

Die Nutzung von Social-Networking-Seiten durch Studierende: psychosoziale und akademische Auswirkungen

Cress, Ulrike; Opusko, Marek; Wodzicki, Katrin; Hussenöder, Felix

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

W. Bertelsmann Verlag

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Cress, U., Opusko, M., Wodzicki, K., & Hussenöder, F. (2014). Die Nutzung von Social-Networking-Seiten durch Studierende: psychosoziale und akademische Auswirkungen. In N. C. Krämer, N. Sträßling, N. Malzahn, T. Ganster, & U. H. Hoppe (Hrsg.), *Lernen im Web 2.0: Erfahrungen aus Berufsbildung und Studium* (S. 19-37). Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag. <https://doi.org/10.3278/111-058w019>

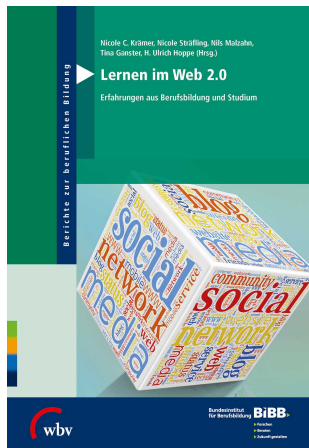
Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0>

W. Bertelsmann Verlag



Die Nutzung von Social-Networking-Seiten durch Studierende: Psychosoziale und akademische

Auswirkungen

von: Wodzicki, Katrin; Hussenöder, Felix; Opusko, Marek; Cress, Ulrike; Array

DOI: 10.3278/111-058w019

Erscheinungsjahr: 2014

Schlagerworte: Social Networking, Studierende, Web 2.0

Unter Studierenden in Deutschland herrschte lange Zeit eine hohe Heterogenität bezüglich der Nutzung von Social-Networking-Seiten (SNS). Heute haben werkenntwen oder StayFriends jeweils ca. 4 Millionen Nutzer/ -innen (STATISTA 2012), sprechen aber nicht ausschließlich Studierende als Zielgruppe an. Um Studierenden in Deutschland die Möglichkeit zur Vernetzung zu bieten, wurde 2005 das Studierendenverzeichnis (StudiVZ) gegründet; es wies 2012 ebenfalls ca. 4 Millionen aktive Nutzer/ -innen auf (STATISTA 2012). Immer größere Beliebtheit unter deutschen Studierenden erfährt jedoch Facebook und verdrängt zunehmend andere SNS.

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht:



Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Lizenz
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>



WIR MACHEN INHALTE SICHTBAR

Katrin Wodzicki, Felix Hussenöder, Marek Opusko, Ulrike Cress

Die Nutzung von Social-Networking-Seiten durch Studierende: Psychosoziale und akademische Auswirkungen

Unter Studierenden in Deutschland herrschte lange Zeit eine hohe Heterogenität bezüglich der Nutzung von Social-Networking-Seiten (SNS). Heute haben werkenntwen oder StayFriends jeweils ca. 4 Millionen Nutzer/-innen (STATISTA 2012), sprechen aber nicht ausschließlich Studierende als Zielgruppe an. Um Studierenden in Deutschland die Möglichkeit zur Vernetzung zu bieten, wurde 2005 das Studierendenverzeichnis (StudiVZ) gegründet; es wies 2012 ebenfalls ca. 4 Millionen aktive Nutzer/-innen auf (STATISTA 2012). Immer größere Beliebtheit unter deutschen Studierenden erfährt jedoch Facebook und verdrängt zunehmend andere SNS. Facebook diente zunächst im amerikanischen Raum dazu, Studierende zu vernetzen, konzentriert sich jedoch mittlerweile nicht mehr auf den studentischen Kontext in den USA. So umfasste Facebook im Jahre 2012 über 800 Millionen Nutzer/-innen aus allen Altersgruppen und sozioökonomischen Schichten weltweit, von denen sich ca. 50 % täglich bei Facebook anmelden (ROTH 2012). Studierende sind immer noch eine der Hauptnutzergruppen: Befragungen unter amerikanischen Studenten in den Jahren 2006, 2007 und 2008 zeigten konstant, dass über 90 % der Befragten Facebook-Accounts hatten (LAMPE/ELLISON/STEINFIELD 2008). Social-Networking-Seiten erfreuen sich damit unter allen Web 2.0-Anwendungen der größten Beliebtheit.

