlichung von Rolf Schulmeisters Kritik am Digital Natives und Digital Immigrants Konzept veröffentlichten Urs Gasser und John Palfrey „Born Digital.

Understanding the first generation of digital natives“ oder zu Deutsch „Generation Internet: die Digital Natives: wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten“.

Urs Gasser und John Palfrey klassifizieren in ihrem Werk die Gruppe der Digital Natives wie folgt: „(...) Menschen also, die nach 1980 direkt in das digitale Zeitalter hineingeboren wurden, als Technologien wie Usenet und Bulletin-Board-Systeme online gingen.“ (Gasser/Palfrey 2008b, S. 1) 1980 kamen sogenannte Usenet Groups auf, die anhand von Themen organisiert waren und innerhalb derer Interessierte Online mit anderen Interessierten in Kontakt treten konnten. Um dieselbe Zeit herum begann auch das Medium E-Mail an Bedeutung zu gewinnen. In der vorliegenden Arbeit wird ebenfalls die Unterteilung von Digital Natives als Personen, die nach 1980 geboren wurden, vorgenommen.

Die Autoren erheben in ihrem Buch keinen Anspruch auf quantitativ fundierte Wissenschaftlichkeit, sondern Gasser und Palfrey haben als methodische Grundlage des Buches verschiedene Ansätze miteinander kombiniert. (vgl. ebda., S. 15) Dabei haben sie Forschungen anderer Disziplinen wie etwa der Sozialwissenschaft, der Psychologie oder der Neurowissenschaft herangezogen, aber auch darüber hinaus selbst Untersuchungen durchgeführt „(...) und eine ganze Reihe von Gesprächsgruppen und Befragungen unter jungen Leuten initiiert, um besser zu verstehen, welche Themen die Digital Natives tatsächlich beschäftigen.“ (ebda., S. 15) Es ging den Autoren ausdrücklich nicht darum, eine „umfassende Studie zu erstellen“, sondern vielmehr einen „tieferen Einblick zu erlangen, wie junge Leute mit Informationen und miteinander umgehen, (...)“ (vgl. ebda., S. 15) Dazu wurden 100 Interviews mit Digital Natives zu digitalen Themen durchgeführt und weitere 150 Gespräche mit jungen Leuten und deren Lehrern, sowie Bibliothekaren, Psychologen und Jugendforschern aus aller Welt herangezogen. Im Gegensatz zu Marc Prenskys doch recht polarisierenden und vereinfachten Thesen nähern sich Palfrey und Gasser der Thematik professioneller und wissenschaftlicher, ohne dabei für neue Inputs verschlossen zu sein.

Als wesentlichen Punkt ihrer Forschung beschreiben die Autoren den Einfluss, den das Internetzeitalter in dem die Digital Natives aufwachsen, auf den Aufbau und die Gestaltung der eigenen Identität hat. Die persönliche Identität eines Jugendlichen unterscheidet sich nicht grundlegend von Jugendlichen in früheren Zeiten, nach wie vor drückt dieser sich durch

Charaktereigenschaften, Interessen und Tätigkeiten in seinem realen Umfeld aus, jedoch entstehen durch digitale Technologien und besonders der Möglichkeit der Selbstdarstellung im Web 2.0 komplett neue Möglichkeiten, über die Jugendliche ihre Identität bilden und präsentieren können. (vgl. ebda., S. 21f.) Wichtig ist dabei, dass die Online und Offline-Identitäten dabei nicht separiert voneinander betrachtet werden sollen, sondern dass die Profile in sozialen Netzwerken nur als „Verlängerung“ der Identität in das Web zu sehen ist und das Anlegen von Profilen und Experimentieren mit der eigenen Selbstdarstellung zum Identitätsbildungsprozess dazugehört. Digital Natives bringen ihre Identität demnach so zum Ausdruck, wie sie es bisher getan haben, das heißt „(...) auf eine Art und Weise, die mit ihrer Identität in der Realität vereinbar ist.“ (vgl. ebda., S. 24) Einerseits heben Palfrey und Gasser die positiven Effekte dieser Identitätsbildung im digitalen Zeitalter hervor, nämlich dass sich durch das Experimentieren mit der eigenen Identität „großartige Chancen für die Persönlichkeitsentwicklung“ eröffnen, andererseits weisen sie aber auch darauf hin, dass Unsicherheit und Unbeständigkeit in Bezug auf die eigene (Online)Identität herrscht. Unbeständigkeit im Hinblick darauf, dass sich die eigene Identität sehr oft ändert und Unsicherheit bezüglich darauf, „(...) dass es für die 16-Jährige schwer ist, die Kontrolle darüber zu behalten, wer Zugang dazu hat oder Manipulationen daran vornehmen kann.“ (ebda., S.38) Hier wird der Aspekt des Schutzes der eigenen Privatsphäre im Web 2.0 ganz klar angesprochen und die Probleme, die damit einhergehend auftreten können.

„Es ist für einen jungen Menschen in einer vernetzten Gesellschaft nicht möglich, seine digitale Identität zu jedem beliebigen Zeitpunkt zu schützen, selbst wenn er es wollte. Es ist ihm so gut wie unmöglich, in Erfahrung zu bringen, wer Zugang zu Informationen über seine Identität hat, oder unter Kontrolle zu behalten, wer diese Informationen einsehen kann, um Manipulationen daran zu verhindern.“ (vgl. ebda., S. 38)

Die Gründe für diese Unsicherheit liegen den Autoren nach darin, wie die Hard- und Software aufgebaut ist, mit der in der digitalen Welt Identitäten ausgebildet und präsentiert werden. Dabei ist es eine gesellschaftliche Aufgabe, die der Gesetzgeber zu erfüllen hat, technische Möglichkeiten und allgemeine Normen zu schaffen, die es nicht nur den Digital Natives ermöglichen, die eigene Identität betreffenden Informationen unter Kontrolle zu behalten. Um diese Normen ausbilden zu können, müssen in einem vorhergehenden Schritt natürlich die Anforderungen an diese und demnach auch die Unterschiede bei Digital Natives und Digital Immigrants im Umgang mit der eigenen Identität und der eigenen Privatsphäre herausgearbeitet werden. In genau diesem Feld bewegt sich auch die vorliegende Arbeit.

In ihrer gesamten Arbeit zeigen die Autoren sowohl positive Aspekte des Netzes, wie die Gleichheit

aller User, die Möglichkeit der Kollaboration, die neuen Möglichkeiten der Identitäts- und Persönlichkeitsbildung, die Verbesserung des Informationsaustausches und so weiter, als auch negative Aspekte wie die Zugangsproblematik, die erwähnte Unsicherheit und Unbeständigkeit in Bezug auf die eigene Identität, neue Herausforderungen für Urheberrecht und so weiter. Die digitale Technologie hat insgesamt Dinge mit einer neuen Komplexität versehen, auf die die Gesellschaft reagieren muss. Palfrey und Gasser schlagen dafür mehrere miteinander kombinierte Aspekte vor: „Die vier Hauptwerkzeuge, die wir dabei einsetzen sollten, sind Ausbildung, technische Entwicklung, soziale Normen und angemessener rechtlicher Schutz.“ (vgl. ebda., S. 121) Mit dem Punkt der „Ausbildung“ streifen die Autoren das Feld der Medienkompetenz und Medienpädagogik, wenn es darum geht, sowohl Digital Natives als auch Digital Immigrants auf die Anforderungen einer vernetzten, digitalen Welt vorzubereiten. Hierbei ist es wichtig, die Unterschiede im Umgang dieser beiden Gruppen mit den neuen Technologien zu identifizieren und zu erkennen, um einerseits Schüler und Jugendliche auf neue Herausforderungen vorzubereiten, aber auch andererseits Lehrern und älteren Generationen das Rüstzeug in die Hand zu geben, souverän mit den neuen Technologien umzugehen und als beratende Instanz für Jugendliche auftreten zu können. „Technische Entwicklung“ ist ebenfalls eine notwendige Maßnahme, die durch die Anbieter der Web 2.0 Technologien vorangetrieben werden sollte: User sollten die Möglichkeit haben, ihre Daten und somit auch ihre Identitäten zu schützen und zu verwalten. Dabei kommt es jedoch sehr schnell zum Problem, dass diese Services oft darauf angewiesen sind die Daten, die sie von den Usern bekommen, in ihr Geschäftsmodell zu integrieren um so Geld zu verdienen. Deswegen ist es um so wichtiger, dass „soziale Normen“ geschaffen werden und nicht zuletzt auch der Staat mit „angemessenem rechtlichem Schutz“ die Mitglieder der Gesellschaft vor auftretenden Gefahren schützt.

Palfrey resümiert im letzten Kapitel von „Generation Internet“, dass dieses Buch eine „Einladung zum Gespräch“ ist, die sich speziell an die Eltern und Lehrern von heutigen und zukünftigen Digital Natives richtet. (vgl. ebda., S. 328) Dinge wie „Online-Privatsphäre“ und „Internetgewohnheiten“ der digitalen Generation sind Konzepte, die bereits einen großen Stellenwert haben und immer wichtiger werden. Und im Hinblick darauf, dass eben auch vermehrt ältere Generationen diese neue Technologien für sich adaptieren und nutzen, werden diese Fragen auch für diese Gruppe interessant und müssen von der Wissenschaft diskutiert und beleuchtet werden.

In Bezugnahme auf das Internet Nutzungsverhalten von Digital Natives und Digital Immigrants sind weiters auch die Forschungsergebnisse des „Pew Internet & American Life Project“ interessant. Auch diese Forschungsgruppe klassifiziert die unter 34 Jährigen als Digital Natives und alle Individuen darüber als Digital Immigrants. Hier wird für die erste Gruppe jedoch der Terminus

„Millenials“ verwendet. (vgl. Pew Internet & American Life Project 2010, [Online]) Die Ergebnisse zeigen eindeutig, dass es signifikante Unterschiede dahingehend gibt, wie Digital Natives und Digital Immigrants mit dem Internet umgehen und wofür diese beiden Gruppen es jeweils nutzen. Sind noch die ersten drei häufigsten Tätigkeiten bei allen beiden Gruppen gleich, nehmen bei den Digital Natives „Social Network Sites“ bereits den vierten Platz ein. Je älter die User werden, desto weiter nach unten rutscht diese Tätigkeit. (vgl. Abbildung 24)

Millennials Ages 18-33	Gen X Ages 34-45	Younger Boomers Ages 46-55	Older Boomers Ages 56-64	Silent Generation Ages 65-73	G.I. Generation Age 74+
Email	Email	Email	Email	Email	Email
Search	Search	Search	Search	Search	Search
Health info	Health info	Health info	Health info	Health info	Health info
Social network sites	Get news	Get news	Get news	Get news	Buy a product
Watch video	Govt website	Govt website	Govt website	Travel reservations	Get news
Get news	Travel reservations	Travel reservations	Buy a product	Buy a product	Travel reservations
Buy a product	Watch video	Buy a product	Travel reservations	Govt website	Govt website
IM	Buy a product	Watch video	Bank online	Watch video	Bank online
Listen to music	Social network sites	Bank online	Watch video	Financial info	Financial info
Travel reservations	Bank online	Social network sites	Social network sites	Bank online	Religious info
Online classifieds	Online classifieds	Online classifieds	Online classifieds	Rate things	Watch video
Bank online	Listen to music	Listen to music	Financial info	Social network sites	Play games
Govt website	IM	Financial info	Rate things	Online classifieds	Online classifieds
Play games	Play games	IM	Listen to music	IM	Social network sites
Read blogs	Financial info	Religious info	Religious info	Religious info	Rate things
Financial info	Religious info	Rate things	IM	Play games	Read blogs
Rate things	Read blogs	Read blogs	Play games	Listen to music	Donate to charity
Religious info	Rate things	Play games	Read blogs	Read blogs	Listen to music
Online auction	Online auction	Online auction	Online auction	Donate to charity	Podcasts
Podcasts	Donate to charity	Donate to charity	Donate to charity	Online auction	Online auction
Donate to charity	Podcasts	Podcasts	Podcasts	Podcasts	Blog
Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	IM
Virtual worlds	Virtual worlds	Virtual worlds	Virtual worlds	Virtual worlds	Virtual worlds

90-100%	40-49%
80-89%	30-39%
70-79%	20-29%
60-69%	10-19%
50-59%	0-9%

Source: Pew Internet surveys. pewinternet.org

Abbildung 24: Generations 2010 Summary, Pew Internet & American Life Project 2010, [Online]

Das Versenden und Empfangen von E-Mails, das Durchsuchen des Internets nach Informationen und hier insbesondere das Recherchieren in Bezug auf die eigene Gesundheit waren hier 2010 die drei populärsten Tätigkeiten, denen die User nachgegangen sind. Bei den Millenials lag dann jedoch in der Folge das Nutzen von Social Network Seiten bereits an vierter Stelle in der Nutzung, wohingegen bei allen anderen Altersgruppen das Thema „Nachrichten lesen“ oder „Produkte kaufen“ den vierten Platz einnahm. In der Alterskohorte der „Gen X“, hierunter fallen Personen

zwischen 34 und 45 Jahren, liegt das Nutzen von Social Network Seiten auf dem neunten Platz bei den folgenden Kohorten dann nur noch auf Platz zehn („Younger Boomers“, 46-55 Jahre und „Older Boomers“, 56-64 Jahre) beziehungsweise 12 („Silent Generation“, 65-73 Jahre) und 14 („G.I. Generation“, 74+ Jahre). Im Vergleich zu den Ergebnissen der gleichen Studie aus dem Jahr davor zeigt sich jedoch auch, dass bei älteren Generationen besonders der Bereich der Nutzung von Social Network Seiten massiv an Popularität gewinnt: „Even in areas that are still dominated by Millennials, older generations are making notable gains. While the youngest generations are still significantly more likely to use social network sites, the fastest growth has come from internet users 74 and older: social network site usage for this oldest cohort has quadrupled since 2008, from 4% to 16%.“ (vgl. ebda.)

