

# Wie man auf *Facebook* kommunizieren sollte

Selbstbestimmtes Medienhandeln auf Social Network Sites

Kathrin Friederike Müller / Arne Freya Zillich

*Die Nutzung von Social Network Sites wird in der Forschung überwiegend als wenig selbstbestimmt verstanden. Daher greift der Beitrag die Frage auf, in welchem Maße Nutzende die Kommunikation auf Facebook selbstbestimmt ausgestalten. Wir argumentieren, dass die gemeinsame Etablierung von Normen das Ergebnis einer Aushandlung unter den Nutzenden darüber ist, wie man auf Facebook kommunizieren sollte. Zudem nehmen wir an, dass sich diese Normen vor dem Hintergrund der Erfahrung der Nutzenden mit Facebook im Laufe der Zeit wandeln. Aufbauend auf der Unterscheidung in deskriptive und induktive Normen führten wir sechs Gruppendiskussionen mit aktiven Facebook-Nutzenden unterschiedlicher Alters- und Beschäftigungsgruppen durch. Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten kein einheitliches Set an deskriptiven Normen wahrnehmen. Hingegen lassen sich sieben zentrale injunktive Normen identifizieren, die definieren, wie Mitglieder von Facebook optimal als Nutzende auftreten, wie sie dort gelingen mit Anderen kommunizieren und mit wem sie sich dort vernetzen sollen. Zudem zeigt sich, dass sich sowohl die Normen der Facebook-Nutzung als auch die Facebook-Nutzung selbst über die Zeit gewandelt haben. Beide Aspekte stehen miteinander in Beziehung. Selbstbestimmung realisiert sich also über gemeinsame Normenentwicklung.*

**Schlüsselwörter:** Normen, Facebook, Gruppendiskussion, Selbstbestimmung, Mediennutzung

## 1. Einleitung

Dieser Beitrag diskutiert die gemeinschaftliche Aushandlung und Etablierung von Normen bei der Nutzung von Social Network Sites (SNS) als Ausdruck selbstbestimmten Medienhandelns und verdeutlicht empirisch, wie die Nutzung von *Facebook* vor diesem Hintergrund ausgestaltet wird. Er knüpft damit an kommunikationswissenschaftliche und soziologische Debatten um die Frage an, in welchem Umfang Nutzende Gestaltungsmöglichkeiten bezüglich der Nutzung von SNS haben und inwieweit sie den Vorgaben der Plattformen folgen müssen. In diesem Zusammenhang wurde oft diagnostiziert, dass Kommunikation auf SNS wenig selbstbestimmt sei (Baumann 2015: 75), weil SNS sie aufgrund ihrer standardisierten Benutzeroberfläche vereinheitlichen (Wiedemann 2011). Zudem könnten die Nutzenden nicht frei über die Verwendung ihrer Daten und Informationen (Baumann 2015: 75) entscheiden, weil diese als virtuelle Währung für die Teilhabe an den kommunikativen Möglichkeiten des Mediums erfasst würden (Taddicken & Jers 2011). Weitere Beschränkungen entstehen darüber hinaus durch die regulatorische Aufsicht durch den Gesetzgeber in Form von Gesetzen wie dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz (Liesching 2017).

Wir argumentieren, dass die Möglichkeiten des Mediums und der Gesetzgebung zwar Vorgaben für die Nutzung schaffen, jedoch die Nutzenden auf der alltagspraktischen Ebene mitbestimmen, wie SNS konkret genutzt werden. Die Basis für diese Mitbestimmung bilden Aushandlungsprozesse, in denen die Nutzenden sich darüber verständigen, wie SNS idealerweise genutzt werden sollen. Sie bringen in diesem Zusammenhang

Normen hervor, welche als sozial ausgehandelte und kontextabhängige Handlungsregeln (Rimal & Lapinski 2015: 394) im Handlungsvollzug situationsspezifisch generiert und angewendet werden, etwa indem Nutzende deskriptive Normen aus dem Handeln Anderer ableiten oder indem über injunktive Normen im sozialen Miteinander vermittelt wird, wie man handeln soll (Rimal & Real 2003). Wir verstehen diese gemeinsame Etablierung von Normen, die die Nutzung und Kommunikation via SNS regeln, als Ergebnis einer nutzerbestimmten kollektiven Auseinandersetzung mit der Frage, wie man auf SNS kommunizieren sollte.<sup>1</sup>

Wir untersuchen am Beispiel der in Deutschland am meisten genutzten SNS *Facebook*, auf das 21 Prozent der Internetnutzenden insgesamt und 43 Prozent der Internetnutzenden zwischen 14 und 29 Jahren täglich zugreifen (Koch & Frees 2017), wie sich ein nutzerbestimmter Umgang mit SNS realisiert. Wir nehmen an, dass sich seit der Gründung von Facebook im Jahr 2004 innerhalb der virtuellen Gemeinschaft, die die *Facebook*-Nutzenden darstellen, Normen einer angemessenen *Facebook*-Nutzung herausgebildet haben und dass sich diese vor dem Hintergrund der Erfahrungen, die die Nutzenden mit *Facebook* sammeln, verändern. Um Normen zu erfragen und ihre Aushandlung im sozialen Miteinander nachzuvollziehen, führten wir sechs Fokusgruppen mit aktiven *Facebook*-Nutzenden unterschiedlichen Alters durch und ließen die Teilnehmenden rekonstruieren, wie sich Normen und *Facebook*-Nutzung im Zeitraum zwischen der Registrierung bei *Facebook* und der Befragung gewandelt haben. Vor diesem Hintergrund diskutieren wir, ob und ggf. wie sich Selbstbestimmung bei der Nutzung von *Facebook* realisiert.

## 2. Theoretischer Hintergrund

### 2.1 Normen im Kontext individueller Selbstbestimmung

Auf kollektiver Ebene lässt sich Selbstbestimmung als das „Opponieren gegen Fremdbestimmung und -kontrolle“ (Krähnke 2007: 138) verstehen, das eingebunden in öffentliche symbolische Deutungskämpfe, politische Herrschaftskämpfe und gesellschaftliche Diskurse ist (Ebd.: 132). In diesem Zusammenhang wird vor allem die Frage diskutiert, inwiefern massenmediale Kommunikation die kollektive Selbstbestimmung von Bürgern und gesellschaftlichen Gruppen realisieren kann, indem sie deren Themen oder Forderungen in die Öffentlichkeit trägt und eine diskursive Auseinandersetzung über sie anstößt (Ebd.: 103–146). SNS bieten Nutzenden z. B. die Möglichkeit zur politischen Partizipation, zu Deliberation oder zur Mobilisierung von sozialen Bewegungen (Emmer, Vowe & Wolling 2011). Auf individueller Ebene bezieht sich Selbstbestimmung nach Ryan und Deci (2002) auf die Befriedigung von drei grundlegenden Bedürfnissen: dem Bedürfnis nach Kompetenz, nach Autonomie und nach sozialer Verbundenheit. Damit ist gemeint, dass Menschen die angeborene Motivation haben, in den Interaktionen mit ihrem sozialen Umfeld effektiv zu wirken, sich selbst als Ursprung der eigenen Handlungen zu erfahren und sich mit Personen ihres sozialen Umfelds verbunden zu fühlen (Ebd.: 7). Gemäß der *Organismic Integration Theory* (OIT), einer Subtheorie zur Spezifizierung der Self-Determination Theory, können Handlungen relevanter Anderer Individuen dazu anregen, Handlungen auszuführen, für die sie nicht intrinsisch motiviert sind, und diese in Form von Regeln zu internalisieren. Dies ist insofern von Be-

1 Dabei ist jedoch zu bedenken, dass persönliche Ressourcen wie Bildung, kulturelles Kapital und Schichtzugehörigkeit eine Teilhabe an diesem Aushandlungsprozess wesentlich mitbestimmen, weil sie darüber entscheiden, wie sich ein Nutzender artikulieren und einbringen kann.

deutung, als dass Individuen solche internalisierten Regeln als ihre eigenen erleben. Handlungen, deren Regeln stark internalisiert sind, gehen also mit autonomen Motivationen einher, während Handlungen, deren Regeln weniger stark internalisiert sind, kontrollierte Motivationen darstellen (Ebd.: 15). Soziale Kontexte, die das Gefühl von Kompetenz, Autonomie und sozialer Verbundenheit fördern, haben sich in diesem Zusammenhang als relevant gezeigt: Sie begünstigen die Internalisierung von Regeln (Ryan & Deci 2017: 202–203) und lassen das Individuum sie als eigenen Impuls erleben. Vor diesem Hintergrund können SNS als eine Variante sozialer Kontexte verstanden werden, die es Nutzenden ermöglichen, sich kommunikativ aufeinander zu beziehen, sich persönlich initiativ wahrzunehmen und das eigene Handeln als effektiv zu erleben. Denn auf SNS können Nutzende sich mit anderen verbinden, ihre Gedanken, Gefühle und Interessen mit ihnen teilen und auf für sie als wichtig erachtete Kommunikationsaktivitäten freiwillig und effektiv eingehen – und somit der OIT zufolge individuelle Selbstbestimmung erfahren.

