

WiSe 2011/12 und SoSe 2012

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Prof. Marina Hennig

Tobias Seibrich, Katharina Kildau und Hazim Aliosman

Persönliche Beziehungen und Netzwerke in Facebook

Abschlussarbeit zum Projektseminar:

Individualisierung und Netzwerke im Zeitalter des Internets

Inhalt

1. Einleitung	3
2. Ergebnisse und Analysen	6
2.1 Grundgesamtheit und Untersuchungsdesign	6
2.2 Die Bedeutung Facebooks für Studenten	8
2.3 Intensity- Scale	9
2.4 „Bonding“- Sozialkapital	11
2.5 Zusätzliche „bonding“- Items	13
2.6 „Bridging“- Sozialkapital	15
2.7 Generierung neuen Sozialkapitals	17
3. Fazit	19
Literatur	20

1. Einleitung

Die Vernetzungsmöglichkeiten mithilfe des Internets sind durch die Online-Plattform Facebook stark gestiegen. Seit seiner Gründung im Jahr 2004 als einstmaliges studentisches Netzwerk der Harvard-Universität steigt die Zahl seiner Nutzer kontinuierlich und schnell an. Seine globale Verbreitung verlief einzigartig rasant, so dass das Online-Netzwerk mittlerweile schon über 900 Millionen User auf der ganzen Welt hat (Stand März 2012). Ungefähr ein Viertel der Deutschen besitzt ein Konto bei Facebook. Allein im zweiten Halbjahr 2011 sind 2,5 Millionen deutsche Nutzer diesem Netzwerk beigetreten.¹

Facebook ermöglicht es, auf einer virtuellen und nicht ortsgebundenen Ebene, Kontakte zu knüpfen, Beziehungen zu führen, Netzwerke zu bilden und aufrechtzuerhalten.

Darüber hinaus bietet das Portal einen immensen Datenfundus, der obendrein noch auf selbst zur Verfügung und Einsehbarkeit gestellten persönlichen Daten basiert, die verschiedene Dimensionen des individuellen und sozialen Lebens abdecken.

Der alltäglich gewordene Umgang mit Facebook legt die Frage nach sozialen Effekten der online geschaffenen sozialen Netzwerke nahe. Ob sich daraus veränderte Möglichkeiten ergeben, die gelebte soziale Wirklichkeit zu beeinflussen, rückt zunehmend in den Fokus soziologischer Netzwerkforschung.

In unserer Studie wollen wir uns auf den Einfluss der Facebook-Nutzung auf das Sozialleben von Studenten konzentrieren. In Anlehnung an die Studien von Bernie Hogan et al. (2012) und Dmitri Williams (2006), die sich dem Sozialkapital in Online-Netzwerken gewidmet haben, wollen wir die Intensität der Facebook-Nutzung von Studenten in Verbindung mit möglichen Auswirkungen auf ihr Sozialkapital bringen.

Unser Verständnis von Sozialkapital richtet sich vor allem nach dem theoretischen Konzept von Robert Putnam (2000). Putnam bezeichnet Sozialkapital als die auf Vertrauen beruhenden Kontakte von Individuen, die marktliche und nicht-marktliche Austauschbeziehungen erleichtern.

Soziales Kapital wollen wir in Anlehnung an die Definition von Hogan et al. (2012) als wahrgenommenen Zugang zu Ressourcen innerhalb des Netzwerkes einer Person begreifen. Mit Ressourcen können sowohl aktivierte Verbindungen zu anderen Personen

1 http://allfacebook.de/zahlen_fakten/facebook#infografik#und#statistiken (aufgerufen am 25.03.2012)

gemeint sein, als auch potenzielle Ressourcen. Diese Ressourcen sind weiterhin unterteilt in sogenanntes „bridging“- und „bonding“- Sozialkapital. Diese Unterscheidung wird von Putnam (2000) vorgenommen und besagt, dass „bridging“- Sozialkapital sich aus den schwachen Bindungen, die Personen zu anderen besitzen, zusammensetzt.

Das Konzept der schwachen und starken Bindungen („weak ties“ und „strong ties“) wurde von Mark Granovetter (1973) begründet. Starke und schwache Bindungen unterscheiden sich nach Granovetter, in der Zeit, der emotionalen Intensität, der Intimität und in den reziproken Austauschleistungen, die zwei soziale Akteure miteinander teilen. Schwache Bindungen liegen dann vor, wenn die Substanz einer Bindung auf einer oder sehr wenigen Gemeinsamkeiten beruht. Schwache Bindungen werden im Alltag oft als (flüchtige) Bekanntschaft bezeichnet.

Nun kommen wir zu einer zentralen Eigenschaft der schwachen Bindungen: Sie sind Brückenbeziehungen. Dies bedeutet, dass man durch sie in besonderem Maße mit Menschen in Kontakt kommt, die sich in ihren sozialen Ressourcen von den eigenen unterscheiden. Sie leben durch ihre wenigen gemeinsamen Foki (zum Begriff des Fokus nach Scott Feld siehe unten) nämlich selten im direkten Umfeld, wodurch Kontaktmöglichkeiten entstehen, die für das Individuum von großem Nutzen sein können. Wegener (1997) weist in diesem Zusammenhang auf die besondere Bedeutung schwacher Bindungen als hilfreiche Kontakte bei der Jobsuche hin. Schon Granovetter stellte in seiner Arbeit „*The Strength of Weak Ties*“ aus dem Jahr 1973 fest, dass 83% der Erwerbstätigen eine neue Stellung über schwache soziale Beziehungen, also über ihr „bridging“- Sozialkapital, finden.

