



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„You are what you tweet“

Die Bedeutung von Social Media für Studierende der Universität Wien

verfasst von / submitted by

Lena Kinzl, BA

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

Master of Arts (MA)

Wien, 2021 / Vienna, 2021

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

A 066 905

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

Masterstudium Soziologie

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Eva Flicker

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig und nur unter Benutzung der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Inhalte sind als solche kenntlich gemacht.

Die Masterarbeit wurde zum Datum der Abgabe in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 14.01.2021

Lena Kinzl

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Menschen bedanken, die mir während der Anfertigung dieser Masterarbeit mit Rat und Tat zur Seite gestanden sind und mich motiviert haben.

Zuerst gebührt mein Dank Frau Prof. Dr. Eva Flicker, die meine Masterarbeit betreut und begutachtet hat. Ich möchte mich herzlich für das konstruktive Feedback und die hilfreichen Tipps und Anregungen bedanken.

Ich bedanke mich bei allen Interviewteilnehmer_innen, ohne deren interessante Beiträge diese Arbeit nicht hätte entstehen können.

Ebenfalls bedanken möchte ich mich bei meiner Kommilitonin Kristina Steiner, die mir immer bei Fragen zur Seite stand und versucht hat, soziologische Hilfestellung zu geben.

Ein besonderer Dank gilt meinem Vater Reinhard Kinzl, ohne dessen Unterstützung mein Studium nicht möglich gewesen wäre und der stets ein offenes Ohr und Verständnis für mich hatte.

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	1
1.1. PROBLEMDARSTELLUNG	1
1.2. SOZIOLOGISCHE RELEVANZ	3
1.3. AUFBAU DER ARBEIT	3
2. BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN	5
2.1. WEB 1.0 BIS 4.0 – WAS IST DAS?	5
2.2. SOZIALE NETZWERKE VERSUS VIRTUELLE NETZWERKE	6
2.3. WAS SIND SOCIAL MEDIA?	8
2.4. WICHTIGE SOZIALE NETZWERKE	9
2.4.1. <i>Facebook</i>	9
2.4.2. <i>Instagram</i>	11
2.4.3. <i>Snapchat</i>	12
2.5. WICHTIGE CHATS.....	13
2.5.1. <i>WhatsApp</i>	13
2.6. WICHTIGE MICROBLOGS	14
2.6.1. <i>Twitter</i>	14
2.7. WEITERE BEISPIELE FÜR SOCIAL MEDIA	15
3. THEORETISCHE GRUNDLAGEN	16
3.1. NEUE BLICKWINKEL AUF SOCIAL MEDIA	16
3.1.1. <i>Mediatisierung und De-Mediatisierung</i>	16
3.1.2. <i>Die Quantifizierung des Sozialen</i>	20
3.1.3. <i>Neue Theorien der Mediensoziologie</i>	22
3.2. KLASSISCHE THEORIEN UND SOCIAL MEDIA	26
3.2.1. <i>Durkheim / Tönnies: Gemeinschaft-Gesellschaft</i>	26
3.2.2. <i>Das Kapital nach Bourdieu</i>	30
3.2.3. <i>Netzwerktheorie</i>	33
4. FORSCHUNGSSTAND	39
4.1. DIE AUSWIRKUNG VON FACEBOOK AUF DAS SELBSTBEWUSSTSEIN VON STUDIERENDEN	39
4.2. FACEBOOK ALS FAKTOR FÜR SOZIALE INTEGRATION AN DER UNIVERSITÄT	40
4.3. LERNEN MIT DIGITALEN MEDIEN AUS STUDIERENDENPERSPEKTIVE	41
4.4. MEDIEN IN DER ALLTAGSWELT VON STUDIERENDEN	42
4.5. WOFÜR NUTZEN STUDIERENDE FACEBOOK?.....	43
5. FRAGESTELLUNG UND METHODIK	45
5.1. FORSCHUNGSFRAGE	45
5.2. METHODIK	46
5.2.1. <i>Begründung der gewählten Forschungsmethode</i>	47
5.2.2. <i>Das problemzentrierte Interview</i>	47
5.2.3. <i>Feldzugang und Sampling</i>	49
5.2.4. <i>Datenschutz und Forschungsethik</i>	50
5.2.5. <i>Interviewleitfaden</i>	50
5.2.6. <i>Interview-Erfahrung</i>	52
5.2.7. <i>Feinstruktur- und Themenanalyse</i>	54
6. ERGEBNISSE	57
6.1. THEMEN DER INTERVIEWS	57
6.2. ERGEBNISSE NACH KATEGORIEN.....	59
6.2.1. <i>Privates Smartphone- und Social Media-Nutzungsverhalten der Befragten</i>	59
6.2.2. <i>Social Media im Student_innenleben</i>	62
6.2.3. <i>Relevante Apps und Plattformen</i>	66
6.2.4. <i>Zeitaufwand</i>	69

6.2.5.	<i>Der Einfluss der Corona-Pandemie auf die Social Media-Nutzung von Studierenden</i>	71
6.2.6.	<i>Gefahren von Social Media</i>	75
6.2.7.	<i>Nachteile von Social Media</i>	77
6.2.8.	<i>Vorteile von Social Media</i>	79
6.2.9.	<i>Unterschiede zwischen Jus-Studierenden und Soziologie-Studierenden</i>	80
6.3.	VERGLEICH DER ERGEBNISSE MIT FRÜHEREN FORSCHUNGEN UND NEUE ERKENNTNISSE.....	82
6.4.	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE	85
7.	DISKUSSION UND REFLEXION DER ERGEBNISSE	88
7.1.	DISKUSSION UND HYPOTHESEGENERIERUNG.....	88
7.2.	REFLEXION DER DURCHFÜHRTEN QUALITATIVEN ERHEBUNG	90
8.	SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK	92
	LITERATURVERZEICHNIS	94
	INTERVIEWLEITFADEN	101
	INTERVIEWTRANSKRIPTE	106
	ABSTRACT DEUTSCH	152
	ABSTRACT ENGLISH	154

Die Audiofiles der im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit geführten Interviews sowie Einverständniserklärungen der Interviewteilnehmer_innen für die Nutzung der jeweiligen Audiodateien werden aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht veröffentlicht und liegen bei der Verfasserin dieser Masterarbeit auf.

Einleitung

Wir alle kennen sie, fast alle benutzen sie. Es gibt wohl kaum einen Bereich des täglichen Lebens, den sie in den letzten Jahren nicht durchdrungen haben. Die Rede ist von sozialen Medien. Beinahe jeder Mensch, ob jung oder alt, besitzt mittlerweile ein Smartphone. Unzählige Apps bieten verschiedenste Dienste an, die uns in unserem Alltag unterstützen oder einfach die Zeit vertreiben. Für viele ältere Nutzer_innen steht vermutlich der praktische Aspekt im Vordergrund. Neben den klassischen Handyfunktionen wie Anrufe tätigen und Textnachrichten austauschen kann das moderne Smartphone dank Internetverbindung sogar beispielsweise als Navigationssystem verwendet werden. Unter den jüngeren Generationen läuft mittlerweile ein Großteil der Kommunikation über das Internet ab – genauer gesagt über Social Media. Schon vor über einem Jahrzehnt startete mit der Gründung von Plattformen wie Facebook und Myspace der Siegeszug von sozialen Netzwerken. Damals mangels Smartphone nur als Desktopversionen verfügbar, sind heute Apps wie Instagram oder Snapchat immer auf dem Handy mit dabei und erlauben es den Nutzer_innen, ihre Community zu jeder Zeit und an jedem Ort auf dem Laufenden zu halten. Es hat oftmals den Anschein, dass der eigene Online-Auftritt für viele Menschen heutzutage wichtiger ist als so manche Aktivität des „echten“ Lebens.

1.1. Problemdarstellung

Als Universalmedium löst das Internet die technischen Grenzen zwischen den herkömmlichen Medienformen immer mehr auf (vgl. Schrape 2015: 199) Jedoch verlagern sich nicht nur die eingespielten Medienformen wie Fernsehen oder Printmedien zunehmend ins Internet, auch die zwischenmenschliche Kommunikation findet heutzutage zu einem immer größer werdenden Grad online statt. Eine wichtige Rolle dabei spielen Social Media, auf denen Inhalte geteilt und auf verschiedene Arten kommuniziert werden kann. Die Nutzung von Social Media hat heutzutage in alle Gesellschaftsklassen und Altersgruppen Einzug genommen. Wie bereits angesprochen unterscheiden sich die verschiedenen Gruppen allerdings sowohl hinsichtlich der Plattformen, die sie verwenden, als auch in der Art und Weise der Nutzung. Es ist beispielsweise zu beobachten, dass Facebook für Jugendliche

und junge Erwachsene immer mehr an Bedeutung verliert, während die Plattform zunehmend beginnt, ältere Nutzer_innen anzusprechen. Andererseits sind Apps wie Instagram und Snapchat, die auf dem Teilen von Bildern und Videos basieren, vor allem bei der jüngeren Zielgruppe äußerst beliebt.

Auch im Universitätsalltag sind soziale Medien allgegenwärtig. In jeder Vorlesung sitzen nicht wenige Student_innen, die geistig abwesend auf ihren Smartphones herumwischen und sich wünschen, sie würden jetzt anstatt dem oder der berühmten Influencer_in, den oder die sie am Bildschirm betrachten, am Strand unter Palmen posieren. Social Media bietet jedoch nicht nur einen immer verfügbaren Zeitvertreib, sondern kann auch dabei helfen, verschiedene Aktivitäten zu organisieren und das tägliche Leben einfacher und strukturierter zu gestalten. Im Zuge dieser Masterarbeit soll der Frage auf den Grund gegangen werden, wie Studierende der Universität Wien die Vor- und Nachteile von Social Media für die Organisation ihres Studien-, Alltags- und Soziallebens beurteilen. Dabei werden Student_innen zweier sehr unterschiedlich aufgebauter Studienrichtungen, Soziologie und Rechtswissenschaften, nach ihrem Social Media-Nutzungsverhalten gefragt. Interessant ist dabei die subjektive Wertigkeit, die die Befragten den breit gefächerten Angeboten von Social Media für verschiedene Aspekte ihres Lebens beimessen.

Eine Besonderheit dieser Arbeit ist, dass die Interviews nach Abflachen der ersten Welle der COVID-19 Pandemie geführt wurden. Auf diese außergewöhnliche Situation wurde auch in den Gesprächen explizit Bezug genommen, um mögliche Auswirkungen und Veränderungen in der Relevanz und Nutzung von Social Media durch die Studierenden erfassen zu können. Dass der gesamte universitäre Unterricht im Sommersemester 2020 digital abgehalten wurde, war für viele Studierende eine große Umstellung, da vor allem in sozialwissenschaftlichen Fächern wie der Soziologie bisher hauptsächlich auf Gruppenarbeiten und Präsenzlehrveranstaltungen gesetzt worden war. Durch Ausgangsbeschränkungen und das Begrenzen von Kontakten waren die Studierenden auch gezwungen, Umstrukturierungen in ihrem Privatleben vorzunehmen. Durch das Führen von qualitativen Interviews wurde sichergestellt, dass den Befragten genug Raum gegeben wurde, diese Veränderungen und ihre Emotionen während dieser Zeit zu beschreiben.

1.2. Soziologische Relevanz

Die vorliegende Masterarbeit wurde für die Disziplin der Soziologie geschrieben und beschäftigt sich mit dem Verhältnis zwischen einer speziellen Personengruppe, den Student_innen, und Social Media. Das Thema besitzt besondere Aktualität, da sich die zwischenmenschlichen Beziehungen und Dynamiken, die seit jeher das Hauptforschungsinteresse der Soziologie bilden, verändern und sich von face-to-face-Interaktionen immer mehr in einen digitalen Raum verlagern. Obwohl es bereits einige (vor allem in den USA durchgeführte) Studien zu verschiedenen Aspekten der Social Media-Nutzung durch Studierende gibt, von denen einige im dritten Kapitel dieser Arbeit vorgestellt werden, so steckt die Forschung dazu im deutschsprachigen Raum noch in den Kinderschuhen. Zudem wurden in früheren Forschungen fast ausschließlich quantitative Methoden gewählt. Die vorliegende Arbeit dagegen hat zum Ziel, durch einen qualitativen Zugang größere Einblicke in die persönlichen Motivationen und individuell empfundenen Vor- und Nachteile von Studierenden bezüglich der Nutzung und Relevanz von Social Media zu bieten.

1.3. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Masterarbeit lässt sich in folgende Abschnitte gliedern: das Kapitel Zwei setzt sich mit der Frage nach der Entstehung von Social Media auseinander und beschreibt die Geschichte und Funktionsweisen einiger zur Zeit populärer Plattformen, um die Welt der sozialen Medien auch für Leser_innen, die mit diesem Gebiet weniger vertraut sind, verständlich zu machen.

Das dritte Kapitel schafft eine umfassende theoretische Einbettung und fokussiert sich infolgedessen auf verschiedene theoretische Ansätze, die das Social Media-Nutzungsverhalten von verschiedenen Personengruppen bzw. Persönlichkeitstypen zu erklären versuchen. Dabei werden einerseits neue Theorien erläutert, die speziell für die Nutzung von Social Media entwickelt wurden, wie beispielsweise die Theorien der Mediatisierung und der De-Mediatisierung, andererseits werden aber auch ältere Theorien berücksichtigt, die – obgleich das Internet bei deren

Entwicklung noch lange nicht im Raum stand – auf die Thematik angewendet werden können, wie beispielsweise die Kapitaltheorie nach Pierre Bourdieu.

In Kapitel Vier werden bereits durchgeführte Studien zu verwandten Fragestellungen vorgestellt und somit der aktuelle Forschungsstand beschrieben. Dadurch soll aufgezeigt werden, wie vielseitig Forschung zum Thema der Integration von Social Media durch Studierende in deren Lebenswelt aussehen kann.

Im fünften Kapitel wird zum einen die Forschungsfrage erläutert und zum anderen die gewählte Methodik diskutiert. Dabei wird die Erhebung mittels problemzentrierter Interviews sowie die Auswertung dieser anhand von Feinstruktur- und Themenanalyse beschrieben. Auch auf Aspekte wie den Zugang zum Feld wird dabei eingegangen.

Kapitel Sechs widmet sich anschließend der Auswertung der Interviews und den so gewonnenen Erkenntnissen und Ergebnissen. In den Kapiteln Sieben und Acht dieser Arbeit sollen anschließend die Ergebnisse diskutiert und Schlussfolgerungen getroffen werden. Zudem findet eine kritische Reflexion der Arbeit statt.

2. Begriffliche Grundlagen

Die Erklärung der folgenden Begriffe und Apps/sozialen Netzwerke dient dazu, ein besseres Verständnis der Arbeit zu gewährleisten, da sie einen wesentlichen Schwerpunkt des Forschungsinteresses bilden.

2.1. Web 1.0 bis 4.0 – Was ist das?

Seit seinem Bestehen hat sich das Internet auf vielfältige Weise weiterentwickelt. Die größte Veränderung besteht wohl darin, dass sich Nutzer_innen in den Anfangsjahren zumeist nur passiv mit den Inhalten im Netz beschäftigen konnten, während sie heute selbst aktiv werden können. Die Weiterentwicklung des Internets wird in vier Phasen unterteilt, die mit Web 1.0 bis 4.0 bezeichnet werden, wobei Web 1.0 für die Ursprünge des Internets steht. Die Inhalte der verschiedenen Websites waren damals statisch und konnten von den User_innen nicht mitgestaltet werden. Einfach ausgedrückt wurde in dieser ersten Phase Print ins Web transformiert (vgl. Kowalski 2020: 4f).

Die Entstehung des Web 2.0 lieferte die Grundlage dafür, dass sich soziale Medien im Internet entwickeln konnten. Die ersten Berichte zu diesem Thema sind bereits mehr als 15 Jahre alt. Zum ersten Mal aufgebracht wurde der Begriff im Jahr 2004 bei einer Konferenz von O'Reilly Media, die sich mit der Zukunft des Internets beschäftigte (vgl. O'Reilly 2005). Eine der Hauptideen hinter Web 2.0 ist die Benutzerfreundlichkeit. Die Anwendungen ähneln auf allen Geräten, egal ob auf Laptop, Smartphone oder Tablet eher Desktop-Anwendungen als Webpages. Zudem sind die Applikationen dynamisch und ermöglichen es den Nutzer_innen, Informationen aus verschiedenen Quellen in Echtzeit in einer einzigen Anwendung zu sehen. Woher aber kommen diese Informationen? Ein wesentlicher Unterschied zum Web 1.0 ist, dass die Nutzer_innen selbst Inhalte teilen und auch kommunizieren können. Ein berühmtes Beispiel hierfür ist Wikipedia, die Online-Enzyklopädie, die von jeder oder jedem bearbeitet werden kann (vgl. Lewis 2006: 1f).

Die sozialen Medien, die wir heute kennen, sind zweifelsohne Produkte des Wandels des Internets hin zum Web 2.0. Erst dadurch, dass plötzlich jede und jeder in

der Onlinewelt eine Stimme haben konnte, entstanden Chatrooms und Netzwerke, die zunächst nur als Desktop-Versionen verfügbar waren und später für die Verwendung auf Smartphones optimiert wurden. Mittlerweile gibt es sogar Social Media, die nur über das Handy verwendet werden können. Diese Entwicklung zeigt auch den Trend hin zu Mobiltelefonen als Multifunktionsgeräten. Während in den Anfangszeiten der Digitalisierung für jede Aufgabe ein eigenes Gerät benötigt wurde, kann heute fast alles mit dem Smartphone erledigt werden – das meiste davon über das Internet. Vielfach lassen sich auch alle Geräte einer Person miteinander verknüpfen. Beispielsweise können Textdokumente, die am Computer geschrieben werden, automatisch am Smartphone mitaktualisiert werden und sind so immer mit dabei.

Mittlerweile ist auch Web 3.0 ein Begriff. In dieser Phase, die semantisches Web genannt wird, nimmt die Vernetzung zu. Zudem wird die Technik immer intelligenter, was sich dadurch ausdrückt, dass Maschinen in der Lage sind, die Informationen, die Nutzer_innen ins Internet stellen, auszuwerten. Die bisher letzte Phase ist das Web 4.0., das sich mit zukünftigen Entwicklungen beschäftigt. Es wird vermutet, dass künstliche Intelligenz und smarte Chat-Bots das Internet der Zukunft prägen werden (vgl. Kowalski 2020: 5).

2.2. Soziale Netzwerke versus virtuelle Netzwerke

Bei abstrakten Begriffen wie Web 3.0 oder 4.0 kann die menschliche Komponente des World Wide Web leicht in Vergessenheit geraten. Das Internet ist heutzutage ein komplex strukturierter und sich dynamisch strukturell entwickelnder Sinn-, Informations- und Kommunikationsraum, der alle sozialen Felder und Aspekte des täglichen Lebens berührt, miteinander verbindet und in vielen Fällen sogar prägt. Die Ausbreitung des Internets legte den Grundstein für einen sozio-kulturellen Wandel, der weltweit zu beobachten ist und eine „Weltvergesellschaftung“ sowohl voraussetzt als auch nach sich zieht (vgl. Willems 2008: 7). In erstaunlich kurzer Zeit ist auch computervermittelte Kommunikation zu einem wenig beachtenswerten Bestandteil des Alltags moderner Gesellschaften geworden, es ist von einem Wandel der sozialen Strukturen hin zu virtuellen Netzwerken die Rede. Die Vernetzung in virtuellen Räumen schließt an soziale Netzwerkbildung an, die als ein

zentrales Moment der Vergesellschaftung in der Moderne gesehen wird (vgl. von Kardorff 2008: 23f). Doch wie haben sich soziale Netzwerke wirklich durch die Entstehung des Internets verändert?

Lange Zeit waren Netzwerke unter Menschen weitestgehend auf lokal begrenzte face-to-face Kommunikation beschränkt. Jedoch ist die Kommunikation ohne physische Anwesenheit des Gegenübers keine Erfindung des zwanzigsten Jahrhunderts, sondern stellt eine alte Kulturtechnik dar, die sich vor allem durch die Einführung des Buchdrucks als öffentliches Kommunikationsmittel immer stärker ausdifferenzieren konnte. Ein paar Jahrhunderte später wurde mit der Einführung des Telefons als interaktivem Echtzeitmedium auch die synchrone Kommunikation ohne unmittelbare physische Präsenz zur täglichen Routine. Die neuen elektronischen Kommunikationsmedien sind die aktuelle Krönung dieser Entwicklung und haben den virtuellen Interaktionsmöglichkeiten eine völlig veränderte Qualität verliehen. Jedoch ergeben sich aus den technischen Möglichkeiten der neuen elektronischen Kommunikationsmedien allein noch keine neuen Formen sozialer Beziehungen oder in irgendeiner Weise veränderte Netzwerke. Vielmehr hat sich durch das Internet eine unüberschaubare Vielfalt von in verschiedenem Ausmaß stabilen virtuellen Netzwerken herausgebildet, die parallel zu und in Verbindung mit den realen Netzwerken der Lebenswelt existieren (vgl. von Kardorff 2008: 30).

Obwohl es zwischen realen sozialen Netzwerken und virtuellen Netzen durchaus Ähnlichkeiten gibt, so existieren doch auch entscheidende Unterschiede. Im Internet wird den Nutzer_innen der Zugang zu Anonymität wesentlich erleichtert, was auch zu einer Senkung der Hemmschwelle führen kann. Zudem besteht die Möglichkeit, multiple Identitäten zu verwenden. Der Ein- und Austritt wird in virtuellen Netzwerken im Vergleich zu realen Beziehungsgeflechten enorm vereinfacht, da die Bekanntschaften flüchtig und weniger verbindlich sind. Als weitere Beispiele können die beschränkten sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten sowie Kontextfreiheit der Kommunikation genannt werden (vgl. von Kardorff 2008: 32). Voraussetzung für die genannten Charakteristika von virtuellen Netzwerken ist, dass sich die Kommunikationspartner_innen in der Realität unbekannt sind. Bei der Kommunikation zwischen sich bekannten Personen fallen Aspekte wie die Anonymität weg, es sei denn, ein Part legt die Identität nicht offen.

Computervermittelte Kommunikation und virtuelle Netzwerke sind heutzutage feste Bestandteile der modernen Alltagskultur. Dabei zeigt sich, dass die Medien zwar geschichtlich betrachtet eine junge Errungenschaft sind, jedoch auch die im virtuellen Raum geknüpften Beziehungen den aus der Realwelt bekannten Grundmustern personaler Vergesellschaftung folgen (vgl. von Kardorff 2008: 51). Auf Social Media werden zumeist Beziehungen gepflegt, die entweder schon vor dem Eintritt in eine virtuelle Sphäre Bestand hatten oder solche, die von der virtuellen Welt an einem gewissen Punkt in die Realität übertragen werden. Im Folgenden soll nun genauer auf Social Media eingegangen werden.

2.3. Was sind Social Media?

Im alltäglichen Sprachgebrauch werden die Begriffe Social Media und soziale Netzwerke mittlerweile größtenteils synonym verwendet. Diese Verwendung ist jedoch nicht ganz korrekt. Auch ohne computergestützte Systeme waren und sind Menschen Teile von sozialen Netzwerken und Gesellschaften, in denen Informationen ausgetauscht werden, worauf bereits in Punkt 2.2 eingegangen wurde. Aufgrund der rasanten Ausbreitung des Internets wird heutzutage ein internetbasiertes Netzwerk als „soziales Netzwerk“ bezeichnet (vgl. Bachmann et al. 2019: 17). Diese internetbasierten Netzwerke wiederum bilden einen Teil von Social Media. Unter diesem Überbegriff lassen sich soziale Netzwerke, Wikis, Foren, Foto- und Videoportale, Weblogs, Micro-Blogs, Social Bookmarks, Online Communities, Bewertungsplattformen und Chats zusammenfassen (vgl. Kowalski 2020: 6).

Um die Funktionsweisen und den Zweck von Social Media zu verstehen, ist es ratsam, sich zuerst mit dem Begriff an sich auseinanderzusetzen, der zwei Komponenten beinhaltet. *Media* bezeichnet die Medien und tatsächlich lässt sich eine Brücke zu den klassischen Medien wie Radio, Fernsehen und Zeitung schlagen, da auch Social Media Informationen multiplizieren und von einzelnen Sender_innen zu vielen Empfänger_innen transportieren. Der Unterschied zu den klassischen Medien besteht darin, dass die Empfänger_innen auch zu Sender_innen werden können, sollten sie dies wollen. An dieser Schnittstelle kommt auch der Begriff *Social* ins Spiel. Sender_innen und Empfänger_innen schaffen gemeinsam

Plattformen, auf denen wiederum kleinere oder größere Gruppen von Menschen mit ähnlichen Interessen entstehen, die untereinander sozial agieren (vgl. Schlüter, Münz 2010: 9f). Obwohl das Sender_in/Empfänger_in-Prinzip allen Social Media gemein ist, so hat doch jede Plattform ihre Eigenheiten und individuellen Funktionsweisen.

Besondere Relevanz für diese Arbeit besitzen soziale Netzwerke. Diese Online-dienste ermöglichen es ihren Nutzer_innen, mit anderen in Kontakt zu treten und Informationen auszutauschen. Dadurch entstehen virtuelle Gemeinschaften, die sich über den gesamten Globus erstrecken können. In der Regel basieren soziale Netzwerke auf dem Anlegen von Profilen, welche mit persönlichen Angaben, wie beispielsweise Hobbies oder Familienstand, ergänzt werden. Die Kommunikation erfolgt je nach Plattform unterschiedlich (vgl. Kowalski 2020: 7).

Nachfolgend werden nun einige populäre Plattformen aus verschiedenen Sparten von Social Media vorgestellt.

2.4. Wichtige soziale Netzwerke

An dieser Stelle werden nun einige wichtige Beispiele für Social Media vorgestellt und kurz in ihren Funktionsweisen beschrieben. Das in der Überschrift verwendete Wort „wichtig“ fordert keineswegs allgemeine Gültigkeit. Vielmehr sind die beschriebenen Plattformen wichtig für diese Arbeit, da sie sich in den Interviews mit den Studierenden als relevant herausgestellt haben.

2.4.1. Facebook

Facebook wurde im Jahr 2004 von den Harvard-Studenten Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz und Chris Hughes als universitätsinternes soziales Medium gegründet. Da die Popularität der Seite schnell wuchs, wurde sie zeitnah für weitere Ivy League Universitäten zugänglich gemacht (vgl. Fuchs 2017: 428). 2006 wurde die Seite für alle Personen über 13 Jahren zugänglich gemacht, der anfängliche Universitätsbezug fiel weg. Ein Jahr später

wurde es auch Unternehmen möglich, Facebook-Seiten zu erstellen, um Informationen zu teilen und so neue Kund_innen zu gewinnen (vgl. Mattern 2017: 15f).

Heute beträgt der Anteil der 20- bis 29-jährigen Internetnutzer_innen in Deutschland, die Facebook nutzen, 73 Prozent (vgl. Statista: 2020). Für Österreich ist wohl ein ähnlicher Wert zu erwarten. Obwohl vor allem bei jüngeren Generationen zu beobachten ist, dass diese andere soziale Medien bevorzugen, so ist Facebook nach wie vor in vielen Ländern der Welt eine der meistbesuchten Internetadressen. Im Jahr 2014 hatte Facebook 1,39 Milliarden aktive Nutzer pro Monat und erreichte somit knapp 20% der Weltbevölkerung (vgl. Fuchs 2017: 428). Etwas mehr als ein halbes Jahrzehnt später, im dritten Quartal 2020, waren nach eigenen Angaben der Plattform rund 2,74 Milliarden Nutzer_innen monatlich auf Facebook aktiv, davon 305 Millionen in Europa (vgl. Statista: 2020).

Auf Facebook haben die Nutzer_innen die Möglichkeit, selbst Beiträge wie Texte oder Bilder zu erstellen sowie jene von anderen Nutzer_innen zu liken, also Zustimmung auszudrücken, oder auf ihrer eigenen Seite zu teilen, um dem ursprünglichen Beitrag größere Reichweite zu geben. Zudem können Konten auf verschiedenen anderen Social Media Plattformen wie Instagram oder Twitter mit einem Facebook-Account verknüpft werden, da diese von Facebook aufgekauft wurden. Auch auf vielen Shopping-Plattformen kann mittlerweile ein Facebook-Konto angegeben werden, um sich lästige Dateneingabe bei der Registrierung zu sparen.

Facebook verfügt auch über einen eigenen Nachrichtendienst, den Messenger. Damit ist es möglich, private Nachrichten an einzelne Personen oder auch Gruppen zu senden. Zudem können über den Messenger Dateien versendet werden, wodurch beispielsweise Gruppenarbeiten unter Student_innen vereinfacht werden. Anstatt über E-Mails Anhänge zu verschicken können im Messenger gleichzeitig gechattet und Dokumente ausgetauscht werden. Auch auf Facebook gibt es die Möglichkeit, private Gruppen zu bilden, in denen die Mitglieder Beiträge verfassen können, die nur den anderen Gruppenmitgliedern zugänglich sind. Beispiele sind die Gruppen „Soziologie Uni Wien“ mit 7.695 Mitgliedern (Stand 13.01.2021) und „Juridicum Wien – Rechtswissenschaften“ mit 7.783 Mitgliedern (Stand 13.01.2021). In diesen Gruppen sind vor allem aktuell immatrikulierte Studierende der im Gruppennamen angegebenen Fachrichtung sowie

Interessent_innen und Absolvent_innen zu finden. Hauptsächlich werden Fragen zu Prüfungen gestellt, Lernpartner_innen gesucht sowie Materialien verschenkt bzw. verkauft und Nachhilfe gesucht bzw. angeboten.

Auch für die Organisation des Privatlebens ergeben sich auf Facebook vielseitige Möglichkeiten. Für viele Veranstaltungen, beispielsweise Konzerte, werden eigene Seiten erstellt und Nutzer_innen können angeben, ob sie (vielleicht) daran teilnehmen. Dadurch entsteht ein Kalender, anhand dessen die eigene Freizeit geplant werden kann. Klickt eine Person bei einer Veranstaltung auf „teilnehmen“, so ist dies zudem für ihre Kontakte sichtbar, die dann ebenfalls entscheiden können, ob auch sie an der Veranstaltung teilnehmen wollen. Gegen Langeweile bietet Facebook eine Vielzahl an Spielen an, in öffentlichen Gruppen werden zahllose Memes, lustige Bilder mit Beschriftung, zu verschiedenen Themengebieten gepostet.

2.4.2. Instagram

Instagram wurde im Oktober 2010 von Kevin Systrom und Mike Krieger gegründet und hatte nur zwei Monate später mehr als eine Million Nutzer_innen – sechs Jahre später waren es bereits mehr als 500 Millionen. Im April 2012 wurde es von Facebook für eine Milliarde US-Dollar aufgekauft (vgl. Mattern 2017: 10-16). Die Übernahme durch den Social Media-Riesen hat der Popularität Instagrams keinen Abbruch getan. Ganz im Gegenteil. Im Jahr 2020 betrug die Anzahl der monatlichen aktiven Instagram-Nutzer_innen eine Milliarde. Die Hälfte davon lädt täglich eigenen Content in der Story-Funktion hoch, der nach 24 Stunden wieder verschwindet (vgl. Statista: 2020). Anders als bei Facebook, wo der Fokus auf verbaler Kommunikation liegt, stehen bei Instagram Bilder und Videos im Zentrum. Die Nutzer_innen können ihre eigenen Fotos und Videos hochladen, mit Filtern versehen (beispielsweise schwarz-weiß machen, die Farben kräftigen etc.) und mit einer Bildbeschreibung versehen. Andere User können dem Bild ein „like“ geben und es kommentieren. Es können auch private Nachrichten ausgetauscht werden. Als private Nachricht können auch Bilder versendet werden, die nur einmal aufgerufen werden können – eine Funktion, die an die App Snapchat erinnert, die als nächstes vorgestellt wird.

Instagram hat in vielen Menschen eine Begeisterung für Fotografie ausgelöst und auch wesentlich zur Popularität des Selfies beigetragen (vgl. Mattern 2017: 22). Durch das Teilen von privaten Bildern und Schnappschüssen können die Nutzer_innen der Welt zeigen, wer sie sind bzw. wer sie sein wollen und können leicht andere Personen mit ähnlichen Interessen finden. Allerdings gibt es auch viele Studien, die die negativen Aspekte von Instagram in den Fokus rücken. Durch das Betrachten von bearbeiteten und gestellten Bildern können Nutzer_innen den Eindruck bekommen, ihr Leben sei schlechter als das jener Personen, denen sie auf Social Media folgen. Zudem kann auch ein enormer Druck entstehen, genügend Likes für ein hochgeladenes Foto zu bekommen. Bekommt ein Post weniger Zuspruch als erwartet, kann dies als persönliches Versagen gewertet werden (vgl. Mattern 2017: 24).

2.4.3. Snapchat

Snapchat wurde im April 2011 von Evan Thomas Spiegel, Bobby Murphy und Frank Reginald Brown – allesamt Studenten der Stanford University – unter dem Namen Picaboo als Studienprojekt gegründet. Der Hintergedanke der Entwickler war es, dass Menschen manchmal Bilder ins Netz stellen, die sie im Nachhinein bereuen, die sie allerdings nicht mehr löschen können, da sie bereits von anderen Personen heruntergeladen und gespeichert wurden. Um dieses Problem zu vermeiden entwickelten sie eine App, die die gesendeten Bilder ein paar Sekunden nachdem sie von den Empfänger_innen geöffnet wurden automatisch löscht. Da bereits ein Fotobuch-Unternehmen die Rechte am Namen Picaboo besaß, wurde die App im Herbst des gleichen Jahres in Snapchat umbenannt, was auch die bisher schleppenden Downloadzahlen ankurbelte. Im April 2012 erreichte Snapchat erstmals mehr als 100.000 Nutzer_innen und konnte auch Investor_innen gewinnen. Facebook wurde ebenfalls auf die Konkurrenz aufmerksam und entwickelte eine eigene App nach ähnlichem Prinzip namens Poke, die jedoch nach zwei Jahren 2014 eingestellt wurde. Facebook wollte Snapchat anschließend für 3 Milliarden Dollar aufkaufen, Spiegel und Murphy, die das Unternehmen nach wie vor leiten, lehnten jedoch ab (vgl. Spalding 2017: 8-17). Obwohl die Nutzer_innenzahlen von Snapchat im Vergleich zu anderen Social Media-Kanälen nur langsam wachsen, so konnte wohl vor allem auch durch die Corona-Krise ein Anstieg

verzeichnet werden. Während die Zahl der monatlich aktiven Nutzer_innen im zweiten Quartal 2019 bei 210 Millionen lag, so steigerte sich dieser Wert auf 249 Millionen im Oktober 2020 (vgl. Future Biz: 2020)

Wie bereits erwähnt ist die Besonderheit von Snapchat, dass die gesendeten Bilder nur für wenige Sekunden angesehen werden können und danach automatisch gelöscht werden. Die in der App geschossenen Fotos können mit verschiedenen Filtern, Texten und anderen Extras verziert werden (vgl. Spalding 2017: 6f). Vor allem bei jüngeren Nutzer_innen ist Snapchat sehr beliebt, da sie sich durch die selbstlöschenden Bilder sicher fühlen.

2.5. Wichtige Chats

Der wohl populärste Chat im Jahr 2020 ist WhatsApp, weshalb nur auf diesen Chat an dieser Stelle näher eingegangen wird.

2.5.1. WhatsApp

Die klassische SMS abgelöst hat der Messenger-Dienst WhatsApp. Nutzer_innen, die sich einfach mit ihrer Handynummer anmelden, können sich private Textnachrichten, Bilder, Videos, Dokumente und auch Sprachnachrichten schicken oder in Gruppen mit mehreren Personen gleichzeitig kommunizieren. Seit 2015 ist auch internetbasiertes Telefonieren möglich (vgl. Kowalski 2020: 23). Diese vielfältigen Möglichkeiten tragen wesentlich zur Beliebtheit dieses Messengers bei, den weltweit 2 Milliarden Menschen nutzen. In Deutschland verfügen sogar 97 Prozent der 18- bis 29-Jährigen über einen WhatsApp-Account (vgl. Statista: 2020). Das Herunterladen der App ist kostenfrei und sie ist mittlerweile auf quasi jedem Smartphone zu finden. Anders als bei der herkömmlichen SMS sehen die Sender_innen, ob die Empfänger_innen ihre Nachricht bekommen haben und auch ob die Nachricht geöffnet wurde. Wenn eine Nachricht zwar gesendet aber noch nicht geöffnet wurde ist es möglich, sie zurückzurufen. Nutzer_innen haben auch die Möglichkeit, eine Story hochzuladen, die von allen WhatsApp-User_innen, die ihre Handynummer gespeichert haben, angesehen werden kann. Die Story kann Bilder und Videos enthalten, die mit einer kurzen Beschreibung versehen werden können.

Anders als die bereits vorgestellten Social Media-Plattformen wird WhatsApp oft nicht als solche wahrgenommen, sondern eher als Dienstprogramm gesehen. Obwohl auch hier Bilder ausgetauscht und hochgeladen werden können steht für viele Nutzer_innen die Kommunikation im Vordergrund, nicht so sehr die Selbstdarstellung.

2.6. Wichtige Microblogs

Auf Microblogs können die Nutzer_innen Textnachrichten mit einer begrenzten Anzahl an Zeichen verfassen.

2.6.1. Twitter

Der Mikrobloggingdienst Twitter wurde im Jahr 2006 gegründet und erfreut sich seither großer Popularität. Die Nutzer_innen konnten bis 2017 auf bis zu 140 Zeichen Nachrichten, private Meinungen oder auch Videos und Bilder mit der Welt teilen. Mittlerweile wurde die Höchstgrenze an Zeichen auf maximal 280 verdoppelt (vgl. Kowalski 2020: 18). Um sogenannte *Tweets*, die auf Twitter veröffentlichten Nachrichten, zu lesen, ist kein Twitter-Account nötig, da auch Google auf diese Social Media-Plattform zugreift. So lässt sich ein Tweet, der auf Twitter selbst gelöscht wurde, später oftmals trotzdem noch über Google finden (vgl. Schlüter, Münz 2010: 48). Im ersten Quartal 2019 verzeichnete die Plattform insgesamt 330 Millionen monatlich aktive Nutzer_innen (vgl. Statista: 2020).

Obwohl Twitter dazu einlädt, alle möglichen privaten Ansichten und Meinungen kundzutun, so ist es doch vor allem auch bei Menschen beliebt, die politisch interessiert sind, da die Zensur klassischer Medien umgangen werden kann. Ein Beispiel dafür sind die Präsidentschaftswahlen im Iran im Jahr 2009 sowie die anschließenden Demonstrationen. Obwohl aufgrund der Zensur kaum offizielle Informationen aus dem Land drangen, konnten die Iraner_innen selbst über Twitter der Welt in Echtzeit über die Geschehnisse in der Region berichten (vgl. Schlüter, Münz 2010: 37). Durch dieses Prinzip und die damit einhergehende Möglichkeit, dass sich Tweets rasend schnell weiterverbreiten, ist es möglich, dass Twitter-

Nutzer_innen oft schneller über Ereignisse informiert sind als Personen, die auf klassische Nachrichtenagenturen setzen.

2.7. Weitere Beispiele für Social Media

Die Liste von Social Media-Plattformen ist unendlich. Jeden Tag entstehen Neue, während andere von den Nutzer_innen verlassen werden oder komplett aus dem Web verschwinden. Es würde den Umfang dieser Arbeit sprengen, auf weitere dieser Medien einzugehen – der Vollständigkeit halber werden jedoch einige Beispiele der Social Media-Kategorien, die in dieser Arbeit nur eine untergeordnete Rolle spielen, genannt.

Wikis sind Plattformen mit dem Zweck des Wissensmanagements. Das bekannteste ist zweifelsfrei Wikipedia. Bei Blogs handelt es sich im weitesten Sinne um online geführte Tagebücher, die von anderen Nutzer_innen gelesen werden können. Besonders beliebt ist in dieser Kategorie die Plattform Tumblr, auf der die User_innen Texte, Bilder, Chatlogs, Links und Video- bzw. Audiodateien veröffentlichen können. Auf Fotoportalen haben die Nutzer_innen die Möglichkeit, Bilder einzustellen und die Bilder anderer Mitglieder anzusehen. Dieses Prinzip haben auch Videoportale wie Youtube oder jüngst TikTok übernommen. Auch Bewertungsplattformen wie Tellonym lassen sich den Social Media zuordnen. Auf ihnen können die User_innen anonyme Antworten auf Fragen bekommen. Dieses Prinzip steht jedoch seit längerem in der Kritik, da das anonyme Feedback sehr hart und unsachlich ausfallen kann (vgl. Kowalski 2020: 14-21).

3. Theoretische Grundlagen

Social Media ist zeitlich gesehen ein sehr junges Phänomen. Dennoch haben die verschiedenen Plattformen und Netzwerke in der kurzen Zeitspanne ihrer Existenz bereits einen großen Einfluss auf die Gesellschaft ausgeübt. Auch die Wissenschaft hat die Relevanz der Thematik erkannt und einige Theorien zur Digitalisierung im Allgemeinen und auch zur Nutzung von Social Media hervorgebracht. Doch auch ältere soziologische Theorien, bei deren Entstehung das digitale Zeitalter noch in weiter Ferne lag, können auf das menschliche Verhalten auf Social Media angewendet werden. In diesem Kapitel werden sowohl neue Theorien, die auf Social Media bezogen entwickelt wurden, als auch ältere Theorien, die überraschend gut auf das Thema bezogen werden können, vorgestellt.

3.1. Neue Blickwinkel auf Social Media

An dieser Stelle sollen zunächst historisch junge Theorien vorgestellt werden, die speziell bezogen auf Social Media entwickelt wurden.

3.1.1. Mediatisierung und De-Mediatisierung

Die Begriffe Mediatisierung und De-Mediatisierung sind für das Hintergrundverständnis der in dieser Arbeit behandelten Fragestellung von großer Bedeutung. Ursprünglich ein Theorieansatz aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft, hat der Diskurs darüber in den letzten Jahren auch in die Sozialwissenschaft Einzug genommen und zu einigen interessanten Denkansätzen und sogar Studien geführt. Allerdings ist damit (noch) keine systematische Theorie verbunden, sondern ein Denkmotiv (vgl. Pfadenhauer, Grenz 2017: 5).

Im Kern beschäftigt sich der Mediatisierungsansatz mit der Frage nach dem Zusammenhang zwischen Medienwandel und dem Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen der Menschen, Organisationen, Institutionen und Parteien, aber auch der Wandel von Ökonomie, Demokratie, Gesellschaft und Kultur insgesamt wird bedacht (vgl. Krotz 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 87). Da Mediatisierung, ganz allgemein gesprochen, den Vorgang, dass (elektronische) Medien den Alltag

immer mehr durchdringen und sich dieser dadurch wandelt, bezeichnet, lässt sich De-Mediatisierung in der Konsequenz wie folgt definieren:

„Mit De-Mediatisierung meinen wir ein Sichwidersetzen gegen den jüngsten Medienwandel bzw. gegen soziale und kulturelle Konsequenzen des informations- und kommunikationstechnischen Fortschritts. Dies kann sich darin ausdrücken, dass geltende Routinen gezielt beibehalten werden. Es können aber auch neue Wege des (Selbst-)Schutzes gefunden oder ein Rückzug bis hin zum weitgehenden Verzicht auf Medien-Handeln angetreten werden.“ (Pfadenhauer, Grenz 2017: 4)

Für die Art und Weise, wie sich der Mediatisierungsansatz mit der zuvor genannten zentralen Fragestellung auseinandersetzt, lassen sich mehrere vorhergehende Grundüberlegungen unterscheiden. Erstens ist Mediatisierung konzeptionell als ein kultur- und geschichtsübergreifender Prozess gedacht, der Veränderungen, mit denen die Menschheit seit jeher konfrontiert ist, die aber durch die Entwicklung von Computern einen neuen Aspekt bekommen haben, herleitet, beschreibt und theoretisiert. Zweitens rückt der Begriff der Mediatisierung spezifische Techniken und den Wandel der Medien in den Vordergrund, der einen Wandel des kommunikativen Handelns und der verschiedenen Formen des menschlichen Zusammenlebens beinhaltet und somit als kultureller und sozialer Wandel wirksam wird. Drittens bereift die Mediatisierung den medialen und kulturellen Wandel als etwas, das in der Perspektive der Menschen in der Gesellschaft theoretisch gefasst und empirisch untersucht werden muss. Techniken werden nur dadurch zu Medien, dass die Menschen sie zum Kommunizieren nutzen. Dementsprechend müssen die Folgen von einem Medienwandel in einer kultur- und gesellschaftsbezogenen Perspektive verstanden und untersucht werden. Zuletzt gilt es zu berücksichtigen, dass sich das kommunikative Handeln der Menschen mit Medien im Mikrobereich verändert und so zu einem Wandel von Alltag, Identität, sozialen Beziehungen und Organisationen führt und dadurch auch weitere Prozesse in Gang bringt. Diesen Wandel sowie die Rückwirkungen auf den Wandel der Medien zu untersuchen ist die Aufgabe der Mediatisierungsforschung (vgl. Krotz 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 88ff).

