



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Wie aus Freunden ganz schnell Feinde werden können!“

Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying am Beispiel des Social Networks Facebook

Verfasserin

Daniela Dietachmayr, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium der Publizistik- u. Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer: Univ. Prof. Dr. Elizabeth Prommer

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Daniela Dietachmayr, geboren am 25. Dezember 1983 in Steyr/OÖ, erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde ganz oder in Teilen noch nicht als Prüfungsleistung vorgelegt

Wien, im Jänner 2011

Daniela Dietachmayr

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle bei ein paar besonderen Personen bedanken, die durch ihre fachliche und persönliche Unterstützung zum Entstehen dieser Arbeit beigetragen haben. Zuerst möchte ich mich bei Univ. Prof. Dr. Elizabeth Prommer herzlich bedanken, die von Beginn an großes Interesse an meinem Thema gezeigt hat, mir immer mit kompetentem Rat zur Seite stand und mir mit ihrer Betreuung der Arbeit eine große Sicherheit gab.

Ein großer Dank gilt meinen Eltern. Danke dafür, dass sie mir das Studium ermöglicht haben, immer an meiner Seite gestanden und fest daran geglaubt haben, dass ich diese Arbeit gut meistern werde.

Weiters bedanke ich mich bei meinem Freund und einer lieben Freundin, die mich in dieser oft anstrengenden und schwierigen Zeit immer wieder aufgebaut haben, mir die Kraft gegeben haben weiterzumachen, wenn ich selbst schon ein wenig verzweifelt war und fest an mich geglaubt haben.

Ein abschließender Dank geht an Andrea, die mir im Endspurt der Arbeit mit Lektorat und Tipps zu Seite stand. Ebenfalls auch noch ein großes Dankeschön an die 200 Teilnehmer der durchgeführten Online-Umfrage.

INHALT

INHALT	4
1 EINLEITUNG	7
2 PROBLEMAUFRISS/STUDIEN	10
3 KAPITELÜBERSICHT	13
3.1.1 <i>Exkurs: Einfluss der sozialen Milieus auf die Internetnutzung</i>	17
4 KOMMUNIKATION IM CYBERSPACE	21
4.1 WEB 2.0.....	21
4.2 COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION IM WEB 2.0	23
4.3 GRUNDLAGEN DER INTERNET-KOMMUNIKATION	26
4.3.1 <i>Merkmale</i>	27
4.4 THEORIEN DER COMPUTERVERMITTELTEN KOMMUNIKATION NACH DÖRING.....	29
4.4.1 <i>Kanalreduktion – Theorie zu Medienmerkmalen</i>	30
4.4.2 <i>Filtermodelle – Herausfiltern sozialer Hinweismerkmale</i>	30
4.4.3 <i>Rationale Medienwahl – Theorie zur Medienwahl</i>	31
4.4.4 <i>Normative Medienwahl – Theorie zur Medienwahl</i>	32
4.4.5 <i>Interpersonale Medienwahl- Theorie zur Medienwahl</i>	32
4.4.6 <i>Soziale Informationsverarbeitung – Theorie zum medialen Kommunikationsverhalten</i>	32
4.4.7 <i>Simulation - Kommunikationsverhalten</i>	33
4.4.8 <i>Imagination - Kommunikationsverhalten</i>	33
4.4.9 <i>Digitalisierung und Oraliteralität - Medienmerkmal</i>	33
5 SOCIAL NETWORKS	35
5.1 DEFINITION NETWORKS.....	40
5.1.1 <i>Item: Networking</i>	42
5.2 SOCIAL NETWORKS UND JUGENDLICHE	43
5.3 NUTZUNG VON SOCIAL NETWORKS – FACEBOOK.....	44
6 INTERNETNUTZUNG DER JUGENDLICHEN	47
6.1 GENERATION INTERNET - NEUE MEDIEN IM ALLTAG DER JUGENDLICHEN	47

6.2	MEDIENAUSSTATTUNG DER JUGENDLICHEN	50
6.3	ONLINE-COMMUNITIES	52
6.4	PROBLEME UND GEFAHREN IM INTERNET	54
6.4.1	<i>Cyber-Mobbing</i>	56
6.5	MEDIENKOMPETENZ – JUGEND IM NETZ	58
7	MOBBING	61
7.1	TRADITIONELLES MOBBING	61
7.1.1	<i>Definition</i>	61
7.1.2	<i>Merkmale</i>	62
7.1.3	<i>Akteure Bully vs. Victim</i>	63
7.1.4	<i>Integratives Modell nach Riebel – Ursachen/Folgen</i>	64
7.2	CYBER-MOBBING	67
7.2.1	<i>Definition</i>	67
7.2.2	<i>Merkmale</i>	69
7.2.3	<i>Kanäle</i>	70
7.2.4	<i>Formen und Kategorisierung</i>	72
7.2.5	<i>Ursachen und Folgen</i>	74
7.2.6	<i>Charakteristiken Bully vs. Victim</i>	74
7.2.7	<i>Maßnahmen gegen Cyber-Mobbing in sozialen Netzwerken (Facebook)</i> .	75
8	DER UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND – DAS PHÄNOMEN FACEBOOK	78
8.1.1	<i>Entstehung von Facebook</i>	81
8.2	AUFBAU VON FACEBOOK	85
9	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	88
9.1	FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN UND HYPOTHESEN	88
9.2	DER UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND – DAS SOCIAL NETWORK FACEBOOK	89
9.3	METHODIK UND FORSCHUNGSDESIGN	91
9.3.1	<i>Die Online-Befragung</i>	91
9.3.2	<i>Durchführung der Untersuchung</i>	92
9.3.3	<i>Aufbau des Fragebogens</i>	93
10	DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE UND INTERPRETATION	96
10.1	STATISTISCHE AUSWERTUNG	96
10.1.1	<i>Deskriptive Statistik</i>	97
10.1.2	<i>Analytische Statistik</i>	97
10.2	BESCHREIBUNG DER STICHPROBE	97

10.2.1	<i>Ausbildung und Wohnort</i>	99
10.3	DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE	101
10.3.1	<i>Mediennutzung/Medienausstattung der Jugendlichen</i>	101
10.3.2	<i>Social Network Facebook</i>	104
10.3.3	<i>Medienkompetenz/Internetkompetenz</i>	105
10.3.4	<i>Cyber-Mobbing/Traditionelles Mobbing</i>	106
10.4	HYPOTHESENÜBERPRÜFUNG	109
10.4.1	<i>Hypothese 1</i>	109
10.4.2	<i>Hypothese 2</i>	110
10.4.3	<i>Hypothese 3</i>	111
10.4.4	<i>Hypothese 4</i>	111
10.4.5	<i>Hypothese 5</i>	111
10.4.6	<i>Hypothese 6</i>	112
10.4.7	<i>Hypothese 7</i>	112
11	INTERPRETATION DER ERGEBNISSE	113
12	ZUSAMMENFASSUNG	115
	LITERATURVERZEICHNIS	117
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS UND TABELLENVERZEICHNIS	125
	ANHANG I - FRAGEBOGEN	126
	ANHANG II – SPSS AUSWERTUNGEN + GRAPHISCHE DARSTELLUNG	136
	ANHANG III - LEBENSLAUF	144
	ANHANG IIII – ABSTRACT	145

1 EINLEITUNG

Das Internet ist heute wohl aus dem Alltag der Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Man schreibt E-Mails, chattet, schaut sich Fotos und Videos im Internet an, vernetzt sich in Online-Communities, spielt Online oder sucht nach Informationen. Das Internet bietet also viele Möglichkeiten, doch vor allem die Kommunikation steht bei Digital Natives an erster Stelle. Das Web 2.0 bietet den Jugendlichen zahlreiche Kommunikationsplattformen (Skype, Facebook, Myspace, ...), auf denen sie sich austauschen, präsentieren und soziale Netzwerke aufbauen können. Ohne Probleme können dort eigene Inhalte erstellt und auch veröffentlicht werden.

Doch so viele Vorteile und Möglichkeiten das Internet auch bietet, es ist jedoch nicht ganz frei von Gefahren. Aufgezeigt werden kann hier zum Beispiel die Problematik des Missbrauchs von persönlichen Daten, doch neben dieser Gefahr hat in den letzten Jahren ein neues Phänomen für Aufsehen gesorgt. Mobbingfälle im Internet erregen in letzter Zeit die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Beleidigungen im StudiVZ, Beschimpfungen in Chats oder von Schülern inszenierte Hinrichtungsvideos ihrer Lehrer.

Ein Beispiel soll hier für ein besseres Verständnis der Problematik aufgezeigt werden: Der Fall der 13-jährigen Amerikanerin Megan Meier sorgte für Aufsehen. Eine ehemalige Freundin, die sich an Megan rächen wollte, erstellte in dem Social Network Myspace ein fingiertes Profil des 16-jährigen „Josh“ und freundete sich online mit Megan an. Megan verliebt sich in Josh, bis er sie plötzlich öffentlich verschmähte und auch ande-

ren Myspace-Nutzer begannen, sie zu beleidigen. Daraufhin nahm sie sich das Leben (vgl. Fawzi 2009, S. 224 ff.).

Der kanadische Pädagoge Belsey bezeichnete dieses Phänomen als „Cyberbullying“, im Deutschsprachigen wird dafür der Begriff Cyber-Mobbing verwendet. Ersten Studien zufolge ist etwa jeder fünfte Jugendliche in Deutschland schon einmal Opfer von Cyber-Mobbing geworden. Auch den Plattformbetreibern ist das Problem bekannt. Deswegen wurde auch auf Initiative der EU eine Vereinbarung gegen Cyber-Mobbing von 17 Anbietern von Social Networks unterzeichnet, die dazu beitragen soll, dass in Zukunft wesentlich einfacher auftretende Mobbingfälle diesen Online-Netzwerken gemeldet werden können (vgl. Fawzi (2009) in Sozialwissenschaften und Berufspraxis (2009): Heft 2, S. 224 ff.).

In der vorliegenden Arbeit soll diese neue Form des Mobbings thematisiert werden. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, inwiefern sich das bekannte Phänomen Mobbing durch die Nutzung des Internets verändert und ob Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying im Vergleich zu traditionellem Mobbing eine andere Qualität hat. Welche Auswirkungen kann Cyber-Mobbing auf Opfer haben und welche Ursachen können dafür verantwortlich gemacht werden? Im Besonderen soll die Zielgruppe der Jugendlichen unter die Lupe genommen werden, da diese eben jene sind, die das Web 2.0 mit all seinen Social Media Anwendungen am intensivsten nutzen. Die Untersuchung wird sich auch auf Cyber-Mobbing konzentrieren, das über öffentliche und teil-öffentliche Kanäle wie eben beispielsweise Homepages oder Social Networks, im vorliegenden Falle eben Facebook, abläuft. Nicht berücksichtigt wird hingegen Cybermobbing in Form von privater Kommunikation z.B. E-Mail oder per Handy.

Um in erster Linie ein besseres Verständnis und die absolute Aktualität des Themas unterstreichen zu können, sollen im Folgenden einige nationale und internationale Studien erwähnt werden, die sich bereits mit der Thematik „Cyber-Mobbing“ beschäftigt haben.

2 PROBLEMAUFRISS/STUDIEN

In Deutschland steht die wissenschaftliche Forschung zum Thema Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying noch ziemlich am Anfang. Im Rahmen einer Mobbing-Studie haben Jäger et al. (2007a) zum ersten Mal in Deutschland nicht nur nach klassischem Mobbing, sondern auch nach Cyber-Mobbing gefragt. 19,9% der befragten Schüler der Klassen 1-13 geben darin an, bereits Opfer von Cyber-Mobbing gewesen zu sein, rund 4% von ihnen sehr oft. Täter sind in über 50% der Fällen Mitschüler. Am häufigsten wird von den Opfern angegeben, dass andere Beleidigungen und Gerüchte über sie verbreitet haben (vgl. Specht 2010, S. 34 ff).

Riebel (2007, 2008) hat die erste deutsche Studie zum Thema Cyber-Bullying durchgeführt. Ihre Ergebnisse zeigen, dass die befragten Kinder und Jugendlichen seltener Opfer von Cyber-Bullying (5,5%) also vom klassischen Bullying (22,45) sind.

Weitere Studien zu Cyber-Bullying in Deutschland findet man, die sich mit der Medien- und Internetnutzung von Jugendlichen insgesamt beschäftigen. Jedoch wird hier der Cyber-Bullying Aspekt nur am Rande erfasst und oft nicht nach der Häufigkeit der Vorkommnisse gefragt wird. In der Studie von Schmidt et al. (2009) zeigt sich, dass nahezu alle befragten Jugendlichen bereits in irgendeiner Form Erfahrungen mit Online-Mobbing gemacht haben, entweder persönlich, oder sie haben mitbekommen oder gehört, dass andere so etwas erlebt haben. Diese Erfahrungen beziehen sich am häufigsten auf peinliche Fotos, die ins Internet gestellt werden. Einige wenige berichten auch von Hassgruppen in Social Networks. Formal niedriger gebildete Jugendliche und junge Erwachsene messen Online-Mobbing darüber hinaus weniger Relevanz bei, da sie glauben, man könnten die Inhalte jederzeit wieder aus dem Internet löschen (vgl.

Schmidt 2009a, S. 67ff).

Auch Grimm et al. (2008) haben bei ihrer Untersuchung den Aspekt des Cyber-Bullyings in Gruppeninterviews mit erfasst. Dabei haben sie festgestellt, dass das Veröffentlichen von Fotos, auf denen man unvorteilhaft aussieht, oder Videos, in denen einem ein Missgeschick passiert, nach Einschätzung von Jugendlichen eher in die Kategorie „peinliche Situation“ als in die Kategorie „Gewalt“ gehört. In den meisten Fällen handelt es sich hierbei aber auch nur um einmalige Fälle. Für die Bewertung solcher Situationen sind für die Jugendlichen dabei drei Aspekte sehr ausschlaggebend: der Inhalt, die Reaktion der anderen darauf und auch die Umstände, unter denen die Situation gefilmt/fotografiert und ins Netz gestellt wird. Die Grenze zum Spaß ist bei den meisten Jugendlichen jedoch dann erreicht, wenn es um das Veröffentlichen intimer Fotos und Videos geht, oder um solche Videos, die an sich schon schlimm und demütigend für das Opfer sind. In solchen Fällen sehen die Jugendlichen die Folgen für die Opfer als sehr gravierend an (vgl. Grimm 2008, S. 78ff).

International gesehen existieren schon deutlich mehr Studien zu Cyber-Bullying. Im Folgenden sollen die wichtigsten kurz genannt werden.

In den USA haben Ybarra und Mitchell 2004 mit der Youth Internet Safety Survey zum ersten Mal Cyber-Bullying empirisch untersucht. Laut ihren Erkenntnissen sind 19% der befragten Kinder und Jugendlichen von Cyber-Bullying betroffen, davon 3% als Täter/Opfer, 4% als Opfer und 12% als Täter.

Die neuesten Erkenntnisse zu Cyber-Bullying stammen aus einer Untersuchung von Beatbullying (2009), in den UK. Darin zeigt sich, dass jeder dritte Schüler im Alter von 11 bis 16 Jahren bereits mittels Internet gemobbt worden ist, rund 8% wiederholt bzw. immer wieder. Im letzteren Fall gibt ein Drittel der Betroffenen an, dass das Cyber-

Bullying ein Jahr oder länger anhielt. Weitere 33% der Befragten gaben an, irgendeine Form von Cyber-Bullying gegen andere ausgeübt zu haben. Als Gründe warum sie im Internet mobben, geben 40% der Täter an, es wäre nur Spaß bzw. ein Witz gewesen, 35% sind provoziert worden und wollten sich rächen und rund 25% waren wütend wegen etwas anderem und haben das Cyber-Bullying angezettelt, um sich erleichtert zu fühlen (vgl. Beatbullying 2009).

3 KAPITELÜBERSICHT

In der vorliegenden Arbeit sollen im Folgenden zunächst die begrifflichen Grundlagen von **Cyber-Mobbing** erläutert werden, welches als Kompositum aus den Begriffen „Cyber“ und „Mobbing“ gebildet worden ist. Dabei soll zum besseren Verständnis ein kurzer Überblick über **traditionelles Mobbing** gegeben werden. Welche Erscheinungsformen (direktes/indirektes Bullying) es gibt, wie sich die Geschichte des traditionellen Bullying skizzieren lässt, aber auch die Charakteristik der Beteiligten (Victims/Bullies) soll definiert werden.

Daran schließt sich dann der Bereich des Cyberspace an und damit auch die Komponente des Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying. Hier soll in einem theoretisch, kommunikationswissenschaftlich fundierten Kontext ebenfalls wieder kurz die Geschichte des Cyber-Bullyings skizziert werden, danach die Erscheinungsformen und Kategorisierung von Cyber-Bullying. Ebenso wie beim traditionellen Bullying soll auch hier wieder die Charakteristik der Beteiligten definiert werden.

In der Literatur wird bisher keine einheitliche Definition von Cyber-Mobbing verwendet. Der Großteil der Studien bezieht sich auf die Begriffsbestimmung von traditionellem Mobbing und fügt die Nutzung von Internet und Handy dazu. Beispielsweise definieren Smith und seine Kollegen Cyber-Mobbing als: „aggressive, intentional act carried out by a group or individual, using electronic forms of contact, repeatedly and over time against a victim who cannot easily defend him or herself“ (vgl. Fawzi 2009, S. 227ff).

Man kann grundsätzlich zwischen direktem und indirektem Cyber-Mobbing unterscheiden. Unter direktes Cyber-Mobbing fallen die Mobbingformen Flaming, schikanieren

und Cyber-Stalking. Zu indirektem Cyber-Mobbing zählt man Verleumdung, das Annehmen einer falschen Identität, „Outing“, Betrug sowie Ausgrenzung. Ein weiteres Phänomen, welches auch dem Cyber-Mobbing zugeordnet wird, ist Happy Slapping. Hier suchen sich Gruppen, meistens Jugendlichen, willkürlich ein Opfer aus und schlagen auf dieses ein. Ein Gruppenmitglied filmt den Vorfall und stellt den Film ins Internet (vgl. Fawzi 2009, S. 228ff).

Ein weiteres wichtiges Kapitel der Arbeit stellt der Kontext der **Kommunikation im Internet** dar. Hier werden Theorien und Modelle der computervermittelten Kommunikation vorgestellt, die die Basis für die Analyse von Cyber-Mobbing bilden. In der virtuellen Welt findet die Kommunikation zwischen Opfer und Täter nicht auf interpersonaler Ebene, sondern computervermittelt statt. Darunter werden „alle kommunikativen, d. h. soziale Austauschprozesse verstanden, die durch einen Computer als vermittelndes technisches Medium stattfinden“ (vgl. Fawzi 2009, S. 227ff). Computervermittelte Kommunikation ist in den Alltag der Jugendlichen vollständig integriert. 2008 waren knapp zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen täglich online. 97% der Jugendlichen hatten zu Hause Zugang zum Internet, über die Hälfte verfügte sogar über einen Internetzugang im eigenen Zimmer.

Computervermittelte Kommunikation (CvK) kann nach Misoch durch fünf Merkmale von der Face-to-Face- Kommunikation abgegrenzt werden (vgl. Misoch 2006, S. 56ff).

Das erste Merkmal, die Entkörperlichung, macht deutlich, dass bei der computervermittelten Kommunikation nonverbale Zeichen wie Gestik, Mimik, Körperhaltung, Blick etc. nicht eingesetzt werden können. Diese müssen hier durch einen anderen Code ausgedrückt werden, zum Beispiel durch Emoticons. Somit können in der virtuellen Welt be-

wusste und unbewusste Körpersprache (z.B. Lächeln, Rotwerden) sowie soziale Merkmale wie Alter, Status etc. nicht direkt vermittelt werden. Das ermöglicht anonymes Handeln im Internet und das Annehmen einer anderen Identität. Das zweite Merkmal ist die Textualität. Computervermittelte Kommunikation findet hauptsächlich in schriftlicher Form statt (vgl. ebd., S. 57f).

Unter dem dritten Merkmal fasst Misoch die Entzeitlichung und Enträumlichung zusammen. Die Kommunikationsteilnehmer können bei der computervermittelten Kommunikation miteinander kommunizieren, auch wenn sie sich an verschiedenen geografischen Orten befinden. Das vierte Merkmal ist die Entkontextualisierung – das heißt, dass Kommunikationsteilnehmer über keinen gemeinsamen Kontext oder Handlungshintergrund verfügen müssen. Das letzte Merkmal, die Digitalisierung, meint schließlich, dass die gesamte Kommunikation im Internet auf digitalen Prozessen beruht, was bedeutet, dass bei der computervermittelten Kommunikation alle Informationen dokumentiert und gespeichert werden können (vgl. ebd., S.57f).

Ein weiterer theoretischer Aspekt der CvK sind die so genannten „Filtermodelle“. Sie beziehen sich auf die Grundidee der Kanalreduktionsmodelle. Durch die Reduzierung der Kommunikationskanäle würden Informationen verloren gehen. Filtermodelle konzentrieren sich dabei auf soziale bzw. soziodemografische Merkmale (Alter, Aussehen, Status, ...), da diese nonverbal vermittelten Informationen bei der Face-to-Face-Kommunikation die Einschätzung der anderen Person entscheidend prägen. Weil dies bei der computervermittelten Kommunikation nicht möglich ist, würden soziale Hemmungen, Hürden, Privilegien und Kontrollen abgebaut werden. Dieser enthemmende Effekt kann sehr wohl positive, aber auch negative Auswirkungen haben: Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit, normverletzendes und antisoziales Verhalten wie eben Cy-

ber-Mobbing oder das Verbreiten von Computerviren. Den Erklärungen zufolge liegt dies vor allem daran, dass sich Individuen als Teil einer anonymen Masse fühlen und daher nicht das Gefühl haben, sich persönlich für ihre Handlungen verantworten zu müssen. Dies ist eben ein sehr großer Faktor, der zu untersuchen ist, ob durch diesen Content einfach die Hemmschwelle sinkt, und die Bereitschaft zu mobben höher ist. (vgl. Fawzi 2009, S. 227 ff).

Ein weiteres großes Kapitel der vorliegenden Arbeit stellt den Bereich der **Internetnutzung der Jugendlichen** dar. Cyber-Mobbing ist ein Phänomen des Web 2.0 und damit stellt sich eben auch vor allem die große Frage, ob der Medien- bzw. Internetgebrauch irgendwie Einfluss auf das Auftreten von Bullying hat. Eine ebenso wichtige Frage, die in diesem Kontext geklärt werden muss, ist jene, ob ein Einfluss des sozialen Milieus der Jugendlichen auf die Internetnutzung/Medienkompetenz gegeben ist.

Im Allgemeinen sollen in diesem Kapitel folgende Punkte Platz finden: Internetnutzung allgemein (Österreich, Jugendliche, Vergleich Mädchen/Jungen), Web 2.0 und seine Anwendungen (Virtuelle Spielwelten, Weblogs, Social Networks, Fotocommunities, Wikipedia, ...), Internet als Unterhaltungsmedium, Jugendgefährdung im Internet, ... Ein sehr wichtiger Punkt, der auch in diesem Kapitel seine Beachtung finden soll, wird bereits hier herausgegriffen und kurz skizziert, da er für die zugrunde liegenden Forschungsfragen der Arbeit sehr wichtig ist.

3.1.1 Exkurs: Einfluss der sozialen Milieus auf die Internetnutzung

Jugendliche sind nicht nur vom Digital Divide betroffen, sondern vor allem von der Digital Inequality, also digitaler Ungleichheit (vgl. Penzenauer 2009, S. 68 ff).

Diese Ungleichheit betrifft nicht den grundsätzlichen Zugang zum Internet, sondern die Art und Weise der Nutzungsmöglichkeiten innerhalb des Internets. Diese hängt vorwiegend mit der formalen Bildung zusammen sowie mit soziokulturellen Ressourcen wie Familie, Peer Groups und allgemeinen Unterstützungsstrukturen wie Freunde, Bekannte, Verwandte oder Kollegen (vgl. ebd., S. 69f).

Heranwachsende mit formal höherer Bildung können das Internet besser und vielfältiger nutzen, sie können sich außerdem kommunikativ besser ausdrücken und beteiligen als Jugendliche mit formal niedriger Bildung. Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass alle Nutzer den Chat als Ausgangsfunktion haben, die sie am meisten im Internet nutzen. Besser gebildete Jugendliche lassen den Chat irgendwann fallen und wenden sich anderen Funktionen zu, die oft mehr Aktivität und Wissen verlangen. Die weniger Gebildeten bleiben oft jahrelang dem Chat treu und kundschaften das Internet nicht weiter aus, die Form der Internetnutzung stagniert (vgl. Iske 2004, S.13ff).

Neben dem Bildungshintergrund wird dies auch vorwiegend von der in der Familie oder Peer Group vorherrschenden Nutzungsroutine geprägt, aber auch von den Bildungswerten und Gewohnheiten des gesamten sozialen Umfelds. Die Nutzungsmotivation ist auch hier von der Bildung abhängig. Besser ausgebildete Jugendliche wollen nicht bloß Langeweile vertreiben oder Spaß haben, sondern auch etwas dazulernen und Informationen zu ausgewählten Themenbereichen finden. Man merkt also, dass die

bestehenden Bildungsunterschiede trotz einer kaum mehr wahrnehmenden Zugangs-
kluft dazu führen, dass spezifische Wissens- und Partizipationsklüfte innerhalb der Me-
diennutzung zunehmen.

Die Internetnutzung selbst kann als informelle Bildung verstanden werden, bei der sich
der junge User Wissen, reflexive, kommunikative und technische Kompetenzen aneig-
nen kann, sofern er abhängig von seinen vorherrschenden Interessen, Fähigkeiten und
sozialen, kulturellen und ökonomischen Kapital dazu in der Lage ist (vgl. Iske 2004,
S.7ff).

Ellison, Steinfield und Lampe (2007) untersuchten in ihrer Studie zum Beispiel den
Zusammenhang vom Verwenden von Social Network Sites und der Bildung und Bei-
behaltung von sozialem Kapital am Beispiel Facebook. Darum ist diese Studie auch für
die vorliegende Arbeit sehr interessant, da der Untersuchungsgegenstand genau das
Social Network Facebook betrifft.

Bei Facebook haben User die Möglichkeit, sich mit einem Profil zu präsentieren, die
Profile anderer einzusehen und Kommentare auf der Seite des anderen zu hinterlas-
sen. Es gibt auch die Möglichkeit, virtuellen Gruppen beizutreten, die nach verschiede-
nen Interessen aufgeteilt sind. Facebook entstand im Jahr 2004 und konnte im Jahr
2007 bereits über 21 Millionen registrierter Benutzer vorweisen. An der oben genann-
ten Studie nahmen 800 Studenten teil, die per Email eine Einladung, eine kurze Erklä-
rung und einen Link erhalten hatten. Erhoben wurden das Ausmaß der Facebook-
Nutzung, das psychische Wohlbefinden und das soziale Kapital. Die Nutzung von Fa-
cebook wurde anhand der Intensität und der Art der Nutzung gemessen. Bei psychi-

schem Wohlbefinden wurden das Selbstwertgefühl und die Lebenszufriedenheit an der Universität erhoben. Das soziale Kapital wurde in die Gruppen Bridging Social Capital (Einbindung in das soziale Netzwerk), Bonding Social Capital (Vertrautheit, Verbundenheit) und Maintained Social Capital (Aufrechterhaltung von Kontakten) unterteilt.

Die Ergebnisse der Studie lassen auf einen positiven Zusammenhang der Benutzung von Facebook und der Aufrechterhaltung von Freundschaften und Entstehung von neuen Kontakten schließen. Studenten mit niedriger Lebenszufriedenheit und wenig Selbstvertrauen erzielten durch das intensive Nutzen von Facebook mehr Einbindung in ein soziales Netzwerk. Die Vertrautheit und Verbundenheit mit einem sozialen Netzwerk konnte durch hohes Selbstwertgefühl, Zufriedenheit mit dem Leben an der Universität und intensive Facebook-Nutzung vorhergesagt werden. Intensive Nutzung führte außerdem zu höheren Werten bei der Aufrechterhaltung von sozialen Kontakten (vgl. Tellingier 2010, S. 84ff).

Damit also Jugendliche aller Bildungsschichten und soziokultureller Milieus einen Lerneffekt und Nutzen durch den Internetgebrauch erzielen können, ist eine frühe Mediensozialisation bzw. Medienkompetenz sehr wichtig, um Reflexions- und Handhabungskompetenzen ausreichend ausprägen zu können. Neben den Eltern sind hier vor allem auch die Schulen gefragt (vgl. Iske 2004, S.13ff).

Für die vorliegende Forschungsarbeit ist dieser Ansatz für die Untermauerung der Forschungsfragen sehr wichtig, denn es kann davon ausgegangen werden, dass das Sinusmilieu, soziales Kapital bzw. die Medienkompetenz eines Jugendlichen sehr wohl in Zusammenhang mit der Ausübung von Cyber-Mobbing steht.

Ein weiteres Kapitel der Arbeit soll dem Terminus **Social Network**, im expliziten Fall dem Social Network Facebook, gewidmet sein. Skizziert werden soll die Geschichte von Facebook, Daten und Fakten und die Entwicklung von Social Networks im Allgemeinen.

4 KOMMUNIKATION IM CYBERSPACE

4.1 Web 2.0

„Web 2.0“ –was verbirgt sich eigentlich dahinter? Web 2.0 steht für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Phänomene des Internets, speziell des www's. Populär gemacht wurde der Begriff durch Tim O'Reilly, den Besitzer des gleichnamigen Verlags. Es gibt keine einheitliche Definition von Web 2.0, aber es wird darunter bislang eine Reihe von Entwicklungen im Netz zusammengefasst, welche die Interaktion von Nutzern untereinander auf Internet-Plattformen ins Zentrum stellt, auf denen ihnen eine eigenständige oder gemeinsame Erstellung von Inhalten ermöglicht wird (vgl. Meckel 2007, S. 3ff). Web 2.0 steht für die Vernetzung und Kommunikation der Menschen via Internet und basiert auf den Grundgedanken Transparenz, Standardisierung und Freiheit. Das soziale Miteinander spielt hier die zentrale Rolle.

O'Reilly definierte im Jahr 2005, also sprich ein Jahr nach der namensgebenden Konferenz „O'Reilly Media Web 2.0 conference“ („Web 2.0“ entstand hier im Rahmen eines Brainstormings zwischen dem O'Reilly Verlag und MediaLive International) eindeutige Kriterien für den Terminus, die wie folgt aussehen (Übersetzungen nach Ebersbach et al. 2008: S. 23ff):

1. *Einbeziehung der kollektiven Intelligenz der Nutzer*
2. *Web als Service-Plattform*
3. *Daten stehen im Mittelpunkt der Anwendungen*
4. *Neue Formen der Softwareentwicklung*
5. *Leichtgewichtige Programmiermodelle*
6. *Software, die auf vielen Geräten nutzbar wird*
7. *Rich User Experience*

Die oben genannte Definition des Web 2.0 ist relativ weit gefasst, denn für die vorliegende Arbeit ist vielmehr eine spezielle Erscheinungsform des Web 2.0 relevant. Gemeint damit ist der Teilbereich, der als Social Web deklariert wird. Hier geht es nicht um Programmarchitekten oder neue Formate, sondern die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen, die über das Netz fungieren (vgl. Stephan 2010: S.25f).