Im Gegensatz zu den schwachen Bindungen teilen Menschen mit einer starken Bindung oftmals mehrere und intensivere Foki, die allerdings miteinander vereinbar sein müssen. Hier kann man besonders von Freundschaften und engen familiären Beziehungen sprechen, die in ihrer Tragweite vor allem auch auf soziale und psychologische Unterstützungsleistungen abzielen. Der für diese Art von Beziehungen aufgebrauchte Zeitaufwand und auch die emotionale Komponente sind ungleich höher als bei schwachen Bindungen. Wie oben schon beschrieben handelt es sich bei der Aktivierung der so gelagerten sozialen Ressourcen um sogenanntes „bonding“- Sozialkapital.

Scott Feld (1981) hat in diesem Zusammenhang den Begriff des Fokus geprägt, der die Substanz einer Beziehung konstituiert. Ein Fokus kann der Definition nach eine soziale, psychologische oder physische Einheit sein, aufgrund derer Menschen aufeinander treffen

(vgl. Feld 1981). So kann der gemeinsame Heimatort als physische Einheit das verbindende Element zwischen Menschen sein, genauso wie ein Fußballverein, der durch die gemeinsame soziale Aktivität (Fußball spielen) diesen Fokus darstellen kann. Durch das Aufeinandertreffen gemeinsamer Foki werden Cluster gebildet, wodurch wiederum neue Foki entstehen können. Schwache soziale Bindungen teilen meist nur einen gemeinsamen Fokus.

Auch Facebook dient als global verbreiteter Fokus. Durch dieses virtuelle soziale Netzwerk können Menschen miteinander in Kontakt treten, Informationen austauschen, sowie auch neues „bridging“- oder „bonding“- Sozialkapital generieren.

Die Veralltäglicung der Facebook Nutzung und der globale Zugang zum Netzwerk stellen eine große Chance für individuelle soziale Ressourcen dar, die zu mehr Sozialkapital führen können. Dabei gehen wir davon aus, dass alle Formen des Sozialkapitals, „bonding“- „bridging“- und neu generiertes Sozialkapital bei der Nutzung von Facebook betroffen sind. Denn in diesem global gespannten Netzwerk ist es möglich, sowohl zu den engen Freunden Kontakt aufzunehmen und so sein „bonding“- Sozialkapital zu pflegen, als auch entfernte Bekanntschaften zu pflegen und drittens neue Menschen kennenzulernen.

Demnach ist es erstens denkbar, dass Personen, die sich häufiger und intensiver in Facebook aufhalten, ihr „bonding“- Sozialkapital stärker wahrnehmen. An diese Überlegung anknüpfend leiten wir die erste Hypothese ab:

H1: Je stärker die Intensität der Facebook-Nutzung ist, desto ausgeprägter wird das individuelle „bonding“- Sozialkapital wahrgenommen.

Ebenso müsste zweitens durch intensivere Facebook-Nutzungsintensität das „bridging“- Sozialkapital stärker wahrgenommen werden, weil durch Facebook erst angezeigt wird, wie viele heterogene Verbindungen, sich in einem egozentrierten Netzwerk befinden. Zudem werden durch aktuelle Statusmeldungen entfernte Bekannte erst wieder ins Gedächtnis gerufen. Im Offline-Leben wäre es unwahrscheinlicher, mit regelmäßigen „Updates“ aus dem Leben entfernter Bekannter versorgt zu werden oder gar durch einen so weitläufigen Kontakt einen Nutzen für das eigene Leben zu ziehen. Die zweite Hypothese lautet daher:

H2: Je stärker die Intensität der Facebook-Nutzung ist, desto ausgeprägter wird das individuelle „bridging“- Sozialkapital wahrgenommen.

Neben der Auswirkung der Facebook- Nutzungsintensität auf das wahrgenommene Sozialkapital interessiert uns allgemein die Frage, warum sich die Menschen in Facebook aufhalten und was sie dort tun.

Es stellt sich die Frage, ob Facebook auch als Plattform dient, um neue Leute kennenzulernen oder ob es eher darum geht, Nachrichten und Informationen mit den „echten“ Freunden auszutauschen.

Wir gehen davon aus, dass intensive Facebook-Nutzer die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen eher nutzen als weniger aktive Nutzer. Denn die ausgedehnte Einsicht von Nutzerprofilen, die sich durch eine intensive Nutzung ergibt, führt unweigerlich dazu, neue interessante Personen zu entdecken, die dann durch einen simplen Mausklick zum eigenen Facebook-Freundeskreis hinzugefügt werden können. Die daraus abgeleitet dritte Hypothese lautet:

H3: Mit der Intensität der Facebook- Nutzung nimmt die individuell wahrgenommene Generierung neuen Sozialkapitals zu.

2. Ergebnisse und Analysen

2.1 Grundgesamtheit und Untersuchungsdesign

Zur Überprüfung der Hypothesen möchten wir zum einen die von Williams (2006) entwickelten „bridging“- und „bonding“- Sozialkapital-Messinstrumente benutzen. Zudem benutzen wir die „Facebook intensity scale“, um Aussagen über die Intensität und die Aktivität der Facebook-Nutzung machen zu können. Diese gründet sich ebenfalls auf den Entwurf von Williams (2006).

Die Studie wurde in Kooperation mit dem Oxford Internet Institute durchgeführt.

Als Grundgesamtheit wurden zunächst die aktuellen Studenten an der Universität Mainz ausgewählt. Da wir in der Startphase unserer Erhebung Schwierigkeiten hatten, die Zahl der Befragten zu erhöhen, wurden anschließend Studenten aus ganz Deutschland aufgerufen, bei unserer Befragung teilzunehmen. Von den insgesamt 319 befragten Personen gaben 286 an Studenten zu sein. 168 Studenten gaben Mainz als aktuellen Wohnsitz an. In den nachfolgenden Analysen werden nur die 286 befragten Studenten mit einbezogen.