Da die Nutzung von SNS unter Studierenden weit verbreitet ist, sollten Hochschuldozenten und -dozentinnen wissen, welche Aktivitäten möglich sind und wie Studierende SNS in der Regel nutzen. Die Autoren präsentieren zunächst Daten einer Längsschnittbefragung deutscher Studierender. Diese Forschungsergebnisse geben erste Hinweise auf die Auswirkungen der SNS-Nutzung auf Studienleistung und psychosoziale Variablen wie soziale Integration. Die Ergebnisse bedürfen einer differenzierten Betrachtung der Forschung. Daher werden weitere Ergebnisse der längsschnittlichen Befragung berichtet, die darauf hindeuten, dass sich die SNS-Nutzung auf die Studienleistung und die soziale Integration von gewissenhaften Studierenden anders auswirkt als auf die von wenig gewissenhaften.

Nutzungsformen und Auswirkung der Nutzung von SNS haben jedoch nicht nur Implikationen für die Forschung, sondern auch für Hochschuldozenten und -dozentinnen sowie politische Entscheidungsträger/-innen und zeigen Potenziale für informelle Bildungsprozesse, Lehre und psychosoziale Anpassung, nicht nur im universitären Umfeld; diese werden abschließend diskutiert.

1. Funktionen von Social-Networking-Seiten

BOYD und ELLISON (2007) definieren Social-Networking-Seiten (SNS) als „web-based services that allow individuals to (1) construct a public or 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“ (S. 2).

Danach können Nutzer/-innen in SNS ein öffentliches oder teilweise öffentliches Profil von sich anlegen und es kontrolliert einem bestimmten Publikum präsentieren. Die bereitgestellten Einstellungen ermöglichen ein explizites Identitäts- und Impressionmanagement. Die Nutzer/-innen entscheiden somit selbst, wie viel sie preisgeben und je nach SNS entscheiden sie auch, wem sie was von sich preisgeben.

Des Weiteren ermöglichen SNS, die Verbindungen zu anderen Nutzern und Nutzerinnen durch die Aufnahme in „Freundes“- oder „Kontakt“-Listen herzustellen – dies kann auf eigene Kontaktanfragen oder Kontaktanfragen anderer Nutzer hin geschehen, muss allerdings in der Regel wechselseitig bestätigt werden. So können Nutzer/-innen ein soziales Netzwerk aufbauen und pflegen. Dieses soziale Netzwerk wird wiederum für alle Kontakte sichtbar oder, wenn die Privatsphäreinstellungen es erlauben, dem gesamten Nutzerkreis einer SNS.

Darauf aufbauend bieten SNS eine Reihe von Funktionen, um mit Kontakten im Netzwerk zu interagieren und sich auszutauschen. Nutzern und Nutzerinnen ist es möglich, Informationen über sich selbst, interessante Projekte oder Artikel, YouTube-Videos und vieles mehr über Status-Updates allen – oder einer Teilmenge ihrer Kontakte – zur Verfügung zu stellen. Sie können Status-Updates von Kontakten außerdem kommentieren und bewerten (z. B. mit dem „Gefällt mir“-Button auf Facebook) – und dadurch auch diese Status-Updates mit ihrem Netzwerk teilen. Sie können aber auch Nachrichten mit einzelnen oder einer Gruppe von Kontakten direkt austauschen und so in einen gezielten Dialog treten, synchron im Chat oder asynchron mit der Nachrichtenfunktion. Darüber hinaus können sich Nutzer/-innen von SNS in Gruppen zusammenschließen – dabei kann jede/-r eine Gruppe anlegen, öffentlich oder nur für von ihm/ihr bestätigte Mitglieder. Dabei müssen Mitglieder einer Gruppe nicht unbedingt auch direkte Kontakte voneinander sein. In einer Gruppe können Statusmitteilungen, Dateien, Fotos und Links mit den Gruppenmitgliedern geteilt werden (genauso wie das Teilen mit dem eigenen sozialen Netzwerk). Bei öffentlichen Gruppen sind diese auch für Nichtmitglieder sichtbar, wenn sie die Gruppenseite besuchen. In diesem Fall kann es sinnvoll sein, Informationen über die Gruppe zu hinterlegen, um Neumitglieder zu werben. Schließlich erlaubt die Event-Funktion, Termine für private und öffentliche Veranstaltungen im eigenen Netzwerk (und darüber hinaus) publik zu machen, zu denen sich andere anschließend an- oder abmelden können.