Von hier rührt auch die Bezeichnung „Social Software“, wie eben solche Plattformen des Web 2.0 bezeichnet werden. Dieses Phänomen kann mit folgenden Kriterien skizziert werden (vgl. Hippner 2006: S. 6ff):

- webbasierte Anwendungen,
- die für Menschen
- den Informationsaustausch,
- den Beziehungsaufbau und die Kommunikation
- in einem sozialen Kontext unterstützen.

Es lässt sich also sehr wohl feststellen, dass das Social Web, eben insbesondere in der Gestalt der Social Networks, im Alltag der Öffentlichkeit einen großen Stellenwert eingenommen hat. Je jünger die Zielgruppe ist, desto größer wird die Bedeutung von diesen Plattformen. Doch zunehmend können hier Veränderungen im Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen beobachtet werden und somit hat auch das traditionelle Bullying offenbar im Social Web eine neue Plattform gefunden (vgl. Stephan 2010: S 9).

Auf den Terminus Social Software wird im nachfolgenden Kapitel näher eingegangen, zuvor wird aber ein kurzer Blick auf computervermittelte Kommunikation im Web 2.0

geworfen. Kurz vorgestellt werden hier ein paar Modelle, die genau für den in der vorliegenden Arbeit behandelten Bereich des Cyber-Mobbings relevant sind.

4.2 Computervermittelte Kommunikation im Web 2.0

Computervermittelte Kommunikation agiert also als Grundlage von Cyber-Mobbing, denn laut Thiedecke wird der Cyberspace erst durch computervermittelte Kommunikation verwirklicht (vgl. Thiedecke 2004, S.27f). Um die Materie besser Verstehen zu können, folgt zum Einstieg kurz eine Definition, was eigentlich genau unter computer-vermittelter Kommunikation¹ im eigentlichen Sinn verstanden wird:

„Unter computervermittelter Kommunikation versteht man die Kommunikation, bei der mindestens zwei Individuen in einer nicht Face-to-Face Situation durch die Anwendung eines oder mehrerer computerbasierter Hilfsmittel miteinander in Bezug treten. Damit ist die computervermittelte Kommunikation insbesondere von der Face-to-Face Kommunikation abzugrenzen gegebenenfalls auch von anderen Formen der mediierten Kommunikation (Frindte/Köhler 1999, S.143).“

Laut dieser Definition wird CvK als ein Prozess beschrieben, bei dem ein Medium – eben ein computerbasiertes Hilfsmittel – zwischen mindestens zwei oder mehreren Personen geschaltet ist.

Im Laufe der Recherchen der vorliegenden Arbeit wurde die Definition von Hythornwaite immer wichtiger, da sie bereits den multimedialen Aspekt (Übertragung von Bildern, Videos, Tönen, ...) berücksichtigt, also aktuelle Relevanz besitzt und für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand Facebook zutrifft.

¹ Computervermittelte Kommunikation - CvK

„Computervermittelte Kommunikation umfasst den über Computer kontrollierten Austausch von Text-, Ton und Videobeiträgen. Sie dient der Überbrückung räumlicher und zeitlicher Distanzen und dadurch der Verbesserung der Kommunikationsumgebung von Gruppen (Haythornwaite et al. 2003, S. 349).“

Diese Herangehensweise ist in ihren Grundelementen bereits dafür geeignet, den Kommunikationsprozess in Online-Communities (Social Networks) darzustellen. Eine Plattform wie Facebook bietet die Möglichkeiten, auf der einen Seite textuell (Comments, Blog, ...) als auch per Videobeiträgen zu kommunizieren. Die Definition von Haythornwaite berücksichtigt auch den Aspekt der Überbrückung von räumlichen und zeitlichen Grenzen (vgl. Mayer/Daxer 2007, 7 ff).

Misoch (2006: S.27) definiert computervermittelte Kommunikation als „alle kommunikativen, d. h. sozialen Austauschprozesse, die durch einen Computer als vermittelndes technisches Medium stattfinden.“ Hier benötigen sowohl der Sender als auch der Empfänger einen Computer für die En- bzw. Decodierung einer Nachricht. Ebenfalls wichtig ist, dass die Computer miteinander vernetzt sind, dies erfolgt ja meist über das Internet (vgl. Misoch 2006, S.37f).

Zusätzlich besteht auch noch die Möglichkeit, computervermittelte Kommunikation in synchrone (zeitgleich: Newsletter, Mail, Blog, ...) oder asynchron (zeitversetzt: Chats, MUDS, ...) einzuteilen (vgl. ebd., S.31f).

Bei der synchronen Kommunikation findet der Austausch zwischen den Beteiligten zeitgleich statt, wie eben auch bei einem Face-to-Face-Gespräch. Bei der asynchronen Kommunikation wiederum empfängt der Adressat die Botschaft zu einem anderen

Zeitpunkt, als sie vom Sender verschickt wird, wie zum Beispiel per E-Mail (vgl. Fawzi 2009, S.18f).

Der generelle Austausch über die verschiedensten Dienste des Internets, wie in der vorliegenden Arbeit der Untersuchungsgegenstand Facebook, wird also wie bereits erklärt als computervermittelte Kommunikation bezeichnet. Die Kommunikationssituationen können aber auch noch in Bezug auf ihre Reichweite bzw. ihre Sender- und Empfängerstruktur weiters differenziert werden. Man unterscheidet hier zwischen der Individual- (one-to-one), Gruppen- (many-to-many) und der Uni- bzw. Massenkommunikation (one-to-many) (vgl. Misoch 2006, S.54f).

Doch auch die Rolle des Rezipienten, in der vorliegenden Arbeit die Zielgruppe der Jugendlichen von 12-19 Jahren, verändert sich durch die computervermittelte Kommunikation. Das große Stichwort ist hier wohl „User Generated Content“. Dies bedeutet, dass der Rezipient zum interaktiven Nutzer wird, der nicht mehr von den vorgefertigten Angeboten der Massenmedien abhängig ist, sondern selbst Medieninhalte verfassen und mit diesen an verschiedene Personen herantreten kann. Er nimmt somit gleich zwei Rollen wahr, die des Rezipienten aber auch die des Kommunikators. Der Vorteil besteht also nun darin, dass man nicht mehr nur mit einzelnen Personen aus dem Bekannten- und Freundeskreis, sondern auch mit unbekanntem Personen kommunizieren kann. Diese Veränderung ist für das in der vorliegenden Arbeit behandelte Thema Cybermobbing hoch relevant, denn bei den Mobbingeinträgen handelt es sich zumeist um User Generated Content (vgl. Fawzi 2009, S. 18f).

4.3 Grundlagen der Internet-Kommunikation

Die Grundform zwischenmenschlicher Kommunikation ist die Face-to-Face-Kommunikation, bei der „Kopräsenz“ herrscht, das heißt, die Kommunikationspartner sind zur gleichen Zeit am gleichen Ort und tauschen dort „in einem wechselseitigen Verständigungs- und Austauschprozess verbale und nonverbale Botschaften“ aus (Döring 1997, S. 346). Kommunikationsmedien wie das Telefon, der Brief oder auch die E-Mail ermöglichen es nun auch zu kommunizieren, ohne dass man sich zur gleichen Zeit am gleichen Ort befindet. Dabei muss man zwei Formen der Telekommunikation entscheiden: Zum einen die „asynchrone Telekommunikation, bei der die Botschaften aufgezeichnet oder aufgeschrieben, mit zeitlicher Verzögerung zum Adressaten transportiert und erst dann (vielleicht) von ihm rezipiert werden“ (Döring 1997, S. 346), wie z.B. der Brief oder die E-Mail, zum anderen die „synchrone Telekommunikation, bei der eine wechselseitige Kommunikationsverbindung hergestellt wird, die Kommunikationspartner zur gleichen Zeit aktiv sind und unmittelbare Rückkopplung möglich ist“ (Döring 1997, S. 146), wie z.B. beim Chatten oder Telefonieren.

Wenn nun also der vernetzte Computer als Kommunikationsmedium dient, spricht man von Computer-mediated communication (CMC), wobei sowohl asynchrone als auch synchrone Verbindungen möglich sind (Döring 1997, S. 346).

Seit einiger Zeit wird im Internet auch die Form von Telepräsenz ermöglicht, das heißt, es wird „nicht nur eine synchrone Verbindung zwischen Personen hergestellt, sondern auch ein gemeinsames Bezugssystem für Handlungen“ (Steuer 1992; zit. nach Döring 1997, S. 347) angeboten.

Somit lässt sich Internet-Kommunikation je nach Anzahl der Teilnehmer und der synchronen oder asynchronen Kommunikation unterscheiden:

ANZAHL DER PERSONEN	ASYNCHRON	SYNCHRON
Zwei Personen	E-Mail	IRC (privat) MUD (privat)

Begrenzte Gruppe	Mailingliste	IRC-Channel MUD-Raum
Masse	Newsgroup www-Seite	MUD

Abbildung 1: Textbasierte Kommunikationsszenarien im Internet

Quelle: (Döring 1997, S. 351)

4.3.1 Merkmale

Computervermittelte Kommunikation weist eine Reihe von Merkmalen auf, die durch diese von der Face-to-Face Kommunikation abgegrenzt werden. Im Folgenden sollen diese Termini kurz skizziert werden.

4.3.1.1 Entkörperlichung/Entkontextualisierung

Gerade die Entkörperlichung macht deutlich, dass bei der computervermittelten Kommunikation nonverbale Zeichen wie die Gestik, Mimik, Blick, Körpersprache, ... nicht verwendet werden können. Diese müssen durch andere Codes ersetzt werden (vgl. Fawzi 2009, S.18f). Weiteres fallen auch die Informationen wie Alter, Geschlecht, Status, ... der Kommunikationspartner, welche als metakommunikative Kommentare gelesen werden können, sowie der gemeinsame Handlungshintergrund weg (vgl. Beck 2007, S.64). Zum einen kann der Wegfall der nonverbalen Zeichen in der computervermittelten Kommunikation als Verlust interpretiert werden (Kanalreduktionsmodell), zum anderen aber auch als Befreiung dienen, denn Anonymität, Pseudonym und Nichtsichtbarkeit erleichtern die Kontaktaufnahme zu Fremden, erlauben ein Spiel mit der eigenen Identität, aber auch die Täuschung der Kommunikationspartner (vgl. Hejny 2009, S.42f). Das Merkmal der Entkontextualisierung beschreibt, dass aufgrund der Zeit- und Ortsunabhängigkeit die Kommunikationspartner physisch nicht anwesend sein müssen und auch über keinen gemeinsamen Kontext oder Handlungshintergrund verfügen (vgl. Fawzi 2009, S.19). Diese Komponenten stellen

nun wiederum die Problematik des Cyber-Mobbings dar.

4.3.1.2 Textualität

Computervermittelte Kommunikation findet hauptsächlich in schriftlicher Form statt. Weil dadurch ebenfalls keine nonverbalen Zeichen vermittelt werden können, wurden sogenannte „Emoticons“ (Smileys) entwickelt, damit Gefühle und Gesichtsausdrücke wie lächeln, traurig sein, sich freuen, ... ebenfalls geäußert werden können (vgl. Fawzi 2009, S. 19). Durch simulierte emotionale Nähe wird versucht, die soziale Präsenz der computervermittelten Kommunikation zu erhöhen, um eben so die Flüchtigkeit und Anonymität der Kommunikation über das Internet einzuschränken (vgl. Rauchfuß 2003, S.53).

4.3.1.3 Entzeitlichung/Enträumlichung

Ein weiteres Merkmal der computervermittelten Kommunikation ist wohl der Wegfall von räumlichen und zeitlichen Grenzen, das heißt, die Kommunikationsteilnehmer können trotzdem miteinander kommunizieren, auch wenn sie sich an verschiedenen geographischen Orten befinden. Bei der asynchronen Kommunikation ist dies zusätzlich sogar zu verschiedenen Zeitpunkten möglich (vgl. Fawzi 2009, S. 20).

Misoch (2006: S.59) definiert dies wie folgt:

„Der Internet-Nutzer findet sich demnach an zwei (oder mehr) unterschiedlichen Orten: zum einen am real-geographischen Ort, an welchem er vor seinem Bildschirm am Computer sitzt und zum anderen an den virtuellen „Orten“ im Cyberspace, die sich hinter dem Bildschirm eröffnen und in denen er kommuniziert, spielt, usw.“

4.3.1.4 Digitalisierung

Das letzte Merkmal der computervermittelten Kommunikation, die Digitalisierung, zeigt, dass das Kommunizieren im Internet auf dem Prozess der Digitalisierung basiert, d.h. dass jegliche Informationen in binäre Codierung (sogenannte bits) umgewandelt, gespeichert und schlussendlich über ein elektronisches Kommunikationsnetz verschickt werden (vgl. Hejny 2009, S.44). Diese „Datenautobahn“ ermöglicht eine schnelle Übertragung großer Datenmengen für eine große Anzahl von räumlich getrennten Nutzern (vgl. Burkart 2002, S. 363).

4.4 Theorien der Computervermittelten Kommunikation nach Döring

Döring stellte grundlegende Theorien zur computervermittelten Kommunikation in zwischenmenschlichen Beziehungen auf, die man komplex teilen kann (vgl. Döring 2003, S.128ff). Im Folgenden soll auf

- Theorien zur Medienwahl
 - Theorien zu Medienmerkmalen
 - Theorien zum medialen Kommunikationsverhalten
- eingegangen werden.

Wie bereits im vorhergehenden Kapitel besprochen, können der computervermittelten Kommunikation charakteristische Merkmale zugeordnet werden, die den Kommunikationsprozess deutlich beeinflussen können. Im Folgenden sollen nun neun ausgewählte Theorien zur computervermittelten Kommunikation nach Döring (2003) vorgestellt werden.

4.4.1 Kanalreduktion – Theorie zu Medienmerkmalen

Kernaussage dieses Theorienansatz lautet wie folgt: *„CvK ist wegen fehlender Sinneskanäle im Vergleich zur Face-to-Face Kommunikation defizitär und unpersönlich“* (Döring 2003, S.187).

Das Kanalreduktionsmodell ist eines der populärsten Modelle zur medialen Kommunikation und geht davon aus, „dass technikbasierter Kommunikation im Unterschied zur Face-to-Face Situation die meisten Sinneskanäle und Handlungsmöglichkeiten fehlen und dieser allgemeine Informations- und Aktionsverlust den zwischenmenschlichen Austausch verarmt.“ (Döring 2000, S.28)

Computervermittelte Kommunikation sei also defizitär und unpersönlich. Es wird befürchtet, dass das typisch Menschliche (Emotionalität, ...) verloren gehen könnte (vgl. Döring 2000, S.28). Doch neben der Kritik an diesem Modell kann jedoch schon festgestellt werden, dass auf diese Gefahren auch im Internet verwiesen wird. Durch so genannte „Netiquetten“² wird darauf hingewiesen, dass User die Menschen hinter den Texten nicht vergessen sollten (vgl. Fawzi 2009, S.20).

4.4.2 Filtermodelle – Herausfiltern sozialer Hinweismerkmale

Die Kernaussage für die folgende Theorie liest sich wie folgt: *„CvK führt wegen ihrer Anonymität zu Enthemmung und steigert sowohl prosoziales, als auch antisoziales Verhalten.“* (Döring 2003, S.187)

Die Grundidee für das Filtermodell führt zurück auf den Theorieansatz des Kanalreduktionsmodells, bei dem Informationen durch die Reduzierung der Kommunikationskanäle verloren gehen (vgl. Fawzi 2009, S.20f). Filtermodelle hingegen konzentrieren sich dabei auf soziale bzw. demographische Merkmale (Alter, Geschlecht,

² Verhaltensregeln für das Internet

Aussehen, ...), da diese nonverbal vermittelten Informationen bei der Face-to-Face Kommunikation die Einschätzung der anderen Person entscheidend prägen (vgl. ebd., S.20).

Weil dies eben bei der computervermittelten Kommunikation nicht möglich ist, werden soziale Hemmungen, Hürden, Privilegien und Kontrollen abgebaut. Dieser enthemmende Effekt kann sowohl positive als aber auch negative Auswirkungen haben (vgl. ebd., S.20). Positive Auswirkungen (Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit) sind auf jeden Fall wünschenswert, es kann aber jedoch genauso passieren, dass im Social Web normverletzendes und anti-soziales Verhalten wie eben Cybermobbing auftritt (vgl. ebd., S.20f).

Die Hemmschwelle, jemanden zu mobben sinkt laut diesen Modellen deswegen, weil sich Individuen, sprich in der vorliegenden Arbeit die Jugendlichen zwischen 12-19 Jahren, im Netz als Teil einer anonymen Masse fühlen und daher nicht das Gefühl haben, sich persönlich für ihre Handlungen verantworten zu müssen (vgl. Döring 2003, S.154f). Entsprechend der Filtermodelle meinen die Nutzer, sich für ihr Verhalten nicht verantworten zu müssen. Daher sinkt der Einfluss der sozialen Kontrolle und der Einfluss der individuellen Natur des Menschen steigt (vgl. Fawzi 2009, S.21).

4.4.3 Rationale Medienwahl – Theorie zur Medienwahl

Die Theorie der rationalen Medienwahl geht davon aus, dass Medien von den Menschen nach ihrem Ausmaß der persönlichen Nähe und Lebendigkeit subjektiv gereiht werden. Ähnlich wie bei den Kanalreduktionstheorien wird davon ausgegangen, dass es bei computervermittelter Kommunikation an bestimmten „Teilen“ fehlt, und diese auf jeden Fall hinter der Face-to-Face-Kommunikation bei solchen Rangreihungen steht. Es wird behauptet, dass Rezipienten je nach Kommunikationsan-

lass jenes Medium wählen, dass sie am für geeignet empfinden, auch abhängig von dem Grad an Persönlichkeit, der übermittelt werden soll. Somit kommt es also zu einer rationalen Medienwahl (Döring 1997, S. 357ff.)

4.4.4 Normative Medienwahl – Theorie zur Medienwahl

Im Gegensatz zum Modell der rationalen Medienwahl geht die Theorie der normativen Medienwahl davon aus, dass ein Medium nicht aufgrund des Ausmaßes an persönlicher Nähe und Lebendigkeit beurteilt wird, sondern diese Rangreihung vor allem auf die Bedienungskompetenz und soziale Normen beeinflusst wird (vgl. Döring 1997, S. 359).

4.4.5 Interpersonale Medienwahl- Theorie zur Medienwahl

Die Theorie der interpersonalen Medienwahl stellt den Gegenpol der schon erwähnten normativen Medienwahl. Diese besagt, dass die Medienwahl weniger vom sozialen Umfeld als vielmehr von der Person, die erreicht werden soll, abhängt. Wenn bekannt ist, dass eine Person über E-Mail schwer zu erreichen ist, wird auch nicht versucht werden, sie so zu kontaktieren (vgl. Döring 1997, S. 361f.).

4.4.6 Soziale Informationsverarbeitung – Theorie zum medialen Kommunikationsverhalten

Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung geht davon aus, dass es zu keiner Kommunikationsveränderung oder –verarmung kommt, da Nutzer ihr Kommunikationsverhalten den technischen Systemeigenschaften anpassen und somit mögliche Faktoren der Kommunikationsverarmung kompensieren. Somit wird Emotionalität z.B. durch Emoticons oder Aktionswörtern ausgedrückt, was nur den Nachteil hat, dass es etwas länger dauert, bis die Gefühlsregung „transportiert“ wird und ein möglicher Faktor für eine Kommunikationsstörung wäre, wenn ein Nutzer die netz-

spezifischen Kommunikationscodes nicht anwenden kann oder versteht (vgl. Döring 1997, S. 362ff.).

4.4.7 Simulation - Kommunikationsverhalten

Gemäß der Theorie der sozialen Informationsverarbeitung liegt es in der Hand des Users, welche Informationen er über sich preisgeben will. Somit kann er kontrollieren, welches Bild der „Gegenüber-User“ von ihm erhält, aber er kann ein Bild erschaffen, das nicht der Realität entspricht, eine Person „simulieren“ und der andere kann relativ leicht getäuscht werden. Somit kommt es zwar einerseits zu einem Kontrollgewinn, da kontrolliert werden kann, was der andere erfährt, und doch gleichzeitig zu einem Kontrollverlust, da auch die eigene Person leichter getäuscht werden kann (Döring 1997, S. 364f.).

4.4.8 Imagination - Kommunikationsverhalten

Laut dieser Theorie bringt die computervermittelte Kommunikation ein größeres Maß an Freiheitsgraden, gerade weil es zu Kommunikationsdefiziten kommt. Dadurch, dass bei CMC gewisse Lücken auftreten (z.B. das Aussehen), die es bei der Face-to-Face-Kommunikation nicht gibt, werden kognitive Prozesse angeregt, die versuchen, das Bild zu komplettieren. Dadurch wird das Bild, das man vom anderen erhält, in die jeweilige Richtung (positiv oder negativ) verstärkt (vgl. Döring 1997, S. 367).

4.4.9 Digitalisierung und Oraliteralität - Medienmerkmal

Dieses Modell beschäftigt sich vor allem mit den Konsequenzen, die durch computervermittelte Kommunikation, vor allem durch getippte Kommunikation, auftreten. „Digitale Texte, die interpersonal über Computernetze ausgetauscht werden, weisen Merkmale von Oralität und Literalität gleichermaßen auf, weshalb man auch von

Oraliteralität spricht“ (vgl. Döring 1997, S. 369f). Anders als bei der Face-to-Face-Kommunikation muss man bei der computervermittelten Kommunikation nicht unbedingt unmittelbar und spontan antworten, sondern kann sich länger Zeit lassen. Allerdings liegen alle geäußerten bzw. getippten Nachrichten in digitaler Form vor, können lange erhalten bleiben und somit auch als „Beweisstücke“ fungieren, was bei einer wörtlichen Äußerung nicht so leicht ist (vgl. Döring 1997, S. 368ff.).

5 SOCIAL NETWORKS

„Ein unendliches Geltungsbedürfnis ist der Antrieb für den heißesten Teil der Internet-ökonomie, für Social-Networking-Sites wie MySpace, Facebook und Bebo. Sie sind Altäre für den Kult der Selbstübertragung, eine Tabula rasa, auf die wir unsere persönlichen Wünsche und Identitäten schreiben können.“

(Keen 2008: S 15)

Social Networks (Online-Netzwerke, virtuelle Netzwerke, Social Network Sites, kurz SNS) mutieren zu einer der stärksten wachsenden Anwendung des Web 2.0 (vgl. Richter/Koch 2008: S.1).

Boyd und Ellison (2007: o.S.) definieren Social Networks als „web-based services that allow individuals to (1) construct a public or a semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.“

Laut dieser Definition kann man feststellen, dass die Kernelemente eines Social Networks das Profil (wird in einem abgeschlossenen System, dem Netzwerk veröffentlicht) und die Kontakte, die das Mitglied in dem Netzwerk hat, sind (vgl. Hejny 2009: S.91f).

Eines der ersten Social Networks Plattformen war laut Boyd und Ellison (2007) six-degrees, welches im Jahr 1997 online ging. Es war die erste Internet-Community, in der Mitglieder nicht nur Profile anlegen konnten, um sich mit anderen zu vernetzen,

sondern ab dem Jahr 1998 auch die Möglichkeit hatten, die Freundeslisten der eigenen Kontakte sichtbar zu machen (vgl. Stephan 2010, S.26).



Abbildung 2: sixdegrees-Logo³

Claim der Plattform, die Ende 2000 wegen mangelndem Erfolg eingestellt wurde, war „You´d be surprised who you know“. Das Kernelement von sixdegrees waren die indirekten Kontakte (vgl. ebd., S.27f).

Der Gedanke, der den Social Networks zugrunde liegt, ist jedoch schon viel älter. Schlagwort hierfür ist der Sozialpsychologie Stanley Milgram. Dieser fand im Jahr 1967 in einem Experiment (Milgram Experiment) heraus, dass jeder Mensch über eine überraschend kurze Kette von Beziehungen (durchschnittlich 6 Kontakte) mit jedem anderen Menschen dieser Welt bekannt ist (vgl. ebd., S.27). Benannt wurde dieses Phänomen als das „Small World Phänomen“. Es wurde im Laufe der Jahre immer wieder kritisch hinterfragt, dennoch beschäftigte es die Wissenschaft über Jahrzehnte weg. Dieses „Kleine Welt“ Phänomen ist mehr oder weniger ein zentraler Bestandteil der meisten Social Networks, wie auch in der vorliegenden Forschungsarbeit auch auf jeden Fall auf das SN Facebook zutreffend. Gerade im Hinblick auf die in der vorliegenden Arbeit behandelten Problematik des Cyber-Mobbings birgt das „Kleine Welt“ Phä-

³Quelle:<http://www.brighthub.com/computing/windows-platform/articles/19322.aspx?image=5747>, 05.01.2011

nomen ein großes Gefahrenpotenzial. Denn können sich die User in der realen Welt noch von Personen fernhalten, mit denen sie nicht zu tun haben wollen, so sind sie virtuell dennoch mit allen vernetzt. Sind dann versehentlich oder aufgrund von zu lockeren Privatsphäreneinstellungen Daten öffentlich, die eigentlich nicht öffentlich sein sollten (z.b. Fotoalben, ...) kann es schnell zu Problemen kommen (vgl. Stephan 2010, S.28).

Nach diesem kurzen Exkurs, der jedoch sehr wichtig ist, gerade für das in der vorliegenden Arbeit behandelte Thema des Cyber-Mobbings, soll nun an dem Terminus des Social Networks allgemein weitergearbeitet werden.

Den Oberbegriff für Social Networks stellt jener der Social Software dar. Kurz gesagt umfasst Social Software Internetdienste, in denen soziale Netze mit Hilfe von Websites geknüpft werden können. Menschliche Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit auf Basis sozialer Netzwerke steht hier stets im Mittelpunkt. Neben so genannten „Social Networking Websites“ haben eben vor allem Weblogs und Wikis (Wikipedia) zum Erfolg beigetragen.

Social Networks vereinen die Vorzüge vieler bekannter Kommunikationsdienste im Internet und bündeln sie zu einer neuartigen Kommunikationsplattform. Sie sind eben die Speerspitze einer neuen Generation von Social Software, die eine weltweite, digitale und selbstorganisierte Vernetzung von Personen und Gruppen ermöglicht.

Social Networks stellen in gewisser Art und Weise soziale Phänomene dar. Sollen eben diese Plattformen, in dem vorliegenden Fall die Plattform Facebook, verstanden

werden, muss ebenso ihre soziale Dimension beschrieben werden. Durch die Teilnahme an einem Social Network ist es Usern möglich, sich auf Basis des Internets auszutauschen und zu vernetzen. In den virtuellen Gemeinschaften werden verschiedene Veränderungen wirksam, die im Folgenden zur besseren Verständlichkeit kurz skizziert werden sollen (vgl. Misoch 2006, S.45ff):

Real Life vs. virtuelle Realität

Der Übergang zwischen dem Sozialleben eines Netzwerk-Teilnehmers und seiner Interaktivität innerhalb des Social Networks ist meist fließend. In der Regel werden Freunde und Bekannte aus dem Real Life innerhalb eines gemeinsamen Social Networks aufeinander treffen. Das kann wie im hier vorliegenden Fall von MySpace über Freundeslisten oder Gruppengründungen sowie über andere Funktionen wie persönliche Nachrichten oder Blogs von statten gehen. Formen der Sozialität bilden sich virtuell ab und werden gespeichert. Automatische Geburtstagserinnerungen ermöglichen es (sofern bei der Registrierung angegeben), Bekannten scheinbar „persönlich“ Glückwünsche zu übermitteln, etwa im Rahmen eines Comments oder einer Message.

Interpersonale vs. Massenkommunikation

Social Networks ermöglichen die Gruppenkommunikation „vieler mit vielen“, das heißt, die verschiedenen Kommunikationsteilnehmer sind weitgehend gleichberechtigt am Kommunikationsprozess beteiligt und können sowohl selbst Nachrichten und Beiträge senden als auch empfangen. Es schwimmen hier aber die Gegensätze zwischen interpersonaler und Massenkommunikation, wenn ein zentraler Sender seine Botschaften an verschiedene Empfänger übermittelt. Facebook ist unter diesem Gesichtspunkt

als „Hybridmedium“ zu verstehen – das heißt, es werden Merkmale und Funktionen beider Medienformen vermischt (vgl. Misoch 2006, S.45ff).

Öffentliche vs. Private Sphäre

Sobald also jemand seine persönlichen Daten wie etwa seinen Nachnamen oder sein Geburtsdatum angibt und ein Foto auf die Profilseite hochlädt, identifiziert jener sich als Person und macht diese Information öffentlich. Jede weitere Interaktion findet aktiv oder passiv statt und manifestiert sich zu einer digitalen Existenz. Das hat für das Identitätsmanagement der User, auf das in den nachfolgenden Kapiteln näher eingegangen wird, unterschiedliche Konsequenzen, schließlich gestaltet sich dieses neben der Einpassung in ein gewisses Raster hauptsächlich durch die Interaktivität mit anderen. Eng damit hängt das soziale Prestige der User zusammen, dies schlägt sich natürlich auch in den Kontakten und den Interaktionsangeboten nieder. Das kann einerseits über Freundeslisten, andererseits über Comments oder private Nachrichten zwischen zwei Usern stattfinden. Jedenfalls betritt der User laut Goffman eine soziale Bühne, auf der zum Teil ganz offen über seine Performance geurteilt wird.

Die Interaktion mit anderen bestimmt grundlegend den Grad der Einbindung in das Netzwerk. Je mehr Kontaktsignale – etwa in Form von Comments – und attraktive „Freunde“ ein User sammelt, desto höher auch sein soziales Prestige (vgl. Tapscott 2007, S.23f).

In weiterer Folge wird nun skizziert, wie Networks im kommunikationswissenschaftlichen Sinne verstanden werden. Diese Ausarbeitung soll die von Boyd und Ellison skizzierte Definition von Social Networks unterstützen und vertiefen.

5.1 Definition Networks

Netzwerke werden als abgegrenzte Menge von Knoten oder Elementen und der Menge der zwischen ihnen verlaufenden Kanten definiert. Die Knoten bzw. Elemente stehen dabei für die Akteure und die Kanten bezeichnen die Beziehungen zwischen ihnen.

Es gibt „symmetrische“ (nicht hierarchische Beziehungen z.B. zwischen Nachbarn) und „asymmetrische“ (hierarchische Beziehungen z.B. zwischen Vorgesetzten und Untergebenen) Relationen (vgl. Schenk 1984, S.42ff).

Auch wenn keine direkte Zusammengehörigkeit zwischen zwei Akteuren besteht, existiert doch die Möglichkeit, dass diese indirekt oder direkt über andere miteinander verbundene Akteure vernetzt sind.

Social Networks lassen sich in „totale“⁴ und „partielle“ Networks⁵ unterteilen (vgl. Schenk 1984, S.31f).

Sowohl totale als auch partiale Networks können mit den Begriffen „bounded“ – das heißt jede Person aus dem sozialen Universum gehört dem Network an - oder „unbounded“ – das bedeutet, bekannte Personen sind vorhanden, die dem Network nicht angehören – klassifiziert werden.

Eine weitere Perspektive betrifft die schon genannten „Interaktionskriterien“. Diese beschreiben die inhaltlichen Eigenschaften der Relationen bzw. Beziehungen innerhalb eines Netzwerkes, dass heißt, dass die Art der Beziehungen die Größe, aber auch die Funktion eines Netzwerkes beeinflusst (vgl. Schenk 1984, S.40ff).

⁴ umfassen alle möglichen sozialen Beziehung unterschiedlichster Natur zwischen Personen einer „Untersuchungseinheit“

⁵ umfassen jeweils nur einen bestimmten Typ sozialer Relationen (Familie, Freunde,)

Doch wie entstehen nun Social Networks wie Facebook im virtuellen Raum?