Williams (2006) hat Messinstrumente für „bridging“- und „bonding“- Sozialkapital entwickelt. Diese entstanden vor dem Hintergrund des theoretischen Konzepts, welches Sozialkapital als Zugang zu sozialen Ressourcen sieht. Im Falle des „bridging“- Sozialkapitals hängt die Größe der sozialen Ressourcen von den folgenden drei Messdimensionen ab: 1. Offenheit der Akteure, 2. Anzahl an Interaktionen mit anderen und 3. Zugehörigkeitsgefühl zu einer größeren Gruppe.

„Bonding“- Sozialkapital zu messen bedeutet hingegen, sich auf den Zugang zu emotionaler Unterstützung, und knappen Ressourcen zu beziehen. Auch das Verständnis von Gruppensolidarität und demzufolge auch eine Abgrenzung gegen Außenstehende soll hier gemessen werden.

Eine Quantifizierung der tatsächlich vorhandenen Ressourcen wird mit diesen Messinstrumenten nicht intendiert, sondern die individuelle Wahrnehmung des eigenen Sozialkapitals der Befragten soll gemessen werden.

Wir führten eine standardisierte Online- Befragung durch und im Anschluss an die Befragung wurden die Studenten gebeten, auf einen Downloadlink zu klicken. Auf diesem Weg konnten wir das gesamte egozentrierte Facebook- Netzwerk der Befragten herunterladen.

Alle genannten Befragten gaben an, dass sie Facebook- Nutzer seien. Zum Erhebungszeitpunkt sind 59,8% der Befragten zwischen 18 und 24 Jahre alt und die restlichen 40,2% sind über 25 Jahre alt. Circa zwei Drittel der Befragten studieren nach dem neuen Bachelor-Master-System und das restliche Drittel gehört den sogenannten alten Studiengängen an (Magister, Diplom etc.). Ein Drittel der Befragten ist männlich und zwei Drittel weiblich. Die relativ große Verzerrung der Geschlechterverteilung ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass 79,4% der Befragten angaben, Sozialwissenschaften zu studieren, in denen der Anteil der Frauen deutlich größer ist als der der Männer.

Zweifelsohne können die Ergebnisse keinen Anspruch auf Repräsentativität für die deutschen oder die Mainzer Studenten erheben. Es wurden nur die befragt, die Facebook benutzen und nicht die Nicht-User. Wir vermuten, dass aktivere Facebook-Nutzer ein größeres Interesse an unserer Studie hatten und damit überrepräsentiert sind. Zur Belohnung an der Teilnahme unserer Studie schickten wir den Befragten ein grafisch aufbereitetes JPG-Dokument ihres jeweiligen persönlichen egozentrierten-Facebooknetzwerkes.

2.2 Die Bedeutung Facebooks für Studenten

Neben der Überprüfung unserer Hypothesen wollten wir noch allgemein erfahren, welche Bedeutung Facebook im Studentenalltag hat. Die Ergebnisse zeigen, dass Facebook bei einem großen Teil der Studierenden im Alltag angekommen ist.

Tabelle 1: Ohne Facebook hätte ich die eine oder andere Information für mein Studium nicht erhalten

	Anzahl	Prozent
trifft zu	42	14,7%
trifft eher zu	74	25,9%
weder noch	24	8,4%
trifft eher nicht zu	56	19,6%
trifft nicht zu	90	31,5%

N= 286

Die Antwort auf die Frage „Ohne Facebook hätte ich die eine oder andere Information für mein Studium nicht erhalten“ zeigt, dass für ein Drittel der Befragten Facebook für den Informationsfluss zum Studium dient (siehe Tabelle 1). Allerdings stimmt etwas mehr als die Hälfte der Befragten dieser Aussage eher nicht zu. Ähnlich sieht es für die Frage aus, ob man das Gefühl hat den Anschluss zu verlieren, wenn man Facebook nicht ständig nutzt. Hier geben über 40% der Befragten an, dass sie das Gefühl haben, den Anschluss zu verlieren, wenn sie sich eine Weile nicht bei Facebook einloggen (siehe Tabelle 2). Aber auch hier lehnen mehr als 50% der Studierenden diese Aussage ab.

Tabelle 2 Ich habe das Gefühl, dass ich den Anschluss verliere, wenn ich mich eine Weile bei Facebook nicht eingeloggt habe

	Anzahl	Prozent
trifft zu	23	8%
trifft eher zu	93	32,5%
weder noch	44	15,4%
trifft eher nicht zu	73	25,5%
trifft nicht zu	53	18,5%

N= 286

Insofern spielt Facebook für mehr als die Hälfte der Studierenden bei der Bewältigung des Studiums keine besondere Rolle.

Dies zeigt auch die folgende Tabelle 3. Knapp 30% der befragten Studenten geben an Facebook dazu nutzen, um mit Kommilitonen in Kontakt zu treten. Obwohl die niedrigere „Hemmschwelle“ und die nicht ortsgebundene Kommunikation das Ansprechen der Kommilitonen erleichtern, wird vom größten Teil der Studierenden Facebook nicht zur Kontaktaufnahme genutzt.

Tabelle 3: Ohne Facebook hätte ich Schwierigkeiten, mit Kommilitonen in Kontakt zu treten

	Anzahl	Prozent
trifft zu	18	6,3%
trifft eher zu	67	23,4%
weder noch	35	12,2%
trifft eher nicht zu	70	24,5%
trifft nicht zu	96	33,6%

N= 286

Interessant ist, dass die Diskussionen um den Datenschutz und Schutz der Privatsphäre offenbar nicht spurlos an deutschen Studenten vorbeigegangen sind. Vor Ausführung der Studie erwarteten wir bereits, dass ein großer Teil der Studenten seine Privatsphäre schützen und seine Statusmeldungen, Fotos und Informationen nicht öffentlich sichtbar macht. Dass jedoch nur 3,8% oder 12 von 319 Befragten ihre Informationen jedem zugänglich machen, überraschte uns schon. Dies zeigt, dass die Studenten der Universität Mainz eher sorgsam und vorsichtig mit ihren Daten umgehen und nur ihren Facebook-Freunden ihre persönlichen Informationen anvertrauen.

