

Warum wir Soziale Netzwerke nutzen müssen. Ein Beitrag aus medienpädagogischer Perspektive.

Patrycja Psyk

Der Stellenwert sozialer Netzwerke ist durch die Entwicklung von Web 2.0 zunehmend gestiegen. Online-Netzwerke schaffen neue und erweiterte Möglichkeiten der sozialen Vernetzung und üben eine große Faszination und Anziehungskraft auf den Einzelnen aus. Warum dies so ist, welche Motive sich hinter der Nutzung sozialer Netzwerke verbergen und welcher Mehrwert damit einhergeht soll im Folgenden erläutert werden.

In unserer heutigen Gesellschaft ist unverkennbar, dass sich virtuelle und realweltliche Netzwerke aufeinander zu bewegen und miteinander verschmelzen. Möglich wird dies durch die neuen Anwendungen und Technologien im Web 2.0, die so genannten *Social Media*. Mit Social Media wird deutlich, dass das Netz *sozial* geworden ist und es Menschen einfach und effizient, auch über alle lokalen und kulturellen Grenzen hinweg, vernetzen kann. Eine Plattform für die soziale Vernetzung bieten *sozialen Netzwerke* wie Facebook und Co. Je nach Grad der Vernetzung der sozialen Beziehungen kann ein soziales Netzwerk mehr oder weniger Gemeinschaftscharakter haben (vgl. Heintz/Müller 2000, S. 2). Die Verwendung des Begriffs soziales Netzwerk lässt die Spezifikation der sozialen Beziehungen daher zunächst offen. Der Begriff bezieht sich lediglich darauf, wen man kennt, mit wem man Kontakt halten möchte und wie alle Beteiligten untereinander verbunden sind (vgl. Schaffert/Wieden-Bischof 2009, S. 14). Insofern spiegelt ein soziales Netzwerk eine komplexe Beziehungswirklichkeit wider, die mehrere Hundert Personen umfassen kann und von engen und lockeren Beziehungen geprägt ist (vgl. Döring 2003, S. 209f.) Nach Hopf (2010) ist die Integrationsbereitschaft im Netz im Vergleich zur realen Welt deutlich höher. Zudem sind die Menschen im Netz viel offener, sich auf Kommunikation einzulassen und sich zu vernetzen (vgl. Hopf 2010, S. 54).

Daher liegt die Frage nach den Motiven und dem Mehrwert von sozialen Netzwerken nahe. Sie soll im Folgenden beantwortet werden.

Motive und Mehrwert sozialer Netzwerke

Über die Motive zur Teilnahme an virtuellen sozialen Netzwerken hat bereits Rheingold (1994, S. 17) spekuliert, nachdem 1985 das erste soziale Netzwerk „The Well“ als soziales Experiment startete: „Ich habe den Verdacht, daß die Erklärung für dieses Phänomen in dem wachsenden Bedürfnis nach Gemeinschaft liegt, das die Menschen weltweit entwickeln, weil in der wirklichen Welt die Räume für zwanglose soziale Kontakte immer mehr verschwinden.“ Diese Vermutung aus dem Jahre 1994 scheint nach wie vor aktuell zu sein. Denn auch 10 Jahre später stellt Beck (2006, S. 170) fest: „Gesucht werden also [neben starken Bindungen wie z.B. Partnerschaften] zusätzliche schwache Bindungen mit vergleichsweise geringer Haltbarkeit und höherer Unverbindlichkeit“. Bei dieser Suche nach einer Einbettung in neue soziale Strukturen, die der Lebensweise des heutigen mobilen Menschen besser entspricht, können Online-Netzwerke eine passende Lösung bieten.

Neben dem Aufbau und der Pflege von sozialen Beziehungen werden nachfolgend noch zwei weitere zentrale Motive – die Gestaltung der eigenen Identität und der Kommunikations- und Informationsaustausch – erfasst.

Aufbau und Pflege des soziales Netzwerkes

Die Vernetzung mit anderen Personen ist das Hauptmotiv für die Teilnahme an sozialen Netzwerken. Sinn und Zweck dieser Vernetzung ist es, bereits existierende realweltliche soziale Beziehungen auch virtuell zu pflegen, Kontakte zu Personen aufzunehmen, zu denen in der Vergangenheit der realweltliche Kontakt abgebrochen ist und neue Kontakte herzustellen (vgl. Mörl/Groß 2008, S. 53; vgl. Neumann-Braun/Autenrieth 2011, S. 21; vgl. Döring 2011, S. 192; vgl. Hasebrink 2011, S. 190f.).