„Das Wort Netzwerk deutet darauf hin, dass in und durch Netz etwas entsteht, dass ohne Bindung und konventionalisierte Muster von abhängig solidarischen Beziehungen nicht möglich wäre (Faßler 2001, S.172).“

In diesem Sinne entsteht der Netzwerkraum erst durch die Menschen, die ihn ihm miteinander interagieren. Genauer gesagt entsteht erst der virtuelle Raum, in dem das Individuum ihn benutzt. Der virtuelle Netzwerkraum ist also nicht „bezugsfertig“, sondern zunächst lediglich bereitgestellte Medientechnologie. Er entsteht in zwei Schritten. Am Anfang ist das Individuum, welches sich über sein Interface in ein digital generiertes Angebot, wie zum Beispiel Facebook, zur Vernetzung einloggt. Er synthetisiert die auf dem Bildschirm dargebotenen digital verkörperten sozialen Güter und Menschen zu einem virtuellen Raum.

Im zweiten Schritt kommt es zum Gebrauch der kommunikativen und interaktiven Angebote in dieser Räumlichkeit. In vorgegebenen digitalen Strukturen, die eine Vernetzung ermöglichen, loggen sich User mit unterschiedlichsten Lebenswelten durch ihr Interface ein, um ein Ziel, das sich durch die Vernetzung kompensieren lässt, zu erreichen. Dabei wird der „Realitätsstatus“, den wir Netzwerken im virtuellen Raum zuschreiben, durch die Interaktionen zwischen den Usern erzeugt bzw. verstärkt (Faßler 2001, S.175ff).

Somit steht dann dem Prozess des Networkings nichts mehr im Wege – der Begriff des „Networking“ wird oft umgangssprachlich verwendet und ist bisher wissenschaftlich nicht genau bzw. einheitlich definiert.

5.1.1 Item: Networking

Networking ist ein Prozess, der im sozialen Bereich zutage tritt, jedoch auch mit geschäftlichen Zielen verbunden ist und somit im formalen sowie im informalen Beziehungsrahmen stattfinden kann.

Das bereits oben genannte Vernetzen untereinander stellt Möglichkeiten und Wege dar, durch Kontaktaufbau in gewissen Situationen bevorzugte Behandlung zu erfahren, da soziale Komponenten formale Beziehungen ergänzen (vgl. Furnham 1997, S.541ff).

Fuhrmann definiert den Begriff relativ weit gefasst:

„Networking is the process of building relationships within and between groups. Networking is the building of organizational intelligence, which requires relationships, in which people are willing to be reasonably open and honest (Furnham 1997, S.555).“

Aufgrund von verschiedensten Theorien und Forschungsständen lassen sich sechs beschreibende Elemente des Networkings zusammenfassen, die auch in der vorliegenden Arbeit den Themenkomplex der Social Networks beenden sollen:

1. *Aktives Herbeiführen von Kontakten und Begegnungen*
2. *Zeigen von Anteilnahme und Interesse am Gegenüber*
3. *Führen von Gesprächen mit Kontaktpartnern und dabei Spaß haben*
4. *Sammeln von Informationen*
5. *Austausch von Informationen, Hilfe und Unterstützung*
6. *Pflege von Beziehungen und Ausrichten der Beziehung als langfristiges Subjekt (vgl. Renz 2007, S.23ff)*

Diese oben genannten Punkte können als Voraussetzungen für erfolgreiches Zustandekommen von Networking gesehen werden. Interesse, Kommunikation, Informations-

austausch und Beziehungspflege sowie das aktive Handeln sind von großer Bedeutung. Networking kann Offline, aber auch Online stattfinden. Die Plattform Facebook stellt den Modi eines sogenannten privaten Networkings, also einem „Social Networking“, dar (vgl. Mayer/Daxer 2007, S.183f).

Zusammenfassend bedeutet dies, dass ein soziales Netzwerk eine Internetplattform ist, die den Nutzern nach einer einmaligen Registrierung die Möglichkeit gibt, sich eine eigene, ganz persönliche Seite mit Infos über sich selbst anzulegen und diese auch mit Bildern anzureichen und sich auch mit anderen Teilnehmer des SN⁶ zu vernetzen (vgl. Stephan 2010, S.26f). Kurz gesagt liegt das Hauptaugenmerk auf der Interaktion der Rezipienten untereinander, im vorliegenden Falle speziell auf der Interaktion der 12-19 jährigen Jugendlichen.

5.2 Social Networks und Jugendliche

Mit dem Aufleben der Social Networks hat sich auch die Alltagskultur der Jugendlichen relativ verändert. Durch die Integration von Social Networks entsteht im Alltagsleben der Jugendlichen ein neuer Platz für Interaktionen mit Freunden und Bekannten (vgl. Malicek 2009, S.60f). In virtuellen Netzwerken, wie eben in der vorliegenden Arbeit das untersuchte SN Facebook, kann an der Art und Weise, wie sich Jugendliche selbst wahrnehmen oder wie sie wahrgenommen werden wollen, gearbeitet werden, ohne den störenden Faktor der Anwesenheit von Erwachsenen (vgl. ebd., S.60).

Social Networks agieren als digitale Öffentlichkeiten. Jugendliche versuchen sich einen Platz, der fernab der Erwachsenenkultur besteht, zu schaffen, sie suchen sich ein Pub-

⁶ SN=Abkürzung für Social Network

likum, um ihre eigene Kultur besser zu verstehen, aber auch um ihren sozialen Status zu finden (vgl. Boyd/Jenkins 2006, o.S.). Die Interaktion mit fremden Personen hilft ihnen zu verstehen, wer sie sind. Gruppen und Gemeinschaften geben ihnen also die Möglichkeiten, Ideen und Werte zu erkunden, aber auch auszuleben (vgl. ebd., o.S.). Doch neben all den positiven Effekten, die eine Nutzung von Social Networks mit sich bringt, existieren auf der anderen Seite auch eine Menge an Risiken, die eine Nutzung von z.B. Facebook mit sich bringt. Die unten stehende Tabelle soll einen kleinen Überblick geben, vor allem in Hinsicht darauf, dass eines der genannten Risiken den in der vorliegenden Arbeit behandelten Terminus explizit erwähnt (vgl. Malicek 2009, S.60f):

<p>Opportunities for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Developing and maintaining friendships - Extending social networks and joining interest based groups - Developing bridging social capital resources - Developing identity and reflecting upon identity development - Creativity and self expression - Informal learning - Accessing information advice and guidance - Civic and political participation - Fun 	<p>Risks for:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Being “cyber bullied” or “cyber bullying” - Publishing personal details - Being in contact with and meeting strangers - Being exposed to grooming and abuse - Being targeted by advertising and commercial interests - Accessing, sharing or creating harmful or offensive content - Spending too much time online - Being excluded due to lack of access to online social networking
--	---

Abbildung 3: Risiken/Möglichkeiten der Nutzung von Social Network Sites

Quelle: (Malicek 2009, S.60)

5.3 Nutzung von Social Networks – Facebook

Im Folgenden soll ganz kurz skizziert werden, wie sich die momentane Nutzungsfrequenz im deutschsprachigen Raum, aber vor allem in Österreich, der Jugendlichen gestaltet.

Laut der aktuellsten Studie des GfK (4. Quartal 2010) zeigt sich, dass 98% der Jugendlichen von 14-19 Jahren online sind, im Vergleich zum Jahre 2000 eine Steigerung um 13% (2000: 85%).⁷

Laut einer Studie unter Studierenden in Österreich gaben 59% der Befragten an, dass der größte Vorteil von Social Network Seiten der sei, dass man mit Freunden und der Familie Kontakt halten könne, 20% der Befragten gaben an, dass der größte Nutzen für sie sei, alte Kontakte finden zu können bzw. bestehende zu erneuern (vgl. Fuchs 2009, S.93). Weiters gaben 55,7% der Studierenden an, dass sie Datenmissbrauch, Weitergaben von Daten und eine Datensicherheit als eines der größten Probleme von Social Networks sehen. Im Gegenzug gaben nur 23,1% an, dass sie Angst davor hätten, ihr privaten Angelegenheiten würden öffentlich werden und in verminderter Privatsphäre oder privaten Kontrollen resultieren (vgl. Fuchs 2009, S.93f). Es lässt sich also aufzeigen, dass ein relativ kleiner Anteil Angst davor hat, in irgendeiner Art und Weise Opfer von einer Ausprägung von Cyber-Mobbing zu werden (Beleidigungen, Beschimpfungen, Onlinestellen von Fotos, ...)

Über weitere Details in Bezug auf die Internet- bzw. Mediennutzung der Jugendlichen soll das nun folgende Kapitel Aufschluss geben, natürlich auch im Zusammenhang mit dem in der vorliegenden Arbeit behandelten Themas des Cyber-Mobbings.

Im nachfolgenden Teil der vorliegenden Arbeit wird nun explizit auf das Phänomen von Facebook eingegangen: die Erfolgsstory, eine kurze Erklärung der Plattform selbst und

⁷ vgl. <http://www.gfk.at>, 11.12.2010

warum Facebook und das Web 2.0 unausweichlich miteinander verbunden sind. Zuvor soll jedoch noch ein Ausblick auf die Internetnutzung der Jugendlichen gegeben werden.

6 INTERNETNUTZUNG DER JUGENDLICHEN

6.1 GENERATION INTERNET - NEUE MEDIEN IM ALLTAG DER JUGENDLICHEN

Medien spielen im Leben der Jugendlichen eine sehr, sehr große Rolle. Um eben die Bedeutung, aber auch die Entstehung von dem in der vorliegenden Arbeit diskutierten Thema zu verstehen, müssen im Vorfeld zwei sehr wichtige Komponenten gegeben sein(vgl. Riebel 2008, S.39ff)

1. Möglichkeiten ausloten, die neuen Medien im Hinblick auf die Kommunikation der Digital Natives bieten
2. Nachvollziehen, welche Rollen genau diese Medien und ihre Möglichkeiten im Leben von Kindern und Jugendlichen spielen, aber auch wie die Verbreitung der neuen Medien funktioniert.

Eine der Hauptfunktionen moderner Medien ist wohl die Vermittlung von Wissen und die Möglichkeit zur Kommunikation (Döring, 2003).

Um eben ein solches Phänomen wie Cybermobbing verstehen zu können, muss in erster Linie geklärt werden, wie die Kommunikation über neue Medien eigentlich funktioniert.

Der Terminus Kommunikation, computervermittelte Kommunikation wurde im Laufe der Arbeit bereits behandelt. Der Vollständigkeit halber und auch für die logische Verortung des folgenden Themas „Mediennutzung der Jugendlichen“ werden jene Kommunikationsmittel noch einmal kurz skizziert, die für die Ausübung von Cybermobbing eine geeignete Plattform darstellen.

Unterschieden wird laut Willard (2005, 2006) zwischen synchronen und asynchronen Kommunikationsmittel. Als synchrone Kommunikationsmittel bezeichnet man jene, bei denen Nachrichten ohne Zeitverzögerung übermittelt und beantwortet werden können, Beispiele hierfür sind zum Beispiel der Chat und Instant Messaging (IM) (vgl. Riebel 2008, S.40). Asynchrone Kommunikationsmittel benötigen wiederum ein paar Sekunden, um eine Nachricht zu übertragen. Der Vollständigkeit halber sollen auch hier Beispiele genannt werden z.b.: E-Mail, SMS, ... Diese Thematik wurde bereits im Kapitel Kommunikation im Internet behandelt und soll nur noch einmal kurz in Erinnerung gerufen als Vorbereitung auf das nächste Kapitel Internetnutzung/Mediennutzung der Jugendlichen dienen.

Neben den bereits genannten Kommunikationswegen kann Kommunikation im Internet auch noch auf klassischen Wegen erfolgen. Im Folgenden sollen ein paar dieser Anwendungen erwähnt und auch zum besseren Verständnis kurz skizziert werden (vgl. Riebel 2008, S.41ff):

- Weblogs und Videoclips sowie Websites sind eine beliebte Möglichkeit, um eigene Ansichten verbreiten zu können. Meist sind dies private Seiten, interaktiv gestaltet, sodass es auch möglich ist, Blogs oder Websites zu kommentieren. Oft werden auf diesen Websites viel zu viele persönliche Informationen preisgegeben, die dann für jeden beliebigen User einzusehen sind (vgl. ebd., S.41)
- Diskussionsforen und Maillinglisten – Kommunikation mit oft anonymen Personen
- Onlinespiele mit Chatfunktionen – gerade bei gewalttätigen Spielen ist es

nicht selten der Fall, dass die Kommunikation mit anderen Spielern, die in der Situation den „Feind“ verkörpern, aggressive Formen annehmen kann, auch wenn die Betroffenen im real Life Mitschüler oder gute Freunde sind (vgl. ebd., S.41)

- Social Network Sites, für die vorliegende Arbeit das Social Network Facebook, erfreuen sich wie im Laufe der Arbeit schon besprochen und kommunikationswissenschaftlich untermauert wurde, immer größerer Beliebtheit. Hier haben die User die Möglichkeit, ein persönliches Profil oder eine persönliche Website zu erstellen, sich zu vernetzen und zu präsentieren (vgl. ebd., S.41)

Über die Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien gibt es mittlerweile zahlreiche Studien und Informationen. In Deutschland untersucht der medienpädagogische Forschungsverbund Südwest jährlich in den KIM- und JIM-Studien die Verbreitung und Nutzung (nicht nur neuer) Medien für Jugendliche und Kinder. Genau diese Studie (JIM-Studie 2010) soll im folgenden Kapitel die theoretische Untermauerung und Ausgangslage für die Diskussion „Internetnutzung der Jugendlichen, Gefahren für Jugendliche im Netz“ die Grundlage bilden. Um genau mit solchen Gefahren wie Cyber-Mobbing umgehen zu können, ist es auch sehr wichtig, dass die Jugendlichen innerhalb der Familie, Schule, Peergroup in Bezug auf Medienkompetenz gebildet werden.

6.2 Medienausstattung der Jugendlichen

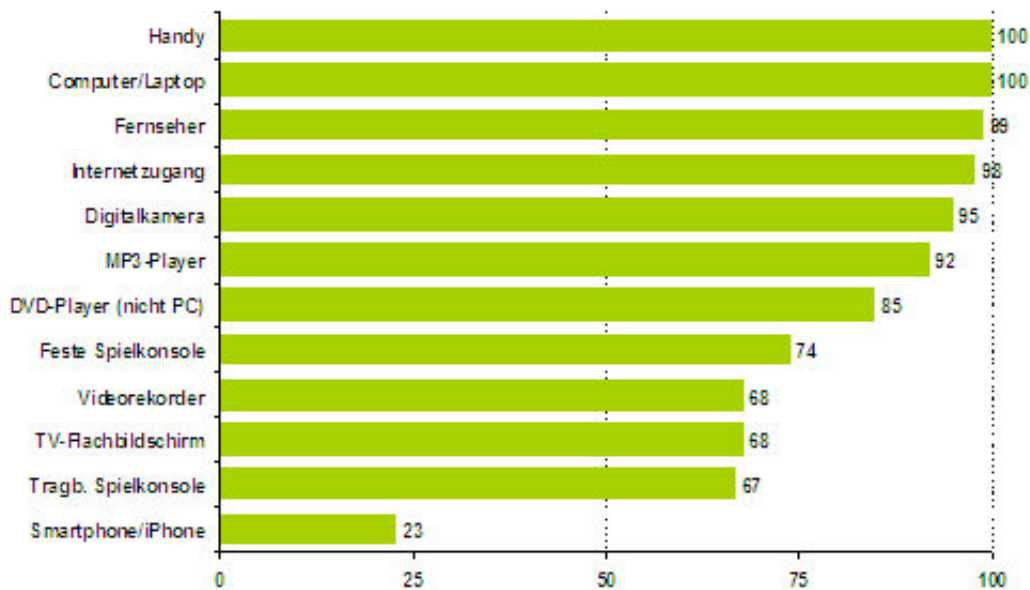


Abbildung 4: Medienausstattung der Jugendlichen

Quelle: mpfs / JIM-Studie 2010, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten (n=1.208)

Beobachtet man die Medienausstattung von Jugendlichen, so sieht man, dass sich das Angebot an technischen Geräten zur Mediennutzung innerhalb der letzten Jahre ständig erweitert hat. Alleine die Grundausstattung der Haushalte, in denen Jugendliche leben, ist sehr hoch. Handy, Computer, Internetanschluss und TV sind in allen Familien vorhanden. 95% der Befragten besitzen eine Digitalkamera, 92% einen MP3-Player (vgl. JIM-Studie 2010, S. 6f). Auch die neue Generation der Handys mit erweiterten Nutzungsfunktionen (z.B. Smartphones/ iPhone) sind in 23% der Haushalte vorhanden.

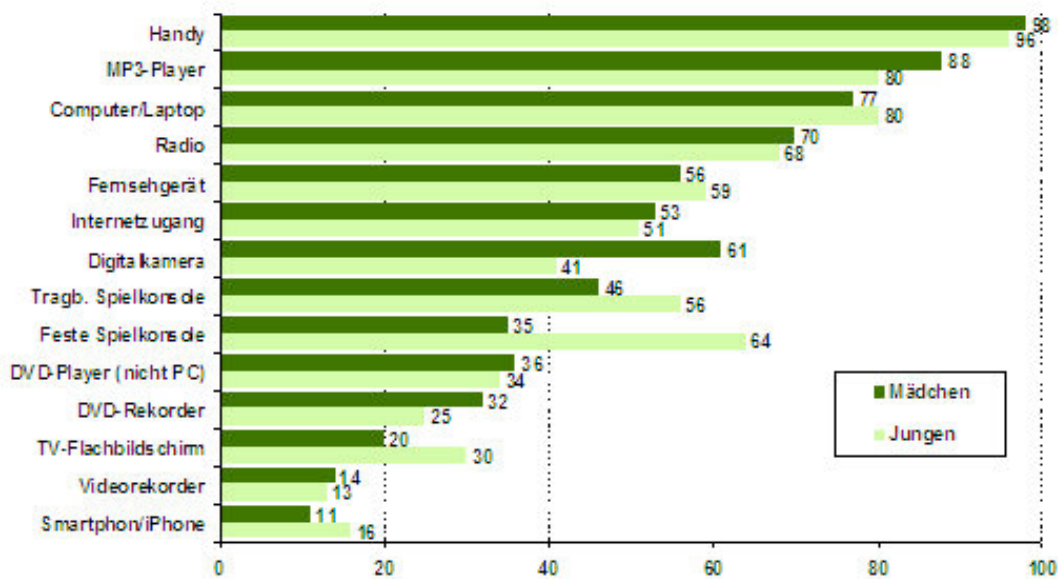


Abbildung 5: Medienausstattung der Jugendlichen 2

Quelle: mpfs / JIM-Studie 2010, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten (n=1.208)

Fasst man die Haushaltsausstattung ins Auge, so lässt sich eine sehr hohe Medienausstattung verzeichnen, dieser rote Faden zieht sich auch durch, wenn man den Gerätebesitz der Jugendlichen beobachtet. 97% der befragten Jugendlichen haben ein eigenes Handy, 84% besitzen einen MP3-Player und 79% haben einen eigenen Computer bzw. Laptop zur Verfügung (vgl. JIM-Studie 2010, S.7f). In dieses Ranking einreihen können sich folgende Komponenten: 58% der Jugendlichen können einen Fernseher ihr eigen nennen, 51% eine Digitalkamera und Spielekonsole und jeder zweite Jugendliche verfügt über einen eigenen Internetzugang (52%) (vgl. ebd., S.7f). Über ein iPhone oder Smartphone verfügen lediglich 14% der 12-19 Jährigen. Hinsichtlich der Geräteausstattung unterscheiden sich Mädchen und Jungen nur in wenigen Punkten, in denen aber dafür sehr deutlich. Mädchen besitzen eindeutig öfter eine Digitalkamera, dies trifft auch auf MP3-Player zu. Umgekehrt stellt sich der Sachverhalt bei Spielekonsolen und Smartphones dar, hier agieren die Jungs als Vorreiter. Bei den übrigen Medien sind nur geringe Unterschiede festzustellen (vgl. ebd., S.8).

Differenziert man die Medienausstattung jedoch nach dem Bildungsgrad, kann man einige Unterschiede beobachten. Bei Jugendlichen mit geringerem Bildungshintergrund sind TV, Spielkonsolen, DVD-Rekorder und DVD-Player häufiger zu finden. Im Gegenzug dazu ist bei Jugendlichen mit formal höherer Bildung der Besitz von Computer, eigenem Internetanschluss und Digitalkamera stärker ausgeprägt (vgl. ebd., S.9).

6.3 Online-Communities

Online-Communities – Nutzungsfrequenz 2010

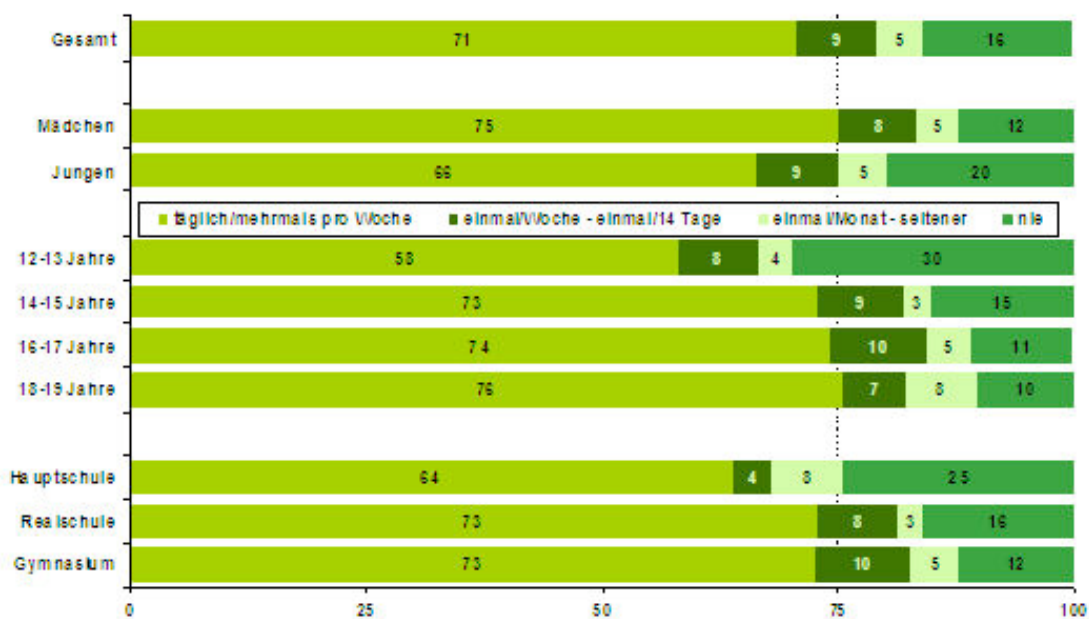


Abbildung 6: Online-Communities, Nutzungsfrequenz 2010

Quelle: mpfs / JIM-Studie 2010, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer (n=1.188)

Kommunikation (direkt/indirekt, öffentliche/geschlossene Räume) ist ein zentrales Element der Internetnutzung Jugendlicher wie auch schon des öfteren in der vorliegenden Arbeit angemerkt wurde. Während 2009 Instant-Messenger wie ICQ oder MSN bei Jugendlichen die häufigste Art des Informationsaustausches darstellten, stehen im

Jahr 2010 die Online-Communities an erster Stelle. Rund 84% der Befragten kommunizieren zumindest selten in Social Networks (vgl. JIM-Studie 2010, S.42f), hier ist der Anteil der Nicht-Nutzer bei den Jungs mit 20% deutlich höher als bei den Mädchen (12%). Hinsichtlich der Bildungsgruppen zählen bei den Hauptschülern 25% zu den Nicht-Nutzern, bei den Gymnasiasten sind es nur 12% (vgl. ebd., S.42f). Für den Großteil der Jugendlichen gilt aber, dass Online-Communities selbstverständlich zum Alltag gehören und so schauen 59% der Befragten mehrmals täglich nach, ob irgendwelche Neuigkeiten vorliegen.

Große Veränderungen haben sich hinsichtlich der Marktposition der verschiedenen Anbieter von Social Networks ergeben. Dieser Punkt ist auch für die vorliegende Arbeit sehr relevant, denn aufgrund der nun aufgezeigten Studienergebnisse zeigt sich, warum als Forschungsgegenstand das Social Network Facebook ausgewählt wurde. Im Durchschnitt nutzen die jugendlichen Onliner 1,6 Angebote. Als Marktführer bei den 12-19 Jährigen kann sich trotz leichter Verluste nach wie vor die Plattform „schülerVZ“ behaupten, die von 53% der Onliner genutzt wird (2009: 59%) (vgl. JIM-Studie 2010, S.42). Einen riesigen Anstieg verzeichnete allerdings die Plattform Facebook. Gaben im Jahr 2009 gerade einmal sechs Prozent der Jugendlichen an, dieses Social Network zu nutzen, hat sich dieser Anteil im Jahr 2010 auf 37% erhöht. Ein Grund dafür könnte natürlich sein, dass Facebook eine international ausgerichtete Community darstellt, die in erster Linie für Erwachsene konzipiert wurde. Plattformen wie „schülerVZ“ sind eher regional ausgerichtete Plattformen für Schülerinnen und Schüler. Als Nutzer von Facebook erweitern die Jugendlichen ihren Horizont in zwei Richtungen. Altersgrenzen werden ebenso wie die regionale Sichtweise auf Schule oder Wohnort potentiell deutlich erweitert. Wird ein Geschlechtervergleich gezogen, so ist dies für Mäd-

chen (44% nutzen Facebook) offenbar deutlich interessanter als für die Jungs (31%) (vgl. ebd., S.42).

Laut der JIM-Studie 2010 hat auch der Vernetzungsgrad der Jugendlichen stark zugenommen. Hatten die Jugendlichen in ihren Profilen 2009 im Durchschnitt 144 „Freunde“, so sind es aktuell 159. Dieser Anstieg ist allerdings nur auf die männlichen Nutzer von Social Networks zurückzuführen (2009: 130, 2010: 161), der Wert bei den Mädchen liegt exakt auf dem Vorjahresniveau (2009 und 2010: 157) (vgl. ebd., S.42).

Im nächsten kurzen Kapitel soll nun auf die Gefahren und Probleme im Internet eingegangen werden. Das Hauptaugenmerk in diesem Kontext wird auf dem in der vorliegenden Arbeit behandelte Thematik des Cyber-Mobbings liegen.

6.4 Probleme und Gefahren im Internet

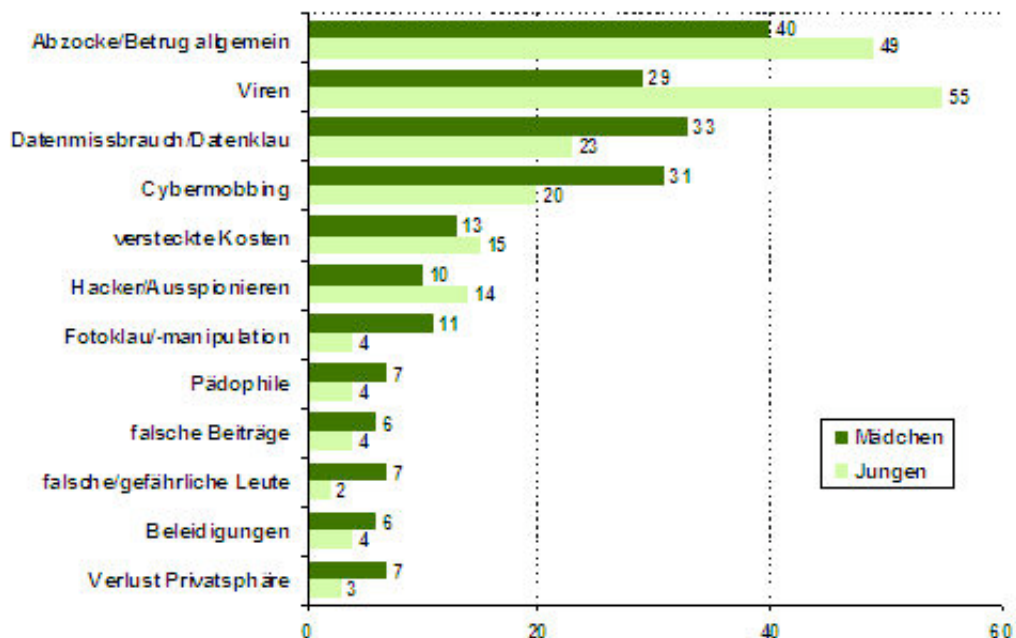


Abbildung 7: Probleme und Gefahren im Internet

Quelle: mpfs / JIM-Studie 2010, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer (n=1.188)

Auch die JIM-Studie 2010 hat sich mit Probleme und Gefahren, die in den Weiten des World Wide Webs auftreten können, beschäftigt. Dieser Abschnitt der Studie wurde vor allem deswegen in den Kontext der vorliegenden Arbeit aufgenommen, da eines der großen Probleme die Jugendliche selbst sehen, die des Cyber-Mobbings darstellt. Das Internet als Alltagsmedium bietet ohne Zweifel eine Menge an positiven Anwendungsmöglichkeiten. Aber auf die Frage hin, welche die drei größten Gefahren im Internet seien, liest sich das Ranking wie folgt: 44% haben Angst vor Abzocke oder Betrug, 42% thematisieren die Sorge vor Viren, 28% der Jugendlichen haben Angst vor Datenklau, Datenmissbrauch. Ein wenig abgeschlagen, aber dennoch präsent ist die Angst vor dem ausspioniert werden (12%). Doch auch Schlagwörter wie Foto-klau/Fotomanipulation (7%), Angst vor Pädophilen, dass falsche Beiträge im Netz stehen, dass es zu Beleidigungen kommt oder dass die Privatsphäre des Einzelnen verletzt wird (jeweils 5%) stehen im Raum (vgl. ebd., S.46ff)

Die Thematik des Cyber-Mobbing nimmt im Ranking Platz 4 ein, denn für rund 25% der Jugendlichen stellt dies einen großen Problemfaktor dar.

Vergleicht man jedoch Mädchen mit Jungen, so bemerkt man, dass Jungs zu einem größeren Anteil Probleme und Gefahren „technischer“ Art artikulieren, während sich Mädchen besorgter zeigen, wenn es um „persönliche“ Problembereiche geht (vgl. JIM-Studie 2010, S.47f). An dieser Stelle der Studie rücken auch erstmals Daten zur Medienkompetenz/Mediensozialisation in den Vordergrund. 37% der Jugendlichen sagen aus, dass sie von den Eltern auf die Probleme und Gefahren des Internets hingewiesen wurden, aber auch die Schule bzw. die Lehrer haben hier mit 36% Aufklärungsarbeit geleistet. Aber auch die Medien an sich spielen in diesem Kontext eine große Rolle, denn knapp ein Viertel der Befragten gibt an, hier von den Gefahren des World Wi-

de Web zu erfahren. Eigene schlechte Erfahrungen haben 15% der Onliner gesammelt. Hier liegen die männlichen Befragten mit 18% vor den weiblichen Befragten mit 11% (vgl. ebd., S.47f).

Um sich vor Gefahren im Internet zu schützen, wenden die Jugendlichen verschiedene Strategien an. Wenig von sich selbst preiszugeben ist die meist gewählte Option der Mädchen. Jungs, die den Gefahrenschwerpunkt vor allem in der Technik sehen, schützen sich entsprechend durch die Installation von Virenschutzprogramme. Weitere Vorkehrungen der Jugendlichen setzten sich wie folgt zusammen: nur legale Seiten benutzen, keinen Kontakt zu Fremden aufnehmen, AGBs der Anbieter genau studieren (vgl. ebd., S.47).