2.3 Intensity- Scale

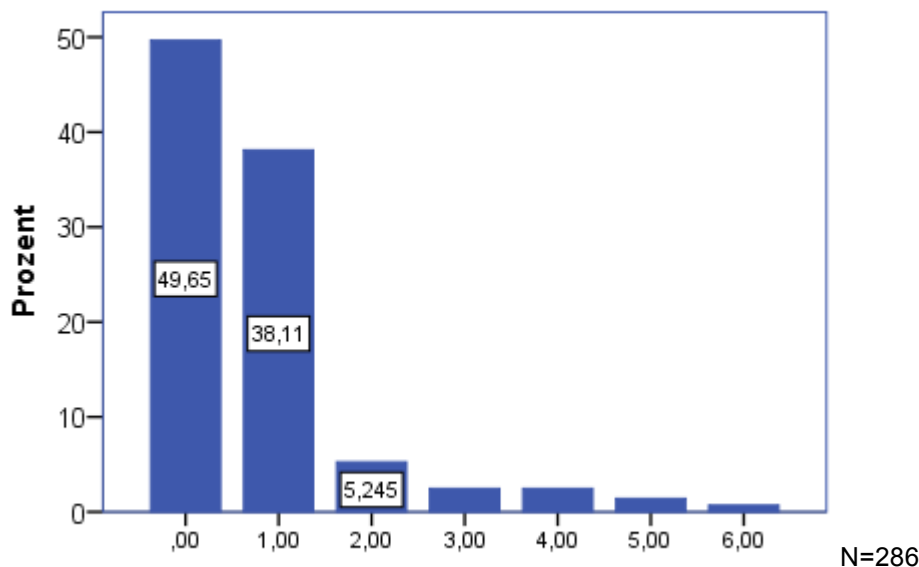
In unseren drei Hypothesen ist die Rede von der „Intensität der Facebook- Nutzung“. Um diese zu messen, übernahmen wir zum Teil Items des Intensitäts-Index von Williams (2006) und übersetzten diese ins Deutsche.² Wie der Name des Index schon sagt, soll er

² 1. „Facebook ist Teil meiner täglichen Routine.“ 2. „Ich habe ein gutes Gefühl, wenn ich Leuten erzähle, dass ich bei Facebook bin.“ 3. „Ich habe das Gefühl, dass ich den Anschluss verliere, wenn ich mich eine Weile bei Facebook nicht

messen, wie hoch die Facebook- Aktivität der Befragten ist. Dabei fragten wir mit dieser Skala nicht ab, wie viel Zeit sie in Facebook verbringen (was wir an andere Stelle im Fragebogen taten), sondern versuchten eine tiefergehende Aktivität zu ergründen, z.B. wie sehr sich die Befragten mit Facebook verbunden fühlen und ob Facebook Teil ihrer täglichen Routine sei.

Der sogenannte Zählindex zeigt zusammenfassend, wie oft ein Befragter den genannten sechs Fragen zugestimmt hat (stimme zu/ stimme eher zu). Man kann diesen Index noch stärker gewichten, indem man nur die Personen zählt, die „stimme zu“ angeklickt haben. Der stärker gewichtete Index wird in den nachfolgenden Analysen verwendet. Je öfter ein Befragter den Items der Facebook- Aktivität zugestimmt hat, desto höher ist seine Facebook- Aktivität. Eine höhere Aktivität wird im Index mit einer größeren Zahl wiedergegeben. Die minimale Facebook- Aktivität eines Befragten ist demnach auf dem Facebook-Aktivitäts- Index= 0 und eine maximale Aktivität= 6.

Abbildung 1: Facebook Intensity-Index



Die Mittelwerte weisen zunächst auf eine moderate durchschnittliche Aktivität unserer Befragten hin mit 0,77 (bei stärker gewichtetem Index) und 2,15 (bei Index mit Berücksichtigung von „Stimme zu“ und „Stimme eher zu“) mit Standardabweichungen von 1,1 bzw. 1,5. Daraus könnte man zunächst den Schluss ziehen, dass Facebook im Alltag unserer Befragten keine große Rolle spielt.

Aber 85,6% der Nutzer sind täglich online, wie die folgende Abbildung zeigt. Dies wirft ein ganz anderes Licht auf die Facebook-Nutzungs-Intensität. Unsere Vermutung ist, dass ein

Großteil der Befragten Facebook wie ein Emailprogramm und Nachrichtenjournal benutzt und ansonsten keine tiefer gehende psychologische Bindung mit dem Medium aufbaut.