2. Art der Nutzung durch Studierende

Doch wie nutzen Studierende weltweit und spezifisch in Deutschland SNS? Studien im englischsprachigen Raum deuten bisher darauf hin, dass SNS wie Facebook von Studierenden vornehmlich für private Zwecke, und zwar zur Aufrechterhaltung und Pflege von Freundschaften, genutzt werden (Überblicksartikel von HEW 2011). Der Hauptzweck der Nutzung ist der interpersonale Austausch und die Kontaktpflege, während das informelle Organisieren rund ums studentische Lernen nur sehr zweit-rangig ist; formales Lernen und Interaktion mit Dozenten und Dozentinnen findet so gut wie gar nicht statt (MADGE u. a. 2009). Die Studie von RAACKE und BONDS-RAACKE (2008) kommt zu ähnlichen Ergebnissen. Auch hier nannten Studierende als Gründe für die SNS-Nutzung das In-Kontakt-Bleiben mit alten sowie aktuellen Freunden und Freundinnen am häufigsten (96 bzw. 91 % der Nennungen). Die Nutzung für akademische Ziele wurde hingegen nur von 10,9% genannt.

Neben der Beziehungspflege dienen SNS dem Identitätsmanagement: So managen Studierende hier vor allem ihre studentische Identität unter anderen Studierenden (GREENHOW/ROBELIA 2009b; SELWYN 2009). Basierend auf Facebook-Pinnwandeinträgen von über 900 Studierenden einer britischen Universität analysierte SELWYN (2009) die Häufigkeit und Art von studiumsbezogenen Kommentaren. Gerade einmal 4% der Aktivitäten wiesen einen Bezug zum Studium auf. Eine weitergehende Inhaltsanalyse zeigte, dass es sich dabei v. a. um die folgenden Aktivitäten handelt: (1) kritische Äußerungen über Erfahrungen mit Lehrveranstaltungen, (2) Austausch von zweckmäßigen Informationen (z. B. über Zeit und Raum von Lehrveranstaltungen, Abgabefristen, Umfänge von Hausarbeiten und Prüfungszeiten – Austausch hier, obwohl offizielle Informationsquellen verfügbar), (3) Austausch über akademische Anforderungen (z. B. Pflichtlektüre, Inhalte von Prüfungen, Ansprüche an Hausarbeiten – zumeist basierend auf Spekulationen, teilweise aber auch Weitergabe von Aussagen von Dozenten und Dozentinnen oder eigener Rechercheergebnisse zu Literatur) sowie (4) Aussagen über die eigene akademische Unfähigkeit oder fehlende Motivation verbunden der Suche nach moralischer Unterstützung und Verständnis (z. B. über Probleme beim Anfertigen von Hausarbeiten – oft in ironischer und humorvoller Art und Weise geäußert). Es scheint den Studierenden also darum zu gehen, ein bestimmtes Bild von sich zu vermitteln – darüber, welche Lehrveranstaltungen man (nicht) mag, wo man Unterstützung braucht und dass man kein „Streber“ ist – und darum, dieses Bild von anderen Studierenden bestätigt zu bekommen. Ähnliche Themen des Austauschs finden auch GREENHOW und ROBELIA (2009a) bei Jugendlichen im Alter von 17 bis 19 Jahren, und sie betonen die Bedeutung dieser Arten des Austauschs für das soziale Lernen – durch Bestätigung und Anerkennung für präsentierte kreative Arbeiten, durch sozio-emotionale Un-

terstützung von Gleichaltrigen im Umgang mit Höhen und Tiefen und durch Hilfe bei schulbezogenen Aufgaben. Neben Beziehungspflege und Identitätsmanagement sind auch Entertainment und Zeitvertreib Motive für die Nutzung von SNS (SPECIAL/LI-BARBER 2012).