In Vorbereitung auf das nachfolgende Kapitel der vorliegenden Arbeit - traditionelles Mobbing, Cyber-Mobbing - soll kurz skizziert werden, wie sich die Ergebnisse dieser Thematik in der aktuellen JIM-Studie 2010 darstellen.

6.4.1 Cyber-Mobbing

Die in der Studie verwendete Definition für die Thematik des Cyber-Mobbings findet sich auf der Homepage von www.klicksafe.de. (Plattform: EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz). Cybermobbing, also das Beleidigen, Bedrohen oder Verunglimpfen Anderer mit Hilfe moderner Kommunikationsmittel, wird auch von den befragten Jugendlichen der aktuellen JIM-Studie 2010 selbst als Gefahr wahrgenommen und taucht in den unterschiedlichsten Ausprägungen und Intensitäten auf (vgl. JIM-Studie 2010, S.48f).

15% der Jugendlichen geben an, dass schon einmal jemand peinliche oder beleidigen-

de Bilder oder Videos von ihnen hochgeladen hätte. Vergleicht man die weiblichen Befragten mit den männlichen, so kristallisiert sich heraus, dass Jungs mit 16% eine Spur vor den Mädchen mit 14% liegen. Zwischen den Bildungsgruppen gibt es ebenfalls kaum erkennbare Unterschiede (vgl. ebd., S.48f). Wird jedoch der Altersverlauf in den Fokus genommen, der ja generell mit einer Ausdifferenzierung der Internet-Aktivitäten einhergeht, so zeigt sich ein deutlicher Anstieg. Während nur 10% der 12- bis 13-Jährigen über eine ungewollte Verbreitung von Bildern berichten, steigt dieser Anteil auf etwa ein Fünftel bei den ab 16-Jährigen an (14-15 Jahre: 13%, 16-17 Jahre: 17%, 18-19 Jahre: 19%) (vgl. ebd., S.48)

Es wurde Falsches oder Beleidigendes über mich im Internet verbreitet

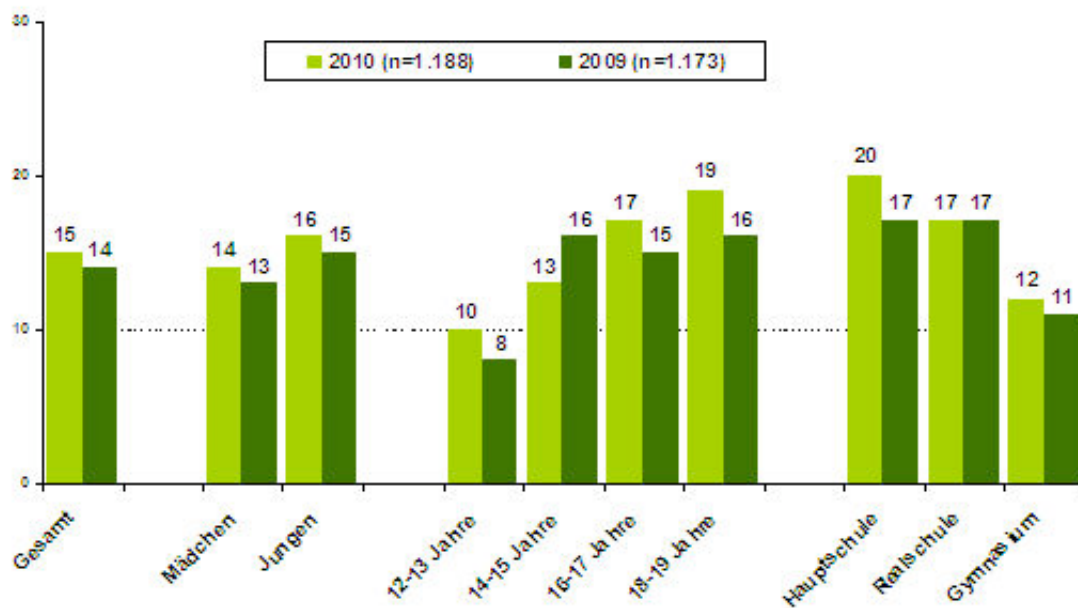


Abbildung 8: Aufstellung Beleidigung im Internet

Quelle: mpfs / JIM-Studie 2010, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer (n=1.188)

Ein Faktor, bei dem auch die unterschiedliche Bildung der Befragten eine Rolle spielt,

ist der, dass die Internet-Nutzer auch darüber berichten können, dass generell falsche oder beleidigende Äußerungen über die eigene Person in Umlauf gebracht wurden. Hier kristallisiert sich heraus, dass Jugendliche mit Hauptschulhintergrund fast doppelt so häufig davon betroffen sind, Opfer von Beleidigungen im Internet zu sein, als Gymnasiasten (vgl. ebd., S.48f). Auch innerhalb der Peer Group kann es vorkommen, dass das Internet gezielt eingesetzt wurde, um jemanden aus dem Freundes- oder Bekanntenkreis fertig zu machen. Dies ist laut der JIM-Studie 2010 bei rund einem Viertel der Internet-Nutzer der Fall.

Insgesamt lässt sich also feststellen, dass das Internet auch hinsichtlich der negativen Erfahrungen im Alltag der Jugendlichen angekommen ist. Auseinandersetzungen im Freundeskreis, die eigentlich normale und wichtige Vorgänge der Identitätssuche Heranwachsender darstellen, verlagern sich immer mehr in die elektronischen Medien hinein. Ein großes Problem hier ist dies, dass durch die Speicherung und Weiterverbreitung der Daten z.B. Cyber-Mobbing eine ganz neue Dimension erhält, die leicht außer Kontrolle geraten kann (vgl. JIM-Studie 2010, S.49).

Medienkompetenz bzw. Mediensozialisation stellt ein wichtiges Keyword in dieser ganzen Thematik der vorliegenden Arbeit rund um Kommunikation im Internet, Social Networks, Cyber-Mobbing dar und soll im nächsten Kapitel kurz skizziert werden.

6.5 Medienkompetenz – Jugend im Netz

Neue Medien nehmen im Leben bzw. im Alltag der Jugendlichen einen sehr hohen Stellenwert ein. Auch im Rahmen der Identitätsfindung und im Prozess der Sozialisation von Jugendlichen spielen Medien eine immer größere Rolle. Medien sind zusätzli-

che Sozialisationsinstanzen neben den traditionellen Instanzen wie dem Elternhaus, Schule und der Peer Group, in der die Jugendlichen eingebunden sind (vgl. Fawzi 2009, S.24ff).

Die Arbeit von Dieter Baacke (1997) prägte das Konzept der Medienkompetenz. Baacke beschreibt Medienkompetenz, die in eine soziale Kompetenz eingebettet ist, anhand von 4 Dimensionen (vgl. Baacke 1997, S.96f): Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung.

- **Medienkritik** – Hier geht es darum, dass der Jugendliche analytisch problematische gesellschaftliche Prozesse angemessen begreift und die Fähigkeit besitzt, das analytische Wissen reflexiv auf sich selbst und sein Handeln anwenden zu können (vgl. ebd., S.96f). Dies muss natürlich unter ethischen, sozialverantwortlichen Gesichtspunkten erfolgen.
- **Medienkunde** – bezeichnet das Wissen über die heutigen Medien und Mediensysteme. Hier geht es also um klassische Wissensstände, die dem Jugendlichen in seiner Sozialisation vermittelt gehören. Außerdem gehört zu dieser Komponente natürlich auch die Fähigkeit, Mediengeräte technisch bedienen zu können (vgl. ebd., S.96f)
- **Mediennutzung** – damit ist der rezeptive und interaktive Gebrauch von Medien gemeint. Mediennutzung muss sowohl rezeptiv, d. h. durch Anwendungen, als auch wie bereits erwähnt interaktiv erlernt werden (vgl. ebd., S.97f).
- **Mediengestaltung** – hier ist die innovative bzw. kreative Gestaltung und/oder Veränderung von Medien in technischer und inhaltlicher Hinsicht gemeint (vgl. ebd., S.97f).

Medien sind heutzutage für alle kommunikativen Bereiche relevant. Dies bedeutet, dass es bei Medienkompetenz auch um kulturelle und soziale Kompetenzen geht, da nicht nur die Beziehungen untereinander geregelt werden sollen, sondern auch das Verhältnis zur Gesellschaft (vgl. Mikos 2004, S.165-167).

Doch wer sind nun die Instanzen, die den Jugendlichen das notwendige Medienwissen beibringen? Traditionell wird dem Jugendlichen im Zuge der Mediensozialisation oft ein Teil der Medienkompetenz durch die Familie vermittelt. Schule und Eltern übertragen das Wissen und die Handlungskompetenzen an die jeweils Jüngeren. Doch dieser Prozess hat sich in der heutigen Mediengesellschaft strukturell aufgelöst (vgl. Fawzi 2009, S.26f). Denn oft erlernen die Jugendlichen den Umgang mit den Neuen Medien vor ihren Eltern. Medienwissen und andere Elemente der Medienkompetenz werden also nicht nur noch von den traditionellen Sozialisationsinstanzen übermittelt, sondern eher unter den jugendlichen Peer Groups kultiviert und transformiert (vgl. ebd., S.26).

7 MOBBING

In diesem Kapitel soll nun an die Thematik des Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying⁸ herangeführt werden, das betrifft in erster Linie einmal die Klärung der begrifflichen Grundlagen dieses Themenbereichs. Cyber-Mobbing ist ein austauschbarer Begriff, der sich auf alle Verhaltensweisen bezieht, bei denen neue Medien (E-Mail, Chat, Blog, Internet, ...) eingesetzt werden, um eine Person zu mobben (vgl. Riebel in Diskurs, Kindheits- und Jugendforschung Heft 4-2008: S. 509-512). Da Cyber-Mobbing das traditionelle Mobbing im Web 2.0 darstellt, ist es auch wichtig, einen kurzen Überblick über das traditionelle Mobbing in der Literatur zu geben. Im Wesentlichen sollen in diesem Kapitel Merkmale, Hintergründe und die Folgen von traditionellem Mobbing dargestellt werden.

Dieses Kapitel stützt sich auf die Untersuchungen von Fawzi (2009), Riebel (2008) und Stephan (2010). Diese Theorienansätze bzw. Studien wurden bei der Vorstellung der vorliegenden Arbeit bzw. beim Problemaufriss noch nicht erwähnt und finden nun deswegen dezidiert ihren Platz im folgenden Kapitel.

7.1 Traditionelles Mobbing

7.1.1 Definition

Bullying wird nach Olweus (1993, S.9) als eine negative Handlung, die wiederholt und über einen längeren Zeitraum von einer oder mehreren Personen gegen eine Person ausgeführt wird, definiert, der genaue Wortlaut dieser Definition nach Olweus lautet also wie folgt:

⁸ Im englischsprachigen Raum wird Cyberbullying verwendet, für die vorliegende Arbeit wird der Terminus als Cybermobbing verwendet.

„A person is bullied when he or she is exposed, repeatedly and over time, to negative actions on the part of one or more other persons, and he or she has difficulty defending himself or herself.“

Ein sehr wichtiger Punkt hier ist der längere Zeitraum, über den die Handlungen immer wieder wiederholt werden. Ein noch weiteres wichtiges Merkmal für das Vorliegen von Bullying ist auch das Ungleichgewicht zwischen der Stärke des Täters (Bully) und dem Opfer (Victim), denn der Täter geht hier meist als Sieger hervor (vgl. Stephan 2010, S.14f). Anders formuliert findet beim Bullying der Missbrauch einer sozialen Machtposition über das Opfer seitens des Täters statt. Bullying kann auf drei Ebenen stattfinden: verbal, körperlich aber natürlich auch psychologisch. Nach Olweus wird auch noch weiter unterschieden zwischen dem direkten und dem indirekten Bullying (vgl. ebd., S.14). Direktes Bullying richtet sich sichtbar gegen das Opfer, während das indirekte auf eine subtile Art und Weise von statten geht, wie zum Beispiel durch soziale Isolation oder dem Ausschluss aus einer Gruppe (Peer Group, Klassenverband, ...). Im deutschsprachigen Raume werden mangels sprachlicher Alternativen beide Begrifflichkeiten, also Bullying, aber auch Mobbing verwendet (vgl. ebd., S.14). Der Begriff des Bullying empfiehlt sich für Übergriffe im schulischen Umfeld. In der vorliegenden Forschungsarbeit wird der Terminus Mobbing verwendet, da im Rahmen der Empirie mit dem Untersuchungsgegenstand Facebook nicht nur auf Übergriffe im schulischen Bereich eingegangen wird, sondern auch Übergriffe innerhalb der Peer Group, vorkommen.

7.1.2 Merkmale

Die wesentlichen Merkmale von Mobbing sind also Konfrontation, Belästigung, die Häufigkeit der Angriffe über einen längeren Zeitraum und natürlich auch das Ungleich-

gewicht zwischen Täter und Opfer (vgl. Fawzi 2009, S.8f). Mobbing stellt in keiner Art und Weise Kommunikation dar, da keine wechselseitigen Interaktionen stattfinden. Im Gegenteil: Mobbing ist die Folge eines Kommunikationsprozesse (vgl. ebd., S.9).

Laut einer Online-Befragung des ZEPF (Zentrum für empirisch pädagogische Forschung) sind mehr als die Hälfte aller Schüler (54%) von traditionellem Mobbing betroffen. Vor allem in der Grundschule tritt Mobbing verstärkt auf, hier kann ein Prozentsatz von 71 verzeichnet werden (vgl. Jäger, Fischer & Riebel 2007, S.10).

Eine weitere wichtige Charakteristik von traditionellem Mobbing ist die zyklische Struktur, das heißt, dass eine Gruppe einer oder mehreren Personen eine Außenseiterrolle zuweist. Dieser Außenseiter wird gemobbt und fühlt sich dadurch natürlich unwohl. Er verändert sein Verhalten, diese Änderung ruft Reaktionen der Mitschüler hervor. Die Gruppe begründet ihre Ausgrenzung dann mit dem Verhalten des Außenseiters, welches sie selbst aber durch das Mobbing provoziert haben. Dieser Teufelskreis zwingt das Opfer immer und immer wieder, sich durch neue Aktionen selbst zu behaupten (vgl. Fawzi 2009, S.10ff).

7.1.3 Akteure Bully vs. Victim

Jugendliche, die andere mobben, weisen laut Fawzi (2009) häufig folgende Merkmale auf. Sie sind meist älter und physisch stärker als ihre Opfer, sie empfinden die Beziehungen zu ihren Eltern meist negativ und berichten von Gewalthandlungen in der Erziehung. Die Jugendlichen zeichnen sich durch Aggressivität gegenüber ihren Mitschülern, aber auch gegen Eltern und Lehrer aus, und haben eine positive Einstellung zu

Gewalt (vgl. Fawzi 2009, S.10f). Weiteres zeichnen sie sich durch schlechtere Noten aus und rezipieren häufiger gewalthaltige Filme als andere Jugendlichen. Beobachtet man verschiedene Studien zu diesem Thema, so haben verschiedene Untersuchungen ergeben, dass insgesamt mehr Jungs als Mädchen in Mobbing involviert sind und vor allem auch eher direkt, also körperlich gemobbt werden. Mädchen werden hingegen öfter verbal bzw. psychologisch gemobbt (indirektes Mobbing) (vgl. ebd., S.10f).

Olweus hat im Laufe seiner theoretischen Untermauerung dieses Themengebiets auch versucht, das typische Opfer zu skizzieren. Nach Olweus ist das typische Opfer meist ängstlicher und unsicherer als der durchschnittliche Schüler, oft auch eher vorsichtig und relativ still. Viele Opfer leiden auch an mangelndem Selbstbewusstsein und reagieren oft mit Rückzug, wenn sie gemobbt werden (vgl. Fawzi 2009, S.11). Folgen von Mobbing können sich für das Opfer in verschiedensten Ausprägungen zeigen, wie zum Beispiel, dass ein Leistungsabfall in der Schule auftritt und auch generell die Lust an der Schule sinkt (vgl. ebd., S.11f).

7.1.4 Integratives Modell nach Riebel – Ursachen/Folgen

Während die Ursachen und Folgen des traditionellen Mobbings schon vielfältig untersucht wurden, sind noch relativ wenig spezifische Betrachtungen der Ursachen von Cyber-Mobbing (wird im folgenden Kapitel behandelt) veröffentlicht worden. Riebel (2008, S.37) entwickelte ein integratives Modell zu Ursachen und Folgen von Mobbing/Bullying, dies kann aber auch auf Cyber-Mobbing angewendet werden. Das integrative Modell nach Riebel macht deutlich, dass Folgen von Mobbing gleichzeitig dafür

sorgen können, dass künftig weiteres Mobbing/Bullying entsteht. Folgen und Ursachen haben somit einen direkten Zusammenhang (vgl. Stephan 2010, S.21).

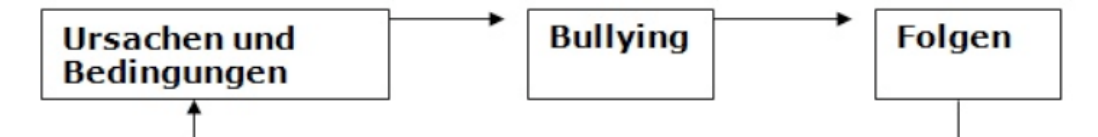


Abbildung 9: Integratives Modell nach Riebel,

Quelle: (Riebel 2008, S.38)

Auf der einen Seite stehen Einflussfaktoren, die als Ursachen bzw. als begünstigende Faktoren zur Entstehung von Mobbing beitragen. Diese lauten wie folgt (Riebel 2008, S.37):

- *genetische Faktoren (Neigung zu aggressivem Verhalten)*
- *Erziehungsstile (autoritär oder permissiv)*
- *Weitere familiäre Variablen (sozioökonomischer Status, Modellwirkung der Eltern bezüglich gewaltfreien Konfliktlösen)*
- *Peer-Faktoren (Einstellung zu Gewalt und aggressivem Verhalten innerhalb der Peer-Gruppe)*
- *Kontextfaktoren der Schule (Lernklima, soziale Faktoren)*
- *Geschlechterspezifische Unterschiede (z.B. in der Art des Imagegewinns innerhalb der Gruppe)*
- *Gruppenprozesse innerhalb der Klasse, die Mobbing begünstigen und zu dessen Aufrechterhaltung beitragen*
- *Persönlichkeitsfaktoren (typische Charakteristiken von Tätern, Opfern)*

Durch all diese oben genannten Faktoren entsteht Mobbing. Folgende Dimensionen können im Zusammenhang mit Mobbing laut Riebel (2008) unterschieden werden:

- *Erscheinungsformen (direkt – indirekt/sozial/relational: traditionell – virtuell, ...)*
- *Beteiligte (ein Täter – Gruppe von Tätern, Jungen – Mädchen – gemischte Gruppe, ...)*
- *Dauer (gilt als Dauer für den Schweregrad)*

- *Häufigkeit (gilt als Indikator für den Schweregrad)*

Mobbing/Bullying führt in weiterer Folge dann zu:

- *Kurzfristigen Folgen (Täter: Imagegewinn, Gefühl der Macht, ... / Opfer: Angst, Wut, Trauer, ...)*
- *Langfristige Folgen (antisoziale Persönlichkeitsstörung, Neigung zur Kriminalität / Opfer: niedriges Selbstwertgefühl, Depression)*

Kurz zur Erklärung des Modells: Der Pfeil von Folgen auf den Kontext Ursachen und Bedingungen soll verdeutlichen, dass Folgen von Mobbing dazu führen können, dass eine Grundlage für ein weiteres Mobbing (Bullying) gegeben wird (vgl. Riebel 2008, S.38). Ein Beispiel hierfür könnte sein, dass sich die Reaktion des Opfers auf dessen Stellung in der Klassengemeinschaft sehr negativ auswirken kann. Das Opfer gerät durch dessen Rückzug noch mehr ins Abseits und wird daraufhin noch mehr schikaniert. Hier sieht man wieder schön die zyklische Struktur, die ein wichtiges Merkmal von Mobbing darstellt. Betrachtet man die Seite des Bullies, so könnte es sein, dass dieser von der peer group für sein Verhalten belohnt wird, was natürlich dann zur Folge haben könnte, dass sich die Wahrscheinlichkeit zu weiterem aggressivem Verhalten und weiteren Übergriffen auf das Opfer erhöht (vgl. Riebel 2008, S.38ff).

An dieser Stelle lässt sich aufgrund des vorhandenen Theoriestandes dieser Materie folgende These aufstellen: man nimmt an, dass Cyber-Mobbing von den gleichen Personen und an den gleichen Personen ausgeführt wird, wie traditionelles Mobbing. Diese These unterstützen auch Beran und Li (vgl. ebd., S.38ff), die meinen, dass Cyber-Mobbing „alten Wein in neuen Schläuchen“ darstellt.

Man geht davon aus, dass Bullies alle ihnen zur Verfügung stehenden Mittel einsetzen, um deren Opfer quälen zu können. Dabei sind die Möglichkeiten, die eben die Informa-

tions- und Kommunikationstechnologien bieten, nur eine von vielen „Waffen“ in ihrem Fundus. Man nimmt also an, dass Cyber-Mobbing nichts weiter sei als gewöhnliches Mobbing, nur dass das Ganze in den virtuellen Raum transportiert wurde (vgl. Riebel 2008, S.39f)

7.2 Cyber-Mobbing

7.2.1 Definition

Cyber-Mobbing ist keine Erscheinung, die erst in den letzten Monaten aufgetreten ist, sondern stellt die digitale Fortsetzung eines analogen Phänomens (traditionelles Mobbing) dar. Eine stärkere Präsenz dieses noch sehr sensiblen Themas in der Presse, Öffentlichkeit und Politik lässt sich nach *Riebel* im Jahr 2002 feststellen (Riebel 2008; S.52):

„Auch wenn der Zeitpunkt von Cyber-Bullying nur schwer abzuschätzen ist, so lässt sich doch zumindest ein Zeitpunkt identifizieren, zu dem die Öffentlichkeit begann, sich für das Phänomen zu interessieren.“

Wie auch schon beim klassischen Bullying werden auch für das Cyber-Bullying verschiedene Begriffe verwendet. Im Englischen spricht man auch von online bullying, online social cruelty. Im Deutschen hingegen hört man vor allem die Begriffe Cyber-Mobbing oder Online-Mobbing (vgl. Specht 2010, S.26f). Für die vorliegende Forschungsarbeit wird auch, wie schon beim Kapitel bezüglich dem klassischen Bullying, der Mobbing Begriff gewählt, da er in der deutschsprachigen Literatur am geläufigsten ist. Vor allem auch deswegen, da sich das folgende Kapitel auf die theoretischen Arbeiten von Fawzi (2009) stützen, die ebenfalls den Terminus des Cyber-Mobblings verwendet.

Cyber-Mobbing kann als eine digitale Fortsetzung eines analogen Phänomens gesehen werden und erlangt gerade im letzten Jahr immer mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit (Presse, Politik,...). Im Folgenden soll nun der Versuch gestartet werden, diesem neuen Phänomen auf den Grund zu gehen und mit Hilfe der bisher vorhandenen wissenschaftlichen Theorien einen Grundstock zum besseren Verständnis zu bieten.

Bisher konnte man sich noch auf keine allgemein gültige Definition von Cyber-Mobbing einigen. Der Großteil der Autoren überträgt die Definition des traditionellen Mobbing auf Cyber-Mobbing, indem sie die Medien und Internet hinzufügen (vgl. Fazwi 2009, S.31). Der Namensgeber des Phänomens, Belsey (2008), versteht unter Cyber-Mobbing *„the use of information and communication technologies such as e-mail, cell phone and paper text message, instant messaging, defamatory personal Web sites, and defamatory online personal polling websites, to support deliberate, repeated and hostile behavior by an individual or group, that is intended to harm others.“* (Fazwi 2009, S.32f).

Eine andere Definition dieses Terminus stellt Willard auf, diese nimmt einen etwas allgemeineren Charakter an: *„Cyberbullying ist being cruel to others by sending or posting harmful material or engaging in toher forms of social aggression using the internet or other digital technologies“* (Willard 2007, S.5-15).

Zwar fehlt hier der von Olweus geforderte „längere Zeitraum“, doch stellt die oben skizzierte Definition eine gute Ausgangsbasis dar.

Cyber-Mobbing spielt sich also in der digitalen Welt ab, musste also der Täter seinem Opfer beim klassischen Mobbing noch gegenüberreten, ist im Netz die Attacke mittels

eines Mausklicks erledigt (vgl. Stephan 2010, S.16).

Olweus hat für das Vorliegen von traditionellem Mobbing einige Kriterien aufgestellt, die bereits im vorherigen Kapitel Abhandlung fanden. Diese Kriterien sind für den Bully im digitalen Umfeld noch leichter zu erfüllen. Gemeint ist damit, dass gerade dieser von Olweus geforderte „längere Zeitraum“ im Netz mit nur einer Handlung erreicht werden kann (z.b. Gründung einer „Hassgruppe“ auf einem Social Network), im Gegensatz zur realen Welt, denn hier sind oft wiederholte Attacken auf das Opfer von Nöten (vgl. ebd., S.16).

Palfrey und Gasser (2008, S.106ff) sehen Cyber-Mobbing als ein sehr großes Risiko, dem „Digital Natives“⁹ heutzutage ausgesetzt sind. Im Vergleich zum traditionellen Mobbing kann nämlich das Cyber-Mobbing die Intensität einer Attacke extrem verstärken (vgl. ebd., S. 106).

7.2.2 Merkmale

Cyber-Mobbing zeichnet sich durch verschiedene Merkmale aus, die im Folgenden kurz skizziert werden sollen. Auf ein Merkmal weist bereits der Name Cyber-Mobbing hin. Cyber-Mobbing findet wie bereits des öfteren in der vorliegenden Arbeit erwähnt in der virtuellen Welt statt, über das Internet aber auch über das Handy. Für diese Arbeit wurde der Fokus jedoch nur auf das Auftreten im Internet, und hier speziell auf das Auftreten von Cyber-Mobbing auf Social Networks, hier Facebook, gelegt.

Durch die Verschiebung in die virtuelle Welt treten laut Fawzi (2009) verschiedene Veränderungen gegenüber dem traditionellen Mobbing auf. Während traditionelles

⁹ Als „Digital Native“ werden all diejenigen bezeichnet, die in einer Zeit aufgewachsen sind, in der digitale Technologie wie Computer, Internet und Handys bereits weit verbreitet waren, umgangssprachlich auch Netzgeneration genannt.

Nach Palfrey und Gasser (2008, S.1) sind alle ab dem Jahr 1980 Geborene „Digital Natives“

Mobbing nur in einem begrenzten Rahmen und zu bestimmten Zeitpunkten möglich ist (Schule, ...) und das Opfer somit zu Hause einen Zufluchtsort findet (vgl. Fawzi 2009, S.34f), kann Cyber-Mobbing jederzeit und überall stattfinden.

Ein weiteres Merkmal ist, dass Bully und Victim nicht im direkten Kontakt zueinander stehen. Ein Statement von Willard (2007) skizziert diese Problematik in nur einem Satz sehr treffend: „*I can't see you – you can't see me*“ (Willard 2007, S.3). Und hier kommt auch wieder die in diesem Kontext ein paar Mal erwähnte „Enthemmung“ vor. Die digitalen Medien verschaffen dem Bully neue Möglichkeiten, dem Victim zu schaden, indem das Ganze 24/7 möglich ist (vgl. Fazwi 2009, S.34). Die Online-Umgebung stellt in einer gewissen Art und Weise auch ein spielerisches Umfeld da, was (im Übrigen nicht nur den Täter) Jugendliche oft dazu bringt, Sachverhalte online zu äußern, die sie im realen Leben zurückhalten würden, und befinden sich eben betreffend den Folgen und den Dimensionen, was das für einen Victim bedeuten könnte, im Unklaren (vgl. Stephan 2010, S.17).

7.2.3 Kanäle

Cyber-Mobbing kann in verschiedenen digitalen Medien stattfinden und tritt in diesen Kanälen auch in verschiedensten Ausprägungen auf. Das verwendete Medium kann also zur Differenzierung als geeignetes Merkmal herangezogen werden (vgl. Stephan 2010, S.19). Nach Fazwi (2009) kann Cyber-Mobbing in sieben Kategorien eingegliedert werden (vgl. Fazwi 2009, S.35f):

- Bullying via SMS
- Bullying via E-Mail
- Bullying am Telefon
- Bullying durch Verbreitung von Bildern und Videoclips

- Bullying via Chatrooms
- Bullying via Instant Messaging
- Bullying auf Websites (YouTube, Social Networks, ...)

In den Zeiten der zunehmenden Medienkonvergenz, sprich des Zusammenwachsens von ehemals getrennten Medien, vermischen sich die verwendeten Technologien immer mehr.

Zusätzlich zu den Kanälen kann Cyber-Mobbing aber auch durch die verschiedenen Methoden, die zum mobben angewendet werden, charakterisiert werden. Laut Fawzi (2009) werden in der angloamerikanischen Literatur dabei zwei Arten von Cyber-Mobbing unterschieden, und zwar direktes, verbales Mobbing und indirektes, aggressives Mobbing (vgl. Fazwi 2009, S.38f).

Kurz zur Erläuterung: Beim **direkten Cyber-Mobbing** erfolgt der Angriff durch einen tatsächlichen direkten Kontakt des Bullys zum Vicitim über eben einen digitalen Kommunikationsweg. Beispiele hierfür können SMS, MMS, E-Mails, Instant-Messenger oder eben ein Social Network sein (vgl. Stephan 2010, S.21f). Dies ist besonders für die vorliegende Forschungsarbeit relevant, da der Untersuchungsgegenstand das Social Network „Facebook“ darstellt. Beim **indirekten Cyber-Mobbing** besteht kein persönlicher Kontakt zwischen Bully und Victim. Vielmehr kommt es hier zu Verleumdung, Ausgrenzung, Annehmen einer falschen Identität, Erstellung eines Fake-Profiles, ... (vgl. ebd., S.21f). Indirektes Cyber-Mobbing stellt für den Untersuchungsgegenstand „Facebook“ der vorliegenden Arbeit ebenfalls eine wichtige Komponente dar.

Man unterscheidet also inhaltliche Ausprägungen von Cyber-Mobbing, die nun der Vollständigkeit halber aufgezählt werden und im nächsten Kapitel eine detaillierte theoretische Ausarbeitung finden sollen (Fawzi 2009):

Direktes Cyber-Mobbing	Indirektes Cyber-Mobbing
<ul style="list-style-type: none"> • Flaming (Beleidigungen, Beschimpfung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Outing und Trickery (Bloßstellung und Betrugerei)
<ul style="list-style-type: none"> • Cyberstalking (fortwährende Belästigung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Denigration (Verleumdung)
<ul style="list-style-type: none"> • Cyberthreats (offene Androhung von Gewalt) 	<ul style="list-style-type: none"> • Impersonation (Annehmen einer falschen Identität)
<ul style="list-style-type: none"> • Harassment (Belästigung, Schikanie) 	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusion (Ausgrenzung)

Abbildung 10: Kategorisierung Cyber-Mobbing

Quelle: eigene Darstellung nach (Fawzi 2009, S.39)

7.2.4 Formen und Kategorisierung

Die nun im vorherigen Kapitel benannten Ausprägungen des Cyber-Mobbings werden im folgenden Kapitel einer genaueren Betrachtung unterzogen, da sie auch zur Beantwortung der vorliegenden Forschungsfragen und vor allem für den Untersuchungsgegenstand „Facebook“ von großer Bedeutung sind.