Der deutschsprachige Mediatisierungsdiskurs wird vor allem durch drei Momente gekennzeichnet, die eine nähere Bestimmung von De-Mediatisierung ermöglichen. Erstens wird angenommen, dass sich der gesellschaftliche Istzustand durch eine kontinuierliche Zunahme von digitalen Medien, Medienangeboten sowie -funktionen auszeichnet. Die Digitalisierung erhält dadurch die Position einer „neuen Basistechnologie“ und ermöglicht dadurch das Aufkommen sowie Ablösen verschiedener neuer Medien. Zudem prägen nicht mehr unverbunden nebeneinander stehende Einzelmedien das Bild, sondern miteinander verbundene Informations- und Kommunikationstechnologien. Zweitens erweisen sich Kommerzialisierung, Medientechnologieentwicklung und -verbreitung sowie alltägliche Aneignung als zusammenhängende Elemente eines progressiv voranschreitenden Mediatisierungsprozesses. Der dritte und letzte Moment besteht darin, dass Mediatisierungsprozesse auf bestimmten medientechnologischen Entwicklungsschüben basieren, die auf Bestrebungen bestimmter Personengruppen zurückzuführen sind. Die sich daraus ergebenden Veränderungen entziehen sich der Einflussnahme von Unternehmen, Politikern etc.. Somit geschieht Mediatisierung sozial eingebettet, unter Einbezug verschiedener Akteure und damit erst im Nachklang etwaiger technischer Neuerungen (vgl. Pfadenhauer, Grenz 2017: 6f).

Im Gegensatz dazu steht das Konzept der De-Mediatisierung, das danach fragt, wo und auf welche Weise auf der Basis individuellen und kollektiven Handelns die Mediatisierung in ihrer aktuellen Form kritisch hinterfragt wird, nicht stattfindet oder in manchen Fällen sogar zurückgenommen wird. Die De-Mediatisierung kann Ausdruck finden durch das Bestehen auf Face-to-Face-Begegnungen, eine gezielte Verwendung von Medien für ein standortbezogenes soziales Handeln und durch Kritik an den durch Mediatisierung hervorgerufenen Veränderungen (vgl. Krotz 2017, In: Pfadenhauer, Grenz 2017: 27).

Um eine Verweigerungs-Phänomenologie zu erstellen, greift Manfred Prisching auf die Handlungstypologie von Max Weber zurück, die sich in zweckrationales, wertrationales, traditionelles und affektives Handeln untergliedert. Diese vier Handlungskategorien ergänzt Prisching um die Kategorie des identitätsgestaltenden Handelns (vgl. Prisching 2017: 94f). Im Folgenden sollen nun die verschiedenen Typen der Mediatisierungs-Verweigerung einzeln beschrieben werden.

- Identitätsgestaltendes Handeln: Diese Form des Sich-Widersetzens zielt auf die Präsentation von Andersartigkeit ab. Diese Demonstration der eigenen Individualität kann auf verschiedene Arten geschehen, beispielsweise durch Überbietung, wie durch den Besitz des neuesten Smartphones, durch individuelle Gestaltung, zum Beispiel durch das Verwenden einer anderen Software als die Mehrzahl der Nutzer_innen oder durch partielle Verweigerung der Teilnahme an der digitalen Welt. Dabei wohnt diesem Typus das Selbstverständnis inne, dass alle anderen mediatisiert sind, er selbst jedoch nicht mediatisiert ist. Die Mediatisierungsverweigerung wird als persönliche Besonderheit angesehen. Dabei gibt es nur eine Regel: einfach etwas anderes tun als die anderen (vgl. Prisching 2017: 95f).
- Traditionales Handeln: Seit den Anfängen des Internets wurden die Grenzen der Privatsphäre immer weiter zurückgedrängt, viele Menschen geben heute einen großen Teil ihres Privatlebens öffentlich preis, indem sie ihn zumindest mit einigen hundert ihnen mehr oder weniger bekannten Personen teilen. Dabei wirkt die elektronische Verbreitungsart der Daten wie ein Verstärker, auch wenn eine Person lächerlich gemacht oder moralisch diskreditiert werden soll. Um die Privatsphäre zu schützen kann auf eine partielle De-Mediatisierung zurückgegriffen werden. Dieser Typus zeichnet sich durch bewusstes Setzen auf Analogie aus. Wenn alle eine Smart Watch haben, so setzt er nach wie vor auf das Tragen einer herkömmlichen Uhr, er liest die Zeitung konsequent in Papierform und schreibt bewusst handschriftliche Notizen. Auch Personen, deren Mediatisierungs-Verweigerung kompetenz- oder altersbedingt ist, können dieser Gruppe zugeordnet werden (vgl. Prisching 2017: 97f).
- Zweckrationales Handeln: Dieser Typus setzt auf temporäre De-Mediatisierung, um auf längere Sicht eine Leistungssteigerung zu erzielen. Somit stellt die persönliche Überforderungsvermeidung den Ausgangspunkt für De-Mediatisierung dar. Auf die private Nutzung umgemünzt bedeutet dies, unnütze oder überfordernde Optionen aufzugeben, beispielsweise Abonnements für Online-Zeitungen, die ohnehin nicht gelesen werden oder das Abbestellen von uninteressanten Newslettern. Auf das Berufsleben bezogen findet

dieser Typus Ausprägungen wie das Ausschalten des Diensthandys ab einer bestimmten Uhrzeit oder das Nicht-Beantworten von E-Mails am Wochenende (vgl. Prisching 2017: 99-102).

- Affektuelles Handeln: Das affektuelle Handeln beschäftigt sich auf die De-Mediatisierung bezogen vor allem mit unterschiedlichen Gefährdungen in unterschiedlichen Altersphasen. In der Kindheit kann De-Mediatisierung als Sozialisationsverbesserung aufgefasst werden, beispielsweise in dem die Eltern selbst eine Geschichte vorlesen, anstatt eine CD einzulegen oder ein MP3-Format aus dem Internet abzuspielen. Für Jugendliche stellen vor allem unkontrollierte Vernetzung und Deprivatisierung Gefahrenquellen dar. Auch im Erwachsenenalter besteht große Suchtgefahr, auch die Fear of Missing Out (FOMO) ist ein Thema. Menschen, die an dieser anerkannten psychischen Störung leiden, werden ständig von der Angst getrieben, etwas zu verpassen, wenn sie nicht rund um die Uhr online sind. De-Mediatisierung steht in diesem Zusammenhang für die Vermeidung narzisstischer Haltungen und eine zeitweilige Erinnerung an die Wirklichkeit (vgl. Prisching 2017: 103f).
- Wertrationales Handeln: De-Mediatisierung kann auch in der Form von moralischen Konsumententscheidungen auftreten, beispielsweise durch die Förderung des sozialen Nahbereichs, indem Bücher beim Buchladen um die Ecke gekauft anstatt über Amazon bestellt werden. Die Teilnahme an der digitalen Welt bedeutet auch Sichtbarkeit, sie weist Züge eines Panoptikums auf. Da es in der spätmodernen Welt nichts gibt, das nicht vermarktet wird, werden mittlerweile sogar Kurse für De-Mediatisierung angeboten, in denen die Teilnehmer_innen Achtsamkeit (mindfulness) wiederentdecken sollen (vgl. Prisching 2017: 105-108).

3.1.2. Die Quantifizierung des Sozialen

„Quantifizierung des Sozialen meint, dass wir Komplizen und zugleich Zeugen einer Entwicklung sind, im Zuge derer immer mehr gesellschaftliche Phänomene vermessen, durch Zahlen beschrieben und beeinflusst werden.“ (Mau 2017: 23)

Die Quantifizierung des Sozialen beschreibt die Gesellschaft nicht nur, sondern ordnet sie in drei soziologisch relevanten Hinsichten. Zuerst wird durch die Zahlensprache (Anzahl der Likes, Kommentare etc.) unsere Vorstellung von gesellschaftlichem Wert und Status verändert. Als zweiter Schritt wird durch die Vermessung des Sozialen der Wettbewerb unter den Menschen universalisiert und ausgeweitet. Dies geschieht dadurch, dass durch das Bereitstellen von Informationen der Hang zum Sozialvergleich, also zum Wettbewerb gestärkt wird. Der dritte Punkt ist, dass sich ein Trend hin zu einer verstärkten gesellschaftlichen Hierarchisierung entwickelt, weil Tabellen, Grafiken, Listen und andere Darstellungen qualitative Unterschiede in quantitative Ungleichheiten transformieren (vgl. ebd.: 16f).

Steffen Mau geht davon aus, dass zuerst ein soziales Wir entsteht, das dann nach und nach durch die Nutzung neuer Indikatoren und Daten, die zur Selbsterkennung, -beschreibung und -bewertung entwickelt wurden, zu einem metrischen Wir wird. Daten machen uns sicher und legen fest, wer wir sind, wie wir von anderen wahrgenommen werden, wo wir im Leben stehen und was uns erwartet. Kurz gesagt: Die qualitativen Formen der Urteilsbildung, die sich auf das Spezifische konzentrieren, werden durch quantifizierende Ansätze der Bewertung und Vermessung abgelöst (vgl. ebd.: 24ff).

Besonderes Augenmerk wird auf die Tatsache gelegt, dass mittlerweile praktisch alle Nutzer_innen (der sozialen Medien) in einem Wettbewerb zueinander stehen. Mau erklärt, dass auch privateste Dinge wie Hobbys, Familienverhältnisse und sogar Gemütslagen vermessbar sind und verglichen werden (vgl. ebd.: 40f). Durch den leichten Zugang zu sozialen Netzwerken hat dieses Vergleichen heutzutage bereits absurde Formen angenommen. Alles wird im Internet geteilt, vom Mittagessen bis zur Stimmungsschwankung – immer mit der Absicht, so viele (positive) Reaktionen wie möglich zu erhalten. Anschließend folgt der Vergleich mit anderen Nutzer_innen. Wie viele Likes konnte ich im Vergleich zu anderen erhalten? Studien zeigen, dass Menschen, die diesen Sozialvergleich sehr ernst nehmen, unglücklicher sind als Vergleichspersonen, die dem keinen großen Wert beimessen (vgl. Anderson et al. 2016, In: Mau 2017: 55).

3.1.3. Neue Theorien der Mediensoziologie

Die technischen Kommunikationsmedien sind ein wesentlicher Bestandteil der gegenwärtigen Verständigungsverhältnisse einer Mehrzahl der Menschen. Um ihre Funktionen soziologisch zu erkennen, müssen die Medien in ihrer Stellung innerhalb der sozialen Realität betrachtet werden (vgl. Keppler 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 71). Um sich dem Thema soziologisch anzunähern, wurden in den letzten Jahren mehrere Ansätze entwickelt, von denen nachfolgend einige kurz umrissen werden sollen.

Bis in die 1990er Jahre waren die Diskussionen in der deutschsprachigen Soziologie dominiert vom Begriff der Kommunikation. Der französische Soziologie Bruno Latour störte sich an dieser „Soziologie ohne Objekt“, in der Artefakte lediglich als Projektionsflächen sozialer Interessen, Wünsche und Begehren thematisiert und die Dinge und Objekte, welche die sogenannten „sozialen Tatsachen“ rahmen, formen und in sich tragen übersehen werden. Als Alternative entwickelte er die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT), die die Materialität und Medialität des Sozialen thematisiert und problematisiert und darauf zielt, das Materielle, das Natürliche und das Nicht-Menschliche des Sozialen zu rehabilitieren. Die ANT bezweifelt, dass eine Differenzierung zwischen Subjekten und Objekten praktisch und ontologisch nicht möglich ist. Stattdessen sieht sie Subjekt und Objekt als die Enden eines Kontinuums und als Effekte von Netzwerkverbindungen (vgl. Wieser 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 138f).

Im Sinne der Latourschen Argumentation ließe sich der Mediensoziologie vorwerfen, sie interessiere sich mehr für die Soziologisierung der Medien als für die Medialisierung des Sozialen. In klassischen Ansätzen der Mediensoziologie bleiben die Medien an sich oft unberücksichtigt und treten in den Hintergrund. Der Fokus wird auf Produktionsverhältnisse, Aneignungskontexte, Wirkungsweisen und Textbedeutungen gerichtet. Bei der Akteur-Netzwerk-Theorie hingegen wird der Fokus auf den Prozess der Vermittlung, durch den sich Medienindustrie, Nutzer_innen und Text miteinander verbinden, gelegt (vgl. Wieser 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 139f).

Während der Hauptstrom der Mediensoziologie als Analyse der Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft, Medien und Individuum gesehen werden kann, ergibt sich durch die ANT eine perspektivische Verschiebung hin zu einem mediensoziologischen Dreieck als Beziehungen zwischen Kollektiven, Mediator_innen und Aktant_innen. Die ANT entwirft eine verallgemeinerte Symmetriethese, die nicht vor der Untersuchung festlegt, wer oder was Subjekt und Objekt des beobachteten Prozesses ist. Für die radikale Symmetrisierung von menschlichen und nicht-menschlichen Entitäten wird der in der Semiotik gebräuchliche Begriff „Aktant“ eingeführt. Medien werden in der ANT als Mediatoren verstanden, die transformieren und modifizieren. Zudem werden sie nicht länger als bloßes Objekt, sondern als Versammlung unterschiedlicher Elemente und lediglich temporär stabilisierte, sozio-technische Arrangements gesehen. An die Stelle der Gesellschaft tritt das Netzwerk oder Kollektiv, in dem der Stärke der Verbindung untereinander die größte Bedeutung zukommt. Dadurch entgeht die ANT der klassischen Differenzierung in Mikro und Makro. Letztlich nimmt eine Medienanalyse im Sinne der ANT die Medien als Mediatoren in den Blick (vgl. Wieser 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 140f).

Die Kritische Medientheorie lässt sich in drei Ströme unterteilen: die Kritische Theorie der Gesellschaft, die Kritische Medientheorie und die Theorie der Kulturindustrie. Die Kritische Theorie der Gesellschaft hat eine angemessene Beschreibung der modernen Gesellschaft sowie eine Beurteilung gesellschaftlicher Verhältnisse zum Ziel. Zentral ist die Frage der Rationalität von Kultur und Medien. Die von Adorno und Horkheimer entwickelte Kritische Medientheorie sieht in der massenhaften Herstellung und massenmedialen Verbreitung von Kulturgütern eine als Zwang der Kultur der kapitalistischen Gesellschaft inhärente Logik. Kultur muss den Kriterien der Vermittelbarkeit durch die Medien und der Konsumierbarkeit durch das Publikum genügen. Durch die Anpassung an diese Kriterien wird die Kultur zunehmend standardisiert, kommerzialisiert sowie trivialisiert. Während die anspruchsvolle Aneignung von Büchern, Filmen oder Musik in früheren Zeiten große Voraussetzungen und Mühen erforderte, befriedigt der leichte Konsum kultureller Güter nunmehr hauptsächlich Bedürfnisse nach Unterhaltung und Zerstreuung. In der Theorie der Kulturindustrie hingegen wird die Form der Massenkommunikation fokussiert. Die Kritische Medientheorie geht von einer

strukturekonstruktiven Analyse der Formen der Massenmedien aus und schließt so auf die Wirkungen bei den Empfänger_innen. Diese sind dem Zwang der massenmedialen Zurichtung der Kultur unausweichlich unterworfen. Die Kritische Medientheorie versucht, tiefer liegende strukturelle, gesellschaftlich bedingte Sinnzusammenhänge der Medienangebote zu analysieren und zu verstehen. In der neueren Kritischen Theorie werden Gesellschaftsanalysen und Kulturkritik auf Rationalitäts- und diskurstheoretische Grundlagen gestellt mit der zentralen Frage nach Bedingungen und Möglichkeiten verständigungsorientiertem Handelns. Dabei richten sich die Medienanalysen vorrangig auf den Bereich der Öffentlichkeit (vgl. Sutter 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 105ff).

Als nicht mehr zeitgemäß werden zentrale Grundlagen der Kritischen Medientheorie von der poststrukturalistischen Medientheorie kritisiert. Diese Theorie wendet sich gegen jede Medienkritik, die der Logik der kapitalistischen Produktion folgt. Ein wesentliches Merkmal poststrukturalistischer Theorien ist ein Denken vom „Vorrang der Zeichen“, das der Umstellung der Zeichentheorie von Identität auf Differenz folgt. Die Theorie geht vom Verschwinden einer Realität in Beziehung zu erkennenden und handelnden Subjekten aus. An die Stelle der Subjekte, die selbst in Beziehung zu einer realen Außenwelt stehen, treten Medien, Sprache und Texte, die zwischen den Subjekten und der Außenwelt liegen. Durch die einseitige Kommunikation wird ein wechselseitiger Austausch höchstens vorgetäuscht – eine inhaltliche Schnittstelle mit der Kritischen Medientheorie. Jedoch wird in poststrukturalistischen Ansätzen stets bedacht, dass jede Form von Beobachtung, Analyse und Kritik der Medien selbst immer schon in Medien eingebunden ist. Der Simulationsthese folgend bedeutet dies, dass die Menschen nichts wissen können, was nicht immer schon von Medien formatiert, gespeichert und übertragen worden ist. Ein Kollaps des Realen folgt (vgl. Sutter 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 108f).

In den letzten beiden Jahrzehnten hat die handlungstheoretische Perspektive, die ihren fachgeschichtlichen Hintergrund in der Chicagoer Schule und im Pragmatismus findet, an Bedeutung gewonnen (vgl. Göttlich 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 122). In frühen, einfachen Medienwirkungsmodellen wird der Prozess der Medienkommunikation häufig im Schema von (Medien-)Reiz und (Publikums-)Reaktion erfasst. Diese Vorstellungen sind jedoch nicht mit den soziologischen

Begriffen der Kommunikation und des sozialen Handelns sowie den entsprechenden Medientheorien vereinbar, welche auf die Konstruktion von Bedeutungen in sozialen Kontexten abheben. Mediensoziologische Handlungstheorien reagieren auf dieses Problem auf der Grundlage des symbolischen Interaktionismus, der zentrale Einsichten der Sozialtheorie George H. Meads zusammenfasst. Grundlegend ist dabei der Gedanke der Wechselseitigkeit von Handlungsperspektiven, die eine Vermittlung von Individuum und Gesellschaft ermöglichen. Eine allgemeine soziologische Handlungstheorie sieht Massenkommunikation als eine spezielle Form sozialen Handelns, die eine Wechselseitigkeit der Perspektiven von Medienakteur_innen und Rezipient_innen voraussetzt. Da nur ein gradueller Unterschied zwischen Massenkommunikation und Formen der interpersonalen Kommunikation besteht, können in der Mediensoziologie traditionelle Theorien sozialen Handelns direkt für die Analyse der Prozesse von Massenkommunikation genutzt werden (vgl. Sutter 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 110).

In den Medienanalysen der Cultural Studies wird versucht, kritische Gesellschaftsanalysen mit einer rezeptions- und praxisorientierten Perspektive eines kontextbezogenen Umgangs mit Medien zu verbinden. Der Ausgangspunkt der sehr heterogenen Ansätze der Cultural Studies ist eine Analyse des Verhältnisses von Kultur, Medien und Macht. Einer dieser Ansätze ist das „Encoding/Decoding“-Modell von Stuart Hall, das sich mit der Frage beschäftigt, welche Macht die Medien ausüben können. Ein weiterer Ansatz ist die Diskursanalyse von John Fiske, der in seinen Analysen von Fernseh- und Populärkultur die von der Theorie der Kulturindustrie behauptete Standardisierung und Nivellierung von massenmedial verbreiteter Kultur widerlegen konnte (vgl. Sutter 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 111ff).

Die systemtheoretische Mediensoziologie legt den Fokus auf das gesellschaftliche Mediensystem. Die allgemeinen Grundlagen dafür bilden die Annahme der Selbstreferentialität der Kommunikation sowie die Eigenständigkeit der Kommunikation. Kommunikationen sind demnach keine Produkte menschlichen Handelns, sondern bilden geschlossene soziale Systeme, die als „autopoietische“ Systeme beschrieben werden. Systemtheoretische Kommunikationsanalysen folgen dem „operativen Konstruktivismus“, demzufolge sich Systeme durch intern aneinander anschließende Operationen von ihrer Umwelt abgrenzen. Untersucht wird das

System der Massenmedien vor dem allgemeinen Hintergrund der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung, weswegen die Differenzierungstheorie als zentraler Baustein der Mediensoziologie betrachtet wird (vgl. Sutter 2018, In: Hoffmann, Winter 2018: 113f).

3.2. Klassische Theorien und Social Media

Dass auch Theorien, die in einer Zeit vor der Entwicklung des Internets entwickelt wurden, durchaus auch im heutigen Informationszeitalter noch relevant sind, soll nun anhand von drei Beispielen dargestellt werden.

3.2.1. Durkheim / Tönnies: Gemeinschaft-Gesellschaft

Zwei bekannte Soziologen des neunzehnten und zwanzigsten Jahrhunderts, die die Arbeiten des jeweils anderen immer wieder kommentierten und auch kritisierten, obwohl durchaus Ähnlichkeiten in den Gesellschaftstheorien vorhanden sind, sind der Franzose Emile Durkheim und der Deutsche Ferdinand Tönnies. Die intellektuelle Beziehung der beiden Soziologen ist ein gutes Beispiel für eine Reihe von Missverständnissen in der Geschichte der deutschen und der französischen Soziologie (vgl. Marcucci 2017: 276). An dieser Stelle soll nun erörtert werden, was die beiden Soziologen unter den Begriffen Gesellschaft und Gemeinschaft verstanden, einer Dichotomie, die von beiden in ähnlicher Form aufgegriffen wurde.

Die jungen Jahre des 1858 geborene Durkheim sind stark von der Unruhe und den Unsicherheiten geprägt, die durch die Konfrontation der Royalisten und der Befürworter der Dritten Republik im Frankreich nach 1870 herrschen. Durkheim stellte sich vor diesem Ausgangspunkt die zentralen Fragen, wie es kommt, dass eine Masse von Einzelpersonen eine Gesellschaft bildet und auf welche Weise es diesen Einzelpersonen gelingt, einen Konsens als die Voraussetzung des Lebens in der Gemeinschaft herzustellen. Die Grundlage für diese Überlegungen bildete die Erkenntnis, dass die alten Muster der Gesellschaft nicht mehr gültig wären. Während des Absolutismus hatte der König den Konsens dargestellt, durch den Einzelpersonen eine Gesellschaft bilden konnten. Als in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts konkurrierende Gruppen in Frankreich aufgetaucht waren, hatte sich

dieser Konsens verloren. Durkheim beschrieb nun den Übergang der Gesellschaft von einer mechanischen Solidarität zu einer organischen Solidarität. Diese beiden Begriffe beschreiben Pole der gesellschaftlichen Entwicklung, die in ihren reinen Formen nicht vorkommen müssen, die realen untersuchten Gesellschaften liegen irgendwo dazwischen (vgl. Korte 2001: 47f).

Die mechanische Solidarität ist nach Durkheim eine Solidarität durch Ähnlichkeit. Die Einzelpersonen einer Gesellschaft bilden ein Kollektiv, das die Welt in gleicher Weise deutet. Verbrechen verletzen das Kollektivgefühl und erfordern eine Wiederherstellung der verletzten Gefühle. Das Individuum ist der Gesellschaft direkt gegenübergestellt, in den sozialen Beziehungen hat es keine Wahlmöglichkeiten. Demgegenüber steht die organische Solidarität, die eine Solidarität der Verschiedenheiten ist. Es herrscht eine Arbeitsteilung, in der die Individuen einander ergänzen. Verbrechen werden als Vertragsverletzungen gesehen, die eine Wiedergutmachung erfordern. Das Individuum ist mit der Gesellschaft über intermediäre Organisationen verbunden und kann seine Beziehungen frei wählen. Durkheim brachte zum ersten Mal in der Soziologie die Vorstellung auf, dass Menschen in allen gesellschaftlichen Zuständen ein bestimmtes Kollektivbewusstsein hätten, das im Inneren eines jeden Menschen existiert, aber nicht selbst wählbar ist. Beschrieben werden kann dieses Kollektivbewusstsein als die gemeinsamen Überzeugungen und Gefühle der Durchschnittsmitglieder einer Gesellschaft, die durch die Sozialisation vermittelt werden und Orientierung bieten. Da es in differenzierten Gesellschaften der einzelnen Person selbst überlassen ist, zu glauben und zu tun, was sie möchte, stellte sich für Durkheim nun die Frage, wie es gelingt, einen Konsens als die Voraussetzung des Lebens in der Gemeinschaft herzustellen und auf welche Weise es organisiert werden kann, dass die Menschen in einer Gesellschaft zusammenleben und arbeiten können. Um dieses Problem zu lösen entwickelte er die Idee der Anomie, von der er verschiedene Formen beschreibt, beispielsweise den Gegensatz von Kapital und Arbeit, ein Zuviel an Regeln oder das Verkümmern der Funktionen. Es handelt sich um ein Organisationsmodell, anhand dessen an der Zahl und der Art der anomischen Situationen der Zustand einer Gesellschaft abgelesen werden kann (vgl. Korte 2001: 48-52).

Der 1855 geborene Ferdinand Tönnies studierte Philosophie und wurde 1909 Ordinarius in Kiel für den Lehrstuhl Soziologie. Bereits 1887 erschien in erster Auflage sein Buch „Gemeinschaft und Gesellschaft“, damals mit dem Untertitel „Abhandlung des Communismus und des Sozialismus als empirische Kulturformen“. In der zweiten Auflage, die 1912 erschien, wurde der Untertitel in „Grundbegriffe der reinen Soziologie“ geändert. In seinem Werk wollte Tönnies die neuen sozialen und politischen Entwicklungen der ersten Hauptphase der Industrialisierung in Deutschland untersuchen und systematisch auf den Begriff bringen. Mit Hilfe der beiden Begriffe „Gemeinschaft“ und „Gesellschaft“ wollte er den Übergang von einer traditionell-feudalen Gemeinschaft zu einer modernen bürgerlichen Gesellschaft umreißen (vgl. Korte 2001: 55f). Entscheidend beeinflusst wurde Tönnies dabei durch seine Studien der Philosophie von Thomas Hobbes, aus der er den rechtstheoretischen Entstehungsgrund seiner Theorie ableitete. Der Aufbau der sozialen Wirklichkeit als Zusammenhang von Willensbeziehungen hat ihren Ursprung in der Auseinandersetzung mit den Gedanken Hobbes (vgl. Bickel 1988: 95f).

Wie die Begriffe „organisch“ und „mechanisch“ bei Durkheim ist auch die Gegenüberstellung von Gemeinschaft und Gesellschaft bei Tönnies als Kontinuum gedacht. In einer Gemeinschaft, beispielsweise in einem Dorf im frühen Mittelalter, leben die Menschen meist in einer Großfamilie, die Verwandtschaftsbeziehungen stehen im Vordergrund und das Dorf verfügt über überschaubare Regeln. Tradition spielt eine wichtige Rolle. In einer Gesellschaft dagegen leben die Menschen in Großstädten, arbeiten entfremdet in Fabriken und unterhalten zweckmäßige Beziehungen. Politik hat den Platz von Sitte und Religion eingenommen. Die Vorstellungen von Durkheim und Tönnies von einem Gesellschaftswandel sind sehr ähnlich, wobei sie die Bezeichnungen für die Gesellschaftsformen entgegengesetzt verwenden. Was bei Durkheim mechanisch ist, wird von Tönnies als organisch bezeichnet (vgl. Korte 2001: 56).

Ebenso wie Durkheim war auch Tönnies stark von der Situation in seinem Heimatland geprägt. Die Industrialisierung war im Deutschland des 19. Jahrhunderts nicht so stark vorangeschritten wie in anderen europäischen Nationen, es gab nicht eine Metropole, sondern mehrere konkurrierende Städte. Vor diesem Hintergrund lässt

sich auch erklären, weshalb Tönnies die Entwicklung von der Gemeinschaft zur Gesellschaft eher mit Bedauern beschrieb, während Durkheim Formen von Gesellschaftspolitik und Erziehungskonzepte entwickelte (vgl. Korte 2001: 57).

Zur gleichen Zeit als Tönnies an „Gemeinschaft und Gesellschaft“ arbeitete erschienen erste Beiträge Durkheims im Journal „Revue philosophique“, in denen er zeitgenössische soziologische Arbeiten analysierte und kommentierte. Da Ferdinand Tönnies sich bereits einen Namen gemacht hatte, ist es wenig überraschend, dass 1889 eine Rezension Durkheims über das zwei Jahre zuvor erschienene „Gemeinschaft und Gesellschaft“ erschien. Die Auseinandersetzung mit den Ansichten von Tönnies bot Durkheim zudem die Möglichkeit, sie mit den eigenen Thesen, die er zu diesem Zeitpunkt entwickelte, zu vergleichen. Die Gedanken, denen er im Zuge dessen nachging, bildeten später die Grundlage für sein bekanntes Werk „The Division of Labor in Society“ (vgl. Aldous 1972: 1191).

In der Rezension brachte Durkheim seine Überzeugung zur Sprache, dass – entgegen der Argumente von Tönnies – Gesellschaften nicht weniger natürlich seien als Gemeinschaften und das Gruppenleben genauso natürlich sei wie in vorkommerziellen Gemeinschaften. Tönnies nutzte das Erscheinen von „The Division of Labor in Society“, um im Jahr 1896 selbst einen kurzen Kommentar im Journal „Archiv für systematische Philosophie“ über das Buch zu schreiben, in dem er seine Position gegenüber der Durkheims verteidigte. Obwohl Tönnies sich überrascht darüber zeigte, dass Durkheim trotz der Kritik an seiner Dichotomie sehr ähnliches System verwendete, war dieses Fakt für ihn nur von geringem Interesse, ebenso wie Durkheims Kritik am unnatürlichen Charakter des Gesellschafts-Begriffs. Stattdessen wollte er seine eigene Theorie von jener Durkheims abgrenzen, indem er seine pessimistischere Betrachtungsweise vom Leben in komplexen Gesellschaften betonte (vgl. Aldous 1972: 1192).

Heutzutage gehören sowohl Durkheim als auch Tönnies zu den Klassikern der Soziologie. Obwohl ihre Theorien nach wie vor gelehrt werden, kann durch einen Blick auf die speziellen geschichtlichen Gegebenheiten schnell der Eindruck entstehen, sie wären heutzutage nicht mehr oder bestenfalls nur mehr wenig relevant. Zweifelsfrei ist die Entwicklung von einer vorindustriellen Gemeinschaft zu einer

Gesellschaft in den Industriestaaten Europas mittlerweile abgeschlossen. Neue Relevanz gewinnen diese Theorien jedoch, wenn die gesellschaftliche Entwicklung nicht als abgeschlossen, sondern als immer weitergehend angesehen wird. Dem Übergang von der Gemeinschaft zur Gesellschaft scheint aktuell ein Übergang der Gesellschaft zu einer Online-Community zu folgen, was als ein weiterer Schritt der Individualisierung gesehen werden kann. Während in der Gemeinschaft die Familie und somit eine Gruppe anderer Individuen an erster Stelle stand, sind die Individuen in einer Gesellschaft bereits auf den eigenen Vorteil bedacht und schätzen soziale Beziehungen nach ihren Vorteilen ab. Heutzutage lässt sich beobachten, dass viele Bereiche des Lebens, darunter auch menschliche Kontakte, in eine digitale Sphäre verschoben werden. Obwohl die Wichtigkeit von Face-to-Face-Begegnungen abzunehmen scheint, so ist das Aufrechterhalten von bestimmten Beziehungen und auch das Knüpfen von neuen, vorteilhaften Kontakten dennoch ungebrochen relevant.

3.2.2. Das Kapital nach Bourdieu

Obwohl er eine Vielzahl seiner Werke bereits in den 1980er Jahren verfasste, zählt Pierre Bourdieu nach wie vor zu den meistzitierten Soziologen, da Fragestellungen und Konzepte aus dem Werk Bourdieus nach wie vor bedeutsam sind. Hierbei sind besonders sein objektive wie subjektive Aspekte einbeziehender Lebensstilbegriff und sein Konzept der Darstellung, Wahrnehmung und Anerkennung sozialer, ökonomischer und kultureller Ressourcen, Praktiken und Produkte als symbolisches Kapital weiterhin von Relevanz. Des Weiteren finden auch Bourdieusche Begriffe wie der „Habitus“ heutzutage noch rege Verwendung, da sie aufgrund ihrer oft mangelnden eindeutigen Definitionen und ihres kontextspezifischen Gebrauchs auch auf aktuelle Phänomene angewendet werden können. Bourdieu selbst bezeichnete die von ihm geschaffenen Begriffe ausdrücklich als „offene“ (vgl. Fröhlich, Mörth 1994: 9-12).

Bourdieu entwickelte seine Konzeptionen in Kritik herkömmlicher soziologischer und philosophischer Ansätze. Ähnlich wie Norbert Elias hielt auch er die verschiedenen traditionellen Dichotomien in der Philosophie und in den Sozialwissenschaften für obsolet und verhängnisvoll. Als roter Faden zieht sich das Interesse, den

Gegensatz von Subjektivismus und Objektivismus zu überwinden, durch seine Werke. Auch seine zentralen Konzepte Habitus, Feld und Kapital wurden mit dieser Ausrichtung entwickelt (vgl. Fröhlich 1994: 33).

Besondere Relevanz für diese Arbeit besitzt der Begriff des Kapitals. Um das Kapital verstehen zu können, muss zuerst der Begriff des Habitus geklärt werden. Bourdieu verstand darunter verkörperte Eigenschaften des Sozialen – Dispositionen, die aus der Sozialisation heraus entstehen und die bestimmte Handlungs- und Wahrnehmungsschemata generieren. Im Handeln werden in weiterer Folge auch Handlungsobjekte geschaffen. Um diese zu bezeichnen, verwendete er den von Marx entlehnten Begriff des Kapitals. Allerdings interpretierte Bourdieu ihn nicht in einem marxistischen Sinn, sondern griff auf Max Webers Klassentheorie zurück (vgl. Jurt 2012, In: Bergmann et al. 2012: 22).

Bourdieu teilte das Kapital, das er als Verfügungsgewalt über spezifische Ressourcen definierte, in vier unterschiedliche Formen ein: das ökonomische Kapital, das kulturelle Kapital, das soziale Kapital und das symbolische Kapital (vgl. Jurt 2012: 23ff). Obwohl auf den Begriff des Feldes in dieser Arbeit nicht näher eingegangen wird, sei an dieser Stelle gesagt, dass die Begriffe „Feld“ und „Kapital“ sich in gewisser Weise wechselseitig definieren und deshalb notwendig zusammengehören. Die verschiedenen Kapitalsorten stellen in weiterer Folge nämlich das theoretische Kriterium zur Differenzierung der spezifischen Felder dar (vgl. Schwingel 1995: 85). Dabei legt die jeweilige eigene Logik eines Feldes fest, welche Kapitalsorten in ihm relevant sind:

„In der Praxis, d.h. innerhalb eines jeweils besonderen Feldes sind inkorporierte (Einstellungen) wie objektivierte Merkmale der Akteure (ökonomische und kulturelle Güter) nicht alle gemeinsam und gleichzeitig effizient. Vielmehr legt die spezifische Logik eines jeweiligen Feldes fest, was auf diesem Markt Kurs hat, was im betreffenden Spiel relevant und effizient ist, was in Beziehung auf dieses Feld als spezifisches Kapital und daher als Erklärungsfaktor der Formen von Praxis fungiert. Konkret heißt das, daß (sic!) sozialer Rang und besondere Verfügungsgewalt, welche den Akteuren innerhalb eines Feldes zugewiesen werden, zunächst einmal vom spezifischen Kapital abhängen, das zu mobilisieren sie in der Lage

sind, wobei die Frage nach Verfügung über weitere Kapitalarten von minderer Bedeutung ist (wenngleich diese einen Ansteckungseffekt (sic!) ausüben können).
(Bourdieu 2014: 194f)

Nun sollen jedoch die einzelnen Kapitalsorten kurz beschrieben werden.

Das ökonomische Kapital zeichnet sich dadurch aus, dass es unmittelbar und direkt in Geld konvertierbar ist und hauptsächlich in Form des Eigentumsrechts institutionalisiert wird. In der Theorie Bourdieus ist das ökonomische Feld tendenziell dominant (vgl. Fröhlich 1994: 36)

Das kulturelle Kapital existiert in drei Formen: dem inkorporierten, dem objektivierten und dem institutionalisierten Kulturkapital. Das inkorporierte Kulturkapital beschreibt verinnerlichte, dauerhafte Fähigkeiten. Die Fertigkeiten müssen von den Investor_innen selbst erlernt werden und können nicht kurzfristig weitergegeben werden. Es ist jedoch möglich, dass sich die Einverleibung von kulturellem Kapital völlig unbewusst vollzieht. Das objektiviert Kulturkapital ist im Gegensatz dazu materiell in der Form von juristischem Eigentum übertragbar. Für die Aneignung ist jedoch inkorporiertes Kulturkapital vonnöten. Das institutionalisierte Kulturkapital drückt sich in Form von (Bildungs-)Titeln aus, ist schulisch sanktioniert und rechtlich garantiert. Dabei ist es relativ unabhängig von der Person der Besitzer_innen und auch von dem kulturellen Kapital, welches diese tatsächlich zu einem gegebenen Zeitpunkt besitzen (vgl. Fröhlich 1994: 35).

Das Sozialkapital bezeichnet die Gesamtheit der aktuellen und potenziellen Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe, einem Netz von Beziehungen, beruhen. Dieses Beziehungsnetz entsteht durch individuelle und kollektive Investitionsstrategien, die bewusst oder unbewusst auf die Schaffung von Sozialbeziehungen gerichtet sind, von denen sich die Akteur_innen auf kurze oder lange Sicht einen Nutzen versprechen. Für den Aufbau und den Erhalt dieses Beziehungskapitals ist ständige Beziehungsarbeit in Form von Austauschakten erforderlich (vgl. Fröhlich 1994: 35f).

Als letzte der vier Kapitalformen gründet das symbolische Kapital auf Bekanntheit und Anerkennung und ist synonym mit Ansehen, gutem Ruf, Ruhm oder Prestige zu verwenden. Gesehen wird es als die wahrgenommene und als legitim anerkannte Form der anderen drei Kapitalsorten. Vor allem in vorindustriellen Gesellschaften ist symbolisches Kapital von höchster Relevanz (vgl. Fröhlich 1994: 37).

Die Entstehung von Social Media war zu Lebzeiten Bourdieus noch in weiter Ferne und auch andere, herkömmliche Massenmedien wie Zeitungen und Zeitschriften finden in seinen Analysen oft keine Beachtung. Dabei kann ihnen an die Theorien Bourdieus anschließend eine Verstärkerfunktion zugeschrieben werden, indem sie Stilformen erlauben, aus ihrem ursprünglichen, begrenzten Umfeld zu entkommen und zu universellen Distinktionssymbolen aufzusteigen (vgl. Fröhlich, Mörth 1994: 19f). Besonders das symbolische Kapital lässt sich mit Social Media in Verbindung bringen, da eine große Anzahl an Likes und Follower_innen von vielen Menschen heutzutage als Statussymbol angesehen wird. Zudem ist es den Menschen auch möglich, ihre anderen Kapitalsorten einem größeren Publikum zu generieren und so auf unterschiedliche Weise Anerkennung zu erhalten. Die Analyse der im Zuge dieser Arbeit geführten Interviews fand unter Berücksichtigung dieser von Bourdieu angestoßenen Gedankengänge statt.

Als Fazit lässt sich sagen, dass die Begriffe und die konsequent relationale Betrachtungsweise Bourdieus elastisch genug sind, um problemlos historische und kulturspezifische Modifikationen und Anpassungen zu überstehen und somit empirisch bedeutsame, neue Erkenntnisse generieren können. Auch Bourdieus Konzepte, beispielsweise der Habitus, können durch weitere integrative theoretisch-empirische Arbeit weiterentwickelt und besser fundiert werden. Die von Bourdieu geprägten Theorien bilden auch heute noch einen guten Gesamtrahmen, in welchen zahllose weitere Theorien, Konzepte und Befunde sinnvoll eingefügt werden können (vgl. Fröhlich, Mörth 1994: 25).

3.2.3. Netzwerktheorie

„Menschen in den verschiedensten Kulturen und Religionen haben immer schon in Beziehungen zueinander gelebt. Dabei hat es zwar zu allen Zeiten sehr viele

und ausgesprochen unterschiedliche Formen von Verbindungen unter Menschen gegeben – meist abhängig davon, ob sie von gleicher oder verschiedener regionaler Herkunft, Standesgruppe oder Klasse waren –, aber die einzelnen Beziehungsformen selbst waren im jeweiligen gesellschaftlichen Gefüge relativ stabil angelegt und schufen für die Mitglieder der Gesellschaft langfristig zuverlässige Erwartungen über das Verhalten anderer in diesen Beziehungen. Beziehungen, Netzwerke oder Verbindungsformen zwischen Menschen in der Gesellschaft waren daher – für die gesellschaftstheoretische Analyse lange Zeit konstante und dementsprechend unproblematische Partner. Zwar leben Menschen heute immer noch in Beziehungen zueinander, aber stabil, zuverlässig und vor allem unproblematisch sind die in keiner Weise mehr. In der modernen Gesellschaft, d.h. in einer zunehmend individualisierten Welt mit einer Vielzahl sich ausdifferenzierender Funktionssysteme, in denen sich der Einzelne eigenständig zurechtfinden muß (sic!), stellt sich, wie Niklas Luhmann ausführt, die gesellschaftliche Integration, die vormals in fest vorstrukturierten Beziehungsgefügen und Netzwerken vorgegeben war, als ein zentrales gesellschaftliches Problem heraus.“ (von Twickel 2002: 1)

Wie in dem einführenden Zitat von Christian Freiherr von Twickel (2002) erläutert ist eine menschliche Existenz ohne Netzwerke seit jeher undenkbar. Obwohl es immer schon Unterschiede zwischen den Netzwerksystemen verschiedener Kulturen gab, so waren die Beziehungen doch innerhalb einer Gesellschaft bis in die jüngere Vergangenheit meist stabil. Verschiedene globale Einflüsse haben jedoch dafür gesorgt, dass sich die menschlichen Netzwerke nachhaltig verändert haben. Netzwerke eröffnen heutzutage Möglichkeitsräume und Optionen, bieten Kontrolle und Stabilität, ermöglichen Informationsgewinnung und sind der Raum, in dem sich Akteur_innen in Beziehung setzen, in gegenseitiger Abhängigkeit verorten und die eigene Identität bestimmen oder erschaffen können. Sie sind eine Perspektive, aus der heraus soziale Phänomene beobachtet und beschrieben werden können (vgl. Schmidt 2019: 239f). Durch die Medialisierung von Kontakten haben sich die typischen Kontaktflächen, beispielsweise der Wohnort oder der Arbeitsplatz, gelockert. Gruppenbeziehungen, die in der Soziologie gerne beschrieben wurden, haben sich aufgelöst und wurden durch viel lockerere Beziehungen, sogenannte Netzwerkbeziehungen, ersetzt. Durch die neuen Medien ist es möglich, zu weit

mehr Personen Beziehungen einzugehen, die auch tendenziell heterogener sind, als die „traditionellen“ Freundschaftsbeziehungen (vgl. Stegbauer 2008: 105).

Die Netzwerktheorie sowie die damit einhergehende Netzwerkanalyse sind ein junges Forschungsfeld und vor allem im deutschen Sprachraum noch nicht weit genug entwickelt, um zu den führenden US-amerikanischen Netzwerkanalysier_innen aufschließen zu können. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass in den USA die Analysetechniken im Fokus stehen, während im deutschsprachigen Gebiet stärker auf eine Theoriedebatte eingegangen wird (vgl. Stegbauer 2008: 11ff). Trotz dieser nationalen Unterschiede gehört das Netzwerkkonzept zu den Konzepten, die sich in den letzten Jahrzehnten besonders schnell verbreitet haben. Dies ist vermutlich auf die große Anzahl an Studien- und Forschungsrichtungen zurückzuführen, die soziale Netzwerke thematisieren, beispielsweise Anthropologie, Soziologie, Ökonomie oder auch Medizin. Die Liste ließe sich beliebig lang fortführen. Mithilfe des Netzwerkkonzepts können verschiedenste Felder erforscht werden. Kommunikationsnetzwerke, subkulturelle Szenen oder auch Netzwerke innerhalb von Organisationen gehören zu den Untersuchungsfeldern (vgl. Hollstein 2008: 91).

Aber was genau ist nun die Netzwerktheorie? Was macht sie aus? Die Besonderheit der Netzwerkforschung ist, dass der Beziehungskontext und die Beziehungsstruktur in die Analysen einbezogen werden und die Menschen somit nicht dekontextualisiert werden, so wie es in der klassischen Umfrageforschung häufig geschieht (vgl. Stegbauer 2008: 11). Die Netzwerkforschung legt den Blick demnach auf die Kontextgebundenheit und in weiterer Folge die Gesamtheit der sozialen Beziehungen. Über einzelne Beziehungen hinausgehend wird nach Relationen zwischen verschiedenen Beziehungen in einem Netzwerk und nach der Bedeutung von Strukturmerkmalen des Netzwerks und von sozialen Beziehungen für die soziale Integration gefragt (vgl. Hollstein 2008: 91). Die Wirklichkeitskonstruktion der Netzwerktheorie besagt, dass ein soziales Netzwerk aus den Beziehungen zwischen individuellen oder kollektiven Akteur_innen besteht, welche Personen, Organisationen oder auch Staaten sein können. Obwohl sich die Netzwerkanalyse gerne von individualistischen Theorieprogrammen abgrenzt, indem sie die Einbettung des Handelns in soziale Strukturen betont, so ist sie dennoch mit den

unterschiedlichsten soziologischen Theorieprogrammen kompatibel (vgl. Holzer 2015: 73). So ist beispielsweise eine Verbindung von der Netzwerkanalyse und der Sozialtheorie von Pierre Bourdieu sehr naheliegend, da Bourdieu als einer der Urheber des Sozialkapitalbegriffs von der Netzwerkanalyse stark beeinflusst war (vgl. Bernhard 2008: 121) Diese Offenheit gegenüber anderen soziologischen Paradigmen kann sowohl als Stärke, aber auch als Theorielücke interpretiert werden (vgl. Holzer 2015: 73).