In diesem Beitrag legen wir den Fokus auf die Rolle der relevanten Anderen und setzen daher auf der Ebene der Regeln der Referenzgruppe an, die Individuen internalisieren. Normen sind eine Variante solcher Regeln, die in gemeinschaftlichen Aushandlungsprozessen entstehen. Wir verstehen die Etablierung von Normen als Resultat der Selbstbestimmung von Gruppen. Bezogen auf die Mediennutzung vermitteln Normen demzufolge, wie Nutzende und ihre Referenzgruppe gelungenes Medienhandeln begreifen. Damit fokussieren wir in diesem Beitrag auf den bisher vernachlässigten Zusammenhang zwischen individueller Selbstbestimmung und kollektiver Etablierung von Normen.

Normen sind bei der Nutzung von Medientechnologien und -anwendungen stets wirksam (Couldry 2012: 40). Das gilt speziell für SNS, auf denen der Fokus dieses Beitrags liegt. Sie gelten als „a space governed by *norms* [Herv. im Original]“ (Couldry & Hepp 2017: 137). Normen prägen die Nutzung von SNS auf drei Ebenen. Erstens ist ihre Nutzung an „formalisierte Normen“ (Schmidt 2009: 50), wie rechtliche Vorschriften und Gesetze gebunden. Auf ihre Gestaltung haben die Nutzenden keinen Einfluss. Zweitens kann über SNS ein charakteristisches, aber beschränktes Angebot kommunikativer Potenziale genutzt werden (Wiedemann 2011). Dieses Angebot basiert auf einer spezifischen datenbasierten Infrastruktur, die den kommerziellen Zwecken der Anbieter dient (Couldry & Hepp 2017: 137), indem sie das soziale Leben in Daten überträgt (Ebd.: 141). Auch die infrastrukturelle Ebene können die Nutzenden nicht verändern. Hingegen können Nutzende Einfluss darauf nehmen, wie ein Medium im Alltag genutzt wird und welche kommunikativen Angebote tatsächlich Verwendung finden, indem sie drittens, wie bereits angesprochen, Regeln hervorbringen (Höflich 2016; Roll 2017). Sie dienen dazu, einen gelungenen Umgang mit den kommunikativen Potenzialen neuer Medien(-Technologien) zu realisieren und dem (Medien-)Handeln vor dem Hintergrund des Sozialen eine sinnhafte Struktur zu verleihen (Tranow 2018: 343).

Kennzeichnend für die Nutzung von SNS im Alltag ist, ähnlich wie für die Nutzung des Handys oder Smartphones (Roll 2017: 96–105), dass eine Neubestimmung von Nutzungsregeln notwendig ist, weil es im Spektrum der klassischen Massenmedien keine Vorbilder für die Verwendung solcher neuen Medienanwendungen oder -technologien gibt (Ackermann 2015: 9). Ähnlich wie für die interpersonale Kommunikation in Foren oder Chatträumen (Ebd.: 8; Schmidt 2015) wird auch für den Umgang der Nutzenden auf SNS gemeinschaftlich ein akzeptables Miteinander ausgehandelt. Auf Basis solcher Verständigungsprozesse formieren sich Verwendungsgemeinschaften, denen Personen angehören, die wissen, wie sie in dem spezifischen virtuellen Kommunikationskontext

handeln müssen: „Nur wer die informellen Regeln kennt und ihrem präskriptiven Gehalt folgt, kann als Teil einer Verwendungsgemeinschaft gelten und sich die Chance eröffnen, kommunikative Gratifikationen zu erreichen.“ (Schmidt 2009: 51)

Wir argumentieren, dass die Nutzenden von SNS über gemeinsame Regeln als Verwendungsgemeinschaft zusammengefunden haben und dass die Etablierung dieser Regeln eine spezifische Variante der Normetablierung darstellt, denn in beiden Fällen handelt es sich um eine „freiwillige Übereinkunft“, welche nicht zielgerichtet und absichtsvoll, sondern „evolutionär“ als Verstetigung von etwas „Gewohntem zu etwas Gesolltem“ ungeplant verläuft (Tranow 2018: 345). Wir gehen deshalb davon aus, dass Normen 1.) den Umgang der Nutzenden auf SNS untereinander regeln, und 2.) definieren, welche der kommunikativen Möglichkeiten auf SNS von den Nutzenden verwendet werden. Da die Nutzenden ein gemeinsames Grundverständnis über die Verwendung der Möglichkeiten des Mediums formulieren, sehen wir diesen Prozess in Abgrenzung zu gesetzlichen und medialen Vorgaben als Ausdruck selbstbestimmten Medienhandelns in der Gruppe.

## 2.2 Deskriptive und injunktive Normen

Versteht man Normen<sup>2</sup> als sozial ausgehandelte und kontextabhängige Handlungsregeln (Rimal & Lapinski 2015: 394), stellt sich die Frage, durch welche Prozesse diese Handlungsregeln im Alltag ausgehandelt werden. Um diesen Zusammenhang zu spezifizieren, beziehen wir uns auf die in der Forschung etablierte Unterscheidung zwischen deskriptiven und injunktiven Normen, die erstmals von Cialdini und Kollegen (Cialdini, Kallgren & Reno 1991; Cialdini & Trost 1998) eingeführt wurde. Deskriptive Normen zeigen, was Personen typischerweise tun (Cialdini et al. 1991). Sie umfassen die individuelle Wahrnehmung einer Person, wie verbreitet ein bestimmtes Verhalten bei relevanten anderen Personen ist, und stellen die Norm des Seins dar (Rimal & Real 2003; 2005). Injunktive Normen hingegen veranschaulichen, was Personen idealerweise tun sollten bzw. nicht tun sollten, und bilden damit die Norm des Sollens. Sie umfassen das „Ausmaß, mit dem Individuen sich gezwungen fühlen, ein Verhalten auszuführen oder zu unterlassen“ (Rimal & Real 2003: 186). Dieser wahrgenommene Druck kann sowohl eine wahrgenommene Bedrohung als auch einen wahrgenommenen Nutzen umfassen. Er basiert auf der Vorstellung davon, was richtig und was falsch ist, deren Verletzung meist sanktioniert wird (Interis 2011). Beispielsweise nutzen Jugendliche pornographische Angebote, wenn sie niemand anderes sieht, ohne dies als unangemessen zu empfinden (deskriptive Norm), auch wenn dieses Verhalten in unserer Gesellschaft sozial nicht akzeptiert ist (injunktive Norm). Wird ein Jugendlicher aber beim Schauen von Pornos von seinen Eltern erwischt (Verletzung der injunktiven Norm), wird er hierfür möglicherweise kritisiert und folglich sanktioniert. Deskriptive und injunktive Normen unterscheiden sich also dadurch, dass das Nichtbefolgen von injunktiven Normen in der Regel soziale Sanktionen auslöst, während das Nichtbefolgen von deskriptiven Normen für gewöhnlich keine Sanktionen nach sich zieht (Cialdini & Trost 1998; Interis 2011; Lapinski & Rimal 2005). Auch wenn deskriptive und injunktive Normen sehr häufig übereinstimmen, stehen sie gelegentlich in Konflikt zueinander (Chung & Rimal 2016). Inkongruente Normen zeigen sich z. B., wenn eine Person denkt, dass die Mehrheit ihrer Freunde erwartet, dass man sofort auf eine *WhatsApp*-Nachricht antworten sollte (starke

2 In der Forschung existieren zahlreiche verschiedene Konzeptionen von Normen, die jeweils verschiedene Typen von Normen unterscheiden (im Überblick Chung & Rimal 2016; Interis 2011; Mackie, Monetti, Shakya & Denny 2015).

injunktive Norm), sie ihrerseits aber deutlich zeitverzögert antworten (schwache deskriptive Norm).

Sowohl deskriptive als auch injunktive Normen beeinflussen, wie Individuen handeln. Während einige Forschende theoretisch argumentieren, dass lediglich deskriptive Normen das Handeln von Individuen direkt beeinflussen, und injunktive Normen diesen Einfluss nur moderieren (Rimal & Real 2005), konnten empirische Studien einen direkten Einfluss sowohl von deskriptiven Normen (Cialdini 2007; Mollen, Rimal, Ruiters & Kok 2013) als auch von injunktiven Normen (Rimal & Real 2005; Baumgartner, Valkenburg & Peter 2011) auf die Verhaltensabsicht nachweisen. Wie zudem eine Konstruktüberprüfung mittels konfirmatorischer Faktorenanalyse von Park und Smith (2007) zeigt, stellen deskriptive und injunktive Normen zwei eigenständige Normtypen dar. Abgesehen davon, dass deskriptive und injunktive Normen häufig interagieren (Chung & Rimal 2016), können sie somit auch einen unabhängigen Einfluss auf das Handeln von Menschen haben. Daher nehmen wir an, dass sowohl deskriptive als auch injunktive Normen eine zentrale Rolle bei der *Facebook*-Nutzung spielen und dass sich diese bezüglich ihrer Anwendung unterscheiden lassen.