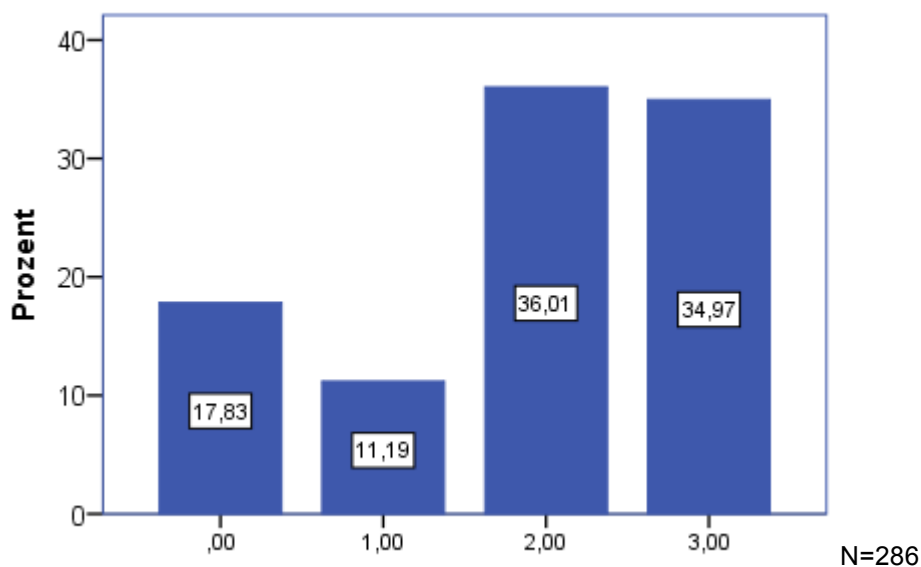
Tabelle 4: Wie oft bist Du bei Facebook?

	Anzahl	Prozent
mehrmals täglich	174	60,8%
täglich	71	24,8%
mehrmals in der Woche	29	10,1%
wöchentlich	9	3,1%
einmal in Monat	3	1%
seltener	0	0%

N=286

2.4 „Bonding“- Sozialkapital

Abbildung 2: Bonding Index



Um das wahrgenommene „bonding“- Sozialkapital zu analysieren, bildeten wir wieder einen Zählindex. Mit dem „bonding“- Index wurden insgesamt drei Items zusammengefasst.³ In der oben angezeigten Grafik werden nur die „Stimme-Zu“-

³ 1. „Es gibt einige Menschen in meinem Facebook-Netzwerk, denen ich vertraue, mir bei der Lösung meiner Probleme zu helfen.“ 2. „Es gibt mindestens eine Person unter meinen Facebook-Kontakten, mit der ich über wichtige Entscheidungen

Antworten gezählt. Dieser Index wird auch für die nachfolgenden Analysen benutzt.

Die Mittelwerte der Zustimmungen von 1,8811 (bei stärker gewichtetem Index) bzw. 2,6049 (bei Index mit Berücksichtigung von „Stimme zu“ und „Stimme eher zu“) zeigen, dass das „bonding“- Sozialkapital sehr bedeutsam für unsere Befragten ist. Facebook wird vor allem dazu genutzt, alte Kontakte aufrechtzuerhalten und mit seinen „strong ties“ Nachrichten auszutauschen. Dies wird später indirekt bestätigt im Kapitel „Generierung neuen sozialen Kapitals“.

Facebook lässt sich in dieser Lesart vergleichen mit Kommunikation via Handy oder einem Treffen in einem Café mit alten Freunden und Bekannten, nur dass dieses Café (Facebook) nun erstens ohne große Mühe und Kosten aufgesucht werden kann und zweitens müssen die Interaktionspartner nicht mehr klassisch zur gleichen Zeit am gleichen Ort sein, sondern können nun sequentiell interagieren. Facebook ist für unsere Befragten dazu da, alte Kontakte aufrechtzuerhalten (das heißt „altes“ und aktuelles Sozialkapital am Leben zu halten), auf dem Laufenden zu bleiben und vor allem sein „bonding“- Sozialkapital zu pflegen und auszubauen. Der Blick nach draußen, die Erschließung neuer sozialer Kreise bzw. alles das, was wir mit "bridging"- Items erfragt haben, spielt in der Wahrnehmung unserer Befragten keine große Rolle. Dies wird im nächsten Abschnitt noch deutlicher. Der allgemeine Überblick über das wahrgenommene „bonding“- Sozialkapital zeigt, dass es für die Mainzer Studenten in Facebook darum geht, mit echten Freunden zu interagieren. Dies führt zur Überprüfung unserer ersten Hypothese. Nehmen Befragte, die aktiver und intensiver in Facebook unterwegs sind, ihr „bonding“- Sozialkapital stärker wahr, als weniger aktive Nutzer oder führt die Investition von Zeit und Arbeit in Facebook zu einer höheren Wahrnehmung des „bonding“- Sozialkapitals?

Hypothese1: Je stärker die Intensität der Facebook-Nutzung ist, desto ausgeprägter wird das individuelle „bonding“- Sozialkapital wahrgenommen.

Um diese Hypothese zu überprüfen, sehen wir uns die Korrelation der Werte der Facebook- Aktivität mit den Werten des stark gewichteten „bonding“- Index an:

Es ergibt sich eine Korrelation nach Pearson von 0,198. Dies spricht für einen schwach positiv linearen Zusammenhang zwischen der Facebook- Aktivität und dem wahrgenommenen „bonding“- Sozialkapital. Da unsere Hypothese ebenso eine positiv

in meinem Leben sprechen könnte.“ 3. „Es gibt Leute unter meinen Facebook-Kontakten, mit denen ich reden kann, wenn ich einsam bin.“

lineare Korrelation unterstellt, kann unsere Hypothese nicht verworfen werden, sondern wird schwach bestätigt. Wir nehmen an, dass die Korrelation eher schwach ausfällt, weil erstens die meisten Befragten täglich in Facebook online sind und zweitens der „bonding“-Index schon einen so hohen Durchschnittswert erreicht. So kann es kaum noch zu einem Zuwachs an wahrgenommen „bonding“- Sozialkapital kommen. Dies würde den niedrigen Pearson- Wert erklären.