Die folgenden Definitionen wurden alle von Willard 2007 (S.5-15ff) übernommen und durch die theoretische Fundierung von Stephan 2010 (S.18ff) ergänzt. Deswegen wird im Folgenden von einer dezidierten Zitierung abgesehen.

1. Flaming (Beleidigung, Beschimpfung)

„Online fights using electronic messages with angry and vulgar language.“. Diese Art findet meist in öffentlichen Kommunikationsräumen statt (Online-Spiele, ICQ, E-Mail, ...)

2. Harassment (Belästigung, Schikanierung)

„Repeatedly ending nasty, mean, and insulting messages.“ Darunter versteht man also wiederholte, auf den Bully zielgerichtete Attacken, dies kann von Unbekannten (User in Social Networks) oder von Bekannten aus dem realen sozialen Umfeld passieren.

3. Denigration (Verleumdung, Gerüchte verbreiten)

„Dissing“ someone online, sending or posting gossip or rumours about a person to damage his or her reputation or friendships.“ Hier wird es darauf ausgelegt, ein Victim mittels Texten, Fotos/Videos, die online ins Netz gestellt oder direkt an andere verschickt werden, zu blamieren.

4. Impersonation (Annehmen einer falschen Identität)

„Pretending to be someone else and sending or posting material to get that person in trouble or danger or to damage that person's reputation or friendships.“ Hinter dieser Aussage steckt der Fact, dass sich manche User, in der vorliegenden Arbeit manche Jugendliche, in der Problematik des Cyber-Mobbings als eine andere Person ausgeben, um jemandem anderen zu schaden oder in Schwierigkeiten zu bringen.

5. Outing and Trickery (Bloßstellung und Betrügerei)

„Talking someone into revealing secrets or embarrassing information, then sharing it online. Sharing someone's secrets or embarrassing information or images online.“ Darunter fällt die Verbreitung intimer Details oder peinlicher Aufnahmen, um einer anderen Person Schaden zuzufügen (z.B. ehemalige Freund(in) bloßstellen).

6. Exclusion (Ausgrenzung)

„Intentionally and cruelly excluding someone from an online group.“ Hier erfolgt die bewusste Ausgrenzung aus einer Gruppe, zum Beispiel einer bestimmten Gruppe in einem Social Network, im vorliegenden Falle dem Untersuchungsgegenstand Facebook.

7. Cyberstalking (fortwährende Belästigung)

„Repeated, intense harassment and denigration that includes threats or creates significant fear.“ Bei dieser Ausprägung des direkten Cyber-Mobbing wird jemand wiederholt belästigt und bedroht (sexuell).

8. Cyberthreats (offene Androhung von Gewalt)

„Statements that make it sound like the writer is emotionally upset and may be considering harming someone else, harming himself or herself, or committing suicide.“ Hier erfolgt eine direkte oder indirekte Androhung, dass jemand verletzt oder gar getötet werden soll, auch Androhung eines Suizids.

7.2.5 Ursachen und Folgen

Hier kann auf das integrative Modell nach Riebel (2008) zurückgegriffen werden, welches bereits im Kapitel des traditionellen Mobbing Abhandlung fand, und auch auf den Kontext des Cyber-Mobbing zutrifft. Deswegen wird auf eine weitere Ausführung verzichtet (vgl. Kapitel 7.1.4).

7.2.6 Charakteristiken Bully vs. Victim

Die wichtigsten Charakteristiken wurden bereits im Kapitel des traditionellen Mobbing dargestellt. Nun stellt sich aber die Frage, ob es Unterschiede in Bezug auf Geschlecht, Alter und Hintergrundvariablen gibt und wie sich diese äußern. Bisher existieren nur äußerst wenige Befunde, auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll. Die vorliegende Forschungsarbeit stützt sich in diesem Kapitel auf die theoretische Fundierung von Riebel (2008)¹⁰

7.2.6.1 Geschlecht

Da sich beim traditionellen Mobbing Geschlechterunterschiede ergeben, ist es auch anzunehmen, dass sich dies auch beim Cyber-Mobbing wiederholen wird. Da Cyber-Mobbing jedoch oft relational im weiteren Sinne ist, wird vermutet, dass mehr Mädchen involviert sind als Jungs, oder aber zumindest, dass der Anteil der Mädchen höher ist als der beim normalen Mobbing (vgl. Riebel 2008, S.55f).

¹⁰ Riebel J. (2008). Spotten, Schimpfen, Schlagen ...Gewalt unter Schülern – Bullying und Cyberbullying.

7.2.6.2 Täter

Laut Riebel (2008) gibt es noch keinerlei Hinweis darauf, dass sich Cyberbullies von gewöhnlichen Bullies in irgendeiner Art und Weise unterscheiden. Riebel meint dazu, dass dieser Sachverhalt in Zukunft noch weiter erforscht werden sollte. Dennoch wurden in diesem Kontext Vermutungen aufgestellt, nämlich ob und inwieweit es Unterschiede gibt. Riebel (2008) nimmt an, dass der männliche Cyberbully weniger über körperliche Stärke verfügt oder dass sowohl männliche als auch weibliche Cyberbullies eher feiger sind als traditionelle Bullies und sich deswegen hinter der Anonymität des Internets verstecken (vgl. Riebel 2008, S.55).

7.2.6.3 Opfer

Auch hier meint Riebel (2008), dass es sehr fraglich ist, ob sich Opfer von Cyber-Mobbing von gewöhnlichen Opfern unterscheiden. Hier wird angenommen, dass es sich eher um dieselben Personen handelt, die auch im Real Life zu Opfern werden (vgl. ebd., S.56).

Dennoch besteht die Möglichkeit, dass die Opfer im Cyberspace eher die Chance haben zurückzuschlagen als im Real Life und diese auch vielleicht nutzen (vgl. ebd., S.56).

7.2.7 Maßnahmen gegen Cyber-Mobbing in sozialen Netzwerken (Facebook)

Wie in der „**Safer Social Networking Principles for the EU**“ der europäischen Kommission dargestellt, gibt es verschiedene Möglichkeiten präventiv gegen Cyber-Mobbing in Social Networks vorzugehen. Auf der einen Seite existieren Möglichkeiten innerhalb der Networks, doch für ein sicheres Surf-Erlebnis der Jugendlichen in Social

Networks sind nicht nur die Social Network-Betreiber zuständig, sondern auch noch andere Instanzen (Regierung/Behörden, Gesellschaft, Nutzer selbst und vor allem die Eltern). Dies ist vor allem in der vorliegenden Forschungsarbeit sehr wichtig, da hier eine Untersuchung der 12 – 19-jährigen Jugendlichen stattfindet. Damit einher geht wieder das Schlagwort der Medienkompetenz, welches bereits in einem der vorhergehenden Kapitel der vorliegenden Arbeit abgehandelt wurde (vgl. Stephan 2010, S.67f).

7.2.7.1 Medienkompetenz

Kinder und Jugendliche pflegen in ihrem Medienalltag einen relativ sorglosen und selbstverständlichen Umgang mit neuen digitalen Medien. Um eben eine möglichst sichere Nutzung des Internets, im Besonderen eben von Social Networks, zu gewährleisten, ist eine allgemeine Förderung der Medienkompetenz sehr wichtig. Eine weitere detaillierte Abhandlung findet sich unter dem Kapitel 6.5. (vgl. Stephan 2010, S.68f).

7.2.7.2 Informationen in der Öffentlichkeit

In der Öffentlichkeit existieren schon einige Initiativen, die entsprechende medienpädagogische Maßnahmen bieten. Nennenswert sind hier klicksafe.de und saferinternet.at. Weiters gibt es politische Initiativen wie der „Safer Internet Day“ oder die bereits erwähnte „Safer Social Networking Principles“ der EU, die ebenfalls gute unterstützende Plattformen darstellen (vgl. ebd., S.69).

7.2.7.3 Transparenz – Social Networks

Social Networks richten sich im Besonderen an eine jugendliche Zielgruppe. Deswegen ist es unerlässlich, dass eine klare, altersgemäße Kommunikation stattfindet. Dies

gilt vor allem für die AGB's, Datenschutzerklärungen und Hinweise auf die Privatsphäre auf Social Network Sites (vgl. ebd., S.69).

„Facebook helps you connect and share with the people in your life“

(Facebook Pressebereich)

Dieses Statement, dass jeder User auf der Startseite des Social Networks Facebook findet, soll die Überleitung zum nächsten großen Kapitel darstellen.

8 DER UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND – DAS PHÄNOMEN FACEBOOK



Abbildung 11: Time – Person of the Year

Quelle: http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2036683_2037183,00.html, 15.10.2010

„Born in 1984, the same year the Macintosh computer was launched, he is both a product of his generation and an architect of it. The social-networking platform he invented is closing in on 600 million users, in a single day, about a billion new pieces of content are posted on Facebook. It is he connective tissue for nearly a tenth of the planet. Facebook is now the third largest country on earth and surely has more information about its citizens than any government does. Zuckerberg, a Harvard dropout, is its T-shirt-wearing head of state.“

(Time Online)¹¹

Das Social Network Facebook ist allgegenwärtig:

¹¹ Quelle: http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2036683_203718100,12.10.2010

Mark Zuckerberg gründete 2004 das Online-Netzwerk Facebook, das mittlerweile zu einem Konstrukt angewachsen ist, das die Online-Identitäten von mehr als einer halben Milliarde Menschen gespeichert hat und drauf und dran ist, den Internet-Giganten Google in den Schatten zu stellen.

Keinem sind sie unbekannt, die Geschichten rund um die blau-weiße Website. Große und kleine Geschichten, traurige, unglaubliche, aber auch lustige. Es gibt kaum jemanden, der sich nicht in irgendeiner Art und Weise von diesem Phänomen berührt fühlt (vgl. Steinschaden, S. 7ff).

Es ist wirklich unglaublich, welche Dimensionen das Social Network Facebook angenommen hat. Im Jahr 2010 war jeder vierte Internetnutzer der Welt angemeldet, das heißt, dass Facebook zur größten Datensammlung der Welt geworden ist. Splittet man die Nutzer nach dem Herkunftsland auf, so kommen etwa 30% der Nutzer aus den USA, 70% verteilen sich auf den Rest der Welt. Nennenswert hierfür sind besonders die Staaten der EU, aber auch Nationen wie die Türkei, Indonesien, Kanada, die Philippinen oder Indien.

Man könnte das Social Network Facebook auch als „Meldeamt“ des Internets bezeichnen. Hier finden sich Informationen angehäuft, von denen Regierungen wohl nur träumen können (vgl. Steinschaden 2010, S.9). Durch die große Teilnahme von eben so vielen Menschen hat sich wirklich eine Art von Sog entwickelt, der eben wie bereits erwähnt in vielen Ländern einen großen Teil der Bevölkerung in seinen Bann gezogen hat. Mit Facebook hat die Internet-Ära der Menschen so richtig begonnen und ist im Begriff, das Netz der Informationen (Google) und das Netz der Waren (Amazon, eBay) abzulösen (Steinschaden 2010, S.12f).

Facebook ist außerdem auch noch der Höhepunkt dessen, was in den letzten Jahre als das „Mitmach-Netz“ angepriesen wurde: Text, Foto und Video, alles produziert der Nutzer selbst, nicht etwa höhere Instanzen wie Filmer, Fotografen, Musiker oder Journalisten. Es gibt zwar auch noch andere Plattformen wie etwa YouTube oder Myspace, dennoch schafft es keiner, so viele Nutzerinhalte gebündelt an den Mann/ die Frau zu bringen wie das Social Network Facebook (vgl. Steinschaden 2010, S.13).

Facebook belegt laut dem Alexia-Ranking (Stand: Dezember 2010) mit über 500 Millionen Mitgliedern den 2. Platz in der Liste der weltweit meistbesuchten Internet-Seiten. Noch nicht geschlagen gegeben hat sich die Social Network Seite von Marktführer Google, der im Alexia-Ranking den stolzen 1. Platz belegen kann. Platz 3 bis 6 belegen YouTube, Yahoo!, Live und Baidu (Alexia Top Sites, Stand: 25. Dezember 2010). An der Spitze des Web 2.0 und somit ganz weit vorne in den Top Web 2.0 Unternehmen steht nun das Social Network Facebook (vgl. Weilhartner 2009, S.67).

Innerhalb der wohl weltgrößten Online Community stellen die Mitglieder die Knotenpunkte des Netzes dar und sind mit beliebig vielen anderen Mitgliedern verbunden. Diese Verbindungen sind durch Freundeslisten besonders gut strukturiert und leichter zu erkennen als in der Offline-Welt, in der Beziehungen zwischen Menschen normalerweise nicht von vornhinein graphisch dargestellt werden (vgl.ebd., S.67). Laut Boyd und Ellison 2007 nutzen die User das eigene Profil bzw. Facebook, um bestehende Beziehungen zu pflegen oder zu intensivieren und weniger, um neue Kontakte zu knüpfen. Im Schnitt hat ein Facebook-Mitglied um die 130 „Freunde“ auf der Plattform. Mit so vielen Menschen gleichzeitig Kontakt halten zu können, ist nur durch die Technologie des Online-Netzwerkes möglich (vgl. Steinschaden 2010, S. 17).

Doch wie definiert sich Facebook eigentlich selbst? Im Facebook Pressebereich, der auf dem Social Network eigens eingerichtet wurde, findet man folgendes:

„Founded in February 2004, Facebook is a social utility that helps people communicate more efficiently with their friends, family and coworkers. The company develops technologies that facilitate the sharing of information through the social graph, the digital mapping of people’s real-world social connections. Anyone can sign up for Facebook and interact with the people they know in a trusted environment.“ (Facebook Pressebereich)

8.1.1 Entstehung von Facebook

Was passiert eigentlich innerhalb von einer Minute auf Facebook? Aktuell (Jänner 2011) zählt Facebook rund 585 Millionen Benutzer. Ein neues Video von Time zeigt eindrücklich die Dimensionen dieses Social Networks. Die folgende Aufzählung nennt nur die Komponenten, die im Video vorkommen (vgl. Thomas Hutter Online).¹²

- 50.304 geteilte Links
- 66.168 Foto-Taggings
- 74.204 Event-Einladungen
- 79.364 Pinnwand-Beiträge bei Freunden
- 82.557 Status-Updates
- 98.604 Freundschaftsanfragen
- 135.849 Foto-Uploads
- 231.605 Nachrichten
- 382.861 „I like“ –Klicks
- 510.404 Kommentare

¹² <http://www.thomashutter.com/index.php/2010/12/facebook-1-minute-auf-facebook/>, 13.01.2011

Diese Aufzählung verdeutlicht noch mal, welche Reichweite und welche große Bedeutung man diesem Social Network zuweisen kann und wie viel Gefahrenpotenzial und Möglichkeiten es gibt, diese Anwendung für gewisse Ausprägungen des in der vorliegenden Arbeit untersuchten Themengebiets des Cyber-Mobbings zu verwenden.

Doch wie entstand Facebook nun eigentlich? Im Februar 2004 gründete der Student Zuckerberg die Plattform „*thefacebook.com*“ mit dem Hintergrund einer „friend-networking site“, deren Anfänge damals im Studentenheim der Harvard University zu finden waren (vgl. Stagl 2009: S. 43).

Die Grundidee damals war es eigentlich, dass „*thefacebook.com*“ wie ein Online-Jahrbuch mit Fotos und Namen aller Studierenden fungieren sollte. Doch Zuckerberg erkannte schon damals, dass es doch viel interessanter wäre, wenn man zusätzlich zu Namen und Bildern auch noch andere Daten öffentlich zugänglich machen könnte (vgl. Weilhartner 2009: S. 68f).

Mit seinen Mitbegründern Chris Jughes, Dustin Moskovitz und Eduardo Saverin mailte Zuckerberg eine Einladung zum neuen Netzwerk an viele Studenten der Harvard University, die registrierten sich und schickten den Link an Freunde weiter. Diese schickten es wieder weiter und so wuchs das „*thefacebook.com*“ mittels des bekannten Schneeballsystems ziemlich schnell. Dieses System ist auch noch heute aktuell und funktioniert auch noch weiterhin (vgl. Cassidy 2006: S. 1f).

Im Folgenden soll anhand einer kurzen Timeline die Entwicklung des Social Networks Facebook von der Entstehung bis zum aktuellen Stand skizziert werden.

Im August 2005 legte die Firma offiziell den Namen „*thefacebook.com*“ ab und war nun unter der Domain www.facebook.com zu erreichen. Facebook wuchs stetig an, wurde um immer neue Funktionen erweitert (Erstellung von Fotoalben) und erhöhte auch seine Reichweite, was so viel hieß, wie dass Facebook auch andere Universitäten und Schulen in ihr Netzwerk aufnahm.

Im Dezember desselben Jahres erreichte Facebook dann über 5,5 Millionen aktive User.

Kaum ein Jahr später knackte Facebook im Dezember (2006) die 12 Millionen Grenze und verzeichnete innerhalb nur eines Jahres einen wirklich enormen Anstieg der aktiven User. Im Oktober desselben Jahres verkaufte Mark Zuckerberg 1,6% seiner Firma Facebook für 240 Mio. Dollar an den Software Riesen Microsoft (vgl. ebd., S.69).

Auch im Jahre 2008 setzte Facebook einige Meilensteine, ein paar sollen hier erwähnt werden. Im April des Jahres findet der Facebook Chat seinen Relaunch, Facebook ist in 21 verschiedenen Sprachen verfügbar und Ende des Jahres erreicht das wohl erfolgreichste Social Network seine Mitgliedermarke von 100 Millionen. (Facebook Pressebereich)

Seit Februar 2009 können die User nun auch die bekannte „I like“- Funktion nutzen. Am 14. Jänner 2010 hatte Facebook nach eigenen Angaben über 350 Millionen aktiver User. Am 21. April 2010 waren es schlussendlich über 400 Millionen. Das entspricht einem Wachstum von über 14% im Frühling 2010 (vgl. ebd., S.69).

Mark Zuckerberg beschäftigt mehr als 2.000 Mitarbeiter, um Facebook am laufen zu halten. Zuckerberg selbst agiert noch immer als der CEO der Firma und trägt Verantwortung für das Unternehmen (vgl. Facebook Pressebereich).

In der unten stehenden Tabelle finden sich noch einmal alle wichtigen und nennenswerten Zahlen und Fakten zur Veranschaulichung im Detail.

Zum Schluss noch einmal kurz zusammengefasst: Im Moment verzeichnet Facebook über 500 Millionen aktive User, von denen 50% jeden Tag online gehen. Durchschnittlich kann jeder User ungefähr 130 „Freunde“ zu seinen zählen, Facebook ist in über 71 Sprachen verfügbar und die Gesamtheit der Facebook User verbringt über 700 Billionen Minuten im Monat auf der Plattform. Kurz zusammengefasst kann man sagen, dass sich Facebook immer größerer Beliebtheit erfreut bzw. dass generell die Beliebtheit von Social Networks immer höher wird.

Statistics

People on Facebook	<p>More than 500 million active users</p> <p>50% of our active users log on to Facebook in any given day</p> <p>Average user has 130 friends</p> <p>People spend over 700 billion minutes per month on Facebook</p>
Activity on Facebook	<p>There are over 900 million objects that people interact with (pages, groups, events and community pages)</p> <p>Average user is connected to 80 community pages, groups and events</p> <p>Average user creates 90 pieces of content each month</p> <p>More than 30 billion pieces of content (web links, news stories, blog posts, notes, photo albums, etc.) shared each month.</p>
Global Reach	<p>More than 70 translations available on the site</p> <p>About 70% of Facebook users are outside the United States</p> <p>Over 300,000 users helped translate the site through the translations application</p>
Platform	<p>Entrepreneurs and developers from more than 190 countries build with Facebook Platform</p> <p>People on Facebook install 20 million applications every day</p> <p>Every month, more than 250 million people engage with Facebook on external websites</p> <p>Since social plugins launched in April 2010, an average of 10,000 new websites integrate with Facebook every day</p> <p>More than 2.5 million websites have integrated with Facebook, including over 80 of comScore's U.S. Top 100 websites and over half of comScore's Global Top 100 websites</p>
Mobile	<p>There are more than 200 million active users currently accessing Facebook through their mobile devices.</p> <p>People that use Facebook on their mobile devices are twice as active on Facebook than non-mobile users.</p> <p>There are more than 200 mobile operators in 60 countries working to deploy and promote Facebook mobile products</p>

Abbildung 12: Facts Facebook

Quelle: Facebook Pressebereich, 15.10.2010

8.2 Aufbau von Facebook

Facebook stellt ein Social Network dar, demnach lässt es sich schwer chronologisch beschreiben. Der Vollständigkeit halber wird trotzdem der Versuch unternommen, einen ganz kurzen Überblick über den Aufbau zu geben, nur um das Ganze zu visualisieren.

Facebook setzt sich aus vielen verschiedenen Seiten zusammen. Die wichtigsten Komponenten in dem großen Ganzen sind wohl die Profil-Seiten der einzelnen Mitglieder (vgl. Weilhartner 2009, S.71f). Wenn sich der User unter www.facebook.com eingeloggt hat, öffnet sich zuerst einmal die allgemeine Startseite. Hier kann der User die aktuellen Statements seiner Freunde einblicken, rechts findet sich eine Section in dem die aktuellen Events, für die sich der User angemeldet hat einsehen kann. Ebenfalls angezeigt werden natürlich auch die aktuellen Geburtstage der „Friends.“

Klickt der User dann auf die Profilansicht, so zeigt sich folgendes Bild (siehe Screenshot).

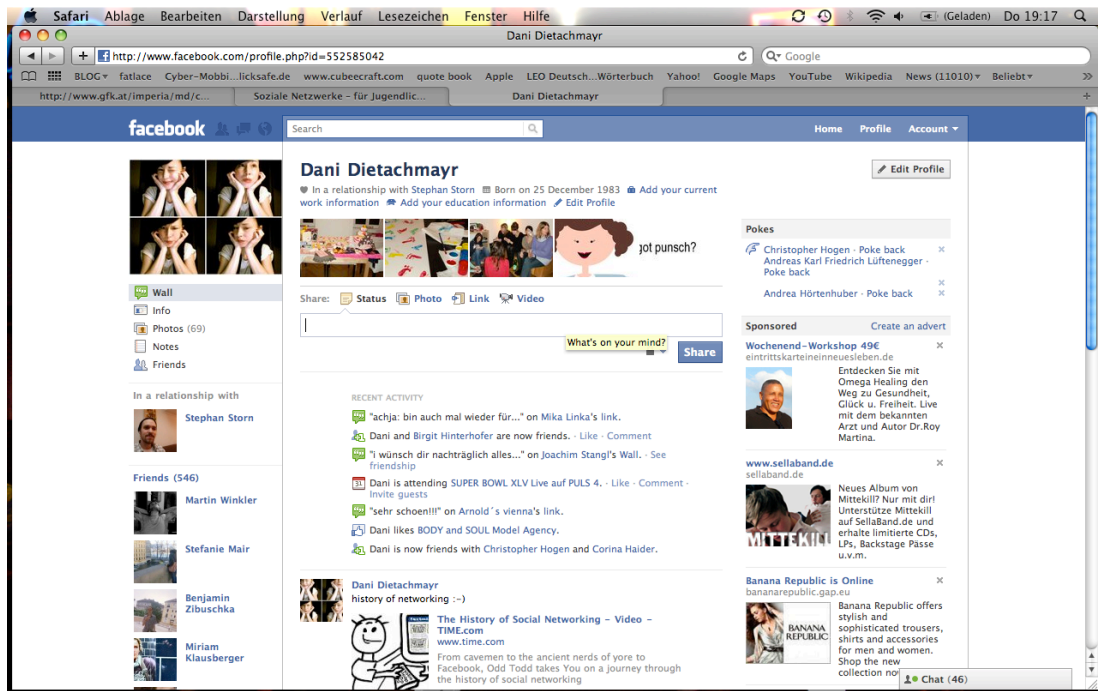


Abbildung 13: Facebook-Profilseite

Quelle: <http://www.facebook.com/profile.php?id=552585042>

Die obige Abbildung zeigt ein Beispiel einer Profil-Seite. Auf der linken Seite befindet sich das Profil Foto, welches man individuell hochladen kann. Rechts daneben existiert ein Link zu weiteren Fotos und eine Kurzfassung der allgemeinen Informationen über die Person (Geburtsdatum, Wohnort, ...). Links unter dem Profil Foto finden sich verschiedene Bereiche, in dem sich der User aufhalten kann. Hierzu zählen die Pinwand, wieder der Infobereich, Fotos und der Bereich Freunde.

Die Pinnwand ist das Hauptkommunikationstool neben der Chatfunktion. Hier hat der User die Möglichkeit Statements abzugeben. Man kann jedoch auch noch ein Video oder einen Link hinzufügen.

9 EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG

9.1 *Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen*

Ziel der vorliegenden Arbeit sollte sein, empirische Erkenntnisse zum Thema Cyberstalking/-bullying unter Jugendlichen im Alter von 12 – 19 Jahren in Österreich zu gewinnen. Im konkreten Fall sollten folgende Forschungsfragen geklärt werden:

Forschungsleitende Fragestellung: *Welchen Einfluss nimmt Cyberbullying auf Jugendliche und deren Umgang und Nutzung von Social Networks im vorliegenden Falle „Facebook“?*

Die nun vorliegenden Hypothesen, die aus den Forschungsfragen abgeleitet wurden, wurden auf Basis der bisherigen theoretischen Ausführungen zu dem in der vorliegenden Arbeit untersuchten Themengebiets gebildet.

Forschungsfrage 1: Welche Unterschiede ergeben sich bei der Wahrnehmung/Einschätzung von Cyber-Mobbing und den damit verbundenen Gefahren bei der Zielgruppe der Jugendlichen von 12-19 Jahren?

Hypothese 1: Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Alter des Digital Natives und dem Umgang mit Gefahren auf Social Network Seiten (Einschätzung, ob es sich bei gewissen Aktionen um Cybermobbing handelt oder nicht).

Forschungsfrage 2: Finden sich Unterschiede in Bezug auf das Geschlecht, Alter, Bildungsgrad, den eingenommenen Rollen (Bully vs. Victim), der geographischen Herkunft und der Ausübung bzw. der Stärke von Cyber-Mobbing?

Hypothese 2: Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem klassischen und dem Cyber-Mobbing.

Hypothese 3: Je höher die Medienkompetenz eines Digital Natives ist, desto niedriger ist die Wahrscheinlichkeit, Bully-Victim zu werden.

Hypothese 4: Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Geschlecht eines Digital Natives und der Ausübung von Cyber-Mobbing.

Hypothese 5: Jugendliche im städtischen Bereich sind höher beeinflusst bzw. mehr mit der Problematik des Cyber-Mobbings konfrontiert, als Jugendliche im ländlichen Bereich.

Hypothese 6: Je höher der Bildungsgrad der Jugendlichen ist (höchste abgeschlossene Ausbildung), desto geringer gestaltet sich die Möglichkeit, Victim von Cyber-Mobbing zu werden.

Hypothese 7: Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Digital Natives und der damit verbundenen Medienkompetenz Internetkompetenz.

9.2 Der Untersuchungsgegenstand – das Social Network Facebook

Der vorliegende Untersuchungsgegenstand, das Social Network Facebook, wurde bereits im Kapitel 8. der vorliegenden Arbeit näher betrachtet und fand seine theoretischen Ausführungen.

Warum nun genau für die empirische Untersuchung das SN Facebook ausgewählt wurde, setzt sich aus folgenden Überlegungen zusammen. Bisher wurden für Studie zu dem Themengebiet Cyber-Mobbing im deutschsprachigen Raum meist Social Networks wie schülerVZ oder ähnliches untersucht. Grund dafür war wohl der, dass eben laut

Studien (JIM-Studien) herausgefunden wurde, dass in der Gruppe der unter 20-Jährigen drei Viertel der Befragten eben schülerVZ nutzen. Diese Plattform ist speziell für Schüler ausgerichtet, liegt im Alterssegment mit Abstand am weitesten vorne. Laut der JIM-Studie 2010 lautet dies wie folgt: *„Die mit Abstand bei Jugendlichen bekannteste und am häufigsten genutzte Online-Community ist zweifelsfrei schülerVZ, die von 53% der befragten 12-19jährigen Jugendlichen genutzt wird.“*

Wie auch bereits im Theorieteil der vorliegenden Arbeit (Kapitel 6.3) erwähnt wurde, verzeichnete die Plattform Facebook einen riesigen Anstieg. Gaben im Jahr 2009 eben gerade einmal sechs Prozent der Jugendlichen an, dieses Social Network zu nutzen, hat sich der Anteil im Jahr 2010 auf 37% erhöht. Der Grund dafür könnte natürlich sein, dass Facebook eine international ausgerichtete Community darstellt, die in erster Linie für Erwachsene konzipiert wurde.

Plattformen wie schülerVZ sind eher regional ausgerichtete Plattformen für Schülerinnen und Schüler. Als Nutzer von Facebook erweitern die Jugendlichen ihren Horizont in zwei Richtungen. Altersgrenzen werden ebenso wie die regionale Sichtweise auf Schule oder Wohnort potentiell deutlich erweitert. Wird ein Geschlechtervergleich gezogen, so ist dies für Mädchen (44% nutzen Facebook) offenbar deutlich interessanter als für die Jungs (31%) (vgl. vorliegende Arbeit 46f).

Genau dies war der Grund, warum für die vorliegende Arbeit das Social Network ausgewählt wurde. Es gilt als interessant herauszufinden, ob bereits vorliegende Studienergebnisse (Untersuchungsgegenstand: schülerVZ, ...) den Ergebnissen zum Untersuchungsgegenstand Facebook ähnlich darstellen oder ob vollkommene Abweichungen auftreten.

9.3 Methodik und Forschungsdesign

Für die vorliegende Forschungsarbeit wurde die Methode der Online-Befragung (computervermittelte Befragung) ausgewählt. Für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit erschien diese Methode als die sinnvollste.

9.3.1 Die Online-Befragung

Um die bereits genannten Forschungsfragen beantworten zu können, wird die Befragung – im Speziellen wie bereits erwähnt die Online-Befragung – als Methode gewählt, weil sie es auch erlaubt, gesellschaftlich relevante Aussagen über die jeweiligen Merkmalsträger zu machen (vgl. Brosius 2009, S.48ff). Die Merkmalsträger im vorliegenden Fall wäre die Zielgruppe der Jugendlichen von 12-19 Jahren. Das Alter der Probanden wurde in Anlehnung an die JIM-Studie 2010 gewählt, bei der ebenfalls Personen im Alter von 12-19 Jahren befragt wurden. Cyber-Mobbing spielt sich vorrangig im Web 2.0 ab, deswegen auch die Wahl der Online-Befragung. Ein entscheidender Vorteil von Online-Befragungen ist in jedem Fall die Unabhängigkeit von Ort und Zeit. Der Befragte entscheidet demnach selbst, wann und wo er im Rahmen eines festen Befragungszeitraumes an der Umfrage teilnehmen möchte. Darüber hinaus kann der Onlinefragebogen ziemlich genau auf bestimmte Personen- bzw. Zielgruppen zugeschnitten werden. Ein weiteres ziemlich großes Plus ist auf jeden Fall, dass sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte erhoben werden können. Hinzu kommt, dass eine computerunterstützte Erfassung der Daten den Zeitaufwand bei ihrer Auswertung mittels SPSS verringert. Dafür erfordert aber die Online-Befragung im Vorfeld einen erhöhten Zeitaufwand (vgl. Brosius 2009, S 49ff).