Zudem beziehen sich sowohl deskriptive Normen als auch injunktive Normen stets auf eine Referenzgruppe, d. h. auf relevante Andere, die ein bestimmtes Verhalten zeigen und es befürworten oder missbilligen (Interis 2011; Mackie et al. 2015; Rimal & Real 2003). Eine Referenzgruppe ist „eine Gruppe, Gemeinschaft oder Person, die ein Handelnder auf gewisse Weise berücksichtigt, während er eine Handlung aus einer Reihe von alternativen Handlungen auswählt oder während er ein Urteil über den fraglichen Sachverhalt trifft“ (Kemper 1968: 32). Folglich umfasst die Referenzgruppe diejenigen Personen, deren Erwartungen für das Individuum relevant sind und die ihm als Orientierung in spezifischen Situationen dienen, innerhalb derer es zwischen Handlungsoptionen entscheiden kann (Kemper 1968; Mackie et al. 2015). In unserer Studie verstehen wir Freunde, Familienmitglieder und den Partner bzw. die Partnerin, die ebenfalls *Facebook* nutzen, als Referenzgruppe.

Darüber hinaus konzipieren wir deskriptive und injunktive Normen als wahrgenommene Normen (Rimal & Real 2003). Wahrgenommene Normen umfassen, wie ein Individuum die Handlungsregeln eines sozialen Gebildes versteht. Sie drücken die individuelle Vorstellung einer Person aus, welche kollektive Norm vorherrscht. Während sich wahrgenommene deskriptive Normen auf die individuelle Wahrnehmung der Häufigkeit eines bestimmten Verhaltens beziehen, beziehen sich wahrgenommene injunktive Normen auf den wahrgenommenen Druck, diesen zu folgen. Empirisch lassen sie sich erfassen, indem erfragt wird, ob Verhaltensweisen unter relevanten Anderen üblich sind bzw. häufig erlebt werden, und welche Verhaltensweisen von ihnen befürwortet werden (Lapinski & Rimal 2005; Rimal & Lapinski 2015).

Die nachfolgende Studie untersucht wahrgenommene deskriptive und injunktive Normen, die die Nutzung von *Facebook* anleiten und die sich innerhalb von *Facebook*-Freundeskreisen etabliert haben. Ziel ist es zu erfassen, ob Nutzende sich bei der *Facebook*-Kommunikation an der beobachteten Nutzung anderer Nutzender – also an den deskriptiven Normen – orientieren und ob sie darüber hinaus injunktive Normen verinnerlicht haben, die spezifische Nutzungsweisen billigen und nach denen sie sich richten.

### 2.3 Normen der Facebook-Nutzung

Erste Forschungsarbeiten zu Normen der Nutzung von SNS bestätigen die Existenz von Normen. Sie haben analysiert, inwiefern die Nutzung einzelner kommunikativer Funk-

tionen von Normen angeleitet wird. McLaughlin und Vitak (2011) untersuchten Normen bezüglich des Umgangs mit Freundschaftsanfragen, der genutzten Kommunikationskanäle und des Teilens von Fotos auf *Facebook* unter US-amerikanischen Studierenden. Die Ergebnisse zeigen, dass *Facebook*-Nutzende es als unhöflich empfinden, eine Freundschaftsanfrage von jemanden abzulehnen, den sie bereits im realen Leben getroffen haben; hingegen erachten sie es als vertretbar, eine Freundschaftsanfrage von einer fremden Person abzulehnen. Zudem zeigt sich, dass die befragten Nutzenden bemüht sind, die Wünsche ihrer *Facebook*-Freunde beim Posten von Fotos zu achten und auf ihre intendierte Selbstdarstellung Rücksicht zu nehmen. Kommunikationsnormen auf *Facebook* unterschieden sich je nachdem, ob die Kommunikation über einen privaten Kommunikationskanal (z. B. Messenger) oder einen öffentlichen Kommunikationskanal (z. B. Chronik, Statusmeldungen) erfolgte. Um Informationen zu teilen und öffentlich mit anderen zu interagieren, wählten die befragten Nutzenden eher einen öffentlichen Kommunikationskanal, während sie für das Organisieren einer Veranstaltung, eine Diskussion oder den Austausch persönlicher Informationen eher einen privaten Kommunikationskanal wählten. Darüber hinaus zeigte die Studie, dass zahlreiche Nutzende ihre Privatsphäreinstellungen im Laufe ihrer *Facebook*-Nutzung anpassten sowie weniger persönliche Informationen in ihrem Steckbrief anzeigten, dafür aber mehr Fotos posteten. Dies weist auf einen Wandel der Normen im Zuge einer zunehmenden Expertise bei der Nutzung von *Facebook* hin.

Anhand von ethnografischen Interviews mit australischen *Facebook*-Nutzenden verdeutlichte Lambert (2016), dass Nutzende Normen der „öffentlichen Intimität“ entwickeln. So antworteten die Teilnehmenden nicht auf übermäßig intime *Facebook*-Posts wie Liebesbekundungen, lehnten zugleich aber auch Posts ab, die zu wenig intim waren, da sie z. B. banale Alltagsereignisse thematisierten. Indem die befragten Nutzenden den Kommunikationskanal auf *Facebook* wechselten oder die Privatsphäreinstellungen ihres Profils änderten, passten sie ihr Verhalten der wahrgenommenen Norm von einer angemessenen öffentlichen Intimität an (Ebd.).

Uski und Lampinen (2016) untersuchten Praktiken des Teilens von finnischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf *Facebook* und *Last.fm*, um implizite Normen zu identifizieren, die durch die bewusste oder unbewusste Normverletzung sichtbar werden. Fokusgruppen mit *Facebook*-Nutzenden ergaben, dass die Teilnehmenden ein übertriebenes Teilen von unbedeutenden Inhalten sowie „profile tuning“ (Ebd.: 454), z. B. durch aufmerksamkeitsheischende Statusupdates, ablehnten. Als wichtiger erachteten sie es, auf ihrem *Facebook*-Profil ein möglichst authentisches Bild von sich darzustellen. Um der Authentizitäts-Norm gerecht zu werden, entschieden sich die Nutzenden häufig dazu, lieber nichts zu teilen, anstatt das Risiko einzugehen, nicht die richtige Art von Inhalten mit den richtigen Personen zu teilen.

Eine Studie von Waterloo, Baumgartner, Peter & Valkenburg (2017) zu injunktiven Normen der Gefühlsäußerung auf verschiedenen Social Media-Plattformen zeigte zudem, dass es junge niederländische Nutzende insgesamt angemessener empfinden, positive Emotionen auf *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* und *WhatsApp* darzustellen als negative Emotionen. *WhatsApp* und *Facebook* hingegen wurden darüber hinaus auch als angemessene Orte zur Äußerung negativer Emotionen angesehen.

Wie diese Studien verdeutlichen, leiten sich Nutzende Normen bezüglich der Nutzung von *Facebook* ab, indem sie das Kommunizieren anderer Nutzender beobachten und hieraus auf akzeptierte Nutzungsweisen schließen (Lambert 2016; McLaughlin & Vitak 2011; Uski & Lampinen 2016). Folglich liegen der Nutzung von *Facebook* Normen zugrunde, die die Nutzenden darüber informieren, wie eine angemessene Kommunika-

tion auf *Facebook* ausgestaltet sein sollte. Treten neue Nutzende *Facebook* bei, lernen sie u. a. anhand der Kommunikation anderer Nutzender, wie man auf *Facebook* angemessen kommuniziert und wie nicht (Uski & Lampinen 2016).

Bisherige Studien haben sich darauf konzentriert, die zentralen Normen bei der Nutzung jeweils spezifischer Kommunikationsaktivitäten auf *Facebook* herauszuarbeiten (McLaughlin & Vitak 2011; Uski & Lampinen 2016) oder haben auf spezifische Normen fokussiert, z. B. Normen der Gefühlsäußerung (Waterloo et al. 2017) oder der Intimität (Lambert 2016). Jedoch erfassten diese Studien meistens nicht, wie die identifizierten Normen die tatsächliche Kommunikation der Nutzenden auf *Facebook* anleiten. Daher ist es nicht nur wichtig, Normen bei der Nutzung von *Facebook* zu identifizieren, sondern auch zu untersuchen, wie diese in der alltäglichen Kommunikation auf *Facebook* umgesetzt werden. Vor diesem Hintergrund erfassen wir sowohl, wie Nutzende wahrnehmen, auf welche Weise relevante Andere *Facebook* typischerweise nutzen (wahrgenommene deskriptive Normen), als auch, welche Nutzungsweisen von ihnen gebilligt oder missbilligt werden (wahrgenommene injunktive Normen). Vor diesem Hintergrund fragt Forschungsfrage 1:

*FF1: Welche deskriptiven Normen werden von deutschen Facebook-Nutzenden wahrgenommen? Welche injunktiven Normen werden von ihnen geteilt und wie leiten sie ihre tatsächliche Kommunikation auf Facebook an?*