Dass die älteren Generationen immer stärker in das Internet drängen und die Nutzung von Social Networks populärer wird, zeigt der Vergleich der Ergebnisse von 2009 und 2011 (folgende Tabelle vergleicht die Daten aus der Pew Internet & American Life Project Generations Studie aus dem Jahr 2009 und die Aktualisierung dieser Daten aus dem Jahr 2011). Bei diesen beiden Befragungen gibt es geringe Unterscheidungen in der Bezeichnung und Aufteilung der Kategorien – zur besseren Veranschaulichung wurden diese für die vorliegende Arbeit sinnvoll geglättet, ohne die Ergebnisse zu beeinflussen. (vgl. Tabelle 1, vgl. Pew Internet & American Life Project, Generations Online in 2009, [Online] und Pew Internet & American Life Project, Generations 2010, [Online]):

	Gen Y/Millennials (18-34)		Gen X (35-46)		Younger Boomers (47-56)		Older Boomers (57-65)		Silent Generation (66-74)		G.I. Generation (75+)	
	2009	2011	2009	2011	2009	2011	2009	2011	2009	2011	2009	2011
Go online	87%	95%	82%	86%	79%	81%	70%	76%	56%	58%	31%	30%
Send or read e-mail	94	96	93	91	90	94	90	93	91	90	79	88
Use a search engine	90	92	93	86	90	87	85	87	85	82	70	72
Look for health info	68	85	82	84	74	84	81	85	70	76	67	59
Get news	74	76	76	76	70	79	69	76	56	67	37	54
Visit a government website	55	61	64	73	62	75	63	69	60	56	31	41
Watch a video	57	80	57	62	49	66	30	55	24	44	14	20
Buy a product	71	68	80	64	68	66	72	69	56	59	47	57
Make travel reservations	65	64	70	70	69	67	66	67	69	61	65	53
Use social networking sites	67	83	36	50	20	62	9	43	11	34	4	16
Bank online	57	62	65	58	53	62	49	56	45	44	24	35
Use online classifieds	-	64	-	49	-	58	-	42	-	30	-	17
Listen to music online	-	65	-	48	-	58	-	38	-	25	-	12
Send instant messages	59	66	38	35	28	52	23	30	25	29	18	4
Get financial info	-	33	-	41	-	38	-	41	-	44	-	30
Play online games	50	50	38	26	26	38	28	28	25	25	18	18
Read blogs	43	43	34	27	27	34	25	25	23	23	15	15
Look for religious/spiritual info	31	31	38	34	42	35	30	33	30	26	26	28
Rate a product, service or person	37	32	35	29	29	32	30	40	25	38	16	16
Participate in an auction	26	28	31	25	27	31	26	25	16	13	6	7
Make a charitable donation	-	21	-	24	-	24	-	23	-	20	-	13

Download podcasts	25	26	21	20	19	20	12	16	10	12	10	10
Work on own blog	20	18	10	11	6	16	7	11	6	8	6	5
Visit a virtual world	2	4	3	4	1	4	1	3	1	3	0	1

Tabelle 1: Wozu nutzen Digital Immigrants und Digital Natives das Internet? Vergleich 2009 und 2011, vgl. Pew Internet & American Life Project, Generations Online in 2009, [Online] und Pew Internet & American Life Project, Generations 2010, [Online]

Hier zeigt sich, dass die Nutzung von Social Networks in allen Altersgruppen von 2009 auf 2011 massiv gestiegen ist. Bei den Digital Natives unter 34 Jahren von 67% auf 83% und der Gen X von 35 bis 46 Jahren von 36% auf 50%. Aber auch bei den Generationen, deren Mitglieder älter als 46 Jahre sind, und die somit definitiv zu Digital Immigrants zählen, steigt die Anzahl der Social Media nutzenden User stark an: Bei den Younger Boomers von 47 bis 56 Jahren von 20% auf 62%, bei den Older Boomers zwischen 57 und 65 Jahren von 9% auf 43%, bei der Silent Generation von 66 bis 74 Jahren von 11% auf 34% und sogar bei der Generation über 75 Jahre stieg der Anteil von 4% auf 16%. Weiters zeigt diese Übersicht und Abbildung 24, dass Digital Natives viel mehr Tätigkeiten zu einem meist viel höheren Prozentsatz im Internet durchführen als Digital Immigrants. Sie gehen nativer und natürlicher mit dieser neuen Technologie um und nutzen eben Social Networks zu einem viel höheren Prozentsatz als andere Altersgruppen. Auch die Altersverteilung der Facebook Nutzer in Österreich unterstützt diese Annahme, wo weit mehr als die Hälfte aller Facebook User als unter 34 angegeben werden. (siehe Social Media Radar Österreich, Abb. 8 weiter oben) Was hierbei jedoch nicht außer Acht gelassen werden darf ist der Umstand, dass ältere Generationen die am schnellsten wachsende Altersgruppe bei der Nutzung von Social Networks und Facebook sind. (vgl. allfacebook.com 2012, [Online], Pew Internet & American Life Project 2012, [Online], wdr.de 2011, [Online]) Das liegt einerseits daran, dass in den unteren Alterskohorten natürlich bereits eine gewisse Durchdringung gegeben ist und in diesen Altersgruppen nur noch sehr wenig Wachstum möglich ist, und andererseits daran, dass immer mehr ältere Menschen die Scheu vor neuen Technologien verlieren und Dinge wie das Internet, Social Networks oder Smartphones in ihren Alltag integrieren.

Sowohl Digital Natives als auch Digital Immigrants werden in Social Networks und im Web 2.0 ganz generell mit Herausforderungen konfrontiert, die diese Technologien mit sich bringen. Um diese für sich sinnvoll nutzen zu können, aber auch damit sich diese nicht gegen einen wenden, ist es wichtig, dass die User eine gewisse Medienkompetenz haben. Gerade im Hinblick auf persönliche Daten ergeben sich durch digitale Technologien gänzlich neue Anforderungen an User, die bis jetzt nicht von Nöten waren. Wie aufgezeigt wurde, ist der Themenkreis „Social Media“ für

alle Altersgruppen hoch relevant und wird es auch in Zukunft bleiben, beziehungsweise noch stärker werden. Dieser Kommunikationstrend ist einer, der der Gesellschaft erhalten bleiben wird und mit dem jeder Internet-Nutzer lernen muss umzugehen. Besonders beim Thema Medienkompetenz wird es in Zukunft immer wichtiger werden Wege zu finden, wie man weniger „digitale“ User unterstützen und für dieses sensibilisieren kann. Bevor jedoch solche Maßnahmen konzipiert und durchgeführt werden können ist es an der Wissenschaft herauszufinden, wie verschiedene Altersgruppen mit den neuen Technologien umgehen. Diese Arbeit soll sich, wie bereits weiter oben erwähnt, in diesem Umfeld bewegen und genauer auf die Fragestellung „Wie gehen Digital Natives und Digital Immigrants mit ihrer Privatsphäre auf Facebook um?“ eingehen. Erst dadurch, dass man die Unterschiede dieser beiden Gruppen bei der Nutzung neuer Technologien herausarbeitet und darlegt wird es in Folge möglich sein, Wege zur Sensibilisierung für dieses Thema zu finden und Lösungsansätze für auftretende Herausforderungen zu erarbeiten. In der Folge soll genau diese Fragestellung durch die in den nächsten Kapiteln beschriebene Forschung beleuchtet werden.

II. Empirischer Teil

8. Einleitung

80% aller täglichen Facebook User kommen von außerhalb der USA und Kanada. (vgl. (Facebook: Key Facts, [Online])

Nachdem im ersten Teil der Arbeit relevante Theorien und Begriffe in Bezug auf das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit behandelt wurden, wird im zweiten Teil der Arbeit der Fokus auf die empirische Untersuchung gelegt. Zuerst wird das Erkenntnisinteresse und die forschungsleitende Frage behandelt und die zwei Dimensionen "Wissen" und "Handeln" dargelegt, an denen sich die Hypothesenbildung orientiert. Danach werden daraus die Forschungsfragen und die daraus abgeleiteten Hypothesen vorgestellt. Kurz wird dann noch die Arbeit von Pavica Sheldon und dem PEW Internet & American Life Project behandelt, bevor die Struktur und der Aufbau des Fragebogens dargelegt wird. Nach der Beschreibung des Forschungsablaufs werden die Ergebnisse vorgestellt und auf die erarbeiteten Hypothesen angewendet, bevor dann eine Diskussion der bestehenden Arbeit durchgeführt und ein Ausblick auf mögliche kommende Forschung gegeben werden soll.

Zuerst wird auf die durchgeführte Forschung eingegangen.

9. Forschung

Pro Tag wird Facebook von 665 Millionen Menschen genutzt. (vgl. Facebook's Growth In The Past Year, Facebook 2013, [Online])

Bevor auf die Ergebnisse eingegangen wird, sollen hier kurz das Erkenntnisinteresse und die forschungsleitende Frage vorgestellt und anschließend die daraus abgeleiteten Forschungsfragen und Hypothesen dargelegt werden.

9.1 Erkenntnisinteresse und forschungsleitende Frage

Das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit dreht sich darum, wie Digital Natives, die Mitglieder von jüngeren Generationen unserer Gesellschaft, die mit dem Internet groß geworden sind, und Digital Immigrants, die Mitglieder von älteren Generationen unserer Gesellschaft, die erst

im Laufe Ihres Lebens mit der neuen Kommunikationstechnologie rund um das World Wide Web in Berührung gekommen sind, mit Ihrer Privatsphäre in Social Networks umgehen. Hier wurde folgende forschungsleitende Frage formuliert, aus der sich die später beschriebenen Hypothesen ableiten:

"Wie gehen Digital Natives und Digital Immigrants mit Ihrer Privatsphäre in Social Networks um?"

Wie bereits oben beschrieben, wurde hier stellvertretend für „Social Networks“ die Website „Facebook“ eingesetzt. Digital Natives sind dabei, der Einteilung von Gasser und Palfrey folgend, alle unter 34 Jahren, Digital Immigrants alle darüber. (Gasser/Palfrey 2008b, S. 1) Beschäftigt man sich mit dieser Frage eingehender, wird klar, dass man beim "Umgang" mit Privatsphäre in zwei Dimensionen denken muss - dem Wissen und dem Handeln.

9.2 Wissen und Handeln

Im Umgang mit der eigenen Privatsphäre ergeben sich zwei unterschiedliche Bereiche, entlang derer in der Empirie dieser Arbeit gedacht wurde: dem Wissen und dem Handeln.

Bereits in der Erarbeitung des Fragebogens und einer durchgeführten Voruntersuchung wurde klar, dass allein die Tatsache, dass Personen ihre Privatsphäreinstellungen auf Facebook gut konfiguriert hatten, nicht automatisch auch bedeutet, dass die Personen wissen wie man diese so einstellt. Auch bedeutet das Wissen um die Funktion dieser Einstellungen nicht, dass diese von den Usern automatisch auch so eingestellt werden und so "gehandelt" wird.

Deshalb soll unterschieden werden in "Wissen" über mögliche Privatsphäreinstellungen und dem "Handeln", also dem tatsächlichen Anwenden von diesen. Dies ist besonders im Hinblick auf die Formulierung der Forschungsfragen und Hypothesen wichtig, die im folgenden Kapitel vorgestellt werden.

9.3 Forschungsfragen und Hypothesen

Für die im Zuge dieser Arbeit durchgeführten Untersuchung und Bearbeitung des Erkenntnisinteresses wurden folgende Forschungsfragen und Hypothesen erarbeitet. In Bezug auf die Dimension des Wissens lautet die Forschungsfrage:

FF1: *Besitzen Digital Natives oder Digital Immigrants mehr Wissen darüber, wie man seine Privatsphäre auf Facebook schützt?*

Und die dazugehörige Hypothese:

H1: *Digital Natives wissen besser als Digital Immigrants darüber Bescheid, wie man seine Privatsphäre auf Facebook schützt.*

Aufgrund der vor der Forschung für diese Arbeit durchgeführten Pre-Tests wurde davon ausgegangen, dass Digital Natives mehr Wissen über Möglichkeiten zum Schutz der eigenen Privatsphäre auf Facebook haben als Digital Immigrants.

Die zweite Forschungsfrage zur Dimension des Handelns lautet:

FF2: *Haben Digital Immigrants oder Digital Natives die besseren Privatsphären-Einstellungen auf Facebook?*

Und die daraus abgeleitete Hypothese:

H2: *Digital Immigrants schützen Ihre Privatsphäre auf Facebook besser als Digital Natives.*

Es wurde angenommen, dass trotz des fehlenden Wissens Digital Immigrants bessere Privatsphäre-Einstellungen treffen.

Im Zuge der Recherche zum Thema Social Media, Facebook und Privatsphäre waren zwei Studien sehr präsent, welche auch die Erarbeitung der Forschungsfragen und Hypothesen stark beeinflusst haben. Die erste Studie war der Pew Internet & American Life Online Monitor und wurde bereits an anderer Stelle dieser Arbeit näher behandelt. Der Schwerpunkt dieser Studie lag in der Untersuchung des Surfverhaltens amerikanischer Internet Nutzer, insbesondere welche Services im Internet von welchen Usergruppen hauptsächlich benutzt werden. (Pew Internet & American Life

Project 2009, [Online] und Pew Internet & American Life Project, Generations 2010, [Online]). Auch die Frage nach Online Privatsphäre in Social Networks war hier ein Thema, das behandelt wurde. (vgl. Pew Internet & American Life Project: Teens, Privacy and Online Social Networks [Online]) Diese Untersuchungen legten natürlich einen Fokus auf die amerikanische Gesellschaft und, wie bereits weiter oben beschrieben, konzentrierten sich eher auf Digital Natives und welche Auswirkungen auf die Gesellschaft zukommen, wenn mehr und mehr Digital Natives in ihr leben. Besonders im Hinblick auf eine allenfalls veränderte Situation in der Arbeitswelt und dem Bereich der Lehre werden Digital Natives immer wieder untersucht. Der Vergleich zwischen dem Privatsphären-Verhalten besonders auf Facebook von Digital Natives und Digital Immigrants wurde vom PEW Internet & American Life Online Monitor weniger stark gezogen.

Es finden sich auch einige Studien, die den Unterschied zwischen Digital Immigrants und Digital Natives im Umgang mit Webtechnologien und dem Web 2.0 qualitativ untersuchten. Davon soll eine Studie der Firma "Zeix - Agentur für User Centered Design", die 2010 im Rahmen eines Artikels in der Zeitschrift "Netzwoche" erschienen ist, erwähnt werden. (vgl. Zeix 2010 in: Netzwoche 21/2010, [Online] und in: zeix.com 2010, [Online]) Hier wurden je fünf Vertreter der beiden Gruppen die gleichen Aufgaben gestellt, die dann gelöst werden mussten. Hierbei mussten sie beispielsweise das Messaging Tool Skype installieren und verwenden, eine Route zu einem gegebenen Ort finden oder gestellte Fragen per Google Abfragen lösen, aber auch eher technische Aufgaben, wie das Bewerten von Antivirus-Meldungen und Entfernen von Schadsoftware, waren Teil des Arbeitspakets der Untersuchungsgruppen. Da in dieser Studie qualitativ gearbeitet wurde, konnten nur je fünf Mitglieder der beiden Gruppen untersucht werden, da die Untersuchung an sich zeitintensiv war, und die Ergebnisse konnten nicht als repräsentativ bezeichnet werden. Es wurde von den Autoren angenommen, dass das Vorwissen über bestimmte Online Dienste eine größere Rolle spielte, als die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe. Jüngere Zielgruppen hätten demnach kein besseres technisches Verständnis oder verarbeiteten Informationen schneller. Vor allem Usability-Hürden stellten sowohl Natives als auch Immigrants vor die gleichen Probleme. (vgl. ebda.) In dieser Untersuchung war der Fokus viel stärker auf technische Aspekte und den Umgang im Hinblick auf Usability Aspekte gelegt, da die durchführende Agentur genau in diesem Sektor tätig ist. Es wurde demnach auch weniger auf Details oder Motivationen in der Nutzung von Social Networks und dem Umgang mit Privatsphäreneinstellung der User geachtet.