Der Aufbau und die Pflege eines sozialen Netzwerkes sind natürlich mit einem zeitlichen Aufwand verbunden. Es bedarf einer aktiven Beziehungsarbeit, das so genannte *Networking*. Dies verhilft dem Einzelnen bei der Akkumulation

von sozialem Kapital. Bourdieu zufolge umfasst das Sozialkapital die „Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind (...).“ (Bourdieu 1992, S. 63). Diese sozialen Ressourcen können den Einzelnen sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext unterstützen, z.B. bei der Arbeitsplatzsuche, bei dem Aufbau von Geschäftsbeziehungen oder bei der Wohnungssuche.

Anders als im realweltlichen Leben können in virtuellen sozialen Netzwerken problemlos mehrere hundert Kontakte regelmäßig, wenn auch nicht unbedingt tiefergehend, unterhalten werden. Im realen Leben ist dagegen nur eine Spanne bis maximal 15-20 Personen möglich, mit denen man engeren Kontakt pflegen kann (vgl. Hopf 2010, S. 54f.). Für die Qualität der Beziehungen ist hierbei nicht nur das einander „kennen“, sondern vielmehr das „anerkennen“ der wesentliche Aspekt. Nicht ausgedehnte Beziehungsgeflechte sind ausschlaggebend für die Nutzung potenzieller Ressourcen des sozialen Netzwerkes, sondern vielmehr vertrauensvolle und positive Netzwerkverbindungen (vgl. Reinbacher 2008, S. 101f.).

Das „Kennen“ und die „Anerkennung“ von anderen spielt auch im Hinblick auf die Identitätsbildung und -präsentation eine bedeutsame Rolle.

Gestaltung und Präsentation der eigenen Identität

Virtuelle soziale Netzwerke bieten eine mediale Darstellungsform für die Gestaltung und Präsentation von Identitäten. So kann ein Individuum mehrere virtuelle Identitäten besitzen und diese unterschiedlich ausgestalten. Bei Xing kann der Einzelne auf der Suche nach beruflichen Kontakten und Karrieremöglichkeiten ein seriöses Profil mit besonderen Kenntnissen und Fähigkeiten einrichten, auf Facebook seine letzten Partybilder hochladen und sich als Privatperson präsentieren und auf Flickr kann er seine Identität als Hobby-Fotograf ausleben und sich über Fotos, Kameras, etc. mit der dortigen Community austauschen. Es sind genau diese vielfältigen Möglichkeiten der Prä-

sentation der eigenen Identität und der Positionierung, die das Individuum motiviert, sich im Internet medial darzustellen (vgl. Mörl/Groß 2008, S. 56).

Ich vernetze mich, also bin ich.

Die Selbstdarstellung und Interaktion von Individuen in virtuellen sozialen Netzwerken spielt auch im Hinblick auf die Frage nach der Suche von sozialer *Zugehörigkeit und Anerkennung* im Internet eine wichtige Rolle. Aktuelle Studien zur Identitätsforschung zeigen auf, dass über die virtuellen Netzwerke Zugehörigkeit und Anerkennung gesucht und auch wahrgenommen wird (vgl. Hugger 2010; vgl. Wagner et. al. 2013). Am Beispiel von türkischen Jugendlichen mit Migrantenhintergrund stellt Hugger fest, dass soziale Web-Angebote den Jugendlichen heute eine zunehmend wichtigere Ressource bietet, die sie für ihr soziales Miteinander und das Aushandeln eines authentischen Selbstbildes benötigen. Die untersuchten Online-Netzwerke kristallisierten sich als „*natio-ethno-kulturelle Hybrid-Umgebungen der identitären Vergewisserung*“ (Hugger 2010, S. 95) heraus, in der die Jugendlichen ihre „prekäre“ Zugehörigkeit und die damit verbundenen Anerkennungsprobleme verarbeiten konnten. Diese Vergewisserungsarbeit von sozialer Zugehörigkeit bezeichnet Hugger (2010, S. 94) als „orientierende Reflexion“.

Darüber hinaus haben Wagner et al. in ihrer Studie festgestellt, dass in den Selbstdarstellungen von Jugendlichen und ihren Interaktionen in sozialen Netzwerken Spuren einer *Selbstmediatisierung* erkennbar sind. Fast alle Jugendlichen konnten sich mit den massenmedialen Inhalten wie z.B. Musikclips auf Youtube identifizieren und haben dies auch in der eigenen Profilgestaltung demonstriert (vgl. Wagner et. al. 2013, S. 4). Durch Postings in Form von Videos, Fotos (z.B. Selfies oder Verlinkungen von Fotos), Kommentaren u.ä. können Jugendliche ihre Interessen, ihren Geschmack, ihre persönliche Eigenschaften und ihre Beziehungsnetzwerke demonstrieren und sich in der virtuellen Welt positionieren. Gleichzeitig dient dies der sozialen Zugehörigkeit bzw. Abgrenzung.