Darüber hinaus weisen erste Studien darauf hin, dass Nutzende über die Zeit vertrauter mit *Facebook* werden und ihre Nutzung entsprechend anpassen. Ebenso reagieren sie auf Medienberichte über negative Konsequenzen der *Facebook*-Nutzung (McLaughlin & Vitak 2011). Während *Facebook* lange Zeit als Medium der jungen Generation galt, sind in jüngerer Zeit zunehmend erwachsene Nutzende mittleren und älteren Alters *Facebook* beigetreten (Greenwood, Perrin & Duggan 2016; Koch & Frees 2017). Nicht nur durch die Ausweitung auf neue Gruppen, sondern auch aufgrund einer kontinuierlichen Erweiterung der Kommunikationsanwendungen gilt *Facebook* noch immer als ein sich veränderndes und sich entwickelndes Medium (Vitak, Blasiola, Patil & Litt 2015). Verändern sich die konkreten Nutzungsweisen von *Facebook*, verschieben sich möglicherweise auch die bestehenden Normgefüge unter den Nutzenden. Mittlerweile interagieren zahlreiche Individuen und Gruppen unterschiedlichen Alters auf *Facebook*, die unterschiedliche Nutzungsweisen praktizieren. Sowohl eigene Erfahrung bei der Nutzung von *Facebook* als auch die Wahrnehmung, wie relevante Andere *Facebook* nutzen, können dazu beitragen, dass sich die konkreten Nutzungsweisen von *Facebook* über die Zeit ändern und sich hierdurch bestehende Normen wandeln. Daher fragt Forschungsfrage 2:

*FF2: Wie verändern sich die wahrgenommenen Normen der Nutzenden im Laufe der Zeit?*

### 3. Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung der Forschungsfragen führten wir im Dezember 2016 und Februar 2017 sechs Fokusgruppen mit insgesamt 30 aktiven *Facebook*-Nutzenden aus einer Stadt mittlerer Größe in Mitteldeutschland durch<sup>3</sup>. Unter *aktiven* Nutzenden verstehen wir Personen, die *Facebook* mehrmals in der Woche nutzen – sich also anmelden, Inhalte rezipieren und selbst kommunizieren. Voraussetzung für die Teilnahme an der Studie

3 Die Leitfragen sowie Codes und Codierungen sind dokumentiert unter <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/1615-634X-2018-4-A1>.

war, dass die Nutzenden mindestens seit einem Jahr bei *Facebook* registriert waren, denn nur so war gewährleistet, potenzielle Veränderungen bei der Nutzung des Mediums nachvollziehen zu können. Die Teilnehmenden erhielten für die Teilnahme eine Gratifikation.

Bei der Zusammenstellung des Samples strebten wir an, ein möglichst breites Spektrum an unterschiedlichen Altersgruppen und Bildungshintergründen abzudecken (vgl. Abb. 1). Deshalb wurden die Teilnehmenden über lokale *Facebook*-Gruppen (z. B. *Facebook*-Gruppen von ortsansässigen Fußballvereinen, Bands aus der Region oder örtlichen Kirchengemeinden) sowie in Gymnasien, Berufsschulen, Volkshochschulen und der Universität rekrutiert. Insgesamt setzt sich das Sample aus 30 Personen zusammen, von denen 21 Personen (70 %) Frauen und 9 Personen (30 %) Männer waren. Es wurde ein Altersspektrum von 17 bis 67 Jahre abgedeckt und damit wurden so gut wie alle Altersstufen erfasst, aus denen sich die Gruppe der deutschen *Facebook*-Nutzenden zusammensetzt. Im Durchschnitt waren die Teilnehmenden 26,8 Jahre alt ( $SD = 12,9$ ). Basierend auf gemeinsamen sozio-demografischen Merkmalen stellten wir jeweils zwei Gruppen aus Gymnasiast\*innen/Berufsschüler\*innen, Studierenden und Berufstätigen/Rentner\*innen zusammen. Die Gruppenzusammensetzung gestalteten wir bezüglich der Merkmale der Teilnehmenden möglichst homogen, um die Artikulation gemeinsamer Erfahrungen hinsichtlich von Normen bei der *Facebook*-Nutzung zu ermöglichen. Bei den Gruppen handelte es sich um keine Realgruppen im Sinne von Freundeskreisen oder Familien. Zwar war ein Teil der Studierenden, Auszubildenden und Schüler\*innen miteinander bekannt, jedoch nie alle Teilnehmenden einer Gruppe. Während Realgruppen den Vorteil haben, ein konsistentes Set an Normen zu identifizieren und deren kollektive Entstehung detailliert rekonstruieren zu können, ermöglichen es gemischte Gruppen, ein breiteres Spektrum an Normen erheben zu können, die für deutsche *Facebook*-Nutzende übergreifend von Bedeutung sind. Die Gruppen bestanden aus vier bis sechs Teilnehmenden, so dass eine Interaktion zwischen ihnen weder durch eine zu geringe, noch eine zu hohe Teilnehmendenzahl beeinträchtigt wurde (Schäffer 2017: 351–352). Die Fokusgruppen dauerten durchschnittlich 90 Minuten.

Abbildung 1: Übersicht über das Sample (eigene Darstellung)

	aktuelle Tätigkeit	Alter	Teilnehmerzahl	Männer	Frauen
Gruppendiskussion 1 (GD1); Dauer: 1h 36 min	Schüler*in	17–19	4	0	4
Gruppendiskussion 2 (GD2); Dauer: 1h 38 min	Auszubildende	18–25	6	2	4
Gruppendiskussion 3 (GD3); Dauer: 1h 38 min	Hochschulstudium	18–26	5	1	4
Gruppendiskussion 4 (GD4); Dauer: 1h 27 min	Hochschulstudium	18–27	6	1	5
Gruppendiskussion 5 (GD5); Dauer: 1h 30 min	Beruf	18–50	5	2	3
Gruppendiskussion 6 (GD6); Dauer: 1h 29 min	Beruf/Rente	25–67	4	3	1
<b>Gesamt</b>			<b>30</b>	<b>9</b>	<b>21</b>

Fokusgruppen stellen eine Methode dar, bei deren Einsatz Interaktionen zwischen Gruppenmitgliedern initiiert werden und beobachtet werden können (Schäffer 2017: 348). Währenddessen bringen die Teilnehmenden kollektiv geteilte Sichtweisen hervor (Lamnek 1998: 53). Die Methode erlaubt es den Teilnehmenden, spontan zu reagieren, und eröffnet einen Zugang zu vorbewussten Prozessen (Ebd.: 74). Entsprechend eignen sich Gruppendiskussionen besonders gut, um Normen zu identifizieren. Denn Normen werden in sozialen Interaktionen ausgehandelt und gelebt, jedoch selten explizit formuliert (Rimal & Lapinski 2015: 394). Innerhalb von Gruppendiskussionen mit *Facebook*-Nutzenden gelingt es deshalb, Normen der *Facebook*-Nutzung in einer sozialen und vergleichsweise natürlichen Kommunikationssituation zu erfassen (McLaughlin & Vitak 2011: 304). Im Vergleich zum Einzelinterview ist es möglich, alltagsnahe Szenarien nachzustellen und entsprechende Antworteffekte im Sinne der sozialen Erwünschtheit zu minimieren (Lamnek 1998: 58).

Während der Gruppendiskussionen kam ein Leitfaden zum Einsatz, der die Gespräche strukturierte und dazu diente, stets dieselben Impulse zu setzen. Zugleich achteten die Moderatorinnen darauf, während der Gespräche Selbstläufigkeit herzustellen (Schäffer 2017: 354), also die Gruppendiskussionen durch eigene Sinnsetzungen nicht zu verfälschen, sondern „demonstrative Vagheit zu praktizieren“ (Ebd.: 355) und allenfalls durch „immanente Nachfragen“ (Ebd.: 354) Themen zu vertiefen oder sie durch die Gruppenmitglieder spezifizieren zu lassen. Die Gruppendiskussionen starteten stets mit einer Eröffnungsphase (Ebd.: 352-354), innerhalb derer die Teilnehmenden frei äußerten, was sie unter einer angemessenen und unangemessenen *Facebook*-Nutzung verstehen. Im Anschluss wurden Normen bezüglich verschiedener Kommunikationsaktivitäten auf *Facebook* erfragt, da das Medium ein breites Spektrum an Kommunikationsaktivitäten anbietet (Leiner, Kobilke, Rueß & Brosius 2018), für deren Nutzung jeweils eigene Normen ausgehandelt werden müssen. Daher adressierte der Leitfaden deskriptive und injunktive Normen der *Facebook*-Nutzung im Allgemeinen sowie beim Posten von Statusmeldungen, Veröffentlichen von Fotos und Verlinken von Standorten und Personen. Um typische Aktivitäten auf *Facebook* zu veranschaulichen und die Gespräche anzuregen, präsentierten wir zur Unterstützung als Fokusmaterial Screenshots fiktiver Statusmeldungen und Fotos, die sich typischerweise im *Facebook*-Newsfeed finden. Sie spiegeln schriftlich Alltagsthemen und -erlebnisse und zeigen Bilder von Reisen, von Mahlzeiten oder von sozialen Situationen, wie Partys oder Treffen mit Familienmitgliedern (siehe Abb. 2 und Abb. 3).