Bereits seit der Etablierung einer sozialwissenschaftlichen Netzwerkanalyse besteht Interesse an der Dynamik von Netzwerken (vgl. Heidler 2008: 359). In der Netzwerktheorie können zwei Herangehensweisen unterschieden werden: die konstruktivistisch orientierte Netzwerktheorie von Harrison White sowie die strukturalistische Handlungstheorie, die sich mit dem Einfluss von Netzwerken auf soziales Handeln beschäftigt (vgl. Holzer 2015: 74). Beide Ansätze sollen im Folgenden kurz skizziert werden.

Eine besonders prominente Position im Netz der Netzwerkforscher nimmt Harrison C. White ein. Die Überlegungen Whites nehmen ihren Ausgangspunkt darin, dass die soziale Welt bei genauerer Betrachtung über komplexere Ordnungsprinzipien verfügt als beispielsweise Atome oder andere natürliche Systeme. Sie hat nichts gemein mit den stabilen Strukturen der atomaren Welt, sie ist wandelbar. Eine der Hauptfragen in der Soziologie Whites lautet daher, wie sich im Sozialen der Wechsel von einem Aggregatzustand zu einem anderen vollzieht. Seine Theorie positioniert White als Alternative zu instrumentalistischen und deterministischen Ansätzen positioniert. Dies geschieht durch eine Radikalisierung der relationalen Perspektive, was bedeutet, das Konstitutionsverhältnis von Person und sozialer Beziehung konsequent von der Beziehung her zu konzipieren; eine phänomenologisch inspirierte Analyse der sozialen Konstruktion von Netzwerkbeziehungen in sogenannten „stories“ und durch die Einbettung der Dynamik sozialer Netzwerke in umfassendere soziale Strukturen (vgl. Holzer 2015: 79-83). Unter „stories“ versteht White sprachliche Manifestationen, durch die sich die beteiligten Akteur_innen über den Zustand, die Eigenschaften und den Sinn beziehungsweise Nutzen ihrer sozialen Beziehungen verständigen und dabei immer Bezug auf frühere, gegenwärtige oder zukünftige Zustände, Ereignisse oder Entwicklungen nehmen.

„Stories“ dienen somit der Kontrolle von Identitäten in Netzwerken, durch sie werden soziale Relationen temporal verankert. Den Akteur_innen selbst misst White nur wenig Bedeutung bei (vgl. Schützeichel 2012: 348f). Insgesamt erinnert das „Story“-Konzept und die damit verbundene Charakterisierung von Netzwerkbeziehungen an den symbolischen Interaktionismus (vgl. Holzer 2015: 87).

Viele Netzwerkanalytiker_innen beschäftigen sich nur in sehr geringem Ausmaß mit dem Problem einer fehlenden theoretischen Fundierung und begnügen sich damit, die Netzwerktheorie in die Perspektive einer bestimmten Handlungstheorie, zum Beispiel der Rational Choice-Theorie, einzufügen. Andere Netzwerkanalytiker_innen möchten durch die Netzwerkanalyse einen Schritt in Richtung einer relational orientierten, formalen Soziologie tun, bei der die intermediäre Ebene sozialer Netzwerke im Zentrum einer relationalen Soziologie stehen soll. Dabei werden Akteur_innen und ihre Handlungen als interdependent angesehen, die Einbettung von Ego und Alter in ein Netz weiterer Beziehungen wird zum Gegenstand soziologischer Analysen und die Wahrnehmungen, Einstellungen und Handlungen werden als durch die strukturelle Position der Akteur_innen innerhalb eines Netzwerks beeinflusst gesehen, wodurch sich ein Bezugspunkt soziologischer Erklärung ergibt. Je nachdem, ob in der Folge mehr Gewicht auf die Beziehungen oder auf die Elemente der Netzwerke gelegt wird kann ein strukturalistischer Determinismus von einem strukturalistischen Instrumentalismus unterschieden werden. Die wechselseitige Konstitution von Relationen und Elementen wird weitaus seltener explizit zum Thema gemacht, ein strukturalistischer Konstruktivismus wird kaum vorgeschlagen (vgl. Holzer 2015: 74ff).

Es ist beobachtbar, dass das, was in Netzwerken als identitätsstiftend ausgehandelt wird und als relevant gilt als dynamischer Veränderungsimpuls auf gesellschaftliche Prozesse und Kultur ein- und rückwirkt. Von manchen Forscher_innen wird gar prognostiziert, dass die nächste Gesellschaft eine „Netzwerkgesellschaft“ sein wird (vgl. Schmidt 2019: 242). Außer Frage steht jedoch, dass durch den Fortschritt der Digitalisierung soziale Netzwerke eine neue, sich immer weiter ausdehnende Ebene bekommen haben. Durch Social Media wie beispielsweise Facebook, das als der Inbegriff eines Social Networks gilt, werden heutzutage private und berufliche Beziehungen geknüpft und aufrechterhalten und für die

Identitätserschaffung eröffnen sich immer weitere Möglichkeiten. Obwohl die Beziehungsarbeit nach wie vor unerlässlich für den Erhalt sozialer Netzwerke ist, so hat sie sich dennoch stark gewandelt, da sie nicht mehr persönlich vollzogen werden muss, sondern online vonstatten gehen kann. Dadurch lässt sich die Netzwerktheorie sehr gut auf alle mit Social Media verknüpften Themenbereiche anwenden.

4. Forschungsstand

Das folgende Kapitel bespricht den aktuellen Forschungsstand zur Social Media-Nutzung von Studierenden. Mehrere Studien sollen dabei vorgestellt werden, um deren Ergebnisse in weiterer Folge mit den Erkenntnissen aus den im Rahmen dieser Arbeit geführten Interviews vergleichen zu können. Bisher wurden Studien zu dieser Thematik vor allem im englischsprachigen Raum durchgeführt, jedoch wurden auch im deutschen Sprachgebiet bereits spannende Forschungen realisiert. In den frühen 2010er-Jahren, als Social Media einen ersten großen Aufschwung erlebte, rückte das Thema vermehrt in den Fokus der Wissenschaft, weswegen es aus dieser Zeit viele Veröffentlichungen gibt. Einige Ergebnisse aus diesen Studien sind nach wie vor relevant, andere nicht mehr zeitgemäß, da das Internet ein sehr schnelllebiges Ort ist, viele ehemals aktuelle Plattformen wieder verschwunden sind und die Technologie immer mehr Möglichkeiten bietet. In diesem Kapitel werden deswegen sowohl ältere Studien, deren Forschungsfragen auch heute noch aktuell sind, als auch jüngere Veröffentlichungen berücksichtigt.

4.1. Die Auswirkung von Facebook auf das Selbstbewusstsein von Studierenden

Amy L. Gonzales und Jeffrey T. Hancock untersuchten in einer im Jahr 2011 an einer großen Universität im Nordosten der USA durchgeführten Studie, ob der persönliche Auftritt auf Facebook einen Einfluss auf das Selbstbewusstsein von Student_innen nimmt. Insgesamt nahmen 63 Studierende (47 davon weiblich und 16 männlich) an der Erhebung teil. Die Teilnehmer_innen wurden dabei in drei Gruppen unterteilt. Die Personen der ersten Gruppe wurden ihrem Spiegelbild ausgesetzt, die Personen der zweiten Gruppe sollten ihr eigenes Facebook-Profil betrachten, die dritte Gruppe diente als Kontrollgruppe und wurde keinen zusätzlichen Reizen ausgesetzt. Allen drei Gruppen wurde derselbe Fragebogen zur Beantwortung vorgelegt.

Der Objective Self-Awareness-Theorie (OSA-Theorie) folgend lautete die erste Hypothese, dass die Gruppe, die dem Stimulus des eigenen Facebook-Profiles ausgesetzt war, stärkere negative Auswirkungen auf ihr Selbstbewusstsein erfahren

würde als die beiden anderen Gruppen. Die OSA-Theorie nach Duval und Wicklunf besagt, dass Menschen sich selbst sowohl als Subjekt als auch als Objekt wahrnehmen. Das Subjekt tritt in alltäglichen Situationen hervor, zum Beispiel beim Warten auf einen Bus oder beim Fernsehen, ist aktiv und sich seiner selbst nicht bewusst. Ihrem Dasein als Objekt werden sich Menschen bewusst, wenn sie ihren Fokus auf ihr Selbst richten, was sowohl positive als auch negative Auswirkungen zur Folge haben kann. Aufgrund dieser Theorie, die auch von früheren Studienergebnissen gestützt worden war, gingen Gonzales und Hancock davon aus, dass das Selbstbewusstsein der Testpersonen, die mit sich selbst in der Rolle des Objekts konfrontiert wurden, sinken würde. Diese Hypothese bestätigte sich allerdings nicht. Tatsächlich war das Gegenteil der Fall: die Studie kam zu dem Ergebnis, dass sich eine selektive Selbst-Präsentation positiv auf das Selbstbewusstsein auswirken kann. Das Ergebnis kann darauf zurückzuführen sein, dass Menschen im Normalfall auf Social Media eine optimierte Version ihrer selbst präsentieren und sich deswegen beim Betrachten ihres Profils gut fühlen. Diese Erkenntnis stimmt mit dem von Joseph Walther entwickelten Hyperpersonal-Modell überein und suggeriert, dass der Prozess der selektiven Selbstdarstellung in medialen Räumen das Selbstbewusstsein steigert, da aufgrund der zeitversetzten Reaktion der Empfänger_innen mehr Zeit dafür aufgewendet werden kann, sich selbst zu präsentieren (vgl. Gonzales, Hancock 2011: 79-82).

4.2. Facebook als Faktor für soziale Integration an der Universität

Clare Medge et al. widmeten sich im Jahr 2009 der Frage, welchen Stellenwert Facebook für die soziale Integration von Studierenden an deren Universität besitzt. Wie frühere Studien offengelegt hatten, benutzen bereits zu diesem Zeitpunkt 95% der britischen Student_innen regelmäßig Social Media. Da Facebook im Jahr 2009 bei weitem die populärste Social Media-Plattform darstellte, wurde sie in der Erhebung thematisiert. Daten wurden anhand eines Online-Fragebogens gewonnen, der an erstsemestrige Studierende einer britischen Universität gesendet worden war. Die Themen, die von besonderem Interesse waren, waren unter anderem, wie Facebook von den Erstsemestrigen zur Unterstützung und Sozialisation im universitären Leben genutzt wird und ob Social Media für Studienservicestellen

relevant sein könnte, die soziale und akademische Miteinbeziehung von Studierenden zu verbessern.

Ausgefüllte Fragebogen wurden von 213 erstsemestrigen Bachelorstudent_innen der untersuchten Universität zurückgesendet, was etwa sieben Prozent ihrer Gesamtanzahl im Jahr 2008 entsprach. Die Stichprobe war tendenziell weiblich dominiert, sozialwissenschaftliche Studiengänge waren überrepräsentiert, was bei der Interpretation der Ergebnisse von den Forscher_innen berücksichtigt werden musste. Die Erhebung ergab, dass 54 Prozent, also mehr als die Hälfte der Student_innen, schon vor dem Universitätsstart auf Facebook registriert gewesen waren, weitere Prozent traten unmittelbar vor Beginn ihres Studiums bei. 13 Prozent legten sich kurz nach Start der Universitätslaufbahn einen Account zu. Die wichtigste Motivation, bereits vor Semesterbeginn ein Profil anzulegen, war, schon im Vorhinein neue Bekanntschaften zu schließen und auch mit alten Kontakten in Verbindung zu bleiben. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass der studentische Hintergrund von Facebook die Befragten zum Beitritt animiert hatte und sie vorher zumeist auf anderen Plattformen wie Myspace registriert gewesen waren. Insgesamt 73 Prozent der Befragten gaben des Weiteren an, dass Facebook sehr wichtig oder wichtig für sie war, um neue Freundschaften an der Universität zu knüpfen. Dementsprechend gaben auch 84 Prozent an, dass Facebook ein wichtiger Teil ihres Tagesablaufes sei und 61 Prozent fühlten sich „abgeschnitten“, wenn sie sich länger nicht auf Facebook einloggen konnten (vgl. Madge et al. 2009: 141-155).

4.3. Lernen mit digitalen Medien aus Studierendenperspektive

Eine Studie des deutschen CHE Centrum für Hochschulentwicklung aus dem Jahr 2016 setzte sich zum Ziel, aufzudecken, welche digitalen Medien Studierende in Deutschland im Zuge ihres Studiums nutzen. Ausgewertet wurden dafür Rückmeldungen von 27.500 Student_innen aus 153 Hochschulen in elf Studienfächern.

Die Forscher_innen teilten die Befragten vier Nutzer_innentypen zu: „PDF-Nutzer_innen“, „E-Prüflinge“, „Videolernende“ und „Digitale Allrounder“. Die größte Gruppe bildeten in der Erhebung die „Pdf-Nutzer_innen“. Nach wie vor bevorzugen sie klassische digitale Medien, arbeiten mit PDF-Dokumenten, PowerPoint-

Präsentationen und nutzen vorwiegend E-Mails für die Kommunikation. Knapp 25 Prozent der Studierenden wurde der Gruppe der „E-Prüflinge“ zugeordnet. Diese nutzen im Rahmen ihres Studiums auch E-Assessment-Formate und sind mit dem Absolvieren digitaler Prüfungen vertraut. Die dritte Nutzer_innengruppe bildeten mit 23 Prozent die „Videolernenden“. Dieser Nutzer_innentyp ist besonders in Studienrichtungen mit einem hohen Digitalisierungsgrad vertreten, da es hauptsächlich in diesen Fächern ein entsprechendes Angebot gibt. Nur 21 Prozent der Studierenden gehörten in der Studie den „digitalen Allroundern“ an. Diese Nutzer_innengruppe nutzt im Studium das gesamte Angebot digitaler Medien, beispielsweise digitale Prüfungen, Social Media oder auch Online-Lernspiele. Besonders im Studienfach Informatik ist dieser Typus stark vertreten. Die Forschenden kamen zu dem Ergebnis, dass sich die private Nutzung digitaler Medien nicht zwangsläufig in den Universitätsalltag übersetzt. Nur in den Fächern, wo digitale Medien einen obligatorischen Bestandteil des Lernprozesses ausmachen, werden sie von den Studierenden auch in hohem Maße genutzt. Zudem konnte die Erkenntnis gewonnen werden, dass sich die Nutzung digitaler Medien auch innerhalb eines Faches deutlich unterscheidet wenn verschiedene Hochschulen verglichen werden. Die Forschenden kamen zu dem Schluss, dass digitale Medien vermehrt systematisch in der deutschen Hochschullehre verankert werden sollten, da digitale Lernformate einen didaktischen Mehrwert für Student_innen haben können (vgl. Hochschulforum Digitalisierung: 2016).

4.4. Medien in der Alltagswelt von Studierenden

Unter dem Titel „In Transition“ beschäftigt sich die Campus Media GmbH im Jahr 2015 mit der Medienwelt von Studierenden und ihren damit verbundenen Zukunftserwartungen. Die Forschung wurde als Pilotstudie mit drei Teilen konzipiert. Zunächst wurden 200 Studierende der Dualen Hochschule Baden-Württemberg zu ihrer Mediennutzung befragt. Anschließend wurde durch die App „I love MyMedia“ mittels Echtzeit-Erfassung die jeweilige Nutzungssituation von 83 Personen ermittelt. Im letzten Schritt diskutierten die Forschenden die Ergebnisse in drei Fokusgruppen mit Studierenden der Medienwirtschaft. Gemeinsam wurden deren Erwartungen an die nähere Zukunft besprochen.

Die Forschenden kamen zu dem Ergebnis, dass „klassische Medien“ wie lineares Fernsehen, Radio und Bücher sich nach wie vor unter den Studierenden größter Beliebtheit erfreuen. Jedoch gaben auch 38 Prozent der Befragten an, mehrmals pro Woche Mediatheken oder Online-Streaming-Dienste zu nutzen. Ein besonders gravierender Wandel konnte in der Kommunikation aufgedeckt werden. 99 Prozent der befragten Studierenden gaben demnach an, WhatsApp täglich zu nutzen, 96 Prozent sogar mehrmals täglich. 90 Prozent gaben zudem an, einen Facebook-Account zu besitzen, wobei 52 Prozent berichteten, höchstens einmal im Monat, seltener oder nie eigene Inhalte hochzuladen. Das Smartphone wurde als der zentrale Zugangsweg beschrieben. Fast 70 Prozent der Smartphone-Nutzungsvorgänge konnten Social Media zugeordnet werden, auf klassisches Telefonieren entfielen dagegen nur 10 Prozent. Als Erkenntnis konnte gewonnen werden, dass „klassische Medien“ zwar nach wie vor im Alltag der Studierenden eine große Rolle spielen, die Nutzung von digitalen Medien, allen voran Social Media, jedoch am Vormarsch ist (vgl. Campus Media: 2015)

4.5. Wofür nutzen Studierende Facebook?

Im Jahr 2015 war Facebook mit 28 Millionen registrierten Nutzer_innen die beliebteste Social Media-Plattform Deutschlands. Einen großen Teil der User_innen stellten die 18 bis 24-Jährigen dar. Eine von medienMITTWEIDA durchgeführte Erhebung ging der Frage nach, was sich Studierende von der Nutzung von Facebook erhofften. Dafür wurden 315 Student_innen des ersten und des dritten Semesters der Hochschule Mittweida befragt.

Über 90 Prozent der befragten Studierenden gaben an, dass der Hauptgrund für ihre Facebook Nutzung die Möglichkeit sei, schnell und unkompliziert kommunizieren zu können. Mehr als 30 Prozent der Befragten gaben an, durch Facebook die neuesten Trends mitverfolgen und somit auf dem Laufen bleiben zu können. 15 Prozent verspürten sogar die Angst, aktuelle Trends und Entwicklungen zu verpassen, sollten sie nicht auf Facebook angemeldet sein. Auch die Beschaffung von Informationen spielte für die Befragten eine wichtige Rolle, da die meisten Medien im Jahr 2015 bereits eine Facebook-Seite betrieben, über welche die Nutzer_innen schnell und unkompliziert Nachrichten konsumieren konnten. Die Studie kam zu

dem Ergebnis, dass Facebook für 58 Prozent der Befragten im Studienalltag eine große Rolle spielte, beispielsweise, um vor Prüfungen Materialien auszutauschen oder um Fragen zu stellen. Auch genannt wurde der Aspekt, dass Facebook eine Plattform für Jobangebote darstellen kann. Letztens Endes konnte die Erkenntnis gewonnen werden, dass Facebook im Universitätsalltag für viele Studierende eine große Rolle spielt, die meisten Nutzer_innen Facebook aber hauptsächlich für den privaten Gebrauch nutzen (vgl. medienMITTWEIDA: 2015).

5. Fragestellung und Methodik

In diesem Kapitel soll zunächst die Forschungsfrage besprochen werden, ehe auf die für ihre Beantwortung verwendeten Methoden näher eingegangen wird.

5.1. Forschungsfrage

Die dieser Arbeit zugrunde liegende Forschungsfrage lautet wie folgt: **„Wie bewerten Studierende der Universität Wien die Vor- und Nachteile von Social Media für die Organisation ihres Studien-, Sozial- und Alltagslebens?“** Durch das Führen von problemzentrierten Interviews soll herausgefunden werden, wie wichtig Social Media für ein erfülltes Studierendenleben an der Universität Wien ist.

Es wird vermutet, dass Social Media für die Lebensorganisation der Student_innen eine wesentliche Rolle einnimmt, da eine Mehrheit von ihnen mit Computer und Internet aufgewachsen ist, also Medien schon von Kindesbeinen an zum Alltag gehört haben. Über die Netzwerke können sowohl bereits bestehende Kontakte gehalten als auch neue Bekanntschaften vertieft werden. In den Interviews soll deswegen auf zwei Aspekte eingegangen werden: den studentischen und den privaten.

Zudem soll das Nutzungsverhalten von zwei verschiedenen Gruppen verglichen werden: den Jus-Student_innen und den Soziologie-Student_innen. Die zugrundeliegende Annahme ist, dass sich diese beiden Gruppen stark in ihrer Social Media-Nutzung unterscheiden, insbesondere was ihren Gebrauch dieser Medien fürs Studium anbelangt. Die Soziologie-Student_innen gelten als äußerst sozial. Es gibt unzählige Foren und Gruppen, in denen Materialien kostenlos geteilt werden und die zur Organisation von Lerngruppen dienen. Die Jus-Student_innen hingegen scheinen eher Einzelkämpfer_innen zu sein. Hier gibt es wenig umsonst, der Handel mit Mitschriften und Nachhilfe floriert.

Auch das Generationenthema könnte sich in den Interviews als relevant herausstellen. Jüngste Studien haben ergeben, dass sich Teenager_innen kaum mehr

im wahren Leben mit ihren Freund_innen treffen, sondern der Kontakt außerhalb der Schule fast komplett digital vonstattengeht. Wie sieht dies bei Student_innen aus, die in der Mehrzahl nicht wesentlich älter sind? Wie bewerten sie die Wichtigkeit von Face-to-Face-Beziehungen?

Zeitgleich mit den ersten Vorbereitungen für diese Masterarbeit ergab sich ein weiterer Fokus, der in dieser Form bisher nicht vorstellbar gewesen war. Durch den Ausbruch der Corona-Pandemie und die damit einhergehende weitgehende Verschiebung des Privat- und Studienlebens ins Internet – und auf Social Media – bekam die Durchführung der Erhebung eine völlig neue Relevanz. Mit speziell auf die Pandemie und die Zeit während und nach dem ersten Lockdown zurechtgeschnittenen Fragen soll herausgefunden werden, wie sich die Beziehung der Studierenden zu Social Media durch dieses einschneidende Erlebnis verändert hat.

Das Hauptaugenmerk liegt folglich auf der Bewertung der Medien durch die Student_innen. Außerdem soll herausgefunden werden, welche Plattformen sie nutzen und wie sie sie nutzen. Wie Wodzicki et al. (2014) feststellen, hat Social Media verschiedene Funktionen für die Nutzer_innen. Zum einen ist die Möglichkeit zum Identitäts- und Impressionsmanagement wichtig, da die User_innen selbst entscheiden können, was sie von sich preisgeben und auch wem sie etwas preisgeben. Zum anderen ermöglichen diese Plattformen, durch Verbindungen zu anderen Nutzer_innen soziale Netzwerke aufzubauen und auch zu pflegen (vgl. Wodzicki et al. 2014: 20). Jedoch gibt es – so gut das alles auch klingt – bestimmt auch Nachteile an der Nutzung von Social Media. Vor allem der Druck, sich ständig von der besten Seite zu präsentieren, könnte sich für junge Menschen als sehr belastend herausstellen. Vor diesen Hintergedanken wurde eine passende Methodik entwickelt, die nun näher erläutert werden soll.

5.2. Methodik

Um die Fragestellung angemessen beantworten zu können, fiel die Wahl der Methodik auf problemzentrierte Interviews. Interviewt wurden Studierende der Fachrichtungen Soziologie und Rechtswissenschaft an der Universität Wien, unabhängig von der Anzahl der bereits absolvierten Semester und ihres Alters. Da das

Hauptaugenmerk der Untersuchung auf den Gefühlen und Gedanken der befragten Personen zur Thematik liegt, wurde ein qualitativer Ansatz gewählt.

5.2.1. Begründung der gewählten Forschungsmethode

Wie im Kapitel zum bisherigen Forschungsstand ersichtlich basieren die meisten früheren Studien zum Themengebiet auf Fragestellungen, für deren Erhebung quantitative Methoden am Geeignetesten erschienen. Dabei lag der Fokus zumeist darauf, die Gesamtsituation in Zahlen abzubilden, Beweggründe und Gedanken der Studierenden zu sozialen Medien waren wenn dann nur von untergeordnetem Interesse, wodurch sich ein neues Forschungsfeld eröffnet. Die relativ gute Erforschung der Thematik durch quantitative Methoden und fehlende Untersuchung anhand von qualitativer Forschung war der ausschlaggebende Grund, diese Arbeit als qualitatives Design zu konzipieren. Durch das Führen von Interviews wird es möglich, die quantitativen Ergebnisse früherer Studien besser zu verstehen.

Bei der Frage nach der am besten geeigneten Interviewart fiel die Wahl auf das von Andreas Witzel entwickelte problemzentrierte Interview, auf welches im folgenden Unterkapitel näher eingegangen wird. Durch diese spezielle Art der Fragestellung können im Gespräch relevante Aspekte gezielt erfragt werden, während den Befragten genügend Freiraum gegeben wird, um Punkte anzusprechen, die ihnen selbst als wichtig erscheinen.

5.2.2. Das problemzentrierte Interview

Diese Art des Interviews wurde von Andreas Witzel in den 1980er Jahren entwickelt und ist – wie der Name schon vorwegnimmt – auf eine spezielle Problemstellung fokussiert. Durch die Abwechslung von offenen und engeren Fragen kann die Perspektive von Betroffenen dargelegt werden. Wenn mehrere Interviews geführt wurden, lassen sich die Perspektiven der unterschiedlichen Personen gut miteinander vergleichen und ermöglichen die Bildung einer Typologie.

Witzel zufolge zeichnet sich ein problemzentriertes Interview durch drei Grundcharakteristika aus:

- Prinzip der Problemzentrierung: Der Begriff der Problemzentrierung bezieht sich auf den Anfangspunkt der Forschung, ein von dem/der Forscher_in erkanntes, sozial relevantes Problem. Das Hintergrundwissen, über welches der/die Forscher_in im Vorhinein verfügt, muss offengelegt werden. Im Verlauf der Forschung kann es jedoch von großer Bedeutung sein, um Aussagen der Interviewpartner_innen verstehen und nachvollziehen zu können. Zudem ist es ratsam, zumindest grobe soziodemographische Merkmale beziehungsweise, je nach Fragestellung, die Lebensbedingungen der Befragten zu kennen, um ihre Antworten besser einordnen zu können (vgl. Witzel 2012: 24). (Witzel, Das problemzentrierte Interview, 1985)
- Prinzip der Prozessorientierung: Die Idee hinter diesem an der Grounded Theory orientierten Charakteristikum ist, den Forschungsprozess als eine Abfolge induktiver und deduktiver Schritte zu sehen. In einem ersten Schritt führt das Sammeln, Sortieren und Interpretieren von Datenmaterial zur Bildung von Kategorien und theoretischen Konzepten. Nachfolgend wird auf der Basis der gefundenen Hauptkategorien und entwickelten Theorien in den Daten organisierter nach neuen Ideen und Erkenntnissen gesucht. Durch dieses prozessorientierte Vorgehen bereichern Induktion und Deduktion sich gegenseitig. In einer Interviewsituation bedeutet dies, dass die Befragten immer wieder neue Aspekte des interessierenden Themas aufbringen, auf die durch Nachfragen weiter eingegangen wird. Durch den interaktiven Charakter des problemzentrierten Interviews werden sprachliche Barrieren vermindert (vgl. Witzel 2012: 27ff).
- Prinzip der Gegenstandsorientierung: Dieses Prinzip richtet sich gegen die automatisierte Anwendung von Methoden, die zwar etabliert und anerkannt sein mögen, ohne darüber zu reflektieren, ob diese für den gewünschten Anwendungsbereich geeignet sind. Die praktische Umsetzung des problemzentrierten Interviews richtet sich ganz nach den Besonderheiten des Forschungsgegenstandes. Kurz gesagt eröffnet diese Art des Interviews die

Möglichkeit, unterschiedliche Methoden zu verwenden und miteinander zu kombinieren (vgl. Witzel 2012: 29)

Das problemzentrierte Interview bedient sich verschiedener Instrumente: des Kurzfragebogens, des Leitfadens, der Tonbandaufzeichnung und des Postscriptums. Obwohl es sich um einen dezidiert qualitativen Ansatz handelt, kommt ein Kurzfragebogen zum Einsatz. Dieser erfüllt zwei Hilfsfunktionen: zum einen lässt sich durch die Aufnahme biographisch geladener Fragen ein günstiger Gesprächseinstieg ermöglichen, zum anderen können dadurch einige wichtige, die soziale Situation der Befragten kennzeichnende Informationen aus dem Interview genommen werden, wodurch vermieden wird, dass die Problementwicklung aus der Sicht der Befragten durch von außen in den Erzählstrang eingebrachte Fragen gestört wird. Ein weiteres Instrument ist der Leitfaden, der das Hintergrundwissen der Forschenden thematisch organisieren soll, um zu einer vergleichbaren und kontrollierten Herangehensweise an den Forschungsgegenstand zu kommen. Durch die Tonbandaufzeichnung wird gewährleistet, dass der gesamte Gesprächskontext und auch die Rolle der interviewenden Person erfasst wird. Zudem ermöglicht dieses Instrument, dass sich der/die Interviewer_in gänzlich auf das Gespräch und die Interviewpartner_in konzentrieren und situative und nonverbale Signale beobachten kann. Durch das nach dem Interview angefertigte Postscriptum erlangen die Interpret_innen wichtige Informationen, die ihnen dabei helfen können, einzelne Gesprächspassagen besser zu verstehen (vgl. Witzel 1985: 236ff).

5.2.3. Feldzugang und Sampling

Bei der Auswahl der Interviewpartner_innen wurde darauf geachtet, dass kein früherer Kontakt zwischen den Interviewten und der Forscherin bestanden hatte, um eine vollständige Neutralität ihnen und ihren Antworten gegenüber zu gewährleisten. Kennen sich Interviewer_in und Respondent_in, ist die Chance, dass manche Antworten durch soziale Erwünschtheit verzerrt werden, höher, als wenn die Situation weitestgehend anonym vonstatten geht. Gesucht wurden geeignete Personen sowohl über das Internet als auch durch das Schneeballverfahren, bei dem ausgehend von einer Person weitere von dieser benannte Personen befragt werden (vgl. Schnell, Hill, Esser 2018: 274). Bereits während der Entwicklung des

Forschungskonzepts wurde überlegt, dass nicht alle Personengruppen leicht online erreicht werden können. Die befragten Studierenden sollten erklären, wie sie selbst die Vor- und Nachteile von sozialen Medien empfinden. Personen, in deren Augen die Nachteile überwiegen, sind vermutlich schwer bis gar nicht über digitale Netzwerke zu erreichen – allerdings ist ihre Meinung nicht weniger interessant. Um auch diese Gruppe von Studierenden erreichen zu können, wurde auf das Schneeballverfahren zurückgegriffen. Gesucht wurde außerdem über die Facebook-Gruppen *Soziologie Uni Wien* mit 7.199 Mitgliedern (Stand 07.04.2020) und *Juridicum Wien – Rechtswissenschaften* mit 7.515 Mitgliedern (Stand 07.04.2020). Bei diesen beiden Gruppen handelt es sich um die Größten des jeweiligen Fachbereichs bezogen auf die Universität Wien auf Facebook. Ausgewählt wurden sie mit dem Ziel, eine möglichst breite Masse an Studierenden zu erreichen. Es wurde angedacht, auch auf Instagram nach Personen zu suchen, allerdings hatten die Fachbereichsgruppen auf dieser Plattform mit durchschnittlich 300 folgenden Personen zum Zeitpunkt der Stichprobengenerierung nur eine sehr geringe Reichweite.

5.2.4. Datenschutz und Forschungsethik

Eine Besonderheit der qualitativen Sozialforschung ist, dass nicht alle forschungsethischen, aus dem Forschungsprozess resultierenden Risiken und möglichen Belastungen im Vorhinein erfasst und beseitigt beziehungsweise geregelt werden können (vgl. Kämper 2015: 346). Dennoch ist der Gedanke an die Forschungsethik ein wichtiger Punkt in der Erstellung eines Forschungsdesigns.

Alle im Zuge dieser Arbeit interviewten Personen wurden im Vorfeld mündlich und auf Wunsch auch schriftlich um ihre Einwilligung gebeten, ihre anonymisierten Daten verwenden zu dürfen. Um die Anonymität der Interviewpersonen zu gewährleisten, werden diese in der Analyse lediglich mit der Laufnummer des Interviews genannt.

5.2.5. Interviewleitfaden

Der Leitfaden, der zur Durchführung der problemzentrierten Interviews verwendet wurde, wurde nach eingehender Recherche des aktuellen Forschungsstandes

erstellt. Da der Ausbruch der Corona-Pandemie in die Erstellungszeit fiel, wurde auch diese aktuelle Thematik in den Leitfaden aufgenommen, obwohl dies im ursprünglichen Design nicht vorgesehen war. Der Leitfaden befindet sich im Anhang der vorliegenden Masterarbeit.

Der Leitfaden wird von einem Gesprächsanreiz in Form einer offenen Erzählauforderung eröffnet. Die Interviewpersonen wurden gebeten, alles zu erzählen, was ihnen spontan zu ihrer eigenen Social Media-Nutzung einfiel. Nachfolgend unterteilt sich der Leitfaden in drei Frageblöcke:

1. Allgemeine Fragen zu Social Media
2. Fragen zur privaten Nutzung
3. Fragen zur universitären Nutzung

Im ersten Frageblock wurden die generellen Ansichten, Beobachtungen und auch Erfahrungen im Umfeld der Personen ermittelt. Durch die Schilderung eines vermeintlichen Wandels im Kommunikationsverhalten seit dem Vormarsch von Social Media wurde erhoben, ob sie dieser Digitalisierung kritisch gegenüberstehen oder sie vielleicht sogar begrüßen. Damit einhergehend wurden die Interviewpersonen auch gefragt, welche Gefahren sie bei der Nutzung von Social Media sehen und welche Vorsichtsmaßnahmen sie für sich selbst treffen. Zudem wurden sie auch gebeten, zu erläutern, welche Vor- und Nachteile sie Social Media generell zuschreiben.

Der zweite Frageblock fokussierte die persönliche Beziehung der Befragten zu Social Media. Gefragt wurde unter anderem, wie lange die Personen Social Media bereits nutzen, ob sie Rituale haben und welche Rolle Social Media in ihrem Leben spielt. Hier wurde auch nach den persönlichen Erfahrungen während der Corona-Zeit gefragt, inwiefern sich das Social Media-Nutzungsverhalten der Interviewpartner_innen vor allem in den Wochen des Lockdowns veränderte und ob sich durch diese Ausnahmesituation ihr Blick auf die Relevanz von Social Media nachhaltig verändert hat.

Im dritten Frageblock wurde auf die universitäre Social Media-Nutzung der Interviewpersonen eingegangen und erhoben, unter anderem, ob sie Social Media in irgendeiner Form im Zuge ihres Studiums benutzen beziehungsweise benutzt haben und welche Vor- beziehungsweise Nachteile sie in der Nutzung dieser Medien für das Studium sehen. Zudem wurden sie gefragt, ob sie sich eine vermehrte Einbindung von Social Media in den Unterricht wünschen und wie sie die Online-Auftritte der Universität Wien und anderer universitärer Institutionen beurteilen. Die Corona-Pandemie war auch in diesem Frageblock ein wichtiges Thema. Die Interviewpartner_innen wurden gebeten, über ihre Erfahrungen mit dem universitären Online-Unterricht, der während des Sommersemesters 2020 stattfand, zu berichten. Infolgedessen sollten sie auch ihre persönlichen Wünsche kundtun, wie universitärer Unterricht in der Zukunft aussehen soll, ob vermehrt auf digitales Lernen gesetzt werden soll oder ob das alte System der Präsenzlehrveranstaltungen doch zu bevorzugen ist.

Am Ende des Interviews wurden die Befragten gebeten, einen kurzen Fragebogen mit soziodemografischen Fragen und geschlossenen Fragen zum persönlichen Nutzungsverhalten und der benutzen Apps auszufüllen.

5.2.6. Interview-Erfahrung

Die Rekrutierung der Interviewpersonen startete Anfang August 2020 über Facebook, indem die Forscherin einen Aufruf in Gruppen der Soziologie und des Juridicums postete. Auf diesen Aufruf meldeten sich elf Student_innen, davon vier Jus- und sieben Soziologie-Student_innen. Zwei weitere Jus-Student_innen und eine Soziologie-Studentin wurden mittels Schneeballverfahren rekrutiert. Ab dem achten Interview wurden keine neuen Erkenntnisse mehr gewonnen, weswegen letztendlich elf Interviews geführt wurden.

Im ursprünglichen Forschungsdesign waren Face-to-Face-Interviews geplant gewesen, aufgrund der während der Erhebung aktuellen Corona-Situation überlies es die Forscherin jedoch den Interviewpersonen, ob sie sich persönlich treffen möchten oder das Interview lieber telefonisch oder Videochat abhalten möchten. Letztendlich wurde ein Interview über Videochat geführt, fünf Interviews wurden

telefonisch abgehalten und weitere fünf Interviews wurden face-to-face durchgeführt. Bis auf eines wurden alle Face-to-Face-Interviews im Innenhof des Hauptgebäudes der Universität Wien geführt. Dadurch, dass die Erhebung in den Sommerferien stattfand, war die Umgebung die meisten Zeit sehr ruhig und die Gespräche konnten in angenehmer Atmosphäre geführt werden. Einzig während der Transkription erwiesen sich die mehrmals laut zufallenden Eingangstüren zum Innenhof als störend. Die telefonischen Interviews erwiesen sich als sehr angenehm. Bis auf eine Respondentin, die das Interview während einer Zugfahrt führen wollte, befanden sich alle Interviewpartner_innen während des Gesprächs in ruhiger Atmosphäre zuhause. Auch der Videochat über Facebook erwies sich über weite Teile des Interviews als gute Methode. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass dadurch, dass sich Interviewerin und Interviewpartnerin sehen konnten, eine vertrautere Gesprächsatmosphäre entstand. Beide Seiten konnten auch nonverbale Signale und Gesten erkennen, die bei den Telefoninterviews völlig außen vor blieben. Zum Ende des Interviews gab es jedoch Verbindungsprobleme, wodurch für knapp zwei Minuten kein Ton zu hören war. Dieses Problem wurde durch einen erneuten Videoanruf gelöst.

Vor der Durchführung der elf Interviews wurde ein Pretest mit einer durch das Schneeballverfahren rekrutierten Person durchgeführt. Da sich keine Probleme ergaben und ein 35-minütiges Gespräch entstand, wurde mit dem Leitfaden ins Feld gestartet. Die Geführten Interviews dauerten zwischen 23 und 59 Minuten, wobei sich die meisten um eine Dauer von circa 40 Minuten befinden.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Durchführung der Interviews trotz dreier verschiedener Wege gut funktioniert hat. Die Interviewpersonen waren alle sehr interessiert, nach Beendigung des Gespräches bat ein Großteil von sich aus um die Zusendung der Ergebnisse nach Abgabe der Masterarbeit, alle weiteren gaben an, sich darüber zu freuen, nachdem dies ihnen von der Forscherin angeboten worden war. Das Thema Social Media war durchaus spannend für die Interviewpersonen, da alle in verschiedenem Ausmaß täglich damit konfrontiert sind. Auch dadurch, dass es sich um ein sozial akzeptiertes Thema handelt und bei keiner Antwort soziale Sanktionen, Verurteilung oder Ausgrenzung befürchtet werden musste, entwickelten sich die Interviews zu angenehmen Gesprächen, in

denen die Interviewpersonen gerne über ihre persönlichen Erfahrungen plauderten. Im Gespräch wurde darauf geachtet, unklar formulierte Antworten der Respondent_innen so lange in eigenen Worten zu wiederholen, bis eine klar formulierte Erkenntnis dabei zustande kam. Dabei wurde auch darauf geachtet, die Interviewpersonen nicht in eine bestimmte Richtung zu lenken. Generell achtete die Forscherin darauf, sich im Gespräch zurückzuhalten und den Personen Anreize zu geben, ihre Ansichten und Meinungen zum Ausdruck zu bringen.

5.2.7. Feinstruktur- und Themenanalyse

Für die Auswertung der Interviews wurde auf die sich ergänzenden Methoden der Feinstruktur- und der Themenanalyse zurückgegriffen. Die Feinstrukturanalyse ist ein sehr feines Instrument, mithilfe dessen latente Sinnstrukturen sehr kleiner Texteinheiten analysiert werden können. Die Themenanalyse konzentriert sich auf die genauere Erkundung von spezifischen Aspekten und rückt die inhaltliche Dimension von Gesprächen auf manifester Ebene in den Vordergrund (vgl. Lueger 2010: 186).

5.2.7.1. Feinstrukturanalyse

Das Ziel der Feinstrukturanalyse ist die Erfassung von Sinngehalten, wobei die Interpretation als extensive Sinnauslegung konzipiert ist, bei der zum Beispiel die Wahl der Worte, ihre Anordnung in einer Textstelle oder auch die Interpunktion als Hinweise auf interne und externe Bedingungen der Textproduktion gelesen werden. Die treibende Frage ist jene, *warum* ein Text genau in dieser Art produziert wurde (vgl. Lueger 2010: 188).

Feinstrukturanalysen eignen sich durch ihre Sensibilität hervorragend als Basis für weitere Interpretationsverfahren. Ist in einer Erhebung die Analyse mittels mehrerer Verfahren vorgesehen, so sollte diese Analyseform immer als erstes Verfahren angewendet werden, da feinere und tiefer greifende Verfahren anfälliger für inhaltliches Vorwissen oder Vorannahmen über den Text sind. Vor allem in der Orientierungsphase einer Forschung oder in frühen Analysezyklen ist die Feinstrukturanalyse hilfreich, da sie eine extreme Offenheit der Interpretation gewährleisten.

Zudem eignen sich Feinstrukturanalysen aufgrund der Analysegenauigkeit zur Untersuchung besonders wichtiger Textstellen (vgl. ebd.: 188f).

Kommt die Feinstrukturanalyse zur Anwendung, so ist der erste Schritt die Frage danach, welches Material den Forscher_innen vorliegt, mit der anschließenden Suche einer geeigneten Textstelle im Umfang von mehreren Protokollzeilen. Hierbei ist wichtig, dass das Protokoll sehr genau transkribiert sein muss. Ideal ist eine Interpretation in einer Gruppe, welche mit dem Text nicht vertraut ist. Als Textmaterial für die Analyse eignen sich hervorragend Eröffnungssituationen sowie Beschließungen von Interaktionssituationen, aber auch besonders auffällige beziehungsweise unauffällige Passagen eignen sich gut. Um die Analyse thematisch zu zentrieren eignen sich auch Textstellen, die mit den fokussierten Phänomenen in Zusammenhang stehen (vgl. ebd.: 190f).

Nachdem passende Textstellen ausgewählt wurden, werden sie für die Analyse in einzelne Sinneinheiten zerteilt, wobei immer nur eine fokussiert wird und die Einteilung der nächsten aufgeschoben wird, was dem Prinzip der Dekonstruktion entspricht, wonach Offenheit gewährleistet sein muss. Als Richtlinie für die Unterteilung soll gelten, zusammengehörige Wortgruppen oder Satzteile zu bestimmen, die gerade noch Sinn ergeben. In den weiteren, für die praktische Interpretation relevanten Schritten, sollen nach der Explikation des vorauslaufenden Kontextes verschiedene Perspektiven zum Text eingenommen werden – etwa jene der alltagskompetenten Beobachter_innen, jene der handelnden Person oder die wissenschaftlich distanzierte Perspektive. Anschließend sollen noch Prüfanahmen für nachfolgende Sinneinheiten überlegt werden. Für jede analysierte Sinneinheit wird auch kontrolliert, was die Interpretation für bisherige Annahmen bedeutet und ob Ergänzungen oder Modifikationen vorgenommen werden müssen. Das Analyseziel der Feinstrukturanalyse ist die (Re-)Konstruktion der (Re-)Produktionsmechanismen eines sozialen Zusammenhangs, wobei nachvollziehbare und wiederkehrende Interpretationsansätze herausgehoben werden (vgl. ebd.: 190-196).

5.2.7.2. Themenanalyse

Die Themenanalyse wird dazu verwendet, sich einen Überblick über Themen zu verschaffen, diese in ihren Grundaussagen zusammenzufassen und herauszufinden, in welchem Kontext sie auftreten. Durch die gezielte Suche nach Themen(gebieten) eignet sich diese Methode besonders für die Analyse von Expert_inneninterviews (vgl. Lueger 2010: 206).

Die Themenanalyse möchte nicht nur Themen benennen, sondern auch die charakteristischen Elemente der Themendarstellung herausarbeiten, um Unterschiede in der Darstellung eines Themas in einem oder mehreren Texten sichtbar zu machen. Dafür ist in zumindest ein grobes Verständnis über den Argumentationszusammenhang vonnöten. Wie auch bei der Feinstrukturanalyse muss im ersten Schritt eine passende Textstelle ausgemacht werden. Es müssen relevante Themen im Text identifiziert werden, wobei irrelevante Stellen wegfallen. Die Textanalyse ist somit ein textreduzierendes Verfahren. Die ausgemachten Themenblöcke sollten auch benannt, also kodiert werden. Anschließend werden die wichtigsten Charakteristika eines Themas zusammengefasst. Zudem ist von Interesse, in welchen Zusammenhängen ein bestimmtes Thema auftaucht. Damit einher geht die Frage danach, ob innerhalb oder zwischen Gesprächen Unterschiede in den Themen bzw. im Umgang mit Themen wahrgenommen werden. Im letzten Schritt der Analyse wird versucht, die Ergebnisse in den Kontext der Forschungsfrage zu integrieren (vgl. ebd.: 208-212).

6. Ergebnisse

Im nun folgenden Hauptteil dieser Arbeit werden die Ergebnisse, die mit Hilfe der problemzentrierten Interviews mit anschließender Feinstruktur- und Themenanalyse gewonnen werden konnten, vorgestellt.