Wichtig bei der Selbstpräsentation ist den Jugendlichen vor allem eine authentische Darstellung ihrer eigenen Identität. Andere Handlungstypen wie z.B. eine idealisierte Selbstdarstellung oder das Spiel mit Identitäten ist nur für

eine Minderheit von Jugendlichen von Bedeutung (vgl. Astheimer/Neumann-Braun/Schmidt 2011, S. 79). Turkle stellt jedoch in der praktischen Wirklichkeit genau das Gegenteil fest: „In games where we expect to play an avatar, we end up being ourselves in the most revealing ways; in social networking sites such as Facebook, we think we will be presenting ourselves, but our profile ends up as somebody else – often the fantasy of who we want to be.“ (Turkle 2011, S. 153) Dieser Widerspruch macht umso deutlicher, dass die Entwicklung und Darstellung der eigenen Identität entscheidend von der Aufmerksamkeit und Resonanz der sozialen Beziehungen, der medialen Umgebung und den Medieninhalten abhängt. Dieses wackelige Gerüst des individuellen Selbst kann sich kontinuierlich rekonstruieren, transformieren und aktualisieren.

Kommunikation und Informationsaustausch

Ein weiterer Grund für die Teilnahme an sozialen Online-Netzwerken ist die Möglichkeit der Kommunikation über räumliche Grenzen hinweg. Die Motive für den virtuellen Austausch können sowohl auf privates Interesse zurückgeführt werden als auch auf die formale Eingebundenheit im Beruf, Ausbildung oder Studium. Je nach Interesse und Einsatzbereich unterscheiden Seufert et. a. (2002) verschiedene Typen von virtuellen Communities. Diese Communities als besondere Form sozialer Netzwerke zeichnen sich vor allem durch ihre gemeinsamen Interessen und das Ziel einer Gemeinschaftsbildung aus. Sie lassen sich in vier Bereiche einordnen: Arbeit, Forschung, Lernen/Studium und Privates Interesse (Abb. 1).

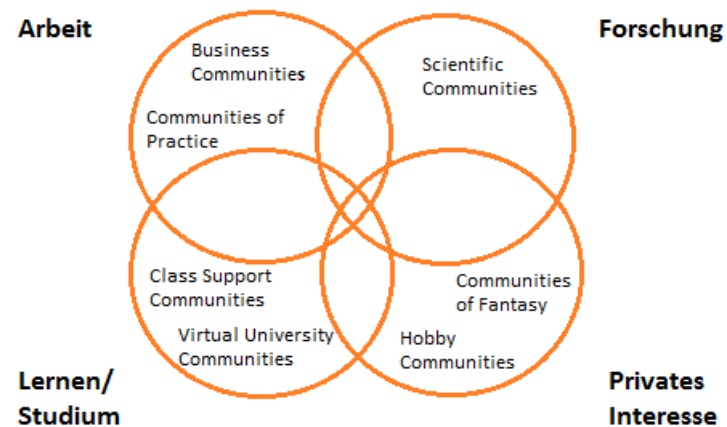


Abbildung 1: Klassifikation von virtuellen Communities angelehnt an Seufert/Moisseeva/Steinbeck 2002

Gegenüber dem Face-to-Face-Austausch hat die Online-Kommunikation den Vorteil, dass Diskurse in den Online-Communities zeitversetzt und ortsunabhängig geführt werden können. Beiträge müssen nicht spontan geäußert werden, sondern können überdacht und überarbeitet werden. Diese Form der asynchronen schriftlichen Kommunikation erweist sich insbesondere im Hinblick auf die Förderung von Lernprozessen in Communities als besonderer Vorteil, in dem sie zur „Artikulation, zum Nachfragen, Erklären und zur Explanation“ auffordert (Bader 2001, S. 125). Durch die Möglichkeit, Beiträge mehrfach lesen und zitieren zu können und andere Quellen zur Diskussion heranzuziehen, ist im Vergleich zu einer Face-to-Face Kommunikation eine differenziertere Auseinandersetzung möglich (vgl. Döring 2002, S. 256). Gerade die vielfältige und reichhaltige Interaktion zwischen Lernenden kann sich für den Aufbau von Wissen und das reflexive Lernen förderlich auswirken. Allerdings stellt dies hohe Ansprüche an die Aktivität und Initiative der Lernenden dar. Die hohe Anforderung an eine kontinuierliche Motivation und Aktivität der Lernenden steht daher in einem Spannungsfeld mit der Unverbindlichkeit, die mit einer asynchronen Kommunikation einhergeht.