Abbildung 2: Beispiel aus dem Fokusmaterial (Statusmeldung)



Abbildung 3: Beispiel aus dem Fokusermaterial (Fotografie)



Für jede dieser Kommunikationsaktivitäten erfragten wir, wie die Nutzenden sie verwenden und wie relevante Andere, zum Beispiel Freunde und Familienmitglieder, mit dieser Anwendung umgehen. Zudem wurden die Teilnehmenden gebeten, die eigenen Nutzungsweisen mit denen relevanter Anderer zu vergleichen und zu reflektieren, welche Nutzung diese als angemessen erachteten. Außerdem forderten wir die Teilnehmenden auf, rückblickend Normen zu rekonstruieren, die für sie oder ihr soziales Umfeld relevant waren, als sie mit der *Facebook*-Nutzung begannen, und zu berichten, ob und gegebenenfalls durch wen sie in der Anfangsphase der *Facebook*-Nutzung Ratschläge bezüglich der *Facebook*-Nutzung erhielten. Ähnlich wie im medienbiografischen Interview rekonstruierten die Teilnehmenden ihr früheres Medienhandeln auf *Facebook*. Wir haben den Rückblick dabei bewusst an das Ende der Gruppendiskussion gesetzt, um den Teilnehmenden einen Vergleich früherer Nutzungspraktiken und Normen im Kontrast zum Status Quo zu ermöglichen, über den zuvor bereits intensiv gesprochen wurde.

Die Gespräche wurden per Video und Tonband aufgezeichnet, transkribiert und mittels qualitativ-strukturierender Inhaltsanalyse (Mayring 2015) computergestützt mit Atlas.ti ausgewertet. Zunächst wurde ein Kategoriensystem erstellt, das während der Auswertung induktiv erweitert wurde. Auf seiner Basis wurden die Transkripte in einem ersten Schritt gesichtet und Aussage für Aussage kodiert, paraphrasiert und somit zusammengefasst, um übergeordnete Themen im Material zu identifizieren und zu benennen, was die Teilnehmenden unter einer angemessenen *Facebook*-Nutzung verstehen. Während der Analyse wurden die Codes in einem zweiten Schritt verdichtet, um Kategorien zu bilden und auf dieser Basis dem Material immanente Normen zu ermitteln und zu benennen. Dazu wurden Beziehungen zwischen den Codes herausgearbeitet, ihre Hierarchie geklärt und der zentrale Gehalt benannt. Die im Material gefundenen Normen wurden abschließend miteinander verglichen. Nachfolgend präsentieren wir die Befunde, die sich aus diesem Analyseprozess ableiten lassen.

## 4. Ergebnisse

### 4.1 Deskriptive Normen der Facebook-Nutzenden

Hinsichtlich unserer ersten Forschungsfrage zeigte sich, dass die Nutzungsweisen von *Facebook* aus Sicht der Teilnehmenden innerhalb ihrer Referenzgruppe sehr heterogen sind, sie somit auf der individuellen Ebene *Facebook* ausgesprochen selbstbestimmt nutzen. Diese Wahrnehmung wird in fünf von sechs Gruppendiskussionen geteilt. Die jungen Teilnehmenden, also die Schüler\*innen, Auszubildenden und Student\*innen geben an, dass Personen ihres nahen Umfelds, d. h. vor allem Freund\*innen, Kommiliton\*innen und Geschwister, *Facebook* ähnlich nutzen wie sie. Für diese jungen Nutzenden ist *Facebook* wie für Frau O (GD1) ein Medium „mehr für so funktionale Sachen“, anhand dessen sie mit anderen in Kontakt bleiben, interessante Beiträge und Urlaubsfotos teilen, Nachrichten lesen und Veranstaltungen erstellen können.

Im Vergleich dazu berichten elf Nutzende, dass Personen ihres nahen Umfelds *Facebook* grundsätzlich anders verwenden als sie selbst, vier beschreiben, dass ihr Umfeld im Gegensatz zu ihnen häufig Statusmeldungen postet, vier, dass ihr Umfeld mehr Fotos mit persönlichen Motiven zeige. Somit nutzen die Mitglieder ihrer Referenzgruppe *Facebook* stärker für die eigene Selbstdarstellung, die Kommunikation über private Themen und zur politischen Positionierung, wie es Herr W (GD6) im folgenden Beispiel für seine *Facebook*-Freunde beschreibt: „Ja, manche achten auf sowas überhaupt nicht. Die nutzen alles, was geht. Die posten dann auch jeden Tag fünf Fotos von ihren Kindern, was man ja auch nicht machen sollte. Oder das Essen und wie sie gerade spazieren sind. Alles. Alles. Sie machen Selfies mit dem Stick überall.“ Die wahrgenommenen Unterschiede hinsichtlich der eigenen *Facebook*-Nutzung und der *Facebook*-Nutzung relevanter Anderer beziehen sich somit auf eine stärkere Preisgabe von persönlichen Informationen. Noch stärker wiegen diese Differenzen bezüglich des entfernteren Umfelds der Teilnehmenden. Fünf Teilnehmende sehen dies als typisch für Freunde aus Ländern wie den USA, Russland oder Australien oder für „Leute aus dem alten Freundeskreis, alte Bekannte“ (Herr H, GD4) an, mit denen die Teilnehmenden inzwischen nicht mehr im engen Kontakt stehen und die entsprechend nicht zu den relevanten Anderen gehören. Umgekehrt geben sechs Teilnehmende explizit an, dass relevante Andere wie ihre Mutter, enge Freunde oder Partnern\*innen *Facebook* deutlich seltener als sie selbst nutzen.

Insgesamt zeigt sich somit, dass sich kein eindeutiges Set an deskriptiven Normen identifizieren lässt, das aussagt, mit welcher Häufigkeit und für welche Zwecke *Facebook* genutzt werden sollte. Ein möglicher Grund dafür ist, dass eine Verletzung deskriptiver Normen, d. h. eine abweichende Nutzung zu der der eigenen Referenzgruppe, in der Regel von dieser nicht sanktioniert wird (Cialdini & Trost 1998; Interis 2011; Rimal & Lapinski 2015). Folglich hat nur die *Facebook*-Nutzung eines kleinen Teils des *Facebook*-Freundeskreises normative Relevanz; alle anderen heterogenen Nutzungsweisen innerhalb ihrer Referenzgruppe werden von den Teilnehmenden akzeptiert, so wie beispielsweise von Frau D (GD2): „Ich habe gelernt, dass die einen anderen Zugang dazu haben als ich.“ Denkbar wäre darüber hinaus, dass die wahrgenommene Diskrepanz zwischen der eigenen zurückhaltenden Nutzung von *Facebook* und der stärker selbstoffenbarenden Nutzung relevanter Anderer auf dem Third-Person-Effekt (Davison 1983) basiert, gemäß dem Menschen davon ausgehen, dass Medien auf andere stärker wirken als auf sie selbst. So könnte der wahrgenommene sorglosere Umgang relevanter Anderer mit persönlichen Informationen von den Teilnehmenden als unangemessene Nutzung angesehen werden, von der sie sich bewusst distanzieren wollen, weil sie die

zentrale injunktive Norm „achtsamer Umgang mit der eigenen Privatsphäre“ (siehe 4.2) teilen.

#### 4.2 Injunktive Normen der Facebook-Nutzenden

Wir konnten im Material sieben zentrale injunktive Normen identifizieren. Sie sind die Basis des selbstbestimmten Medienhandelns innerhalb einer Referenzgruppe. Als zentral verstehen wir Normen, die in mindestens drei Gruppendiskussionen von den Teilnehmenden als relevant benannt wurden. Diese Normen lassen sich noch einmal in drei Themenfelder unterteilen (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Injunktive Normen nach Themenfeldern

Themenbereich	Injunktive Norm
1. Auftritt von <i>Facebook</i> -Nutzenden	1.1 als Person auf <i>Facebook</i> integer auftreten 1.2 achtsamer Umgang mit der eigenen Privatsphäre
2. Kommunikation auf <i>Facebook</i>	2.1 bewusst kommunizieren 2.2 keine Positionen jenseits des gesellschaftlichen Common Sense vertreten 2.3 keine banalen Inhalte kommunizieren 2.4 keine Aspekte aus dem Privatleben anderer auf <i>Facebook</i> veröffentlichen
3. Vernetzung auf <i>Facebook</i>	3.1 keine Freundschaftsanfragen von Fremden annehmen

Injunktive Normen definieren erstens, wie Mitglieder von *Facebook* optimal als Nutzende auftreten. Dazu finden sich zwei Normen im Datenmaterial. Zum einen wird in vier Gruppendiskussionen formuliert, dass Nutzende als Person auf *Facebook* *integer auftreten* sollten. Dazu gehört, dass sie einen stimmigen Eindruck ihrer Persönlichkeit kommunizieren, also dass der auf *Facebook* vermittelte Eindruck der eigenen Person „meinem Bild, das Leute von mir haben, nicht widerspricht,“ wie es etwa Frau R (GD4) exemplarisch zum Ausdruck bringt. Zudem wird die Erwartung formuliert, eine Selbstdarstellung im Sinne einer Überbetonung persönlicher Erfolge oder Stärken zu vermeiden. Vielmehr gilt es als erstrebenswert, seine Persönlichkeit möglichst authentisch zu äußern.<sup>4</sup> In diesem Rahmen werden vor allem unverfängliche oder vorteilhafte Seiten der eigenen Persönlichkeit präsentiert, ähnlich wie es als angemessen gilt, positive Emotionen auf *Facebook* zu thematisieren,<sup>5</sup> solange diese der Wahrheit entsprechen und bei ihrer Darstellung nicht übertrieben wird.