6.1. Themen der Interviews

Durch das Lesen der Interview-Transkripte unter den Kriterien der Themenanalyse konnten sechzehn Themen identifiziert werden, die in mehreren oder allen Interviews von den Befragten behandelt worden waren:

1. Universitäre Nutzung: Die Art und Weise, in der die Student_innen Social Media in ihr Studienleben integrieren.
2. Generationen: Die Studierenden besprechen Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Social Media-Nutzung verschiedener Altersgruppen.
3. Mobbing: Die Student_innen erleben persönlich Mobbing auf Social Media oder werden zu Zeug_innen.
4. Persönliche Social Media-Nutzung: Die Art und Weise, wie Studierende Social Media in ihrem Privatleben nutzen.
5. Nachteile von Social Media: Aspekte von Social Media, die die Studierenden als negativ empfinden.
6. Vorteile von Social Media: Aspekte von Social Media, die die Studierenden als positiv empfinden.
7. Kontakte: Die Art und Weise, wie die Student_innen mit ihren Kontakten kommunizieren.
8. Gefahren: Die Risiken, die Studierende während der Nutzung von Social Media im Hinterkopf behalten.
9. Auswirkungen von Corona auf die private Social Media-Nutzung: Die Art und Weise, wie sich die Corona-Pandemie auf die private Social Media-Nutzung der Studierenden ausgewirkt hat.
10. Auswirkungen von Corona auf die universitäre Social Media-Nutzung: Die Art und Weise, wie sich die Corona-Pandemie auf die universitäre Social Media-Nutzung der Studierenden ausgewirkt hat.

11. Bewertung des Online-Auftritts der Universität Wien: Die Ansichten der Student_innen zur Präsenz der Universität Wien auf Social Media-Plattformen.
12. Wünsche für die Zukunft der universitären Lehre: Die Vorstellungen der Studierenden darüber, wie der universitäre Alltag in Zukunft aussehen könnte oder sollte.
13. Selbstdarstellung: Die Meinungen der Studierenden zur Selbstinszenierung auf Social Media.
14. Veränderung des Contents: Die Ansichten der Studierenden dazu, wie sich ihr eigener Content und der Content anderer Accounts über die Zeit verändert hat.
15. Influencer_innen: Die Meinungen der Student_innen zu Influencer_innen und deren Einfluss.
16. Online-Dating: Die Erfahrungen und Ansichten der Studierenden zu Online-Dating.

Die Themen aller Interviews wurden in der Folge in eine gemeinsame Tabelle gebracht, um sie vergleichen und Unterschiede herausarbeiten zu können. Die Tabelle macht ersichtlich, welche Themen von den Studierenden besonders häufig genannt wurden und welche nur in wenigen Interviews thematisiert wurden. Nicht aus der Tabelle abgelesen werden kann, welche Themen von der Interviewerin angesprochen wurden. Dadurch ergibt sich zwar das Bild, dass einige Themen in allen Interviews behandelt wurden, jedoch ist nicht gewiss, ob alle Interviewten diesen Aspekten genügend Wert beigemessen hätten, sie von sich aus anzusprechen. Nicht im Leitfaden vorhanden waren die Themen Mobbing, Selbstdarstellung, Veränderung des Contents, Influencer_innen und Online-Dating. Diese Themen wurden dennoch von mehreren Studierenden von sich aus angesprochen.

Spalte1	IP_1	IP_2	IP_3	IP_4	IP_5	IP_6	IP_7	IP_8	IP_9	IP_10	IP_11
Universitäre Nutzung	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Generationen			x	x	x	x		x	x		x
Mobbing	x	x	x			x					x
Nachteile von SM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Persönliche SM-Nutzung	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Vorteile von SM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Kontakte	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x
Gefahren	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Auswirkungen Corona privat	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Auswirkungen Corona Uni	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Online-Auftritt Uni	x	x	x	x	x	x		x		x	x
Wünsche für Uni	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Selbstdarstellung		x		x		x					x
Veränderung des Contents		x					x	x	x	x	x
Influencer		x				x			x		
Dating			x				x		x		

Abbildung 1 Tabelle der Themenanalyse

6.2. Ergebnisse nach Kategorien

Um eine bessere Übersichtlichkeit der Ergebnisse zu generieren, werden in der nachfolgenden Ergebnisaufbereitung die in der Themenanalyse bestimmten Themen in Kategorien eingeteilt. Artverwandte oder ähnliche Themen werden in Kategorien zusammengefasst, während Themengebiete, die von allen Befragten angesprochen wurden, eigene Kategorien bilden. Zudem wird der Unterschied zwischen den beiden befragten Student_innengruppen, den Jus- und den Soziologie-studierenden, herausgearbeitet.

6.2.1. Privates Smartphone- und Social Media-Nutzungsverhalten der Befragten

Auffällig bei der persönlichen Social Media-Nutzung der Interviewten ist, dass die Nutzung von Social Media schon in der Schulzeit der Befragten ein Thema war. Dabei wurde die Nutzung sowohl passiv bei Freund_innen beobachtet, als auch eigene Accounts angelegt. Auch dabei waren zumeist die Freund_innen und der gleichaltrige Bekanntenkreis der ausschlaggebende Grund für die Registrierung. Vor allem Facebook erfreute sich zu dieser Zeit großer Beliebtheit. In eigenen Klassen-Gruppen wurde nach dem Unterricht auf Facebook geschattet. Die Abwesenheit in diesen Gruppen führte dazu, am nächsten Tag in der Schule ausgeschlossen und uninformatiert zu sein. Wobei keine_r der Student_innen im Interview angab, rein aus Gruppenzwang gehandelt zu haben, so war doch das Umfeld der Hauptgrund, wie IP_7 zusammenfasst. Es wurde einfach als Selbstverständlichkeit

empfundener, auf Social Media registriert zu sein und so auch nach dem Schultag mit der Peer Group verbunden zu bleiben.

„Glaub, angefangen hats wahrscheinlich in der Unterstufe im Gymnasium, also so sagen würd ich, schätzen würd ich zwölf. (...) Also i glaub, irgendwie war das, das hat ma einfach gmacht. (...) Das macht, das (1) hat keiner weder als so richtigen Zwang empfunden, noch als so „das ist jetzt total aus mir rausgekommen“.

Das war so schon was, das hat man (2).“ (IP_7: 142-153)

Ein weiterer wichtiger Grund für den Beitritt auf Social Media ist der, dass manche Organisationen nur über Facebook erreichbar sind. In den Interviews kam zur Sprache, dass ein Facebook-Account beinahe eine Notwendigkeit darstellt, wenn es um die Kontaktaufnahme mit vielen Vereinen geht oder um, in weiterer Folge, ein Amt in diesen bekleiden zu können. Auch das Erhalten von bestimmten Informationen und Fotos ist als Grund zu nennen. IP_5 registrierte sich auf Facebook, um an Fotos eines Ausflugs zu gelangen, die auf der Plattform hochgeladen worden waren. Ohne einen eigenen Account hätte sie nicht die Möglichkeit gehabt, die Fotos zu sehen, geschweige denn zu speichern.

„Mit vierzehn hod ma si aumödn derfn und (1) do hob i mi damois ah augmödt, weil irgendweche Būda von am Ausflug auffigstöt worn san und de wuit i huid hom. Zu de wa i aundas goa ned kumma. Des woa ah so a Thema, für des host as braucht.“ (IP_5: 121-124)

Auch heutzutage ist Facebook für die Befragten immer noch ein Thema, wobei sich die Art der Nutzung über die Jahre verändert hat. Auf diese Veränderung wird in weiterer Folge der Ergebnisdarstellung näher eingegangen. Eine Studierende möchte sich nach wie vor nicht registrieren. Im Interview berichtete sie, dass Facebook während ihrer Schulzeit sehr modern war und viele ihrer Mitschüler_innen dort registriert waren, sie das Konzept dahinter aber nie sinnvoll fand.

„I woa nie angemeldet, des woa damals in meiner Schulzeit so richtig topaktuell. Jeder hod sich angemeldet und jeder hod drin sein miassn und jeder hod grad geteilt, was moch i und wos will i und des interessiert mi nit.“ (IP_11: 166-168)

Obwohl diese Interviewte Facebook ablehnt, verweigert sie sich Social Media nicht komplett. So verfügt sie über einen Instagram-Account. Instagram wird von den Befragten als eine Plattform beschrieben, auf der sie sich gerne die Zeit vertreiben. Die Studierenden verfolgen hauptsächlich die Profile ihrer Freund_innen und Bekannten, um in deren Leben auf dem Laufenden zu bleiben, nutzen die Plattform aber auch, um sich über spezifische Themen zu informieren oder sich Fähigkeiten anzueignen. IP_6 schätzt Instagram, da sie dort gebündelte Informationen und Anleitungen zu teilweise sehr speziellen Themen gebündelt auf darauf spezifizierten Accounts finden kann.

„... Instagram verwend ich eigentlich halt sehr viel so für, ahm, um irgendwelchen Influencern zu folgen oder so. Meistens auch so zu speziellen Themen, so, weiß ich nicht, (2) ahm, ich interessier mich zum Beispiel, ahm, seit kurzem für so Zimmerpflanzen. Da folg ich halt einer, die sich halt damit so gut auskennt, Tipps gibt. Oder eine, die, ahm, so Makramees selber knüpft.“ (IP_6: 225-230)

Besonders wichtig für die Studierenden ist WhatsApp. Die Befragten geben an, auf WhatsApp nicht oder nur sehr schwer verzichten zu können. WhatsApp spielt eine wichtige Rolle bei der Organisation des Alltags der Studierenden, da SMS nicht mehr verwendet werden und Anrufe aus verschiedenen Gründen nicht immer erwünscht oder möglich sind. Die Student_innen schätzen die schnelle und einfache Art zu kommunizieren und dass fast jede_r über einen WhatsApp-Account verfügt. Durch WhatsApp können scheinbar große räumliche Distanzen überwunden werden und auch verschiedene Altersgruppen können sich miteinander verknüpfen, denn der Gebrauch von WhatsApp verläuft generationenübergreifend. Beispielsweise berichtet IP_10 von einem Gespräch mit ihrer Großmutter, in dem diese erzählt, dass sie mit ihren Freund_innen und Bekannten über WhatsApp kommuniziert und dabei auch gerne Fotos der Enkelkinder ausgetauscht werden.

„Und, pf, wos mir mei Oma zum Beispü erzöht hod, is des sogoa bei ihrer Oitasgruppn so, dass, dass des, äh, gaunz normal is, dass Fotos über WhatsApp ausgetauscht werdn und, äh, jo, wenn die eine a Enkerl kriagt hod, äh, daun wird des herumzagt am Handy und herumgeschickt und jo.“ (IP_10: 121-125)

In den Interviews wurde die Funktion des Smartphones als Allrounder unterstrichen. Es dient als Kommunikationsmittel, Informationsquelle und Zeitvertreib. Durch Besitz eines Smartphones und die Nutzung von Social Media tritt die Nutzung anderer Geräte in den Hintergrund. Besonders deutlich wurde der steigende Einfluss von Social Media von IP_8 beschrieben. Er verwendet traditionelle Medien wie das Fernsehen oder auch Kochbücher kaum mehr, sondern konsumiert Inhalte gebündelt über Social Media.

„... oiso Social Media verwend i eigentlich für olle Bereiche in meim Leben. Wirklich für olle, für olle Bereiche im Leben, wauns jetzt darum geht, Kochrezepte zu finden oder Veranstaltungen zu suchen oder mit Freunden in Kontakt zu treten oder, (2) ahm, Nachrichten zu lesen. Für, für quasi olle Bereiche des täglichen Lebens verwend i mittlerweile Social Media u n d des schlägt auch so zu Buche, dass i quasi diese gaunzn aundan Plattformen, de eigentlich dafür verwendet werden suitn, beziehungsweise obs jetzt TV is oder sunstiges, ahm, die dabei völlig außen vor loss.“ (IP_8: 6-13)

6.2.2. Social Media im Student_innenleben

Auch im Zuge ihres Studiums sind die Befragten mit Social Media in Berührung gekommen. Allerdings nicht etwa dadurch, dass dies fixer Bestandteil von Lehrveranstaltungen wäre, sondern durch Eigeninitiative. Dabei wird deutlich, dass die Student_innen den verschiedenen Social Media-Plattformen verschiedene Aufgaben zuweisen.

Die Plattform Facebook beispielsweise wird von den Student_innen hauptsächlich universitär und nur zweitrangig privat genutzt. In verschiedenen Gruppen, die sich entweder an alle Studierenden einer Studienrichtung oder nur an die Teilnehmer spezieller Lehrveranstaltungen richten werden Materialien ausgetauscht und Fragen gestellt. Vor allem um sich über einzelne Prüfungen oder Erfahrungen mit Professor_innen zu informieren erfreut sich die Plattform großer Beliebtheit. Es ist sehr selten, dass ein_e Student_in über keinen Facebook-Account verfügt. Die Gründe dafür können vielfältig sein, ein Hauptgrund für Verweigerung ist jedoch die Angst um die eigene Privatsphäre. Um dennoch vom Austausch unter den Studierenden

auf Facebook profitieren zu können, werden Mitstudierende mit Facebook-Account gebeten, die dort hochgeladenen Unterlagen zu besorgen, wie auch IP_11 im Interview erklärte.

„... oiso es verwenden viele Facebook (1) verwenden auf da Uni oiso i hob amal kurz überlegt, ob i mi anmelden soll unter foischen Namen, ohne Foto und so weiter. (2) Hobs oba ned gmocht.“ (IP_11: 210-212)

„Also I hob mas wieder persönlich über Freunde besorgt, de es daun eben von, zum Beispiel, Facebook oder sunst woher hom.“ (IP_11: 336-337)

Die Studierenden sind sich jedoch darüber einig, dass ein Facebook-Account im Studium vorteilhaft ist, vor allem in der Anfangszeit. Wenn die vielen neuen Eindrücke überfordernd sein können, bietet Facebook einen ersten Anlaufpunkt. Eine Interviewte schildert, dass sie auf Facebook in den Anfängen ihrer Studienzeit eine Hilfestellung bekam, auf die sie anderweitig nicht hoffen konnte. Da sie als eines der ersten Familienmitglieder ein Studium absolviert, konnte sie in der Anfangsphase des Studiums auf keine Erfahrungswerte von ihr vertrauten Personen zurückgreifen. In den Facebook-Gruppen konnte sie sich an eine große Community mit einschlägiger Erfahrung wenden.

„Ahm, (2) ich komm halt aus einer Familie, also bei mir hat noch fast gar keiner halt davor studiert und deswegen hab ich auch niemanden wirklich ghabt, den ich fragen konnte, so „hey, wie funktioniert das an der Uni?“ oder „was muss ich beachten?“ oder solche Sachen.“ (IP_6: 511-514)

Auch in anderen Interviews wurde thematisiert, dass die Facebook-Gruppen häufig als erster Anlaufpunkt dienen. Auch wenn sie nur passiv genützt werden und keine Kontakte geknüpft werden, so wird allein das Gefühl, Teil einer Gruppe zu sein, die im Notfall konsultiert werden kann, von IP_4 als positiv beschrieben.

„Ähm, aber es ist einfach, glaub ich, jetzt für mich gut gewesen, in diesen Gruppen da drin gewesen zu sein, auch wenn ich da gar nicht so viel oder gar

niemanden kennengelernt habe. Ähm, einfach das Gefühl zu haben, ich gehör irgendwie dazu.“ (IP_4: 506-510)

Es lässt sich feststellen, dass Facebook von Student_innen sehr passiv genutzt wird. Suchen sie nach einer bestimmten Information, werden die verschiedenen Facebook-Gruppen durchforstet. Auch mit dem Kommentieren von Beiträgen halten sich die Befragten zurück, es sei denn, sie sind sich ihrer Antwort sehr sicher. Eigene Fragen zu posten wird als letzter Ausweg gesehen. Die Studierenden fragen immer zuerst Mitstudierende oder andere Kontakte, die sich mit der Fragestellung auskennen könnten. Erst wenn sich durch die persönlichen Beziehungen keine genügende Antwort generieren lässt, wird eine öffentliche Frage auf Facebook gepostet, wie IP_10 im Interview beschrieb.

„... die Facebook-Gruppen san immer der letzte Ausweg, wenn i überhaupt nermt was, den i frogn kau.“ (IP_10: 388-389)

Ein weiterer positiver Aspekt von Facebook, der von den Studierenden beschrieben wird, ist die erleichterte Möglichkeit zur Kontaktaufnahme. IP_9 sieht vor allem Vorteile für introvertierte Menschen, da es seiner Meinung nach weniger Mut erfordert, jemanden über Social Media anzuschreiben als persönlich in der Realität jemanden anzusprechen. IP_1 hat über Social Media einen Kontakt geknüpft, der sich als eine Freundschaft ins echte Leben übertragen hat. Vor allem für Studierende, die ihr Studium alleine, möglicherweise sogar in einer fremden Stadt beginnen, kann Social Media sehr hilfreich sein, um Anschluss zu finden und neue Bekanntschaften an der Universität zu schließen.

„Weil, es kommt schon auf die Person an, ob man jetzt so ein offener Mensch oder eher zurückgezogen, (1) also Lerngruppen oder so findet man wahrscheinlich online schneller, (1) weil man halt weniger Angst braucht (1) oder so, vielleicht. Wenn man jetzt auf irgendwen Fremden zugeht und kennenlernt, es ist halt schon dann ein großer (1) Schritt für manche Leute.“ (IP_9: 371-376)

„Sicher is leichter, weil, ahm, a andere Freundin von mir, de hod eigentlich uns gefunden über Social Media, weil sie reingschrieben hod, wer ausm Burgenland

noch in Wien studiert und so, ahm, wer grad anfangen hod und so hom wir uns eigentlich kennen gelernt.“ (IP_1: 391-395)

Während Facebook hauptsächlich zur Besprechung von allgemeinen Themen und zur Einholung verschiedener Meinungen einer großen Gruppe verwendet wird, dient WhatsApp im Studium vor allem dazu, mit bereits geschlossenen Lerngruppen und im Rahmen von Gruppenarbeiten mit den anderen Teammitgliedern zu kommunizieren. Es handelt sich um einen privateren Raum, die Studierenden kennen die anderen Mitglieder in ihren WhatsApp-Gruppen fast immer persönlich. IP_2 beispielsweise verwendet WhatsApp im universitären Rahmen für verschiedenste Aufgaben. Er ist dabei Mitglied in mehreren Gruppen, die sich jeweils mit spezifischen Vorlesungen beschäftigen oder die dazu dienen, Gruppenarbeiten zu organisieren.

„Also grundsätzlich, ahm, am häufigsten verwend ich WhatsApp. Das brauch ich einerseits natürlich für die Uni mit den verschiedensten (1) WhatsApp-Gruppen für Vorlesungen, Gruppenarbeiten et cetera, also das ist sozusagen die Plattform, die ich am häufigsten nutze.“ (IP_2: 6-9)

Andere Social Media-Plattformen werden von den Befragten fürs Studium kaum verwendet. Der Verfolgung der Accounts der Universität Wien oder der ÖH auf Social Media-Plattformen wird wenig Relevanz beigemessen. Sie werden als beiläufige Informationsquellen gesehen, zum tatsächlichen Informationsgewinn werden aber die offiziellen Homepages genutzt. Vereinzelt wurde in den Interviews die App Studo angesprochen. IP_2 verwendet sie, um sich im Vorhinein über bestimmte Dozent_innen zu informieren, bei denen er Vorlesungen oder Übungen besuchen beziehungsweise Prüfungen schreiben möchte.

„... auf Facebook gibt's recht gute, ahm, Materialsammlungen zu verschiedenen Vorlesungen et cetera. Ahm, WhatsApp is hauptsächlich für die Kommunikation, aber auch für den Versand von Unter, also, oder Studienmaterial recht praktisch. Und, ah, Studo ist deswegen recht praktisch, weil, ahm, dort gibt's ja dieses Studo-Wiki, ahm, und da kann ma einfach dann schon relativ gut abschätzen, ok,

der Dozent möchte (1) das und das in der Abschlussarbeit, die Dozentin stellt die und die Fragen eher bei der Prüfung.“ (IP_2: 359-365)

Bei Studo handelt es sich um eine App, die speziell für Studierende entwickelt wurde und in Österreich aktuell 120.000 Nutzer_innen hat. Die App, die in Österreich und Deutschland für insgesamt 40 Hochschulen zur Verfügung steht, soll bei der Organisation des Studienlebens helfen. So können über die Plattform Studienpläne, Prüfungstermine, Uni Mails oder auch freie Räume abgerufen werden. Bei der Workloaderhebung können die Studierenden den Arbeitsaufwand einzelner Lehrveranstaltungen eintragen und somit anderen Studierenden, die diese Veranstaltung in der Zukunft in Betracht ziehen, einen Einblick geben. Über die App sind auch Gutscheine für Studierende verfügbar und Unternehmen können Jobs für Student_innen oder Absolvent_innen inserieren (vgl. medienkraft: 2020).

6.2.3. Relevante Apps und Plattformen

In den Interviews wurde deutlich, dass vor allem WhatsApp für die Befragten sowohl im Universitätsalltag als auch in ihrem Privatleben eine wichtige Rolle spielt.

„Also grundsätzlich, ahm, am häufigsten verwend ich WhatsApp. Das brauch ich einerseits natürlich für die Uni mit den verschiedensten (1) WhatsApp-Gruppen für Vorlesungen, Gruppenarbeiten et cetera, also das ist sozusagen die Plattform, die ich am häufigsten nutze.“ (IP_2: 6-9)

WhatsApp wird ausnahmslos von allen befragten Student_innen verwendet und dabei auch als recht sichere Plattform empfunden. Eine Alternative zu WhatsApp ist Telegram, die allerdings nur verwendet wird, um mit Personen zu kommunizieren, die sich aus Datenschutzbedenken nicht auf WhatsApp registrieren möchten. Telegram hat eine ähnliche Funktionsweise wie WhatsApp, jedoch unterscheiden sie sich vor allem im Bereich der Sicherheitsfunktionen. Während WhatsApp alle Unterhaltungen mithilfe des Open Whispers System, das als sicherster Instant-Messenger überhaupt gilt, verschlüsselt, greift Telegram auf sein eigenes System MTPROTO zurück, von dem bisher kein Datenleak bekannt ist. Zudem ist es auf Telegram möglich, einzelne Chats mit einem Passwort zu sichern, Screenshots zu

verhindern, die Tastatur auf Inkognito-Modus umzuschalten oder Nachrichten zu senden, die sich nach einer gewissen Zeit selbst zerstören. Ein weiterer wesentlicher Unterschied ist, dass die Nutzer_innen bei WhatsApp ihre reale Telefonnummer angeben müssen und die vor den Kontakten nicht verborgen werden kann, während bei Telegram die Angabe der Telefonnummer optional ist (vgl. CCM: 2019). Die Studierenden geben an, die Bedenken ihrer Kontakte bezüglich Datenschutz verstehen zu können, WhatsApp aber dennoch zu nutzen, da fast jede_r dort registriert ist. Neben der privaten Nutzung zur Kommunikation mit Familie und Freund_innen ist WhatsApp auch im Studium ein wichtiges Kommunikationsmittel, beispielsweise für die Organisation von Projektgruppen. Auch Lerngruppen werden gerne über WhatsApp organisiert, vorrangig mit befreundeten Studierenden, wie IP_3 berichtete.

„Ja, also ich war schon einmal in so einer WhatsApp-Lerngruppe, das fand ich auch sehr sinnvoll, ahm, und das würd ich auch wieder so machen, ja.“ (IP_3: 389-391)

Auch Facebook ist nach wie vor eine unter Studierenden sehr beliebte Plattform, wobei auffällt, dass die Nutzung hauptsächlich passiv erfolgt. Vor allem in ihrer Schulzeit nutzten die Student_innen Facebook aktiv, um Posts und Bilder zu teilen. Heutzutage wird die Plattform abgesehen vom Austausch in Universitäts-Gruppen hauptsächlich zum Anschauen lustiger Bilder und Videos sowie zum Lesen von Artikeln und zum generellen Informationsgewinn genützt. IP_10 ist der Meinung, dass ein Social Media-Zugang wichtig ist, um informationstechnisch nicht den Anschluss zu verlieren.

„Jo, ahm, also für Leute, die, äh, erwerbstätig san oder studieren, is es sicher sehr wichtig, äh, meiner Meinung nach. Weil des, ma, ma bekommt sehr vü Sochn afoch nicht mit, wenn ma, äh, kane, äh, Plattformen wie Facebook oder Instagram oder Online-, äh, Zeitungsforen nix nutzt, do, is, do is ma afoch uninformiert.“ (IP_10: 134-138)

Im Zuge des Studiums nutzen die Befragten Facebook vor allem dafür, sich Meinungen und Tipps anderer Studierender zu holen und Fragen zu

Lehrveranstaltungen und Professor_innen zu holen. Der Meinungs austausch in den Netzwerken bringt jedoch auch Nachteile mit sich. So können die vielen verschiedenen Ansichten, Erfahrungswerte und Meinungen, die auf Facebook zu Prüfungen und Professor_innen kundgetan werden, zu vermehrter oder unnötiger Nervosität führen, wenn eine Prüfung als besonders schwer oder ein_e Professor_in als ungerecht beschrieben wird. Unter den Jus-Student_innen herrscht ein stärkerer Konkurrenzkampf als unter Studierenden anderer Fachrichtungen. In den Interviews beschrieben sie, sich schlecht zu fühlen, wenn durch Social Media ersichtlich wird, dass andere Studierenden bereits weiter im Studium vorangekommen sind als sie selbst. Von den Soziologie-Studierenden werden keine derartigen Erfahrungen genannt. Auch das Kaufen beziehungsweise Verkaufen von Büchern und anderen Materialien wird Facebook gerne genützt. Dabei gilt die Faustregel, dass die Materialien, für die die Studierenden selbst gezahlt haben, auch wieder weiterverkauft werden; Materialien, die sie gratis bekommen haben, werden in der Regel auch umsonst weitergegeben. Nach diesem Prinzip verfährt auch IP_1 mit Lehrbüchern und Unterlagen, die sie selbst nicht mehr benötigt.

„Bei gewisse Sachen, die was i eh scho gratis kriegt hab, die schick i ah gratis weiter. Also do hob i daun ka Problem damit. Aber wenn i dafür gezahlt hab, dann verkauf is schon weiter.“ (IP_1: 376-379)

Großer Beliebtheit erfreut sich auch Instagram. Während die Facebook-Nutzung der Interviewten vorwiegend passiv ist, bilden sich bei Instagram zwei Gruppen. Die größere Gruppe nutzt auch Instagram eher passiv, lädt selten selbst Bilder hoch und nutzt die Plattform vorwiegend, um die Accounts anderer Leute zu verfolgen; die andere Gruppe ist auch selbst sehr aktiv auf Instagram. Auch die negativen Auswirkungen von Instagram werden in den Interviews thematisiert. So konnten die Studierenden bereits selbst in ihrem privaten Umfeld beobachten, dass Ausflüge speziell dafür geplant werden, um Fotos für Instagram zu schießen oder dass Personen sich für Treffen besonders stylen, da sie vorrangig gemeinsam Fotos für Social Media machen möchten. Unter diesen Verhaltensweisen leidet häufig die Stimmung während der Treffen, wenn nicht alle Anwesenden dem Posten von Fotos auf Social Media die gleiche Bedeutung beimessen, wie auch IP_6 im Interview berichtete.

„Wenn ich das Foto dann seh, dann denk ich mir nur so „ja, (1) ahm, (2) war halt blöd, dass wir dann (1) dass die Stimmung durch das Foto zum Beispiel zerstört worden ist“ oder so. Ahm, und (2) teilweise ist es dann halt auch für mich dann so ein Druck, dass ich dann auf dem Foto auch unbedingt hübsch ausschauen muss, weil sie das eben unbedingt posten wollen und so. Sie sich natürlich extra hübsch gmacht haben nur das.“ (IP_6: 420-426)

Andere Apps und Plattformen werden von den Studierenden nur vereinzelt verwendet. Die App TiktTok, die sich aktuell großer Beliebtheit erfreut, wird zwar in mehreren Interviews angesprochen, jedoch eher als Negativbeispiel und als etwas, mit dem sich die Befragten nicht oder nur schwer identifizieren können. Nur eine Interviewte verwendet es aktiv. Die Befragten teilen ihre Social Media-Nutzung somit unter wenigen Plattformen auf.

6.2.4. Zeitaufwand

Im Rahmen der quantitativen Erhebung am Ende der Interviews gab nur eine Befragte an, weniger als eine Stunde am Tag mit der Nutzung von Social Media zu verbringen. Drei Befragte verbringen im Durchschnitt ein bis zwei Stunden am Tag auf Social Media, vier Befragte sind zwei bis drei Stunden täglich damit beschäftigt und zwei Studierende halten sich mehr als drei Stunden pro Tag auf verschiedenen Social Media-Plattformen auf. Bei allen Befragten lässt sich dabei eine Bündelung auf die Morgen- und Abendstunden feststellen. Für IP_2 bildet Social Media einen festen Bestandteil seiner morgendlichen und abendlichen Rituale. Wichtig ist ihm dabei vor allem die Interaktion mit anderen, sei es durch das Reagieren auf Kommentare oder durch das Austauschen von privaten Nachrichten.

„... nachm Aufstehen, wenn ich dann beim ersten Kaffee sitz mach ich einmal Facebook auf und schau, ok, hat mich wer in irgendeinem Kommentar erwähnt, auf meinen Kommentar geantwortet et cetera. Also das ist im Grunde so, beim Frühstückskaffee ist immer Facebook meistens offen. Und, ahm, häufig hab ich bis kurz vorm schlafen gehen dann noch WhatsApp bei mir, weil ich halt noch mit Freundinnen, Freunden schreib. Ahm, das heißt, das könnte man sozusagen, die

zwei Sachen, als Rituale sehen. Nachm Aufstehen Facebook und vorm Schlafen gehen WhatsApp.“ (IP_2: 247-254)

Unter Tags nutzen die Studierenden Social Media sehr unregelmäßig, vor allem aber in Momenten der Pause oder der Langeweile, beispielsweise während der Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder beim Warten auf Freund_innen. Obwohl unter den befragten Studierenden bei wahrheitsgemäßer Angabe von Nutzungsdauer, -situationen und -gründen von einem recht reflektierten und auch verantwortungsvollen Umgang mit Social Media gesprochen werden kann, so sehen sie ihre eigene Nutzung durchaus kritisch. IP_3 spricht von sich selbst von einem Suchtverhalten, da sie immer erreichbar ist und auch wenn sie ihr Handy gezielt ausschaltet und weglegt, beispielsweise, um lernen zu können, denkt sie häufig daran und verspürt Druck, nachzusehen, ob sie eine Nachricht bekommen hat.

„Und dann ist es eigentlich so, dass ich (1) immer (1) erreichbar bin, also ich hör mein Handy leider immer. Ich, ich sag ja, es ist glaub ich ein kleines Suchtverhalten, was man bei mir schon anmerken kann.“ (IP_3: 191-193)

Die Studierenden beschäftigen sich indirekt stark mit dem Suchtthema, da so wenig Bildschirmzeit wie möglich als erstrebenswert gesehen wird. Die Studierenden versuchen aktiv, die Dauer ihrer Social Media-Nutzung nach unten zu schrauben. IP_4 nutzt die Bildschirmzeit-Funktion ihres Smartphones dafür, den Überblick darüber zu behalten, wie viel Zeit sie auf welchen Plattformen verbringt. Überschreitet diese Zeit einen für sie kritischen Punkt wird versucht, die Nutzungsdauer wieder zu reduzieren.

„Aber ich guck ab und zu mal, ok, wie viel, wie viel Zeit hab ich heute eigentlich hier verbracht und wenn ich merk, woah, es nimmt wieder Überhand, dann versuch ichs wieder zu reduzieren.“ (IP_4: 310-312)

6.2.5. Der Einfluss der Corona-Pandemie auf die Social Media-Nutzung von Studierenden

IP_5 berichtete im Gespräch davon, während des Lockdowns einen Rückgang in ihrer Social Media-Nutzung beobachtet zu haben. Sie hatte auch den Eindruck, dass in dieser Zeit generell weniger auf Social Media gepostet wurde, was es in der Folge uninteressanter für sie machte. Eine andere Befragte gab an, dass sich durch die Corona-Pandemie nichts an ihrem Social Media-Verhalten verändert hat, da ihr Alltag auch am vorläufigen Höhepunkt der Pandemie nahezu unverändert weiterlief. Sie ist jedoch der Ansicht, dass Social Media gesamtgesellschaftlich durch Corona an Relevanz gewonnen hat, da es für viele Menschen die einzige Möglichkeit darstellte, mit Freund_innen und Familie in Kontakt zu bleiben. Die anderen befragten Studierenden gaben an, vor allem in der Zeit des Lockdowns wesentlich öfter und auch deutlich länger auf Social Media aktiv gewesen zu sein. So auch IP_8, der sein Social Media-Verhalten während des ersten Lockdowns sehr kritisch betrachtet, da die Nutzung der Plattformen einen Großteil seines Tages einnahm. Im Interview, das nach dem ersten Lockdown geführt wurde, berichtete er, dass sich die extremen Nutzungszeiten wieder etwas verringert hätten.

„... aber vor allem während des Lockdowns war es sehr schlimm, also drei, vier, fünf Stunden (2) Social Media am Tag, kein Problem. (2) Aber momentan geht's wieder besser.“ (IP_8: 92-94)

Kommuniziert wurde während des ersten Lockdowns vor allem mit Angehörigen und Freund_innen, aber auch für die Aufrechterhaltung der Kommunikation mit den Vorgesetzten und Arbeitskolleg_innen leistete Social Media einen großen Beitrag. Die Interviewten stimmen darin überein, dass Social Media durch die Corona-Pandemie einen größeren Stellenwert bekommen hat.

Eine Interviewpartnerin verspürte während des Lockdowns großen Druck, da sie durch viele Posts auf Social Media das Gefühl hatte, die Zeit nicht so effektiv zu nutzen wie andere und die Ausnahmesituation auch nicht als belastend empfinden zu dürfen.

„Und das hat bei mir ganz großen Druck ausgelöst, äh, ich muss jetzt auch in diese, in dieser Zeit irgendwie was (1) was tolles machen. Äh, ich muss mit nem neuen Skill hier rausgehen, wobei mir halt ganz oft einfach nicht danach war und, äh, ähm, was mir dann das Gefühl gegeben hat, ich nutze die Zeit nicht richtig.“

(IP_4: 376-380)

Eine andere Interviewte befand sich zum Zeitpunkt des Interviews in häuslicher Quarantäne, da ein Angehöriger positiv auf das Corona-Virus getestet worden war. Während der Quarantäne stellte Social Media für sie ein wichtiges Werkzeug da, um ihr Umfeld sowie ihren Arbeitgeber auf dem Laufenden zu halten. Sie stellte zudem fest, durch diese Ausnahmesituation für andere interessanter geworden zu sein.

„Und, ahm, also auch in Bezug auf meinen Beruf war das sehr wichtig, auf WhatsApp aktiv zu sein, weils eben eine Arbeitsgruppe gibt und die wollten von mir natürlich auch den Befund haben und das Testergebnis und blablabla. Ahm, natürlich hat man jetzt in der Quarantäne auch viel mehr Zeit, das heißt, ich war dadurch um einiges länger auf Instagram und Facebook als in der Zeit davor, weil ich einfach mehr Zeit hab. Und natürlich hatte ich auch jetzt noch mehr soziale Kontakte als davor, weil das natürlich auch viele mitbekommen haben, was ich gerade für eine Phase durchlebe und da wollten natürlich auch viele wissen, wies mir geht und was, wie ich das so empfinde.“ (IP_3: 266-274)

Die Erfahrungen der Studierenden mit dem Umgang der Universität Wien mit dem Corona-Virus und den dementsprechend abgeänderten Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2020 fallen sehr unterschiedlich aus. Zwei Befragte, beide Jus-Studentinnen, erzählten, dass die Informationslage während des Semesters spärlich war und sie sich im Stich gelassen fühlten. Eine der beiden ist der Ansicht, durch das schlechte Situationsmanagement der Fakultät für Rechtswissenschaften einen Nachteil in ihrem Studium erlitten zu haben. Die übrigen Befragten fanden die Informationslage und auch die Lösungsangebote der Universität Wien zufriedenstellend oder gut.

Social Media wurde während des Semesters, das komplett online abgehalten wurde, als wichtiges Hilfsmittel angesehen, über welches Gruppenarbeiten organisiert und Informationen ausgetauscht wurden. Die Befragten sind sich einig darüber, dass der Gebrauch von Social Media im Studium durch die Corona-Pandemie relevanter wurde. Mehrere Interviewte konnten einen vermehrten Austausch in den größeren Universitäts-Gruppen auf Social Media beobachten; darüber, dass in kleineren Gruppen sowie Projektgruppen wesentlich mehr geschrieben wurde, sind sich alle Befragten einig. Ein Interviewter berichtete, dass seine tägliche Social Media-Nutzungsdauer durch die Universitätsgruppen in der Corona-Zeit regelrecht explodiert sei. Das lag vor allem an den Gruppenarbeiten, für die sich Studierende in früheren Semestern meist persönlich getroffen haben. Da im Sommersemester 2020 jeglicher Austausch zwischen den Gruppenmitgliedern über Gruppentelefonate oder Videochats stattfinden musste, wirkte sich dies auch entsprechend auf die Bildschirmzeit der jeweiligen Personen aus.

Obwohl die Interviewten dem Online-Unterricht viel Positives abgewinnen konnten, etwa dass Online-Prüfungen weniger Druck erzeugen als Prüfungen, die auf der Universität geschrieben werden, so wurde er doch auch als belastend empfunden. Vor allem die zwischenmenschliche Komponente fehlte den Studierenden. IP_7 ist ein direkter Mensch und klärt Fragen lieber direkt persönlich. Dass das Stellen von Fragen durch den digitalisierten Unterricht kaum oder oft nur schwer möglich war, empfand er als sehr herausfordernd. Er berichtete, auch normalerweise gerne nach dem Ende einer Lehrveranstaltung die jeweiligen Lehrenden aufzusuchen, um mit ihnen zu diskutieren. Diese Möglichkeit entfiel gänzlich durch den digitalen Unterricht.

„... also i hab's schon anstrengender gefunden. I bin schon jemand, der gern ein-fach so, wenn i a Frage hab, (1) zum Beispiel beim Amt oder so, dann ruf i am liebsten einmal an und red mit jemandem, als mit E-Mail des zu schreiben. Is für mi super nervtötend.“ (IP_7: 455-458)

Daher überrascht es wenig, dass sich die Befragten dafür aussprechen, in Zukunft auf ein duales System aus Online-Unterricht und Präsenzveranstaltungen zu setzen. Übungen und Seminare sollen demnach bevorzugt als

Präsenzveranstaltungen konzipiert werden, da in diesen Lehrveranstaltungsformaten der persönliche Austausch als äußerst wichtig empfunden wird. Vorlesungen sollen in Zukunft für 24 Stunden online nachgesehen werden können, um Studierenden, die einen weiten Anfahrtsweg haben oder aus privaten oder beruflichen Gründen nicht anwesend sein können, die Möglichkeit zu bieten, dennoch den Vortrag zu hören. Auch verpflichtende Audiokommentare für Vorlesungsfolien wurden als Idee genannt. Andere Universitäten, die schon länger über ein teilweise digitales Lehrveranstaltungsangebot verfügen, werden dabei als Vorbild genannt.

„Und ich bin auch oft nur für eine Vorlesung nach Wien gefahren und hatte dann zweieinhalb Stunden Fahrtzeit, nur das ich eine Stunde Vorlesung mitbekomme. Also das find ich dann doch (1) da wär das Streamen wirklich, wirklich sehr sinnvoll, was ja auch auf der WU zum Beispiel funktioniert.“ (IP_3: 497-501)

Es gibt jedoch auch kritische Stimmen, die sich gegen einen weiteren Ausbau des Online-Lehrangebots aussprechen. Neben den fehlenden menschlichen Kontakten zählen auch die gesundheitlichen Probleme, die durch das Arbeiten am Computer ausgelöst werden können, zu den Gründen, die gegen reinen Online-Unterricht sprechen. Auch das Korrespondieren mit den Vortragenden wird online als schwieriger empfunden.

Bei der Erstellung von lehrveranstaltungsspezifischen Chaträumen, beispielsweise auf WhatsApp, gehen die Meinungen der Studierenden auseinander. Als Vorteile sehen sie, dass durch solche Gruppen Student_innen, die eine Einheit versäumt haben, schneller zu den anderen aufschließen könnten und alle der Lehrveranstaltung angehörenden Personen schneller über alle Informationen verfügen würden, da nicht alle Studierenden täglich ihre E-Mails kontrollieren und Mails auch leichter übersehen werden können. Eine Interviewpartnerin würde es gut finden, wenn auch Professor_innen Mitglieder in den Gruppen wären, da sie die Erfahrung gemacht hat, dass diese ihre E-Mails oft sehr lange nicht beantworten. Ein weiterer Befragter schließt sich dem an und ergänzt, dass durch den informelleren Rahmen eine Hürde wegfallen würde. Jedoch gibt es auch zwei Befragte, die sich gegen die Anwesenheit von Lehrenden in Social Media-Gruppen aussprechen. Ihrer

Ansicht nach würde dabei eine nötige Hierarchie verloren gehen und die Grenze zwischen Studium und Privatleben zu sehr verschwimmen.

6.2.6. Gefahren von Social Media

Bei der Nutzung von Social Media sind die befragten Studierenden sehr vorsichtig. Lediglich eine Befragte erzählte, keine Vorsichtsmaßnahmen zu treffen, da sie bisher keine schlechten Erfahrungen gemacht hat und diese deshalb nicht als notwendig empfindet. Die anderen Interviewten denken, dass das Internet keineswegs ein sicherer Ort ist und treffen deswegen Maßnahmen, um ihre persönlichen Daten zu schützen. Am weitesten verbreitet ist dabei die Einstellung, dass nicht viel geschützt werden muss, wenn wenig hochgeladen wird. Deswegen posten die Befragten grundsätzlich eher selten eigene Beiträge, verwenden keine Klarnamen und achten darauf, auf keinen oder wenigen Fotos erkenntlich abgebildet zu sein. Aufgrund dieser äußerst vorsichtigen Herangehensweise sind nur wenige weitere Sicherheitsmaßnahmen notwendig, wie auch IP_9 im Interview klarstellte.

„Ich mein, man kann auf privat stellen und so, aber dadurch, dass ich so wenig aktiv bin, eigentlich nie was poste, is mas eigentlich relativ egal, ja.“ (IP_9: 172-173)

Die Gefahren, die von den Studierenden lokalisiert werden, sind vielfältig. Durch das Hochladen von Fotos befürchten sie, Opfer von Mobbing werden zu können. Mobbing ist generell ein großes Thema unter den Befragten. Eine Interviewpartnerin gab an, erst kürzlich in einer Uni-Gruppe auf Social Media derartiges Verhalten beobachtet zu haben.

„Ja, als Gefahren kann man natürlich auch dieses Cybermobbing nennen, würde ich (1) sagen. Also das gibt's ja leider doch auch immer wieder. Das hab ich auch das letzte Mal erst, äh, gesehen, auch in der Jus Connection-Gruppe.“ (IP_3: 89-91)

Das besonders riskant wird das Hochladen von Bildern empfunden. IP_2 gibt zu bedenken, dass mit gestohlenen Fotos Fake-Accounts erstellt werden können und

dass die Fotos eine weitere Grundlage für Mobbing bieten können. Diese Ansicht teilt auch IP_9, der den Gedanken jedoch noch einen Schritt weiter führt und von der Möglichkeit der Bildmanipulation spricht, die heutzutage bereits soweit ausge-reift ist, dass ein gut bearbeitetes Bild kaum mehr explizit als Original oder Fäl-schung ausgewiesen werden kann. Solche manipulierten Bilder oder auch Videos sieht er als große Gefahr.

„... hab ich von mir persönlich kein Profifoto drinnen, weil ich zum Beispiel nicht möchte, dass irgendwer das dann screenshoted und vielleicht für ein anderes Profil verwendet oder (1) sich unter Umständen auch lustig macht oder so.“

(IP_2: 192-195)

„... mittlerweile is man technisch schon so weit, dass man Bilder manipulieren kann und so. Und man kann einfach Fake-Accounts erstellen zum Beispiel, oder halt noch ärgere Sachen eigentlich, dass dein Gesicht auf einmal in irgendwel-chen Filmchen landet oder so und man kennt den Unterschied nicht mehr.“ (IP_9:

151-154)

Die Studierenden sind der Ansicht, dass durch die Anonymität im Netz die Hemm-schwelle niedriger ist als in der Realität und Menschen deswegen noch leichter Opfer von verbalen Angriffen werden können. Eine Interviewte meint, dass sich viele Täter_innen durch die angesprochene Anonymität nicht bewusst sind, was sie durch ihre Kommentare anrichten können, da sie keine unmittelbare physische Reaktion beim Gegenüber sehen können. Eine andere Interviewte würde anderen Nutzer_innen den Tipp geben, nichts zu posten, was heftige Reaktionen hervorrufen könnte. Beim Thema Cybermobbing entsteht das Gefühl, dass sich die Studie-renden als machtlos empfinden und sich damit arrangiert haben, dass Mobbing ein Teil der Online-Welt ist.

Die Student_innen beschäftigen sich nicht nur mit Gefahren, die ihnen bei unvor-sichtigem Umgang auf Social Media unmittelbar drohen, sondern denken auch an ihre berufliche Zukunft. Die Befragten gaben in den Interviews an, sehr genau da-rauf zu achten, was sie posten, um keinen schlechten Eindruck auf potenzielle zukünftige Arbeitgeber zu machen. IP_5 denkt, dass es schwer ist, ein richtiges

Maß dafür zu finden, welche Informationen online geteilt werden können und welche besser privat bleiben sollten.