Tabelle 5: Korrelation Intensity-Scale und „bonding“- Sozialkapital

		Facebook Aktivität	Bonding Kapital
Facebook Aktivität	Korrelation nach Pearson	1	,198**
	Signifikanz (2-seitig)		,001
	N	286	286
Bonding Kapital	Korrelation nach Pearson	,198**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,001	
	N	286	286

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant

2.5 Zusätzliche „bonding“- Items

Drei weitere „bonding“- Items aus dem Instrumentarium von Williams (2006) befanden sich in unserem Fragebogen. Diese waren aber nicht mit einer 5er Likert- Skala versehen, sondern mit den Antwortmöglichkeiten „Ja“, „Nein“ und „Weiß nicht“. ⁴ Bei „Ja“-Beantwortung wurde weitergehend gefragt, an wie viele Personen aus dem Facebook-Freundeskreis die Befragten denken würden. Anschließend folgte eine Frage, die anzeigen sollte, aus welchem sozialen Kontext, die genannten Personen stammen würden. Exemplarisch möchten wir die Ergebnisse eines dieser zusätzlichen „bonding“- Items darstellen.

⁴ Folgende „bonding“- Items sind gemeint: „Kennst Du jemanden in Facebook, der dir in einem dringenden Notfall 500€ leihen würde?“ 2. „Kennst Du jemanden bei Facebook, der Dich im Krankenhaus besuchen würde.“ 3. „Meine Facebook-Kontakte würden mir helfen, gegen eine Ungerechtigkeit zu kämpfen.“

Tabelle 6 „Kennst Du jemanden in Facebook, der Dir in einem dringenden Notfall 500€ leihen würde?“

Ja	234	81,8%
Nein	13	4,5%
Weiß nicht	39	13,6%

N=286

Tabelle 7 „An wie viele Personen denkst Du dabei?“

eine	19	6,6%
zwei bis drei	117	40,9%
drei bis fünf	54	18,9%
mehr als fünf	44	15,4%

N=234

Tabelle 8 „Aus welchem Kontext stammen diese Personen? (Mehrfach-Antworten möglich)

Familie	181	63,3%
Freunde	220	76,9%
Bekannte	8	2,8%
Nachbarn	4	1,4%
In Facebook kennengelernt	0	0

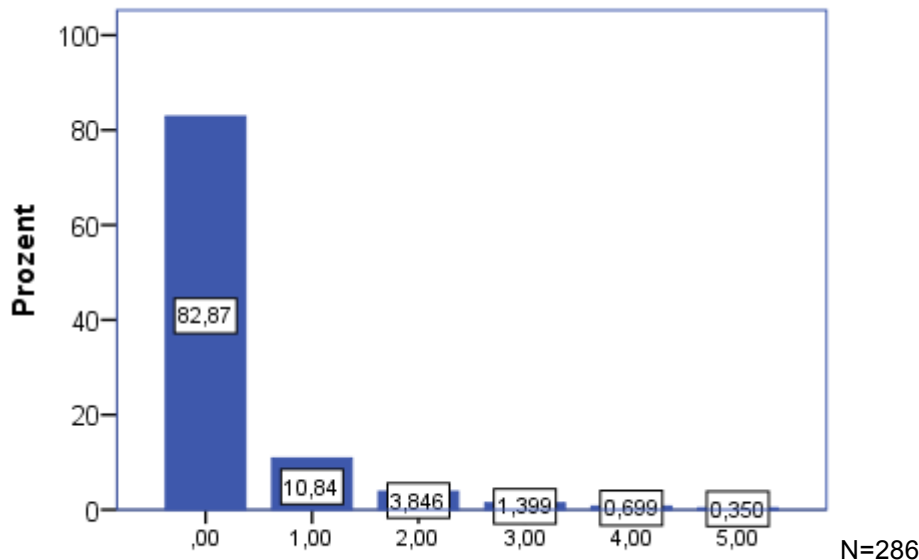
N=234

Die gegebenen Antworten auf die oben gezeigten Filterfragen verdeutlichen, erstens dass hier ein Großteil (81,8%) der Befragten angibt, dass von mindestens einer Person in dem jeweiligen Facebook- Freundeskreis erwartet wird, dass diese ihnen 500€ leihen würde. Folglich befindet sich für diese Befragten mindestens eine Vertrauensperson in Facebook. Zweitens lässt sich feststellen, dass wie theoretisch angenommen, die Befragten nur wenige Vertrauenspersonen in ihrem Facebook- Freundeskreis haben, von denen diese Leistung erwartet wird (zusammengenommen ein bis fünf Personen 66,4%). Drittens zeigt sich, dass dieses „bonding“- Sozialkapital aus dem Kreis der Familie und Freunde stammt. Die „bonding“- Items aus dem Williams' Instrumentarium (2006) zielen valide auf den wahrgenommenen Zugang zu knappen Ressourcen, welche mit einer relativ hohen emotionalen Unterstützung, einem großen Vertrauensgrad und einer relativ starken Gruppensolidarität verbunden ist. Aus diesem Grunde wird der Kontext Familie und Freunde größtenteils genannt, welche zu den starken Bindungen im Sinne Granovettters (1973) eingeordnet werden und damit dem „bonding“- Sozialkapital zugeordnet werden kann. So verwundert es auch nicht, dass die Antwortmöglichkeit „in Facebook

kennengelernt“ kein einziges Mal angeklickt wurde.

2.6 „Bridging“ Sozialkapital

Abbildung 3: Bridging Sozialkapital-Index



Der Index des wahrgenommenen „bridging“- Sozialkapitals bildet sich aus insgesamt fünf Items. Wir bildeten wieder einen Zählindex.⁵

Wie man an der oberen Abbildung ablesen kann, spielt das wahrgenommene „bridging“- Sozialkapital keine wesentliche Rolle. Vor allem der stark gewichtete „bridging“- Index zeigt an, dass ein Großteil (82,9%) unserer Befragten nie eine der „bridging“- Items mit „Stimme-Zu“ beantwortet hat.