Im deutschsprachigen Raum liegen bisher nur wenige Untersuchungen vor. OPUSZKO (2010) fand bei einer Befragung von über 3.000 SNS-Nutzern und -Nutzerinnen – davon 74 % Studierende, 96 % mit StudiVZ-Profil und 34 % mit Facebook-Profil – fünf Nutzungsmotive: Selbstdarstellung und Neugierde bezüglich anderer Nutzer/-innen, Kommunikation mit Freunden und Freundinnen, Aufbau neuer Beziehungen und Dating, die Organisation des täglichen Lebens und der Austausch von Ansichten und Ideen. Unter den befragten Studierenden war das Motiv Dating niedriger und das Motiv Organisation stärker ausgeprägt als bei den anderen Befragten. Eine Befragungsstudie zur Nutzung von StudiVZ unter Studierenden durch STOCKER und REICHT (2010) fand eine Dominanz privater Nutzung dieses SNS: Mehr als 90 % der Befragten nutzen StudiVZ privat, weniger als 10 % für das Studium. EBNER, SCHIEFNER und NAGLER (2008) bestätigen dieses Ergebnis, dass studiumsbezogene Inhalte auf StudiVZ für weniger als 10 % eine Rolle spielen.

Mit ca. 19 % liegt die Nutzung von StudiVZ zum studiumsbezogenen Austausch in einer Befragung von WODZICKI, SCHWÄMMLEIN und MOSKALIUK (2012) etwas höher. Eine genauere Analyse der Gruppen in StudiVZ zeigte, dass sich Studierende vor allem zu Beginn ihres Studiums vermehrt über StudiVZ studiumsbezogen austauschen: Unter den 58 Gruppen, in denen Studierende angaben, am aktivsten zu sein, befanden sich 26 mit Bezug zum Studium, wovon wiederum 14 Erstsemestergruppen waren. Studierende, die eine Erstsemestergruppe genannt hatten, waren signifikant stärker daran interessiert, in StudiVZ-Gruppen informell Kursmaterialien auszutauschen, sich auf Prüfungen vorzubereiten und kursbezogene Themen zu diskutieren, als Studierende, die andere studiumsbezogene Gruppen genannt hatten. Die höhere Aktivität in Erstsemestergruppen wurde zudem in einer Analyse von zufällig gezogenen StudiVZ-Gruppen bestätigt. Die Erstsemesterphase scheint also eine Phase im Studium zu sein, in der SNS eine größere Bedeutung für den studentischen Austausch haben.

Seit Kurzem erfreut sich auch Facebook unter deutschsprachigen Studierenden immer größerer Beliebtheit. Eine bisher unveröffentlichte Studie der Autoren dieses Beitrags über die Facebook-Nutzung von Erstsemestern an der Universität Jena (siehe Tabelle 1 für demografische Daten) ergab, dass der Austausch von Informationen mit Mitstudierenden mittels Facebook im Laufe des ersten Semesters kontinuierlich ansteigt: von 32,4 % (mit teilweiser (5) bis starker (7) Zustimmung auf einer 7-stufigen Skala) zu Beginn des ersten Semesters (EZP1) auf 43,7 % gegen Ende des ersten Semesters (EZP2) und auf 64,8 % zu Beginn des zweiten Semesters (EZP3).

Auch für die Kontaktaufnahme zu Mitstudierenden wird Facebook zunehmend genutzt: von 41,0% (EZP1) auf 45,0% (EZP2) und 48,1% (EZP3). Die Mittelwerte sind in Tabelle 1 zusammengefasst.

Tabelle 1: Stichprobenbeschreibung

| | Erhebungszeitpunkt (EZP) | | |
|--|--|---------------------------------------|---|
| | EZP1 (n = 105) | EZP2 (n = 71) | EZP3 (n = 56) |
| Alter | 20,54 (3,54) | 20,83 (4,14) | 20,23 (1,91) |
| Geschlecht | 68 Frauen, 37 Männer | 46 Frauen, 25 Männer | 36 Frauen, 20 Männer |
| Anzahl Facebook-Freunde | 146,90 (159,68) Ränge: 0–1280 | 166,15 (123,42) Ränge: 5–748 | 171,24 (109,39) Ränge: 0–510 |
| Durchschnittliche aktive Facebook-Nutzung pro Tag (in Minuten) | 38,95 (5,24) Ränge: 0–672 | 48,16 (67,41) Ränge: 2–450 | 37,79 ^b (43,16) Ränge: 0–240 |
| Kontaktaufbau mit Studierenden über Facebook | 3,73 (1,69) | 3,99 (1,87) | 4,17 ^c (1,95) |
| Austausch mit Studierenden über Facebook | 3,37 (1,93) | 4,00 (1,88) | 4,50 ^b (1,95) |
| In Kontakt bleiben mit alten Freunden und Bekannten über Facebook | 5,72 ^a (1,56) | 5,89 (1,29) | 5,98 ^c (1,52) |
| Austausch mit alten Freunden und Bekannten über Facebook* | 4,69 (1,75) | 5,21 (1,52) | 5,19 ^b (1,72) |
| Ich habe das Gefühl, den Kontakt zu verlieren, wenn ich Facebook längere Zeit nicht nutze* | 2,99 (1,84) | 2,62 (1,63) | 2,62 (1,84) |
| Facebook ist für mich ein wichtiges Werkzeug, um Dinge zu organisieren (bspw. Partys oder andere Aktivitäten)* | 2,96 (1,85) | 3,71 (1,78) | 3,55 (1,84) |