*„Dass ma vielleicht waun ma des unterschätzt zu vü von sich preisgibt. Dass ma (2) zu öffentlich wird. Dass ma de Grenze schnell übersiecht glaub i. Dass daun jeder was, wo ma is und (1) des is glaub i ah ned immer so positiv. Ah wos de O-
arbeitgeber mol betrifft, dass ma donn Sochn vielleicht postet, wos ma huid ned
wü (1) oder wos huid ned so gscheit san.“ (IP_5: 89-93)*

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Studierende der Universität Wien sehr vorsichtig mit den Informationen umgehen, die sie auf Social Media von sich preisgeben. Da sie ohnehin nicht viele Inhalte veröffentlichen, werden nur wenige weiterreichende Vorsichtsmaßnahmen getroffen.

6.2.7. Nachteile von Social Media

Dass Social Media ein großer Bestandteil ihres Lebens ist, darin sind sich die Befragten einig. Jedoch sieht nur ein kleiner Teil der Interviewten in der Nutzung keinerlei Nachteile für ihr Privatleben. Mehrere Personen gaben an, mit den negativen Aspekten sogar in Momenten konfrontiert zu sein, in denen sie selbst gar nicht online sind. So wird es als störend und unhöflich empfunden, wenn Menschen während Treffen zu oft auf ihr Handy sehen und dem Gegenüber das Gefühl vermitteln, unwichtig zu sein.

„Mir fällt halt nur auf, dass wenn i mit gewissen Freunden mich treff, dass die ständig am Handy hängen, was mir total am Nerv geht.“ (IP_1: 43-45)

Passend zur Beobachtung dieses Verhaltens denken die Befragten auch, dass durch die zu exzessive Nutzung von Social Media soziale Kompetenzen verloren gehen. Der zwischenmenschliche Kontakt wird kürzer und weniger intensiv und es fällt den Menschen schwerer, Gesten und Reaktionen richtig zu deuten. Bei dieser Entwicklung denken die Befragten vor allem an jüngere Generationen.

„Da geht ja auch irgendwo ne Kompetenz verloren, irgendwie, miteinander zu sprechen. So sich in die Augen zu schauen oder Mimiken zu lesen.“ (IP_4: 87-89)

Ein negativer Aspekt, den die Interviewten am eigenen Leib spüren, ist verschwendete Zeit. Mehrere Befragte gaben an, während der Nutzung von Social Media die Zeit aus den Augen zu verlieren, weil sich ständig wieder neue Inhalte auftun.

„Ja, und sonst auch ein Nachteil, dass halt einfach auch die, die Freizeit draufgeht, wenn man sich halt einfach in den Tiefen von Social Media irgendwie verliert.“ (IP_6: 426-428)

Auch der soziale Druck, der vor allem durch visuelle Plattformen wie Instagram entsteht, wird als belastend empfunden. Dieser Druck wird auch auf das echte Leben übertragen. Eine Befragte berichtete, sich für Treffen mit ihren Freundinnen immer besonders hübsch machen zu müssen, da diese Freundinnen jedes Mal Fotos für Instagram machen möchten und deshalb ebenfalls sehr gestyled zu Treffen erscheinen. Da die Befragte daher immer weiß, dass Fotos von ihr im Internet landen werden, fühlt sie sich starkem Perfektionsdruck ihr Äußeres betreffend ausgesetzt. Auch andere Befragte berichteten von ähnlichen Erfahrungen, dass Menschen in ihrem Bekanntenkreis mit dem Ziel in Situationen gehen, Fotos von Social Media zu machen, sowohl von sich selbst, als auch von der Natur oder anderen Dingen. Dieses Verhalten stößt bei den Studierenden jedoch zumeist auf Unverständnis, welches auch IP_10 im Interview ausdrückte.

„Des brauch i ned, owa i, den Eindruck hob i huid, dass des für maunche vielleicht scho a Stress is, wenn, wenn sie irgendwo an, ah, auf am Berg waundan gengan und daun, ah, unbedingt, ah, gaunz tolle Fotos brauchen, weil ma muas es jo jetzt daun präsentieren auf, auf den Plattformen und des is huid gaunz wichtig für maunche und des, pf, oiso der Sinn dahinter erschließt si mir ned so.“ (IP_10: 199-204)

Ein weiteres Problem, dass die Befragten an Social Media identifizieren, ist der große Verbreitungsgrad von Fake News und unzureichend mit Quellenangaben

versehenen Texten. Auch die Grenze zwischen privat und öffentlich verschwimmt immer mehr. Zudem kommt es auch zu einem Verfall der Sprache. Durch die oft holprige oder umgangssprachliche Formulierungen von Mitteilungen auf Social Media kann es leicht zu Missverständnissen kommen.

6.2.8. Vorteile von Social Media

Die von den Studierenden in den Interviews genannten Vorteile von Social Media sind vielfältig. Drei Personen gaben an, Social Media vor allem Inspirations-, Ideen und Informationsquelle zu schätzen. Ein Befragter lobte Social Media als größtenteils unabhängige Nachrichtenquelle, durch die auch Menschen in Ländern, in denen Zensur zum Alltag gehört, auf ihre Situation aufmerksam machen und mit der restlichen Welt in Verbindung bleiben können.

„Grundsätzlich ist es eine alternative Informationsquelle. Also auch, ähm, wenn ma jetzt, ich mein, da sind ma in Österreich gesegnet, aber in anderen Ländern, wo ja doch eine Zensur herrscht in gewisser Weise, glaube ich, dass soziale Medien noch eine von den (1) unabhängigeren (1) Quellen is.“ (IP_2: 129-132)

Der wohl wichtigste Vorteil von Social Media betrifft das erleichterte Halten und Aufbauen von sozialen Kontakten, sowohl privater als auch beruflicher Natur. Eine Befragte informiert sich laufend über Social Media über Stellenangebote und hält es für wichtig, sich dafür ein Netz an Kontakten aufzubauen.

„Und bis du das in der Zeitung alles durchgeblättert hast und das alles erscheint vielleicht auch nicht in der Zeitung, sondern wenn man da irgendwie baut man sich da ja auch so, so n Network auf. Und ich glaube, wenn man halt nicht da drin ist und sich da auch nicht in der digitalen Welt irgendwie n Network aufbaut, das ist dann halt schwieriger dann. Das funktioniert alles schon, aber es machts halt schwieriger.“ IP_4: 189-194)

In den Interviews tritt auch die Funktion Social Medias als Lückenfüller in den Vordergrund. Alle Befragten nutzen Social Media zumindest ab und zu in Momenten der Pause, des Wartens oder wenn keine Aufgaben anstehen.

6.2.9. Unterschiede zwischen Jus-Studierenden und Soziologie-Studierenden

Zum Zeitpunkt der Erhebung studierten fünf der Befragten Rechtswissenschaften, vier der Befragten absolvierten das Bachelorstudium Soziologie und zwei Befragte verfolgten ein Masterstudium in Soziologie. In der privaten Nutzung von Social Media lassen sich zwischen den verschiedenen Studienrichtungen keine Unterschiede feststellen. Auch der Gebrauch für Studienzwecke ist in beiden Gruppen ähnlich, weist jedoch leichte Unterschiede auf, die vor allem auf die Struktur der beiden Studienrichtungen zurückzuführen sind. Während alle Soziologie-Studierenden angaben, WhatsApp für die Organisation von Gruppenarbeiten zu benötigen, sprach dies von den Jus-Studierenden niemand an, höchstwahrscheinlich, weil der Studienplan Teamarbeiten nicht in dem Ausmaß vorsieht, wie es bei Soziologie der Fall ist. Auch die Bücherbörse scheint ein vor allem von Jus-Studierenden genütztes Angebot zu sein, da die für das Studium benötigten Bücher sehr teuer sind und die Studierenden deswegen versuchen, die Bücher günstiger zu bekommen und auch wieder zu verkaufen, wenn sie nicht mehr benötigt werden.

„Und eben fürs Studium, in die Gruppen schauen, was gibt's Neues, Bücher günstig zu kaufen oder so, weil unsere Bücher ja mega teuer sind und, ahm, suiche Dinge.“ (IP_1: 133-135)

Teure Materialien scheinen in der Soziologie kein ähnlich großes Problem darzustellen. Die Studierenden äußern sich positiv darüber und auch, dass viele Materialien wie beispielsweise Texte oder Zusammenfassungen umsonst von engagierten Student_innen auf Social Media zur Verfügung gestellt werden. Auch den verpflichtenden Kauf von Materialien sehen die Soziologie-Studierenden kritisch. Die Möglichkeit, Bücher und andere Unterlagen ausborgen zu können, wird geschätzt, wie IP_7 zusammenfasst.

„Also eigentlich hört si des gar net gut an und i finds zumindestens (1) sympathischer, dass Leute gratis Sachen hochstellen. I find des auch generell schon in Studiengängen unsympathisch, dass man manchmal (1) so viele Lehrbücher von

den Professorinnen kaufen muss, voll teuer, und in der Soziologie ist es doch meistens (1) ausborgbar (1) oder auch direkt gratis.“ (IP_7: 353-358)

Den Studierenden selbst ist dabei bewusst, dass es durchaus Unterschiede zwischen verschiedenen Studiengängen gibt, was die Hilfsbereitschaft und Solidarität untereinander anbelangt. IP_7 berichtete über seine Erfahrungen mit anderen Studienrichtungen, deren Student_innen er als weniger offen einschätzt. Die Soziologie-Studierenden beschreiben ihr Fach als sehr nett und hilfsbereit, was sie damit in Verbindung bringen, dass sich die Studierenden in den Lehrveranstaltung aktiv mit verschiedenen Konzepten des zwischenmenschlichen Lebens auseinandersetzen. Auf diesen Umstand weist IP_4 hin, indem sie explizit erwähnt, dass Soziologie-Studierende wohl kaum per se sozialere Menschen sind.

„Ahm, (2) ja i find, also i glaub, es hängt einfach vom Fach ab, weil Soziologie find i also sehr nett, sympathisch, aber war das in der (1) von der Wirtschaftswissenschaften, also so Statistik, BWL und so, hab i das Gefühl, @(da antwortet teilweise einfach dann niemand und äh, da interessiert das einfach niemanden)@, der das liest.“ (IP_7: 373-377)

„Sehr gut, dann verschenk ich halt irgendwelche, meine (1) meine Skripte, tut mir ja nicht weh, ich hab da ja keinen Nachteil von. Ich glaube, es wäre anders, wenn, wenn, wenn man halt n Nachteil davon ziehen würde, seine Sachen (1) irgendwie (1) zu verschenken. Deswegen glaub ich, das ist schon irgendwie auch was, äh, Soziologiebedingtes, aber nicht, weil Soziologie-Studierende sozialere Menschen wären.“ (IP_4: 484-489)

Von den Jus-Studierenden wurde ein Druck beschrieben, der durch die Konfrontation mit dem Studienfortschritt anderer Studierender auf Social Media entsteht. Keine_r der Soziologie-Studierenden berichtete in den Interviews von ähnlichen Erfahrungen. Eine Befragte denkt, dass das Konkurrenzverhalten in den Rechtswissenschaften sogar gefördert wird. Dies fällt ihr vor allem dann auf, wenn sie ihr eigenes Studienleben mit jenem ihrer Freund_innen vergleicht, die ein anderes Studienfach gewählt haben.

„Also, was ich von meinem Freundeskreis erfahren hab, ah, die ein anderes Studium absolvieren, ahm, ist es so, dass da doch mehr Kameradschaft am Tag ist als am Juridicum. Also ich glaub schon, dass das Juridicum eher darauf bedacht ist, dass es doch um ein Konkurrenzverhalten zwischen den Studenten gibt.“

(IP_3: 363-367)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich Soziologie-Studierende und Jus-Studierende in ihrer Social Media-Nutzung nur so weit unterscheiden, wie der universitäre Rahmen es ihnen vorgibt. Um auf die Anforderungen der jeweiligen Studienrichtung einzugehen, haben die beiden Gruppen eigene Social Media-Strategien entwickelt. Im alltäglichen Gebrauch der Medien können jedoch keine Unterschiede festgestellt werden, die auf verschiedene Studienrichtungen zurückzuführen sein können.

6.3. Vergleich der Ergebnisse mit früheren Forschungen und neue Erkenntnisse

In der von Gonzales und Hancock im Jahr 2011 durchgeführten Studie wurde die Auswirkung ihres eigenen Facebook-Auftritts auf das Selbstbewusstsein von Studierenden untersucht. Das Ergebnis überraschte die Forscher_innen, denn entgegen ihrer Vermutung wirkte sich die Konfrontation mit dem eigenen Facebook-Account positiv auf das Selbstbewusstsein der Studierenden aus (vgl. Gonzales, Hancock: 2011). Hancock und Gonzales legen nicht offen, wie aktiv die Teilnehmer_innen ihrer Studie zum Erhebungszeitpunkt auf Social Media waren und ob die Menge der preisgegebenen privaten Informationen mit dem Ergebnis zusammenhängt. In der im Rahmen dieser Masterarbeit durchgeführten Erhebung ist auffällig, dass die meisten der Befragten sehr wenige Inhalte auf Social Media teilen. Während in der älteren Studie darauf verwiesen wird, dass die optimierte Darstellung des eigenen Selbst zu einer Steigerung des Selbstbewusstseins führt, wäre es interessant, in einer zukünftigen Studie zu erforschen, welche Wirkung Social Media auf das Selbstbewusstsein und das Selbstwertgefühl erzeugt, wenn der eigene Online-Auftritt auf ein Minimum reduziert ist, keine Bilder oder ähnliches geteilt werden. Für die Befragten dieser Arbeit scheint Social Media keine oder nur eine kleine Rolle für die Gewinnung von Selbstbewusstsein zu spielen. In vielen

Interviews schwang sogar Ablehnung gegenüber Menschen, die sich zu sehr im Internet präsentieren, mit.

Der Frage danach, welchen Stellenwert Facebook für die soziale Integration von Studierenden an deren Universität besitzt, ging im Jahr 2009 die Studie von Clare Medge et al. auf den Grund. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass bereits damals mehr als die Hälfte der erstsemestrigen Studierenden vor Studienbeginn auf Facebook registriert gewesen waren, hauptsächlich mit dem Hintergedanken, schon im Voraus Studienkolleg_innen kennenzulernen (vgl. Medge et al.: 2009). Dieses Ergebnis wurde auch durch die geführten Interviews bestätigt. Bis auf eine Studierende sind alle anderen Befragten auf Facebook registriert, nutzen die Plattform fürs Studium und würden auch anderen Studierenden empfehlen, sich vor Studienbeginn einen Account zuzulegen. Obwohl mehrere Befragte der Ansicht sind, dass es leichter ist, durch ein offenes Auftreten in Lehrveranstaltungen ein soziales Umfeld auf der Uni aufzubauen, so wird doch auch betont, dass das Kennenlernen von Personen auf Social Media doch auch Vorteile hat, beispielsweise, wenn ein_e Studierende_r recht introvertiert ist. Die Befragten sind sich jedenfalls einig, dass es keinesfalls schaden kann, sich im Rahmen des Studiums einen Facebook-Account zuzulegen. In zukünftigen Studien könnte auch die Relevanz von anderen Social Media-Plattformen für die Inklusion im Studium untersucht werden, die es im Jahr 2009 noch nicht gab und die heute dennoch häufig von Studierenden verwendet werden, wie beispielsweise Instagram. Aus den Interviews ging hervor, dass beim Schließen von neuen Bekanntschaften häufig zuerst der Instagram-Name ausgetauscht wird und erst nach einer gewissen Zeit die Handynummer.

In Deutschland wurde im Jahr 2016 untersucht, welche digitalen Medien Studierende im Zuge ihres Studiums nutzen. Die Forscher_innen kamen im Zuge dessen zu der Erkenntnis, dass die Mehrheit der Student_innen nach wie vor klassische digitale Medien wie PDF-Dokumente und Powerpoint-Präsentationen bevorzugen und mit E-Mails kommunizieren. Hauptsächlich jene Studierenden, die im Rahmen ihres Studiengangs mit E-Assessment-Formaten und digitalen Prüfungen konfrontiert sind sowie Studierende in Studienrichtungen mit einem hohen Digitalisierungsgrad setzen sich tiefer mit Social Media für universitäre Zwecke auseinander (vgl. Hochschulforum Digitalisierung: 2016). Die für diese Masterarbeit

gewonnenen Daten stützen die Erkenntnisse der älteren Studie. Niemand der Befragten gab an, für das Studium stark auf digitale Medien zu setzen, beispielsweise Online-Lernspiele zu spielen oder andere digitale Formate zu nutzen. Die Befragten sehen Social Media als einen Weg, Lernunterlagen in Form von PDF-Dokumenten zu tauschen, Bücher zu erwerben und Informationen zu bekommen, allesamt Dinge, die sich in die Offline-Welt übertragen lassen. Sowohl Soziologie als auch Rechtswissenschaften sind an der Universität Wien Studiengänge mit einem niedrigen Digitalisierungsgrad. Bis zum Beginn der Corona-Pandemie waren E-Learning und Online-Prüfungen in beiden Lehrplänen nicht vorgesehen. Für die Studierenden bestand daher bisher nicht die Notwendigkeit, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen, wenn kein privates Interesse dafür besteht. Für zukünftige Forschungen könnte interessant sein, zu beobachten, ob sich das über E-Learning abgehaltene Sommersemester 2020 langfristig darauf ausgewirkt hat, wie Studierende digitale Medien für ihr Studium nutzen.

Mit der Medienwelt von Studierenden und ihre damit zusammenhängenden Zukunftserwartungen setzte sich im Jahr 2015 die von Campus Media GmbH durchgeführte Studie „In Transition“ auseinander. Die Forscher_innen gelangten zu der Erkenntnis, dass sich „klassische Medien“ wie Fernsehen oder Radio nach wie vor großer Beliebtheit unter Studierenden erfreuen, simultan jedoch auch andere digitale Dienste wie Mediatheken oder Streaming-Plattformen genutzt werden. Das Aufkommen von Social Media hat vor allem das Kommunikationsverhalten der Menschen verändert. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass 99 Prozent der befragten Studierenden WhatsApp täglich nutzen und 90 Prozent einen Facebook-Account besitzen. Die wichtigste Gerätschaft ist das Smartphone, 70 Prozent der Nutzungsvorgänge desselben konnten in der Studie Social Media zugeordnet werden (vgl. Campus Media: 2015). Auch für die im Rahmen dieser Masterarbeit befragten Student_innen stellt das Smartphone eine äußerst wichtige Gerätschaft da, die sowohl zur Kommunikation als auch in der Funktion eines Fernsehers oder einer Zeitung genutzt wird. Auch die Ergebnisse bezüglich der Nutzung von WhatsApp und Facebook bestätigten sich. Alle Befragten nutzen WhatsApp täglich, bis auf eine Befragte sind alle Studierenden auf Facebook registriert. In zukünftigen Studien könnte interessant sein, die Smartphones genauer zu

untersuchen. Während vor fünf Jahren noch 70 Prozent der Nutzung auf Social Media entfielen, könnte es mittlerweile ein noch höherer Prozentsatz sein.

Ebenfalls im Jahr 2015 wurde von medienMITTWEIDA untersucht, was sich Studierende von der Nutzung von Facebook erhoffen. Dabei wurde von den befragten Studierenden die Möglichkeit, schnell und unkompliziert kommunizieren zu können als Hauptgrund für die Nutzung von Facebook genannt. Auch die Verfolgung von Trends und Beschaffung von Informationen wurden als wichtige Aspekte genannt. Die Forschenden kamen zu dem Ergebnis, dass Facebook für mehr als die Hälfte der Befragten im Studienalltag eine große Rolle spielt (vgl. medienMITTWEIDA: 2015). Während 2015 Facebook sich in allen Altersgruppen großer Beliebtheit erfreute, so lässt sich heutzutage beobachten, dass vor allem jüngere Nutzer_innen auf andere Plattformen ausweichen. Die für diese Masterarbeit befragten Studierenden benutzen Facebook zwar, allerdings sehr passiv. Kommunikation geschieht kaum mehr über Facebook, die Student_innen bevorzugen WhatsApp, Telegram oder auch Instagram. Auf die Gesamtheit von Social Media bezogen ergeben sich jedoch ähnliche Erkenntnisse wie in der Studie von 2015. Social Media spielt definitiv für die Befragten eine sehr große Rolle, das Angebot an Plattformen ist jedoch mittlerweile größer und vielfältiger geworden, weshalb sich die Nutzung nicht mehr so stark auf eine Plattform konzentriert. Zukünftige Erhebungen könnten erneut die Relevanz von Facebook untersuchen und überprüfen, für welche Bereiche die Plattform von Studierenden noch genutzt wird und in welchen Bereichen andere Applikationen bevorzugt werden.

6.4. Zusammenfassung der Ergebnisse

An dieser Stelle sollen nun die wichtigsten Erkenntnisse aus den Interviews zusammengefasst werden, ehe sie im nächsten Kapitel diskutiert und Hypothesen gebildet werden.

Für die Befragten ist Social Media bereits seit der Schulzeit ein Thema, viele sind auch seit damals auf mehreren Plattformen registriert. Ausschlaggebend für die Registrierung war vor allem das soziale Umfeld der Gleichaltrigen, da es häufig eigene Klassen-Chatgruppen gab und ein Fehlen in diesen ein Gefühl der sozialen

Isolation hervorrufen konnte. Auch das Erreichen von Organisationen und das Erhalten von Fotos zählen zu den Gründen für die Registrierung. Während die Studierenden Facebook in ihrer Schulzeit vor allem privat nutzen, um mit Freund_innen zu chatten, nutzen sie es heutzutage hauptsächlich für die Uni. Facebook dient ihnen vor allem dazu, Materialien zu tauschen und Informationen zu bekommen. Eine weitere wichtige Social Media-Plattform, die von den befragten Studierenden gerne genutzt wird, ist Instagram. An dieser App schätzen sie, leicht mit Freund_innen und Bekannten in Kontakt bleiben zu können. Durch das Posten von Bildern und Stories haben sie immer eine ungefähre Ahnung, in welchem Lebensstadium sich eine Person gerade befindet, auch wenn der Kontakt anderweitig sporadisch oder bereits abgerissen ist. Die für die Befragten wichtigste Social Media-Plattform ist WhatsApp, da die App die klassischen Kommunikationswege Telefonie und SMS abgelöst hat und mittlerweile für sehr viele Menschen das Hauptkommunikationsmittel darstellt. WhatsApp wird sowohl privat für die Kommunikation mit Freund_innen und Familie genutzt, als auch für die Organisation von Projektgruppen auf der Uni oder der Arbeit.

Die Social Media-Nutzung der interviewten Student_innen konzentriert sich sehr stark auf die Morgen- und Abendstunden, unter Tags sieht eine große Mehrheit nur selten aufs Handy, beispielsweise in Momenten der Pause oder bei der Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Fast alle Studierenden gaben an, dass ihre Social Media-Nutzung während des Lockdowns im Zuge der Corona-Pandemie deutlich anstieg, sich zum Zeitpunkt der Interviews aber wieder weitestgehend normalisiert hatte. Wirkliche Maßnahmen zum Schutz der eigenen Person treffen die Befragten nicht; die Mehrheit gibt jedoch von sich aus nur das Mindestmaß für die Nutzung preis und lädt auch keine oder nur sehr selten Bilder von sich hoch, weswegen sie ihr Nutzungsverhalten als sicher einstufen.

Obwohl die Befragten Social Media insgesamt überwiegend positiv sehen, so benennen sie auch mehrere negative Aspekte, beispielsweise dass es leicht passieren kann, die Zeit aus den Augen zu verlieren oder dass durch die Fokussierung der digitalen Kommunikation zwischenmenschliche Kompetenzen Gefahr laufen, verloren zu gehen. Auch die Gefahr durch Cybermobbing und der soziale Druck durch den konstanten Vergleich mit anderen werden negativ aufgefasst. Im

Großen und Ganzen wird Social Media jedoch als gute Informations- und auch Inspirationsquelle gesehen. Vor allem dem Kommunikationsaspekt weisen die Interviewten eine große Bedeutung zu, da die einfache und schnelle Funktionsweise der Apps es vielen Menschen ermöglicht hat, mit Personen Kontakt zu halten, der im vordigitalen Zeitalter mit hoher Wahrscheinlichkeit abgerissen wäre.

7. Diskussion und Reflexion der Ergebnisse

Im folgenden Kapitel sollen die Forschungsfrage „Wie bewerten Studierende der Universität Wien die Vor- und Nachteile von Social Media für die Organisation ihres Studien-, Sozial- und Alltagslebens?“ beantwortet und Hypothesen generiert werden. Zudem wird die qualitative Datenerhebung kritisch reflektiert.

7.1. Diskussion und Hypothesengenerierung

Aus den geführten Interviews geht deutlich hervor, dass die Studierenden ihre universitäre Social Media-Nutzung stark von ihrer privaten Nutzung trennen. Dies geschieht beispielsweise über das Verwenden verschiedener Plattformen. Obwohl Facebook noch vor wenigen Jahren unangefochten an der Social Media-Spitze stand und hauptsächlich zum Chatten mit Freund_innen und Bekannten verwendet wurde, so verwenden die Studierenden der Universität Wien die Plattform heutzutage hauptsächlich dafür, um in studienspezifischen Gruppen nach Materialien zu suchen oder allgemeine Fragen im Rahmen des Studiums zu stellen. Privat wird Facebook von den Student_innen kaum mehr genutzt, die letzten Statusmeldungen oder hochgeladenen Fotos liegen bei den meisten Jahre zurück. Instagram dagegen wird fast ausschließlich für die private Kommunikation mit Freund_innen genutzt, aber auch zum Kennenlernen von neuen Kontakten. Die Universitäts-Accounts auf Instagram sind für die Studierenden nur von geringem Interesse. Ein Verbindungsglied zwischen den beiden Sphären bildet WhatsApp, das sowohl das private Hauptkommunikationsmittel als auch ein wichtiges Werkzeug auf der Uni darstellt. Um Gruppenarbeiten organisieren zu können werden gerne WhatsApp-Gruppen erstellt. Dabei wird jedoch auch darauf Wert gelegt, dass die Anzahl an Nachrichten nicht überhandnimmt.

Hypothese 1: Die Studierenden differenzieren ihren privaten Social Media-Gebrauch von ihrer universitären Social Media-Nutzung.

Die Mehrheit der Studierenden ist Social Media gegenüber kritisch. Nachteile, die genannt werden, sind unter anderem der teilweise sehr schlechte Datenschutz oder auch der ständige Vergleich mit anderen Menschen, der als sehr belastend empfunden werden kann. Jedoch sind sich alle befragten Student_innen einig,

dass die eigene Anwesenheit auf Social Media in manchen Bereichen beinahe unerlässlich ist. Ein Großteil der Kommunikation spielt sich mittlerweile über WhatsApp ab, das in sämtliche Gesellschafts- und Altersgruppen vorgedrungen ist. SMS werden kaum mehr versendet und als altmodisch aufgefasst. Auch für die Gewinnung von Informationen bietet Social Media eine gute Plattform, da viele unabhängige Quellen und Meinungen zusammenkommen. Auch die Schnelligkeit der Datenweitergabe ist ein wesentlicher Punkt, neue Informationen sind beinahe in Echtzeit verfügbar. Auch für weitere, für Studierende wichtige Aspekte wie die Einbindung in den Arbeitsmarkt spielt Social Media eine wichtige Rolle. Stellenausschreibungen werden heutzutage vornehmlich online gepostet.

Hypothese 2: Die Verwendung von Social Media spielt für im Alltag von Studierenden eine große Rolle.

Die für die Studierenden wichtigste Social Media-Plattform ist WhatsApp, da vor allem der Aspekt des Kontakthaltes für die Mehrheit bei der Nutzung von Social Media im Vordergrund steht. Obwohl auch die durch das Ansehen von Bildern und lesen von Statusmeldungen, Nachrichten et cetera gebotene Ablenkung vom Alltag oder Überbrückung von Pausen von den Studierenden als positiv aufgefasst wird, so schätzen sie dennoch die Funktion als Kommunikationsmittel am meisten. Dabei steht auch nicht das Kennenlernen von neuen Menschen im Vordergrund, sondern das Kontakthalten mit Freund_innen und Familie, vor allem über größere räumliche Distanzen hinweg. Auch durch die Corona-Pandemie mit dem damit einhergehenden Lockdown wurde die Relevanz von Social Media als Kommunikationsmittel sowohl im privaten als auch im universitären Bereich gesteigert.

Hypothese 3: Das Kontakthalten mit Freund_innen und Familie ist für Studierende der Hauptaspekt bei der Nutzung von Social Media.

Bei näherer Betrachtung der beiden Studienrichtungen Soziologie und Rechtswissenschaften wurde deutlich, dass die Studierenden zwar dieselben Plattformen benützen, sich ihre Nutzungsart jedoch unterscheidet. Dieser Unterschied lässt sich nicht auf die Persönlichkeiten der jeweiligen Studierenden zurückführen, sondern auf den Aufbau des Studiums. Während für Soziologie-Studierende, die sehr viel in Gruppen arbeiten, der kommunikative Aspekt im Vordergrund steht, nutzen Studierende der Rechtswissenschaften, die im Studium Aufgaben hauptsächlich

alleine bewältigen müssen und emotional eher in einem Konkurrenzverhalten zueinander stehen, Social Media hauptsächlich zum Kauf und Verkauf von Büchern und auch zum Stellen von Fragen. Das Stellen von Fragen zu Prüfungen und Prüfer_innen ist auch unter den Soziologie-Studierenden gängige Praxis. Aus den Interviews wird auch ersichtlich, dass das Studium der Rechtswissenschaften einen lineareren Studienverlauf aufweist als jenes der Soziologie, da alle Jus-Studierenden angaben, sich online zu vergleichen und sich schlecht zu fühlen, wenn andere Studierende in ihrem Studium bereits weiter vorangekommen sind als sie selbst. Für die Soziologie-Studierenden war ein derartiges Konkurrenzverhalten kein Thema.

Hypothese 4: Das Social Media-Nutzungsverhalten variiert je nach Studienrichtung.

Durch den Ausbruch der Corona-Pandemie und die zeitnah darauf folgende Verlegung des universitären Lebens in einen digitalen Rahmen sowie den harten Lockdown mit reduzierten sozialen Kontakten wurden die Studierenden vor vielfältige neue Herausforderungen gestellt. Eine Neuorganisation sämtlicher Bereiche des täglichen Lebens wurde nötig. Eine wesentliche Rolle spielte dabei Social Media. Da persönliche Treffen vermieden werden mussten, spielte sich ein Großteil des Tages nun online ab. Obwohl die Studierenden über die Lockerung der Schutzmaßnahmen im Sommer 2020 froh waren und sie davon berichteten, dass ihr Social Media-Konsum mit der Möglichkeit persönlicher Treffen wieder zurückgegangen sei, so ist die gestiegene Wichtigkeit der Plattformen doch ersichtlich. Zuvor als selbstverständlich angenommenes, das nie hinterfragt wurde, war plötzlich nicht mehr möglich und verlangte nach Alternativen – der Moment von Social Media.

Hypothese 5: Durch die Corona-Pandemie gewann Social Media für Studierende an Relevanz.

7.2. Reflexion der durchgeführten qualitativen Erhebung

Dass die Stichprobe der durchgeführten Studie mit elf Interviewten klein ausfällt kann durchaus als Kritikpunkt gesehen werden. Jedoch ist es wissenschaftliche Praxis, so lange zu erheben, bis keine neuen Erkenntnisse mehr gewonnen

werden können, was in dieser Erhebung bereits nach dem achten Interview der Fall war. Ein weiterer Kritikpunkt bezieht sich auf die Zusammensetzung der Stichprobe. Beinahe alle Befragten wurden über Facebook rekrutiert. Auch mittels des Schneeballsystems konnten keine Personen gefunden werden, die keine Form von Social Media verwenden. Obwohl eine solche Sichtweise mit Sicherheit spannend gewesen wäre, sind Studierende, die sich Social Media völlig verschließend, mit hoher Wahrscheinlichkeit eine sehr kleine Minderheit, die nur schwer erreichbar ist.

Bei manchen Fragen wurde auch das Problem der sozialen Erwünschtheit deutlich, indem die Befragten offen darüber sprachen, dass sie sich beispielsweise für die Dauer ihres Social Media-Konsums schämen. Möglicherweise trat dieses Problem auch bei anderen Fragen auf, die dann nicht wahrheitsgemäß oder geschönt beantwortet wurden. Aufgrund einer Absage konnte die geplante ausgeglichene Aufteilung zwischen den Studienrichtungen Soziologie mit sechs Befragten und Rechtswissenschaften mit fünf Befragten nicht erreicht werden, obwohl dies in der Planung der Interviews berücksichtigt worden war.

Insgesamt verlief die Durchführung der problemzentrierten Interviews zufriedenstellend, durch das Einsetzen der Corona-Pandemie jedoch nicht wie geplant einheitlich in Persona, sondern auf drei verschiedenen Wegen: über Videochat, telefonisch und persönlich. Trotz dieser uneinheitlichen Gesprächsführung waren die Gespräche in ihrer Länge ähnlich. Einzig Interview 5 fiel dadurch, dass sich die Interviewpartnerin zum Gesprächszeitpunkt in einem öffentlichen Verkehrsmittel befand, etwas kürzer aus.

8. Schlussfolgerungen und Ausblick

Durch die vorliegende Masterarbeit konnten neue Erkenntnisse darüber gewonnen werden, wie Studierende Social Media privat und universitär nutzen. Vor allem der Aspekt der universitären Nutzung besitzt dabei besondere Relevanz, da die gewonnenen Einsichten bei einer Reform der Unterrichtsmethoden an der Universität herangezogen werden können. Besonders aufgrund der zum Verfassungszeitpunkt immer noch anhaltenden Corona-Pandemie gewinnt dies an Bedeutung. Gesamtgesellschaftlich ließ sich bereits vor Beginn der Pandemie seit längerem ein Trend hin zur Digitalisierung beobachten, die Universität Wien setzte dagegen weiterhin auf traditionellen Präsenzunterricht. Obwohl Präsenzunterricht zweifelsfrei über einige Vorteile verfügt, so lässt sich dennoch vermuten, dass in Zukunft Überlegungen in Richtung einer zumindest teilweisen Digitalisierung des Universitätslebens angestellt werden.

Die in den problemzentrierten Interviews gewonnenen Daten bestätigen die Erkenntnisse bisheriger Forschungen zur Social Media-Nutzung von Studierenden. Dennoch konnten auch neue Aspekte eingebracht werden, vor allem durch die qualitative Herangehensweise, bei der ideal auf die Emotionen und Gedanken der Befragten eingegangen werden konnte. Durch die offene Herangehensweise war es auch möglich, auf die Corona-Pandemie und ihren zweifelsfrei großen Einfluss auf den universitären und privaten Alltag der Studierenden einzugehen, obwohl diese Entwicklung bei der Konzeptualisierung der Masterarbeit noch nicht absehbar war. In einer Fortführung dieser Arbeit könnten die vorliegenden qualitativen Ergebnisse durch eine quantitative Erhebung überprüft werden. Eine weitere spannende Möglichkeit wäre, die Fragestellung nach der Corona-Pandemie erneut zu erheben, um eine eventuelle Veränderung in den Ansichten der Studierenden zu dokumentieren.

Auch für neue Social Media-Plattformen sind die Ergebnisse der vorliegenden Masterarbeit von Interesse. Die Mehrheit der Studierenden befindet sich in der Altersgruppe von 18 bis 30 und bildet somit eine große Nutzer_innengruppe von Social Media, deren Bedürfnisse und Wünsche durchaus ausschlaggebend für den

Erfolg einer Plattform sind. Von vorrangiger Relevanz sind die Erkenntnisse zudem für Social Media Plattformen, die sich auf die Nutzer_innengruppe der Studierenden spezialisieren möchten.

Besonders interessant aus soziologischer Sicht ist, was sich langläufig durch die Corona-Pandemie für die Studierenden ändern wird. Aktuell lässt sich das noch nicht abschätzen, da auch ein Ende der Pandemie noch nicht absehbar ist. Beim Verfassen dieser Zeilen ist das Ende des zweiten harten Lockdowns erst wenige Tage her, auch das Wintersemester 2020/21 findet online statt. Obwohl die allgemeine Gemütslage anders ist als während des ersten Lockdowns im Frühjahr, so hängt doch viel Ungewissheit in der Luft. Zweifellos wird sich durch die Pandemie in Zukunft gesamtgesellschaftlich viel ändern, eine Rückkehr zu einem davor ist momentan nur schwer vorstellbar. Zukünftige Studien können die vorliegende Masterarbeit als Ausgangspunkt sehen, um die längerfristigen Auswirkungen für Studierende zu untersuchen. In diesen Erhebungen können dann auch Student_innen berücksichtigt werden, die während der Pandemie zu studieren begonnen haben, also keinen Vergleich zum digitalen Unterricht haben. Wie diese Studierenden Social Media im Vergleich zu Studierenden, die analogen sowie digitalen Unterricht kennengelernt haben, bewerten, könnte einen interessanten Ausgangspunkt bilden.

Als abschließendes Fazit lässt sich sagen, dass die vorliegenden Erkenntnisse eine wertvolle Abbildung eines Ist-Zustandes sind. Social Media ist ein sehr junges Phänomen, welches dennoch bereits etliche Wandlungen und Veränderungen hinter sich hat, also sehr schnelllebig ist. Plattformen, die heute aktuell sind, sind morgen möglicherweise bereits out und dem endgültigen Verschwinden geweiht. Der Vergleich der vorliegenden Arbeit mit zukünftigen Studien wird interessant sein, da Studierende mit großer Sicherheit bereits in wenigen Jahren andere Plattformen favorisieren werden. Die Befragten dieser Erhebung gaben geschlossen an, dass jüngere Generationen andere Social Media-Plattformen benützen als sie selbst, und bei diesen jüngeren Generationen handelt es sich um die Studierenden der Zukunft. Dieses sich ständig wandelnde Forschungsfeld bietet also auch weiterhin zahllose Möglichkeiten.

Literaturverzeichnis

- Aldous, J., Durkheim, E., & Tönnies, F. (01. 05 1972). An Exchange Between Durkheim and Tönnies on the Nature of Social Relations, with an Introduction by Joan Aldous. *The American journal of sociology*, Vol. 77, S. 1191-1200.
- Bachmann, N., Frey, A.-K., Guthmann, S., Habersetzer, J., Lange, C., Lewohl, M., . . . Zöllner, O. (2019). *Wie WhatsApp den Alltag beherrscht: Eine empirische Studie zum ambivalenten Umgang mit Messengerdiensten*. Köln: Reguvis Bundesanzeiger Verlag.
- Bernhard, S. (2008). Netzwerkanalyse und Feldtheorie. Grundriss einer Integration im Rahmen von Bourdieus Sozialtheorie. In C. Stegbauer, *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (S. 121-130). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bickel, C. (1988). Ferdinand Tönnies' Weg in die Soziologie. In O. Rammstedt, *Simmel und die frühen Soziologen* (S. 86-162). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, P. (2014). *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Faerman, J. (2010). *Faceboom: Wie das soziale Netzwerk Facebook unser Leben verändert*. München: Südwest Verlag.
- Fröhlich, G. (1994). Kapital, Habitus, Feld, Symbol. In I. Mörth, & G. Fröhlich, *Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu* (S. 31-54). Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Fröhlich, G., & Mörth, I. (1994). Lebensstile als symbolisches Kapitel? Zum aktuellen Stellenwert kultureller Distinktionen. In I. Mörth, & G. Fröhlich, *Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu* (S. 7-30). Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Fuchs, C., Birkinbine, B., Gomez, R., & Wasko, J. (2017). Facebook. In *Global Media Giants* (S. 428-444). Routledge.
- Göttlich, U. (2018). Forschungsorientierte Theorien und handlungstheoretische Zugänge. In D. Hoffmann, & R. Winter, *Mediensoziologie: Handbuch für*

- Wissenschaft und Studium* (S. 121-137). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.
- Gonzales, A., & Hancock, J. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, behavior and social networking* Vol. 14 (1-2), S. 79-83.
- Heidler, R. (2008). Zur Evolution sozialer Netzwerke. Theoretische Implikationen einer akteursbasierten Methode. In C. Stegbauer, *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (S. 359-372). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften .
- Hew, K. F. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior* Vol. 27 (2), S. 662-676.
- Hollstein, B. (2008). Strukturen, Akteure, Wechselwirkungen. Georg Simmels Beiträge zur Netzwerkforschung. In C. Stegbauer, *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (S. 91-104). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Holzer, B. (2015). *Netzwerke*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Jurt, J. (2012). Bourdieus Kapital-Theorie. In M. Bergman, S. Hupka-Brunner, T. Meyer, & R. Samuel, *Bildung - Arbeit - Erwachsenwerden*. Springer VS.
- Kämper, E. (01. 09 2015). Risiken sozialwissenschaftlicher Forschung? Forschungsethik, Datenschutz und Schutz von Persönlichkeitsrechten in den Sozial- und Verhaltenswissenschaften. *Schmollers Jahrbuch* Vol. 135 (3), S. 343-349.
- Keppler, A. (2018). Medien, Lebenswelt und Alltagshandeln. In D. Hoffmann, & R. Winter, *Mediensoziologie: Handbuch für Wissenschaft und Studium* (S. 71-85). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.
- Korte, H. (2001). *Soziologie im Nebenfach: Eine Einführung*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Kowalski, S. (2020). *WhatsApp, Insta & Co - Chancen und Risiken: Ein Wegweiser für schulische Führungskräfte durch die virtuelle Welt*. Kronach: Link Carl.
- Krotz, F. (2017). Pfade des Mediatisierungsprozesses: Plädoyer für einen Wandel. In M. Pfadenhauer, & T. Grenz, *De-Mediatisierung: Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess* (S. 27-43). Springer VS.

- Krotz, F. (2018). Mediatisierung. In D. Hoffmann, & R. Winter, *Mediensoziologie: Handbuch für Wissenschaft und Studium* (S. 86-100). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.
- Lewis, D. (2006). What is web 2.0? *Crossroads Vol. 13 (1)*, S. 1-3.
- Lueger, M. (2009). *Interpretative Sozialforschung. Die Methoden*. Facultas.
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work! *Learning, Media and Technology: Learning and social software - researching the realities Vol. 34 (2)*, S. 141-155.
- Marcucci, N., & Fitzi, G. (11 2017). Between facts and wills: Tönnies, Durkheim, and the sociological critique of modern obligation. *Journal of classical sociology: JCS, Vol. 17 (4)*, S. 276-292.
- Mattern, J. (2017). *Facebook*. Checkerboard Library.
- Mattern, J. (2017). *Instagram*. Checkerboard Library.
- Mau, S. (2017). *Das Metrische Wir: Über die Quantifizierung des Sozialen*. Suhrkamp.
- Michel-Dittgen, B., Appel, W., & Hahl, S. (05. 12 2013). Jugendliche Lebenswelten: reale und virtuelle Netzwerke. In W. Appel, & B. Michel-Dittgen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0*. Von <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (03.04.2020) abgerufen
- Pfadenhauer, M., & Grenz, T. (2017). De-Mediatisierung: Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess. In M. Pfadenhauer, & T. Grenz, *De-Mediatisierung: Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess* (S. 3-23). Springer VS.
- Prisching, M. (2017). Logiken der De-Mediatisierung: Begründungen und Rechtfertigungen. In M. Pfadenhauer, & T. Grenz, *De-Mediatisierung: Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess* (S. 93-110). Springer VS.

- Schützeichel, R. (04. 12 2012). Ties, stories and events. Plädoyer für eine prozessuale Netzwerktheorie. *Berliner journal für Soziologie*, Vol. 22 (3), S. 341-357.
- Schlüter, T., & Münz, M. (2010). *30 Minuten Twitter, Facebook, XING & Co.* Offenbach: GABAL-Verlag.
- Schmidt, C. (06 2019). Netzwerktheorie(n). *Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für angewandte Organisationspsychologie*, Vol. 50, S. 239-242.
- Schnell, R., Hill, P., & Esser, E. (2018). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin / Boston: Walter de Gruyter GmbH.
- Schrage, J.-F. (2015). Social Media, Massenmedien und Öffentlichkeit - eine soziologische Einordnung. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof, O. Jarren, & V. Wyss, *Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium Band 13* (S. 199-212). Wiesbaden: Springer VS.
- Schwingel, M. (1995). *Pierre Bourdieu: Zur Einführung*. Hamburg: Junius Verlag GmbH.
- Silva, P. (2001). Objective Self-Awareness Theory: Recent Progress and Enduring Problems. *Personality and Social Psychology Review* 5 (3), S. 230-241.
- Spalding, M. (2017). *Snapchat*. Checkerboard Library.
- Stegbauer, C. (2008). Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Einige Anmerkungen zu einem neuen Paradigma. In C. Stegbauer, *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (S. 11-20). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Stegbauer, C. (2008). Weak und Strong Ties. Freundschaft aus netzwerktheoretischer Perspektive. In C. Stegbauer, *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (S. 105-120). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sutter, T. (2018). (Meta-)Theorien. In D. Hoffmann, & R. Winter, *Mediensoziologie: Handbuch für Wissenschaft und Studium* (S. 101-120). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.
- von Kardorff, E. (2008). Virtuelle Netzwerke - neue Formen der Kommunikation und Vergesellschaftung? In H. Willems, *Weltweite Welten. Internet-*

- Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive* (S. 23-56).
Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften .
- von Twickel, C. F. (2002). *Beziehungen und Netzwerke in der modernen Gesellschaft*. Münster: LIT Verlag.
- Wieser, M. (2018). Medien als Akteur-Netzwerke. In D. Hoffmann, & R. Winter, *Mediensoziologie: Handbuch für Wissenschaft und Studium* (S. 138-145). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.
- Willems, H. (2008). *Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Witzel, A. (1985). Das problemzentrierte Interview. In G. Jüttemann, *Qualitative Forschung in der Psychologie: Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder* (S. 227-255). Weinheim: Beltz.
- Witzel, A., & Reiter, H. (2012). *The problem-centered Interview: Principles and Practice*. SAGE.
- Wodzicki, K., Hussenöder, F., Opusko, M., & Cress, U. (2014). Die Nutzung von Social-Networking-Seiten durch Studierende: Psychosoziale und akademische Auswirkungen. In N. Krämer, N. Sträfling, N. Malzahn, T. Ganster, & U. Hoppe, *Lernen im Web 2.0. Erfahrungen aus Berufsbildung und Studium* (S. 19-37). Bertelsmann.