Eng damit verknüpft ist die zweite Norm, die in allen Gruppendiskussionen facettenreich diskutiert wird. Wir haben insgesamt elf Codes im Material gefunden, die sich auf diese Norm beziehen. In allen sechs Gruppendiskussionen wird debattiert, dass *Facebook*-Nutzende *achtsam mit ihrer Privatsphäre umgehen* sollten. Damit bestätigt sich der Befund, dem Schutz der Privatsphäre viel Aufmerksamkeit entgegenzubringen (McLaughlin & Vitak 2011). Die Existenz dieser Norm in allen Gruppendiskussionen zeigt, dass sie für die Mehrheit der Teilnehmenden von hoher Bedeutung ist. Konkret

4 Auch Uski & Lampinen (2016: 461) stellen bezüglich der Kommunikation auf *Facebook* und *Last.fm* fest, dass Authentizität als besonders relevant erachtet wird.

5 Waterloo et al. (2017: 14) stellen im Kontrast dazu fest, dass speziell *Facebook* sowohl für die Kommunikation von positiven als auch von negativen Emotionen genutzt werden darf.

wird übereinstimmend als zentrales Moment einer gelungenen *Facebook*-Nutzung herausgestellt, „dass man nicht zu viel von sich preisgibt,“ wie es z. B. Frau Re (GD5) ausdrückt, „also, nicht totalen Mist postet.“ Zugleich gilt es in fünf Gruppendiskussionen als wünschenswert, die Anzahl persönlicher Informationen, die über *Facebook* ersichtlich sind, zu begrenzen. So solle zum Beispiel nicht nachvollziehbar sein, ob man in einer Beziehung lebt, wo man sich räumlich bewegt oder wie man seinen Alltag gestaltet. Hierdurch soll vermieden werden, dass sich externe Dritte – etwa der Arbeitgeber – ein vollständiges Bild über das Privatleben machen könnten oder dass sich die Nutzenden Gefahren aussetzten, etwa in ihrer Abwesenheit zu Hause bestohlen zu werden. Eine Zuspitzung findet diese Norm in dem Bestreben, unvorteilhafte Darstellungen der eigenen Person auf *Facebook* zu vermeiden, etwa unseriöse Fotos von Partys oder in Badekleidung zu zeigen, wie fünf Teilnehmende betonen. Sie wollen auf diese Weise ausschließen, dass solche Inhalte gegen sie verwendet werden.

Auffällig ist, dass die Norm, auf *Facebook* *integer aufzutreten*, und die Norm, *achtsam mit der eigenen Privatsphäre umzugehen*, teilweise im Kontrast zueinander zu stehen scheinen. Eine authentische Darstellung der eigenen Persönlichkeit ist bei einer selektiven Präsentation offenbar schwer zu realisieren. Beide Aspekte haben aber gemeinsam, dass speziell positive oder neutrale Aspekte der Persönlichkeit kommuniziert und negative ausgespart werden. Authentisch zu sein, heißt auf *Facebook* demnach nicht, sich vollständig zu präsentieren, sondern sich zwar korrekt, jedoch ausschließlich unproblematische Persönlichkeitsmerkmale darzustellen.

Wir haben zweitens insgesamt vier Normen identifiziert, die die Kommunikation zwischen den Nutzenden auf *Facebook* regeln. In allen sechs Gruppendiskussionen wurde thematisiert, dass *bewusst kommuniziert werden* sollte. Dazu fanden sich im Material zwölf verschiedene Codes. Damit ist gemeint, dass *Facebook*-Nutzende untereinander online einen höflichen Umgang pflegen. Diese Norm bestätigt, dass Konfrontationen auf *Facebook* abgelehnt werden (McLaughlin & Vitak 2011: 308). Als Oversharer<sup>6</sup> in Erscheinung zu treten, gilt als genauso unerwünscht wie die Verbreitung von Falschmeldungen. Außerdem wird in allen sechs Gruppendiskussionen der Anspruch formuliert, mit den *Facebook*-Freunden in gutem Kontakt zu bleiben, also sie weder zu ignorieren noch unpersönlich mit ihnen zu kommunizieren. Ähnlich wie bei der Norm, Freundschaftsanfragen von Bekannten stets anzunehmen (McLaughlin & Vitak 2011: 306), geht es darum, sich sozial verträglich zu verhalten. Damit steht eng in Verbindung, dass in fünf Gruppendiskussionen die Norm vertreten wird, man solle auf *Facebook* *keine Positionen jenseits des gesellschaftlichen Common Sense vertreten*. Das gilt besonders für eine politische Radikalisierung. So berichtet Frau S (GD3) von einem *Facebook*-Freund, er habe: „wirklich sehr rechte Sachen hingeschrieben. Also, den habe ich sofort aus meiner Freundesliste rausgenommen.“

Als dritte, ebenfalls in vier Gruppendiskussionen präsente Norm, hat sich der Anspruch erwiesen, dass *keine banalen Inhalte kommuniziert* werden sollten.<sup>7</sup> Damit sind Inhalte gemeint, die ausschließlich einem Selbstzweck dienen, etwa die Teilnahme an Gewinnspielen, Solidaritätsbekundungen oder Verlinkungen auf Kettenbriefe. Solche Beiträge finden Nutzende wie Frau B (GD3) „ganz schlimm“.

Als eine vierte Norm wird in allen sechs Gruppendiskussionen thematisiert, dass es wichtig sei, *keine Aspekte aus dem Privatleben Anderer auf Facebook zu veröffentli-*

6 Oversharer sind Personen, die auf SNS zu viele persönliche Informationen und Details aus ihrem Leben preisgeben. Zu einem ähnlichen Ergebnis bezüglich solcher Personen kommen auch McLaughlin & Vitak (2011: 306).

7 Auch Lambert (2016: 2568) stellt fest, dass das Posten von Alltäglichem abgelehnt wird.

chen. Dazu zählt, dass eine Mehrheit keine Fotos von *Facebook*-Freunden ungefragt veröffentlicht oder *Facebook*-Freunde verlinkt (McLaughlin & Vitak 2011: 306), geschweige denn sie absichtlich blamiert. Zwar könne man, wie z. B. Frau K (GD2) feststellt „ja von jedem Freund irgendein komisches Foto hochladen und sagen: Guck mal, wie der da aussah.“ Ein solches Verhalten sei aber inakzeptabel. Außerdem lehnt es die Mehrheit ab, Beiträge über Personen zu posten, die selbst nicht auf *Facebook* präsent sind, zum Beispiel über Kinder.<sup>8</sup>

Darüber hinaus haben wir drittens eine Norm gefunden, die sich darauf bezieht, wie sich Nutzende mit *Facebook* vernetzen. In vier Gruppendiskussionen spricht sich die Mehrheit, aber nicht alle Nutzenden, dagegen aus, auf *Facebook* Freundschaftsanfragen von Fremden anzunehmen. Diese Norm wird damit begründet, dass sie Fremden keine Einblicke in ihr Leben geben möchten, weil sie Sorgen haben, von ihnen belästigt zu werden, wie zum Beispiel Frau O (GD1): „Ich wüsste auch nicht, was ich jetzt mit irgendwelchen virtuellen Leuten da chatten soll oder so. Das ist mir zu blöd und auch zu unsicher.“

Wir können somit festhalten, dass es ein etabliertes Set an injunktiven Normen gibt, die die *Facebook*-Nutzung auf der Ebene der Selbstpräsentation, der Kommunikation und der Vernetzung im Sinne eines selbstbestimmten Medienhandelns in der Gruppe anleitet.