Dieses Antwortverhalten deutet, wie im letzten Abschnitt schon gezeigt, darauf hin, dass es unseren Befragten eher darum geht, mit „echten“ Freunden und Bekannten in Facebook Nachrichten auszutauschen. Es geht ihnen gerade nicht darum, mit entfernten Bekannten in Kontakt zu treten oder gänzlich Unbekannte kennenzulernen. Offen bleibt hier die Frage, ob eine höhere Facebook- Aktivität zu einem verstärkt wahrgenommenen „bridging“- Sozialkapital führt. Denn eine intensivere Facebook- Nutzung führt nach unseren oben angestellten Vermutungen dazu, dass die Kontakte zu entfernten

⁵ 1. „Der Austausch mit meinen Facebook-Kontakten regt mein Interesse an Dingen an, die außerhalb meiner Stadt passieren.“ 2. „Motiviert mich, neue Dinge auszuprobieren.“ 3. „Weckt mein Interesse an den Gedanken von Leuten, die mir nicht ähnlich sind.“ 4. „Macht mich neugierig auf den Rest der Welt.“ 5. „Gibt mir das Gefühl, dass ich Teil eines größeren Ganzen bin.“

Bekanntem erst sichtbar gemacht werden und so täglich in die Wahrnehmung der Befragten eindringen können. Mit Hilfe der Korrelation zwischen Facebook- Aktivität und „bridging“- Index untersuchen wir die zweite Hypothese:

Hypothese 2: Je stärker die Intensität der Facebook-Nutzung ist, desto ausgeprägter wird das individuelle „bridging“- Sozialkapital wahrgenommen.

Die Werte des Facebook- Aktivitätsindex und des „bridging“- Index korrelieren mit 0,430 nach Pearson. Dies spricht für einen deutlichen positiv linearen, statistischen Zusammenhang zwischen der Facebook- Aktivität und dem wahrgenommenen „bridging“- Sozialkapital.

Tabelle 9: Korrelation Intensity-Scale und Bridging Sozialkapital

		Facebook Aktivität	Bridging Kapital
Facebook Aktivität	Korrelation nach Pearson	1	,430**
	Signifikanz (2-seitig)		,000
	N	286	286
Bridging Kapital	Korrelation nach Pearson	,430	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	
	N	286	286

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant

So haben wir zunächst die Erkenntnis, dass z.B. „der Blick nach draußen“ oder die „Meinungen ungleicher Personen“ für die meisten unserer Befragten nicht bedeutsam sind, wenn sie sich virtuell in Facebook bewegen. Aber die eben genannte Korrelation von 0,430 zeigt an, dass die Befragten, die nach unserer Messung aktiver in Facebook sind, auch eher den „bridging“- Items zustimmten und damit ein breiteres Interesse haben an einem Blick „über den eigenen Tellerrand“.

Dieser starke statistische Zusammenhang deutet darauf hin, dass die Studenten, die sich intensiver mit Facebook beschäftigen, selbst erleben, welche Möglichkeiten dieses Online-Portal bietet und welche zunehmend globale Vernetzung ermöglicht wird. Unsere zweite Hypothese wird demnach deutlich (statistisch signifikant) bestätigt. Zumindest in der Wahrnehmung unserer Befragten zeigt sich, dass eine intensivere Nutzung von Facebook zu einem gefühlten höheren „bridging“- Sozialkapital führt.

2.7 Generierung neuen Sozialkapitals

Nachdem die oben stehenden Analysen gezeigt haben, dass die Pflege des „bonding“-Sozialkapitals die Hauptrolle für unsere Befragten in ihrem Facebook- Alltag spielt, dass mit der Facebook- Nutzungsintensität eine größere Wahrnehmung des „bridging“-Sozialkapitals einhergeht, wollen wir nun untersuchen, mit wem die Studenten in Facebook zu tun haben und ob sie das Medium dazu nutzen, neue Leute kennenzulernen.

Die Analyse unserer Daten zeigt sehr deutlich, dass unsere Befragten Facebook hauptsächlich und fast ausschließlich dazu nutzen, alte Kontakte aufrecht zu erhalten und dabei wenig Interesse zeigen, neue Kontakte hinzuzugewinnen.

Tabelle 10: Ich benutze Facebook, um neue Leute kennenzulernen

	Anzahl	Prozent
trifft zu	3	1%
trifft eher zu	11	3,8%
weder noch	13	4,5%
trifft eher nicht zu	57	19,9%
trifft nicht zu	202	70,6%

N=286

Nur 4,7 % von unseren 319 Befragten stimmten der Aussage: „Ich benutze Facebook, um neue Leute kennenzulernen“ zu. Deutlicher konnte dieses Ergebnis kaum ausfallen.

Die „Gegenprobe“: „Ich benutze Facebook, um mit Menschen, die ich offline kenne, in Kontakt zu treten“ ergibt ein ähnliches Bild. Über 85% stimmten dieser Aussage zu.

Allerdings sind diese Items eher ein Indiz, warum die befragten Studenten Facebook nutzen. Wir fragten auch, „*Wie viele Deiner Facebook-Kontakte hast du offline noch nie getroffen?*“ und die Antworten auf diese Frage zeigen, dass immerhin 34,6% Studenten mindestens eine Person offline noch nie getroffen hat. Leider können wir daraus nicht schließen, ob die Befragten diese „Offline-Unbekannten“ in Facebook kennengelernt haben. Viele andere Möglichkeiten sind denkbar, z.B. das Kennenlernen in einem Online-Computerspiel oder ein anstehendes Auslandssemester. Leider haben wir im Fragebogen nicht danach gefragt, wie viele Kontakte die Befragten jeweils in Facebook kennengelernt haben.