Internetquellen

<https://hochschulforumdigitalisierung.de/de/lernen-digitale-medien-studierenden-perspektive> (12.10.2020)

<https://www.campusmedia.de/im-fokus-der-forschung-die-mediennutzung-studierender/> (12.10.2020)

<https://medien-mittweida.de/wofuer-studenten-facebook/2015/> (12.10.2020)

<https://de.ccm.net/faq/15044-unterschiede-zwischen-whatsapp-und-telegram>
(12.10.2020)

<https://www.medienkraft.at/studo-app-fuer-studierende/> (13.10.2020)

<https://de.statista.com/themen/138/facebook/> (01.12.2020)

<https://de.statista.com/themen/2506/instagram/> (01.12.2020)

<https://www.futurebiz.de/artikel/snapchat-statistiken-nutzerzahlen/> (01.12.2020)

<https://de.statista.com/themen/1995/whatsapp/> (01.12.2020)

<https://de.statista.com/themen/99/twitter/> (01.12.2020)

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Tabelle der Themenanalyse..... 59

Anhang

Interviewleitfaden

Gesprächsanreiz

Ich möchte mit dir ein Gespräch darüber führen, wie Studierende Social Media nutzen. Könntest du mir bitte erzählen, wie und wofür du privat und im Studium Social Media verwendest? Mich interessiert dabei alles: seit wann du Social Media verwendest, in welchem Kontext, welche deine Lieblingsplattform ist, alles was dir einfällt!

Allgemeine Fragen zu Social Media

Es lässt sich beobachten, dass vor allem für Jugendliche (aber auch generell) Social Media eine immer wichtigere Rolle einnimmt und sie einen Großteil ihres Tages online verbringen. Zudem scheint digitale Kommunikation immer mehr an Bedeutung zu gewinnen während die Relevanz von face-to-face Beziehungen abnimmt.

- Wie denkst du darüber?
- Welche Erfahrungen hast du diesbezüglich gemacht?
- Wie wichtig denkst du ist es, heutzutage auf Social Media präsent zu sein?
- Welche Rolle nimmt Social Media in deinem Leben ein?
- Welche positiven Aspekte schreibst du Social Media generell zu?
- Welche negativen Aspekte schreibst du Social Media generell zu?
- Wie sicher denkst du ist die Nutzung von Social Media? Welche Gefahren gibt es?
- Welche Vorsichtsmaßnahmen triffst du während der Nutzung?

Fragen zur privaten Nutzung

- Seit wann verwendest du Social Media?
- Was war der ursprüngliche Anreiz, sich auf Social Media anzumelden?

- Inwiefern hat sich dein Nutzungsverhalten seit deinen ersten Erfahrungen mit Social Media verändert?
- Für welche Zwecke verwendest du Social Media?
- Welche Social Media-Plattform ist aktuell deine Liebste und warum?
- Welche Social Media-Plattform magst du nicht so gerne und warum?
- Auf welchen Geräten verwendest du Social Media hauptsächlich? Gibt es einen Unterschied, je nachdem, an welchem Ort du dich befindest?
- In welchen Situationen verwendest du Social Media?
- Zu welchen Tageszeiten verwendest du Social Media? Verwendest du verschiedene Plattformen zu unterschiedlichen Zeiten?
- Welche Social Media-Rituale hast du?
- Legst du dir bezüglich Social Media Limits oder Regeln auf? Wenn ja – welche?
- Wie wichtig ist Social Media für die Aufrechterhaltung deiner Kontakte und für das Herstellen neuer Kontakte?
- Wie unterstützt Social Media die Organisation deines Privatlebens?
- Welche Vorteile bzw. Nachteile ergeben sich durch Social Media in deinem Privat- bzw. Sozialleben?
- Inwiefern hat sich die Corona-Pandemie auf dein Social Media-Nutzungsverhalten ausgewirkt?
- Wie hat sich deiner Meinung nach die Rolle von Social Media durch die Corona-Pandemie verändert?

Fragen zur universitären Nutzung

- Welche Social Media-Kanäle hast du schon einmal für Studienzwecke (Fragen, Materialerwerb etc.) verwendet?
- Auf welchen Social Media-Plattformen hältst du dich am liebsten auf wenn es ums Studium geht?
- Wie genau verwendest du diese Social Media-Plattformen im Studium?
- Beteiligst du dich aktiv online an Diskussionen oder nutzt du die Möglichkeiten passiv?

- Wenn du Materialien von Social Media beziehst – hat du schon einmal dafür bezahlt? Würdest du dafür zahlen?
- Wie wichtig ist Social Media, um im Studium Anschluss zu finden?
- Wie empfindest du den Umgang unter den Student_innen auf Social Media?
- Welche Rolle spielt Social Media für die Organisation deines Studienlebens?
- Wie sehr nützt du Social Media, um im Studium voranzukommen?
- Welche Vor- bzw. Nachteile siehst du in der Nutzung von Social Media im Studium?
- Wie findest du die Präsenz von offiziellen Universitätsseiten auf Social Media-Plattformen? Verfolgst du deren Online-Auftritt?
- Was hältst du davon, Social Media vermehrt aktiv in Lehrveranstaltungen zu integrieren?
- Wie fandst du den universitären Online-Unterricht während der Corona-Pandemie?
- Was hat dir an der Lösung der Universität Wien gefallen und was nicht? Welche Verbesserungsmöglichkeiten siehst du?
- Wie hat sich deiner Meinung nach die Rolle von Social Media für das Studium seit Corona verändert?

Fragebogen

Fragen zur Person

1. Wie lautet dein Vorname? _____
2. Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?
 - weiblich
 - männlich
 - anderes
 - keine Angabe
3. Wie alt bist du? _____

4. Welches Fach studierst du an der Universität Wien? (Mehrfachantworten möglich)

- Rechtswissenschaften
- Bachelor Soziologie
- Master Soziologie
- Anderes: _____

Fragen zur Social Media-Nutzung

5. Wie viele Stunden am Tag verbringst du ungefähr mit der Nutzung von Social Media?

- weniger als 1 Stunde
- 1-2 Stunden
- 2-3 Stunden
- mehr als 3 Stunden

6. Wie schätzt du selbst deinen Social Media-Konsum ein?

- sehr bedenklich
- bedenklich
- durchschnittlich
- verantwortungsvoll
- sehr verantwortungsvoll

7. Welche dieser Social Media-Plattformen benutzt du?

- Facebook
- Instagram
- Snapchat
- Twitter
- Whatsapp

8. Welche Social Media-Plattform benutzt du am häufigsten?

- Facebook
- Instagram

- Snapchat
- Twitter
- Whatsapp

9. Wie relevant ist Social Media für die Organisation deines Alltags?

- sehr relevant
- relevant
- neutral
- wenig relevant
- überhaupt nicht relevant

10. Wie leicht bzw. schwer würde es dir fallen, auf Social Media zu verzichten?

- sehr schwer
- schwer
- neutral
- leicht
- sehr leicht

11. Wofür nutzt du Social Media hauptsächlich? (Mehrfachantworten möglich)

- Kontakt mit Familie/Freunden
- Neue Bekanntschaften schließen
- Verfolgung von Interessen
- Weiterbildung (Studium)
- Zeitvertreib
- Inspiration
- Motivation
- Andere: _____

Interviewtranskripte

I = Interviewerin

IP = Interviewpartner_in

// = Satz wurde abgebrochen / Start eines neuen Satzes

@Sekunden@ = Lachen

@(abc)@ = lachende Äußerung

(1) = Pause in Sekunden

((abc)) = nonverbale Äußerung

(...) = unverständliche Äußerung in Sekunden

Abc = deutlich betonte Äußerung

a-abc = Abbruch eines Wortes

Interview 1

Interview geführt am: 07.08.2020
Länge des Interviews: 42 min. 21 sec.
Geschlecht: weiblich
Alter: 26
Aktuelles Studium: Rechtswissenschaften

Kurzbeschreibung der Interviewsituation

Dieses Interview fand auf Vorschlag der Befragten über die Videochat-Funktion von Facebook statt. Zu der vorab besprochenen Zeit war sie nicht erreichbar, entschuldigte sich aber wenige Minuten später über die Messenger-Funktion für die Verspätung. Die Interviewsituation war anschließend sehr angenehm, da durch das Video eine größere Nähe geschaffen wurde, als dies über das Telefon der Fall gewesen wäre. Jedoch gab es gegen Ende ein Verbindungsproblem, bei dem für mehrere Minuten der Ton ausfiel. Diese Stelle ist im Transkript gekennzeichnet. Durch die Unterbrechung wurde der Redefluss der Interviewpartnerin gestört, jedoch fand sie schnell wieder in diesen zurück.

Transkript – Interview 1

- 1 I: Ok, dann fangen ma glei an. Also (1) kannst du mir bitte erzählen, wofür du
2 privat und im Studium Social Media verwendest? Also alles, was da einfach
3 einfällt. In welchem Kontext, welches deine Lieblingsplattform is (1) und so
4 weiter. Alles, was da einfällt.
- 5 IP_1: Ok. Also fürs Studium, ahm, nutz ich eigentlich grundsätzlich, äh, Facebook.
6 Also i bin in den verschiedenen, äh, Jus-Gruppen drinnen, die sind eigent-
7 lich ziemlich hilfreich. Ahm, grad jetzt bei Corona so, wenn ma so ned wirk-
8 lich mit Professoren in Kontakt kommt und ah ned so wirklich auf die Uni.
9 Aba des is schon sehr von Vorteil, si da austauschen zu können. Ahm, be-
10 ziehungsweise i find da immer sehr hilfreiche Tipps, wie ma si am besten
11 auf Prüfungen vorbereitet, welche Bücher, Literatur do am besten zum emp-
12 fehlen is. Ahm, auf Instagram schau ich eigentlich nur Memes. @1@ Ahm,

13 weil da gib'ts ah ziemlich, ziemlich lustige Juristen-Memes, a Seite, und
14 sonst, privat, jo, Facebook, Instagram nutz ich und, ahm, (1) sonst eigentlich
15 Snapchat bisschen, aber sonst eigentlich ned wirklich.

16 I: Ok, mhm. Äh, ja, dann amal, also i hab verschiedene Fragenkontexte: pri-
17 vat, allgemein und zum Studium. Ähm beim Allgemeinen mal, also, nur dass
18 du a bissl an Input hast. Es lasst si ja beobachten, vor allem bei Jugendliche,
19 dass Social Media für die mega relevant is. Also viel mehr als bei älteren
20 Menschen. Und, äh, dass man da ah beobachten kann, dass si de eher
21 einfach (1) eh über Snapchat und solche Sachen treffen als in echt, dass si
22 des bevorzugen. Und i würd gern wissen, was du drüber denkst, über diese
23 Entwicklung (1) dass das, dass da Trend da so hin geht zum Digitalen.

24 IP_1: Naja, also ich finds eigentlich, mhm, nicht sehr gut. Also gut, wir sind ja in
25 einer Generation noch, wir hom ja noch kane Handies ned ghobt, oiso jün-
26 ger beziehungsweise Jugendliche und, ahm, beziehungsweise glaub i, dass
27 sies Internet jo immer a bissi, dieses Cybermobbing wahrscheinlich immer
28 a bissi a Rolle spielen wird, weil ma eben ned diesen Bezug hat. Weil wenn
29 ma persönlich mit wem spricht, dann, i glaub, dass ma do scho sehr schnell
30 ausgegrenzt wird. Und (1) also i hoit von dem eigentlich nicht sehr viel, dass
31 ma do des ois online (1) vonstatten geht, weil im Endeffekt weiß ma ja dann
32 ned wirklich was über den gegenüber, wens is in Online-Chats oder so. (1)
33 Is glaub i eher mit Vorsicht zu genießen. Aber i glaub, do bin i eher so a
34 typischer Schwarzseher, der was des daun huid ois a bissi // (1) ahm, vor
35 allem geht da natürlich der persönliche Kontakt total verloren und diese so-
36 zialen Kompetenzen, glaub i, wern dadurch, glaub i, ah (1) etwas abge-
37 schwächt, de was ma daun durch dieses Zusammentreffen und (1) immer
38 am Handy kleben und so. Man verliert jo daun afoch den Überblick über sei
39 Umwelt irgendwie. Also (1) ich halt von dem nix, ehrlich gsagt.

40 I: Mhm. Hast du diesbezüglich selbst scho Erfahrungen gmacht in deem Um-
41 feld, dass du Leute beobachtest, de eher jetzt mehr (1) online gehen, als si
42 persönlich zu treffen? Oder (1) eher weniger?

43 IP_1: Mhm, des eher weniger. Mir fällt halt nur auf, dass wenn i mit gewissen
44 Freunden mich treff, dass die ständig am Handy hängen, was mir total am
45 Nerv geht. Also wenn ich mich mit dir jetzt zum Beispiel persönlich treffe,
46 dann achte ich schon drauf, dass i ned ständig das Handy (1) schaue und

47 ah, wer hod ma jetzt gschrieben, ah, wos is do. Also des versuch i eher zu
48 vermeiden, weil is wahnsinnig unhöflich eigentlich, ehrlich gsogt, finde,
49 wenn i mi da mit wem unterhalte und der schaut ständig nur aufs Handy.

50 I: Ja, ok. Äh, denkst du, es is wichtig, heutzutage auf Social Media präsent zu
51 sein? Oder wie wichtig ist es?

52 IP_1: @(Mhm)@ Das kommt natürlich immer drauf an. Social Media kann natür-
53 lich ah (1) für viele a Ausdrucksform sein, si mitzuteilen und so. Ahm (1)
54 beruflich kanns natürlich ah, wenn ma jetzt so Start Ups oder so // Wie ich
55 zum Beispiel, ich hab jetzt bei Everdrop zum Beispiel, das hab i zufällig über
56 Insta-Instagram gefunden. Das is so a, äh, ökologischer Waschmittelher-
57 steller, ahm, de machen das mit so Taps und dann spart ma si natürlich ur
58 viel Plastik und so und des is ois biologisch hergestellt. Is natürlich a bissl
59 teurer, oba des is ah a Start Up aus Deutschland und i find (1) find des total
60 toll und, ahm, so kaun ma huid dann schon vermarkten. Ich persönlich, wenn
61 i jetzt ned Social Media nutzen würde, glaub i würd mir jetzt ned irgendwie
62 (1) viel abgehen wahrscheinlich. Also (2) denk ich.

63 I: Ok, also du denkst, du könntest ohne des (1) @(ah nu leben)@?

64 IP_1: Na, oiso, oiso, i kennt schon, oba es is huid, jo, wenn i im Zug sitz oder in
65 da Bim oder so, daun schaut ma huid schon rein und i schau eigentlich fost
66 nur mehr so lustige Sachen an, die was i dann meistens meinen Freundin-
67 nen schick oder irgend sowos. Also i bin ned wirklich, dass i jeden Tag a
68 Foto posten muss oder so. I bin allgemein ned so der Socializer, also i bin
69 ah ned so der Instagram-Story-Poster, also i brauch jetzt ned jeds Essen
70 fotografieren und des im Instagram stellen. Also so bin i ned. I bin eigentlich
71 mehr der stille Mitleser, @(i schau eigentlich nur)@.

72 I: Ok. Ja. Hm, dann mal generell zu Social Media. Welche positiven Aspekte
73 glaubst du, gibt es (1) wenn ma des nutzt, oder?

74 IP_1: Mhm, na i glaub schon, dass ma si dadurch ah leichter traut, sich mitzuteilen
75 beziehungsweise (1) jo (1) viele, glaub i, traun si ned im persönlichen Leben
76 des auszudrucken, wos sie vielleicht über Social Media rüberbringen. Ahm,
77 natürlich is des ah vernetzt, weil a Freundin zu mir, die is vor a paar Jahren
78 nach Deutschland gezogen, da ham ma a Zeit lang nur über Social Media
79 Kontakt ghobt, weil, ah, weils afoch so teuer war mim Telefonieren, bevor
80 dieses Roaming gefallen is. Und so kaun ma huid schon dann // (1) Und a

81 andere Freundin von mir, die war zwei Jahre in Amerika, also do, durch das
82 kann man dann scho Kontakt halten. Also dass, dass globalisiert worden is,
83 ah, find i schon gut, dass ma do wirklich daun Kontakt halten kann mit ge-
84 wissen Menschen, de wos am nicht mehr (1) greifbar san, so anders.

85 I: Mhm. Also der kommunikative Aspekt empfindest du positiv?

86 IP_1: Ja.

87 I: Und welche Aspekte findest du negativ?

88 IP_1: Ja, es is eben, wie alles im Internet, also, immer mit Vorsicht, glaub i, zu
89 genießen, weil do ah sehr viel Missbrauch daun betrieben wird. Ahm, (2) jo,
90 do kaun ma huid ewig lang diskutieren, wie Facebook und Instagram an
91 ausspionieren oder sunst irgendwos und Daten weiter-weitergeben und jo,
92 oba des wird überall gmocht und natürlich ah negativ, ma wird huid sehr
93 bewertet auf diesen Fotos, de wos ma daun postet und daun kaun huid
94 schon, wenn daun negative Kommentare kommen kaun i mas (1) sogar sehr
95 gut bei Jüngeren gerade vorstellen, dass die dann sehr in a Loch vielleicht
96 fallen und dann das Selbstvertrauen verlieren, wenn die mal negative Kom-
97 mentare kriegen oder ned so vü Likes, wie sie gerne hätten und so. Also i
98 glaub, dass is ja daun so // (1) Glaub i kann schwierig werden für, für die
99 Psyche von jüngerer Menschen.

100 I: Mhm. Ok, also negativ findest du eben diesen Datenschutz, (2) diese Da-
101 tenschutz-Richtung?

102 IP_1: Ja, wobei ma da sagen kann, wird überall gmacht, oiso is jetzt ned ah nur
103 des, oba (2) es is huid diese, ma wird sehr oberflächlich glaub i und sehr
104 reduziert und dadurch, dass diese Anonymität irgendwie herrscht, verlieren
105 huid, glaub i, gewisse Menschen schon auch jegliche Scham, glaub i. Also
106 wenn ma si do so und so anschaut, wos do für Promis zum Beispiel für
107 Shitstorms losgetreten werden, is des huid schon puh. Oiso i ma do mal bei,
108 des, do gibt's a ziemlich cooles, ah, Video, also cool, interessant eigentlich,
109 des hom da Joko und da Klaas hom des gmocht, des über Vergewaltigungso-
110 pfer oder ah sexueller, ah, Belästigung von Frauen und do hom huid ah
111 Frauen erzählt, wos de über Social Media für Kommentare bekommen hom
112 und des find i huid schon sehr schlimm. Oiso grad, wenn ma a bissl in da
113 Öffentlichkeit steht. Ahm, des betrifft jetzt ned uns, also in Otto Normalver-
114 braucher, oba i denk ma, wenn mas herunterbricht, wenn, grad bei jungen

115 Leute, wir wissen olle, wie gehässig wos ma (1) mit vierzehn, fünfzehn sein
116 kann. Und wenss du dann so, in da Schule zum Beispiel, bissl Mobbingopfer
117 bist, glaub i, dass des auf Social Media nu viel, viel schlimmer is, weil du jo
118 daun diese Distanz host. Du siehst jo die Reaktion von deinem Gegenüber goa
119 ned. Also i glaub schon, dass ma do si sehr fertig mochn kaun (1) über
120 Social Media.

121 I: Also du glaubst ah, dass von den Menschen die Hemmungen fallen? Dass
122 si dann (1) nu gehässiger sein können online?

123 IP_1: Genau, jo. Weil eben diese persönliche Interaktion fehlt, weil i gib des ein
124 und (1) is egal, ne? Weil i siech, i siech jo ned, dass der daun weint, wenn,
125 wenn der des liest oder dass der daun wirklich psychisch damit zu kämpfen
126 hod.

127 I: Mhm.

128 IP_1: Wie wenn ich jetzt dir persönlich sag „he, du schaust scheiße aus“ oder
129 sonst irgendwas. (2) Könnt ma ich vorstellen.

130 I: Ja. Mhm. Ähm, so @(daun a bissl wos Leichteres)@. Welche Rolle nimmt
131 Social Media in deinem Leben ein, würdest du sagen? Is des wichtig für di,
132 oder eher so mittel zum Zweck, oder?

133 IP_1: Jo i würd eher so sagen Mittel zum Zweck, beziehungsweise Lang-Fadheits-
134 bekämpfung würd i mal sagen. Also wenn i moi, wie gsagt, wenn i im Zug
135 oder in der Bim oder so sitz, dann (1) scroll ich halt durch. Eben so lustige
136 Videos anschauen, suiche Dinge. Und eben fürs Studium, in die Gruppen
137 schauen, wos gibt's Neues, Bücher günstig zu kaufen oder so, weil unsere
138 Bücher jo mega teuer san und, ahm, suiche Dinge. Also des is mehr für mich
139 Mittel zum Zweck. Also, wie gsogt, ich post nicht so viel von mir und wenn i
140 im Jahr zwei, drei Fotos hochlod is viel, deswegen // (2) I bin do mehr, bin
141 wirklich Mitleser, also wie so bei de WhatsApp-Gruppen, i schreib dort ah
142 nie wos. @(I bin eher so der stille Zuschauer)@

143 I: Ok. Ähm (1) jo des host eh scho gsogt. Also welche Gefahren glaubst du,
144 gibt es bei Social Media? Eben Datenmissbrauch, dass die Menschen ge-
145 hässig san?

146 IP_1: Ja.

147 I: Ok. Fällt da sonst noch @(irgendwas)@ dazu ein, so an Gefahren oder
148 glaubst du, san des de Größten?

149 IP_1: Naja, es gibt sicher noch andere Gefahren, aber das ist das, was mir so
150 spontan einfällt. Da kann man halt wirklich überall hingehen, bis zur Kinder-
151 pornographie oder sonst irgendwas. Also das, das glaub ich, sind wenig Gren-
152 zen dann gesetzt.

153 I: Das stimmt, voll. Ja. Ähm welche Vorsichtsmaßnahmen triffst du, während
154 du Social Media nutzt? Oder triffst du überhaupt irgendwelche (1) Vorsichts-
155 maßnahmen?

156 IP_1: Naja, zum Beispiel, also ich hab eigentlich fast nur Freunde auf Social Me-
157 dia, egal ob Instagram oder Facebook, die ich kenne. Also die ich auch per-
158 sönlich kenne. Ähm, beziehungsweise die, von denen ich weiß, die existieren
159 hier wirklich beziehungsweise da sind aus meiner Umgebung oder sind mit
160 wahnsinnig vielen Freunden von mir befreundet. Damit man da ein bisschen da
161 aussortiert, weil ich brauche nicht irgendwelche Leute auf meinem Profil. Ich tat
162 ah niemals Standort oder, oder Handynummer oder so solche Dinge, ähm, ähm,
163 öffentlich machen. Des, und ah meine E-Mail-Adresse, ich hab eigentlich gar
164 nichts auf öffentlich. Ähm, afoch, um das zu vermeiden, ich mecht nicht so
165 viel preisgeben über Social Media.

166 I: Mhm. Also die Vorsichtsmaßnahme ist, dass du selbst gleich gar nicht so viel
167 online stellst, was da irgendwo auftauchen könnte?

168 IP_1: Genau, genau. Es macht hier ein schlechtes Bild, wenn man an berufliche Zu-
169 kunft denkt. Des hören uns in der Schule ah schon immer gesagt, man soll
170 nicht zu viel posten und ah nicht zu freizügig oder bei Fortgehefotos, weil es
171 gibt schon Firmen, die was da googlen. Und wenn die da auf Facebook fin-
172 den und da bist du grad in der ärgsten Saukelage und so macht das hier
173 ein ganzes Bündel, wennst jetzt in eine Bank oder eine Versicherung gehen
174 willst oder so.

175 I: Mhm, voll. Ok. So, dann die Fragen zur privaten Nutzung. Seit wann ver-
176wendest du Social Media ungefähr?

177 IP_1: Ich glaub, also angefangen hat das glaub ich mit Myspace damals. Da war ich
178 glaub ich in dem (1) Anfang, glaub ich in dem HAK, erste HAK glaub ich
179 wo das war. Also da war man so vierzehn, fünfzehn sowas circa.

180 I: Ok. Und was war damals der ursprüngliche Anreiz, dass du dich anmeldest
181 auf Social Media?

182 IP_1: Ah bei Myspace war des des Coole, dass ma si dort diese Musik anschauen
183 hat können, ah, von den Künstlern und so und deswegen haben wir uns
184 damals dort angemeldet.

185 I: Ok, also es hat an der Plattform gelegen?

186 IP_1: Wie bitte?

187 I: Es war explizit die Plattform, dass du gesagt hast, ok, Myspace bietet des
188 an, deswegen.

189 IP_1: Genau, genau.

190 I: Ok. Ähm, inwiefern hat si dein Nutzungsverhalten seit diesen ersten Erfah-
191 rungen verändert?

192 IP_1: Najo, am Anfang, do is ma daun, am Anfang is ma do sehr gehyped von
193 dem Ganzen. Wir ham uns am Anfang eigentlich gar ned, obwohl wir dann
194 alle schon a Handy ghabt ham, trotzdem über diese Social Media-Plattfor-
195 men unterhalten. Des moch i jetzt eigentlich fost gar nicht mehr, also wenn
196 ma meine Chats auf Social Media anschaut, sind das eben so Sachen wie
197 bei dir oder, ahm, eben mit anderen Studenten, mit die wos i halt über Prü-
198 fungen schreib oder über Bücher. Oba private Gespräche führ i über Social
199 Media eigentlich gar keine mehr. I moch ah ned so, so Kommentare oder
200 „voll hübsches Bild“ oder so, na, @(sowos mog i überhaupt ned)@. Ahm
201 und ich like auch sehr wenig, also, es is für mi wirklich eigentlich nur Mittel
202 zum Zweck ehrlich gsagt.

203 I: Mhm. Ok. Ähm, welche Social Media-Plattform is aktuell deine Liebste und
204 warum?

205 IP_1: Mhm (1) also momentan bin ich mehr auf Instagram wie auf Facebook, weil
206 auf Facebook is schon so viel Blödsinn, find i, drinnen. Ahm u n d auf Insta-
207 gram hob i ned so viel, do folg i nur a poa Seiten und des reicht ma daun
208 ah. Ah momentan feiere i voll TokTok, gfoit ma vui guad. @(Was ned, ob
209 des ah zu Social Media zählt)@.

210 I: Jo voll, sicher.

211 IP_1: Ahm, oba do tua i huid ah nur gucka, de lustigen Videos und da lach i mi
212 huid schlapp und des (1) zum Zeit vergehen huid. @1@

213 I: Ok. Welche Social Media-Plattform magst du gar ned und warum?

214 IP_1: Mhm, welche? Snapchat mog i eigentlich ned wirklich. Ahm, oba des is eher
215 mir geschuldet, weil wenn i do mit jemandem schreib oder so, dadurch dass

216 des verschwindet, i merk mas huid afoch ned. @1@ @(Und daun woas i
217 nie, wos i gschriem hob und des, jo)@ Also Snapchat mog i eigentlich ned
218 wirklich. Vor ollem, für mi bringt ah diese Foto-Dings ned, weil meistens fo-
219 tografier i afoch in Hintergrund und schreib daun des eini, wos i @(in an
220 Chat gschriem hätt)@. Also, mögen. I verwends auch, oba.

221 I: Ja, aber am seltensten?

222 IP_1: Genau.

223 I: Mhm. Ähm, auf welchen Geräten verwendest du Social Media hauptsäch-
224 lich? Also eher am Handy oder eher am Computer oder is des ausgegli-
225 chen?

226 IP_1: Ah, eher am Handy. Also i muss sagen, am Laptop bin i eigentlich gar ned
227 drinnen. Also nur wirklich ganz selten. Ahm und manchmal huid im Face-
228 book, oba des is wirklich Ausnahmefälle. Also sonst bin i eigentlich im, über
229 alle Accounts, im, mit meinem Handy verbunden.

230 I: Mhm, und warum? Weils einfach (1) bequemer is?

231 IP_1: Bequemer. Jo genau. Bequemer und vor allem, wie gsagt, i verwends huid
232 meistens, wenn i im Zug bin oder in der Bim und do drah i jetzt ned in Laptop
233 dafür auf und daun (1) scroll i huid afoch mim Handy durch.

234 I: Ok. In welchen Situationen verwendest du Social Media? (1) Also wenn dir
235 fad is. @1@

236 IP_1: Ja, und ah, und eben wenn i huid Fragen hab an andere Studenten, dann
237 verwend i auf jeden Fall Social Media. Ahm, ansonsten, natürlich kommts
238 ah hi und do vor, dass, wenn i im Urlaub bin und daun ah a Urlaubsfoto post
239 oder solche Dinge. Ahm, aber grundsätzlich (1) so im alltäglichen Gebrauch
240 hods daun für mich jetzt ned so die Bedeutung.

241 I: Ok. Zu welchen Tageszeiten verwendest du Social Media?

242 IP_1: Meistens eben in der Früh, wenn i zur Arbeit oder zur Uni fahr oder halt vorm
243 Schlafen gehen tu i nu a bissi tiktoken meistens. Ahm (1) so übern Tag ver-
244 teilt, jo, hin und wieder dass mal reinschau, oba (1) eigentlich gar ned so
245 viel.

246 I: Ok. Hast du irgendwelche Social Media-Rituale? Also eh zum Beispiel wie
247 nachm Austehen mal, mal schauen oder so in die Richtung?

248 IP_1: Na gar ned, also i schau rein, wenn i grad Lust drauf hab. Also i muss des
249 ned // Ahm, i hob ah alle Benachrichtigungen ausgestellt und so, weil mi

250 nervt des so, wenna ständig am Handy aufpoppt irgendwo. Ahm, na, wenn
 251 i, weil die Menschen, die wos für mi wichtig san, die hom eh mei Handynum-
 252 mer und de erreichen mi eh so. Und alle anderen, mhm, mit de interagier i
 253 ja gar ned so, deswegen.

254 I: Also du schaust eigentlich nur rein, wenn du gerade Zeit hast?

255 IP_1: Genau. Wenn i gerade Zeit hab und Lust hob.

256 I: Mhm, ok. Legst du dir bezüglich Social Media irgendwelche Limits oder Re-
 257 geln auf? Dass du, zum Beispiel, keine Ahnung, ned öfters als eine Stunde
 258 am Tag, also ned länger, online sein darfst oder gar ned?

259 IP_1: Na. Dadurch, dass is eigentlich glaub i eh ziemlich, ahm, (1) eh an guadn
 260 Umgang mit dem Ganzen hab und ned in so ein Suchtverhalten hineinfalle,
 261 ahm, brauch i des eigentlich ned. Waun i a Zeit hob schau i huid und wenn
 262 i kane hob is (1) kauns ah passieren, dass i in gaunzn Tog (1) gar ned in
 263 Facebook oder in Instagram reinschau.

264 I: Mhm. Ähm wie wichtig ist Social Media für die Aufrechterhaltung deiner Kon-
 265 takte?

266 IP_1: Naja eben, wie gsagt, bei so Freundinnen, die weiter weg sind, ah, is es
 267 schon gut, aber ansonsten, meine Kontakte, de kenn i meistens persönlich,
 268 also zum, meistens, zu hundert Prozent. De hom daun mei Telefonnummer
 269 und daun brauch i Social Media für (1) zum Aufrechterhalten ned, weil daun
 270 ruf i die lieber an, bevor i dena übern Messenger schreib oder so.

271 I: Nutzt du Social Media ah zur Herstellung von neuen Kontakten oder eher
 272 weniger?

273 IP_1: Mhm, eigentlich eher weniger. Ahm, das Einzige, wo i halt wirklich mit, mit
 274 fremden Personen is eben, wenn so wie mit dir oder mit anderen Studenten.
 275 Sonst versuch i eigentlich, so wenig wie möglich über, ah, Social Media zu
 276 interagieren, vielleicht ah afoch, weil i a bissi paranoid bin von de ganzen
 277 @(Serienkiller-Dokus auf Netflix)@. Ahm, oba i bin do bissi immer bissi
 278 misstrauisch, wer do dahinter steckt, weil es gibt jo scho so vü Fake-Profile
 279 und so und ma hört jo so, also, es gibt jo viele kranke Menschen afoch auch
 280 und i glaub, dadurch, dass i do bissi zu vü scho nochdenk, ahm, versuch i
 281 eigentlich, sowos zu vermeiden. Über online Leute kennen zu lernen.

282 I: Ok. Ähm, unterstützt Social Media irgendwie die Organisation deines Privat-
 283 lebens? Also durch Ausmachen über Social Media, irgendwas?

284 IP_1: Na, na, gar ned. Also des, also Social Media, über WhatsApp moch i ma
285 des ois aus, wie jeder andere auch, also.

286 I: Ok, also WhatsApp unterstützt di bei der Organisation? Ähm, ergeben si
287 irgendwelche Vorteile oder Nachteile durch die Nutzung von Social Media
288 in deinem Privatleben?

289 IP_1: Mhm Vorteile (1) na, eigentlich ned. Es is, wie gsogt, für mi is es mehr Zeit-
290 vertreib wie // (1) Irgendwie dass i des // Weil a Studienkollegin von mir, de
291 is vui de Food-Bloggerin, für de hod des natürlich, de kriegt massenweise
292 Essen zugeschickt und lauter sowos. Ahm, do profitier i a bissi, weil sie gibt
293 ma daun wos o. @1@ Oba, ahm, i, da i des jo nur wirklich so als Zeitvertreib
294 nutze, hob i do eigentlich ned jetzt wirklich irgendwelche Vorteile (1) oder
295 Nachteile durch des, weil i, wenn i wos ztuan hob oder wenn i // Jetzt zum
296 Beispiel schreib i jo nebenbei ah mei Diplomarbeit gerade und tua für Prü-
297 fungen lernen und do hob i huid afoch ned de Zeit, also @(dein Post hob i
298 ah ganz zufällig nur gseng)@, ahm, weil i grad am Weg aufs Juridicum woa.
299 Und sunst hätt in wahrscheinlich ah ned gseng, weil i afoch momentan ned
300 de Zeit irgendwie hob, dass i do viel auf Social Media unterwegs bin.

301 I: Mhm. Jo daun wos gaunz aktuelles: inwiefern hod si die Corona-Pandemie
302 auf dein Social Media-Nutzungsverhalten ausgewirkt? Hast du da irgend-
303 welche Veränderungen festgestellt dadurch?

304 IP_1: Natürlich. Also am Anfang, grad wo der Lockdown war, wo ma jetzt hat gar
305 nix machen können, bin i huid schon (1) länger und öfters afoch // Aber das,
306 wie gsagt, das war da, da hat i halt wieder den Fadheits-Faktor (1) zurück-
307 zuführen afoch weil i afoch daun nimma gwusst hob, wos i mit meim Tog
308 anfangen sui weil i hob daun ah nimma arbeiten gehen dürfen. Wir waren in
309 Kurzarbeit und, ahm, was machst ganzen Tag allein zuhause? Weil i hob
310 ah, i bin ah, i gher zur Risikogruppe, deswegen hob i mi ah eigentlich mit
311 goa kam treffen wollen. Ahm, (1) und deshoib, jo, woa i daun eigentlich eher
312 ziemlich isoliert und das natürlich, mit Social Media kann ma des doch a
313 bissal, ahm, (1) die Zeit überbrücken.

314 I: Mhm. Und du host, so wie dus gsogt host, ah während Corona einfach (1)
315 hauptsächlich Memes anschaut oder war da die Kommunikation wichtiger?

316 IP_1: Genau, oder huid afoch lustige Videos oder Fotos oder so. Also für des nutz
317 i des eigentlich am meisten. Und meistens siech i daun wos lustigs, daun

318 schick i meiner besten Freundin des oder sonst irgendwos. Also (1) auf Fa-
319 cebook tua i wirklich nur Blödsinn gucka und auf Instagram, jo, do hob i
320 gewisse Leute, denen folg i, so a poa Bloggern und so, aber sonst, des
321 schau i ma huid ah nur so nebenbei huid au.

322 I: Ok. Ahm, denkst du, dass si dein Blick auf Social Media durch Corona ver-
323 ändert hat?

324 IP_1: Mhm, na, des glaub i eigentlich nicht, ehrlich gsogt, weil // (1) Jo sicher woan
325 olle Leit mehr präsent auf Social Media und ma hod ah vü mehr gfunden
326 von de Leute, oba (1) dass i mi jetzt deswegen (1) weiterhin mehr auf Social
327 Media // Also, also soboid i daun zum Lernen und zum Arbeiten, woa des
328 daun bei mir eh wieder vorbei. Also.

329 I: Mhm, also denkst du ned, dass die Leute jetzt weiterhin mehr online sein
330 werden?

331 IP_1: Najo es kann schon sein, weil wer weiß, wies weitergeht? Also ich, i kann
332 jetzt nur von meiner Warte aus sprechen und (1) kann ma schon denken,
333 dass, wenn a zweite Welle kommt, dass das dann huid wieder aufflammt,
334 dass ma wieder mehr online, ahm, über Facetime zum Beispiel, sie trifft oder
335 so. Ahm (1) jo, oba des, des kaun i jetzt ned so sagen.

336 I: Ja, is schwer zu sagen jetzt aktuell. Mhm. Ok, und daun nu zu deiner uni-
337 versitären Nutzung. Also welche Social Media-Kanäle verwendest du für
338 Studienzwecke? Also eben, eh wie du gsagt hast, Materialerwerb, Fragen
339 stellen et cetera.

340 IP_1: Genau. Des moch i eigentlich nur über Facebook. Wie gsogt, Instagram hob
341 i nur so a wahnsinnig lustige Seite, wo die ganzen Memes, de wos ma si
342 gegenseitig hin und her schicken. Ahm, auf Facebook bin i glaub i bei drei
343 oder vier verschiedenen Gruppen drinnen und, ahm, de, de, so, weil, für
344 Prüfungen, Bücherbörse, daun so Lerngruppenbildung und so. Also für
345 sowos is daun Social Media schon cool. Ahm, beziehungsweise, wenn ma
346 si ned genau woas, wie ma si für an Prüfer vorbereiten soll und so, ahm,
347 grad bei mir, i bin huid arbeitstätig, i kaun ned oft in Übungen gehen und
348 daun kaun ma huid schon frogn „jo, kaun ma wer de Unterlagen schicken
349 gegen an Aufpreis oder gegen an Kaffee oder so?“, also do kaun ma si daun
350 schon (1) a bissi helfen, wos huid glaub i früher daun schwieriger war, wenn

351 ma dann do doch wirklich suchen hat müssen, is do irgendwer in dera
352 Übung und (1) so kann man dann gezielt fragen. Also des find i schon gut.

353 I: Erlebst du die anderen Studierenden do als hilfsbereit oder is es eher
354 schwierig, dass da wer hilft?

355 IP_1: Teils teils. Kommt halt drauf an. Also man merkt halt schon, wenn man in
356 diesen Gruppen is, dass eigentlich meistens dieselben (1) kommentieren,
357 zurückschreiben und so weiter. Ahm (1) i muss dazusagen, i versuch auch,
358 wenn i, wenn i mi auskenn, beziehungsweise, wenn i Hilfestellung geben
359 kann, des zu machen. Oba natürlich, wir hom alle an stressigen (1) stressi-
360 ges Leben, wenn sies ned ausgeht, ahm, oba es gibt eigentlich, i hätt jetzt
361 no ned gseng, dass eigentlich bei einer Frage niemand kommentiert hätte,
362 also dass ma keine Antwort auf seine Frage bekommt, wos i eigentlich po-
363 sitiv find.

364 I: Jo. Mhm. Ähm, also wie genau verwendest du Facebook fürs Studium? Also
365 Fragen stellen, Materialerwerb, (1) Hilfestellungen selbst geben?

366 IP_1: Genau. Und ah Bücher, dass ma si huid ah, weil viele stellen halt Fotos von
367 den Büchern rein, schreiben, wie viel äh, äh, wollen halt und dann treff ma
368 si am Juridicum oder kriegen mas gschickt und ma überweists daun. Dass
369 ma daun a bissl, eben, die Bücher // Weil i hob ma jetzt für Europarecht jetzt
370 wos i jetzt moch, ahm, hätten meine Bücher neu ungefähr zweihundert Euro
371 gekostet und jetzt hob i sie um fünfundsiebzig (1) von einer Studienkollegin
372 gekauft, also.

373 I: Ok, des is daun scho a Unterschied.

374 IP_1: Jo.

375 I: Mhm. Ähm, ja, beteiligst du dich aktiv online an Diskussionen oder nutzt du
376 die Möglichkeit eher passiv?

377 IP_1: Na, also Diskussionen mog i eigentlich goa ned, weil des wird daun oiwei
378 relativ schnö sehr gehässig und des interessiert mi eigentlich ned. Oiso so
379 online mit do irgendwie so Kommentare, bei der ZiB oder so is des oft, wos
380 daun vui eskaliert und da denk i ma so richtig, äh, „Leute, hobts es nix aun-
381 das ztuan wie sie gegenseitig do fertig zmocha?“ und auf des hob i keine
382 Lust ehrlich gsogt,

383 I: Mhm. Ähm, jo, du host eh gsogt, du beziehst ah Materialien, also Bücher
384 und so weiter, über Social Media und du bezahlst ah dafür.

385 IP_1: Natürlich.

386 I: Also ja, bei Bücher is eh klar. Aber wenn jetzt wer Zusammenfassungen hat
387 oder so, ähm.

388 IP_1: Na entweder, entweder tauschen wir halt, wenn i sag ich hab an Fragenka-
389 talog, du hast an Fragenkatalog, dann tausch ma einfach. Bei gewisse Sa-
390 chen, die was i eh scho gratis kriegt hab, die schick i ah gratis weiter. Also
391 do hob i daun ka Problem damit. Aber wenn i dafür gezahlt hab, dann ver-
392 kauf is schon weiter. Beziehungsweise hob i von am Tausendneunhundert-
393 seitenbuch a fette Zusammenfassung geschrieben, für die hab i dann ah
394 Geld verlangt, afoch nur für die Zeit, weil des woa daun schon a mega Zeit-
395 aufwand, si des zusammenschreiben und (1) i man, hab ah nur zehn Euro
396 verlangt, oba jo, es woa huid schon, i bin do schon zwa Wochen glaub i
397 gessen und hab des zusammengefasst, oiso.

398 I: Mhm. Ähm, wie wichtig glaubst du ist Social Media, um im Studium An-
399 schluss zu finden, also andere Studenten kennenzulernen, wenn ma jetzt a
400 Erstsemestriger is und so?

401 IP_1: Mhm. Mh, i was ned. Oiso bei mir war des ziemlich, wars einfacher, weil i
402 mit ana Freundin, mit der i schon in die Schule gegangen bin, angefangt hab,
403 zu studieren. Dadurch hatt i eigentlich schon wen, deswegen kaun i jetzt
404 ned sogn, ob i des über Social Media (2) leichter // Sicher is leichter, weil,
405 ahm, a andere Freundin von mir, de hod eigentlich uns gfunden über Social
406 Media, weil sie reingschrieben hod, wer ausm Burgenland noch in Wien stu-
407 diert und so, ahm, wer grad angefangen hod und so hom wir uns eigentlich
408 kennen gelernt. Also is sicher ned schlecht. Wenn ma dann so Gruppen, vor
409 allem durch so Lerngruppen, ahm, lernt ma daun ah Leit-Leute kennen, de
410 wos ma daun vielleicht ah so im Privatleben weiter trifft, weil ma si guad mit
411 denen verstanden hod. Also i glaub schon, dass Social Media einem schon
412 helfen kann, ahm, grad, wenn ma alleine oder wenn ma wirklich von weiter
413 weg // Weil i hob ah im Studium oft, ah, Leute getroffen, de san aus Kärnten,
414 aus Salzburg, (1) Oberösterreich, do is ma daun scho sehr weit von zuhause
415 weg. Ahm (2) do is daun sicher ned schlecht, wenn ma daun irgendwos hod,
416 mit dem wos ma schneller Anschluss findet.

417 I: Mhm. Ähm, welche Rolle spielt Social Media für die Organisation deines
418 Studienlebens? Also eh beispielsweise Lerngruppen organisieren (1) und
419 so weiter?

420 IP_1: Jo, also mehr tua i eigentlich ned, also Social Media-mäßig. Ahm, gerade,
421 dass ma huid // Wenn i zum Beispiel im Burgenland, i hob zu mir nur a
422 Stunde heim, jetzt fahr i halt öfters am Wochenende heim // Ahm, wenn ma
423 uns daun gegenseitig Unterlagen oder so schicken. Ahm, oder uns eben
424 über Videotelefonie dann ah zu zweit nur Fragen stellen oder so, weils a
425 kleine Lerngruppe is.

426 I: Mhm. Ähm wie sehr nutzt du Social Media, um im Studium voranzukom-
427 men? Eben wenn, indem du Fragen stellst, die andere Studierende beant-
428 worten können?

