

Facebook: Ein sozialer Paradigmenwechsel?

von
Carina Wegmann

Erstaufgabe

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 95850 789 0

Leseprobe

Textprobe:

Kapitel 4.2.3, Motive der Facebook- Nutzung:

Warum nutzt fast jeder zehnte Deutsche das Soziale Netzwerk Facebook? Diese Frage hat sich Kniedinger auch gestellt und entsprechende Items in ihren Fragebogen mit aufgenommen. Bei der Auswertung sind vier Motiv- Faktoren entstanden.

Am meisten genutzt wird Facebook als soziale Kontaktpflege zum Unterhalten oder um mit Freunden in Verbindung zu bleiben (90% aller Befragten). Dabei steht das Kommunizieren im Vordergrund und es werden am häufigsten Kontakte mit geographischer Entfernung gepflegt. Gleichauf mit diesem Motiv ist die soziale Informationssuche, um Näheres über Freunde und Bekannte oder im realen Leben getroffene Personen zu erfahren (80% aller Befragten). Zudem interessieren sich die Facebook- Nutzer auch für Informationen über Personen in ihrer Umgebung. Gemeinsamer Hintergrund dieses Motivs ist der soziale Aspekt und das gegenseitige Kennenlernen. An dritter Stelle platziert sich die Nutzung von Facebook als Zeitvertreib (56 – 59% aller Befragten). Zur Entspannungsfunktion dient das Soziale Netzwerk dann, wenn bewusst die Zeit für Facebook genutzt wird, wie zum Beispiel in den Pausen bei der Arbeit. Doch es gibt auch ein Langeweile- Motiv. Hierbei spielen die Nutzer, machen Tests oder unterhalten sich mit Freunden und Bekannten, nur um der Langeweile zu entgehen. Abgeschlagen auf dem vierten Rang ist die allgemeine Informationsfunktion von Facebook, bei der Nutzer zum Beispiel nach neuer Musik und neuen Filmen sowie nach aktuellen Trends oder hilfreichen Informationen zu unterschiedlichen Themen suchen (60% aller Befragten). Obwohl dies in den meisten Fällen auch mit dem Kennenlernen von neuen Menschen mit gleichen Interessen verbunden ist, wird Facebook selten aus diesem Motiv heraus genutzt. Hinzuzufügen ist, dass 72% aller Befragten Facebook mit dem Unterhaltungsmotiv nutzen, aber nur 55% neue Menschen über das Soziale Netzwerk kennenlernen wollen.

Wellman von der Universität in Trier hat sich ebenfalls mit dem 'Web 2.0' und die damit aufkommenden Sozialen Netzwerke beschäftigt. Als ein allgemeines Motiv für die Nutzung führt er die Profile an, die individuell gestaltbar sind und daher die Anonymität aufheben. Auch wenn diese Äußerung auf die Gesamtheit der Sozialen Netzwerke bezogen ist, lässt sich dies ebenfalls als Motiv für Facebook ansehen. So wie in den oberen Ausführungen bereits erwähnt, geht es um die Selbstdarstellung der eigenen Personen und die damit versuchte oder auch verbundene Kontaktaufnahme zu anderen Menschen. Wichtige Aspekte für diese Motive sind dabei die angebotenen Kommunikationstools auf Facebook. Nachrichten schreiben, Fotoalben anlegen, die persönliche Gestaltung der Profile und die Freundschaftsanfragen sind bei den Nutzern die Beliebtesten. Gemeinsames Ziel aller Nutzungsmotive ist das Finden von Gleichgesinnten um Gedanken teilen und austauschen zu können. Hinzu kommen die vereinfachte Kommunikation im Freundeskreis, das Wiederfinden von alten Bekannten sowie die erwähnte Selbstdarstellung mit eigenen Ansichten und Vorlieben.

Holger Spieckermann, Soziologe an der Fachhochschule Köln, sieht noch eine andere Motivation

in der Nutzung von Sozialen Netzwerken. Auch er formuliert sehr allgemein, doch die Motive lassen sich auf Facebook übertragen. Er sagt, dass Soziale Netzwerke als Beziehungen oder als 'Vitamin B' genutzt werden können. So kennt jemanden vielleicht einen Handwerker, einen Gitarrelehrer oder jemanden, der dem Nutzer einen guten Job vermitteln kann. Nutzer Sozialer Netzwerke erarbeiten sich verworrene soziale Beziehungen, die im Endeffekt produktiv genutzt werden können, um eigene Ziele zu erreichen.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass Soziale Netzwerke und speziell Facebook aus sozialen Motiven heraus genutzt werden. Sei es in Form der Kontaktpflege, der Kontaktsuche oder aus der Motivation der eigenen Zielverfolgung heraus. Besonders die personenbezogene Informationssuche fällt als Motiv der Facebook-Nutzung auf. Die Nutzung aufgrund von anderen, sachdienlichen Informationen ist eher fraglich und wird nur in wenigen Fällen zutreffend sein.