Um einen regelmäßigen Austausch unter den Lernenden zu fördern und Verbindlichkeit herzustellen, kommt der Online-Moderation eine wichtige Funktion zu. Sie kann den Lernenden Strukturierungs- und Orientierungshilfen bieten, indem sie in den Dialogen bzw. Gruppendiskussionen sinnvolle Zusammenhänge und Strukturen herstellt und ein Klima der wechselseitigen Bezugnahme und des Respekts erzeugt (vgl. Boos 2008, S. 102). Mit der Unterstützung der Bildung einer virtuellen Community (Gemeinschaft) können sie gleichzeitig auch Einfluss auf den Lernerfolg nehmen. Denn ein „erfolgreiches kollektives Lernen in einem zunächst unpersönlichen Medium [kann] langfristig nur dann erfolgversprechend sein, wenn über das Lernen eine Gemeinschaft geformt worden ist, die das Gegenüber als Person und damit als Lernpartner zu fassen weiss.“ (Seufert/Moisseeva/Steinbeck 2002, S. 4).

Fazit

Die Suche nach einer Einbettung in neue soziale Strukturen, die in eine neue Form der *Vergemeinschaftung* führt, liefert eine mögliche Erklärung für die große Anziehungskraft von virtuellen sozialen Netzwerken. Der mobile Mensch sucht dort vor allem lockere, unverbindliche soziale Beziehungen, die er ohne großen Aufwand aufbauen und pflegen kann. Die Zugehörigkeit zu einem sozialen Netzwerk und die Pflege der dortigen sozialen Beziehungen kann sich im Sinne eines *soziales Kapitals* als wertvolle Ressource darbieten, die dem Einzelnen neue Chancen und Möglichkeiten offenbart, wie z.B. der Zugang und Nutzung von Informationen, Wissen und sozialer Unterstützung, etc.

Darüber hinaus bieten Online-Netzwerke wie Facebook und Co. neue Möglichkeiten für das Experimentieren mit der eigenen Identität und der Selbstrepräsentanz unter Zuhilfenahme von Medieninhalten. Sie stellen vor allem in der Zeit der Adoleszenz einen Entwicklungsspielraum dar, den das „reale“ Leben nicht immer bieten kann (vgl. Turkle 2011, S. 152). In diesem Sinne können soziale Online-Netzwerke als *Erfahrungs- und Bildungs-räume* verstanden werden, die es dem Einzelnen ermöglicht, lebensweltliche

Virtuelle soziale Netzwerke als Orte der Vergemeinschaftung und als Lern-, Erfahrungs- und Bildungs-räume

oder biografisch bedingte Herausforderungen medial darzustellen und zu verarbeiten. Darüber hinaus stellen Online-Netzwerke einen geeigneten *Lernraum* dar, um die Chancen zur Teilnahme und Teilhabe an Informationen und Wissen zu erhöhen und um kooperatives und transformatives Lernen zu fördern. Insgesamt kann festgehalten werden, dass virtuelle soziale Netzwerke sowohl einen Ort für Vergemeinschaftung schaffen als auch neue medial unterstützte *Lern-, Erfahrungs- und Bildungs-räume*.