429 IP_1: Also vor Prüfungen stell i immer a Frage rein. Wie is der Prüfer? Wie prüft
430 er so? Welche Literatur is zu empfehlen? Ahm, ma kaun si mit dem schon
431 sehr gut drauf einstellen auf die, auf die Prüfungssituation. Ahm, Fragenka-
432 taloge kauf ich mir meistens ehrlich gsagt, ahm, auf Studyrush oder so, weil
433 die sehr detailliert und gut ausgearbeitet sind. Ahm, weil die meisten, wos
434 des schicken, san entweder unausgearbeitet oder un-unvollständig und
435 ahm, (1) denen vertrau i daun ah ned, auch nicht ganz.

436 I: Jo, mhm. Äh, welche Vor- beziehungsweise Nachteile siehst du in der Nut-
437 zung von Social Media im Studium? Oder fürs Studium?

438 IP_1: Oiso Nachteile eigentlich (.) so, so wies ich jetzt nutz ned wirklich, weil mehr
439 wie dass kana zrukschreibt oder wos, an Blödsinn kommentiert, wos ned
440 stimmt, ahm, wovon i oba ah ned ausgeh bei uns, dass do irgendwer irgend-
441 wos hinschreibt und jo. Natürlich, ähm, keman dann ah a paar Mal so ge-
442 hässige Kommentare wo i ma denk, muas ah ned sei wens daun schreiben
443 „jo, wennst jetzt scho Drittantritt host, suitest da vielleicht überlegen, obs des
444 richtige Studium is“. Wo i ma daun denk „des kaunst da ah spoan, weil sie
445 mochts scho, weils as mochn wü und du brauchst ihr do jetzt ned sogn“ jo,
446 oba // (1) Sonst, Vorteile san natürlich, dass ma, dass ma natürlich, wie
447 gsogt, so wenn i jetzt am Juridicum jeden fragen müsste „hey, wie weit bist
448 du? Wos für Übung mochst du?“, ahm, wärs sicher schwieriger, (1) an Un-
449 terlagen und so weiter zu kommen.

450 I: Ok, also du glaubst, es is einfach (1) leicher? Oiso es erleichtert des Voran-
451 kommen?

452 IP_1: Mhm das Voran-, das Vorankommen an sich ned, weil lernen muss jeder
453 selber. Ahm, grod bei unsam Studium und (1) oba es is hilfreich, dass ma a
454 poa Tipps hod, dass ma a bissl si auf den Prüfer einstellen kau, dass ma
455 woas, wie die Prüfungssituation is. Ahm, (1) weil i bin eigentlich so a
456 Mensch, i geh ned gern zu Prüfern, also i schau ma de Prüfung ned an, weil
457 i daun no nervöser wir, wenn i was, ok, der is eh scho sehr streng und (2)
458 do, do schreib i liaba kurz eini „wie is die Prüfungssituation?“, daun woas i
459 ok, der is streng, daun kaun i ma des scho vorstön, wie wenn i des ah live
460 siech, weil daun bin i no mehr (1) @(fertig bei so Prüfungen)@.

461 I: Mhm, ok. Ähm, also verfolgst du den Online-Auftritt von offizielle Universi-
462 tätsseiten? Also i was jetzt ned, obs Juridicum a offizielle Seite auf Face-
463 book hat, bestimmt, oder?

464 IP_1: Mhm na, eigentlich mehr so von da AG Jus, oiso von da Aktionsgemein-
465 schaft, do bin i auf da Seite und von da FA Jus. Oba so glaub i, woas i jetzt
466 goa ned, ob de ane hom @(ehrlich gsogt)@.

467 I: Ok, also du verfolgst es ned, falls sie ane hobn.

468 IP_1: Na, ehrlich gsogt ned, na. Weil de Informationen, de wos i hom wü, de hui i
469 ma daun sowieso von da Instituts-Homepage, oiso.

470 I: Mhm, oiso eher die Homepage und ned über Social Media?

471 IP_1: Genau.

472 I: Mhm. Ähm, was hältst du davon, wenn Social Media vermehrt in Lehrver-
473 anstaltungen integriert wird? Also (1) dass, zum Beispiel, eigene Chatgrup-
474 pen gibt für einzelne Lehrveranstaltungen gibt oder so die dann aktiv ah von
475 die Lehrenden benutzt werden?

476 IP_1: Mhm, des is glaub i bei uns irgendwie glaub i bissi schwierig, ehrlich gsogt,
477 weil wir hom doch // Wenn die Übungen daun komplexe Fälle und daun a
478 jeder, bis ma des eintippst daun wos du wissen wüst, was i ned, in wie weit
479 // Oba es is sicher, wat sicher ned schlecht, wenn ma sogt ok, ahm, zu
480 Sprechstunden oder so online abzuhalten, wo ma daun wirklich si daun mim
481 Professor nach der Klausur, ahm, si unterhoitn kann, jo, was war guat, was
482 war foisch, dass ma do vielleicht, ahm, aufn einzelnen da, da, ah da (1) da

483 Professor besser eingehen kann vielleicht. Oba (2) so, was i ned, wie vü
484 Sinn des grad ba unsam Studium macht, des is vielleicht.

485 I: Jo, also (1) du siehst es ned irgendwie als notwendig, dass ma des do mehr
486 fokussiert?

487 IP_1: Na, also i find schon, dass ma mehr online machen sollte, dass ma online
488 mehr Veranstaltungen // Oba (1) des, mhm, würd i daun eher über Collabo-
489 rateur oder so machen ehrlich gsogt.

490 I: Ähm, also wie hat denn der universitäre Online-Unterricht bei eich aus-
491 geschaut, jetzt während Corona?

492 IP_1: @1@

493 I: War der über Zoom oder @(wie woa des)@?

494 IP_1: Also, ehrlich gsogt, also i, i bin eigentlich scho relativ weit, i hob nur mehr
495 zwei Prüfungen, i bin mit meine Übungen soweit scho durch. Ahm was i, i
496 kaun da nur sogn, wos i von Hörensagen ghört hab, dass huid ned wirklich
497 präsent war. Aber da würd i mi jetzt huid ah ned zu weit ausm Fenster leh-
498 nen. Also i, i, do kaun i leider ned sehr vü sogn, dadurch dass i (1) keine
499 Übungen mehr besuchen muas.

500 I: Glaubst du generell, dass es von Vorteil wäre, wenn mehr Lehrveranstal-
501 tungen online wären (1) als Präsenz?

502 IP_1: Ja, auf jeden Fall. Is vor allem für Pendler beziehungsweise, ahm, Leute,
503 die wirklich daun weiter reinfahren. Aber es is auf jeden Fall (1) a Erleichte-
504 rung beziehungsweise, ahm, is as si oft bei mir ah ned ausgegangen, weil i
505 daun bis zu Mittag gearbeitet hab oder bis um vier und daun woa oba schon
506 um halb fünf die Vorlesung oder die Übung. Wad für mi dann aber klar ge-
507 gangen, weil dann hätt i mi in da Arbeit einfach hingsetzt, nach da Arbeit
508 und hätt mas so anschaut und so is a si huid daun natürlich ned aus-
509 ganga. Oder wenn ma de aufzeichnet und dass ma si des innerhoib von
510 vierazwang Stunden oder so anhören kann.

511 I: Ok.

512 IP_1: Wär huid grad für Berufstätige a wahnsinnige Erleichterung. Weil teilweise,
513 i hob, i hob des Pech nu ghobt, i hob de Pflichtübungen nu (11).

514 I: Ok herst mi du nu? Weil do is grad da Ton weg. >Tippen< (18) Herst du mi?
515 (20) Ok, voll, voll blöd, i hör nämlich nix mehr bei dir. (105 Sekunden) >Wähl-
516 geräusch< Hallo?

517 IP_1: Hey! Gehts jetzt wieder?

518 I: Ah, jetzt. Es war auf amoi war da komplette Ton weg.

519 IP_1: Na, i hob di eigentlich noch gehört, oba war grad eben ein Monolog drinnen.

520 I: Ähm, kannst as bitte nochmal wiederholen was du grad gsagt hast weil i hob

521 (1) es woa echt weg // Des Letzte, ähm, eben zum (1) dass du, i hob nu

522 ghert, dass du (1) nach der Arbeit (1) Zeit gehabt hättest, wenns online gwe-

523 sen wäre.

524 IP_1: Genau, genau, beziehungsweise, wenn mas vielleicht aufzeichnet und daun

525 innerhalb von vierundzwanzig Stunden es sich ansehen könnte, wärs natür-

526 lich für Berufstätige a wahnsinnige Erleichterung.

527 I: Mhm, ok. Ähm, zwa Fragen @(ham ma nu)@, genau am Schluss herts auf.

528 Ähm wie hat si deiner Meinung nach die Rolle von Social Media fürs Studium

529 seit Corona verändert?

530 IP_1: Na es is schon viel mehr gepostet worden, viel mehr Fragen. Also das hat

531 ma schon gemerkt, dass mehr auf, mehr Leute auf Social Media unterwegs

532 waren, um si dann auszutauschen und so weiter. Und ah so Lerngruppen-

533 mäßig is des ois glaub i mehr online abgelaufen. Aber wobei i wieder sogn

534 kau, mit de Leuten, mit de ich de Prüfungen moch, de kenn i eh schon seit

535 längerem, oiso i moch des mit denen meistens über Skype oder Collabora-

536 teur, dass ma si da zusammensetzen.

537 I: Mhm. Ah vorher schon? Also wie ihr theoretisch nu die Möglichkeit gehabt

538 hättets, euch persönlich zu treffen hobts es immer schon so gemacht?

539 IP_1: Na, oiso do san ma, san ma daun schon persönlich, also, zusammenges-

540 sen und ham dann miteinander gelernt. Ahm, beziehungsweise bei den

541 mündlichen Prüfungen kaunnt eigentlich ned wirklich, ah, miteinander ler-

542 nen, weil den Stoff muss eh jeder für sich selber lerna. Ahm, do hom ma

543 daun meistens ah (1) manches Moi nur telefoniert, manches Moi si ge-

544 troffen, si gegenseitig a bissl abgefragt oder Fragen gestellt, wo, ob ma den

545 Stoff jetzt richtig verstanden hat, ob das so ghört wies gehört und so weiter.

546 I: Mhm. Aber glaubst du generell, es is leichter bei Lerngruppen, wenn ma si

547 persönlich trifft oder is des des Gleiche, wenns online is über Video?

548 I: Mhm, des würd i sagen wenns daun, oba des is beim persönlichen und beim

549 online glaub i des söbe, wenns zu viele Leute san is afoch nix mehr. Oiso i

550 hoit ned, nix vo Lerngruppen, de wos größer ois vier Personen san. Hoit i

551 persönlich nix, weil daun bringts da daun söba nix. Weil daun reden meis-
552 tens zwei und de aundan // Daun bist wieder wie in da Übung irgendwie.

553 I: Ok. Also es hängt mehr von der Anzahl an Leuten ab als vom Medium?

554 IP_1: Genau, genau.

555 I: Ok. Und zu guter Letzt, was hat da an der Lösung der Universität Wien,
556 ähm, also wie sie die Corona-Zeit überbrückt haben, gefallen und was ned?
557 Und welche Verbesserungsmöglichkeiten siehst du da für die Zukunft?

558 IP_1: Mhm, also i muss schon sagen, maunches Moi war, war die Informations-
559 lage ziemlich schlecht. Also wir hom schon bis zum letzten Drücker immer
560 warten müssen, bis ma irgendwas erfahren ham. Ahm, die Professoren sel-
561 ber, also de wos ich hatte bei de Prüfungen, de zwei Prüfungen, wos i jetzt
562 gmacht hab, de waren wahnsinnig nett und wahnsinnig engagiert und hom
563 uns do wirklich versucht, uns do wirklich gut durchzuleiten, ahm, mit diesen
564 Lösungsmöglichkeiten, wos eben gehabt haben. Dadurch, dass wir am Ju-
565 ridicum ja sehr vü auf Präsenz immer setz, gesetzt haben, woa des jetzt
566 natürlich Katastrophe, weil bis si de olle des umgestellt hom. Ahm, wie
567 gsogt, es is wieder nur Hörensagen, bei de Übungen, des hod mi selbst jetzt
568 ned betroffen, ahm, dass huid gewisse Professoren des glei komplett
569 obgsogt hobn und (1) oba des was i jetzt nur, wies ma erzählt worden is.
570 Also des kaun i jetzt ned bestätigen. Ahm i was nur, de zwa Professoren,
571 mit de wos i do in der Zeit zu tun ghobt hob bei meine Prüfungen, de woan
572 wahnsinnig engagiert und hom ah wahnsinnig viele E-Mails und hom ah
573 gschrieben und hom ah immer gsogt, ma kaun schreiben, wenn irgendwos
574 is, wenn ma si ned auskennt, ah, wenn ma irgendwelche Fragen hod, wie
575 des jetzt abläuft, wie des jetzt gmocht wird und ahm, also des find i schon,
576 dass de sehr bemüht woan.

577 I: Mhm. Und siehst du irgendwelche Verbesserungsmöglichkeiten (1) auf Sei-
578 ten von der Uni oder hod des so passt?

579 IP_1: Najo, bei uns auf jeden Fall mehr auf online jetzt auch setzen. Also, dass
580 ma jetzt gseng hod, dass Präsenz, nur auf Präsenz zu setzen wahrschein-
581 lich ned des Richtige is. Ahm, mehr Transparenz wär wahrscheinlich ah ned
582 schlecht gwesen, ahm, wenn ma do a bissl vorher scho Informationen kriegt
583 seit // Weil, du wirst as jo von dir selber wissen, ziemlich in der Schwebe.
584 Wie geht's jetzt weiter? Kaun i mei Prüfung mochn? Kaun is ned mochn?

585 Grod weil i hob im Mai a vierstündige Schriftliche jetzt online ghobt, do hom
586 ma bis (1) a Wochn oder so vorher ned gwisst, ob de jetzt stattfindet oder
587 ned oder wies stattfindet. (2) Jo.

588 I: Ok, einfach a bissl durchsichtiger mit Infos sein?

589 IP_1: Genau, genau. Und glei klipp und klar sagen, ned so immer numoi schau,
590 numoi schau, na, wens eh absehbar eigentlich war, dass des ned so funk-
591 tioniert, wies normal funktioniert. Eiso, jo, des wär mein Wunsch, dass ma
592 do a bissl mehr Informationen herausgibt. Versteht jo eh jeder, des is jo ned
593 so, dass des jetzt a alltägliche Situation wäre, oba ma ärgert si daun huid
594 schon, ma kimmt si huid daun teilweise a bissi (.) vor.

595 I: Mhm, ok. Danke!

Interview 6

Interview geführt am: 11.08.2020
Länge des Interviews: 59 min. 49 sec.
Geschlecht: weiblich
Alter: 21
Aktuelles Studium: Bachelor Soziologie

Kurzbeschreibung der Interviewsituation

Das Interview fand vormittags im Innenhof des Hauptgebäudes der Universität Wien statt. Die Interviewpartnerin erschien pünktlich und wir nahmen auf einer der Bänke Platz. Abgesehen von hin und wieder vorbeigehenden Personen war es sehr ruhig. Die Interviewperson war sehr interessiert und beantwortete die gestellten Fragen ausführlich und oft mit eigenen Beispielen.

Transkript – Interview 6

- 1 I: Sog ma einfach alles, was dir zu Social Media einfällt. Wie du es nutzt, wel-
2 che Plattformen du nutzt, seit wann // (1) Also einfach alles, was dir einfällt,
3 wenn du an Social Media denkst.
- 4 IP_6: Ja, also so, ahm (1) jeden Tag nutz ich eigentlich WhatsApp, ahm, und auch
5 Telegram, weil halt manche von meinen Freunden einfach WhatsApp nicht
6 verwenden wollen. Ahm, und Instagram auch sehr viel. Also das, ich hab
7 doch immer // (1) Bei meinem Handy kommt immer jeden Sonntag so ein
8 Wochenbericht, was ich an welchen Apps, was ich halt am meisten verwen-
9 det habe und da ist meistens Instagram und WhatsApp auch ganz weit
10 oben. @1@ Ahm, ja, und Facebook hab ich eigentlich, ahm, (1) früher mehr
11 genutzt. Das nutz ich halt jetzt eher nur mehr für Soziologie-Gruppen halt
12 oder sowas. Ahm, @(oder halt, um mich an Geburtstage zu erinnern)@.
13 Ahm, ja und, aso, äh, Facebook war eigentlich auch so das erste, was ich
14 dann wirklich verwendet hab, so in Richtung Social Media.
- 15 I: Mhm, ok. Ähm, wenn du jetzt an die Gesellschaft denkst, vor allem Jugend-
16 liche. Es lässt si vermehrt beobachten, dass für die Social Media a komplett

17 hohe Relevanz hat, fast schon höher als Face-to-Face-Beziehungen, hat
18 man oft den Eindruck. Was hältst du davon oder wie beobachtest du diese
19 Entwicklung?

20 IP_6: Ja, mir ist das auch schon aufgefallen, dass halt, ahm, (1) grad bei den Jün-
21 geren, dass, ahm, halt natürlich einerseits viel mehr am Handy sind, dass
22 ihnen das auch wichtiger ist dann teilweise, ahm, zum Beispiel auf Insta-
23 gram gut dazustehen. Ahm, oder auch bei manchen von meinen Freundin-
24 nen ist mir das auch schon aufgefallen, wenn wir irgendwo (1) zum Beispiel
25 was trinken gehen oder so, dass es ihnen halt voll wichtig ist, dass wir
26 schöne Fotos machen oder halt, wenn wir so anstoßen, dann dieses, ahm,
27 weiß gar nicht, wie das heißt, auf, auf Instagram, dieses, ahm, wo das dann
28 nach vorn springt.

29 I: Boomerang.

30 IP_6: Genau, genau. Ähm, das, also das müssen sie fast jedes Mal machen mit
31 anstoßen, damit sie das dann auch in ihre Story posten können. Ahm, ich
32 selber zum Beispiel post halt eigentlich in die Story gar nix, deswegen ist
33 das irgendwie, find das ein bisschen (1) komisch für mich, dass ich, aso, ich
34 versteh das eben nicht, dass man dann immer da das hineinposten muss.
35 Aber ja. Ahm, und ich find, das ist auch grad (1) bei den, ahm, jüngeren
36 Leuten, denen ich halt auf Instagram oder so folg, da, ahm, da voll dieser
37 Drang da, dass sie ur viel von sich preisgeben müssen und damit sie halt
38 diese Aufmerksamkeit auch grad über Instagram bekommen. Ahm, und,
39 wenn du sie dann teilweise im echten Leben triffst, sind sie halt einfach ur
40 langweilig. @1@ Oder, aso, sind halt dann nur darauf bedacht, dass es halt
41 (1) auf Instagram oder in irgendwelchen Social Media-Kanälen gut aus-
42 schaut und dass sie da gut dastehen.

43 I: Mhm, ok. Also die Erfahrungen, die du diesbezüglich gemacht hast sind
44 eben, dass du die Entwicklung (1) auch so beobachtest?

45 IP_6: Ja.

46 I: Mhm. Wie wichtig denkst du ist es, wenn man heutzutage auf Social Media
47 präsent ist?

48 IP_6: >Tür knallt zu< Also, es kommt halt drauf an. Wenn man jetzt so eine, äh,
49 Person des öffentlichen Lebens ist oder sowas, weiß nicht, bei so, ahm,
50 Models oder Moderatoren oder so find ichs halt schon eigentlich wichtig,

51 dass sie auch auf Social Media präsent sind, weil das, ahm // Oder zumin-
52 dest für sie halt auch wichtig, weil das natürlich dann auch, ahm, für ihre
53 Karriere hilfreich ist >Tür knallt zu< und ich das eigentlich auch immer (1)
54 ganz schön find, wenn sie dich da so n bisschen in ihr Privatleben mitneh-
55 men, weil man dann doch so irgendwie diesen Eindruck kriegt, ja, das sind
56 ja eh eigentlich auch, ahm, nur normale Menschen mit normalen Problemen
57 und so. Weil sonst, wenn es halt nur im Fernsehen ist und siehst und denkst
58 dir halt so, ja, ahm, !die sind so toll und die sind eh so perfekt“ und (1) da
59 find ichs ganz gut, dass man auch so nen wirklichen Eindruck von ihnen
60 bekommt. Aber so für, ähm, eine Privatperson // Ich finds ganz gut, weil man
61 sich ja auch, ahm, natürlich viel besser vernetzen kann und auch wenn
62 man, ahm, jetzt nicht so nah beinander wohnt, aber kann ma trotzdem
63 dadurch Kontakt haben. Ahm, und ich verstehs auch irgendwie, dass man
64 halt so n bisschen diesen, weiß ich nicht, diesen Drang hat, sich selber dar-
65 zustellen oder halt einfach schöne Bilder machen. Ich find das ja auch so
66 ganz gut, wenn so, so Hobby-Fotografen einfach so schöne Fotos, weiß ich
67 nicht, von der Natur oder von der Stadt oder von irgendwas halt machen.
68 Also so find ichs halt auch noch voll ok, aber ja // (1) Was mich zum Beispiel
69 nervt, so von den, also, von vielen Leuten, die ich auch noch von früher
70 kenn, weil ich, ahm, komm eigentlich vom Land und dort hab ich halt noch
71 viele Freunde auf meinen ganzen Social Media-Kanälen und wenn die jetzt
72 alle so zwanghaft so auf Influencer machen müssen, so tun müssen mit
73 „ach, ask me anything und mir ist so langweilig, schreibt mir“. Solche Sachen
74 >Tür knallt zu< find ich dann irgendwie sehr nervig, weil grad bei diesen „mir
75 ist so langweilig, schreibt bitte irgendwas“ so, habts ihr wirklich sonst nix
76 zum tun außer dass sie da jetzt, na, aso, teilweise sogar fremde Leute >Tür
77 knallt zu< fragen müsst, ob sie jetzt mit euch schreiben wollen? (2) Ja.

78 I: Ok, also du differenzierst ein bissl zwischen (1) berühmte Personen jetzt
79 und Privatpersonen.

80 IP_6: Genau.

81 I: Ok. Ähm, welche positiven Aspekte schreibst du Social Media generell zu?

82 IP_6: Ja, eben, dass man sich gut damit vernetzen kann und ichs halt auch gut
83 find, grad bei solchen Uni-Gruppen oder da gibt's ja auch tausend andere,
84 irgendwelche Hilfs-Gruppen oder @(Selbsthilfe-Gruppen)@ oder solche

85 Sachen, für jedes Thema so. Das find ich halt grad auf Facebook ur gut,
86 ahm, (2) einfach weil, weil da auch der Austausch so gut ist und das // Da
87 gibt's ja teilweise Leute, die sich da reinhängen und versuchen, diese ganze
88 Gruppe zu organisieren und zu schauen, dass da jetzt auch, ahm, nix
89 schlimmes passiert, keiner irgendwie die anderen Leute beleidigt oder so.
90 Also das find ich auch gut, dass sich da Leute überhaupt da so engagieren
91 >Tür knallt zu< für diese ganzen Gruppen.

92 I: Mhm.

93 IP_6: (4) Ja, und sonst halt auf jeden Fall so Inspiration, weil ich zum Beispiel
94 auch gern zeichne ab und zu. Ja.

95 I: Ok.

96 IP_6: Dann schau ich halt so, was die anderen grade zeichnen. >Tür knallt zu<
97 Eben auch einfach wegen schönen Fotos oder, ahm, ich bin auch grad da-
98 bei, umzuziehen und halt ein bissl so Wohnungs-Inspiration, wie ich die ein-
99 richten kann und so.

100 I: Mhm, ok. Und welche negativen Aspekte, würdest du sagen, hat Social Me-
101 dia so im generellen?

102 IP_6: Ja, auf jeden Fall, dass es so dieses, ahm, Weltbild oder auch das Bild, wie,
103 (1) wie, ähm, ein perfekter Körper sein soll halt sehr stark verändert. Ahm,
104 auch halt mit diesen ganzen Filter, die halt da verwendet werden, weil es
105 gibt ja da teilweise Leute, die sich noch nie irgendwie mit ihrem echten Ge-
106 sicht auch wirklich gezeigt haben auf ihrem Social Media-Kanal. Also das
107 find ich halt schon echt krass und ich hab da auch letztens von einer, ähm,
108 Influencerin was glesen, die sich halt so n bisschen, ahm, damit beschäftigt
109 oder halt eigentlich will, dass nicht mehr so viele Filter >Tür knallt zu< ver-
110 wendet werden. Dass sie sogar irgendwas gsagt hat mit dass da teilweise
111 Leute mit dem Instagram-Filter zu ihrem Schönheits-, ähm, Doktor gehen
112 und sagen „ja bitte, genauso will ich ausschauen“. Also das find ich dann
113 halt schon echt oag. Und auch, dass halt, ahm, so (1) mehr oder weniger
114 alle dann gleich ausschauen. So mit, weiß ich nicht, aufgspritzten Lippen
115 und den hervorstehenden Wangenknochen und solche Sachen. (3) Ja. >Tür
116 knallt zu<

117 I: Also du empfindest so den Druck negativ, quasi irgendwie perfekt zu sein?

118 IP_6: Genau. Und auch dieses, dass sich halt Leute dann einfach nur weil sie
119 anonym sein können über solche Social Media-Kanäle, dass sie dann an-
120 fangen, einfach die, (2) also andere (2) zu beleidigen oder anderweitig zu
121 diskriminieren, weil sie sich einfach nur hinter dieser Anonymität verstecken
122 (1) können und wollen.

123 I: Mhm, ok. Ähm, welche Rolle würdest du sagen nimmt Social Media in dei-
124 nem Leben ein?

125 IP_6: (3) Mhm, also so im Bezug auf Instagram und Facebook würd ich sagen
126 eine zu große, weil ich auch grad bei diesem Wochenbericht dann immer
127 merk so, dass ich eigentlich schon viel zu viel Zeit, ahm, im Internet oder
128 zumindest auf solchen Seiten verbringe. Wo ich mir denk, ja, da hätt ich
129 >Tür knallt zu< tausendmal bessere Sachen machen können. Ahm, ich ver-
130 such aber schon, dass ichs, ah, (2) irgendwie (1) zurückschraube oder auch,
131 also, mir bewusst schon so Auszeiten nehm und halt sag ok, jetzt leg ich
132 mal das Handy wirklich weg. (4) Die Frage war, welche Rolle das spielt?

133 I: Ja genau, ja. Also du sagst, eine zu große Rolle fast schon, teilweise?

134 IP_6: Ja.

135 I: Mhm. Ähm, wie sicher denkst du ist die Nutzung von Social Media? Glaubst
136 du, es gibt irgendwelche Gefahren bei der Nutzung?

137 IP_6: Ich weiß nicht. Also, ich bin schon auf jeden Fall sehr, sehr vorsichtig was
138 ich da, ahm, von mir reinposte und auch welche Bilder und so. So in die
139 Richtung „das Internet vergisst nie und alle Bilder >Tür knallt zu< sind immer
140 irgendwann aufzufinden“. Ahm, (2) sonst, das was mir auch so n bisschen
141 Sorgen macht, dass jetzt eigentlich langsam schon hinter fast allem Face-
142 book irgendwie steckt. Ah, deswegen verwend ich eigentlich auch Telegram
143 ganz gerne, (3) auch weil die teilweise so bisschen bessere Funktionen und
144 so haben. (2) Ich weiß halt nicht, also, bei WhatsApp steht ja zum Beispiel
145 auch immer dabei, so ja, wenn ich, wenn ma zum Beispiel mit Leuten chattet
146 oder so, eben diese Nachrichten sind Ende-zu-Ende verschlüsselt oder so.
147 Ich mein, klar gibt mir das jetzt irgendwie ein besseres Gefühl, als wenn gar
148 nix dort steht, aber ich weiß halt auch nicht, inwiefern ma da dem dann halt
149 auch wirklich vertrauen kann oder inwiefern die dann auch wirklich ver-
150 schlüsselt sind. (2) Aber bei den Nachrichten auf WhatsApp bin ich jetzt

151 eigentlich nicht so vorsichtig, was ich reinschreib. Also da (1) schreib ich
152 eigentlich schon alles (1) @(ohne Nachzudenken)@.

153 I: Mhm, ok. Ähm, >Tür knallt zu< also triffst du, abgesehen davon, dass du
154 drauf achtest, was du jetzt hochlädst, irgendwelche anderen Vorsichtsmaß-
155 nahmen bei der Nutzung von Social Media?

156 IP_6: Ich versuch zum Beispiel, also grad bei Facebook und bei Instagram, jetzt
157 nicht irgendwie meine Telefonnummer anzugeben oder halt auch nicht die
158 Adresse oder solche Sachen. (3) Und hab auch eigentlich, also, grad bei
159 Facebook schon von Anfang an nicht zu viel angegeben bei diesen ganzen
160 Informationen, was man da ausfüllen kann. Und ich hab eigentlich auch ge-
161 nerell immer mein, meinen Standort abgeschaltet. Ahm, das ist auch das,
162 was ich bisschen so komisch find bei Snapchat, da gibt's ja diese, ahm,
163 diese Snap-Map glaub ich heißt die, dass man da halt einfach sehen kann,
164 wo sich grad jemand von deinen Freunden befindet. Also da bin ich immer
165 ganz vorsichtig, dass da auf jeden Fall der Standort ausgeschaltet ist, wenn
166 ich Snapchat verwende. (4) >Tür knallt zu< Ja, glaub das wars.

167 I: Ok, also alles, was Rückschlüsse (2) darauf zulassen würde, wo du dich
168 grad befindest oder wo du wohnst, da bist vorsichtig.

169 IP_6: Genau.

170 I: Ok. Ähm, seit wann verwendest du Social Media ungefähr (1) in Jahren oder
171 Monaten? @1@

172 IP_6: Ahm, (3) so seit neun oder zehn Jahren circa.

173 I: Mhm, ok. Und Facebook war des erste, host du gsogt?

174 IP_6: Ja, ich denk schon. Also früher war ich mal in so nem, so nem Schüler-
175 Forum, aber ich weiß grad gar nicht mehr, wie das gheißen hat. Aber ich
176 weiß noch, da war meine Mama dagegen, dass ich mich halt dort anmeld
177 und dann hab ich mich so heimlich angemeldet. Ahm, ich war dann auch
178 immer ganz vorsichtig, dass sies ja nicht entdeckt und hab überall @(den
179 Browserverlauf gelöscht oder so)@. Ahm, aber ja, Facebook war dann das
180 erste Richtige, was ich verwendet hab und da hab ich auch bisschen >Tür
181 knallt zu< länger mit meiner Mama so hin und her diskutieren müssen, ob
182 ich mich da jetzt eh auch wirklich anmelden darf und dass ich halt ganz
183 vorsichtig sein soll, was ich reinschreib und so.

184 I: Ok. Ahm, was war denn der ursprüngliche Anreiz für dich, sich auf Social
185 Media anzumelden?

186 IP_6: Mhm, ich glaub, also (2) große Rolle ham auf jeden Fall die Freunde gspielt,
187 die dann halt auch so drüber gredet haben und „das ist so toll“ und, ahm,
188 teilweise gabs dann auch so nach der Schule halt irgendwelche Gespräche
189 auf Facebook, da haben wir sogar so ne, so ne, ahm, Klassengruppe ghabt,
190 in der wir halt dann über die Hausübung oder irgendwas, was halt passiert
191 is, gschriem ham und dann bist du halt am nächsten Tag in der Schule und
192 jeder redet darüber, was sie gestern gschriem ham und du kannst nicht mit-
193 reden. (2) Ahm, und weils mich halt einfach auch generell interessiert hat,
194 wie das funktioniert und ich hab das ur interessant gfunden, dass man halt
195 so quasi jeden finden kann oder halt auch sich mit jedem irgendwie, ahm,
196 befreunden und unterhalten kann.

197 I: Ahm, inwiefern hat si denn dein Nutzungsverhalten seit deinen ersten Er-
198 fahrungen do auf Social Media verändert?

199 IP_6: Ich weiß noch, als ich Facebook und Instagram relativ neu hatte war ich halt,
200 also war ich auch noch sehr, (2) ahm, begeistert davon und hab auch selber
201 noch Fotos gepostet. Ahm, und halt auch wenn ich, ahm, mit Freunden un-
202 terwegs war oder wir halt (1) irgendwelche lustigen Fotos oder so gepostet
203 haben, gemacht haben hab ich die gepostet. Aber jetzt, also, auf Facebook
204 hab ich glaub schon jahrelang nix mehr wirklich gepostet außer vielleicht
205 einmal oder zweimal das Profilbild geändert oder so. >Tür knallt zu< Und
206 auf Instagram post ich halt auch nur sehr, sehr selten was. Also eben, in
207 den Stories hab ich glaub ich noch nie was gepostet. So als, als normalen
208 Beitrag, das ist auch sicher schon zwei Jahre her oder so. Weil, also ich für
209 mich einfach nicht den Sinn oder den Nutzen dahinter seh, dass ich da jetzt
210 einerseits irgendwelche Fotos von, von mir alleine poste, also wo ich halt
211 einfach nur selber drauf bin, weil ich mir denk ja wenn, wenn mir das Foto
212 gfällt, dann, weiß ich nicht, dann nehm ichs als Hintergrundbild oder drucks
213 ma aus und hängs ma irgendwo hin, aber mich hat das halt nicht irgendwie
214 so den Sinn dahinter, dass ich das da jetzt post und dass mir da irgendwer
215 Likes drauf geben kann oder so. Was mich wann dann nur interessieren
216 würd wär halt, wenn ich mich zum Beispiel schönes Foto von (1) der Natur
217 oder so mache, aber da hab ich halt immer das Gefühl, grad wenn andere

218 Leute das posten, dass es natürlich einerseits in Echt immer schöner aus-
219 schaut als wie am Foto und, (2) ahm, wenn ich das halt so bei den anderen
220 seh, denk ich mir so „ja, schön, dass du dort bist, ich wär halt auch gern
221 dort“ aber (1) ja, ich weiß es nicht. Es hat natürlich dann nicht das, dieses,
222 (1) Gefühl von wie wenn du jetzt wirklich dort wärst wenn du das Foto halt
223 siehst. (3) Und ich glaub, dass halt auch immer // (2) Wenn du, wenn ich
224 jetzt zum Beispiel >Tür knallt zu< an einem See bin und da jetzt grad einen
225 schönen Tag da verbracht hab und dann ein Foto von dem See poste, dann
226 hängen da für mich ja auch irgendwie schöne Erinnerungen dran oder Er-
227 lebnisse oder was auch immer. Und das ist natürlich für die anderen Leute,
228 die das Foto dann irgendwie sehen würden, nicht so. Und da denk ich ma,
229 da kann ich das Foto auch genauso für mich selber einfach am Handy spei-
230 chern oder halt ausdrucken und irgendwo aufhängen.

231 I: Ok. Ähm, für welche Zwecke würdest du sagen verwendest >Tür knallt zu<
232 du Social Media hauptsächlich?

233 IP_6: Ja, also WhatsApp und Snapchat auf jeden Fall einfach, um mit, ahm, mit
234 meinen Freunden halt in Kontakt zu bleiben. Ahm, grad auch jetzt halt in der
235 Corona-Zeit ist es halt, ich find, einfacher. Ahm, ah, Instagram verwend ich
236 eigentlich halt sehr viel so für, ahm, um irgendwelchen Influencern zu folgen
237 oder so. Meistens auch so zu speziellen Themen, so, weiß ich nicht, (2)
238 ahm, ich interessier mich zum Beispiel, ahm, seit kurzem für so Zimmer-
239 pflanzen. Da folg ich halt einer, die sich halt damit so gut auskennt, Tipps
240 gibt. Oder eine, die, ahm, so Makramees selber knüpft. Ahm, oder halt auch
241 fürs Zeichnen oder (1) solches, ja, einfach so. In erster Linie einfach Sachen,
242 die mich halt interessieren. >Tür knallt zu< Ahm, und ich versuch halt, ei-
243 gentlich so diesen, diesen klassischen Influencern, die die ganze Zeit immer
244 irgendwelche, ahm, Fotos von ihren Tausend Urlauben posten oder so halt,
245 dass ich denen versuch, ehrlich gesagt, eher aus dem Weg zu gehen. Ahm,
246 weils mich halt nicht interessiert, was, was die da machen, was die da tolles
247 ohne mich erleben. @1@ Ahm, ja, und Facebook (1) eigentlich eben nur für
248 diese Gruppen so. (4) Ja, oder teilweise, ahm, gibt's auf Facebook auch so
249 lustige Videos oder irgendwelche Kochvideos oder so, die ich mir dann an-
250 schau.

251 I: Mhm, ok. Welche Social Meda-Plattform >Tür knallt zu< würdest du sagen
252 ist aktuell deine liebste und warum?

253 IP_6: Mhm, (2) ahm, eigentlich Instagram

254 I: Ok. Warum?

255 IP_6: @1@ Ich weiß nicht, also es ist (2) teilweise ist es natürlich auch schon so
256 ein Reflex, wenn mir jetzt grad langweilig ist nehm ichs Handy in die Hand
257 und das erste, was ich aufmach, ist Instagram und dann, da schau ich halt
258 die Stories und bleib dann auch noch ziemlich lang hängen, aber halt auch
259 einfach, weils Dinge sind, die mich auch interessieren, weil, ahm, halt teil-
260 weise von irgendwelchen Influencern irgendwelche Sachen sind und dann
261 halt auch immer wieder von, von Freunden oder anderen Leuten, die ich
262 kenne und dann krieg ich halt auch immer so ein bisschen mit, was die grad
263 machen. (2) Ahm, (1) oder auch, zum Beispiel, ich hab eigentlich über Social
264 Media meine, meine Wohnung gefunden, weil mein Cousin hat nämlich frü-
265 her mal da drin gwohnt und er hats halt dann gepostet und gsagt so „ja, wird
266 n neuer, neuer Mieter gesucht, wer will“ und so. Und da, also, da hab ich
267 mich dann natürlich schon ur gfreut, dass ich das dann über, über Social
268 Media eigentlich gfunden hab, weil sonst (1) wär ich glaub ich nicht auf die
269 Wohnung kommen und jetzt bin ich halt auch ur glücklich mit der.

270 I: Mhm, ok. Und welche mogst du aktuell nicht so gerne? Welche Social Me-
271 dia-Plattform?

272 IP_6: Die ich verwendet hab oder die ich generell nicht gerne mag?

273 I: Generell. Oder ah die du verwendest, wenn es was unterschiedliches ist.

274 IP_6: Ahm, also Twitter hab ich zum Beispiel nie verwendet und da hab ich auch
275 nie so den Sinn dahinter verstanden. Das war nie so was für mich. Ahm, (1)
276 Snapchat verwend ich eigentlich auch nur sehr selten, aber ich hab eine
277 Freundin, mit der kannst du über WhatsApp oder so nicht kommunizieren,
278 weil wenn du ihr da was schreibst, dann antwortet sie glaub ich zwei, drei
279 Tage erstmal gar nicht, ahm, und auf Snapchat antwortet sie halt immer
280 gleich. @1@ Das heißt, wenn ich irgendwas von ihr brauch, dann muss ich
281 ihr einen Snap schicken. Da hab ich letztens auch so ein, so ein lustiges
282 Meme gsehen, ich weiß nicht mehr, wie das, wie das genau ggangen ist, aber
283 irgendwie so „kein (2) äh, keine Frau in den Zwanzigern verwendet

284 Snapchat als ihr, ahm, erstes Kommunikationsmittel“ und da hab ich natür-
285 lich an die Freundin denken müssen, weil die ist einundzwanzig.

286 I: Ok, jo, ok. Mhm. Also die beiden, Twitter und Snapchat, magst du nicht so
287 gern.

288 IP_6: Ja. >Tür knallt zu<

289 I: Mhm. Auf welchen Geräten verwendest du Social Media hauptsächlich?

290 IP_6: Ah, in erster Linie auf meinem Handy. (4) Sonst eigentlich (2) ab und zu
291 vielleicht mal Facebook auf meinem Laptop. Ahm, oder sonst, manches Mal,
292 ah, so tu ich mein Handy mit dem Laptop verbinden, dass ich dann
293 WhatsApp am, am Laptop hab. (3) Wenn ich halt grad was für die Uni mach
294 und so is leichter, dann über das zu, also über den Rechner drüber zu gehen
295 auf WhatsApp. Oder auch grad, ahm, für, wenn wir irgendein Projekt für die
296 Uni oder so haben und dann eine WhatsApp-Gruppe haben, dann ist es
297 auch leichter, wenn ich halt die, die Dateien oder was wir uns da schicken
298 dann gleich aufm Laptop öffnen kann und da über WhatsApp gleich zugrei-
299 fen kann.

300 I: Mhm. Und warum würdest du sagen ist es dir normalerweise am Handy lie-
301 ber, das zu verwenden?

302 IP_6: Weils Handy halt einfach die ganze Zeit dabei ist. @1@ Und den Laptop
303 muss ich halt extra erst aufdrehen und, also, Instagram (1) hab ich nicht am
304 Laptop, also müsst ich halt den Browser irgendwie öffnen oder so, aber das
305 wär ma glaub ich zu umständlich, dass ich das mach, dass ich da mitm Lap-
306 top die ganze Zeit herumtu. (1) Es stört mich jetzt auch nicht, dass das ir-
307 gendwie ein kleinerer Bildschirm ist oder so. Das ist ja eigentlich auch alles
308 darauf auslegt, dass mans am Handy anschaut.

309 I: Mhm, ok. Ahm, in welchen Situationen verwendest du Social Media?

310 IP_6: (5) Ja, WhatsApp einfach so generell, um mit Freunden in Kontakt zu sein.
311 Ich hab auch, ahm, (1) einen Freund, mit dem ich mich zum Beispiel sehr,
312 sehr selten treffe, aber mit dem schreib ich halt einfach jeden Tag. Mit dem
313 zwar über Telegram, aber ist ja eigentlich das Gleiche. Ahm, sonst halt ein-
314 fach so generell mit meinen Freundinnen, um sich irgendwelche Treffen
315 auszumachen oder auch mit meiner Mama oder so. (3) Ahm, dann eben
316 auch für die Uni-Gruppen. (3) Ahm, teilweise auch einfach, um (2) informiert

317 zu bleiben, was so passiert. (5) Und eh so wie ich vorher schon gsagt hab,
318 so Inspirationen einfach zu allen möglichen Sachen.

319 I: Mhm. Ähm, zu welchen Tageszeiten verwendest du Social Media? Also hast
320 du irgendwelche >Tür knallt zu< Rituale, nennen mas mal so?

321 IP_6: Ja, also in der Früh, wenn ich aufwach, dann nehm ichs meistens gleich in
322 die Hand, ahm, (2) schreib zum Beispiel dem Freund, >Tür knallt zu< mit
323 dem ich halt immer schreib, „Guten Morgen“ oder so. Ahm, und dann schau
324 ich halt meistens noch auf Instagram (2) und das ist halt so ein bisschen so
325 ein Aufwach-Ritual. Weil, >Tür knallt zu< weil ich das einfach nicht
326 zambring, dass wenn ich jetzt aufsteh, dass ich dann auch gleich aufsteh,
327 sondern ich brauch einfach bissl Zeit im Bett. Ahm, und auch zu, zum (1)
328 Schlafengehen dann meistens >Tür knallt zu< tu ich noch ein bisschen auf
329 WhatsApp oder halt Telegram schreiben. Ahm, und nebenbei (1) ein biss-
330 chen Instagram oder so. Ahm, teilweise ist mir das auch schon ein bisschen
331 zum Verhängnis worden, weil ich auf Facebook so irgendwelche Videos so
332 am Abend gschaut hab, weil da gibt's ja diese Funktion, wenn du so auf
333 Videos so draufklickst und da kannst du gleich so runterscrollen und dann
334 kommt noch eins @(und noch eins und noch eins)@ und da hab ich teil-
335 weise, das ist mir wirklich schon, zwei, drei Stunden länger aufblieben als
336 wie ich eigentlich wollte, nur weil ich halt immer noch und noch und noch ein
337 Video schauen wollt.

338 I: Ok, also morgens und abends schaust du mal?

339 IP_6: Ja, also da auf jeden Fall. Und halt sonst dazwischen mal. Also wenn ich
340 eine Nachricht krieg, dann antwort ich auf die Nachricht und dann ist halt
341 meistens so der Reflex, mhm, dann schauen ma gach auf Instagram rein.
342 (2) Oder auch, wenn ich jetzt mit den Öffis unterwegs bin oder so.

343 I: Mhm, also auch so zum Zeitvertreib zwischendurch?

344 IP_6: Genau.

345 I: Mhm. Wie wichtig denkst du ist Social Media für die Aufrechterhaltung dei-
346 ner Kontakte und ah für das Herstellen von neuen Kontakten?

347 IP_6: Ja, ich würd schon auf jeden Fall sagen sehr wichtig, weil ich grad meine
348 Freundinnen so, (1) ich sag jetzt so normalerweise, im Alltag jetzt nicht seh,
349 wenn wir uns nix ausmachen würden und das mach ma natürlich über Social
350 Media. (2) Ja, und auch um, um neue Kontakte, (2) ahm, (1) zu knüpfen, auf

351 jeden Fall. (2) Ich mein, ich glaub so, ich hab noch gar nicht erwähnt, ich
352 verwend auch Jodel. Ahm, u n d da hab ich auch schon ein paar Freunde
353 über, über Jodel einfach so kennengelernt, ur zufällig. Ja.

354 I: Mhm. Also du hast da gute Erfahrungen gmacht, ah mitm Kennenlernen von
355 Menschen über Social Media?

356 IP_6: Ja, auf jeden Fall.

357 I: Mhm. Wie unterstützt dich Social Media in der Organisation deines Privat-
358 lebens? Also eh beispielsweise durchs Ausmachen halt über WhatsApp
359 oder so.