#### 4.3 Veränderungen der Facebook-Nutzung und ihrer Normen im Zeitverlauf

Hinsichtlich der zweiten Forschungsfrage zeigt sich, dass die Teilnehmenden von Veränderungen in der eigenen *Facebook*-Nutzung berichten. Wie unsere Analyse der Gründe für einen veränderten Umgang mit dem Medium veranschaulicht, basieren sie teilweise auf einer Verinnerlichung von Normen. Betrachten wir zunächst die Anfangsphase der *Facebook*-Nutzung,<sup>9</sup> so wird deutlich, dass zwölf Teilnehmende vor der Registrierung bei *Facebook* bereits eine andere SNS wie *studiVZ* oder *jappy* genutzt haben. Sie haben Erfahrungen aus diesen SNS „mitgenommen“, wie es Frau S (GD3) exemplarisch formuliert. Darüber hinaus beschreiben die beiden Studierenden- und die Auszubildendengruppen, dass sie die *Facebook*-Nutzung von Freunden beobachtet haben und auf diese Weise, wie Frau G (GD4) es ausdrückt, in die Nutzung von *Facebook* „reingewachsen“ sind. Zehn Teilnehmende haben explizite Ratschläge von relevanten Anderen erhalten, wie sie *Facebook* nutzen sollen. Als Ratgeber für Teilnehmende, die zum Zeitpunkt der Gruppendiskussionen das 30. Lebensjahr bereits überschritten hatten, fungierten vor allem Freunde, vermutlich, weil die Nutzer\*innenschaft zu diesem Zeitpunkt überwiegend aus jungen Menschen bestand. Speziell die Schülerinnen und Auszubildenden berichten hingegen, dass ältere Geschwister oder Eltern ihnen Ratschläge gegeben haben und dass, wie es Frau M (GD5) beschreibt, die Anmeldung bei *Facebook* in der Familie „ein großes Thema“ war. Die Gruppe der relevanten Anderen setzte sich in der Frühphase bei den jungen Nutzenden somit anders zusammen als die der älteren, früher registrierten Teilnehmenden. Im Falle einer älteren Teilnehmerin stammen die

8 Zu Normen zum Posten von Fotos der eigenen Kinder siehe auch Ammari & Schoenebeck (2015).

9 Einschränkung ist anzumerken, dass wir nicht erhoben haben, wann sich die Teilnehmenden bei *Facebook* registriert haben. Es ist davon auszugehen, dass teilweise große Differenzen bestehen, weil etwa die befragten Schülerinnen drei bis vier Jahre registriert sind, während die Personen im mittleren Erwachsenenalter das Medium möglicherweise schon 10 Jahre oder noch länger nutzen.

Ratschläge von den erwachsenen Kindern, die vor ihr bereits bei *Facebook* aktiv waren. Folglich erfüllt die Referenzgruppe gerade zu Beginn eine wichtige Rolle: „Man hat sich ein bisschen gegenseitig erzogen“ (Herr Ku, GD2).

Über Ratschläge werden vor allem injunktive Normen vermittelt, etwa *Facebook* überlegt zu nutzen und den Datenschutz zu achten. Darüber hinaus nahmen sich dreizehn über alle Gruppen verteilte Teilnehmende in der Anfangsphase ihrer *Facebook*-Nutzung vor, beispielsweise nicht zu viel Zeit mit *Facebook* zu verbringen, Inhalte nicht öffentlich sichtbar zu posten und sich einen kritischen Blick auf die eigene *Facebook*-Nutzung beizubehalten. Normen waren demzufolge von Beginn an Teil der *Facebook*-Nutzung. Sie wurden oft jedoch nicht beachtet. Was in Bezug auf die Community erwünscht war, wurde erst im Laufe der Nutzung klar. Die Teilnehmenden kommunizierten zunächst auf *Facebook* private Themen und Alltagserfahrungen – entgegen der injunktiven Normen, die ihnen von relevanten Anderen vermittelt wurden. Im Verlauf der Nutzung verinnerlichten sie ihren Angaben zufolge immer mehr, dass der Schutz der Privatsphäre sowie die kommerzielle Nutzung persönlicher Daten zu berücksichtigen seien.

In allen sechs Gruppendiskussionen wird deutlich, dass so gut wie alle Teilnehmenden zum Zeitpunkt der Gruppendiskussionen vor allem über den Newsfeed eingeschränkter als in der Anfangsphase kommunizierten, weil sie wie Frau Ka (GD1) feststellten, dass sich diese Form von Kommunikation nicht lohne: „Am Anfang hatte ich – so wie fast alle in meinem *Facebook*-Freundeskreis – gepostet, was ich gerade mache. [...] Irgendwann habe ich mit dem Mist eigentlich immer aufgehört.“ Wir schließen aus diesen Zusammenhängen, dass die Teilnehmenden im Laufe der *Facebook*-Nutzung mit dem Spektrum an Normen konfrontiert wurden, das wir in Abschnitt 4.2 vorgestellt haben. Im Zuge dieser Entwicklungen büßte *Facebook* sowohl seine Funktion als Ort der Selbstdarstellung (Weissensteiner & Leiner 2011: 532-533) als auch der Vergemeinschaftung (Hepp, Berg & Roitsch 2014) ein. Stattdessen wurde es, wie in vier Gruppendiskussionen explizit thematisiert, vor allem für Auszubildende, Studierende und für Teilnehmende zwischen 30 und 40 Jahren zu einem Medium der Organisation und Kommunikation, über das man sich über Termine und Veranstaltungen informiert, über das man Medien nutzt und über das man sich mit Gleichgesinnten vernetzt.

## 5. Diskussion

Betrachtet man die Befunde aus einer übergreifenden Perspektive, so wird deutlich, dass Normen ein fester Bestandteil der *Facebook*-Nutzung sind. Sie regeln beispielsweise, wie *Facebook*-spezifische Kommunikationsangebote genutzt werden. Damit bestätigen sich erste Erkenntnisse anderer Forschungsarbeiten, die eine solche Funktion von Normen bereits angedeutet haben (Lambert 2016; McLaughlin & Vitak 2011; Uski & Lampinen 2016). Sie werden durch die Befunde dieser Studie insofern erweitert, als dass wir zeigen konnten, dass es generalisierte Normen gibt, die jenseits konkreter Kommunikationsaktivitäten übergreifend definieren, wie ein gelungenes Medienhandeln auf *Facebook* charakterisiert ist.

Zudem spiegeln die Daten, dass sowohl die Normen, die das Medienhandeln auf *Facebook* anleiten, als auch die *Facebook*-Nutzung selbst einem Wandel unterliegen und dass beide Aspekte miteinander in Beziehung stehen. Nichtsdestotrotz gab es weitere Impulse für eine veränderte Nutzung von *Facebook*, die aus veränderten technischen Einstellungsmöglichkeiten, einer veränderten Nutzerstruktur und einer zunehmenden Präsenz von professionellen Akteuren auf *Facebook* resultierte. Wir können in diesem Zusammenhang zwei Varianten der Etablierung und Anwendung von Normen als

Handlungsregeln unterscheiden. Wir haben gezeigt, dass deskriptive Normen, also die beobachtete *Facebook*-Nutzung relevanter Anderer, vor allem kurz nach der Registrierung bedeutsam sind. Im Verlauf der Nutzung werden jedoch zunehmend injunktive Normen wichtig, die das Medienhandeln der Teilnehmenden anleiten. Damit stellt die Orientierung an Normen einen intrakollektiven Prozess dar, der auf zwei Ebenen stattfindet: Nutzende handeln zum einem in ihren Referenzgruppen Normen aus, werden zum anderen aber auch mit den Regeln der Verwendungsgemeinschaft (Schmidt 2009: 51) konfrontiert. Ein solcher Zusammenhang zeigt sich beispielsweise bei der Durchsetzung der Norm, den Schutz der Privatsphäre zu beachten. Die Teilnehmenden berichten altersunabhängig, dass sie kurz nach ihrer Registrierung Statusmeldungen und andere persönliche Inhalte gepostet haben. Nachdem sie das Medium etwas länger nutzten, lernten sie als Regel der Verwendungsgemeinschaft der *Facebook*-Nutzenden, Inhalte aus ihrem Leben und Alltag nur ausgewählt zu kommunizieren. Im Sinne eines selbstbestimmten Medienhandelns in der Gruppe definierten sie also zunächst, wie sie die Veröffentlichung privater Informationen auf *Facebook* handhaben wollten. In der Konsequenz modifizierten sie sowohl ihr Medienhandeln als auch die Bedeutung von *Facebook*: Es wurde von einem Kommunikationsmedium zu einem Organisationsinstrument, Kalender und Medienanbieter.

Dabei darf jedoch nicht aus dem Blick verloren werden, dass auch die spezifischen Merkmale von *Facebook* und die zunehmende Anzahl sozialer Medien eine Rolle bei dieser Entwicklung spielen. *Facebook* ist eine halböffentliche Plattform, die aus Netzwerken mit starken und schwachen Bindungen besteht und vielfältige Modalitäten bietet, sowohl textuelle, visuelle als auch audiovisuelle Inhalte zu teilen. Andere soziale Medien wie *Twitter* und *Instagram* zeichnen sich durch eine deutliche Beschränkung hinsichtlich der Art des möglichen Inhalts und dessen Länge aus (Waterloo et al. 2017). Während auch diese die Funktionen der Selbstoffenbarung und Beziehungspflege für Nutzende erfüllen und sie ihre Privatsphäre auf diesen teilweise besser schützen können (z. B. auf *WhatsApp*), eignet sich *Facebook* aufgrund seiner Multifunktionalität insbesondere zur Organisation des Alltags.

Vor dem Hintergrund der Zusammensetzung unseres Samples und der verwendeten Methode ist anzumerken, dass die Verallgemeinerungsfähigkeit der Befunde 1) aufgrund unseres überwiegend jungen Samples beschränkt ist. Zudem werden in Gruppendiskussionen 2) vor allem Normen thematisiert, die leicht zu erinnern sowie ggfs. sozial erwünscht sind und die als wichtig erachtet werden. Die von uns nachgewiesenen Normen umfassen somit nicht alle Normen der *Facebook*-Nutzung und gelten verstärkt für Personen unter 30 Jahren.