Literatur

- Astheimer, Jörg/Neumann-Braun, Klaus/Schmidt, Axel (2011): My Face: Die Porträtfotografie im Social Web. In: Neumann-Braun, Klaus/Autenrieth, Ulla P. (Hrsg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peer-group-Kommunikation auf Facebook & Co. . – Bd. 2 – Baden-Baden. S. 79-122.
- Bader, Roland (2001): Learning Communities im Internet. Aneignung von Netzkompetenz als gemeinschaftliche Praxis. Eine Fallstudie in der pädagogischen Weiterbildung. – Münster.
- Beck, Klaus (2006): Computervermittelte Kommunikation im Internet. – München.
- Boos, Margarete (2008): Wissenskommunikation in virtuellen (Lern-) Gemeinschaften. (Kursnr. 33058) – FernUniversität in Hagen.
- Bourdieu, Pierre (1992): Die verborgenen Mechanismen der Macht. – Hamburg.
- Döring, Nicola (2002): Online-Lernen. In: Issing, Ludwig, J./Klimsa, Paul (Hrsg.): Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis. – 3., voll. überarb. Aufl. – Weinheim. S. 247-266.
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internets. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. – 2., vollst. überarb. und erweiter. Aufl. – Göttingen.
- Döring, Nicola (2011): Pflege von sozialen Kontakten und Beziehungen. Zur Psychologie der Netzwerk-Nutzer. In: Forschung und Lehre, Nr. 3 vom 03.03.2011. S. 192-193.
- Hasebrink, Uwe (2011): Identität, Beziehung und Information. Wer nutzt soziale Netzwerke? In: Forschung und Lehre, Nr. 3 vom 03.03.2011. S. 190-191.
- Heintz, Bettina/Müller, Christoph (2000): Virtuelle Vergemeinschaftung. Die Sozialwelt des Internets. Schlussbericht des Projekts „Sozialwelt des Internets“ im Projektverbund „Individualisierung und Integration“ des Schwerpunktprogramms „Zukunft

Schweiz“. Online verfügbar unter: www.socio5.ch/pub/sb00.pdf (Download: 16.04.2013).

Hopf, Gregor (2010): Die zerstörerische Kraft des Internets. Woher nimmt das Internet seine Schumpeter'sche Kraft der „kreativen Zerstörung“ und was folgt daraus? In: Scheurer, Hans/Spiller, Ralf (Hrsg.): Kultur 2.0. Neue Web-Strategien für das Kulturmanagement im Zeitalter von Social Media. – Bielefeld. S. 45-60.

Hugger, Kai-Uwe(2010): Anerkennung und Zugehörigkeit im Social Web. Tendenzen der Identitätsbildung am Beispiel junger Migranten. In: Grell, Petra/Marotzki, Winfried/Schelhowe, Heidi (Hrsg.): Neue digitale Kultur- und Bildungsräume. – Wiesbaden. S. 77-98.

Mörl, Christoph/Groß, Mathias (2008): Soziale Netzwerke im Internet. Analyse der Monetarisierungsmöglichkeiten und Entwicklung eines integrierten Geschäftsmodells. – Boizenburg.

Neumann-Braun, Klaus/Autenrieth, Ulla P. (2011): Zur Einleitung. Soziale Beziehungen im Web 2.0 und deren Visualisierung. In: Neumann-Braun, Klaus/Autenrieth, Ulla P. (Hrsg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. – Bd. 2 – Baden-Baden. S. 9-30.

Reinbacher, Paul (2008): Wissensdynamik in Communities. Sozialkapital und seine Wirkung auf die Lernfähigkeit sozialer Systeme. – Wiesbaden.

Rheingold, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. – Bonn.

Schaffert, Sandra/Wieden-Bischof, Diana (2009): Erfolgreicher Aufbau von Communitys. Konzepte, Szenarien und Handlungsempfehlungen.

Seufert, Sabine/Moisseeva, Marina/Steinbeck, Reinhold (2002): Virtuelle Communities gestalten. In: Hohenstein, Andreas/Wilbers, Karl (Hrsg.): Handbuch E-Learning für Wissenschaft und Praxis. – Köln. S. 1-13.

Turkle, Sherry (2011): Alone together. Why we expect more from technology and less from each other. – New York.

Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels/Gerlicher, Peter/Schemmerling, Mareike/Gebel, Christa (2013): Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten. – München. S. 1-8. Online verfügbar unter: http://www.jff.de/dateien/Kurzfassung_Teilstudie_Identitaetsarbeit.pdf (Download: 16.04.2013).



Patrycja Psyk ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Bildungswissenschaft und Medienforschung an der FernUniversität in Hagen. Zu ihren Interessens- und Forschungsschwerpunkten gehören die Bereiche „Theorien der Bildung, Erziehung und Sozialisation“, „Kommunikations- und Kooperationsprozesse in Online-Communities und „E-Learning“.

Kontaktadresse: Patrycja.Psyk@FernUniversitaet-Hagen.de

Geben Sie bei der Zitation dieses Beitrags bitte folgende Quelle an:

Psyk, Patrycja (2015): Warum wir Soziale Netzwerke nutzen müssen. Ein Beitrag aus medienpädagogischer Perspektive. In: Junge, Thorsten (Hrsg.): Soziale Netzwerke im Diskurs. URL: www.medien-im-diskurs.de



Inhalt steht unter einer [Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Unported Lizenz](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).