Natürlich bestehen auch bei dieser Methode einige Nachteile. Ein Schlagwort hierfür ist die Repräsentativität, denn die Grundgesamtheit sind bei einer Online-Befragung im-

mer die Internetuser, weiters existiert das Risiko eines Abbruchs der Untersuchung oder einer unbemerkten Mehrfachteilnahme, falls dies technisch nicht verhindert werden kann (vgl. Hejny, S.119).

Laut Döring gelten für die Onlineforschung „dieselben forschungsethischen Richtlinien wie für die sonstige empirische Forschung am Menschen“. Die Teilnahme an einer psychologischen Untersuchung erfolgt freiwillig. Daten, über die man die Teilnehmer identifizieren könnte, müssen anonymisiert werden. Für einen Onlinefragebogen bedeutet dies, dass die Rohdaten-Datei nicht für Dritte zugänglich sein darf (vgl. Bortz, Döring 2006, S. 63 ff).

Online-Befragungen lassen sich auch anhand zweier Merkmale unterscheiden, nämlich nach dem Netzdienst (z.B. E-Mail, Chat, www), der zur Verteilung des Fragebogens genutzt wird, und nach der Art der Stichprobe (z.B. Klumpenstichwahl, Zufallsstichprobe, Ad-hoc-Stichprobe, ...). Stellt man den Online-Fragebogen einfach ins Netz und macht auf ihn auf mehreren Seiten im Netz aufmerksam, so handelt es sich nach Bortz/Döring (2006) um eine Ad-hoc-Stichprobe (Gelegenheitsstichprobe) (vgl. Bortz/Döring 2006, S.260).

9.3.2 Durchführung der Untersuchung

Der Fragebogen für die vorliegende Arbeit wurde mittels der Software eines Onlineanbieters, der auf Umfragen im Netz spezialisiert ist, konzipiert. www.onlineumfragen.com lautet die Internetadresse des Anbieters.

Nach Fertigstellung des Fragebogens wurde diese über den Link <http://www.onlineumfragen.com/login.cfm?umfrage=24562> veröffentlicht. Der Start-

schuss für die Befragung war der 04. Jänner 2011 um 14:44 und sie endete am 12. Jänner 2011 um 17:25. Der Link zur Befragung wurde vorrangig an bereits im Vorfeld ausgewählte Probanden verschickt, die den Link dann weiter mittels Schneeballsystem an andere Jugendliche, die der ausgewählten Zielgruppe (12-19 Jahren) entsprachen, weitergeleitet haben. 359 Jugendliche haben den Fragebogen zumindest geöffnet, davon haben 200 Jugendliche (56%) den Fragebogen korrekt ausgefüllt.

Der Fragebogen setzt sich zusammen aus 30 geschlossenen Fragen, die sich wiederum in drei Fragenkomplexe aufteilen. Der Fragebogen setzt sich zusammen aus den Bereichen Mediennutzung, Cyber-Mobbing/traditionelles Mobbing und natürlich auch den soziodemographischen Daten. Zum besseren Verständnis sollen im Folgenden kurz die einzelnen Bereiche mit deren Frageausprägungen skizziert werden:

9.3.3 Aufbau des Fragebogens

9.3.3.1 Soziodemographische Angaben

Um allgemeine Aussagen über die soziodemographischen Merkmale der befragten Zielgruppe zu treffen und auch eventuell ermitteln zu können, ob manche dieser Merkmale mit bestimmten Aussagen korrelieren, werden alle Teilnehmer am Ende der Umfragen gebeten, Angaben über ihr Alter und Geschlecht zu machen. Darüber hinaus werden sie gefragt, ob sie in letzter Zeit Berichte über Cyber-Mobbing in den Medien gehört bzw. gelesen haben. Diese Frage soll Rückschlüsse darauf geben, ob eine gesteigerte Aufmerksamkeit für dieses Thema durch die Medien auch die Einschätzung des Themas beeinflussen kann. Die Befragten werden ebenso noch gebeten, anzugeben, welche Schulart bzw. welche Ausbildung sie hinter sich haben bzw. was sie

gerade machen (vgl. Specht 2009, S. 53 ff). Die letzte Frage bezieht sich auf den momentanen Wohnort der Jugendlichen (Bundeshauptstadt, Stadt und Ort).

Die Fragen nach den soziodemographischen Daten werden am Ende des Fragebogens gestellt, wie es auch Brosius et al. (2009, S. 112) rät. Zu Beginn der Umfrage können diese Fragen den Teilnehmer relativ schnell langweilen, weil sie ja mit dem eigentlichen Thema nichts zu tun haben. Wenn aber alle anderen bereits beantwortet sind, nimmt sich der Befragte wohl eher die Zeit noch die letzten Fragen auszufüllen. Weiteres könnten die Fragen von manchen als abschreckend oder als sensibel empfunden werden (vgl. Brosius 2009, S.68ff).

9.3.3.2 Mediennutzung/Medienausstattung

Eine ebenfalls wichtige Komponente der Befragung wird der Bereich der Mediennutzung der Jugendlichen sein. Die Zielgruppe wird hier gefragt, welche Geräte ihnen zu Hause zur Verfügung stehen (Laptop, Familiencomputer, Handy) und wie oft sie das Internet sowie ausgewählte Internetdienste (Skype, Email, Social Networks, Videoplattformen, ...) nutzen. Hier wird gezielt nach denjenigen Internetanwendungen gefragt, in denen die Problematik des Cyber-Mobbings am häufigsten auftreten.

Weitere Fragen finden sich hier hinsichtlich des Nutzungsverhaltens der Jugendlichen in Bezug auf Social Networks, sie werden gebeten anzugeben, welche Social Networks sie nutzen und ob sie eben neben dem Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit, nämlich Facebook, auch noch auf anderen Social Communities registriert sind. Ein weiterer wichtiger Aspekt der vorliegenden Arbeit, nämlich die Medienkompetenz/Internetkompetenz in Verbindung mit den Jugendlichen wurde mit den Fragen

hinsichtlich der Selbsteinschätzung ihrer Medienkompetenz, aber auch ob sie sich mit jemandem aus ihrem Umfeld über den Terminus Social Network inklusive Anwendungen und Gefahren unterhalten haben. Wenn dies der Fall ist, so wurde auch noch die Frage statuiert, mit wem sich die Jugendlichen darüber unterhalten haben (Familie, Peergroup, Lehrer, ...).

9.3.3.3 Erfahrungen mit Cyber-Mobbing, traditionellem Mobbing

Da Cyber-Mobbing eine Unterform des traditionellen Mobbings ist und ermittelt werden soll, inwiefern hierbei die Befragten betroffen sind, werden die Mobbing-Erfahrungen von den Jugendlichen erfasst. Die Abfrage bezüglich dieses Kontexts soll sich an die Befragung von Riebel (2007, 2008) anlehnen, die wiederum auf dem Bully-Victim-Questionnaire von Olweus (1994, 1995) basiert. In diesem Fragenkomplex finden sich Fragen hinsichtlich dessen, ob die Jugendlichen jeweils im Real Life oder explizit im Fall der vorliegenden Arbeit auf Facebook in irgendeiner Art und Weise Erfahrungen mit verschiedenen Ausprägungen von Mobbing gemacht haben (Kategorisierung nach Willard).

Ein Content, der in diesem Zusammenhang auch abgefragt wurde, ist der, was die Jugendlichen machen würde, wenn sie erfahren, dass jemand Mobbing-Bully geworden ist. Ein weiterer Aspekt, der hier beleuchtet werden sollte, ist der, inwiefern die 12-19-jährigen Jugendlichen einschätzen können, welche Aktionen eindeutig zu Mobbing zählen und welche nicht – das hängt natürlich wieder mit der vorhandenen Medienkompetenz der Jugendlichen zusammen. Eine weitere Frage in diesem Komplex beschäftigte sich damit, welche Gründe die Jugendlichen selbst angeben, was der Grund sein könnte, warum jemand entweder als Bully oder Victim agiert.

10 DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE UND INTERPRETATION

10.1 Statistische Auswertung

Die Auswertung der beantworteten Fragebögen wurde mittels der Statistiksoftware SPSS 17.0 durchgeführt. Dafür wurden die Daten aus der Datenbank von www.onlineumfragen.com exportiert. Die graphische Darstellung wurde ebenfalls mittels SPSS 17.0, aber auch mit Microsoft Excel 2007 dargestellt. Für die vorliegende Forschungsarbeit wurden je nach Dateneigenschaften und Fragestellungen unterschiedliche statistische Auswertungsmethoden zur Überprüfung herangezogen, daher gliedert sich die Auswertung in die deskriptive Statistik und in die analytische Statistik, das heißt hier erfolgt die Überprüfung der im Vorfeld aufgestellten Hypothesen (vgl. Atteslander 2006, S.241).

Die statistische Auswertung bezüglich der Thematik „Cyber-Mobbing – Social Network – Facebook“ soll mithilfe der Software SPSS erfolgen. Zur Anwendung kommen werden neben deskriptiven auch inferenzstatistische Methoden. Soziodemografische Merkmale und Aspekte der Internetnutzung in der Stichprobe sollen nach der Auswertung mittels Mittelwert, Standardabweichung und prozentualer Häufigkeiten genauer beschrieben werden.

Zur Prüfung der aufgestellten Hypothesen sollen sowohl parametrische als auch parameterfreie Verfahren angewandt werden. Zusammenhänge werden mithilfe von Kreuztabellen, dem Chi-Quadrat-Test (χ^2) (Analyse von Häufigkeitsverteilungen) näher untersucht, ebenso kann ein Kruskal-Wallis Test und Mann-Whitney Test für unabhängige Stichproben (Alternative zum t-Test) verwendet werden (vgl. Bortz, Döring 2006, S. 98 ff).

10.1.1 Deskriptive Statistik

Hier wird eine Zusammenfassung bzw. eine Darstellung der Ergebnisse mit Hilfe von beschreibenden Maßzahlen und graphischen Darstellungen der Ergebnisse gegeben (vgl. ebd., S.241).

10.1.2 Analytische Statistik

In diesem Abschnitt der vorliegenden Arbeit wird eine objektive Überprüfung der zuvor formulierten Hypothesen vorgenommen (vgl. ebd., S 241).

Die formulierte Hypothese wird laut Atteslander auch als Alternativhypothese (H1) bezeichnet, die zu überprüfende Hypothese, die inhaltlich die komplementäre Hypothese darstellt, bezeichnet man als Nullhypothese (H0) (vgl. Atteslander 2006, S.266). Wird die Nullhypothese auf Grund der Stichprobe abgelehnt, kann die Alternativhypothese angenommen werden. Die Überprüfung erfolgt mittels Signifikanztest auf Basis von Wahrscheinlichkeitsaussagen. Dafür ist es notwendig, zuvor ein Signifikanzniveau festzulegen. In der Regel werden Ergebnisse mit einer Wahrscheinlichkeit (p) von kleiner 5% ($p < 0,05$) als signifikant angenommen, mit einer Wahrscheinlichkeit kleiner als 1% ($p < 0,001$) als sehr signifikant und Ergebnisse mit einer Wahrscheinlichkeit kleiner 0,1% ($p < 0,001$) als sehr stark signifikant angenommen (vgl. Bortz 2005, S.113ff).

10.2 Beschreibung der Stichprobe

Die Stichprobe besteht aus 79 (52,32%) Mädchen und 72 (47,68%) Jungen. Das durchschnittliche Alter der Probanden liegt bei 16,76, also sprich bei durchschnittlich 17 Jahren.

Geschlecht
weiblich
männlich

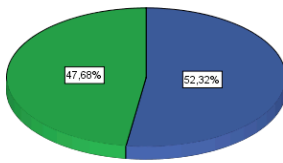


Tabelle 1: Geschlecht der Befragten

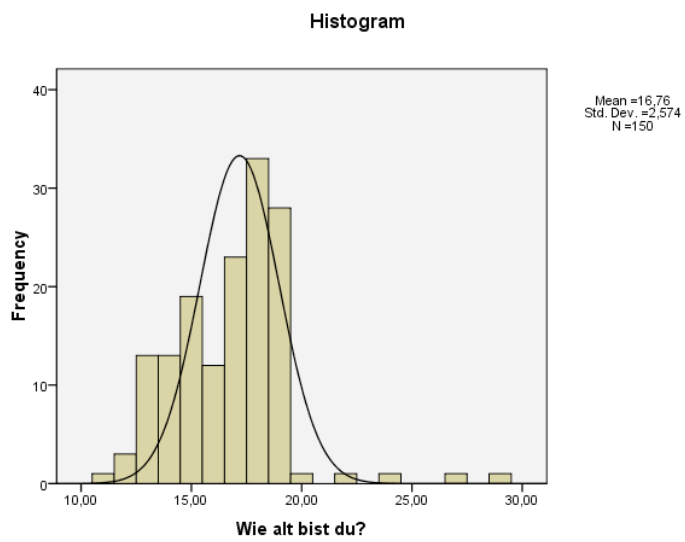


Tabelle 2: Durchschnittliches Alter der Probanden

10.2.1 Ausbildung und Wohnort

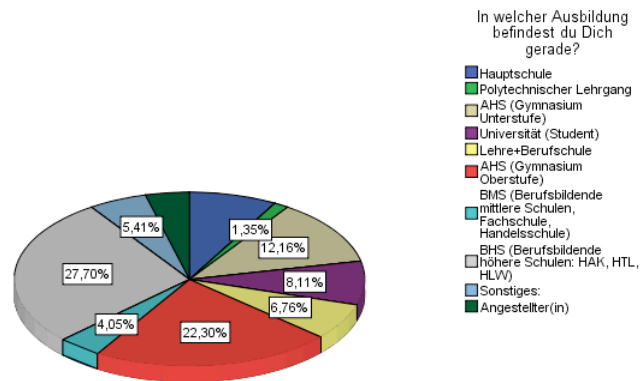
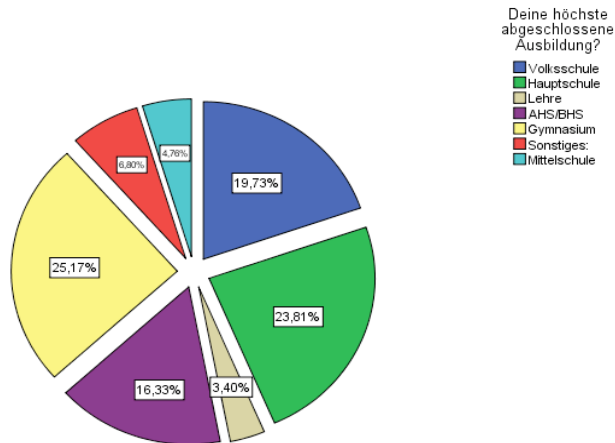


Tabelle 3: Derzeitige Ausbildung



A

Tabelle 4: Höchst abgeschlossene Ausbildung

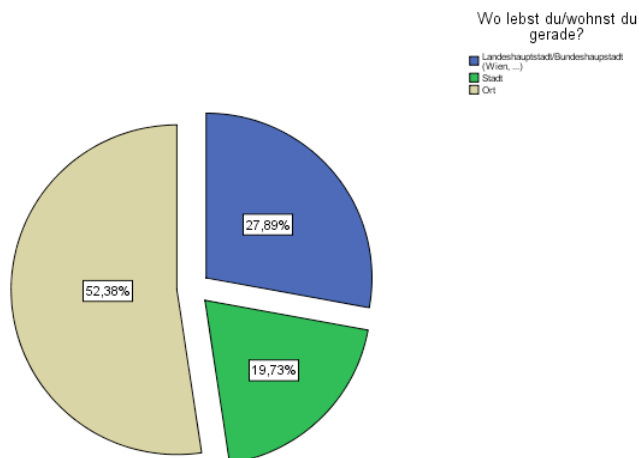


Tabelle 5: Derzeitiger Wohnort

Hier kann die Stichprobe wie folgt charakterisiert werden. Nimmt man die derzeitige Ausbildung der Befragten und auch die höchste abgeschlossene Ausbildung der Jugendlichen, lässt sich Folgendes beobachten – hier sollen signifikante Werte besonders hervorgehoben werden. 12% der Jugendlichen besuchen im Moment die Unterstufe einer Allgemein höher bildenden Schule, 22% der Befragten befinden sich momentan in der Oberstufe einer Allgemein höher bildenden Schule. 28% der Jugendlichen absolvieren gerade eine Ausbildung in einer Berufsbildenden höheren Schule (z.B. HAK, HTL, HLW). Im Vergleich dazu besuchen 8% im Moment eine Hauptschule, 7% der befragten Jugendlichen befinden sich gerade in der Ausbildung der Berufsschule (zusätzlich zu einer Lehre). 6 Jugendliche (4%) absolvieren gerade eine Berufsbildende mittlere Schule (HAS, Fachschule) und 12 Digital Natives (8%) haben sich entschlossen, eine Ausbildung an einer Universität zu beginnen. Hier kann man beobachten, dass zwei Drittel der Befragten einen hohen Bildungsgrad aufweisen.

Dasselbe Bild zeigt sich auf in Bezug auf die höchste abgeschlossene Ausbildung der Jugendlichen. Hier sieht die Situation so aus, dass etwa 35 Jugendliche (24%) die Hauptschule als höchste abgeschlossene Ausbildung angeben. Wiederum geben 41% der befragten Jugendlichen an, dass ihre höchste abgeschlossene Ausbildung entweder das Gymnasium (25%) oder eine Berufsbildende höhere Schule (16%) darstellt. Das spricht ebenfalls für einen hohen Bildungsgrad der Probanden.

Hinsichtlich des momentanen Wohnorts der 12-19-jährigen Jugendlichen lässt sich folgendes sagen. 41 (28%) Befragte geben die Bundeshauptstadt (Wien) als ihren Wohnort an, während 29 (20%) Digital Natives in einer Stadt wohnen. Im Vergleich dazu nimmt die Variable „Ort“ eine Spitzenreiterposition ein, denn rund 77 (52%) der Jugendlichen geben an, da zu wohnen.

10.3 Darstellung der Ergebnisse

In diesem Kapitel sollen nun die detaillierten Ergebnisse der Untersuchung dargestellt werden, vor allem die zwei großen Bereiche der Medien- und Internetnutzung der Jugendlichen und der komplexe Teil des Cyber-Mobbings bzw. des traditionellen Mobbings.

10.3.1 Mediennutzung/Medienausstattung der Jugendlichen

Frage1 Welche technischen Geräte zur Mediennutzung findet man bei Dir zu Hause?

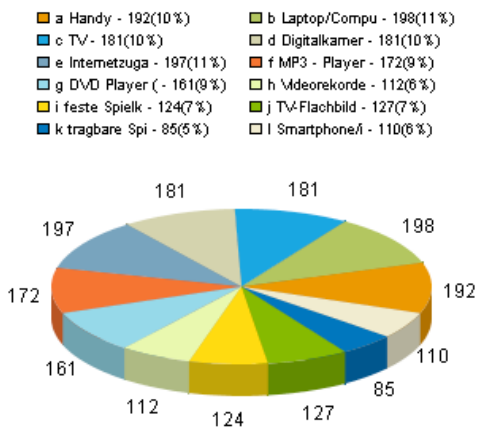


Tabelle 6: Medienausstattung der Jugendlichen

Diese Frage wurde in Anlehnung an den Fragenkatalog der JIM-Studie 2010 konzipiert und wie auch bei den Ergebnissen der aktuellen JIM-Studie (vgl. Kapitel 6) ähneln diese den Ergebnissen der vorliegenden Umfragen mit dem Untersuchungsgegenstand Facebook. Hier erkennt man an den Ergebnissen, dass eine nahezu flächendeckende Versorgung der Jugendlichen mit Medien vorherrscht.

Frage2+Frage3+Frage4+Frage6+Frage7

Seit wie vielen Jahren nutzt du das Internet schon ungefähr? + Wie häufig nutzt du das Internet? + Wenn du das Internet täglich nutzt, wieviele Stunden bist du dann im Netz? + Nutzt du das Internet vorwiegend ...? + Welche Internetanwendungen nutzt du vorwiegend?

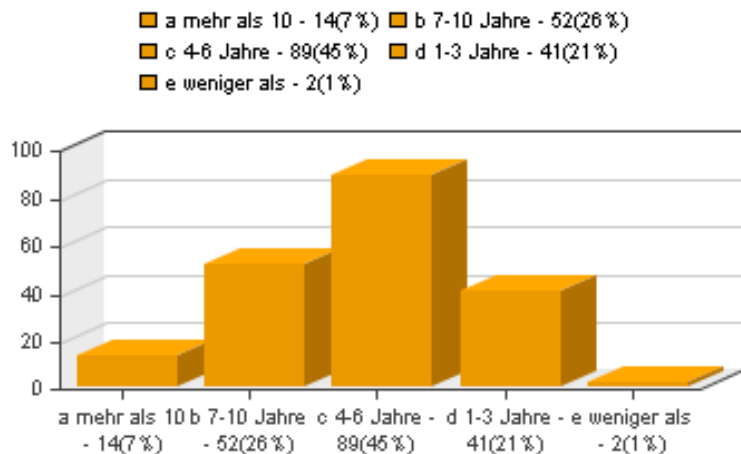


Tabelle 7: Nutzung des Internets

Hier gibt ein relativ großer Teil der befragten Jugendlichen an, dass sie zu etwa 45% das Internet seit 4-6 Jahren nutzen. 52 (26%) der Befragten meinen, dass sie die Weiten des World Wide Webs bereits seit 7-10 Jahren nutzen. Würde man die Medienvernetzung der Jugendlichen mit deren Alter (durchschnittliches Alter der befragten Probanden 16,67, sprich 17 Jahre) vergleichen, so sieht man, dass die meisten der Befragten bereits mit ca. 10 Jahren die Möglichkeiten und Anwendungen des Internets nutzen.

Bei der Frage, wie häufig man das Internet nutzt, lässt sich eindeutig erkennen, dass die Digital Natives das Medium Internet bereits voll in ihren Alltag integriert haben. 155 Jugendliche (79%) geben an, dass sie das Internet mehrmals täglich nutzen und 31 (16%) geben an, dass sie das Internet zumindest einmal pro Tag nutzen. Nimmt man die tägliche Internetdauer unter die Lupe, so lässt sich feststellen, dass sich die Nutzungsdauer von den Jugendlichen, die täglich im Netz sind, zwischen 2-6 Stunden bewegt. 63 Jugendliche geben an, dass sie sich 1-2 Stunden im Netz bewegen, 25% der Befragten (46 Jugendliche) surfen 2-3 Stunden im Netz, 14% bewegen sich rund 3-4 Stunden im Internet.

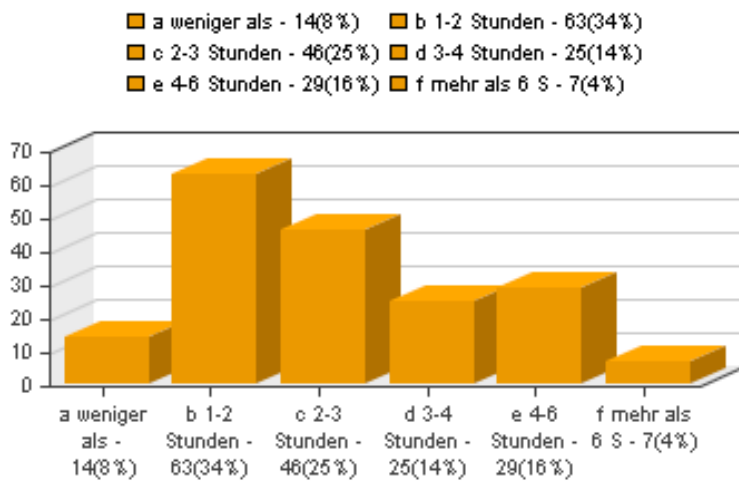


Tabelle 8: Tägliche Nutzung des Internets

Doch wo surfen nun die befragten Jugendlichen im Netz? Auch dazu wurde in der Untersuchung eine Frage eingebaut und das Ergebnis daraus liest sich wie folgt: Rund 42% der 12-19 jährigen Jugendlichen geben an, dass sie nur von zu Hause das Internet nutzen, jener Prozentsatz an Jugendlichen, welche die Anwendung explizit nur in der Schule, ... nutzen, ist mit 6% relativ gering. Für die Jugendlichen ist es laut der Untersuchung sehr wichtig, überall verfügbar und online zu sein, deswegen geben trotz alledem rund 52% an, dass sie das Medium Internet sowohl zu einem gewissen Teil zuhause, aber auch in der Schule, ... nutzen. Das heißt, das Internet mit all seinen Anwendungen und Gefahren mutiert zu einem ständigen Wegbegleiter der Digital Natives. In diesem relativ allgemein gehaltenen Frageblock zur Medienausstattung und Internetnutzung lässt sich auch noch erkennen, dass gerade solche Anwendungen wie Social Networks, Chat, Videoportale (YouTube, ...) und E-Mail die Vorreiter sind. Das sind eben genau die Anwendungen, die solche Phänomene wie Cyber-Mobbing im Falle der vorliegenden Arbeit gewaltig unterstützen. Wie aus der Untersuchung ent-

nommen werden kann, sind es genau die Anwendungen mit Problempotenzial, die die meiste Verwendung von Digital Natives erfahren.

10.3.2 Social Network Facebook

Natürlich enthielt die durchgeführte Onlinebefragung auch Fragen, die explizit auf den Untersuchungsgegenstand Facebook ausgerichtet waren.

Frage5+Frage8+Frage9

Wie viel dieser Zeit, die du im Netz verbringst, nimmt dann das Social Network Facebook ein? + Bist du neben dem Social Network Facebook auch noch bei anderen Social Networks Sites registriert bzw. Mitglied? + Warum nutzt du Facebook?

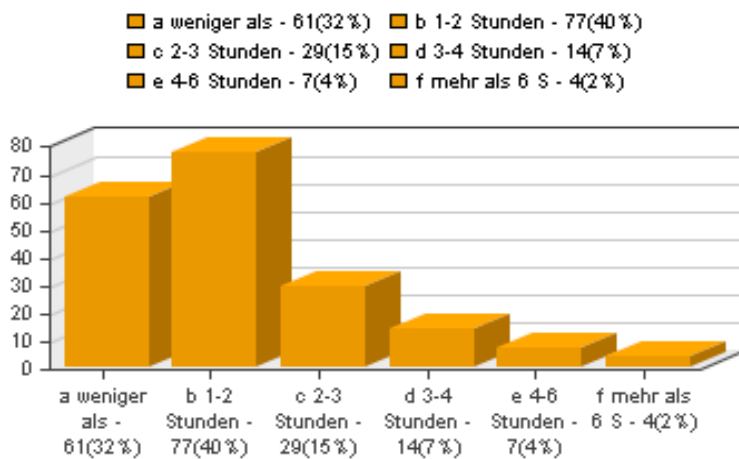


Tabelle 9: Nutzungsdauer Social Network Facebook

Hier geben rund 77 (40%) Jugendliche an, dass sie Facebook rund 1-2 Stunden nutzen, während sie ihr Tagespensum im Internet verbrauchen. 29 (15%) Befragte meinen, dass sie das Social Network 2-3 Stunden täglich besuchen. Werden diese Werte nun mit den bereits erklärten Ergebnissen der täglichen Internetnutzung im Allgemeinen verglichen, so lässt sich feststellen, dass Facebook im Prinzip ständig online ist.

Auf die Frage hin, ob die 12-19 jährigen Jugendlichen neben Facebook auch noch auf anderen Social Network Seiten registriert sind, lässt sich folgendes Ranking erstellen: MySpace, schülerVZ, Twitter. Jedoch geben fast 57% an, dass sie außer Facebook kein anderes Social Network vordergründig benutzen. Dies unterstützt auch wieder die Entscheidung für die vorliegende Arbeit, als Untersuchungsgegenstand Facebook zu nehmen, da es hier noch kaum wissenschaftliche Studien gibt.

Eine weitere Frage in diesem Themenkomplex war diese, welche Beweggründe Jugendliche haben, ein Social Network zu nutzen.

Hier steht vor allem die Beziehung zur Peergroup im Vordergrund, vor allem um mit Freunden in Kontakt zu bleiben, ein Teil der Community zu sein oder private Details über Freunde/Fremde zu erfahren.

10.3.3 Medienkompetenz/Internetkompetenz

Da die Medienkompetenz von Jugendlichen einen wichtigen Faktor in der theoretischen Fundierung der vorliegenden Arbeit darstellt und auch im Rahmen der Hypothesen verwendet wurde, gesellten sich auch Fragen zu diesem Themenkomplex dazu.

Frage10+Frage11+Frage12

Wie schätzt Du deine Internetkompetenz ein (Sicherheit im Umgang mit dem Internet)?
+ Hast Du Dich mit jemandem aus Deinem Umfeld über den Umgang (Privatsphäre, Datenschutz, Selbstdarstellung) mit Social Network Sites (Facebook) unterhalten und ausgetauscht? + Wenn Ja, mit wem hast Du dich dann darüber unterhalten?

Hier kristallisieren sich sehr deutliche Ergebnisse heraus. Dem Digital Native ist es sehr wichtig, sich genauestens über die verwendeten Anwendungen plus Gefahren

auszutauschen (vgl. Kapitel 6.5 Medienkompetenz – Jugend im Netz). Vertraute Gesprächspartner hierfür sind vor allem die Peergroup (54%) der Jugendlichen und auch das Elternhaus (29%).

Zuvor aber zur Einschätzung der eigenen Internetkompetenz. 30% der Jugendlichen schätzen diese als sehr gut ein, 43% schätzen ihre Kompetenz als gut ein. Die Ausprägungen genügend, nicht genügend und kann ich nicht beurteilen liegen im Feld relativ weit hinten. Aber nicht nur die Medienkompetenz stellt einen wichtigen Faktor dar. Ebenfalls haben sich gut zwei Drittel der befragten Jugendlichen (77%) mit jemandem aus ihrem Umfeld über den Umgang mit Social Network Sites (Datenschutz, Privatsphäre, ...) unterhalten.

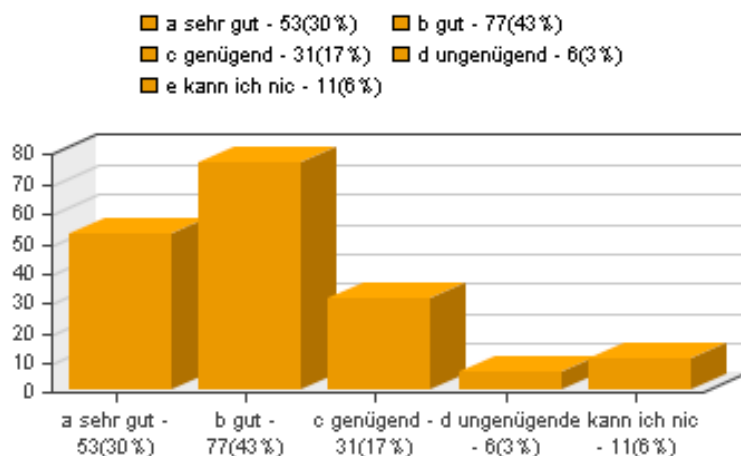


Tabelle 10: Internetkompetenz der Jugendlichen

10.3.4 Cyber-Mobbing/Traditionelles Mobbing

In diesem Fragenkomplex wurden den Jugendlichen Fragen hinsichtlich Cyber-Mobbing (direktes/indirektes) und dem traditionellen Mobbing gestellt. Die Ausprägungen für das Cyber-Mobbing wurde in Anlehnung an die Theorie gebildet (Kategorisierung von Cyber-Mobbing – Kapitel (7.2.4 Formen und Kategorisierung nach Willard).