* gemessen auf einer 7-stufigen Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 7 = „sehr stark“; ^an = 104, ^bn = 53, ^cn = 54

Lediglich zum dritten Erhebungszeitpunkt wurde explizit danach gefragt, wie Facebook am Studienort genutzt wird (siehe Tabelle 2 für Mittelwerte und Standardabweichungen): So nutzen ca. zwei Drittel der Studierenden Facebook, um sich über Freunde und Freundinnen am Studienort und deren Aktivitäten zu informieren. Dennoch stimmen 45,4% der Aussage teilweise bis stark zu, dass ihre Aktivitäten in Facebook nichts mit ihrem Studium zu tun haben. Folglich nutzen weniger als die Hälfte aller Studierenden Facebook für studiumsbezogene Zwecke (41,8% mit teilweiser bis starker Ablehnung der Nichtnutzung für das Studium) – aber auch dieser Wert ist noch höher als die Befragungsergebnisse von StudiVZ-Nutzern und

-Nutzerinnen. Der Austausch mit Mitstudierenden auf Facebook ist also bei knapp der Hälfte der befragten Studierenden rein privater Natur, die andere Hälfte nutzt Facebook aber tatsächlich auch studiumsbezogen.

Die größte Bedeutung hat die Facebook-Nutzung jedoch für die Kontaktpflege und den Austausch mit alten Freunden und Bekannten: für die Kontaktaufnahme 78,9%, 88,7% und 85,2%; für Austausch von Informationen 60,9%, 76,0% und 74,1%. Darüber hinaus ist Facebook für ein Viertel bis ein Drittel der Studierenden ein wichtiges Werkzeug, um Dinge zu organisieren, wie beispielsweise Partys (24,8%, 26,8%, 32,8%). Die Angst, ohne Facebook den Kontakt zu verlieren, haben ebenfalls ca. ein Viertel der Studierenden (27,6%, 25,3%, 21,8%). Die Mittelwerte sind in Tabelle 1 zusammengefasst. Die nur geringe Nutzung von Facebook für Hobbys und Diskussionen über Freizeitthemen (siehe Tabelle 2) spricht weniger für einen inhalts- und interessengeleiteten Austausch unabhängig vom Bekanntschaftsgrad als vielmehr für einen personenbezogenen, interpersonalen Austausch – sei es mit alten Freunden und Bekannten oder mit Mitstudierenden.

Tabelle 2: Verhältnis studentische Facebook-Nutzung zu privater Facebook-Nutzung (nur zu EZP3 erhoben)

| | EZP3 (n = 55) |
|--|--------------------------|
| Ich nutze Facebook, um mich zu informieren, was meine Freunde am Studienort gerade so machen. | 4,33 (2,06) |
| Meine Aktivitäten in Facebook haben nichts mit meinem Studium zu tun. | 4,16 (1,91) |
| Ich nutze Facebook, um meinen Hobbys nachzugehen (z. B. Vereinsarbeit).* | 2,38 (1,69) |
| Ich nutze Facebook für Gespräche und Diskussionen zu bestimmten Themen, mit denen ich mich in meiner Freizeit beschäftige. | 2,65 (1,72) |
| * gemessen auf einer 7-stufigen Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 7 = „sehr stark“; | |

3. Einfluss der Nutzung auf Studierende

Unabhängig davon wie Studierende SNS nutzen, sie nutzen sie viel: HEW (2011) schlussfolgert auf Basis seines Reviews von Facebook-Artikeln bis Februar 2011, dass die Mehrheit der Studierenden zwischen 10 und 60 Minuten täglich auf Facebook verbringt. Allerdings schwanken die Zahlen stark von Studie zu Studie: von durchschnittlich zwischen 38 und 46 Minuten pro Tag im Laufe des ersten Semesters

(deutsche Studierende; Längsschnittstudie der Autoren) oder gar von ca. 100 Minuten (amerikanische Studierende; JUNCO 2012a, 2012b) bis 150 Minuten pro Tag (amerikanische Studierende; TUFEKCI 2010). In der Stichprobe von BICEN und CAVUS (2011) nutzen fast ein Drittel der Studierenden Facebook sogar mehr als 4 Stunden am Tag. Diese Studien deuten damit sogar auf einen Anstieg der durchschnittlichen Nutzungszeiten im Vergleich zu Studien vor Februar 2011 hin. Deshalb stellt sich die Frage, wie sich die Nutzung von SNS auf Studierende auswirkt.