Tabelle 11: Wie viele Deiner Facebook-Kontakte hast du offline noch nie getroffen?

	Anzahl	Prozent
alle	0	0,0%
die meisten	3	1%
die Hälfte	3	1%
einige	43	15%
einen	47	16,4%
keine	186	65%
ich weiß es nicht	4	1,4%

N=286

In unserer dritten Hypothese vermuteten wir, dass eine intensivere Facebook- Nutzung zu einer größeren Wahrnehmung des neu generierten Sozialkapitals führt:

Hypothese 3: Mit der Intensität der Facebook- Nutzung nimmt die individuell wahrgenommene Generierung neuen Sozialkapitals zu.

Tabelle 12: Korrelation Intensity-Scale mit dem Item: Ich benutze Facebook, um neue Leute kennen zu lernen

		Facebook Aktivität	...um neue Leute kennen zu lernen
Facebook Aktivität	Korrelation nach Pearson	1	-,200**
	Signifikanz (2-seitig)		,001
	N	286	286
...um neue Leute kennen zu lernen	Korrelation nach Pearson	-,200**	1
	Signifikanz (2-seitig)	,001	
	N	286	286

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant

Die Frage „Ich benutze Facebook, um neue Leute kennenzulernen“ ist von „Stimme-Zu“ mit dem kleinsten Wert 1 bis „Stimme-Nicht-Zu“ mit dem größten Wert 5 skaliert.

Die Korrelation nach Pearson zwischen der Facebook-Aktivität und der Frage: „Ich benutze Facebook, um neue Leute kennenzulernen.“ ist mit $-0,200$ negativ. Das bedeutet, dass Personen mit einer höheren Facebook- Aktivität eher dazu neigen, in Facebook nach neuen Leuten zu suchen. Allerdings ist ein Wert von $0,200$ relativ schwach signifikant und wird zudem dadurch gemindert, dass in der Gesamtzahl nur 14 Befragte der Aussage zustimmten, Facebook zu nutzen, um neue Leute kennenzulernen. Selbstkritisch sei an dieser Stelle angemerkt, dass wir hier nicht das „individuell wahrgenommene neu generierte soziale Kapital“ messen, sondern lediglich, ob überhaupt versucht wird, mit Facebook neue soziale Kontakte zu generieren. Um die Hypothese entsprechender zu testen, hätten wir zudem „*in Facebook habe ich neue Menschen kennengelernt*“ fragen sollen.

3. Fazit

Die wichtigste Erkenntnis unserer Studie besteht darin, dass unsere befragten Studenten Facebook hauptsächlich als ein Kommunikationsmedium nutzen, um mit ihren Freunden und Verwandten in Kontakt zu treten. Wir bezeichneten dieses Verhalten oben als die Pflege des „bonding“- Sozialkapitals.

Dieses aktive Kontakthalten mit Freunden und Verwandten in Facebook wird von den meisten unserer Befragten mindestens täglich betrieben. Es zeigte sich, dass fast alle unsere Befragten, Menschen unter ihren Facebook- Freunden haben, mit denen sie über wichtige persönliche Anliegen sprechen können. Außerdem finden die meisten Studenten jemanden, von dem sie emotionale Unterstützung bekommen. Diese Freunde und Verwandte, die wir als „bonding“- Sozialkapital umschrieben haben, stammen hauptsächlich (nach Analyse unserer Daten fast ausschließlich) aus der „Offline- Welt“.

Auch wenn die Mainzer Studenten über Facebook nur wenige neue (in vielen Fällen gar keine) persönliche Beziehungen generieren, zeigt sich, dass Facebook das Potenzial hat, aktiven Menschen den Blick über den eigenen sozialen Kreis hinaus zu ermöglichen und mit den unterschiedlichsten und geografisch entferntesten Menschen in Kontakt zu treten.

Es zeigte sich, dass eine aktivere und intensivere Facebook-Nutzung zu einer verstärkten Wahrnehmung des sogenannten „bridging“- Sozialkapitals führt. Damit erfuhr unsere Hypothese 2 die größte Bestätigung. Ebenso zeigte die schwache Korrelation zwischen Facebook-Nutzungsintensität und dem neu generierten Sozialkapital, dass eine

intensivere Beschäftigung mit und in Facebook tendenziell zu einer verstärkten Wahrnehmung des neu generierten sozialen Kapitals führt.

Nicht klären konnten wir die Frage, ob der Zugriff auf die untersuchten sozialen Ressourcen („bonding“-, „bridging“- und neu generiertes Sozialkapital) auch ohne Facebook bzw. eine andere Online-Community möglich wäre und in welchem Maße sich die sozialen Ressourcen zwischen Facebook- Nutzern und Nicht- Nutzern unterscheidet.

Dies gilt es in Zukunft noch zu untersuchen.

4. Literatur

Feld, Scott (1981): The Focused Organisation of Social Ties, in: American Journal of Sociology 85, S. 1015-1035.

Granovetter, Mark (1973): The Strength of Weak Ties, in:" American Journal of Sociology 78 (6): 1360-1380.

Hogan, B., Brooks, B., Ellison, N., Lampe C and Vitak, J. (2012). Assessing structural correlates to social capital in Facebook personal networks. Oxford Internet Institute, University of Oxford.

Putnam, Robert D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster.

Wegener, Bernd (1997): Vom Nutzen entfernter Bekannter. in: Friedrichs, Jürgen (Hrsg.): Soziologische Theorie und Empirie. Opladen. Köln, S. 427-450.

Williams, D. (2006). On and off the 'net: Scales for social capital in an online era, in: Journal of Computer-Mediated Communication, 11(2), Artikel 11.