Zusätzlich dazu wurde natürlich auch gefragt, ob die Cyber-Victims die Täter kennen oder nicht. Das Ganze galt natürlich für Mobbing im Netz und im Real Life.

Die erste Frage bezog sich darauf, ob Jugendliche im Netz, hier explizit auf der Social Network Plattform Facebook (Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit), Opfer von direktem/indirektem Cyber-Mobbing wurden (Flaming, Harassment, Cyberthreats, Denigration, Exclusion ...).

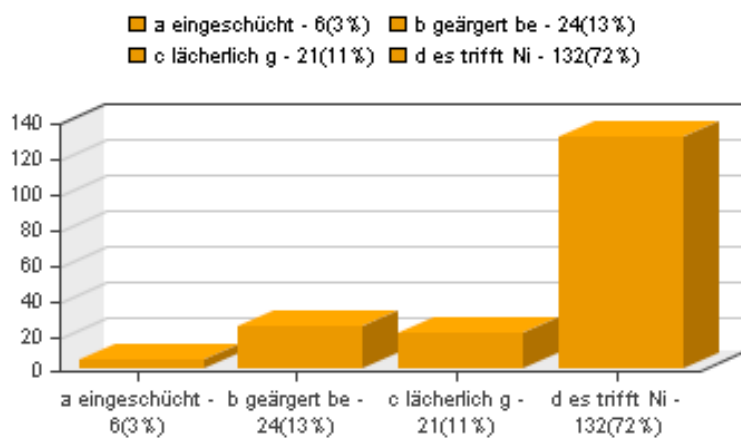


Tabelle 11: Cyber-Mobbing im SN Facebook

Hier zeichnete sich zum ersten Mal in der vorliegenden Untersuchung, im Vergleich zu recherchierten Studien auf dem Gebiet, ein überraschendes Ergebnis ab. Lediglich 6 Jugendliche (3%) wurden über Facebook jemals eingeschüchtert, 24 Befragte (13%) gaben an, geärgert oder beschimpft worden zu sein, 21 (11%) wurden schon mal lächerlich gemacht. Aber der größte Anteil (72%) der befragten Digital Natives gab an, dass sie auf der Social Network Plattform Facebook noch keinerlei negativen Erfahrungen in Bezug auf eine Ausprägung von Cyber-Mobbing gemacht zu haben.

Die wenigen, die bereits Erfahrung damit gemacht hatten, wurden weiter gefragt, in welcher Form sich die Attacken geäußert haben. Hier ergibt sich folgendes Ergebnis: Bei den Betroffenen wurden ohne deren Wissen Fotos ins Netz gestellt, weiters wurde angegeben, dass Lügen und Geschichten verbreitet wurden, aber auch der Ausschluss aus einer Gruppe war vorhanden. Diese Ausprägungen zählen laut der Theorieansätze zu Flaming, Outing, Exclusion and Harrasment.

Eine weitere Frage, die es auch zu beantworten galt, war jene, ob die Cyber-Victims den oder die Täter damals gekannt haben. Hier lässt sich ein eindeutiges Ergebnis erkennen: für rund 78% der Victims war der Bully bekannt.

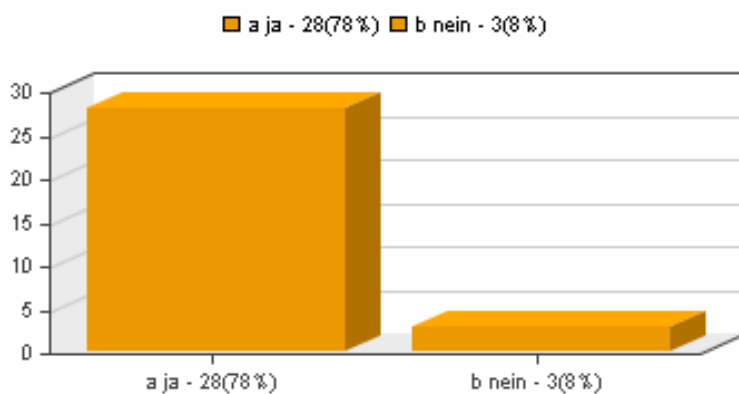


Tabelle 12: Bully vs. Victim

Auf die Frage hin, was die Jugendlichen tun würden, wenn sie mitbekommen, dass jemand aus der Peergroup Victim wird, reagieren sehr viele mit der Antwort, dass sie es bewusst ignorieren würden (32%), doch ein sehr großer Teil der Jugendlichen gibt an, dass sie jegliche Funktionen innerhalb, aber auch außerhalb der Plattform nützen würde, um das Opfer zu schützen (sich an Eltern wenden, Meldefunktion bei Facebook, die Person direkt darauf ansprechen, Vorfall der Facebook Community melden). Dies sind nur ein paar Auszüge der Kommentare der Befragten. Der vollständige Da-

tensatz inklusiver der graphischen Darstellungen findet sich im Anhang der vorliegenden Arbeit.

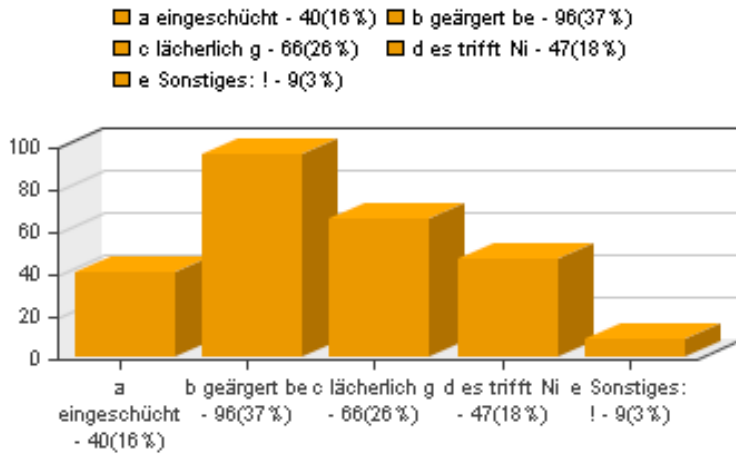


Tabelle 13: Mobbing im Real Life

Im Gegensatz zu den relativ wenigen Vorkommnissen in Bezug auf Cyber-Mobbing ist interessant, dass die befragten Jugendlichen im Real-Life häufiger mit dem Thema konfrontiert werden. So geben 37% an, dass sie schon einmal geärgert oder beschimpft wurden, 26% wurden schon in einer Art und Weise lächerlich gemacht und etwa 40% der 12-19jährigen befragten Jugendlichen geben an, schon einmal eingeschüchtert worden zu sein.

10.4 Hypothesenüberprüfung

Dieses Kapitel dient der Hypothesenüberprüfung anhand der gewonnenen Daten aus der Untersuchung. Die SPSS Auswertungen speziell für die Hypothesen finden sich zur Einsicht im Anhang der vorliegenden Arbeit.

10.4.1 Hypothese 1

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Alter der Digital Natives und dem Umgang mit Gefahren auf Social Networks (Einschätzung, ob es sich bei gewissen Aktionen um Cyber-Mobbing handelt oder nicht).

Da die Variable Alter eine metrische Variable ist, wird erst an Hand des One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test überprüft, ob die Variable normalverteilt ist oder nicht. Das Alter der Befragten stellt eine metrische Variable dar, untersucht wird also der asymptotischer Signifikanzwert. Da dieser Wert kleiner als 0,05 ist ($p < 0,05$), erkennt man keine Normalverteilung. Das durchschnittliche Alter der befragten Jugendlichen ist 16,67 Jahre. Da die Variable nicht normal verteilt ist und die Gruppenvariable zwei Ausprägungen aufweist, wird der Mann-Whitney-Test angewendet. Der asymptotische Signifikanzwert (0.991) ist größer als 0,05, das heißt, es lässt sich kein Unterschied zwischen den Gruppen erkennen.

Diese Hypothese kann verifiziert werden. Es besteht kein Zusammenhang zwischen den Variablen.

10.4.2 Hypothese 2

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem traditionellen Mobbing und dem Cyber-Mobbing.

Die einzelnen Ausprägungen der Fragen 13 (Cyber-Mobbing Facebook) und 16 (Mobbing im Real Life) wurde zusammengefasst zu Ja und Nein; da beide Variablen nominale Variablen sind, ist der Chi-Quadrat-Test plus Kreuztabelle das geeignete Verfahren für die Überprüfung der Hypothese.

Chi-Quadrat-Test – hier wird der Pearson-Chi-Square-Wert untersucht: Der Pearson-Chi-Quadrat-Wert (0.835) ist wieder größer als 0,05, das heißt, es gibt keinen Zusammenhang zwischen den Variablen Mobbingopfer im Internet oder im Real Life – Diese Hypothese kann nicht verifiziert werden.

10.4.3 Hypothese 3

Je höher die Medienkompetenz eines Digital Natives ist, desto niedriger ist die Wahrscheinlichkeit, ein Bully-Victim zu werden.

Auch diese Hypothese wurde wird mit dem Mann-Whitney-Test überprüft. Der Signifikanzwert (0.626) ist wieder größer als 0,05, das heißt, es gibt erneut keinen Zusammenhang zwischen der Internetkompetenz und dem Cybermobbing. Das bedeutet, dass diese Hypothese nicht verifiziert werden.

10.4.4 Hypothese 4

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Geschlecht eines Digital Natives und der Ausübung von Cyber-Mobbing.

Diese Hypothese wurde mittels Kreuztabelle und Chi-Quadrat-Test überprüft, da beide Variablen nominal sind, um die Hypothese vorläufig verifizieren oder falsifizieren zu können. Der Signifikanz wert (0.200) ist größer als 0,05, das heißt, auch diese Hypothese kann nicht verifiziert werden.

10.4.5 Hypothese 5

Jugendliche im städtischen Bereich sind höher beeinflusst bzw. mehr mit der Problematik des Cyber-Mobbings konfrontiert als Jugendliche im ländlichen Bereich.

Für die Überprüfung dieser Hypothese erschien wieder das Verfahren Kreuztabelle und Chi-Quadrat-Test als sinnvoll, da beide Variablen nominal sind.

Tabelle 1: Stadt/Land/Ort – Cyber-Mobbing – Zusammenhang, weil der Wert (0.013) kleiner als $p < 0,05$ ist, das heißt, die Hypothese kann bestätigt werden.

Tabelle 2: Stadt/Land/Ort – Traditionelles Mobbing – kein Zusammenhang zwischen Ort/Stadt – das heißt, der Signifikanzwert (0.715) ist größer als 0,05. Die Hypothese kann mittels Pearson-Chi-Quadrat-Wert nicht bestätigt werden.

10.4.6 Hypothese 6

Je höher der Bildungsgrad der Jugendlichen (höchst abgeschlossene Ausbildung), desto geringer ist die Möglichkeit, ein Opfer von Cyber-Mobbing zu werden.

Hier wird wieder das Verfahren des Chi-Quadrat-Tests plus Kreuztabelle verwendet, da wieder beide Variablen nominal sind. Der Signifikanzwert (0.986) ist größer als 0,05, das bedeutet, dass die Hypothese nicht verifiziert werden.

10.4.7 Hypothese 7

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Digital Natives und der damit verbundenen Medienkompetenz/Internetkompetenz.

Da die Variable Internetkompetenz eine ordinale Skala aufweist und die Gruppenvariable Bildung mehr als 2 Gruppen hat, ist der Kruskal-Wallis Test relevant. Aus der Tabelle (höchste Abgeschlossene Ausbildung/Medienkompetenz) lässt sich erkennen, dass der Signifikanzwert (0.301) größer als 0.05 ist. Somit wird die Hypothese nicht bestätigt.

11 INTERPRETATION DER ERGEBNISSE

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung sind denen der bisherigen Studien sehr ähnlich. Vor allem in dem Bereich der Medienausstattung, Internetnutzung der Jugendlichen lässt sich zweifelsfrei sagen, dass sich die Aussagen der hier befragten Jugendlichen zweifelsfrei mit vorhandenen Studien (z.B. JIM-Studie 2010, ...) decken.

Ein anderes Bild bot sich jedoch hinsichtlich der Ergebnisse in Bezug auf den Terminus Cyber-Mobbing vs. Traditionelles Mobbing. Hier zeichnete sich zum ersten Mal in der vorliegenden Untersuchung, im Vergleich zu recherchierten Studien auf dem Gebiet, ein überraschendes Ergebnis ab. Lediglich 6 Jugendliche (3%) wurden über Facebook jemals eingeschüchtert, 24 Befragte (13%) gaben an, geärgert oder beschimpft worden zu sein, 21 (11%) wurden schon mal lächerlich gemacht. Aber der größte Anteil (72%) der befragten Digital Natives gab an, dass sie auf der Social Network Plattform Facebook noch keinerlei negativen Erfahrungen in Bezug auf eine Ausprägung von Cyber-Mobbing gemacht zu haben. Im Gegensatz zu den relativ wenigen Vorkommnissen in Bezug auf Cyber-Mobbing ist interessant, dass die befragten Jugendlichen im Real-Life häufiger mit dem Thema konfrontiert werden. So geben 37% an, dass sie schon einmal geärgert oder beschimpft wurden, 26% wurden schon in einer Art und Weise lächerlich gemacht und etwa 40% der 12-19jährigen befragten Jugendlichen geben an, schon einmal eingeschüchtert worden zu sein.

In Bezug auf die in der vorliegenden Arbeit aufgestellten Hypothesen, die hinsichtlich des bisherigen Forschungsstandes bezüglich Jugendliche und Cyber-Mobbing gebildet wurden, konnten, anders als erwartet, fast alle Hypothese nicht bestätigt werden. Die Hypothese, die vorläufig bestätigt werden konnten ergab sich daraus, dass laut der Untersuchung Jugendliche im städtischen Bereich mehr mit der Thematik des Cyber-

Mobbings in Berührung kamen, während hingegen Jugendliche aus dem ländlichen Bereich mehr mit den traditionellen Ausprägungen von Mobbing zu tun haben.

Der Grund dafür, warum sich gerade hinsichtlich der Hypothesen so erhebliche Unterschiede zum bisherigen Forschungsstand und Untersuchungen geben, ist wohl der, dass bei den bisherigen Studien meist Social Networks wie „schülerVZ“ zur Untersuchung herangezogen wurden, die sich meist auf einen regionalen Nutzerkreis beschränken, im Gegensatz dazu stellt sich Facebook als internationales Network dar. Die nun vorhandenen Ergebnisse können vielleicht als Ausgangspunkt für weitere Studien verwendet werden, die ebenfalls das Phänomen Cyber-Mobbing explizit untersuchen.

12 ZUSAMMENFASSUNG

Wie bereits erläutert ist das Internet heute wohl aus dem Alltag der Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Sie schreiben E-Mails, chatten, sehen sich Fotos und Videos im Internet an, vernetzen sich in Online-Communities, spielen Online oder suchen nach Informationen. Das Internet bietet also viele Möglichkeiten, doch vor allem die Kommunikation steht bei Digital Natives an erster Stelle. Das Web 2.0 bietet den Jugendlichen zahlreiche Kommunikationsplattformen (Skype, Facebook, Myspace, ...), auf denen sie sich austauschen, präsentieren und soziale Netzwerke aufbauen können. Ohne Probleme können dort eigene Inhalte erstellt und auch veröffentlicht werden.

Doch so viele Vorteile und Möglichkeiten das Internet auch bietet, es ist jedoch nicht ganz frei von Gefahren. Eine dieser Gefahren: Cyber-Mobbing. Doch was verbirgt sich hinter diesem Phänomen? Man spricht von einer Verlagerung des traditionellen Mobbing in die Weiten des www's. Ziel der vorliegenden Arbeit war es, herauszufinden, inwieweit die Zielgruppe der 12-19jährigen Jugendlichen mit der Thematik konfrontiert ist. Zeigen sich Unterschiede hinsichtlich der geographischen Herkunft und der Medienkompetenz von Jugendlichen? Bisherige Studien zu dem Thema wurden größtenteils mittels des Social Network studiVZ untersucht. Interessant für die vorliegende Arbeit war also auch, ob sich Unterschiede hinsichtlich der Ergebnisse zwischen einer doch regionalen Plattform wie studiVZ oder der internationalen Plattform Facebook ergeben. Ergebnisse der vorliegenden Arbeit unterscheiden sich vor allem eben hinsichtlich der Häufigkeit von Cyber-Mobbing. Sind doch die befragten Jugendlichen der vorliegenden Arbeit weniger oft mit typischen Ausprägungen von Cyber-Mobbing in Berührung gekommen. Mobbingfälle im Real Life treten schon auf, wie zum Beispiel mit Beschimpfungen, Beleidigungen, etc. Dennoch haben sich diese Mobbingfälle dann nicht weiter

ins Internet verlagert. Trotzdem muss aufgezeigt werden, dass es sich bei Cyber-Mobbing um ein anzi-soziales Verhalten handelt. Ein weiterer Fakt ist der, dass sich Jugendliche der Tragweite ihres Verhaltens selbst nicht bewusst sind und sich wahrscheinlich sogar denken, was denn daran schlimm sei, unvorteilhafte/peinliche Fotos von anderen ins Netz zu stellen. Hier findet sich nun das Schlagwort der Medienkompetenz. Laut den Experten der bisherigen Studien ist man sich einig, dass die Jugend über keine ausreichende Medienkompetenz verfügt (vgl. Fawzi 2009, S.117). Dies ist die Meinung von Experten, doch die Jugendlichen selbst nehmen sich anders wahr. Geben doch über 70% der befragten Jugendlichen in der vorliegenden Arbeit an, dass sie über eine sehr gute oder zumindest eine gute Medienkompetenz verfügen.

Es ist wichtig, das Thema Cyber-Mobbing nicht auszublenden, sondern es öffentlich zu diskutieren. Für die vorliegende Arbeit könnte das Fazit wie folgt lauten: Es finden sich viele Gemeinsamkeiten zu bisherigen Studien, doch gerade in Bezug auf Cyber-Mobbing ergaben sich Unterschiede. Dies ist wohl darauf zurückzuführen, dass es sich bei dem Social Network Facebook um eine internationale Plattform handelt. Die Zielgruppe der 12-19-jährigen Jugendlichen liegt mit einem Prozentsatz von ca. 19% relativ weit hinten in der Nutzertypologie von Facebook (vgl. Hutter 2010). Im Gegensatz dazu bietet die Plattform schülerVZ ein größeres Potenzial für Mobbing, gerade unter den Jugendlichen.

Zum Schluss bleibt noch zu sagen, Cyber-Mobbing ist wohl ein neues Phänomen des Web 2.0. Es ist vor allem sehr wohl wichtig, den Terminus in der Öffentlichkeit zu behandeln und den Eltern, Lehrern mit auf den Weg zu geben, dass gerade die Medienkompetenz/Internetkompetenz einen wichtigen Faktor für die Sozialisation der Jugendlichen darstellt.

LITERATURVERZEICHNIS

LITERATUR

- Atteslander, P. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 12., durchgesehene Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
- Baacke, D. (1997): Medienpädagogik. Tübingen.
- Beatbullying (2009). Virtual Violence: Protecting Children from Cyberbullying (12.07.2010)
- Beck, K. (2006). Computervermittelte Kommunikation im Internet. München: Oldenbug Wissenschaftsverlag GmbH
- Beck, K. (2007). Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH bei computervermittelter Kommunikation. In: Thiedeke, Udo (Hg.). Virtuelle Gruppen.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Heidelberg: Springer.
- Bortz, Jürgen (2005). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 6. Aufl. Heidelberg:
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, 13.07.2010
- Boyd, D./ Jenkins, H. (2006): Myspace and Deleting Online Predators Act (DOPA).
- Brosius, H. B. (2009): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. 5. Auflage.
- Burkart, R. (2003). Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 4. überarb. Aufl. Wien: Böhlau Verlag

- Cassidy, John (2006): Me Media. How hanging out on the Internet became big business. In: The New Yorker. 15. May 2006. Online:
http://www.newyorker.com/archive/2006/05/15/060515fa_fact_cassidy,
13.04.2010
- Döring, N. (1997): Kommunikation im Internet: Neun theoretische Ansätze, in:
Batinic, Bernard (2000): Internet für Psychologen, 2. Auflage, Nürnberg: Hogrefe-Verlag, S. 345 – 377.
- Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internets. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe Verlag. Göttingen.
- Döring, N. (2000). Identitäten, soziale Beziehungen und Gemeinschaften im Internet. In:
- Döring, N. (2000): Kommunikation im Internet: Neun theoretische Ansätze In:
- Ebersbach, A./Glaser, M./Heigl, R.(2008), Social Web. Stuttgart: UTB
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), article 1.
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>, (2010-06-14)
- Faßler, M. (2001): Netzwerke. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Fawzi, N. (2009): Cyber Mobbing: Ursachen und Auswirkungen von Mobbing im Internet. Baden Baden 2009.
- Friedrich, J. (2010): Zielgruppe Digital Natives, Hamburg.
- Frindte, W. / Köhler, T. (Hrsg.)(1999): Kommunikation im Internet. Band 1.
- Fuchs, Ch. (2009): Social Networking Sites and the Surveillance Society. A Critical Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook and MySpace by Students

in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance. Salzburg / Vienna: Forschungsgruppe UTI, (06.12.2010).

- Furnham, A. (1997): The psychology of behaviour at work: The individual in the organization. Leggewie, Claus (2002): Web oder Weg – Internet für Alle? In: Fohrmann, Jürgen. Orzessk, Arno (Hrsg.). Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. S 65-73.
- Grimm, P., Rhein, S., Clausen-Muradian, E. & Koch, E. (2008). Gewalt im Web 2.0: Der Umgang Jugendlicher mit gewalthaltigen Inhalten und Cyber-Mobbing sowie die rechtliche Einordnung der Problematik. Berlin: Vistas-Verl.
- Haythornwaite, C./Wellmann, B./ Barton, L. (2003). Arbeit und Gemeinschaft
- Hejny, D. (2009): Total sozial vernetzt! – oder der Trend, alles über sich preiszugeben. Eine Untersuchung über Anonymität und Privatsphäre im Internet dargestellt am Nutzungsverhalten des Social Networks Facebook, Universität Wien
- Hippner, H. (2006), „Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software“, in: Hildebrand, K./Hofmann, J. (Hrsg.): Social Software (HMD 252), Heidelberg: dpunkt, S.6-16Hochschulforschung. In N. Jakob & H. Schoen (Hrsg.), Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis von Online-Befragungen. Niederlande: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Iske, S./Klein, A./Kutscher, N. (2004): Nutzungsdifferenzen als Indikator für soziale Ungleichheit im Internet. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 5, Beitrag 3. Seiten: 1-4, 7f, 13f.
- Jäger, Reinhold S.; Fischer, U.; Riebel, J. & Fluck, L. (2007). Mobbing bei Schülerinnen und Schülern in der Bundesrepublik Deutschland. Eine empirische Untersuchung auf der Grundlage einer Online-Befragung. Zentrum für

empirische pädagogische Forschung. Universität Koblenz-Landau. URL:
http://www.zepf.uni-landau.de/fileadmin/downloads/Mobbing_Schueler.pdf
(04.12.2010).

- Keen, A. (2008): Die Stunde der Stümper, München: Hanser
- Li, Q. (2005): New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. In: Computers in Human Behaviour 23. S. 1777-1791
- Malicek, C. (2009): Identity Style – Style your Identity. Identitätsstile Jugendlicher und Social Networks Sites. Univ.Wien.
- Mayer, M.; Daxer, S. (2007): Computervermittelte Kommunikation über MySpace unter besonderer Berücksichtigung von Soziabilität und Selbstdarstellung. Universität Wien.
- Meckel, M. (2007): Alles Web 2.0? In: Alma. Das Alumni – Magazin der Universität St. Gallen. 3/2007. S.3-5.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2010). JIM-Studie 2009: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf> (27.12.2010)
- Mikos, L. (2004): medien als Sozialisationsinstanz und die rolle der Medienkompetenz. In: Hoffmann, d. & Merkens, H. (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie: Impulse für die Jugendforschung. Weinheim. S.157-172.
- Misoch, S. (2006). Online-Kommunikation. Konstanz: UKV Verlagsgesellschaft
- Olweus, D. (1996): Gewalt in der Schule. Was Lehrer und Eltern wissen sollten – und tun können. 2. Auflage, Bern u. a.
- Olweus, D. (2002). Bullying at school. Oxford: Blackwell.
- Palfrey, J./Gasser, U. (2008): Generation Internet. München: Hanser

- Penzenauer, T. (2009): Chancen und Risiken der jugendlichen Internetnutzung – unter Berücksichtigung der Internetviel- und Internetwenignutzung, Wien.
- Rauchfuß, K. (2003): S@ziale Netze. Zum Wandel sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internets. Tectum Verlag. Marburg
- Renz, F. (2007): Praktiken des Social Networking. Eine kommunikationssoziologische Studie zum onlinebasierten Netzwerken am Beispiel open BC(xing). Hülsbusch. VWH Verlag.
- Richter, A./Koch, M. (2008). Functions of Social Networking Services. In: Proc. COOP2008. URL:http://www.kooperationssysteme.de/wp-content/uploads/coop08_richterkoch_functions_of_social_networking_services_final.pdf , (24.10.2010)
- Riebel, J. & Jäger, R.S. (2008). Kompetenzen von Schulanfängern – Was sollten Schulanfänger können? Psychologie in Erziehung und Unterricht, 2008(2), 132-142
- Riebel, J. (2007). Cyberbullying: Internetvermittelte Gewalt unter Schülern – Untersuchung eines neuen Gewaltphänomens. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität Landau, Fachbereich 8: Psychologie.
- Riebel, J. (2008). Spotten, Schimpfen, Schlagen ... Gewalt unter Schülern – Bullying und Cyberbullying (Psychologie, Bd. 59). Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Riebel, J. (2008): Cyberbullying: Internetvermittelte Gewalt unter Schülern, Diplomarbeit. Universität Koblenz-Landau, Landau.
- Schenk, M. (1984): Soziale Netzwerke und Kommunikation. Tübingen: Mohr.

- Schmidt, J.-H., Paus-Hasebrink, I. & Hasebrink, U. (Hrsg.). (2009a). Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0-Anwendungen im Alltag von Jugendlichen und jungen Berlin: Vistas-Verl.
- Specht, T. (2010): Vernetzt, Verletzt?, München.
- Steinschaden, J. (2010). Phänomen Facebook. Wie eine Website unser Leben auf den Kopf stellt. Verlag Carl Ueberreuter. Wien.
- Stephan. R. (2010). Cyber-Bullying in sozialen Netzwerken. Maßnahmen gegen Internet-Mobbing am Beispiel von schülerVZ. Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2010.
- Tapscott, D. (2007): Wikinomics – die Revolution im Netz. Carl Hanser Verlag. München.
- Tellingier, L. (2010). Stressverarbeitung, soziale Netzwerke, Internetgebrauch. Universität Wien.
- Thiedecke, U. (2004): Wir Kosmopoliten: Einführung in eine Soziologie des Cyberspace. In: der. (Hrsg.): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden. S.15-48.
- Thiedecke, Udo (2004): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden
- Weilhartner, Chr. (2010): Meine Daten sind Deine Daten. Facebook – eine Gratwanderung zwischen Selbstdarstellung und Privatsphäre. Univ. Wien.
- Willard, N. E. (2004): I can't See You – You Can't See Me. Eugene: Center for Safe and Responsible Internet Use. Online: @26
- Willard, N. E. (2006). Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of social cruelty, threats and distress. Eugene, Oregon: Center for Safe and Responsible Internet Use.

- Willard, N. E. (2006): Cyberbullying and Cyberthreats. Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress. Champaign.
- Willard, Nancy (2007). Educator's Guide to Cyberbullying and Cyberthreats.
URL: <http://www.cyberbully.org/cyberbully/docs/cbcteducator.pdf> (25.04.2010).

ONLINEQUELLEN

- „klicksafe.de“ der deutsche Knotenpunkt im europäischen Netzwerk. Verfügbar unter: <http://www.klicksafe.de>, Stand: 09.01.2011
- „saferinternet.at“. Verfügbar unter: <http://www.saferinternet.at>, Stand 24.10.2010
- Alexa.com. Verfügbar unter: <http://www.alexa.com>, Stand 16.01.2011
- Facebook Pressebereich und Profilansicht. Verfügbar unter:
<http://www.facebook.com/press.php> und
<http://www.facebook.com/profile.php?id=552585042>, Stand 02.01.2011
- GfK – Online. Verfügbar unter: <http://www.gfk.at> , Stand 11.12.2010
- Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2010): JIM-Studie 2010. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger in Deutschland. Verfügbar unter:
<http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf>, Stand 03.01.2011
- Sixdegrees-Logo. Verfügbar unter:
<http://www.brighthub.com/computing/windows-platform/articles/19322.aspx?image=5747>, Stand 30.01.2011
- The Time Online. Verfügbar unter:
http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2036683_2037183,00.html, Stand: 15.10.2010

- Thomas Hutter Online. Verfügbar unter:
<http://www.thomashutter.com/index.php/2010/12/facebook-1-minute-auf-facebook/>, Stand 25.01.2011
- Onlineumfragenanbieter www.onlineumfragen.com. Verfügbar unter:
<http://www.onlineumfragen.com>, Stand: 23.01.2010
- Zentrum für empirische pädagogische Forschung, ZEPF. Verfügbar unter:
http://www.zepf.uni-landau.de/fileadmin/downloads/Mobbing_Schueler.pdf,
Stand 23.12.2010

ABBILDUNGSVERZEICHNIS UND TABELLENVERZEICHNIS

Abbildung 1: Textbasierte Kommunikationsszenarien im Internet	27
Abbildung 2: sixdegrees-Logo	36
Abbildung 3: Risiken/Möglichkeiten der Nutzung von Social Network Sites	44
Abbildung 4: Medienausstattung der Jugendlichen	50
Abbildung 5: Medienausstattung der Jugendlichen 2	51
Abbildung 6: Online-Communities, Nutzungsfrequenz 2010	52
Abbildung 7: Probleme und Gefahren im Internet	54
Abbildung 8: Aufstellung Beleidigung im Internet	57
Abbildung 9: Integratives Modell nach Riebel,	65
Abbildung 10: Kategorisierung Cyber-Mobbing	72
Abbildung 11: Time – Person of the Year	78
Abbildung 12: Facts Facebook	85
Abbildung 13: Facebook-Profilseite	86
Tabelle 1: Geschlecht der Befragten	98
Tabelle 2: Durchschnittliches Alter der Probanden	98
Tabelle 3: Derzeitige Ausbildung	99
Tabelle 4: Höchst abgeschlossene Ausbildung	99
Tabelle 5: Derzeitiger Wohnort	99
Tabelle 6: Medienausstattung der Jugendlichen	101
Tabelle 7: Nutzung des Internets	102
Tabelle 8: Tägliche Nutzung des Internets	103
Tabelle 9: Nutzungsdauer Social Network Facebook	104
Tabelle 10: Internetkompetenz der Jugendlichen	106
Tabelle 11: Cyber-Mobbing im SN Facebook	107
Tabelle 12: Bully vs. Victim	108
Tabelle 13: Mobbing im Real Life	109

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

ANHANG I - FRAGEBOGEN

Vorwort

"Wie aus Freunden ganz schnell Feinde werden können" - Cybermobbing am Beispiel des Social Networks Facebook

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer
im Rahmen meiner Diplomarbeit am Institut der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien führe ich diese Befragung zu dem Thema "Cybermobbing" am Beispiel des Social Networks Facebook durch.