Grundsätzlich sind zwei Arten von Kriterien für Hochschuldozenten und -dozentinnen und Bildungspolitiker/-innen von Interesse: Zum einen stellt sich die Frage, wie SNS die *Studienleistung* beeinflussen. Zum anderen sollte der Einfluss auf *psychosoziale Variablen*, wie studentisches Engagement, psychosoziale Anpassung oder Selbstwert berücksichtigt werden, da diese für den Studien- und späteren Berufserfolg von zentraler Bedeutung sind. Für beide Fragestellungen liegen erste Forschungsergebnisse vor, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

3.1 Einfluss auf die Studienleistung

Einige Autoren (KIRSCHNER/KARPINSKI 2010; JUNCO 2012a) gehen davon aus, dass die Nutzung von SNS die Zeit reduziert, die für die Vorbereitung von Lehrveranstaltungen und das Lernen für Prüfungen aufgewendet wird. Darüber hinaus erwarten sie negative Auswirkungen aufgrund der zeitgleichen Nutzung von SNS während des Lernens und der Vorbereitung, also leistungsmindernde Effekte durch Multitasking (KIRSCHNER/KARPINSKI 2010). Erste Untersuchungen zeigen, dass die Nutzung von Facebook tatsächlich negativ mit Durchschnittsnote und Vorbereitungs- bzw. Lernzeit zusammenhängt (KIRSCHNER/KARPINSKI 2010; JUNCO 2012a), wohingegen zwei Studien keine entsprechenden Zusammenhänge fanden (KOLEK/SAUNDERS 2008; PASEK/MORE/HARGITTAI 2009). Allerdings unterscheiden beispielsweise KIRSCHNER und KARPINSKI (2010) lediglich Facebook-Nutzer/-innen und Nichtnutzer/-innen und differenzieren nicht weiter nach der Nutzungshäufigkeit oder -art (für eine ausführliche kritische Betrachtung siehe JUNCO 2012a). Nur JUNCO (2012a) geht darüber hinaus. Seine Analysen basieren auf einer großen Stichprobe (ca. 1.800 Studierende) und unterscheiden neben Facebook-Nutzungsdauer und Häufigkeit des Facebook-Logins auch Arten der Facebook-Nutzung. Die Studie zeigt sowohl positive als auch negative Effekte der Facebook-Nutzung auf Notendurchschnitt und durchschnittliche Lernzeit. Facebook-Nutzungsdauer und Häufigkeit des Facebook-Logins sagen eine Reduktion des Notendurchschnitts vorher, genauso wie die Häufigkeit des Postens von Status-Updates und des Chattens. Positive Effekte auf den Notendurchschnitt zeigen sich hingegen durch die Beschäftigung mit Status-Updates von Freunden und das Teilen von Links. Die Facebook-Nutzungsdauer und

die Häufigkeit des Chattens sagen zusätzlich eine Reduktion in der durchschnittlichen Lernzeit vorher.