In Bezug auf die Nutzungsmotive von Usern von Facebook wurde für die vorliegende Arbeit die Untersuchung von Pavica Sheldon von der Louisiana State University stark einbezogen. (vgl. Sheldon 2008, [Online])

A survey with 172 students was conducted at Louisiana State University to see what students' motives are for using the Facebook, how individual differences relate to motives for Facebook use, and to what extent motives and individual differences can predict attitudinal and behavioral outcomes of Facebook use. (ebda.)

Sheldon untersuchte dabei 172 Studenten der Louisiana State University auf die Gründe und Motive für deren Facebook Nutzung. Sie gruppierte die Motivationen dabei in sechs Faktoren, die sie durch Fragensets abfragte. Die Faktoren umfassten:

- Relationship Maintenance
- Passing time
- Virtual community
- Entertainment
- Coolness
- Companionship

Zu jedem dieser Faktoren stellte Sheldon in ihrem Fragebogen bis zu sechs Fragen unter dem Dach der Frage „I use the Facebook for the following reasons“, die die User auf einer Skala von 1 (“not at all”) bis 5 (“exactly”) bewerten mussten. Die Fragen zum Faktor “Relationship Maintenance” bestanden dabei beispielsweise aus:

- To send a message to a friend
- To post a message on my friend's wall
- To communicate with my friends
- To stay in touch with friends
- Get in touch with people I know
- Get through to someone who is hard-to-reach

Weiters wurden Fragen in Bezug auf “Frequency of Facebook use” und “Facebook satisfaction”

gestellt. Sheldon kam in ihrer Studie zu dem Ergebnis, dass User Facebook besuchten um Bedürfnisse zu befriedigen, die üblicherweise von anderen Medien erfüllt wurden. Am ehesten wird Facebook aber für den Zweck der interpersonalen Kommunikation, laut Sheldons Diktion der „Relationship Maintenance“ verwendet:

„(...) the study found that people go to Facebook to fulfill needs traditionally fulfilled by other media but for their interpersonal communication needs first (relationship maintenance). Women were more likely to go to Facebook to maintain existing relationships, pass time and be entertained. On the other hand, men were more likely to go to Facebook to develop new relationships or meet new people.“ (ebda.)

Die Fragensets in Bezug auf die allgemeine Facebook Nutzung wurde für die vorliegende Untersuchung übernommen um ein vielschichtigeres Bild der Befragten erheben zu können. Ebenfalls wurden die von Pavica Sheldon erarbeiteten Fragencluster zu den sechs Faktoren für die Motivation der Facebook Nutzung für die vorliegende Untersuchung adaptiert und in die Befragung aufgenommen. So kann neben der Frage „Wie“ Digital Immigrants und Digital Natives Social Media für sich nutzen auch auf das „Warum“ der Nutzung und den Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen eingegangen werden.

Da Sheldons Untersuchung im Original auf Englisch durchgeführt wurde, war es notwendig seine Motivationsfaktoren und die dazugehörigen Fragen auf Deutsch zu übersetzen. Die einzelnen Faktoren wurden dabei wie folgt übersetzt (vgl. Tabelle 2):

Motivationsfaktoren Original	Motivationsfaktoren Übersetzung
Relationship Maintenance	Pflegen von Beziehungen
Passing time	Zeit verbringen
Virtual community	Virtuelle Kontakte
Entertainment	Unterhaltung
Coolness	Coolness
Companionship	Sozialer Kontakt

Tabelle 2: Übersetzung der Motivationsfaktoren von Pavica Sheldon

Die den einzelnen Faktoren zugehörigen Fragen wurden ebenfalls übersetzt - diese finden sich

gesammelt im Anhang der vorliegenden Arbeit. Für den Faktor „Beziehungen“ wurden beispielsweise folgende sechs Aussagen zur Bewertung gestellt:

Ich verwende Facebook aus den folgenden Gründen:

- Freunden Nachrichten schicken
- Nachrichten an die Pinnwände von Freunden posten
- Mit Freunden kommunizieren
- Mit Freunden in Kontakt bleiben
- Mit Personen in Kontakt kommen die ich kenne
- Um mit jemanden Kontakt kommen, der sonst nur schwer zu erreichen ist

Wie bereits gesagt wurden diese Fragen in die Untersuchung mitaufgenommen um auch das „Warum“ der Facebook Nutzung und den Unterschied zwischen Digital Immigrants und Digital Natives zu beleuchten. Aus dieser Überlegung wurde die dritte Forschungsfrage abgeleitet:

FF3: *Nutzen Digital Natives Facebook aus anderen Gründen als Digital Immigrants?*

In der dieser Arbeit vorangehenden Recherche und Gesprächen mit Mitgliedern beider Gruppen wurde angenommen, dass Digital Natives Facebook eher aus Gründen der „Coolness“ und des „Pflegens von Beziehungen“ nutzen, hingegen Digital Immigrants das Service eher zur „Unterhaltung“ nutzen. Daraus wurde folgende Hypothese abgeleitet:

H3: *Digital Natives nutzen Facebook eher aus Gründen der "Coolness" und des "Pflegens von Beziehungen", während Digital Immigrants Facebook zur "Unterhaltung" nutzen.*

Um diese drei Forschungsfragen und Hypothesen zu behandeln wurde auf das Instrument einer empirischen Untersuchung mittels Fragenbogen zurückgegriffen. In den folgenden Kapiteln soll nun auf den Aufbau dieses Fragebogens und den Forschungsablauf eingegangen werden.

9.4 Fragebogen

Zu Beginn des Fragebogens wurde ein Einleitungstext verfasst, der dem Probanden den Zweck und die Voraussetzungen für die Teilnahme an der Untersuchung erläutert. Dabei wurde hervorgehoben, dass, um an der Untersuchung teilnehmen zu können, der Proband einen Facebook Account besitzen musste. Direkt danach wurde nach Geschlecht und Alter des Probanden gefragt.

In der Folge war der Fragebogen dann in drei große Teile geteilt. Der erste Teil behandelte das „Wissen“ um Facebook Privatsphäreinstellungen, der zweite Teil drehte sich um das „Handeln“ und Anwenden dieser Einstellungen und der dritte Teil befasste sich mit den Faktoren der Motivation der Facebook Nutzung. Jeder dieser drei Teile steht somit für jeweils eine Hypothese, die in den vorhergehenden Kapiteln vorgestellt wurden.

Im ersten Teil des Fragebogens, in dem das „Wissen“ der Probanden um die Facebook Privatsphäreinstellungen überprüft werden sollte, wurden den Befragten fünf Aufgaben in Bezug auf Ihre Facebook Einstellungen gestellt, die sie unter der Aufsicht des Versuchsleiters erfüllen mussten. Danach sollten sie ankreuzen ob sie die Aufgabe sofort gewusst haben (Auswahl „gewusst“), ob sie erst nach der Lösung suchen mussten (Auswahl „gesucht“) oder sie die Aufgabe nicht lösen konnten (Auswahl „nicht gewusst“). Dies geschah, wie beschrieben, in der Anwesenheit und unter der Aufsicht des Versuchsleiters. Die Aufgaben lauteten wie folgt:

- Entziehe einer Facebook Anwendung, z.b. einem Spiel wie etwa "Farmville", die Berechtigungen Informationen aus deinem Profil zu verwenden.
- Verhindere, dass deinen Freunden bei Werbeanzeigen dein Name angezeigt wird.
- Entferne deine Markierung von einem Foto, auf dem du markiert wurdest.
- Aktiviere die Chroniküberprüfung um festzulegen, ob Beiträge, in denen du markiert wurdest, manuell bestätigt werden müssen, bevor sie in deiner Chronik veröffentlicht werden.
- Stelle ein, dass deine Mail Adresse nur von dir selbst eingesehen werden kann.

Im zweiten Teil des Fragebogens wurden sieben Fragen zu den aktuellen Privatsphäre-Einstellungen der Probanden auf Facebook gestellt. Dabei sollten die Befragten unter Aufsicht des Versuchsleiters ankreuzen, welche Einstellung sie in ihrem Facebook Account hatten. Zur

Untersützung war im Fragebogen die jeweilige URL angegeben, unter der man die betreffende Einstellung finden konnte. Weiters wurde den Probanden beim Finden der Einstellung vom Versuchsleiter unterstützt. Die Antwortmöglichkeiten bestanden dabei aus den Einstellungsmöglichkeiten, die bei der jeweiligen Aufgabe relevant sind. Die Fragen und die dazugehörigen Antwortmöglichkeiten lauteten wie folgt (vgl. Tabelle 3):

Fragen	Antwortmöglichkeiten
Wer kann deine zukünftigen Beiträge sehen? (http://www.facebook.com/settings?tab=privacy)	<input type="radio"/> Öffentlich <input type="radio"/> Andere Einstellung
Können Suchmaschinen einen Link zu deiner Chronik enthalten? (http://www.facebook.com/settings?tab=privacy)	<input type="radio"/> Ein <input type="radio"/> Aus
Wer kann dich anhand der von dir angegebenen EMailAdresse oder Telefonnummer finden? (http://www.facebook.com/settings?tab=privacy)	<input type="radio"/> Alle <input type="radio"/> Andere Einstellung
Wer kann Beiträge, in denen du markiert wurdest, in deiner Chronik sehen? (http://www.facebook.com/settings?tab=timeline)	<input type="radio"/> Alle oder Freunde von Freunden <input type="radio"/> Andere Einstellung
Möchtest du die Markierungen überprüfen, die Nutzer zu deinen eigenen Beiträgen hinzufügen, bevor sie auf Facebook erscheinen? (http://www.facebook.com/settings?tab=timeline)	<input type="radio"/> Aus <input type="radio"/> Ein
Ist das "sichere Durchstöbern" über https aktiviert? (https://www.facebook.com/settings?tab=security)	<input type="radio"/> Deaktiviert <input type="radio"/> Aktiviert
Werden deine Daten für "soziale Werbeanzeigen" verwendet? (http://www.facebook.com/settings?tab=ads → "Bearbeiten")	<input type="radio"/> Nur meine Freunde <input type="radio"/> Niemand

Tabelle 3: Fragen zu den aktuellen Privatsphäre-Einstellungen der Probanden auf Facebook

Im dritten Teil des Fragebogens wurde der Satz „Ich verwende Facebook aus den folgenden Gründen“ und in Folge die Fragensets von Sheldon zu den einzelnen Motivationsfaktoren platziert. Diese konnten auf einer Skala von 1 bis 5, wobei „1“ für „trifft zu“ und „5“ für „trifft überhaupt nicht zu“ steht, bewertet werden. Diesen Teil bearbeiteten die Probanden ohne Hilfe des Versuchsleiters.

Zum Abschluss wurden noch allgemeine Fragen zur Facebook Nutzung gestellt, die ebenfalls in

Sheldons Studie gestellt wurden:

- Insgesamt, wie zufrieden bist du mit dem Service von Facebook um dich mit den Dingen zu versorgen die du suchst? (Skala “1” sehr zufrieden bis “5” überhaupt nicht zufrieden)
- Wenn Facebook auf einmal verschwinden würde, wie sehr würdest du es vermissen? (Skala “1” sehr vermissen bis “5” überhaupt nicht vermissen)
- Hast du beruflich mit Social Media zu tun? Wenn ja, wie?
- Ab welchem Alter hattest du regelmäßigen Zugang zu einem Computer oder ähnlichen Geräten wie einer Spielkonsole?
- Würdest du dich eher als “Digital Native” oder “Digital Immigrant” sehen?
- Woher hast du deine Informationen über allfällige Änderungen bei den Facebook Privatsphäre Einstellungen?

Insgesamt bestand der Fragebogen aus 49 Fragen, die von den Probanden in ca. 10-20 Minuten bearbeitet werden konnten. In der Folge soll kurz auf den Forschungsablauf eingegangen werden, da dieser für weitere Forschungen hochinteressant ist.

9.5 Forschungsablauf

Die Befragung wurde von 15.04.2013 bis 12.06.2013 durchgeführt und umfasste 100 Probanden. Zum Test des Fragebogens fand vor der Untersuchung ein Pre-Test statt, in dem der Fragebogen auf Logik und Verständlichkeit getestet wurde.

In diesem Pre-Test lag der Fokus vor allem darauf, ob die ersten fünf Aufgaben bezüglich der Überprüfung des Wissens um die Privatsphäreneinstellungen verständlich waren und die Probanden mit den Anforderungen umgehen konnten. Weiters wurde überprüft, ob die Teilnehmer die Fragen bezüglich ihrer aktuell vorgenommenen Privatsphären-Einstellungen, im Teil der das Handeln der Teilnehmer beleuchtete, ebenfalls verständlich und beantwortbar waren. Hier wurden dann einige Optimierungen vorgenommen, beispielsweise wurden Formulierungen geändert und im zweiten Teil des Fragebogens die genauen URLs eingefügt, unter denen die Befragten diese Informationen finden konnten. Auch im dritten Teil des Fragebogens wurden einige Formulierungen angepasst, um die Verständlichkeit weiter zu erhöhen.

Die Befragten teilten sich in 50 Digital Natives und 50 Digital Immigrants auf. Diese waren allesamt nicht direkt mit dem Versuchsleiter auf Facebook befreundet, um eine Verzerrung der Ergebnisse möglichst zu vermeiden. Weiters wurde die Befragung zu einem Zeitpunkt durchgeführt, zu dem ein umfassendes Redesign der Facebook Plattform schon eine Zeit lang her war. Der neue Newsfeed war hier zwar schon angekündigt, jedoch noch bei keinem der Nutzer aktiviert. (vgl. Facebook: Goodbye Clutter, [Online]) So wurde verhindert, dass es eine zusätzliche Quelle der Verwirrung in die Ergebnisse hineinspielt. Dieses Argument, wie etwa „auf Facebook verändert sich ja alle paar Wochen das Design“, wurde von vielen Probanden während der Untersuchung zur Rechtfertigung des „Nicht-Wissens“ angeführt.

Wie bereits beschrieben, bestand der Fragebogen aus 49 Fragen und umfasste insgesamt 5 Seiten. Da jedoch im ersten und im zweiten Teil der Befragung in Bezug auf die Dimensionen „Wissen“ und „Handeln“ jeweils bestimmte Aufgaben auf Facebook erledigt werden mussten, nahmen diese beiden Teile die meiste Zeit in Anspruch. Um die Aufgaben durchführen und die Einstellungen der Nutzer überprüfen zu können, wurde ein Laptop vom Versuchsleiter zur Verfügung gestellt, auf dem sich die Befragten einloggen konnten. Der Login auf Facebook passierte dabei im sogenannten „Inkognito-Modus“ des Browsers „Google Chrome“, sodass keine Passwörter der User gespeichert werden konnten. Nach dem Ende der jeweiligen Befragung wurden die User direkt vor ihren Augen ausgeloggt, um deren Datensicherheit zu garantieren.