Ziel dieser Umfrage sollte es sein, darzustellen wie der Umgang der 12-19 jährigen Jugendlichen mit den Social Networks an sich sind, aber auch wie sie mit der Problematik des Cybermobbing umgehen bzw. davon betroffen sind. Die Umfrage richtet sich also ausschließlich an Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren.

In diesem Zusammenhang bitte ich dich um deine Mithilfe. Für die Beantwortung aller Fragen brauchst Du ca. 10 Minuten. Alle Angaben, die Du in dieser Umfrage tätigst werden natürlich anonym behandelt und dienen ausschließlich der Auswertung für meine Diplomarbeit! Daher ist es sehr wichtig, dass Du die Fragen ehrlich beantwortest!

Für deine unterstützende Hilfe möchte ich mich jetzt schon einmal bedanken!
Alles Liebe

Autor

Daniela Dietachmayr

Frage 1

Welche technischen Geräte zur Mediennutzung findet man bei Dir zu Hause?

Mehrfachantwort möglich

- Handy
- Laptop/Computer
- TV
- Digitalkamera
- Internetzugang
- MP3 - Player
- DVD Player (nicht PC)
- Videorekorder
- feste Spielkonsole
- TV-Flachbildschirm
- tragbare Spielkonsole

Smartphone/iPhone

Frage 2

Seit wie vielen Jahren nutzt du das Internet schon ungefähr?

- mehr als 10 Jahre
- 7-10 Jahre
- 4-6 Jahre
- 1-3 Jahre
- weniger als 1 Jahr

Frage 3

Wie häufig nutzt Du das Internet?

- mehrmals täglich
- 1x täglich
- mehrmals/Woche
- mehrmals/Monat
- weniger als 1x/Monat

Frage 4

Wenn du das Internet täglich nutzt, wie viele Stunden bist du dann im Netz?

- weniger als 1 Stunde
- 1-2 Stunden
- 2-3 Stunden
- 3-4 Stunden
- 4-6 Stunden
- mehr als 6 Stunden

Frage 5

Wie viel dieser Zeit, die du im Netz verbringst, nimmt dann das Social Network Facebook ein?

- weniger als 1 Stunde
- 1-2 Stunden
- 2-3 Stunden
- 3-4 Stunden
- 4-6 Stunden
- mehr als 6 Stunden

Frage 6

Nutzt du das Internet vorwiegend

- zuhause
- in der Schule/Universität/Arbeit
- beides

Frage 7

Welche der angeführten Internetanwendungen nutzt du regelmäßig (zumindest 1x/Woche)?

Mehrfachantwort möglich

- Online-Shopping
- Online-Spiele
- Internet Radio
- Chat
- E-Mail
- Lesen/Schreiben von Weblogs
- Social Network Sites (Facebook,)
- eigene Website
- Videoportale (YouTube,)
- Fotosammlungen (flickr, ...)
- Video/Musik/Film Download
- Zugriff auf Suchmaschinen
- Zugriff auf Nachrichten/Zeitschriften

Frage 8

Bist du neben dem Social Network Facebook auch noch bei anderen Social Network Sites registriert bzw. Mitglied?

Mehrfachantwort möglich

- MySpace
- StudiVZ
- SchülerVZ
- Lokalisten

Twitter

"Sonstiges: "

Frage 9

Warum nutzt du Facebook?

Mehrfachantwort möglich

Facebook stellt für mich einen Zeitvertreib dar

ich erfahre private Details über Freunde/fremde Personen

meine Freunde nutzen auch Facebook

ich möchte ein Teil der Community/Peer Group sein

um mit Freunden in Kontakt zu bleiben

um berufliche Kontakte zu knüpfen

neue Leute kennenlernen

Sonstiges

Frage 10

Wie schätzt Du deine Internetkompetenz ein (Sicherheit im Umgang mit dem Internet)?

sehr gut

gut

genügend

ungenügend

kann ich nicht beurteilen

Frage 11

Hast Du Dich mit Jemandem aus Deinem Umfeld über den Umgang (Privatsphäre, Datenschutz, Selbstdarstellung) mit Social Network Sites (Facebook) unterhalten und ausgetauscht?

ja

nein

Frage 12

Wenn Ja, mit wem hast Du dich dann darüber unterhalten?

Mehrfachantwort möglich - Maximal 2 Antworten

- Eltern
- Freunde
- Lehrer (Schule)
- Sonstiges:

- Weiss nicht/Keine Angabe

Hinweis

Zum besseren Verständnis soll im Folgenden eine kurze Erklärung zur Thematik des Cybermobbings gegeben werden: Es handelt sich um Cyber-Mobbing, wenn jemand mit voller Absicht im Internet (E-Mail, ICQ, Social Networks) eines oder mehrere der folgenden Dinge tut: sich über eine andere Person lustig macht und ihn auf verletzender Weise beschimpft, auf einer anderen Person herumhackt, Lügen oder Gerüchte über eine andere Person verbreitet, etwas über eine andere Person im Internet postet, was sie nicht möchte!

Diese Angriffe passieren über einen längeren Zeitraum immer wieder!

Frage 13

Wurdest Du schon jemals über Facebook ...

Mehrfachantwort möglich

- eingeschüchtert oder bedroht
- geärgert, beschimpft oder beleidigt
- lächerlich gemacht
- es trifft Nichts zu

Frage 14

Wenn eine der Antworten von Frage 13 auf Dich zutrifft, was ist dann genau passiert?

Mehrfachantwort möglich

- über mich wurden Lügen und Geschichten verbreitet
- von mir wurden ohne mein Wissen Fotos ins Netz (Facebook) gestellt
- ich habe Nachrichten mit bösem Inhalt bekommen

- jemand hat sich ohne mein Wissen für mich ausgegeben
- ich wurde aus einer Gruppe (auf Facebook, ...) einfach ausgeschlossen
- Sonstiges:
- Weiss nicht/Keine Angabe

Frage 15

Kanntest du die Personen damals?

- ja
- nein
- Weiss nicht/Keine Angabe

Frage 16

Wurdest Du schon jemals im "real Life" (in der Schule, Freizeit, Arbeit, ...)

Mehrfachantwort möglich

- eingeschüchtert oder bedroht
- geärgert, beschimpft oder beleidigt
- lächerlich gemacht
- es trifft Nichts zu
- Sonstiges:

Frage 17

Ist es schon einmal vorgekommen,

Mehrfachantwort möglich

- dass du private Emails, Chatnachrichten oder Bilder von jemand anderem an Dritte weitergegeben hast, um den Betreffenden bloßzustellen oder lächerlich zu machen
- dass du einen Mitschüler/Bekanntem bei Chats oder Onlinespielen aus der Gruppe ausgeschlossen hast
- dass du über das Internet (Facebook) Beleidigungen oder Gerüchte über andere verbreitet hast

- dass du jemand anderem über das Internet Beleidigungen oder andere unangenehme Nachrichten geschickt hast
- Sonstiges:
- Weiss nicht/Keine Angabe

Frage 18

Was wären für Dich die Top 3 Gründe, warum Jugendliche Anderen in irgendeiner Art und Weise schaden wollen - nimm ein Ranking vor!

Erstellen Sie bitte eine Rangliste mit 3 Elementen.

Hier nehmen!

- Langeweile
- man mag die Person nicht
- weil andere es auch gemacht haben
- kein Grund
- man will die Person verletzen
- die Person war mir gegenüber auch nicht korrekt
- ein/e ehemalige Freund/in die mich enttäuscht hat

Ihre Rangliste



- Weiss nicht

Frage 19

Was tust du, wenn du auf Facebook in irgendeiner Art und Weise angegriffen wirst, bzw. beobachtest, dass jemand aus deinem Umfeld zum Opfer wird?

- Ich wüsste nicht, was man da tun kann
- Ich ignoriere es bewusst
- Ich ziehe mich zurück und bin traurig
- Ich bitte Jemanden um Hilfe

- Sonstiges:

- Weiss nicht/Keine Angabe

Welches der folgenden Verhalten würdest du zu "Mobbing im Internet" zählen?
Das Schreiben von anzüglichen Bemerkungen sexuellen Inhalts ...

- Mobbing
- kein Mobbing

Frage 21

Veröffentlichen von Videos im Internet über andere ohne deren Wissen ...

- Mobbing
- kein Mobbing

Frage 22

Fotos eines Bekannten anschauen, die der auf sein Profil geladen hat ...

- Mobbing
- kein Mobbing

Frage 23

Sich unter dem Namen eines Anderen auf einem Social Network (Facebook) registrieren ...

- Mobbing
- kein Mobbing

Frage 24

Öffentliches Lästern im Netz über andere Personen ...

- Mobbing
- kein Mobbing

Frage 25

Hast du in den letzten Wochen/Monaten etwas über die Thematik des "Cybermobbings" gehört, gesehen, gelesen?

- ja
- nein
- Weiss nicht/Keine Angabe

Hinweis

Im Folgenden findest Du noch ein paar Fragen zu Deinem Alter, Geschlecht, Schulbildung, ... Vielen Dank für deine Mühen!

Zum Abschluss möchte ich Dir noch ein paar kurze Fragen bezüglich Deines Alters, Schulbildung, ... stellen.

Geschlecht

- weiblich
- männlich

Frage 27

Wie alt bist du?

-

Frage 28

In welcher Ausbildung befindest du Dich gerade?

- Hauptschule
- Polytechnischer Lehrgang
- AHS (Gymnasium Unterstufe)
- Universität (Student)
- Lehre+Berufsschule
- AHS (Gymnasium Oberstufe)
- BMS (Berufsbildende mittlere Schulen, Fachschule, Handelsschule)
- BHS (Berufsbildende höhere Schulen: HAK, HTL, HLW)
- Sonstiges:
- Angestellter(in)

Frage 29

Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?

- Volksschule
- Hauptschule
- Lehre
- AHS/BHS
- Gymnasium
- Sonstiges:
- Mittelschule

Frage 30

Wo lebst du/wohnst du gerade?

- Landeshauptstadt/Bundeshauptstadt (Wien, ...)
- Stadt
- Ort

Danke!

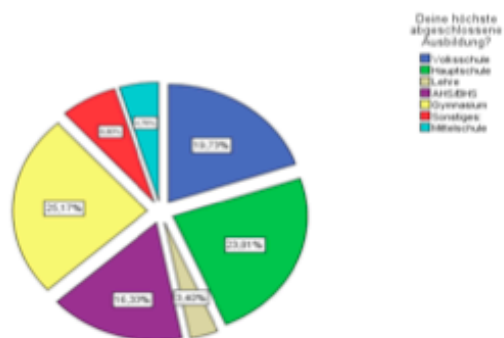
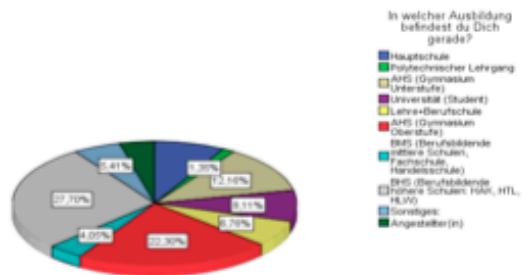
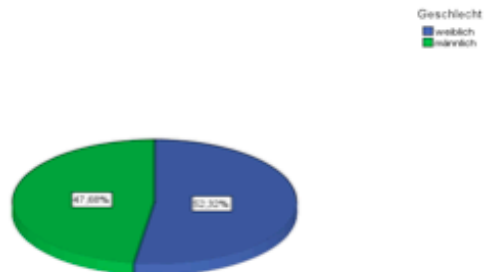
"Wie aus Freunden ganz schnell Feinde werden können" - Cybermobbing am Beispiel des Social Networks Facebook

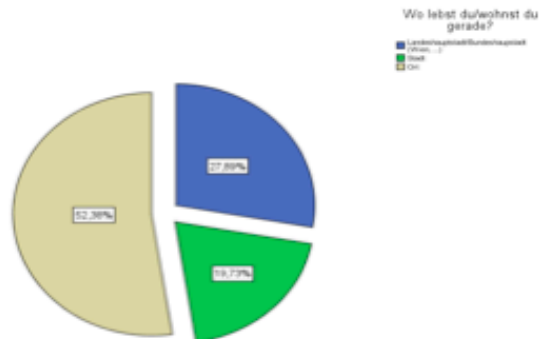
Vielen Lieben Dank für Deine Teilnahme! Bei eventuellen Fragen oder Anregungen scheue Dich nicht mich zu kontaktieren: a0403811@unet.univie.ac.at

Autor

Daniela Dietachmayr

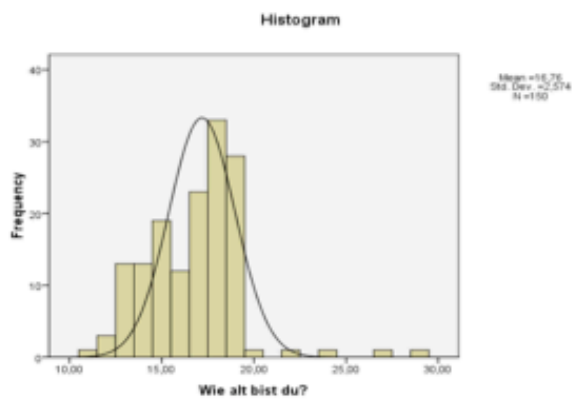
ANHANG II – SPSS AUSWERTUNGEN + GRAPHISCHE DARSTELLUNG





Statistik

Wie alt bist du?		
N	Valid	150
	Missing	50



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Wie alt bist du?
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18,7500
	Std. Deviation	2,57421
Most Extreme Differences	Absolute	,199
	Positive	,199
	Negative	-,199
Kolmogorov-Smirnov Z		1,945
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

TABELLE 1: Alter der Digital Natives/Umgang mit Mobbing auf Social Networks

Ranks

Wie alt bist du?	empfangen sie das auf sein Prof.	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Wie alt bist du?	mobbing	4	58,00	232,00
	kein Mobbing	146	76,00	11096,00
	Total	150		

Test Statistics^a

		Wie alt bist du?
Mann-Whitney U		216,000
Wilcoxon W		226,000
Z		-,898
Asymp. Sig. (2-tailed)		,369

a. Grouping Variable: Fotos eines Bekannten anschauen, die der auf

TABELLE 2: Alter der Digital Natives/Umgang mit Mobbing auf Social Networks

Ranks				
Antworten auf einem Social		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Wie alt bist du?	Mobbing	110	75,48	8302,50
	kein Mobbing	40	75,56	3022,50
	Total	150		

Test Statistics ^a	
Wie alt bist du?	
Mann-Whitney U	2397,500
Wilcoxon W	8332,500
Z	-,011
Asymp. Sig. (2-tailed)	,991

a. Grouping Variable: Sich unter dem Namen eines Anderen auf eine

TABELLE 3: Alter der Digital Natives/Umgang mit Mobbing auf Social Networks

Ranks				
antworten Personen		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Wie alt bist du?	Mobbing	136	76,20	10515,50
	kein Mobbing	12	67,46	809,50
	Total	150		

Test Statistics ^a	
Wie alt bist du?	
Mann-Whitney U	791,500
Wilcoxon W	809,500
Z	-,677
Asymp. Sig. (2-tailed)	,498

a. Grouping Variable: Öffentliches Lachen im Netz über andere Piers

TABELLE 4: Alter der Digital Natives/Umgang mit Mobbing auf Social Networks

Ranks				
Wochen/Monaten etwas über sie		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Wie alt bist du?	ja	50	69,11	3455,50
	nein	85	68,15	5800,50
	Total	135		

Test Statistics ^a	
Wie alt bist du?	
Mann-Whitney U	2170,500
Wilcoxon W	6880,500
Z	-,139
Asymp. Sig. (2-tailed)	,881

a. Grouping Variable: Hast du in den letzten Wochen/Monaten etwas

Tabelle 5: Kreuztabelle Mobbing Real Life vs Cyber-Mobbing Facebook

		Mobbing Real Life		Total	
		nein	ja		
Cyber-Mobbing Facebook	nein	Count	20	9	29
		% within neu_v13	74,3%	25,7%	100,0%
	ja	Count	96	36	131
		% within neu_v13	72,5%	27,5%	100,0%
Total	Count	116	45	161	
	% within neu_v13	72,3%	27,7%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,041 ^a	1	,830		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,044	1	,834		
Fisher's Exact Test				1,000	,510
Linear-by-Linear Association	,043	1	,835		
N of Valid Cases	166				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,46.

b. Computed only for a 2x2 table

Ranks

Cyber-Mobbing Facebook		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Seit wie vielen Jahren nutzt du das Internet schon ungefähr?	nein	35	94,00	3272,00
	ja	132	85,08	11263,00
	Total	170		
Wie häufig nutzt Du das Internet?	nein	38	86,30	3279,50
	ja	132	85,27	11265,50
	Total	170		

Wenn du das Internet täglich nutzt, wie viele Stunden bist du dann im Netz?	nein	38	82,42	3132,00
	ja	125	81,87	10294,00
	Total	163		
Wie viel dieser Zeit, die du im Netz verbringst, nimmst dann das Social Network Facebook ein?	nein	35	90,26	3430,00
	ja	132	84,13	11105,00
	Total	170		

Test Statistics^a

	Seit wie vielen Jahren nutzt du das Internet schon (in Jahren)?	Wie häufig nutzt Du das Internet?	Wenn du das Internet täglich nutzt, wie viele Stunden bist du dann im Netz?	Wie viel dieser Zeit, die du im Netz verbringst, nimmst dann das Social Network Facebook ein?
Mann-Whitney U	2185,000	2477,500	2359,000	2327,000
Wilcoxon W	10925,000	11255,500	10294,000	11105,000
Z	-.292	-.599	-.968	-.713
Asymp. Sig. (2-tailed)	,798	,874	,348	,478

a. Grouping Variable: neu_v13

Tabelle 6: Cyber-Mobbing Facebook vs. Wohnort

			Cyber-Mobbing/Facebook		Total
			nein	ja	
Wo lebst du/wohnt du gerade?	Landeshauptstadt/Bundeshauptstadt (Wien, ...)	Count	15	26	41
		% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	36,6%	63,4%	100,0%
Stadt	Count	3	26	29	
	% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	10,3%	89,7%	100,0%	
Ort	Count	13	64	77	
	% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	16,9%	83,1%	100,0%	
Total	Count	31	116	147	
	% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	21,1%	78,9%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pearson Chi-Square	8,347 ^a	2	,015
Likelihood Ratio	8,336	2	,015
Linear-by-Linear Association	5,029	1	,029
N of Valid Cases	147		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,12.

Tabelle 7: Traditionelles Mobbing Real Life vs. Wohnort

			Traditionelles Mobbing - Real Life		Total
			nein	ja	
Wo lebst du/wohnt du gerade?	Landeshauptstadt/Bundeshauptstadt (Wien, ...)	Count	28	13	41
		% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	68,3%	31,7%	100,0%
Stadt	Count	21	8	29	
	% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	72,4%	27,6%	100,0%	
Ort	Count	56	19	75	
	% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	75,3%	24,7%	100,0%	
Total	Count	107	40	147	
	% within Wo lebst du/wohnt du gerade?	72,8%	27,2%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pearson Chi-Square	,871 ^a	2	,710
Likelihood Ratio	,863	2	,718
Linear-by-Linear Association	,862	1	,416
N of Valid Cases	147		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,88.

Ranks

	Mobbing Real Life	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Wie schätzt Du deine Internetkompetenz ein (Sicherheit im Umgang mit dem Internet)?	nein	121	82,46	9977,50
	ja	45	66,30	3003,50
	Total	166		

Test Statistics^a

	Wie schätzt Du deine Internetkompetenz ein (Sicherheit im Umgang mit dem Internet)?
Mann-Whitney U	2536,500
Wilcoxon W	9977,500

Z	-,000
Asymp. Sig. (2-tailed)	,028

a. Grouping Variable: neu_v10

Geschlecht * Ist es schon einmal vorgekommen, Crosstabulation

			Ist es schon einmal vorgekommen				
			keine Angabe/weiß nicht	das du private Emails, Chatnachrichten oder Bilder von jemand anderem an Dritte weitergegeben hast, um den Betroffenen zu kontaktieren	das du einen Mitschüler/Bekanntem bei Chats oder Onlineforen aus der Gruppe ausgeschlossen hast	das du über das Internet (Facebook, Belegungen oder Gerichte) über andere verbräutet hast	das du jemand anderem über das Internet Belegungen oder andere unangenehme Nachrichten geschickt hast
Geschlecht	welblich	Count	43	11	7	2	5
		% within Geschlecht	54,4%	13,9%	8,9%	2,5%	6,3%
	männlich	Count	43	3	3	5	6
		% within Geschlecht	59,7%	4,2%	4,2%	6,9%	8,3%
Total		Count	86	14	10	7	11
		% within Geschlecht	57,0%	9,3%	6,6%	4,6%	7,3%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pearson Chi-Square	7,263 ^a	5	,200
Likelihood Ratio	7,264	5	,177
Linear-by-Linear Association	,251	1	,617
N of Valid Cases	151		

a. 3 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,34

Crosstab

			Mobbing Real Life		Total
			nein	ja	
Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	Volkshochschule	Count	21	8	29
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	72,4%	27,6%	100,0%
	Hauptschule	Count	24	11	35
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	68,6%	31,4%	100,0%
	Lehre	Count	4	1	5
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	80,0%	20,0%	100,0%
	AHS/BHS	Count	19	5	24
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	79,2%	20,8%	100,0%
	Dynmikum	Count	21	10	31
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	73,0%	27,0%	100,0%
	Sonstiges	Count	7	3	10
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	70,0%	30,0%	100,0%
	Mittelschule	Count	5	2	7
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	71,4%	28,6%	100,0%
Total		Count	107	40	147
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	72,8%	27,2%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pearson Chi-Square	,587 ^a	6	,996
Likelihood Ratio	1,014	6	,985
Linear-by-Linear Association	,248	1	,620
N of Valid Cases	147		

a. 4 cells (28,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,35

Crosstab

			Cyber-Mobbing Facebook		Total
			nein	ja	
v29k	1	Count	31	124	161
		% within v29k	23,0%	77,0%	100,0%
	3 Jahre HGLA Linz, ohne Abschlus	Count	0	1	1
		% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
	6. Klasse AHS	Count	0	1	1
		% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
	AHS/Unterrstufe	Count	0	1	1
		% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
	FH	Count	0	1	1
		% within v29k	,0%	100,0%	100,0%

HAS	Count	0	1	
	% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
noch nicht fertig mit der Schule	Count	0	1	1
	% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
Stecke mitten in der Matura	Count	0	1	1
	% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
Unterstufe	Count	1	0	1
	% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
Unterstufe Gymnasium	Count	0	1	1
	% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	38	132	170
	% within v29k	22,4%	77,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,812 ^a	9	,750
Likelihood Ratio	7,081	9	,529
Linear-by-Linear Association	,089	1	,766
N of Valid Cases	170		

a. 18 cells (90,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .22.

Crosstabs

		Count	Mobbings Real Life		Total
			kein	ja	
v29k	1	Count	114	43	157
		% within v29k	72,8%	27,4%	100,0%
	3 Jahre HBLA Litz, ohne Abschluss	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
	6. Klasse AHS	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
	AHSUnterstufe	Count	0	1	1
		% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
	FH	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
	HAS	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
	noch nicht fertig mit der Schule	Count	0	1	1
		% within v29k	,0%	100,0%	100,0%
	Stecke mitten in der Matura	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
	Unterstufe	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
	Unterstufe Gymnasium	Count	1	0	1
		% within v29k	100,0%	,0%	100,0%
Total	Count		121	45	166
	% within v29k		72,9%	27,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,987 ^a	9	,595
Likelihood Ratio	9,054	9	,376
Linear-by-Linear Association	,169	1	,684
N of Valid Cases	166		

a. 18 cells (90,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .27.

Crosstabs

		Count	Cyber-Mobbing Facebook		Total
			kein	ja	
Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	Vorkeschule	Count	7	22	29
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	24,1%	75,9%	100,0%
	Hauptschule	Count	5	30	35
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	14,3%	85,7%	100,0%
	Lehre	Count	2	3	5
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	40,0%	60,0%	100,0%
	AHS/BHS	Count	6	18	24
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	25,0%	75,0%	100,0%
	Gymnasium	Count	6	31	37
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	16,2%	83,8%	100,0%
	Sonstiges	Count	1	8	9
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	10,0%	90,0%	100,0%
	Mittelschule	Count	4	3	7
		% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	57,1%	42,9%	100,0%
Total	Count		31	116	147

	% within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	21,1%	78,9%	100,0%
--	---	-------	-------	--------

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,160 ^a	6	,704
Likelihood Ratio	8,105	6	,231
Linear-by-Linear Association	,266	1	,606
N of Valid Cases	147		

a. 4 cells (28,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,55.

Crosstabs

			Mobility Real Life		Total
			kein	ja	
Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	Volkshochschule	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	21 72,4%	8 27,6%	29 100,0%
	Hauptschule	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	24 68,8%	11 31,4%	35 100,0%
	Lehre	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	4 80,0%	1 20,0%	5 100,0%
	Arbeitslehre	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	19 79,2%	5 20,8%	24 100,0%
	Gymnasium	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	27 73,0%	10 27,0%	37 100,0%
	Sonstiges	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	7 70,0%	3 30,0%	10 100,0%
	Mittelschule	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	5 71,4%	2 28,6%	7 100,0%
Total	Count % within Deine höchste abgeschlossene Ausbildung?	107 72,8%	40 27,2%	147 100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,957 ^a	6	,999
Likelihood Ratio	1,214	6	,985
Linear-by-Linear Association	,246	1	,620
N of Valid Cases	147		

a. 4 cells (28,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,33.

Cross-tab				Zus. 10)		Total
		ja	nein	ja	nein	
Denke höhere allgemeine Ausbildung?	Vollschule	Count	7	22	29	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	24.1%	73.8%	100.0%	
	Hauptschule	Count	5	30	35	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	14.3%	85.7%	100.0%	
	Lohn	Count	2	3	5	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	43.0%	60.0%	100.0%	
	AHBBSD	Count	6	18	24	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	21.0%	75.0%	100.0%	
	Gymnasium	Count	6	21	27	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	18.2%	81.8%	100.0%	
Sonstiges	Count	1	9	10		
	% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	10.0%	90.0%	100.0%		
Mittelstufe	Count	4	3	7		
	% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	57.1%	42.9%	100.0%		
Total	Count	37	78	115		
	% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	31.3%	68.7%	100.0%		

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.169 ^a	6	.184
Likelihood Ratio	8.702	6	.201
Linear-by-Linear Association	.268	1	.608
N of Valid Cases	147		

a. 4 cells (28.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.01.

Cross-tab				Zus. 10)		Total
		ja	nein	ja	nein	
Denke höhere allgemeine Ausbildung?	Vollschule	Count	21	9	30	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	72.4%	27.6%	100.0%	
	Hauptschule	Count	24	11	35	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	68.6%	31.4%	100.0%	
	Lohn	Count	4	1	5	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	80.0%	20.0%	100.0%	
	AHBBSD	Count	18	6	24	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	75.0%	25.0%	100.0%	
	Gymnasium	Count	27	10	37	
		% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	73.0%	27.0%	100.0%	
Sonstiges	Count	7	3	10		
	% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	70.0%	30.0%	100.0%		
Mittelstufe	Count	5	2	7		
	% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	71.4%	28.6%	100.0%		
Total	Count	107	40	147		
	% within Denke höhere allgemeine Ausbildung?	72.8%	27.2%	100.0%		

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.677	6	.888
Likelihood Ratio	3.214	6	.985
Linear-by-Linear Association	.268	1	.608
N of Valid Cases	147		

a. 4 cells (28.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.01.

Pivot			
Wie wichtig ist dir die... (abhängig von der...)		%	Mean Value
Informationsanforderung an... (abhängig von der...)	Vollschule	21	63.0
	Hauptschule	34	68.0
	Lohn	5	65.0
	AHBBSD	24	69.0
	Gymnasium	37	74.0
	Sonstiges	10	65.0
	Mittelstufe	7	73.0
Total		147	

Test Statistic	
Chi-Square	9.169
df	6
Asymp. Sig.	.184

a. Grouping Variable: Denke höhere allgemeine Ausbildung

ANHANG III - LEBENS LAUF

LEBENS LAUF DANIELA DIETACHMAYR

Zur Person

Geburtsdaten

25. Dezember 1983
Steyr/Enns (OÖ)

Nationalität
Eltern

Österreich
Vater: Johann Dietachmayr
Mutter: Christine Dietachmayr

Studium

Seit 2009

Magisterstudium der Publizistik und
Kommunikationswissenschaft in Wien
Bakkalaureatsstudium der Publizistik und
Kommunikationswissenschaft in Wien,
Schwerpunkt: PR, Werbung, Historische
Grundlagenforschung, Theater-, Film- und
Medienwissenschaften

Seit 2004

Schule

1998 – 2004 (Matura: Juni 2004)

Handelsakademie, Schwerpunkt: Marketing, PR
(Waidhofen/Ybbs, NÖ)
Hauptschule (Weyer/OÖ)
Volksschule (Weyer/OÖ)

1994 – 1998

1990 – 1994

Praktika und Berufserfahrung

2006 – 2011

Gigi Schoeller PR (Wien), Medienarbeit,
Medienbeobachtung, Kundenbetreuung, Verfassen
von Presstexten, ...

2006

Seit 2005

Body & Soul (Wien) Booking-Assistenz
Freie Mitarbeit noncon:form (Architekturbüro Wien)
bei verschiedenen Projekten

2004 – 2005

Architekturstiftung Österreich – Netzwerk für
Baukultur

1999 – 2004

Allianz-Versicherung (OÖ)

Kenntnisse

Englisch – fließend in Wort und Schrift
Französisch – Grundkenntnisse in Wort und Schrift
Maschinschreiben & Textverarbeitung
Microsoft Office

ANHANG III – ABSTRACT

Abstract Magisterarbeit

Die vorliegende Magisterarbeit beschäftigt sich mit dem Thema: „Wie aus Freunden ganz schnell Feinde werden können!“ Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying am Beispiel des Social Network Facebook. Für die Untersuchung der vorliegenden Arbeit wurde die Methode der Online-Befragung gewählt, als Untersuchungsgegenstand wurde das Social Network Facebook ausgewählt. In der Untersuchung sind die Befragungsergebnisse von 200 Personen berücksichtigt. Zielgruppe der Befragung war die Gruppe der 12-19-jährigen Jugendlichen. Grund deswegen war der, dass in sehr vielen bereits existierenden Studien genau diese Zielgruppe definiert und untersucht wurde. In diesen Studien wurde jedoch meist zu Social Networks wie „schülerVZ“ o.ä. geforscht. Deswegen fiel die Entscheidung für die vorliegende Untersuchung auf das bereits genannte Social Network Facebook. Der Grund dafür war die Chance herauszufinden, ob die Ergebnisse ähnlich oder gleich ausfallen wie bei existierenden Studien zu diesem Themenkomplex. Ein weiterer Grund war der, dass das Social Network Facebook eine Plattform mit internationalem Flair darstellt, während dessen Plattformen wie „schülerVZ“ doch eher regional bestimmt sind. Das Ziel der vorliegenden Arbeit war jenes, herauszufinden wie die Jugendlichen der 12-19 Jährigen mit dieser Problematik des Cyber-Mobbing umgehen, inwieweit sie davon betroffen sind (im Speziellen auf Facebook), aber auch inwieweit das traditionelle Mobbing sie betrifft. Weitere Komponenten der vorliegenden Arbeit lesen sich wie folgt: Bereich der computervermittelten Kommunikation d.h. Kommunikation im Cyberspace, Social Networks, Internetnutzung/Mediennutzung der Jugendlichen, Cyber-Mobbing vs. Traditionelles Mobbing, Social Network Facebook.