Selbstbestimmung äußert sich folglich in der kollektiven Umdeutung von Medien durch Nutzende. Auf diese Weise können sie die Vorgaben, die das Medium ihnen aufgrund seiner Struktur macht (Couldry & Hepp 2017: 137), zwar nicht überwinden. Sie können aber eigene Prioritäten bezüglich seiner Nutzung setzen und die SNS auf eine Weise verwenden, die für sie sinnvoll ist (Baumann 2015). Insgesamt gibt es also Spielräume bezüglich der Ausgestaltung des Medienhandelns auf *Facebook*, die von der Verwendungsgemeinschaft der *Facebook*-Nutzenden im Sinne eines selbstbestimmten Medienhandelns in der Gruppe genutzt werden. Normen sind in diesem Zusammenhang Ausdruck eines zwar gemeinschaftlichen, aber nicht technikdeterministischen Umgangs mit dem Medium. Somit erleben die Teilnehmenden einerseits Gestaltungsfreiheit gegenüber dem Medium und fühlen sich andererseits in der Verwendungsgemeinschaft gleichzeitig sozial verbunden (Ryan & Deci 2002:7). Folglich wird individuelle Selbstbestimmung zwar nicht primär über das Individuum, aber als Ausdruck eigener Priori-

täten und Präferenzen im Umgang mit *Facebook* erlebt. Eine Anwendung von Normen zur Gestaltung der Nutzung neuer Technologien kann also als selbstbestimmt erfahren werden.

## Literatur

- Ackermann, U. (2015). Einleitung. In U. Ackermann (Hrsg.), *Selbstbestimmung oder Fremdbestimmung. Soziales Leben im Internet* (S. 7–14). Frankfurt: Humanities Online.
- Ammari, T. & Schoenebeck, S. (2015). Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. *Families and Their Use of Technology CHI 2015*, 1905–1914.
- Baumann, M.-O. (2015). Web 2.0 und soziale Autonomie. Eine optimistische Perspektive. In U. Ackermann (Hrsg.), *Selbstbestimmung oder Fremdbestimmung. Soziales Leben im Internet* (S. 75–91). Frankfurt: Humanities Online.
- Baumgartner, S. E., Valkenburg, P. M. & Peter, J. (2011). The Influence of Descriptive and Injunctive Peer Norms on Adolescents' Risky Sexual Online Behavior. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 753–758.
- Chung, A. & Rimal, R. N. (2016). Social Norms: A Review. *Review of Communication Research*, 4 (4), 1–28.
- Cialdini, R. B. & Trost, M. R. (1998). Social Influence: Social Norms, Conformity, and Compliance. In D. Gilbert, S. T. Fiske & L. Gardner (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (S. 151–192). New York (NJ): McGraw-Hill.
- Cialdini, R. B. (2007). Descriptive Social Norms as Underappreciated Sources of Social Control. *Psychometrika*, 72 (2), 263–268.
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A. & Reno, R. R. (1991). A Focus Theory of Normative Conduct. A Theoretical Refinement and Reevaluation of the Role of Norms in Human Behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, 201–234.
- Couldry, N. & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Davison, W. P. (1983). The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1–15.
- Emmer, M., Vowe, G. & Wolling, J. (2011). Bürger Online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Greenwood, S., Perrin A. & Duggan, M. (2016). Social Media Update 2016. Facebook Usage and Engagement Is on the Rise, while Adoption of Other Platforms Holds Steady. *Pew Research Centre*. [http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/11/10132827/PI\\_2016.11.11\\_Social-Media-Update\\_FINAL.pdf](http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/11/10132827/PI_2016.11.11_Social-Media-Update_FINAL.pdf) [10.10.2018].
- Hepp, A., Berg, M. & Roitsch, C. (2014). *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Höflich, J. R. (2016). *Der Mensch und seine Medien*. Wiesbaden: VS.
- Interis, M. (2011). On Norms: A Typology with Discussion. *American Journal of Economics and Sociology*, 70, 424–438.
- Kemper, T. D. (1968). Reference Groups, Socialization and Achievement. *American Sociological Review*, 33, 31–45.
- Koch, W. & Frees, B. (2017). ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: Neun von zehn Deutschen online. *Media Perspektiven*, 9, 434–446.
- Krähnke, U. (2007). Selbstbestimmung. Zur gesellschaftlichen Konstruktion einer normativen Leitidee. Weilerswist: Velbrück.
- Lambert, A. (2016). Intimacy and Social Capital on Facebook: Beyond the Psychological Perspective. *New Media & Society*, 18, 2559–2575.
- Lamneck, S. (1998). *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. Weinheim: Beltz.
- Lapinski, M. K & Rimal, R. N. (2005). An Explication of Social Norms. *Communication Theory*, 15, 127–147.

- Leiner, D. J., Kobilke, L., Rueß, C. & Brosius, H.-B. (2018). Functional Domains of Social Media Platforms: Structuring the Uses of Facebook to Better Understand Its Gratifications. *Computers in Human Behavior*, 83, 194–203.
- Liesching, M. (2017). Aufsicht über soziale Netzwerke nach dem Jugendschutzrecht und dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz. *Jugend Medien Schutz-Report*, 40 (5), 2–7.
- Mackie, G., Monetti, F., Shakya, H. & Denny, E. (2015). What Are Social Norms? How Are They Measured? *UNICEF/University of California*. [http://www.unicef.org/protection/files/4\\_09\\_30\\_Whole\\_What\\_are\\_Social\\_Norms.pdf](http://www.unicef.org/protection/files/4_09_30_Whole_What_are_Social_Norms.pdf) [10.10.2018].
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (12. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- McLaughlin, C. & Vitak, J. (2011). Norm Evolution and Violation on Facebook. *New Media & Society*, 14, 299–315.
- Mollen, S., Rimal, R. N., Ruiter, R. A. C. & Kok, G. (2013). Healthy and Unhealthy Social Norms and Food Selection. Findings from a Field-Experiment. *Appetite*, 65, 83–89.
- Park, H. S. & Smith, S. (2007). Distinctiveness and Influence of Subjective Norms, Personal and Descriptive Injunctive Norms, and Societal Descriptive and Injunctive Norms on Behavioral Intent: A Case of Two Behaviors Critical to Organ Donation. *Human Communication Research*, 33, 194–218.
- Rimal, R. N. & Lapinski, M. K. (2015). A Re-Explication of Social Norms, Ten Years Later. *Communication Theory*, 25, 393–409.
- Rimal, R. N. & Real, K. (2003). Understanding the Influence of Perceived Norms on Behaviors. *Communication Theory*, 13, 184–203.
- Rimal, R. N. & Real, K. (2005). How Behaviors are Influenced by Perceived Norms: A Test of the Theory of Normative Social Behavior. *Communication Research*, 32, 389–414.
- Roll, J. (2017). *Kommunikation im öffentlichen Raum. Aufmerksamkeit und Mediennutzung*. Wiesbaden: Springer.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2002). Overview of Self-Determination Theory: An Organismic Dialectical Perspective. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Hrsg.), *Handbook of Self-Determination Research* (S. 3–33). Rochester: University of Rochester Press.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2017). *Self-Determination Theory. Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: The Guilford Press.
- Schäffer, B. (2017). Gruppendiskussion. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 347–361). Konstanz: UVK.
- Schmidt, H. J. (2015). Knigge und Zivilisierung des Internets. Ein Beitrag zur Genese und Funktion sozialer Normen im digitalen Zeitalter. In U. Ackermann (Hrsg.), *Selbstbestimmung oder Fremdbestimmung. Soziales Leben im Internet* (S. 93–114). Frankfurt: Humanities Online.
- Schmidt, J.-H. (2009). *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UVK.
- Taddicken, M. & Jers, C. (2011). The Uses of Privacy Online – Trading a Loss of Privacy for Social Web Gratifications? In S. Trepte & L. Reinecke (Hrsg.), *Privacy Online. Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web* (S. 143–158). Berlin: Springer.
- Tranow, U. (2018). Soziale Norm. In J. Kopp & A. Steinbach (Hrsg.), *Grundbegriffe der Soziologie* (S. 343–346). Wiesbaden: Springer.
- Uski, S. & Lampinen, A. (2016). Social Norms and Self-Presentation on Social Network Sites: Profile Work in Action. *New Media & Society*, 18, 447–464.
- Vitak, J., Blasiola, S., Patil, S. & Litt, E. (2015). Balancing Audience and Privacy Tensions on Social Network Sites. *International Journal of Communication*, 9, 1485–1504.
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J. & Valkenburg, P. M. (2017). Norms of Online Expressions of Emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram and WhatsApp. *New Media & Society*, 20, 1813–1831. doi: 10.1177/1461444817707349.
- Weissensteiner, E. & Leiner, D. (2011). Facebook in der Wissenschaft. Forschung zu sozialen Online-Netzwerken. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 59, 526–544.
- Wiedemann, C. (2011). Facebook. Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung. In O. Leistert & T. Röhle (Hrsg.), *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net* (S. 161–181). Bielefeld: transcript.