Weiters wurde den Befragten, sozusagen als Belohnung für die Teilnahme, angeboten, dass nach Beendigung der Befragung der Versuchsleiter beim Einstellen der Privatsphäreinstellungen auf Facebook behilflich ist. Dieses Angebot war eigentlich nur als kleines Dankeschön gedacht, wurde von den Teilnehmern jedoch überaus gut angenommen. Viele Befragte waren überaus dankbar dafür, dass ihnen eine geschulte Person dabei hilft, obgleich die Probanden während der Befragung sehr sicher im Umgang mit den Privatsphäreinstellungen wirkten. Das zeigt sehr gut, wie stark die Verunsicherung rund um dieses Thema ist.

Was auffällig war, war dass sich insbesondere hinsichtlich des ersten Teils der Befragung die Teilnehmer besonders häufig mit Fragen an den Versuchsleiter wandten. Hier wurden ja vor allem Fragen zum „Wissen“ um Facebook Privatsphäre-Einstellungen gestellt, wie etwa „Stelle ein, dass deine Mail Adresse nur von dir selbst eingesehen werden kann.“. Die User hatten dann Zeit, diese Aufgabe zu lösen. Wenn Sie die Aufgabe sofort wussten, wurde diese als „gewusst“ im Fragebogen festgehalten, mussten sie erst nach der Lösung suchen, wurde „gesucht“ notiert und konnte die Aufgabe nicht gelöst werden, entweder nach langem Suchen oder weil der Proband die Aufgabe sofort als für ihn nicht lösbar bezeichnete, mit „nicht gewusst“ im Fragebogen bewertet. Während

der Bearbeitung dieser Aufgaben wurde seitens der Probanden immer wieder versucht, dem Versuchsleiter Hinweise zu entlocken, obwohl in der Vorbesprechung unmittelbar vor der Untersuchung mehrmals darauf hingewiesen wurde, dass der Versuchsleiter nicht helfend tätig sein darf. Ein typisches Beispiel für eine solche Unterhaltung und Nachfrage durch den Probanden lautete wie folgt:

Proband: (liest vor) „Stelle ein, dass deine Mail Adresse nur von dir selbst eingesehen werden kann.“ ... Aha... Also so, dass niemand sonst meine Adresse sehen kann?

Versuchsleiter: „Ja genau, richtig.“

P: „Ok.... (an den Versuchsleiter) Hm, also ich schätze mal, ich muss dazu in die Kontoeinstellungen... Oder?“

VL: „Wie gesagt darf ich leider keine Hinweise geben.“

P: „Ach so, ja klar, na kein Problem... (klickt auf Kontoeinstellungen) ... (liest Begriffe vor die auf dem Bildschirm stehen) ... Das hat früher doch anders ausgesehen... Also... (an den Versuchsleiter) Oder war das doch in den Privatsphäreneinstellungen?“

VL: „Falls Sie die Einstellung nicht wissen, macht das garnichts - Sie können dann gern zur nächsten Frage gehen!“

Anhand dieses Beispiels zeigt sich, dass es den Probanden augenscheinlich teilweise unangenehm war, wenn sie eine Aufgabe nicht lösen konnten. Hier musste ihnen seitens des Versuchsleiters immer wieder versichert werden, dass das überhaupt kein Problem darstellt und sie ohne weiteres zur nächsten Frage übergehen können. Was für zukünftige Untersuchungen hier auf jeden Fall zu überlegen ist, wäre eine zusätzliche Audio- oder Video-Aufnahme der Untersuchung und eine anschließende Analyse dieser Daten. Auch könnte hier die Methode des „Lauten Denkens“ passend sein, um eine noch breitere Analyse der Befragten zu ermöglichen.

Insbesondere im Hinblick auf Teil 1 der Untersuchung kristallisierte sich heraus, dass man eine solche Untersuchung keinesfalls ohne einen unmittelbar anwesenden Versuchsleiter durchführen kann. Viele Dinge können nur sehr schwer und langwierig schriftlich erklärt werden, was Probanden eventuell abschrecken würde. Was jedoch noch viel stärker gegen eine Durchführung der Untersuchung per Online Fragebogen spricht ist die Tatsache, dass die Probanden sehr oft versuchten, ihre Ergebnisse zu verfälschen und das, obwohl ein Versuchsleiter direkt neben ihnen stand. Folgendes Beispiel aus einer Untersuchung, welches in dieser und ähnlicher Form viele Male aufgetreten ist, zeigt diesen Umstand sehr gut:

Proband: (nach einer längeren Suche der Einstellung bei Frage 3: „Entziehe einer Facebook Anwendung, z.b. einem Spiel wie etwa "Farmville", die Berechtigungen Informationen aus deinem Profil zu verwenden.“) „Ach so da ist das! Na gut, das könnte man aber auch besser darstellen! Das stelle ich gleich um, dieses Spiel spiele ich sowieso nicht mehr...“ (entzieht der Anwendung die Berechtigungen, danach dreht er sich zum Fragebogen um das Kreuz zu setzen) „Na gut, aber man kann schon sagen, dass ich das gewusst habe!“

Um den Fluss der Untersuchung nicht zu stören, wurde hier vom Versuchsleiter nicht direkt eingegriffen. Jedoch wurde hier bei der Frage nach der Untersuchung vom Versuchsleiter angemerkt, dass der Proband hier bewusst eine, nach Maßstäben der Untersuchung, eindeutig unrichtige Angabe gemacht hat, da er für die Suche einige Minuten gebraucht hat und die richtige Lösung erst nach Trial and Error gefunden hat. Diese Anmerkung wurde dann beim Auswerten der Daten berücksichtigt.

Im zweiten Teil des Fragebogens stellte es sich dann als sehr hilfreich heraus, dass der Versuchsleiter direkt anwesend war. Trotz des Vorhandenseins der URLs zu den jeweiligen Einstellungen taten sich die Probanden relativ schwer zu den betreffenden Stellen in den Einstellungen zu navigieren. Hier konnte der Versuchsleiter dann helfend eingreifen. Obwohl in der Formulierung der Fragen und Aufgaben auf eine möglichst einfache und eindeutige Sprache geachtet wurde, war es für die Probanden schwer, die Angaben sofort zu verstehen. Beispielsweise ist der Satz „Möchtest du die Markierungen überprüfen, die Nutzer zu deinen eigenen Beiträgen hinzufügen, bevor sie auf Facebook erscheinen?“ sehr eindeutig formuliert, da diese Funktion eben genau so heißt, die User mussten den Satz jedoch zwei- oder dreimal laut lesen, um sich seiner Bedeutung bewusst zu sein und die Anforderung zu verstehen. Hier zeigt sich sehr schön, dass die Formulierung und der Aufbau der Privatsphäreinstellungen teilweise sehr umständlich und für die User nicht unbedingt leicht verständlich sind.

Im dritten Teil des Fragebogens wurde nach den Gründen für die Facebook Nutzung gefragt, welche die Befragten auf einer Skala von 1 bis 5 bewerten mussten. Dabei brauchten die Befragten keinerlei Hilfe und aufgrund der Wahrung ihrer Privatsphäre ließ der Versuchsleiter die Befragten hier mit dem Fragebogen alleine. Im letzten Teil der Befragung, in der allgemeine Fragen zu Facebook und Social Media gestellt wurden, war der Versuchsleiter immer wieder helfend tätig, beispielsweise wenn es um das Herausfinden des Registrierungsdatums des Nutzers auf Facebook ging.

Als größte Erkenntnis im Zuge des Forschungsablaufs stellte sich der hohe Grad der Verunsicherung bei den Nutzern im Hinblick auf das Thema Privatsphäre heraus. Aus den 100 Befragten kam es äußerst selten vor, dass jemand alle an ihn gestellten Aufgaben ohne Nachdenken lösen konnte. Auch versierte Nutzer hatten ihre Schwierigkeiten mit den Anforderungen, da sich der Aufbau des Bereichs, in dem die Einstellungen vorgenommen werden können und dessen Formulierung, immer wieder ändert. Ob das von Facebook zur Verwirrung der Nutzer bewusst gemacht wird, sei dahingestellt.

In den folgenden Kapiteln sollen nun die Ergebnisse im Allgemeinen und in Anwendung auf die zuvor aufgestellten Hypothesen dargestellt werden.

10. Ergebnisse

*Auf Facebook gibt es mehr als 150 Milliarden Freundschaften.
(vgl. Annual Report Facebook Inc.,
Facebook 2013, [Online])*

10.1 Ergebnisse allgemein

In der Befragung wurden insgesamt 100 Personen befragt, wobei 50 männlich und 50 weiblich waren. Von diesen beiden Gruppen waren jeweils 25 Digital Natives und 25 Digital Immigrants zugehörig. Die jüngste Teilnehmerin war 19 Jahre alt, die älteste war 47 Jahre alt. (vgl. Abbildung 25) Was für nachfolgende und umfassendere Untersuchungen interessant wäre, ist eine weitere Streuung der Befragten innerhalb von Jugendlichen unter 18 Jahren und Erwachsene über 50 oder gar 60 Jahren.

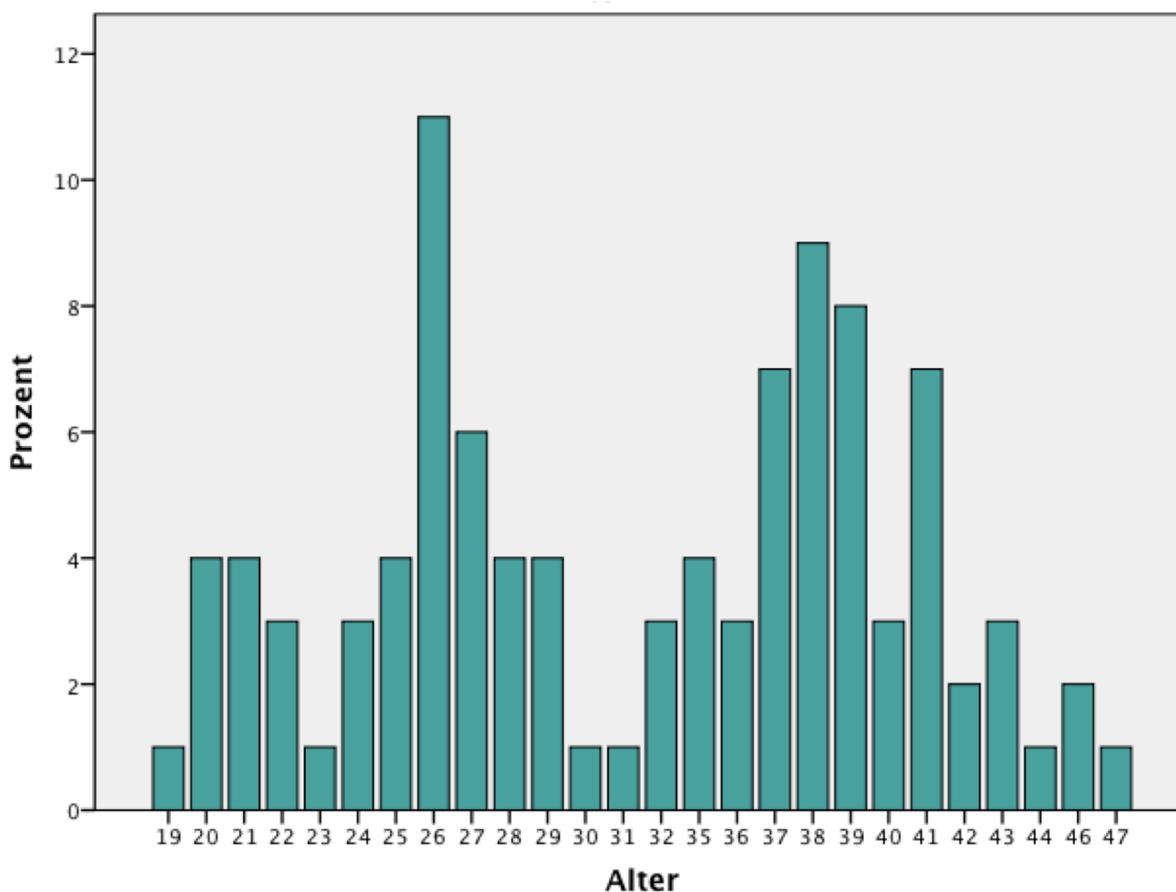


Abbildung 25: Altersverteilung

Neben den Fragen in Bezug auf die Hypothesenüberprüfung wurden auch allgemeine Fragen zur Facebook Nutzung gestellt, um Anhaltspunkte für eventuell folgende Untersuchungen zu bieten. Dabei wurde nach der durchschnittlichen Dauer der Facebook Nutzung pro Tag gefragt. Hier war das Minimum, das angegeben wurde, 0,5 Stunden, das Maximum belief sich auf 6 Stunden. Höhere Werte wurden dabei von den Probanden so begründet, dass sie Facebook auch während anderer Tätigkeiten, wie etwa in der Arbeit oder beim Fernsehen oder der Arbeit am Computer, nebenbei offen hatten. Besonders die parallele Nutzung und “Second Screen Experience”, neben dem Fernsehen und klassischen Medien ist ein Trend, der immer stärker wird. (vgl. Nielsen 2012, Online]). Einige Befragte gaben auch an, dass sie nicht jeden Tag, sondern beispielsweise nur jeden zweiten oder dritten Tag, dafür aber 2 oder 3 Stunden auf Facebook waren. Hier wurde der Wert dann auch in ein tägliches Pensum umgerechnet. Durchschnittlich wurde ein Wert von 2,38 Stunden Facebook Nutzung pro Tag angegeben.

Die Frage nach der durchschnittlichen Anzahl der Logins pro Tag wurde von den Befragten mit ein Mal pro Tag bis zu 16 Mal pro Tag angegeben. (vgl. Tabelle 4)

	Minimum	Maximum	Mittelwert
Wie viele Stunden verbringst du an einem durchschnittlichen Tag auf Facebook?	0,5	6	2,38
Wie oft loggst du dich pro Tag in deinen Account ein?	1	16	6,15

Tabelle 4: Wie viele Stunden verbringst du an einem durchschnittlichen Tag auf Facebook?