360 IP_6: Ja, also schon auf jeden Fall sehr in die Richtung. Ich, ahm, hab auch bis
361 jetzt in einer WG gwohnt, wo ma uns halt auch, also wir (1) studieren unter-
362 schiedliche Sachen und es geht auch jeder unterschiedlich arbeiten zu un-
363 terschiedlichen Zeiten und da ist es halt dann (1) eher selten gewesen, dass
364 wir uns in der WG dann mal wirklich treffen haben, ahm, und über irgend-
365 welche wichtigen Dinge reden konnten. Da haben ma halt auch sehr viel
366 dann einfach über, ahm, WhatsApp besprochen. So „hey, es ist das und das
367 los, was sollen wir machen“ oder solche Sachen halt. Ahm, (2) und (1) auch
368 mit meiner Mama mach ich mir halt viel über Social Media aus, über
369 WhatsApp. Wenn ich jetzt zum Beispiel wieder mal zu ihr nach Hause kom-
370 men will und sie besuchen oder so, ob sie eh Zeit hat oder solche Sachen.
371 (3) Ahm, oder auch am, am Anfang von jedem Semester versuch ich halt
372 auch so n bisschen, mit den Leuten, den Studierenden zusammenzureden,
373 „hey, was für Lehrveranstaltungen besuchts ihr dieses Semester?“ oder so.

374 I: Mhm. Also du würdest schon sagen, dass es dir hilft bei der Organisation
375 von deinem Privatleben?

376 IP_6: Ja, auf jeden Fall. Und ich so // (1) Grad in Bezug auf die Uni merk ichs
377 auch, dass es halt, ahm, voll hilfreich ist, wenn man da in den Gruppen auch
378 zum Beispiel auf WhatsApp ist, weil die Leute da einfach teilweise auch ir-
379 gendwelche Tipps geben oder so >Tür knallt zu< wie „ich find den Raum
380 grad nicht, wo ist der“ und so.

381 I: Mhm.

382 IP_6: Oder eben auch in Bezug auf die Prüfungen. Wenn, also dass man halt
383 fragt, „ja, wie war die Prüfung oder wie genau muss ich lernen?“. >Tür knallt
384 zu<

385 I: Ok, und das geht über WhatsApp hauptsächlich?

386 IP_6: Genau. Oder, also, teilweise auf die, auf die, über die Gruppen auf Face-
387 book, aber in erster Linie auf WhatsApp.

388 I: Mhm. Welche Vorteile würdest du sagen ergeben sich durch Social Media
389 in deinem Privat- und Sozialleben?

390 IP_6: >Tür knallt zu< Ja, auf jeden Fall, dass vernetzen halt viel schneller und
391 leichter geht und dass man sich halt auch viel schneller was ausmachen
392 kann. (3) Ahm, dann auch einfach, ahm, so diese (1) Zugriff auf die ganzen
393 Informationen, die man hat. Also, ah, ich denk da jetzt zum Beispiel auch an
394 die Influencerin, die eine, die sich jetzt mit den Pflanzen gut auskennt. Das
395 ist natürlich viel leichter für mich, wenn ich jetzt einfach auf ihr Profil geh und
396 dann, weiß ich nicht, zum Beispiel in diesen Story-Highlights, die sie gespei-
397 chert hat, dann ist da halt jetzt genau dieses eine Highlight zu genau dieser
398 Pflanze, wo ich halt grad was wissen will. Dann les ich mir das halt durch
399 beziehungsweise, (1) ahm // Wo sie erzählt auch immer Erfahrungen von
400 anderen oder so. Und das geht halt viel schneller, als wenn ich das jetzt erst
401 mal irgendwie googlen muss und, ahm, mir da dann erst genau raussuchen
402 muss, was sind jetzt eigentlich wirklich die wichtigen Informationen und das,
403 was mich interessiert. Teilweise, wenns jetzt halt auch so eine seltene
404 Pflanze ist, dann gibt's da bei Google jetzt auch noch nicht so viel und bei
405 ihr stehts dann halt aber doch teilweise drinnen.

406 I: Also dass du deine Interessen leicht irgendwie verfolgen kannst?

407 IP_6: Genau. Ja voll. Ahm, und ja auch mit den, mit den Geburtstagen auf Face-
408 book, (..) denken muss, ahm, (2) und dass ma halt auch einfach so, grad
409 von, von meinen Verwandten zum Beispiel, die ich jetzt nicht so oft seh,
410 dann weiß ich halt trotzdem, wenn sie auf Instagram was posten oder so,
411 was sie >Tür knallt zu< grad machen und dann weiß ich halt zumindest,
412 dass es ihnen gut geht.

413 I: Mhm. Und welche Nachteile würdest du sagen hat Social Media auf dein
414 Privatleben und Sozialleben?

415 IP_6: Also auf das Sozialleben (1) insofern, dass halt dann doch immer wieder bei
416 Treffen mit Freunden oder so immer viele mit dem Handy dasitzen. Ahm,
417 oder halt eben diese gezwungenen Fotos. >Tür knallt zu< Es gibt auch im-
418 mer, wenn wir zum Beispiel, ahm, im Dezember so ne kleine

419 Weihnachtsfeier gemeinsam gemacht und da ham sie, ham ma uns extra
420 ausmachen müssen, dass ma uns, ahm, schönes Gwand anziehen und
421 dann gabs auch so diesen einen Moment, wo sie gsagt >Tür knallt zu< ham
422 ok, gehen ma jetzt mal Fotos machen und dann haben ma uns alle schön
423 hinsetzen müssen und (1) @(ich wollt eigentlich einfach die ganze Zeit wei-
424 ter trinken und essen)@. Für sie war das jetzt aber wichtig, dass wir uns da
425 jetzt die Zeit nehmen und halt schöne Fotos machen, damit sie die Fotos
426 halt dann posten können. Also das find, (1) das find ich halt schon, ahm,
427 sehr ein, ein Nachteil von Social Media, dass da irgendwie dann auch diese,
428 (2) weiß ich nicht, die Stimmung halt ein bisschen zerstört wird, wenn da
429 jetzt so dieses gezwungene Wir-müssen-da-jetzt-aber-Fotos-machen ist.

430 I: Also du hast ah das Gefühl, dass die Fotos dann eher extra für Social Media
431 gemacht werden, anstatt als Erinnerung oder so?

432 IP_6: Genau, ja. Ich find schon, auf jeden Fall. Weil, ahm, (2) es entstehen dann
433 eh auch so, ich sag jetzt mal, normale oder lustige Fotos, dann einfach,
434 wenn ma zusammensitzen und irgendwas lustiges passiert oder so. Und ich
435 denk ma, dass ist für mich genug Erinnerung, weil (1) ich weiß eigentlich,
436 wie die Leute ausschauen und ich weiß // (2) Ich brauch da jetzt kein Foto
437 um zu sehen, um zu sagen „Oh mein Gott, die war an dem Tag so hübsch“,
438 weil (1) an das kann ich mich eh erinnern. Aber da brauch ich jetzt kein so
439 gestelltes Foto. Wenn ich das Foto dann seh, dann denk ich mir nur so „ja,
440 (1) ahm, (2) war halt blöd, dass wir dann (1) dass die Stimmung durch das
441 Foto zum Beispiel zerstört worden ist“ oder so. Ahm, und (2) teilweise ist es
442 dann halt auch für mich dann so ein Druck, dass ich dann auf dem Foto
443 auch unbedingt hübsch ausschauen muss, weil sie das eben unbedingt pos-
444 ten wollen und so. Sie sich natürlich extra hübsch gemacht haben nur das.
445 (4) Ja, und sonst auch ein Nachteil, dass halt einfach auch die, die Freizeit
446 draufgeht, wenn man sich halt einfach in den Tiefen von Social Media ir-
447 gendwie verliert.

448 I: Ok. Also du findest es ah sehr zeitraubend?

449 IP_6: Ja.

450 I: Mhm. Inwiefern hat sich denn die Corona-Zeit auf dein Social Media-Nut-
451 zungsverhalten ausgewirkt?

452 IP_6: Mhm, ich weiß gar nicht. Ich glaub nicht, dass ich es jetzt (1) irgendwie viel
453 mehr verwendet habe. Weil sich, also, für mich persönlich hat sich jetzt nicht
454 durch das Corona jetzt mein Alltag nicht so sehr verändert. Ahm, deswegen
455 sag ich jetzt mal hab ich jetzt auch nicht irgendwie super viel mehr Freizeit,
456 um jetzt auf Social Media zu sein, weil ich halt trotzdem auch noch neben-
457 bei, ahm, (1) genug zu tun hab. Ahm, (2) aber ich glaub, es ist auf jeden Fall
458 irgendwie (2) allgemein halt wichtiger geworden, einfach, weils in der Zeit
459 so das einzige teilweise war, wie du halt mit deinen Freunden oder wie du
460 auch mit, ahm, mit, mit Uni-Kollegen, wenn du halt irgendwie ein Projekt
461 oder so hattest, das es halt die einzige Möglichkeit war, >Tür knallt zu< dass
462 wir in Kontakt bleiben konnten. Ahm, (3) und ich habs eigentlich auch ganz
463 cool gefunden, was halt einfach für Möglichkeiten gibt mit Social Media, ahm,
464 halt trotzdem irgendwas, ich sag jetzt mal was gemeinsam zu machen, ohne
465 im gleichen Raum zu sein. Ja, aber ich find >Tür knallt zu< mir ist auch
466 dadurch, ahm, mehr bewusst worden, (2) also, ich weiß nicht, wie ich das
467 sagen soll, aber dass, dass ma halt auch einfach mehr aufpassen muss,
468 also.

469 I: Ok.

470 IP_6: Mehr aufpassen muss, wie viel Zeit man halt einfach damit verbringt und
471 dass man halt dann doch nicht einfach die ganze Zeit nur vor, vorm Handy
472 sitzt, sondern halt auch, ahm, sein Handy mal weglegt.

473 I: Würdest du sagen, dass sich dein Blick, ahm, auf die Relevanz von Social
474 Media durch Corona verändert hat?

475 IP_6: Ja, ahm, eben in Bezug auf, ahm, in Kontakt bleiben und so find ichs, ahm,
476 also hat sich die, (1) find ich auf jeden Fall, das es wichtiger geworden ist.
477 (3) Ja.

478 I: Ok. Ähm, welche Social Media-Kanäle, also Plattformen, hast du denn
479 schon mal für Studienzwecke, also um Fragen zu stellen, Materialien zu er-
480 werben et cetera, verwendet?

481 IP_6: Mhm, WhatsApp, Facebook, Jodel und, ahm, dieses Studo.

482 I: Mhm. Und welche von diesen Plattformen findest du am besten, wenns ums
483 Studium geht?

484 IP_6: WhatsApp.

485 I: Ok. Warum?

486 IP_6: Ahm, (2) einfach weil ich, ahm, man da dann schon konkret mit Leuten re-
487 den kann, die sich halt auch wirklich mit meinem Studium auskennen, weil
488 auf Jodel ist dann teilweise nur so, so allgemein halt, alle Studierenden aus
489 Wien oder so. Ahm, und halt auch, weil ich auf WhatsApp dann, ahm, eben
490 schon konkret auch wirklich Personen kenn, wo ich weiß, ok, die sind jetzt
491 ungefähr gleich weit wie ich und dann frag ich nicht nur allgemein alle Sozi-
492 ologie-Studierenden.

493 I: Ok. Wie genau verwendest du diese Social Media-Plattformen im Studium?

494 IP_6: >Tür knallt zu< Ahm, also bei WhatsApp haben wir so, jetzt in der Corona-
495 Zeit, immer so eine Gruppe ghabt oder eigentlich auch davor, ahm, mit den
496 Leuten, mit denen ma halt grad zusammenarbeiten muss. (2) Ahm, und da
497 ham ma auch teilweise so ein bisschen Skype-Gespräche ghabt. (3) Ahm,
498 (2) ja, auf Facebook eigentlich nur eben die Gruppe (...) oder einmal hab
499 ich was reingepostet, weil ich Bücher verkaufen wollt oder so. Aber sonst
500 les ichs halt meistens einfach nur oder, ahm, wens, wens auch irgend-
501 welche, (1) wenn irgendwie eine große Prüfung bevorsteht und ich halt
502 schauen will, obs irgendwie irgendwelche Musterklausuren oder irgendwas
503 dazu gibt. (3) Mhm, auf Studo eigentlich ähnlich. Und auf Jodel dann eher
504 so allgemein, wens halt irgendwas is, was allgemein einfach die Uni betrifft
505 und nicht jetzt nur mein Studium.

506 I: Mhm. Ahm, also beteiligst du dich aktiv online auch an Diskussionen bezüg-
507 lich des Studiums oder nutzt du das Ganze eher passiv oder gibt's an Un-
508 terschied zwischen den verschiedenen Social Media-Plattformen?

509 IP_6: Also wens geht versuch ich schon, auf jeden Fall auch mitzuhelfen wenn,
510 wenn irgendwer jetzt irgendwas fragt oder so und ich da schon irgendwelche
511 Erfahrungswerte dazu hab und, ahm, frag aber auch eben selber (1) ge-
512 nauuso, wenn ich, wenn ich irgendwas wissen will, irgendwelche Probleme
513 hab oder so. Ahm, ähnlich halt auch bei Jodel, nur, dass da halt allgemeiner
514 ist. (4) Ja, und da so bei Studo eigentlich auch, dass ich genauso selber frag
515 oder aber auch Fragen beantworte, aber halt, ahm, insgesamt eher seltener.
516 Und ja, auf Facebook halt eher nur mitlesen.

517 I: Mhm. Ähm, du hast eh schon gesagt, du hast selbst schon mal irgendwas
518 verkauft. Ähm, suchst du ah nach Materialien von anderen Menschen, also
519 nach Zusammenfassungen oder Büchern oder so?

520 IP_6: Ja, also in der Facebook-Gruppe such ich auf jeden Fall auch immer nach
521 irgendwelchen Zusammenfassungen oder eben auch Musterklausuren, Alt-
522 fragen oder so. (3) Ahm, sonst hab ich eben nur (2) für Soziologie mal Bü-
523 cher verkauft und ich hab davor auch noch, ahm, mal ein Jahr Jus studiert
524 und da hab ich mal meine Bücher, also über Facebook gekauft und dann
525 auch wieder über Facebook verkauft.

526 I: Mhm. Wie erlebst du des so? Also werden die Materialien eher weiterver-
527 schenkt oder werden de eher verkauft?

528 IP_6: Eher verkauft. (2) Aber halt natürlich schon, ahm, >Tür knallt zu< dement-
529 sprechend billiger, als wenn du jetzt neu kaufst und so.

530 I: Ok. Und du findest es ah ok, dass die Geld verlangen?

531 IP_6: Ja, ja, auf jeden Fall.

532 I: Mhm. Wie wichtig würdest du sagen ist Social Media, um im Studium An-
533 schluss zu finden, beispielsweise wenn du jetzt ein Erstsemestiger bist?

534 IP_6: Find ich schon sehr wichtig. Ahm, (2) ich komm halt aus einer Familie, also
535 bei mir hat noch fast gar keiner halt davor studiert und deswegen hab ich
536 auch niemanden wirklich ghabt, den ich fragen konnte, so „hey, wie funktio-
537 niert das an der Uni?“ oder „was muss ich beachten?“ oder solche Sachen.
538 Meine, also eine Freundin von mir, der ihre Geschwister haben schon stu-
539 diert, also da hab ich schon so n bisschen Erfahrungswerte ghabt, aber ich
540 denk ma, also (1) es hat mir auf jeden Fall viel weitergholfen, dass ich Social
541 Media auch am Anfang von meinem Studium schon, Studium schon genutzt
542 hab, weil so hab ich glaub ich auch einmal, ahm, (2) überhaupt von einer
543 Infoveranstaltung zu Soziologie erfahren, ahm, wo ich mich dann, ähm,
544 wodurch ich mich dann auch überhaupt erst zu dem Studium entschieden
545 hab. Ahm, aber auch so bei der Organisation und einfach so, weiß ich nicht,
546 irgendwelche kleinen Fragen, die man halt sonst nicht, ahm, über dieses
547 normale Internet sich beantworten kann. Da ist es natürlich schon super,
548 wenn ma nachfragen kann. Ähm, oder wenns halt auch einfach irgendwel-
549 che Kleinigkeiten sind, wie dass der, der Raum jetzt, ahm, kurz vorher ge-
550 wechselt wurde oder so. Das ist, es steht halt dann nicht auf u:find oder
551 sonst wo drinnen. Vielleicht hast die E-Mail nicht gsehn oder hast keine be-
552 kommen oder so und dann ists natürlich schon super, wennst irgendwie die

553 Leute fragen kannst, die da mit dir auch in der Lehrveranstaltung sind oder
554 so.

555 I: Mhm, ok. Wie empfindest du den Umgang unter den Studierenden auf
556 Social Media? Also in den Gruppen auf Facebook oder eh einfach in den
557 ganzen Apps, die du verwendest.

558 IP_6: >Tür knallt zu< Also auf Jodel ist es eigentlich, ich würd jetzt mal sagen am
559 schlechtesten von den ganzen, weil viele halt auch einfach so sind so ja,
560 ahm, wenns eine dumme Frage ist dann kommt natürlich gleich eine dumme
561 Antwort oder die Person wird halt dann verarscht, weil sie eine dumme
562 Frage gestellt hat oder so. Ahm, (3) im Facebook find ichs eigentlich glaub
563 ich noch am hilfreichsten. Ahm, bei Studo ist es dann, (1) da versuchen zwar
564 manche Leute zu helfen, aber es ist dann so, (1) mir kommts dann teilweise
565 so vor, dass >Tür knallt zu< die eigentlich nicht wirklich helfen wollen, son-
566 dern mehr so „ja, dann mach ichs halt“. Und in WhatsApp, ahm, (7) da denk
567 ich mir selber dann manches Mal schon, wenn irgendwer jetzt was schreibt
568 so „ja, das ist eh schon eine Frage, die, weiß ich nicht, zehn Mal schon
569 beantwortet wurde. Wenn man einfach nur raufscrollen würd, dann würd
570 mas eh gleich sehen“ und, ahm, da find ichs dann schon auch gut, dass die
571 Leute dann manches mal so // (1) Die sind so „ja, mach halt deine Augen
572 auf, das ist ja grad beantwortet worden“ oder so. Also es ist schon auch,
573 also, jetzt nicht super hilfsbereit, aber (1) dann schon so „hey, es ist eh
574 schon beantwortet worden, schau halt hin“. (3) Ja, aber ich glaube so im
575 Allgemeinen, WhatsApp, wenns jetzt nicht grad eine dumme Frage ist oder
576 so sind die Leute schon nett und hilfsbereit.

577 I: Mhm, ok. Also, ahm, im Großen und Ganzen empfindest du bei allen Social
578 Media-Plattformen als relativ respektvoll?

579 IP_6: Ja.

580 I: Ok. Ähm, welche Rolle würdest du sagen spielt Social Media für die Orga-
581 nisation deines Studienlebens?

582 IP_6: Schon auch auf jeden Fall eine, eine relativ große. Ahm, (1) in erster Linie,
583 weil wenn halt ein neues Semester is, schau ich halt einfach so im Studien-
584 plan, @(was halt als nächstes zu tun ist)@ und dann halt auf u:find oder mal
585 generell schauen, was mich davon davon dann überhaupt interessieren
586 würd und so. Ahm, aber dann red ich mich schon auch teilweise mit meinen

587 Freunden zusammen, was, was für Lehrveranstaltungen sie gerne machen
588 würden und auch, was für Zeiten für sie passen würden. >Tür knallt zu<
589 Ahm, und grad auch in der WhatsApp-Gruppe oder ich glaub in Facebook
590 ist es eh auch öfter so, dass die Leute dann einfach so reinschreiben so „ja,
591 ahm, welcher Lehrende ist jetzt am besten oder wen könnt ihr empfehlen?“
592 oder so. Das hab ich glaub ich selber noch nie wo reingefragt, weil, also ich
593 hab das dann meistens eh irgendwie da, dadurch entschieden, weil ich eben
594 sonst nicht anders Zeit hatte oder einfach weil, weil das Thema bei der einen
595 >Tür knallt zu< einfach am besten geklungen hat oder so.

596 I: Mhm. Wie nützlich denkst du ist Social Media, um im Studium voranzukom-
597 men?

598 IP_6: Also für mich auf jeden Fall sehr nützlich, grad bei den Prüfungen würd ich
599 ohne Social Media halt nie irgendwie drauf kommen, dass es da eine so
600 Zusammenfassung oder irgendeine Hilfe oder so gibt. (2) Ahm, und grad
601 auch bei den Statistik-Prüfungen fand ichs ur super, dass wir, ahm, in der
602 WhatsApp-Gruppe immer schon so Tage oder Wochen vorher halt darüber,
603 ahm, diskutiert haben, wie dieses Beispiel jetzt zu lösen ist oder solche Sa-
604 chen, weil grad bei der, bei der Statistik hab ich mich >Tür knallt zu< schwer
605 tan. >Tür knallt zu< Ahm, mir hats einfach voll gholfen, wenn mal eine Per-
606 son das Beispiel durchgerechnet hat und dann hab ichs halt irgendwie ver-
607 standen, dann hats erst halt so klick gmacht und dann konnt ichs auf, auf
608 andere Beispiele anwenden. Aber so irgendwie alleine draufkommen konnt
609 ich halt nicht und deswegen hat das natürlich da dann schon voll gholfen,
610 dass da wer war, der zumindest irgendwie die Lösung oder bissl helfen
611 konnte und dann gings leichter bei mir.

612 I: Mhm. Welche Vorteile siehst du in der Nutzung von Social Media fürs Stu-
613 dium?

614 IP_6: (4) Ja, das gegenseitige Helfen und, ahm, >Tür knallt zu< es ist für Grup-
615 penarbeiten natürlich auch viel leichter, wenn man sich jetzt, ahm, auch auf
616 WhatsApp einfach (1) beraten kann und sich jetzt nicht für jedes einzelne
617 Mal treffen muss. Weil das find ich immer so anstrengend, wenn man sich
618 mit den Gruppen dann treffen muss und dann, dann sitzen, sitzt erstmal
619 jeder so ne halbe Stunde da, bis dass man zum Punkt kommt und überhaupt
620 mal irgendwas ausmachen kann. Ahm, und das war halt über WhatsApp

621 dann eigentlich schon auch grad zu Corona eben leichter, wenn man sich
622 nicht mit den Leuten treffen muss. Aber es ist natürlich dann auch blöd,
623 wenn, wenn (1) eine Person dann gar nicht antwortet oder sich gar nicht halt
624 miteinbringt. Kann natürlich auch an unterschiedlichen Gründen liegen,
625 aber, ahm, so oder so hat halt dann trotzdem dieses Gespräch auf
626 WhatsApp irgendwie was mit, mit der Uni zu tun und wenn, wenn die Person
627 dann eine gute Note haben will, dann muss sie sich halt auch einbringen
628 und dann ghörts halt auch dazu, dass man (1) auf WhatsApp zumindest
629 halbwegs regelmäßig online ist und sich miteinbringt. (5) Ja, und sonst halt
630 einfach generell (1) wegen den Informationen, welche Tipps und Tricks oder
631 irgendwann, wenn es jetzt kurzfristig ein anderer Raum wird oder, ahm,
632 auch wenn man sich mit irgendwelchen Aufgaben oder (1) Hausaufgaben
633 oder irgendwas gerne beraten will.

634 I: Mhm. Siehst du ah irgendwelche Nachteile in der Nutzung von Social Media
635 fürs Studium?

636 IP_6: Eigentlich jetzt so am ersten Blick nicht.

637 I: Mhm, ok. Verfolgst du die offiziellen Universitätsseiten auf Social Media?
638 Also Uni Wien oder Bagru Soziologie oder so?

639 IP_6: Ja, auf Facebook.

640 I: Mhm. Ähm, wie findest du denen ernan Online-Auftritt?

641 IP_6: Ganz ok. @2@

642 I: @(Ok)@ Was findest du verbesserungswürdig oder was gefällt dir gut?

643 IP_6: Ich weiß nicht. Manches Mal, (2) ich kanns gar nicht sagen obs mir irgend-
644 wie zu viel oder zu wenig posten, aber es ist halt irgendwie (2) jetzt auch
645 nicht so, dass ich jetzt sag „uh, sie haben was neues gepostet, >Tür knallt
646 zu< ich muss es mir gleich anschauen“. Es ist halt so „ja, ok“. (2) Ich weiß,
647 weiß nicht, was ich dazu sagen soll.

648 I: Ok, also du verfolgst es jetzt ned so mega interessiert, oder? Also es is eher
649 nebenbei?

650 IP_6: Wenn ichs zufällig seh, ok, dann les ichs ma halt durch, aber es is ma jetzt
651 auch nicht so super wichtig, dass ich da jetzt alles dafür liegen lass.

652 I: Mhm. Ähm, was würdest du davon halten, Social Media vermehrt aktiv in
653 Lehrveranstaltungen zu integrieren?

654 IP_6: Ja, auf jeden Fall gut, weil es ja, ahm, (3) wenn man mit, ahm, Lehrveranstaltungsleitern auf WhatsApp oder so schreiben kann, is es natürlich viel
655 einfacher, wie wenn du jetzt ne E-Mail schreiben musst. Weil ich bei man-
656 chen auch so die Erfahrung gmacht hab, dass sie dann ur lange auf die E-
657 Mail nicht antworten und dann ist das halt schon ein bissl anstrengend. Ahm,
658 (1) aber ich fänds auch irgendwie (2) gut, wenn am Anfang von ner Lehrver-
659 anstaltung da auch irgendwie gleich so n bisschen Social Media miteinbe-
660 zogen wird, also man vielleicht halt gleich gemeinsam eine WhatsApp-
661 Gruppe oder so erstellt, genau zu der Lehrveranstaltung, weil (1) dann ist
662 wenigstens, sag ich jetzt mal, auch sichergestellt, dass, dass, ahm, jeder
663 Studierende dann auch in der Gruppe drinnen ist und dann, weil sonst ist es
664 immer so „ja, >Tür knallt zu< du musst irgendwen kennen, der dann wen
665 kennt, der die Gruppe schon erstellt hat“ und so, weil sonst, weiß ich nicht,
666 gibt's vielleicht drei verschiedene Gruppen. Ahm, ja, und das, also, find ich
667 halt schon auf jeden Fall wichtig, dass, dass man sich mit anderen, die in
668 der Lehrveranstaltung sind auch irgendwie beraten oder zamschreiben
669 kann.

671 I: Mhm. Wie fandest du denn den Online-Unterricht während der Corona-Pan-
672 demie?

673 IP_6: Mhm, ich hab zwei, ahm, Übungen ghabt, was halt wirklich sehr, (1) also,
674 wo auch wirklich sehr viel gefordert worden ist. Also das, das waren eigent-
675 lich so die zwei Sachen, mit denen ich mich da hauptsächlich beschäftige
676 und auch hauptsächlich in Kontakt gekommen bin mit diesem E-Learning.
677 Weil so, ahm, Vorlesungen oder so, da hab ich ma eigentlich fast gar nicht
678 die Streams angeschaut, da hab ich in erster Linie einfach nur die Zusam-
679 menfassungen glernt. Ahm, und die eine, also, das, das war wirklich so, wie
680 gesagt, so gegensätzlich. Die eine Übung war halt ur super, da waren, ahm,
681 zwei Übungsleiterinnen und die haben das halt auch ur super gmacht. Die
682 haben das ur super organisiert, waren auch so „ja, ok, passt, dann mach ma
683 das halt jetzt online, das wird schon alles werden“ und so. Und, ahm, was
684 ich da halt gut gfunden hab, sie ham uns, ahm, ur viele Informationen gege-
685 ben. Sie ham einen Semesterplan erstellt, hab gsagt „ja, da und da müssts
686 das und das fertig haben“ und ham auch wirklich versucht, uns zu helfen
687 und versucht, alles zu erklären, was wir, was wir machen müssen, wie das

688 funktioniert und so. Ahm, weil da ham wir so ne, so ne, ahm, theoretische
689 Forschung quasi, ahm, erstellen müssen. Ahm, u n d da wars auf jeden Fall
690 wichtig, dass wir halt so viele Informationen wie möglich kriegen, weil sich
691 sonst erst recht keiner auskannt hätte. Ahm, und bei der anderen Lehrver-
692 anstaltung, (2) da wars halt wirklich ganz anders. Da war sie glaub ich auch
693 ur überfordert mit dem, mit dem E-Learning, dass sie das jetzt einfach alles
694 online machen muss. Und das hat sie dann natürlich auch ur oft erwähnt,
695 dass das halt jetzt so schlecht ist und dass die das gar nicht gut findet und,
696 ahm, da wars am Anfang, da haben wir jeden Freitag, ahm, (2) so ein Zoom-
697 Meeting ghabt, das sie dann aber halt wirklich wie einfach so einen Vortrag
698 gestaltet hat. Und dann ham wir Texte lesen müssen und jede Woche dazu
699 eine kurze Zusammenfassung oder irgendwie ein paar Fragen von ihr be-
700 antworten oder so. Ahm, und dann, am Freitag nach diesem Zoom-Meeting
701 dann noch zu diesem Text diskutieren in einem Forum auf Moodle. Das war
702 super anstrengend, so unübersichtlich. Also da hat sich wirklich keiner aus-
703 kannt. Und ich hab dann eh schon zweimal so reingschrieben, dass wir halt
704 bisschen Feedback haben wollen und de so „ja, das funktioniert halt nicht,
705 das ist ur scheiße, keiner kennt sich aus“ // Sie, ich find (1) sie hats ja selber
706 nicht einmal gscheid überwachen können, ob da jetzt eigentlich jeder mit-
707 diskutiert hat oder, ahm, wie das überhaupt abgelaufen ist und so. Ahm, und
708 ich glaub nach zwei, drei Versuchen oder so hats sies dann auch Gott sei
709 Dank eingesehen, dass es eine dumme Idee ist. @1@ Ahm, aber dann hat
710 sie noch eine dümmere Idee ghabt. Wir ham dann nämlich jede Woche (1)
711 sind wir in eine andere Gruppe einteilt worden. Ganz zufällig hat sie uns halt
712 einfach >Tür knallt zu< mit irgendwem eingeteilt. Und dann ham wir inner-
713 halb von einer Woche wieder zwei, drei Texte lesen müssen, die dann ge-
714 meinsam beantworten, also gemeinsam wieder Fragen dazu beantworten.
715 Und das hat überhaupt nicht funktioniert. Also ich weiß nicht, ob einfach alle
716 (1) Studierenden in dieser Lehrveranstaltung zu @(dumm waren, um das
717 zu machen)@. Das klingt jetzt ur gemein, aber es hat einfach nicht funkio-
718 niert, dass man sich zamgschrieben hat, dass man sich einen Termin aus-
719 gmacht hat, wann, wann man das gemeinsam besprechen will oder so, son-
720 dern es war dann, irgendwann is halt dann schon so gwesen „ok, wir sind
721 fünf Leute, es gibt fünf Fragen dazu, jeder beantwortet eine Frage und

722 fertig“. Und dann wars halt erst recht nicht dieses Zusammenarbeiten, zu-
723 sammen diskutieren, was sie wollen hat. >Tür knallt zu< Also das war halt
724 eigentlich nicht so wirklich (1) zielführend, was sie da gmacht hat. Ahm, und
725 es hat sich halt dann auch natürlich keiner von der Gruppe irgendwie ver-
726 pflichtet gefühlt, sich zu bemühen oder irgendwie was gscheits draus zu
727 machen, weil dann natürlich auch die Frage war „ja, schreibt jetzt einfach
728 jeder bei sich zuhause diese, die, die Frage und schickts dann einfach als
729 Dokument in die Gruppe rein oder machen wir ein Google Drive-Dokument,
730 wo halt jeder dann einfach seine Antwort hinein postet?“. Aber es muss halt
731 trotzdem (1) irgendwie eine Person geben, die entweder dann diese ganzen
732 Dokumente zusammenfügt oder das Google Drive-Dokument irgendwie
733 vereinheitlicht, weil wenn jeder a andere Schriftgröße, Schriftart, Farbe, was
734 auch immer verwendet, dann merkt sie ja erst recht gleich, dass man das
735 nicht zusammen gmacht hat. Und das war einfach so schwer, dass sich da
736 irgendwer gfunden hat, der das dann, ahm, auch übernehmen will und sich
737 halt auch drum kümmert, dass das dann auch nach >Tür knallt zu< etwas
738 ausschaut. Weil, ich weiß noch, da war (1) einmal wars, da ham mas am
739 Montag glaub ich abgeben müssen und ham halt ausgmacht, dass mas ein-
740 fach übers Wochenende machen. Und halt natürlich spätestens bis Montag
741 dann reinschicken. Ahm, und ich hab noch so gsagt so „ja, ich bin am Mon-
742 tag irgendwie den ganzen Tag unterwegs, ob sich bitte wer anderer drum
743 kümmern kann, dass das dann halt hochgladen wird rechtzeitig“. >Tür knallt
744 zu< Und es waren dann eh irgendwie alle damit einverstanden, ok. Und ich
745 weiß noch, am Montag bin ich dann nämlich zu meiner Mama nach Hause
746 gefahrn und bin halt dann am Abend, ahm, mit ihr und paar Bekannten zam,
747 ham wir zamgsessen. Und >Tür knallt zu< ich schau halt so auf die Uhr und
748 mir is so eingfallen „ok, in einer halben Stunde muss das abgegeben sein“.
749 Es hat aber keiner irgendwas in die Gruppe reingschrieben, ob das jetzt
750 passiert ist oder nicht oder wie oder was. Ich hab halt dann so reingschrie-
751 ben so „ja, ob das jetzt schon wer abgeben hat“. Und einer so „nein“ und
752 der andere so „aso, ist das bis heute“ und dann, dann war das wirklich für
753 mich so (1) „warum hab ich das überhaupt reingschrieben, dass ich jetzt am
754 Montag nicht Zeit hab wenn sich dann erst recht keiner drum kümmert“. Und
755 ich hab dann wirklich versucht, mich zamzureissen, dass ich da jetzt nicht

756 diejenige bin, die (1) gach raufrennt in mein Zimmer, den Laptop daudreht
757 und das irgendwie zusammenschmeisst und abgibt. Und irgendein anderer
758 hat sich dann erbarmt, das zu machen, >Tür knallt zu< weil ich war schon
759 wirklich kurz davor, dass ich der Lehrveranstaltungsleiterin schreib so „ja,
760 es hat nicht funktioniert mit denen“ , ahm, weiß ich nicht, weiß gar nicht, was
761 ich da vorhatte, zu schreiben, aber halt irgendwie so in die Richtung „hey,
762 es ist nicht meine Schuld“. @1@ Weil ich einfach schon so böse war, dass
763 das halt keine von den Wochen so funktioniert hat. >Tür knallt zu< Und das
764 war halt dann noch so die Krönung von dem Ganzen, dass sies nicht einmal
765 gschafft ham, das rechtzeitig abzugeben. Ahm, aber dann war, war das
766 glaub ich Gott sei Dank eh vorbei. Wir ham dann noch so ne große Ab-
767 schlussarbeit ghabt, wo ma uns dann Gott sei Dank aussuchen durften, mit
768 wem ma in der Gruppe sein wollen. (2) Also da hat das dann halbwegs gut
769 funktioniert. Aber man merkt halt einfach, dass die, die Leute oder grad in
770 der Übung hab ichs halt gmerkt, dass die anderen Studierenden >Tür knallt
771 zu< halt einfach so, ahm, ich weiß jetzt nicht, sorglos oder so sind. Mir ist
772 halt irgendwie vorkommen, als würd das halt dran liegen, weil wir uns halt
773 nie in echt gsehen haben. Jetzt ist ihnen das vielleicht nicht so, ich sag jetzt
774 mal bewusst, dass da jetzt auch wirklich eine echte Person hinter dem Na-
775 men steht und dass sie, dass sie mit der Person jetzt zusammenarbeiten
776 müssen und dass die andere Person natürlich auch eine gute Note haben
777 will und dass ma sich halt einfach gemeinsam drum bemüht und da jetzt
778 gemeinsam was erarbeitet. Weil viele waren einfach so „ja, mach ich halt
779 und wenn die das halt von mir wollen dann schreib ich halt da gach irgend-
780 was hin“ aber mir is halt so vorkommen, als würden, als hätte das in vielen
781 Lehrveranstaltungen, wo man sich halt einfach in echt gsehen hat halt ein-
782 fach, weiß net, es hat einfach besser funktioniert, dass die Leute auch ein
783 bisschen motivierter gwesen wären etwas auch wirklich zu machen und zu
784 arbeiten.

785 I: Und die zweite Lehrveranstaltung, was besser funktioniert hat, war die dann
786 vom Aufbau anders oder war das das gleiche Prinzip, nur die Menschen
787 waren a bissl motivierter?

788 IP_6: Also der Aufbau war auf jeden Fall auch gscheiter. Da ham ma (2) weiß gar
789 nicht, wie das am Anfang war, da ham wir immer nur so // (3) Genau, da

790 ham wir diese, also diese theoretische Forschung einfach so Stück für Stück
791 gemeinsam erarbeitet. Also so am Anfang ham wir uns einfach mal ein
792 Thema überlegt und halt so allgemeine Forschungsfragen. Dann ham wir
793 selber einen Fragebogen erarbeitet, ahm, dann eine Präsentation und dann
794 einen Bericht. Und das hat sich einfach so übers Semester verteilt und so.
795 Sowas find ich halt auch leichter, weil nicht jede Woche irgendwas genau
796 zu dem Zeitpunkt verlangt war, sondern man sich das irgendwie besser ein-
797 teilen konnte. Und ich halt einfach das ganze Semester mit den gleichen
798 Leuten zusammengearbeitet hab, wo ich halt gwusst hab, ok, die, ahm, sind
799 wenigstens gscheid und, ahm, wissen auch, wovon sie reden, wissen auch,
800 was sie tun. >Kirchenglocke läutet< Ahm, und da war auch nicht dieses „wir
801 müssen uns jetzt jeden Freitag unbedingt zamsetzen“, sondern wir ham ins-
802 gesamt drei oder vier Zoom-Meetings mal ghabt, ahm, aber die waren dann
803 halt auch interessant beziehungsweise sind halt total so diese Präsentatio-
804 nen von uns besprochen worden oder irgendwelche anderen, >Kind
805 kreischt< ahm, Fragen. Nicht nur dieses, dass die Lehrveranstaltungsleiterin
806 da jetzt zwei Stunden lang einen Vortrag hält. Ich bin wirklich, also bei der
807 anderen Übung, da war eine Stunde, also eine, eine (1) ein Zoom-Meeting,
808 wo ich währenddessen gschlafen hab, weil das einfach so langweilig war,
809 dass es mich halt nicht interessiert hat, was sie da jetzt zu erzählen hat,
810 weil, weiß ich nicht, ich, ich wüsst auch nicht, wie, wie sie so einen Vortrag
811 interessanter gestalten könnte. Außer wenn sie uns halt einfach einfängt,
812 irgendwie besser miteinzubeziehen. Aber wenn sie da einfach die ganze
813 Zeit nur stur irgendwas herunterredet.

814 I: Würdest du denn generell in Zukunft vermehrt auf Online-Unterricht setzten
815 oder wieder zurückkehren zu Präsenzveranstaltungen?

816 IP_6: Also bei den Übungen auf jeden Fall Präsenz, weil ich hab jetzt nicht das
817 Gefühl, >Tür knallt zu< dass das auf Dauer auch wirklich gut funktionieren
818 könnte und dass ich da auf Dauer auch wirklich was, was mitnehm, weil
819 grad bei dieser einen Übung, wo, wo dann einfach, ahm, wo wir einfach die
820 Texte lesen mussten und dann halt die Fragen dazu beantworten. Ich seh
821 halt nicht so ganz den Sinn dahinter. (2) Sie hat zwar versucht, irgendwie
822 uns dazu zu bringen, dass wir (1) darüber zu diskutieren und halt uns Ge-
823 danken darüber zu machen, aber es hat halt einfach im Endeffekt nicht

824 funktioniert. >Tür knallt zu< Und, ahm, (2) weiß ich nicht, ich wüsst auch
825 nicht wirklich, wie, wie ma das dann, ja, bei, beim Online-Unterricht irgend-
826 wie diese Diskussionen mehr, mehr hervorbringen könnte, weil es halt auch
827 über Moodle einfach ur doof ist, wenn du einfach die ganze Zeit nur schrei-
828 ben musst // Tippe, und während du tippst, tippt der andere schon wieder
829 was und eigentlich sind sie schon längst bei einem anderen Thema und,
830 ahm, aber es ist halt über Zoom natürlich auch blöd, wenn da jetzt zwanzig
831 Leute zum diskutieren anfangen. Aber anders // (2) Ich weiß halt nicht, weil
832 wenn du, wenn sie sagen „ja, setzts euch in, in Fünfergruppen zam und
833 diskutierst einmal“, wer machtn das dann halt wirklich, wenns nur über on-
834 line ist, wenn da nicht auch irgendwie ein „Produkt“ sag ich jetzt einmal ab-
835 zugeben ist. Und (1) ja.

836 I: Mhm, ok. Und wie glaubst du hat sich die Rolle von Social Media für das
837 Studium seit Corona verändert? Also host irgendwie beobochtn können,
838 dass do vermehrter Austausch unter den Studierenden stattgefunden hat
839 oder wars gleich wie vorher?

840 IP_6: Nein, mir ist eigentlich nicht vorkommen, als würd das jetzt so in diesen
841 allgemeinen Kanälen vermehrt passieren. Eben nur in diesen speziellen
842 Gruppen für die Übungen, die wir ghabt haben. Da natürlich schon viel mehr,
843 weil wir uns eben nicht (1) in echt treffen konnten. Aber so diese allgemei-
844 nen Fragen find ich sind nicht wirklich mehr worden.

845 I: Mhm, also eher in den Kanälen, wo du schon engeren Kontakt ghobt host
846 quasi mit den Menschen?

847 IP_6: Ja.

848 I: Mhm, ok! Sehr gut, des wars!

Abstract Deutsch

Das Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist es, die Ansichten von Studierenden der Universität Wien zu den Vor- und Nachteilen der Nutzung von Social Media für ihr Privatleben und in ihrem Studium darzulegen. Dabei werden zwei unterschiedlich aufgebaute Studienrichtungen fokussiert, Soziologie und Rechtswissenschaften. Die der Forschung zugrunde liegende Forschungsfrage lautet dementsprechend: „Wie bewerten Studierende der Universität Wien die Vor- und Nachteile von Social Media für die Organisation ihres Studien-, Sozial- und Alltagslebens?“. Auf eine Hypothesenbildung im Vorhinein wurde verzichtet, die Hypothesen werden aus den erhobenen Daten abgeleitet.

Der Rahmen der Fragestellung wird durch soziologische Theorien aus verschiedenen Jahrzehnten gebildet. Neben aktuellen Theorien, die speziell vor dem Hintergrund digitaler Medien entwickelt wurden, soll durch die Präsentation älterer Theorien gezeigt werden, dass sich das soziale Verhalten der Menschen durch neue Medien nicht von Grund auf verändert hat, sondern bewährte Theoriemodelle durchaus auch auf die Nutzung von Social Media anwendbar sind. Zudem wird auf ältere Studien mit einer ähnlichen Forschungsfrage Bezug genommen, indem die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit mit den Erkenntnissen dieser Studien verglichen werden.

Um die Forschungsfrage zu beantworten wurde ein qualitativer Zugang gewählt. Studierende der Fachrichtungen Soziologie und Rechtswissenschaften an der Universität Wien wurden in problemzentrierten Interviews zu ihren Social Media-Gewohnheiten befragt. Ausgewertet wurden die Gespräche zuerst mittels der Feinstrukturanalyse und anschließend anhand der Themenanalyse von Froschauer und Lueger.

Zu den wichtigsten Ergebnissen, die durch die Interviews gewonnen werden konnten, zählt die Erkenntnis, dass Social Media für das Leben der Studierenden höchst relevant ist, da ein Großteil der Kommunikation darüber abläuft. SMS wurden komplett abgelöst, auch normale Anrufe werden unwichtiger, da Plattformen wie WhatsApp sowohl kostenlose Sprach- als auch Videoanrufe anbieten. Zudem konnte auch gezeigt werden, dass sich die Social Media-Nutzung von

Student_innen unterschiedlicher Studienrichtungen unterscheidet. Die durchgeführte Studie liefert wichtige Informationen für Universitäten und neue Social Media-Plattformen.

Abstract English

The goal of this master's thesis is to present the views of students of the University of Vienna on the advantages and disadvantages of using social media for their private life and in their studies. It focuses on two differently structured fields of study, sociology and law. Accordingly, the research question underlying the research is: "How do students at the University of Vienna evaluate the advantages and disadvantages of social media for the organization of their study, social and everyday life?" No hypotheses were formed in advance; the hypotheses are derived from the data collected.

The framework of the research question is formed by sociological theories from different decades. In addition to current theories, which were developed specifically with digital media in mind, the presentation of older theories is intended to show that new media have not fundamentally changed people's social behavior, but that proven theory models are certainly applicable to the use of social media. Furthermore, reference is made to older studies with a similar research question by comparing the results of this research with the findings of these older studies.

To answer the research question, a qualitative approach was chosen. Students of sociology and law at the University of Vienna were asked about their social media habits in problem-centered interviews. The interviews were evaluated first by means of the fine structure analysis and then by means of the topic analysis of Froschauer and Lueger.

One of the most important results of the interviews was the realization that social media is highly relevant for the students' lives, since a large part of communication takes place through them. Text messages have been completely replaced by social media, and even normal phone calls are becoming less important, since platforms like WhatsApp offer both free voice and video calls. It was also shown that the use of social media differs between students from different fields of study. The study provides important information for universities and new social media platforms.