4.2.4, Stellenwert der Facebook- Nutzung:

Kniedinger hat mittels einer fünfstufigen Skala und unterschiedlichen vorgegebenen Aussagen nach dem Stellenwert der Facebook-Nutzung in ihrem Fragebogen gefragt. Dabei war es nicht wichtig zu erfahren, wie häufig die Befragten das Soziale Netzwerk nutzen, sondern den emotionalen Stellenwert herauszufinden. Zusammenfassend hier die bedeutendsten Ergebnisse:

Die meisten Befragten (63%) sehen Facebook als Teil ihres alltäglichen Lebens an, wobei einige von ihnen das Soziale Netzwerk zu einer fixen Einheit ihres Lebens gemacht machen. Das heißt 47% haben Facebook fest als eine alltägliche Pflicht in ihr Leben integriert. Bei der Frage, ob man stolz ist, dort vertreten zu sein, gab es geteilte Meinungen. 42% lehnten diese Aussage ab. Auch die Frage nach dem Gefühl einer Gemeinschaft anzugehören wurde von 34% der Befragten verneint. Doch 37% sehen sich durch Facebook als Teil einer Gemeinschaft an. Auf die Frage, ob man sich ausgegrenzt oder abgeschnitten fühlt, wenn man längere Zeit nicht online war, antworteten 69% mit 'stimmt nicht zu'.

Neben Kniedinger haben auch der Internetdienst OnlineSchool und das Online- Magazin SocialHype Statistiken über den Stellenwert von Facebook im alltäglichen Leben veröffentlicht. Andrea König schreibt hierüber, dass für die 500 Millionen angemeldeten Nutzer Facebook das Leben bestimmt. In Mark Zuckerbergs Sozialen Netzwerken findet mehr Kommunikation statt als im realen Leben. 48% aller Nutzer loggen sich schon nach dem Aufwachen ein und 28% nutzen Facebook morgens über Smartphone schon vom Bett aus. Die Statistik besagt auch, dass über 57% häufiger über das Soziale Netzwerk sprechen als im realen Leben mit anderen Menschen. In einigen Fällen dienen diese Internetseiten den Nutzern als Informationslieferant. Dabei steht nicht nur das Lesen im Vordergrund, sondern auch das Produzieren von eigenen Inhalten. Ein US-amerikanisches Experiment belegt, dass der Verzicht auf das Soziale Netzwerk schwer fällt. Die Entzugserscheinungen gleichen denen von Alkohol und Drogen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer klagen über innere Unruhe, Nervosität und Anspannung.

Auch Martin Weigert hat sich mit dem Stellenwert von Sozialen Netzwerken beschäftigt, doch in einer anderen Weise. Obwohl er sehr allgemein über social networking und bloggen schreibt, lässt sich dies auch auf Facebook übertragen. Es geht dabei um berufliche Chancen und Karriere. Viele

Menschen haben in diesem Zusammenhang Angst oder eine Scheu gegen Soziale Netzwerke, weil sie sich selbst im Internet wiederfinden könnten. Dabei werden die Sozialen Netzwerke in Zukunft an Bedeutung gewinnen, sowohl im beruflichen als auch im privaten und öffentlichen Raum. Für Blogger und aktive Web-Nutzer ist die Auffindbarkeit und Sichtbarkeit im Web schon eine Selbstverständlichkeit geworden. Für Gelegenheitsnutzer und Ängstliche wird die Unsichtbarkeit in Zukunft aus der beruflichen Perspektive schlechter beurteilt.

‘Denn er oder sie verpasst dadurch, eine in steigendem Maße vorhandene Erwartungshaltung zu erfüllen’.

Schon heute erwarten gewissen Branchen wie Kommunikation, Marketing und Medien Ergebnisse bei einer Personensuche im Internet. Werden wenig berufliche interessante Dinge gefunden, kann sich dies negativ auf die Beurteilung auswirken. Bei keinen Ergebnissen wird unterstellt, dass die Person die Tragweite des Sozialen im Internet nicht erfasst oder bewusst eine Gegenhaltung eingenommen hat. Weigert schreibt der Digitalisierung einer ähnlich Bedeutung wie dem Buchdruck zu. Es ist egal, ob das Desinteresse bewusst oder aus Ängstlichkeit geschieht, es zeigt in einem gewissen Maße, wie man die digitale Herausforderung meistert und ob man mit ihr arbeiten kann. Eine passive Haltung wird in diesem Falle negativ bewertet. Unsichtbarkeit im Netz ist demnach schädlich für das Erreichen eigener Ziele. Zwar gibt es immer geteilte Meinungen, doch in Zukunft wird es seltsam sein, Soziale Netzwerke nicht zu nutzen. Die Zukunft wird digitalisiert sein. Hinzu kommen die unterschiedlichen Erwartungshaltungen der Branchen. Soziale Netzwerke bieten eine gute Plattform der Selbstvermarktung, natürlich immer der Branche angepasst. Selbstvermarktung heißt in diesem Falle nicht, alle privaten Details zu veröffentlichen, sondern die volle Kontrolle über die Sichtbarkeit der eigenen Informationen mit Blick auf die Erreichung der Ziele.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass Soziale Netzwerke und somit auch Facebook das alltägliche Leben von vielen bestimmt, mit der Chance auf ein Gemeinschaftsgefühl. In einigen drastischen Fällen bestimmt Facebook den Verlauf des Tages schon nach dem Aufwachen. Somit ist es nicht verwunderlich, wenn die virtuelle Kommunikation die reale fast gänzlich ablöst. Auf einer anderen Seite bietet Facebook, durch die Möglichkeit des Sichtbar- Machens von Informationen, berufliche Chancen, eine Art von Selbstvermarktung und das möglich Erreichen von eigenen Zielen. Die Auseinandersetzung mit den Sozialen Netzwerken und mit Facebook verspricht Kontrolle, Einfluss und das Finden neuer Wege und Chancen.