Hierbei muss aber gesagt werden, dass höhere Werte so begründet wurden, dass die Befragten sehr oft mit ihrem Smartphone schnell einen Blick auf ihren Facebook Newsfeed werfen, beispielsweise wenn sie gerade auf etwas warten. Auf der anderen Seite wiederum gab es Befragte die angaben, sie loggen sich nur einmal pro Tag ein, nämlich gleich in der Früh, und dann bleibt der Browsertab, in dem Facebook geöffnet ist, den gesamten Tag offen. Gerade durch die große Verbreitung von Smartphones, mit denen Internetdienste wie beispielsweise Facebook über Apps ganz problemlos und schnell genutzt werden können, müsste hier in jedem Fall ein genauerer Fokus auf das mobile Verhalten von Usern gelegt werden. Facebook selbst gibt ja bereits an, dass mehr als die Hälfte aller Zugriffe auf die Plattform mobil stattfinden. (Facebook: Key Facts, [Online])

Weiters wurde nach der Anzahl der Facebook Freunde gefragt. Hier wurden als unterster Wert 67

genannt, der oberste Wert betrug 830. Im Durchschnitt hatten die Befragten 301,5 Facebook Freunde, was in etwa dem Gesamtdurchschnitt aller Facebook Nutzer entspricht. Hier wurde in einer von Stephen Wolfram, dem Gründer der semantischen Suchmaschine Wolfram Alpha, kürzlich durchgeführten Untersuchung aller Facebook Nutzer der Mittelwert von 342 Facebook Freunden errechnet. (vgl. Wolfram 2013, [Online])

	Minimum	Maximum	Mittelwert
Wieviele Facebook Freunde hast du?	67	830	301,50

Tabelle 5: Wieviele Facebook Freunde hast du?

Es wurde auch versucht zu beleuchten, wie die User Facebook gegenüber eingestellt sind. Dazu wurde nach der Zufriedenheit der Nutzer in Bezug auf das Service, welches Facebook ihnen bietet, gefragt. Dabei zeigte sich, dass die User eher durchschnittlich zufrieden mit dem Service von Facebook sind. 22 Prozent gaben an, dass sie „durchschnittlich zufrieden“ seien, 40 Prozent gaben an, dass sie „zufrieden“ mit dem Service sind. Der Mittelwert betrug hier 2,53, also zwischen „zufrieden“ und „durchschnittlich zufrieden“. Während des Ausfüllens dieser Frage wurde von den Probanden oft angemerkt, dass sie auf der einen Seite recht zufrieden seien, da sehr viele Funktionen geboten werden und man alle Freunde „auf einem Fleck“ hat, auf der anderen Seite aber auch die eigene Erreichbarkeit für andere als belastend empfunden wird. Deshalb kam es vermutlich meistens zu einer eher durchschnittlichen Bewertung dieses Punktes.

Wie zufrieden bist du mit dem Service von Facebook?	Prozent
Sehr zufrieden	16
Zufrieden	40
Durchschnittlich zufrieden	22
Etwas unzufrieden	19
Sehr unzufrieden	3
Mittelwert	2,53

Tabelle 6: Wie zufrieden bist du mit dem Service von Facebook?

Die darauffolgende Frage lautete, wie sehr die Nutzer Facebook vermissen würden, wenn es auf einmal verschwinden würde. Auch hier blieben die Antworten eher im mittleren Bereich - 42 Prozent gaben an, dass sie Facebook „durchschnittlich vermissen“ würden. Der Mittelwert betrug hier 2,77. Interessant bei dieser Frage ist, dass nur eine Person angab, dass sie Facebook garnicht vermissen würde. Auch hier wurde oft auf den Komfort verwiesen, alle Bekannten in einem Netzwerk versammelt zu haben. Diese Aussage entspricht genau den von O'Rilley formulierten Merkmalen von Web 2.0 Diensten "Data is the Next Intel Inside" - es kommt Facebook in diesem Fall also zu Gute, mehr für den einzelnen User relevante Daten zu haben, als andere Social Networks.

Wenn Facebook auf einmal verschwinden würde, wie sehr würdest du es vermissen?	Prozent
Sehr vermissen	12
Vermissen	23
Durchschnittlich vermissen	42
Etwas vermissen	22
Garnicht vermissen	1
Mittelwert	2,77

Tabelle 7: Wenn Facebook auf einmal verschwinden würde, wie sehr würdest du es vermissen?

In der Befragung gaben 11 Personen an, dass sie auch beruflich mit Social Media zu tun haben. Dabei handelte es sich meistens um den Fall, dass der betreffende Proband in einer Werbe- oder PR-Agentur arbeitete oder mit der Betreuung der firmeneigenen Facebook-Seite betraut war.

Hast du beruflich mit Social Media zu tun?	Prozent
Ja	11
Nein	89

Tabelle 8: Hast du beruflich mit Social Media zu tun?

In einer Frage wurden die Probanden auch aufgefordert anzugeben, ob sie sich selbst eher als Digital Immigrant oder als Digital Native sehen. Hier gab es die Antwortmöglichkeiten „Digital Native“, „Digital Immigrant“, „Keines von beiden“ und „Ich kenne diese Begriffe nicht“. Letzteres wurde nur von einem Digital Native und von neun Digital Immigrants angegeben. In der Befragung gaben also nur 10% der Probanden an, dass sie diese Begriffe nicht kannten; die Begrifflichkeiten dürften also den Weg in die breite Masse gefunden haben. Interessanterweise gaben 27 Natives

beziehungsweise 19 Immigrants an, sich jeweils als zu dieser Gruppe zugehörig zu sehen. Nur fünf Natives beziehungsweise sogar nur drei Immigrants gaben an, dass sie sich als zur gegenteiligen Gruppe zugehörig sehen. Interessant wäre es hier in zukünftigen Untersuchungen das Bild von Natives und Immigrants genau zu zeichnen und den Probanden vorzulegen, um sie dann entscheiden zu lassen, zu welcher Gruppierung sie sich zählen würden. Mit den vorliegenden Zahlen kann die Unterscheidung nach Alter jedoch als eine durchaus sinnvolle Unterscheidung bezeichnet werden.

Würdest du dich eher als Digital Immigrant oder als Digital Native sehen?	Digital Native	Digital Immigrant	Keines von beiden	Ich kenne diese Begriffe nicht
Digital Natives	27	5	17	1
Digital Immigrants	3	19	19	9

Tabelle 9: Würdest du dich eher als Digital Immigrant oder Digital Native sehen?

Grundsätzlich wäre für zukünftige Untersuchungen zu überlegen, ob man zusätzlich zum Alter als Unterscheidungsmerkmal von Digital Immigrants und Digital Natives weitere Merkmale finden könnte. In der vorliegenden Untersuchung wurde in einer Frage nach dem ersten regelmäßigen Zugang der Probanden zu Computern gefragt. Die Ergebnisse zeigen, dass Digital Natives wesentlich früher mit diesen Geräten in Kontakt kommen, als Digital Immigrants. (vgl. Abbildung 26) Durch die große Verbreitung von Smartphones in den letzten Jahren (vgl. Gartner 2013, “Gartner Says Smartphone Sales Grew 46.5 Percent in Second Quarter of 2013 and Exceeded Feature Phone Sales for First Time” 2013, [Online]) dürften die jüngsten Generationen unserer Gesellschaft heutzutage wohl schon noch früher mit Technologie in Berührung kommen. Für weitere Studien wäre eine nähere Untersuchung dieses Umstandes interessant.

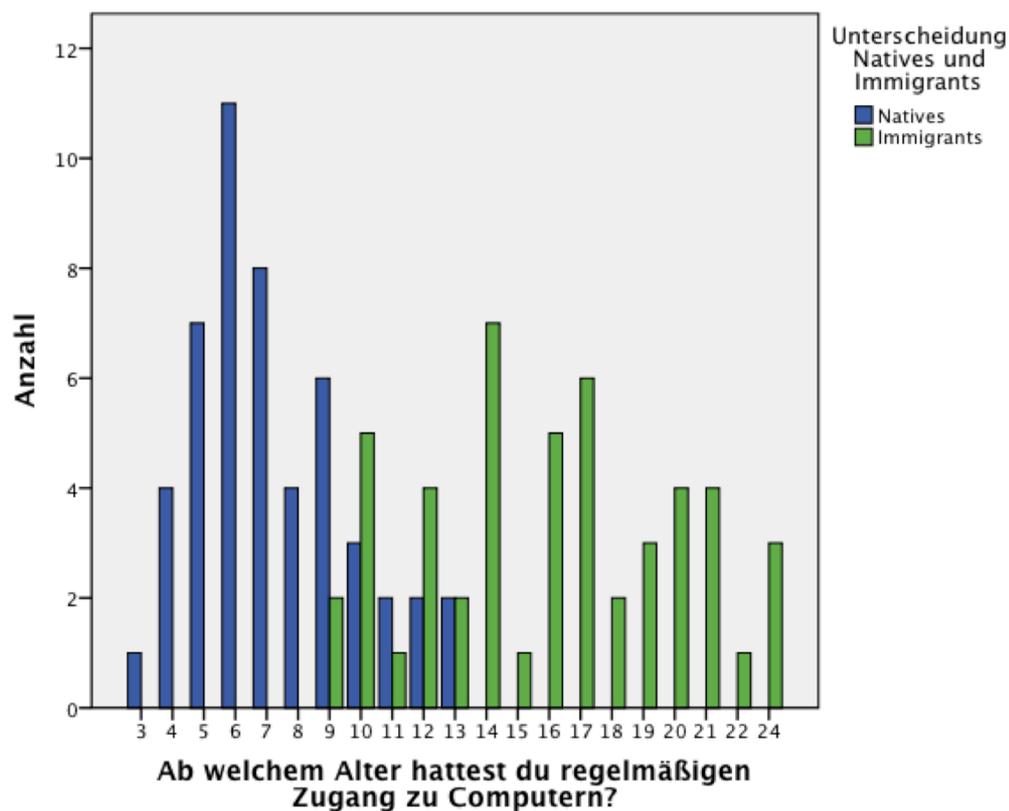


Abbildung 26: Ab welchem Alter hattest du regelmäßigen Zugang zu Computern?

Eine weitere interessante Erkenntnis der gegenständlichen Untersuchung stellt die Tatsache dar, dass mit 46% ein Großteil der Befragten seine Informationen über allfällige Änderungen bei den Facebook-Privatsphäreneinstellungen von Freunden bezieht.

Woher hast du Informationen über Änderungen bei Privatsphäreneinstellungen?	Prozent
Aus eigener Recherche	21
Von Freunden	46
Aus den Nachrichten	33

Tabelle 10: Woher hast du Informationen über die Änderungen bei Privatsphäreneinstellungen?

Nach dieser Darstellung von allgemeinen Ergebnissen soll im nächsten Kapitel die

Hypothesenprüfung anhand der vorhandenen Daten durchgeführt werden.

10.2 Ergebnisse Hypothesenprüfung

Wie weiter oben beschrieben wurde die erste Forschungsfrage anhand der Dimension des „Wissens“ über Privatsphäreneinstellungen formuliert. Hier sollte überprüft werden, ob eine der beiden Gruppen tatsächlich mehr Wissen darüber hat, wie man Privatsphäreneinstellungen auf Facebook trifft. Daraus wurde folgende Forschungsfrage formuliert:

FF1: *Besitzen Digital Natives oder Digital Immigrants mehr Wissen darüber, wie man seine Privatsphäre auf Facebook schützt?*

Die daraus abgeleitete Hypothese lautete demnach:

H1: *Digital Natives wissen besser als Digital Immigrants darüber Bescheid, wie man seine Privatsphäre auf Facebook schützt.*

Wie bereits dargestellt wurden den Probanden zur Überprüfung dieser Hypothese fünf Aufgaben gestellt, die sie in Bezug auf ihre Facebook Privatsphäreneinstellungen lösen mussten. Beispielsweise wurden sie aufgefordert einer Anwendung, wie etwa dem Spiel „Farmville“, die Berechtigung, Informationen aus dem eigenen Profil zu verwenden, zu entziehen. Diese Aufgaben wurden dann mit „gewusst“, „gesucht“ oder „nicht gewusst“ beantwortet und in der Auswertung mit je zwei Punkten, einem Punkt oder null Punkten bewertet. Für die Überprüfung der Hypothesen wurde aus den fünf Antworten ein Index errechnet, welcher dann mit der Zugehörigkeit zu entweder den Digital Natives oder den Digital Immigrants mittels eines T-Tests bei unabhängigen Stichproben gegengerechnet wurde. Zuerst wurden die Antworten der Probanden in einen Wissensindex umgerechnet und die Teilnehmer des Fragebogens aufgrund ihres Alters den beiden Gruppen zugewiesen.

Digital Natives konnten dabei einen Mittelwert von 6,76 Punkten erreichen, Digital Immigrants erreichten mit 6,10 Punkten einen geringeren Mittelwert. Insgesamt wären maximal 10 Punkte möglich gewesen.

	Digital Natives	Digital Immigrants
Wissensindex	6,76	6,10

Tabelle 11: Errechneter Wissensindex, Vergleich Digital Natives & Digital Immigrants

Die Signifikanz für diesen Unterschied liegt dabei bei 0,043, somit konnte ein signifikanter Unterschied der beiden Gruppen festgestellt werden. Die Hypothese, in der formuliert wurde, dass Digital Natives besser darüber Bescheid wissen, wie man seine Privatsphäre auf Facebook schützt als Digital Immigrants, konnte also bestätigt werden.

Die zweite Forschungsfrage orientierte sich an der Dimension des Handelns. Hierbei ging es nicht darum, ob User wissen wie man Privatsphäreneinstellungen auf Facebook trifft, sondern ob sie es tatsächlich tun und ob es hierbei einen Unterschied zwischen Digital Immigrants und Digital Natives gibt. Die Forschungsfrage, welche aus dieser Überlegung heraus formuliert wurde, lautet:

FF2: *Haben Digital Immigrants oder Digital Natives die besseren Privatsphären-Einstellungen auf Facebook?*

Daraus wurde folgende Hypothese abgeleitet:

H2: *Digital Immigrants schützen Ihre Privatsphäre auf Facebook besser als Digital Natives.*

Um diese Hypothese zu überprüfen wurden die Probanden aufgefordert ihre derzeitigen Facebook-Privatsphäreneinstellungen anzusehen und anzugeben, welche Einstellung sie bei den einzelnen Punkten getroffen haben. Hatten die Befragten dabei eine Einstellung, die nicht „komplett öffentlich“ bedeutete, wurde diese mit „1“ bewertet. Beispielsweise gab es bei der Frage „Wer kann dich anhand der von dir angegebenen E-Mail-Adresse oder Telefonnummer finden?“ die Antwortmöglichkeiten „Alle“, „Freunde von Freunden“ oder „Freunde“. „Alle“ ist die Standardeinstellung und gleichzeitig jene, die am wenigsten Schutz bietet. War „Freunde von Freunden“ oder „Freunde“ eingestellt, wurde diese Frage mit „1“ bewertet. Einstellungen, die

Informationen ungeschützt machten, wurden mit „0“ bewertet. So wurde wieder ein Index in Bezug auf das „Handeln“ erstellt, welcher wieder mit der Zugehörigkeit der Probanden zu den Digital Immigrants oder den Digital Natives mittels eines T-Tests bei unabhängigen Stichproben gegengerechnet wurde.

Digital Natives erreichten dabei einen Mittelwert von 3,72 Punkten, Digital Immigrants erreichten einen höheren Mittelwert von 4,22 Punkten. Insgesamt waren hier 7 Punkte möglich.

	Digital Natives	Digital Immigrants
Privatsphärenindex	3,72	4,22

Tabelle 12: Errechneter Privatsphärenindex, Vergleich Digital Natives & Digital Immigrants

Die Signifikanz für diesen Unterschied liegt dabei bei 0,058. Es konnte somit keine Signifikanz für diesen erreicht werden, jedoch zeichnet sich ein Trend ab, dass dieser Unterschied signifikant ist. Die Hypothese, dass Digital Immigrants ihre Privatsphäre auf Facebook besser schützen als Digital Natives, konnte somit nicht bestätigt werden, es zeichnet sich jedoch ein leichter Trend ab.

Eventuell könnte man bei zukünftigen Untersuchungen den errechneten Index für das Handeln der Probanden granularer gestalten. Weiters müsste man eventuell auch auf die Motivation für die getroffenen Einstellungen eingehen.

In der dritten Forschungsfrage wurde auf die oben behandelte Forschung von Pavica Sheldon zurückgegriffen, die auf die Motivation von Usern Facebook zu nutzen eingegangen ist und dabei einige Motive formuliert hat. Daraus wurde folgende Forschungsfrage erstellt:

FF3: Nutzen Digital Natives Facebook aus anderen Gründen als Digital Immigrants?

Aus der vorangehenden Recherche und Gesprächen mit Mitgliedern beider Gruppen heraus wurde angenommen, dass Digital Natives Facebook eher aus Gründen der „Coolness“ und des „Pflegens von Beziehungen“ nutzen, hingegen Digital Immigrants das Service eher zur „Unterhaltung“ nutzen. Daraus wurde folgende Hypothese abgeleitet:

H3: *Digital Natives nutzen Facebook eher aus Gründen der "Coolness" und des "Pflegens von Beziehungen", während Digital Immigrants Facebook zur "Unterhaltung" nutzen.*

Um diese Frage behandeln zu können, wurden die Fragen von Pavica Sheldon übersetzt und an die Probanden gestellt. Diese konnten dann von 1 („trifft zu“) bis 5 („trifft überhaupt nicht zu“) bewertet werden. Zu jedem Motiv gab es drei bis sechs Fragen. Die Antworten zu den Fragen wurden dabei addiert und für jedes Motiv separat für die Gruppen der Digital Natives und der Digital Immigrants berechnet. Anschließend wurde der berechnete Unterschied auf Signifikanz überprüft. Daraus ergaben sich folgende Ergebnisse:

Faktor	Wert Digital Natives	Wert Digital Immigrants	Signifikanz
Pflegen von Beziehungen	22,94	21,82	0,035
Zeit verbringen	13,76	12,90	0,098
Virtuelle Kontakte	9,30	10,08	0,083
Unterhaltung	17,44	18,46	0,047
Coolness	6,66	5,98	0,044
Sozialer Kontakt	5,46	6,12	0,119

Tabelle 13: Nutzungsmotive Auswertung

Es zeigt sich, dass Digital Natives bei den Faktoren „Pflegen von Beziehungen“, „Zeit verbringen“ und „Coolness“ und Digital Immigrants bei den Faktoren „Virtuelle Kontakte“, „Unterhaltung“ und „Sozialer Kontakt“ einen höheren Wert erreichen. Wirklich signifikant ist dieser Unterschied jedoch nur bei dem Motiv „Pflegen von Beziehungen“, bei anderen Faktoren konnte, außer bei „Zeit verbringen“ und „Sozialer Kontakt“ überall zumindest ein leichter Trend erkannt werden. Die Hypothese, wonach Digital Natives Facebook eher aus Gründen der „Coolness“ und des „Pflegens von Beziehungen“ und Digital Immigrants Facebook eher aus Gründen der „Unterhaltung“ nutzen, konnte somit nicht signifikant bestätigt werden. Es zeigt sich jedoch ein leichter Trend dazu.

Es konnte also zusammenfassend gezeigt werden, dass Digital Natives besser als Digital Immigrants darüber Bescheid wissen, wie man seine eigene Privatsphäre auf Facebook schützt und es konnte zumindest ein Trend erkannt werden, dass Digital Natives ihre Privatsphäre unzureichender schützen, als das Digital Immigrants tun. Auch wurde deutlich, dass Digital Immigrants und Digital Natives unterschiedliche Nutzungsmotive in Bezug auf Facebook haben.

11. Diskussion und Ausblick

*Auf Facebook existieren mehr als 50 Millionen Unternehmensseiten.
(vgl. Annual Report Facebook Inc.,
Facebook 2013, [Online])*

Es konnte gezeigt werden, dass Digital Natives besser über den Schutz der eigenen Privatsphäre auf Facebook Bescheid wissen, als die Digital Immigrants tun. Andererseits konnte ein Trend gezeigt werden, dass Digital Immigrants die besseren Privatsphäreinstellungen haben, als Digital Immigrants. Auch konnte herausgearbeitet werden, dass diese beiden Gruppen Social Networks aus unterschiedlichen Gründen und Motivationen heraus nutzen. Für zukünftige Forschungen wäre es interessant zu untersuchen, ob sich Digital Natives bewusst für ihre offenbar lascheren Einstellungen entscheiden, um beispielsweise die eigene Selbstdarstellung zu fördern, oder ob sie sich dafür einfach nicht mehr interessieren, da sich ihre Werte und ihr grundlegendes Verständnis von notwendiger Privatsphäre verändert haben. In der Forschung zu dieser Arbeit konnte hier keine Aussage getroffen werden, teilweise zeigte sich jedoch, dass Digital Natives teilweise sehr überrascht waren, welche Informationen ihrer Profile für wen einsehbar waren.

Für zukünftige Untersuchungen sollte Augenmerk auf eine größere Stichprobe gelegt werden. Diese sollte auch auf viel jüngere und viel ältere User als in dieser Untersuchung ausgeweitet werden. Wie in Abbildung 24 (Generations 2010 Summary, Pew Internet & American Life Project 2010, [Online]) gezeigt wird, gibt es doch Unterschiede in der Internetnutzung der verschiedenen Alterstufen. Auch sollte in zukünftigen Untersuchungen bedacht werden, dass neben Facebook mittlerweile sehr viel mehr Social Networks an, vor allem jüngeren, Usern gewinnen. Pinterest, Instagram, Twitter oder Google+ sollen dabei nur exemplarisch genannt werden. Seine Privatsphäreinstellungen hier über mehrere Services hinweg zu kontrollieren ist dabei eine große Herausforderung. Auch ist die Durchdringung von digitalen Technologien bereits im Kindesalter sehr hoch und nimmt auch in älteren Generationen immer stärker zu.

Bei zukünftigen Forschungen muss auch beachtet werden, dass sich Facebook permanent verändert. Damit sind sowohl das Design und der Aufbau der Website gemeint, als auch die Einstellungsmöglichkeiten und Verwaltungsoberflächen; diese Änderungen müssen bei neuen Untersuchungen berücksichtigt werden.

Wie in der theoretischen Herleitung dieser Untersuchung herausgearbeitet, bieten Social Networks weiters eine extreme Bandbreite an Möglichkeiten zur Selbstdarstellung. Selbstdarstellendes Verhalten und restriktiv eingestellte Privatsphäreinstellungen sind für ungeschulte User jedoch

ein absoluter Widerspruch, auf den in kommenden Untersuchungen sicher mehr Wert gelegt werden sollte. Die eingesetzten, sehr vielschichtigen Wege zur Selbstdarstellung von Digital Natives sind definitiv ein Forschungsgebiet, dem noch mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden sollte. Gerade jüngere User, die noch nicht über die notwendige Medienkompetenz verfügen, haben hier sehr starke Tools zur Verfügung, über deren Konsequenzen sie, wenn überhaupt, nur sehr unzureichend Bescheid wissen. Auch hier sind Unterschiede zu Digital Immigrants ein Thema, dessen sich angenommen werden sollte. Eventuell kann hier eine Unterscheidung der beiden Gruppen auf Basis Ihres technischen Know Hows von Webservices und digitaler Technologie getroffen werden.

Nun, da Unterschiede im Wissen und im Anwenden von Privatsphäreneinstellungen festgemacht werden konnten, wäre es auf der anderen Seite interessant zu untersuchen, wie der Prozess des Schutzes der eigenen Privatsphäre in Social Network Seiten vereinfacht werden könnte.

Social Networks sind ein nicht mehr wegzudenkender Teil unserer Gesellschaft und unseres digitalen Lebens. Sie verändern die Art und Weise wie man online miteinander kommuniziert und interagiert und bieten den Usern Funktionen und Möglichkeiten, die vor einigen Jahren noch undenkbar waren. Im Laufe dieser Arbeit wurde jedoch auch immer wieder deutlich, dass Social Networks und die damit verbundenen Privatsphäreneinstellungen einen sehr hohen Komplexitätsgrad erreicht haben, der viele User oft überfordert. Wie im oben zitierten Artikel „Online Privacy Is The New 'Programming a VCR'“ (vgl. Businessinsider 2010, [Online]) sind die zu treffenden Einstellungen extrem vielschichtig und schwer verständlich, was bei vielen Usern dazu führt, dass diese auf der „Default“ Einstellung belassen werden - mit allen Konsequenzen, die daraus hervorgehen. Mediale Berichte von außer Kontrolle geratenen Facebook Veranstaltungen mit tausenden, uneingeladenen Gästen oder Jobverluste aufgrund von unkontrolliert geposteten Statusupdates verdeutlichen, welche zuvor unbekannt Probleme hier auftreten können. Trotz all dieser Verunsicherungen ist aber kein Ende der Popularität von Social Networks zu erkennen, ganz im Gegenteil. Die Zeit, die von Usern in Social Networks verbracht wird, steigt unentwegt an.

Deswegen ist es umso wichtiger, die Privatsphären-Problematik in Social Networks weiter zu untersuchen und zu verstehen, um passende Lösungsansätze dafür zu finden. Es konnte in der vorliegenden Arbeit ein Trend gezeigt werden, dass jüngere Generationen besser mit diesen Herausforderungen umgehen können, dennoch aber die notwendigen Einstellungen weniger gut getroffen haben, als das ältere Generationen tun. Hier sollte definitiv an der Medienkompetenz und dem Problembewusstsein der User gearbeitet werden, und das sowohl in jüngeren, als auch in älteren Generationen. Wie Palfrey und Gasser angemerkt haben, sollten hier die vier Hauptwerkzeuge Ausbildung, technische Entwicklung, soziale Normen und angemessener

rechtlicher Schutz miteinander kombiniert eingesetzt werden. (vgl. Gasser/Palfrey 2008b, S. 121)

Es muss das Ziel der Gesellschaft sein, dass Web 2.0 Technologien nicht als Bedrohung, sondern als Chance und Möglichkeit wahrgenommen werden um Individuen besser miteinander zu vernetzen und von den Vorteilen, die durch diese Technologien entstehen, zu profitieren.

„We are still in the very beginnings of the Internet. Let's use it wisely.“

(Jimmy Wales, Wikipedia)

12. Quellenverzeichnis

Abels, Heinz: Interaktion, Identität, Präsentation: Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004, 3. Auflage

Abels, Heinz: Interaktion, Identität, Präsentation: Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010a, 5. Auflage

Abels Heinz: Identität, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010b, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage

Abels, Heinz / König, Alexandra: Sozialisation, Soziologische Antworten auf die Frage, wie wir werden, was wir sind, wie gesellschaftliche Ordnung möglich ist und wie Theorien der Gesellschaft und der Identität ineinanderspielen, VS, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010

Alby, Tom: Web 2.0, Konzepte, Anwendungen, Technologien, Carl Hanser Verlag, München, 2008, 3., überarbeitete Auflage

allfacebook.com: Facebook Becoming More Popular Among Seniors, 19.06.2012, in:
http://allfacebook.com/facebook-seniors-2_b92279, (Aufruf am 09.10.2012)

allfacebook.de: Happy Birthday Facebook! - Facebook ist jetzt 8 Jahre alt!, 04.04.2012, in:
<http://allfacebook.de/news/happy-birthday-facebook-facebook-ist-jetzt-8-jahre-alt> (Aufruf am 22.04.2012)

allfacebook.de: Verbessertes Konzept der Freundeslisten, 13.09.2011, in:
<http://allfacebook.de/features/verbessertes-konzept-der-freundeslisten>, (Aufruf am 08.06.2012)

Amann, Anton: Soziologie, Theorien, Geschichte, Denkweisen, ein Leitfaden zu Theorien, Geschichte und Denkweisen, Böhlau Verlag Ges.m.b.H. und Co. KG, Wien, Köln, Weimar, 1996,

4., verbesserte Auflage

Arlt, Jesko: Die Werbung in den Zeiten von Web 2.0. Fachvortrag im Rahmen der Cebit 2006 – <http://vnude.typepad.com/Files/web20.pdf>, 2006, S. 25 (Aufruf am 12.02.2012)

Becker, Christian: Selbstbewußtsein und Individualität – Studien zu einer Hermeneutik des Selbstverständnisses, Verlag Königshausen & Neumann GmbH, Würzburg, 1993

Bernsdorf, Wilhelm (Hrsg.) / Knosp, Horst (Hrsg.): Internationales Soziologenlexikon, Band 1, Enke Verlag, Stuttgart, 2. neubearbeitete Auflage, 1980

Behrendt, Jens / Zeppenfeld, Klaus: Web 2.0, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg, 2008

bitkom.org: Facebook & Co: Die meisten Nutzer nennen ihren vollen Namen, 21.06.2012, in: http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64018_72558.aspx (Aufruf am 04.07.2012)

Blumer, Herbert: Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit, Band 1, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1973, S. 80-146

Boyd, Dhana: Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites. First Monday, 11 (12). 21.07.2007 - http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/ (Aufruf am 15.04.2012)

Boyd, Danah: Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics, ProQuest LLC, Ann Arbor, 2008 - <https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fwww.danah.org%2Fpapers%2FTakenOutOfContext.pdf> (Aufruf am 14.04.2012)

Boyd, Danah Michele, / Ellison, N. B.: Social network sites: Definition, history, and scholarship in: Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11., 2007a – in:
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (Aufruf am 14.04.2012)

Boyd, Danah/Ellison, Nicole: Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, 2007b in:
<http://mimosa.pntic.mec.es/mvera1/textos/redessociales.pdf> (Aufruf am 15.04.2012)

Burghardt, Anton: Einführung in die Allgemeine Soziologie, Verlag Franz Vahlen, München, 1972

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft, Böhlau Verlag, Wien/Köln/Weimar, 2002, 4. Auflage

Business Insider: Online Privacy Is The New „Programming A VCR“, 06.04.2010, in:
<http://www.businessinsider.com/online-privacy-is-the-new-programming-a-vcr-2010-4>, (Aufruf am 07.06.2012)

Cooley, Charles Horton: Human Nature and the Social Order, Transaction Publishers, New Jersey, 2009, seventh printing

diepresse.com: Facebook ermöglicht „Abonnement“ statt Freundschaft, 15.09.2011 in:
<http://diepresse.com/home/techscience/internet/693335/Facebook-ermoeglicht-Abonnement-statt-Freundschaft>, (Aufruf am 15.04.2012)

derstandard.at: Beleidigung auf Facebook kostet Betriebsrat den Job, 2013 in:
<http://derstandard.at/1376535497696/Beleidigung-auf-Facebook-kostet-Betriebsrat-den-Job>, (Aufruf am 05.09.2013)

derstandard.at: Facebook tötet die Privatsphäre, 2011 in:
<http://derstandard.at/1316733490482/Timeline-Facebook-toetet-die-Privatsphaere>, (Aufruf am 15.04.2012)

Electronic Frontier Foundation: Facebook's Eroding Privacy Policy: A Timeline, 28.04.2010, in: <https://www.eff.org/deeplinks/2010/04/facebook-timeline>, (Aufruf am 07.06.2012)

Erikson, Erik Homburger: Identität und Lebenszyklus, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1973

Esser, Hartmut: Soziologie, Spezielle Grundlagen, Band 6: Sinn und Kultur, Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main, 2001

Facebook: Annual Report Facebook Inc., in: <http://investor.fb.com/secfiling.cfm?filingID=1326801-13-3&CIK=1326801>, 2013 (Aufruf am 05.02.2013)

Facebook: Facebook's Growth In The Past Year, in: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10151908376636729.1073741825.20531316728>, (Aufruf am 17.05.2013)

Facebook: Facebook-Seiten, in: <http://www.facebook.com/help/pages> (Aufruf am 15.04.2012)

Facebook: Goodbye Clutter, in: <http://www.facebook.com/about/newsfeed>, (Aufruf am 06.05.2013)

Facebook: Impressum und Erklärung der Rechte und Pflichten, in: <https://www.facebook.com/legal/terms> (Aufruf am 06.05.2012)

Facebook: Key-Facts, in: <http://newsroom.fb.com/Key-Facts> (Aufruf am 30.06.2012)

Facebook: Quarterly Report Facebook Inc., in: <http://investor.fb.com/secfiling.cfm?filingID=1326801-13-31&CIK=1326801>, 2013 (Aufruf am 11.11.2013)

Facebook: Timeline der Facebook Firmengeschichte, 2012 in:
<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=20> (Aufruf am 22.04.2012)

Fitzpatrick, Brad: Thoughts on the Social Graph, 2007, in: <http://bradfitz.com/social-graph-problem/> (Aufruf am 14.04.2012)

forbes.com: How Active Are Facebook's Millions Of Users?, 07.02.2012, in:
<http://www.forbes.com/sites/erikkain/2012/02/07/how-active-are-facebooks-millions-of-users/>
(Aufruf am 22.04.2012)

Fromm, Erich: Der moderne Mensch und seine Zukunft - Eine sozialpsychologische Untersuchung, Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt am Main, 1960

Galindo, Jorge: Zwischen Notwendigkeit und Kontingenz, Theoretische Selbstbeobachtung der Soziologie, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2006

Gartner: Gartner Says Smartphone Sales Grew 46.5 Percent in Second Quarter of 2013 and Exceeded Feature Phone Sales for First Time, 14.08.2013, in:
<http://www.gartner.com/newsroom/id/2573415> (Aufruf am 30.08.2013)

Gasser, Urs und Palfrey, John: Born Digital, Understanding the first generation of Digital Natives, Basic Books, New York, 2008a

Gasser, Urs und Palfrey, John: Generation Internet, Die Digital Natives: Wie sie leben. Was sie denken. Wie sie arbeiten., Carl Hanser Verlag, München, 2008b

Garz, Detlef: Sozialpsychologische Entwicklungstheorien – Von Mead, Piaget und Kohlberg bis zur Gegenwart, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008, 4. Auflage

Geulen, Dieter: Thesen zur Metatheorie der Sozialisation, in: Walter, Heinz (Hg.)
Sozialisationsforschung, Band I: Erwartungen, Probleme, Theorieschwerpunkte, Frommann Verlag,
Stuttgart, 1973, S. 85 – 101

Geulen, Dieter: Das vergesellschaftete Subjekt – zur Grundlegung der Sozialisationstheorie,
Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1977

Geulen, Dieter: Subjektorientierte Sozialisationstheorie: Sozialisation als Epigenese des Subjekts in
Interaktion mit der gesellschaftlichen Umwelt, Juventa, 2005

Geulen, Dieter und Hurrelmann, Klaus: Zur Programmatik einer umfassenden Sozialisationstheorie.
in: Hurrelmann, Klaus und Ulich, Dieter (Hg.): Handbuch der Sozialisationsforschung. Beltz
Verlag, Weinheim, Basel, 1980. S. 51 - 68.

gfk.at: GfK Online Monitor 2011 - Internetmarkt in Österreich, GfK Online Monitor Q4/2011,
2011, in:
<https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fwww.gfk.at%2Fimperia%2Fmd%2Fcontent%2Fgfkaustralia%2Fdata%2Fpress%2F2012%2Fq4.pdf>, (Aufruf am 03.05.2012)

Glebe, Dirk: Die globale Finanzkrise, Alles über die Finanzkrisen dieser Welt, Books on Demand
GmbH, Norderstedt, 2008

Glockner, Hermann: Das Selbstbewußtsein – eine Einführung in die Fundamentalphilosophie,
Bouvier Verlag, Bonn, 1972

Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater, Die Selbstdarstellung im Alltag, Piper Verlag,
München, 1973, 2. Auflage

Google: About Google Trends, in: <http://www.google.at/intl/en/trends/about.html>, (Aufruf am 21.02.2012)

Google Trends: Begriff „Web 2.0“, 2012a, in: <http://www.google.at/trends/?q=web+2.0&ctab=0&geo=all&date=all&sort=0> (Aufruf am 12.02.2012)

Google Trends: Vergleich Begriffe „Web 2.0“ und „Social Media“, 2012b, in: <http://www.google.at/trends/?q=web+2.0,+social+media&ctab=0&geo=all&date=all&sort=0> (Aufruf am 12.02.2012)

Google Trends: Vergleich Begriffe „Web 2.0“, „Social Media“ und „Facebook“, 2012c, in: <http://www.google.at/trends/?q=facebook&ctab=0&geo=all&date=all&sort=0> (Stand 12.02.2012)

Günter, Mark: Web Security 2.0 in Kollmann, Tobias / Häsel, Matthias (Hrsg.): Web 2.0, Trends und Technologien im Kontext der Net Economy, Deutscher Universitätsverlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2007, S. 143-158

Habermas, Jürgen: Technik und Wissenschaft als „Ideologie“, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1969

Haenlein, Michael / Kaplan, Andreas M.: Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media in Business Horizons 53, Number 1, S. 59-68, 2010 – Online Version: <http://www.michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf> (Aufruf am 24.03.2012)

Hayes, Gary: Garys Social Media Count, 2013, in: <http://www.personalizemedia.com/garys-social-media-count/> (Aufruf am 30.08.2013)

Helle, Horst Jürgen: Verstehende Soziologie und Theorie der Symbolischen Interaktion, Teubner Studienskripten, Stuttgart, 1977

Hotter, Maximilian: Privatsphäre – Der Wandel eines liberalen Rechts im Zeitalter des Internets, Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main, 2011

Hurrelmann, Klaus: Einführung in die Sozialisationstheorie, Beltz Verlag, Weinheim/Basel, 8. vollständig überarbeitete Auflage, 2002

Hurrelmann, Klaus (Hrsg.): Sozialisation und Lebenslauf, Reinbek Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1976

Hutter, Thomas: Facebook Timeline ab sofort verfügbar, 15.12.2011, in:
<http://www.thomashutter.com/index.php/2011/12/facebook-timeline-ab-sofort-verfuegbar/>, (Aufruf am 08.06.2012)

Jörissen, Benjamin: Identität und Selbst, Systematische, begriffsgeschichtliche und kritische Aspekte, Logos Verlag, Berlin, 2000

Jung, Matthias: Der bewusste Ausdruck – Anthropologie der Artikulation, Gruyter Verlag, Berlin, 2009

Kaesler, Dirk (Hrsg.): Klassiker der Soziologie, Von Auguste Comte bis Alfred Schütz, C. H. Beck oHG, München, 5., überarbeitete und aktualisierte Auflage, 2006

Koloss Webportal: Krallmann, Dieter/Ziemann, Andreas: Erving Goffman: Das Theater der sozialen Welt – in:
http://koloss3.mykowi.net/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=52
(Aufruf am 10.02.2012)

Kollmann, Tobias / Häsel, Matthias (Hrsg.): Web 2.0, Trends und Technologien im Kontext der Net

Economy, Deutscher Universitätsverlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2007

Kruse, Peter: What's next? Wie die Netzwerke Wirtschaft und Gesellschaft revolutionieren, 2010, in: <http://www.scribd.com/doc/29900810/republica2010> (Aufruf am 28.07.2012)

Kuhn, Hans-Peter: Mediennutzung und politische Sozialisation - Eine empirische Studie zum Zusammenhang zwischen Mediennutzung und politischer Identitätsbildung im Jugendalter, Leske und Budrich, Opladen, 2000

Lange, Kristina: Pädagogik der Anerkennung, Wege zum Verständnis von Resilienz, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg, 2010

Los Angeles Times: Facebook says ticker symbol will be FB, annual revenue \$3,7 billion, 01.02.2012, in: <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2012/02/facebook-says-ticker-symbol-will-be-fb-annual-revenue-37-billion.html> (Aufruf am 22.04.2012)

Mann, Ian: Hacking the Human, Social Engineering Techniques and Security Countermeasures, Gower Publishing Limited, Hampshire, 2008

Marx, Alexandra: Devianz und Selbstentwicklung im Jugendalter, Waxmann Verlag, Münster, New York, München, Berlin, 2001

mashable.com: Facebook by the numbers, 2011a, in: <http://mashable.com/2011/10/21/facebook-infographic/> (Aufruf am 22.04.2012)

mashable.com: Is Facebook trying to kill privacy?, 2011b in: <http://mashable.com/2011/09/23/facebook-murders-privacy/>, (Aufruf am 15.04.2012)

mashable.com – The Evolution of the Facebook Profile, 2011c in:

<http://mashable.com/2011/09/22/facebook-profile-evolution/#270392009--Pages>, (Aufruf am 06.05.2012)

McCarthy Claire: Social Media is here to stay, Boston Magazine, 2012, in:
http://blogs.bostonmagazine.com/boston_daily/2012/06/15/social-media-stay/ (Aufruf am 09.10.2012)

McKeon, Matt: The Evolution of Privacy on Facebook, Changes in default profile settings over time, mattmckeon.com, in: <http://mattmckeon.com/facebook-privacy/> (Aufruf am 07.06.2012)

Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1968

Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 8. Auflage, 1991

Mikl-Horke, Gertraude: Soziologie, historischer Kontext und soziologische Theorie-Entwürfe, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München/Wien, 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, 2001

Mühlbauer, Karl Reinhold: Sozialisation - Eine Einführung in Theorien und Modelle, Wilhelm Fink Verlag, München, 1980

Müller, Bernadette: Empirische Identitätsforschung – Personale, soziale und kulturelle Dimensionen der Selbstverortung, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2011

Natanson, Maurice: Das Problem der Anonymität im Denken von Alfred Schütz. In: Sprondel und Grathoff (Hrsg.): Alfred Schütz und die Idee des Alltags in den Sozialwissenschaften. Enke, Stuttgart, 1979

nielsen.com: Double vision – global trends in tablet and smartphone use while watching tv, 04.05.2012, in: <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/double-vision-global-trends-in-tablet-and-smartphone-use-while-watching-tv.html>, (Aufruf am 06.05.2013)

OECD: DSTI/ICCP/IE(2006)7/FINAL, Participative Web: user-created content, 12.04.2007 – in: <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf> (Aufruf am 29.03.2012)

Oesterdiekhoff, Georg W. (Hrsg.): Lexikon der soziologischen Werke, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 1. Auflage, 2001

O'Reilly, Tim: Was ist Web 2.0? Entwurfsmuster und Geschäftsmodelle für die nächste Software Generation. Deutsche Übersetzung von Patrick Holz, 2005a – in: http://www.oreilly.de/artikel/web20_trans.html (Stand: 14.02.2012)

O'Reilly, Tim: What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software, 2005b - http://www.oreilly.de/artikel/web20_trans.html (Stand: 14.02.2012)

Pew Internet & American Life Project: Generations 2010, 16.12.2010, in: <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Generations-2010.aspx> (Aufruf am 31.07.2012)

Pew Internet & American Life Project: Generations Online in 2009, 28.01.2009, in: <http://pewinternet.org/Reports/2009/Generations-Online-in-2009/Generational-Differences-in-Online-Activities.aspx> (Aufruf am 31.07.2012)

Pew Internet & American Life Project: Older adults and internet use, 06.06.2012, in: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Older-adults-and-internet-use.aspx>, (Aufruf am 09.10.2012)

Pew Internet & American Life Project: Teens, Privacy and Online Social Networks, 18.04.2007, in:

<http://www.pewinternet.org/Reports/2007/Teens-Privacy-and-Online-Social-Networks/1-Summary-of-Findings.aspx>, (Aufruf am 08.01.2013)

Prensky, Marc: Digital Natives, Digital Immigrants in: „On the Horizon“, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, Oktober 2001, in: <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf> (Stand: 24.06.2012)

Raiser, Konrad: Identität und Sozialität – George Herbert Meads Theorie der Interaktion und ihre Bedeutung für die theologische Anthropologie, Kaiser Verlag, München, 1971

Reitler, Yvonne: Web 2.0 – Sozio-technisches Phänomen oder Marketing-Hype? in Kollmann, Tobias / Häsel, Matthias (Hrsg.): Web 2.0, Trends und Technologien im Kontext der Net Economy, Deutscher Universitätsverlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2007, S. 15-34

Rettig, Daniel: 10 psychologische Fakten über Facebook, 2010, in: <http://www.alltagsforschung.de/10-psychologische-fakten-uber-facebook/> (Aufruf am 06.06.2012)
nach Joinson 2008, in: https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fpeople.bath.ac.uk%2Faj266%2Fpubs_pdf%2F1149-joinson.pdf (Aufruf am 06.06.2012)

Rohrer, Anneliese: Wie ich lernte, Facebook zu misstrauen, 2013, in: diepresse.com: <http://diepresse.com/home/blogs/rohrer/1468221/Wie-ich-lernte-Facebook-zu-misstrauen> (Aufruf am 23.10.2013)

Rössler, Beate: Der Wert des Privaten, in: Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.): Save Privacy, Grenzverschiebungen im digitalen Zeitalter, Dokumentation einer Konferenz der Heinrich-Böll-Stiftung am 7./8. Juni 2002 in Berlin, Heinrich Böll Stiftung, Berlin, 2002, 1. Auflage, in: www.worldsummit2002.de/downloads/save_privacy_reader.pdf (Aufruf am 17.05.2012)

Rühl, Manfred: Kommunikationskulturen der Weltgesellschaft, VS Verlag für

Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2008

Schäfers, Bernhard: Einführung in die Gruppensoziologie, Geschichte, Theorien, Analysen, Quelle und Meyer, Heidelberg, 1999, 3. Auflage

Schulmeister, Rolf: Gibt es eine „Net-Generation“?, Version 3.0, Universität Hamburg: Zentrum für Hochschul- und Weiterbildung, Hamburg, 2009, in: http://www.zhw.uni-hamburg.de/uploads/schulmeister_net-generation_v3.pdf (Stand: 24.06.2012)

Schützeichel, Rainer: Soziologische Kommunikationstheorien, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2004

Sheldon, Pavica: Facebook and Motives for its Use in: Southwestern Mass Communication Journal Spring 2008, S. 39 – 53, in: <http://research-methods-se2-class7.wikispaces.com/file/view/Student+Favorite+-+Facebook+and+motives+for+its+use.pdf> (Aufruf am 04.05.2013)

socialbakers.com: Facebook Statistics by country, in: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/?interval=last-week#chart-intervals> (Aufruf am 03.05.2012)

socialmediaradar.com: Social Media Radar Österreich, 2013, in: <http://www.socialmediaradar.at/facebook> (Aufruf am 05.09.2013)

spiegel.de: Wie die Privatsphäre erodiert, in: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,694388,00.html>, 2010, (Aufruf am 15.04.2012)

Statistik Austria: IKT-Einsatz in Haushalten 2012, 2012, in: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/ (Aufruf am 05.09.2013)

Stöcker, Christian: Datenschutz bei Facebook, Wie die Privatsphäre erodiert, 2010, in: [spiegel.de, http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/datenschutz-bei-facebook-wie-die-privatsphaere-erodiert-a-694388.html](http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/datenschutz-bei-facebook-wie-die-privatsphaere-erodiert-a-694388.html) (Aufruf am 07.06.2012)

Tiedemann, Paul: Menschenwürde als Rechtsbegriff: Eine philosophische Klärung, Berliner Wissenschafts-Verlag GmbH, Berlin, 2010, 2. Auflage

wdr.de: Senioren entdecken soziale Netzwerke, 12.08.2011, in: <http://www1.wdr.de/themen/digital/facebookseinioren100.html>, (Aufruf am 09.10.2012)

Wolfram, Stephen: Data Science of the Facebook World, 24.04.2013, in: <http://blog.stephenwolfram.com/2013/04/data-science-of-the-facebook-world/> (Aufruf am 30.05.2013)

Zeix - Agentur für User Centered Design: Der Generationentest: Digital Natives versus Digital Immigrants, 2010 in: Netzwoche 21/2010, in: http://static.news.zeix.com/old/2011/01/nw10_21_usability_zeix_studie1.pdf, (Aufruf am 08.01.2013) bzw. in zeix.com: <http://news.zeix.com/2011/01/19/der-generationentest-digital-natives-versus-digital-immigrants/>, Aufruf am 08.01.2013)

13. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Konstitution der Identität (Self) nach Mead (Müller 2009, S. 37).....	33
Abbildung 2: Webgenerationen (Arlt 2006, S. 25, [Online])	47
Abbildung 3: Monatliche Kosten für eine tägliche Online-Stunde (Alby 2008, S. 7).....	53
Abbildung 4: Begriff „Web 2.0“, (Google Trends 2012a, [Online]).....	54
Abbildung 5: Vergleich Begriffe „Web 2.0“ und „Social Media“ (Google Trends 2012b, [Online])	54
Abbildung 6: Vergleich Begriffe „Web 2.0“, „Social Media“ und „Facebook“, (Google Trends 2012c, [Online]).....	55
Abbildung 7: Social Media Count (Hayes 2013, [Online])	61
Abbildung 8: Facebook Nutzerzahl Österreich aus dem Social Media Radar Österreich, (socialmediaradar.com 2013, [Online])	64
Abbildung 9: Ansicht Facebook Profil (facebook.com/andreas.bintinger 2013, [Online]).....	66
Abbildung 10: Ansicht Facebook Stream, (facebook.com 2013, [Online])	68
Abbildung 11: Facebook Login Screen, (facebook.com 2013, [Online]).....	69
Abbildung 12: Registrierung auf Facebook, Schritt 1, (facebook.com, Aufruf am 06.05.2012)	70
Abbildung 13: Registrierung auf Facebook, Schritt 2, (facebook.com Aufruf am 06.05.2012)	71
Abbildung 14: Registrierung auf Facebook, Schritt 3, (facebook.com, Aufruf am 06.05.2012)	72
Abbildung 15: Facebook Chronik, (facebook.com, Aufruf am 06.05.2012).....	73
Abbildung 16: Standardeinstellung der Privatsphäre bei einem neu angelegten Facebook Profil 2005 (McKeon, [Online])	82
Abbildung 17: Standardeinstellung der Privatsphäre bei einem neu angelegten Facebook Profil 2010 (McKeon, [Online])	83
Abbildung 18: Info Box auf der eigenen Facebook Chronik (facebook.com, [Online]).....	85
Abbildung 19: Über mich Bereich in der eigenen Facebook Chronik, (facebook.com, [Online])....	87
Abbildung 20: Auswahlmöglichkeiten Sichtbarkeitseinstellungen (facebook.com, [Online])	88
Abbildung 21: Auswahlmöglichkeiten Sichtbarkeitseinstellungen (facebook.com, [Online])	89
Abbildung 22: Freundschaftslisten Dialog Facebook (facebook.com, [Online]).....	89
Abbildung 23: Facebook Publisher mit Einstellung “Freunde” (facebook.com, [Online]).....	90
Abbildung 24: Generations 2010 Summary, Pew Internet & American Life Project 2010, [Online]	100
Abbildung 25: Altersverteilung	117
Abbildung 26: Ab welchem Alter hattest du regelmäßigen Zugang zu Computern?.....	123

14. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wozu nutzen Digital Immigrants und Digital Natives das Internet? Vergleich 2009 und 2011, vgl. Pew Internet & American Life Project, Generations Online in 2009, [Online] und Pew Internet & American Life Project, Generations 2010, [Online]	101
Tabelle 2: Übersetzung der Motivationsfaktoren von Pavica Sheldon.....	109
Tabelle 3: Fragen zu den aktuellen Privatsphäre-Einstellungen der Probanden auf Facebook	112
Tabelle 4: Wie viele Stunden verbringst du an einem durchschnittlichen Tag auf Facebook?	119
Tabelle 5: Wieviele Facebook Freunde hast du?	119
Tabelle 6: Wie zufrieden bist du mit dem Service von Facebook?	120
Tabelle 7: Wenn Facebook auf einmal verschwinden würde, wie sehr würdest du es vermissen?.	121
Tabelle 8: Hast du beruflich mit Social Media zu tun?.....	121
Tabelle 9: Würdest du dich eher als Digital Immigrant oder Digital Native sehen?	122
Tabelle 10: Woher hast du Informationen über die Änderungen bei Privatsphäreneinstellungen?.	123
Tabelle 11: Errechneter Wissensindex, Vergleich Digital Natives & Digital Immigrants	125
Tabelle 12: Errechneter Privatsphärenindex, Vergleich Digital Natives & Digital Immigrants	126
Tabelle 13: Nutzungsmotive Auswertung.....	127

Es folgen nun **fünf Fragen zu Einstellungen**, die deinen **Facebook Account** betreffen. Solltest du diese nicht finden, wende dich einfach an den Versuchsleiter.

8. Wer kann deine zukünftigen Beiträge sehen?
(<http://www.facebook.com/settings?tab=privacy>)
- Öffentlich
 Andere Einstellung
9. Können Suchmaschinen einen Link zu deiner Chronik enthalten?
(<http://www.facebook.com/settings?tab=privacy>)
- Ein
 Aus
10. Wer kann dich anhand der von dir angegebenen E-Mail-Adresse oder Telefonnummer finden?
(<http://www.facebook.com/settings?tab=privacy>)
- Alle
 Andere Einstellung
11. Wer kann Beiträge, in denen du markiert wurdest, in deiner Chronik sehen?
(<http://www.facebook.com/settings?tab=timeline>)
- Alle oder Freunde von Freunden
 Andere Einstellung
12. Möchtest du die Markierungen überprüfen, die Nutzer zu deinen eigenen Beiträgen hinzufügen, bevor sie auf Facebook erscheinen?
(<http://www.facebook.com/settings?tab=timeline>)
- Aus
 Ein
13. Ist das "sichere Durchstöbern" über https aktiviert?
(<https://www.facebook.com/settings?tab=security>)
- Deaktiviert
 Aktiviert
14. Werden deine Daten für "soziale Werbeanzeigen" verwendet?
(<http://www.facebook.com/settings?tab=ads> → "Bearbeiten")
- Nur meine Freunde
 Niemand

Hier findest du ein paar Fragen rund um deine **Facebook Nutzung** - bei Fragen wende dich bitte einfach an den Versuchsleiter.

Ich verwende Facebook aus den folgenden Gründen

("5" trifft zu, "1" trifft überhaupt nicht zu)

	trifft zu		trifft überhaupt nicht zu		
15. Freunden Nachrichten schicken	1	2	3	4	5
16. Nachrichten an die Pinnwände von Freunden	1	2	3	4	5

posten

17. Mit Freunden kommunizieren	1	2	3	4	5
18. Mit Freunden in Kontakt bleiben	1	2	3	4	5
19. Mit Personen in Kontakt kommen die ich kenne	1	2	3	4	5
20. Um mit jemanden Kontakt kommen, der sonst nur schwer zu erreichen ist	1	2	3	4	5
21. Wenn mir langweilig ist	1	2	3	4	5
22. Facebook gehört zu den Seiten die ich immer besuche, wenn ich online bin	1	2	3	4	5
23. Um mir meine Zeit zu vertreiben	1	2	3	4	5
24. Um mein Profil zu überprüfen nachdem ich ein E-Mail von Facebook erhalten habe	1	2	3	4	5
24. Romantische Beziehungen zu finden	1	2	3	4	5
25. Um interessantere Menschen kennen zu lernen als im "echten" Leben	1	2	3	4	5
26. Um Gesellschaft zu haben	1	2	3	4	5
27. Um neue Freunde zu finden	1	2	3	4	5
28. Um mich weniger einsam zu fühlen	1	2	3	4	5
29. Um die Bilder von anderen Personen zu sehen	1	2	3	4	5
30. Es ist unterhaltsam	1	2	3	4	5
31. Um die Profile anderer Personen zu lesen	1	2	3	4	5
32. Um eine nette Zeit zu verbringen	1	2	3	4	5
33. Um zu sehen welche Personen, die ich kenne, auch auf Facebook sind	1	2	3	4	5
34. Es macht mich cool unter meinen Freunden	1	2	3	4	5
35. Um Spaß zu haben	1	2	3	4	5
36. Weil ich es cool finde	1	2	3	4	5

37. Damit ich mich nicht einsam fühle 1 2 3 4 5
38. Wenn gerade niemand da ist, mit dem ich sprechen oder mich treffen könnte 1 2 3 4 5
39. Damit ich nicht alleine bin 1 2 3 4 5

Zum Abschluss findest du hier ein paar **allgemeine Fragen zu Facebook und Social Media:**

40. Wie viele Stunden verbringst du einen durchschnittlichen Tag auf Facebook?
(sowohl mobil als auch vom PC) _____

41. Wie oft loggst du dich pro Tag in deinen Account ein?
(sowohl mobil als auch vom PC) _____

42. Seit wann hast du einen Facebook Account? _____

43. Viele Facebook Freunde hast du? _____

44. Insgesamt, wie zufrieden bist du mit dem Service von Facebook um dich mit den Dingen zu versorgen die du suchst?
("5" sehr zufrieden, "1" überhaupt nicht zufrieden) 1 2 3 4 5

45. Wenn Facebook auf einmal verschwinden würde, wie sehr würdest du es vermissen?
("5" sehr vermissen, "1" überhaupt nicht vermissen) 1 2 3 4 5

46. Hast du beruflich mit Social Media zu tun? Ja Nein

46.1 Wenn ja, wie? _____

47. Ab welchem Alter hattest du regelmäßigen Zugang zu einem Computer oder ähnlichen Geräten wie einer Spielkonsole? _____

48. Würdest du dich eher als "Digital Native" oder "Digital Immigrant" sehen?
 Digital Native
 Digital Immigrant
 Keines von beiden
 Ich kenne diese Begriffe nicht

49. Woher hast du deine Informationen über allfällige Änderungen bei den Facebook Privatsphäre Einstellungen?

- aus eigener Recherche
 - von Freunden
 - aus den Nachrichten
 - Sonstiges:
-

Vielen herzlichen Dank für deine Teilnahme!

Lebenslauf
Andreas Bintinger

Geburtsdatum 05.10.1986, Wien
Staatsbürgerschaft Österreich
Kontakt andreas.bintinger@gmail.com

Studium

Seit Jun 2011 Magisterarbeit bei Hr. Prof. Hannes Haas
Okt 2009 - Jun 2011 Magisterstudium Publizistik- & Kommunikationsforschung
an der Universität Wien
Okt 2006 - Jun 2009 Bakkalaureatsstudium Publizistik &
Kommunikationsforschung an der Universität Wien
Schwerpunkt: Werbung, Public Relations, Kommunikationsforschung

Schulbildung

Jun 2006 AHS Matura Konrad Lorenz Gymnasium Gänserndorf
1998 - 2006 Konrad Lorenz Gymnasium Gänserndorf

Berufserfahrung

4D solutions Social Media / Web Consultant, Konzeption, Art Direction,
Projektmanagement
Euro RSCG Social Media / Web Consultant, Projektmanagement, Konzeption
Martrix Social Media Consultant, Projektmanagement, Konzeption
Ubimet New Media Specialist
Ambuzzador Community Reporter
Fachtutoriumsleitung Publizistik- & Kommunikationswissenschaft,
Universität Wien

Sprachkenntnisse

Deutsch - Muttersprache, Englisch - fließend in Wort und Schrift, Französisch - Grundkenntnisse

Persönliche Interessen und Fähigkeiten

Web 2.0, Webdesign, Musik, Schlagzeug, Gitarre, Fotografie, Literatur, Tennis