Eine nähere Betrachtung der Effektstärken zeigt, dass erst eine deutlich erhöhte Facebook-Nutzungszeit zu einer nennenswerten Reduzierung des Notendurchschnitts und der durchschnittlichen Lernzeit führt. Außerdem ist der Effekt der Facebook-Nutzung auf die durchschnittliche Lernzeit deutlich niedriger als auf den Notendurchschnitt, sodass die Erklärung der Reduktion des Notendurchschnitts allein über die Lernzeit nicht zu halten scheint. Eine Mediationsanalyse wurde jedoch nicht gerechnet. Damit kann die Reduktion der Zeit, die ins Studium investiert wird, nicht die einzige Erklärung für negative Effekte der Facebook-Nutzung auf die Studienleistung sein. JUNCO (2012a) argumentiert, dass zusätzlich das Multitasking, die Gleichzeitigkeit der Facebook-Nutzung und des Lernens, negative Effekte auf das Lernen hat, da es die kognitive Überlastung verstärkt. So findet er auch einen negativen Effekt des Chattens, das häufig parallel zu anderen Aktivitäten wie dem Lernen genutzt wird. Ob jedoch tatsächlich das Multitasking verantwortlich für die Effekte ist, bedarf einer näheren Untersuchung. Wie bei allen bisherigen Studien handelt es sich auch bei JUNCO (2012a) zudem um eine korrelative Untersuchung, sodass keine Aussagen über kausale Zusammenhänge möglich sind. So könnte es auch sein, dass sich leistungsschwächere Studierende eher der Facebook-Nutzung zuwenden (z. B., um schlechte Ergebnisse durch positive, unterstützende Interaktionen mit Freunden zu kompensieren) oder dass Drittvariablen wie Persönlichkeitseigenschaften oder Motivation sowohl die Studienleistung als auch die Facebook-Nutzung beeinflussen.

3.2 Einfluss auf psychosoziale Variablen

Durch SNS können Verbindungen mit guten Freunden intensiviert und die Beziehungen zu losen Freunden und Bekannten aufrechterhalten werden. Dadurch wird sogenanntes „Sozialkapital“ aufgebaut (PUTNAM 2000). Enge Freundschaften bieten vor allem sozioemotionale Unterstützung, auch Bonding Social Capital genannt. Losere Freundschaften hingegen werden als Bridging Social Capital bezeichnet. Sie bieten vor allem Zugang zu wertvollen neuen Informationen und anderen Perspektiven (vergleiche ELLISON/STEINFIELD/LAMPE 2007). Eine Reihe von Studien von Ellison und Kollegen (z. B. ELLISON/STEINFIELD/LAMPE 2007, 2011) zeigen, dass die Nutzung von Facebook positiv mit Bonding und v. a. Bridging Social Capital verknüpft ist. Dies konnte für Bridging Social Capital auch längsschnittlich bestätigt werden (STEINFIELD/ELLISON/LAMPE 2008). Des Weiteren untersuchte JUNCO (2012b) Effekte der Facebook-Nutzung auf studentisches Engagement: In einer Befragung von über 2.300 Studierenden erhob er zum einen erneut die Facebook-Nutzungsdauer, die Häufigkeit des Facebook-Logins und verschiedene Facebook-Aktivitäten. Zum ande-

ren erhob er das studentische Engagement (skalenbasierte Messung) und die Zeit, die die Befragten mit universitätsbezogenen Aktivitäten (wie Campus-Organisation, Campus-Publikationen, studentische Vertretung, Studentengemeinschaften, Universitätssport) verbringen. Sowohl das Kommentieren auf Facebook als auch das Nutzen der Facebook-Event-Funktion sagte einen Anstieg im studentischen Engagement vorher. Facebook-Spiele und die Beschäftigung mit Status-Updates der Freunde hingegen sagten eine Reduktion im studentischen Engagement vorher (jeweils für beide Maße). Die Facebook-Nutzungsdauer insgesamt sagte eine Reduktion im studentischen Engagement gemessen mit der Engagement-Skala und einen Anstieg in den universitätsbezogenen Aktivitäten vorher. Bei der Betrachtung der Effekte zeigt sich hier, dass vor allem die Arten der Aktivitäten entscheidend sind: Sie haben einen höheren Vorhersagewert als die Facebook-Nutzungsdauer insgesamt. JUNCO (2012b) diskutiert, dass womöglich die kommunikativen Aktivitäten (also das Kommentieren und die Event-Funktion; im Gegensatz zu nicht-kommunikativen, wie Facebook-Spielen und Beschäftigung mit den Status-Updates der Freunde) entscheidend für universitäres Engagement sind.

Daneben konnten weitere positive Effekte der Facebook-Nutzung auf psychosoziale Variablen gezeigt werden. So wirkt sich die Facebook-Nutzung positiv auf die soziale Anpassung im Allgemeinen aus (KALPIDOU/COSTIN/MORRIS 2011). Außerdem kann die Facebook-Nutzung positive Auswirkungen auf den Selbstwert (GONZALES/HANCOCK 2011) und das subjektive Wohlbefinden (KIM/LEE 2011) von Studierenden haben.

3.3 Differenzielle Effekte der Facebook-Nutzung auf Studienleistung und psychosoziale Variablen

Zusammenfassend zeigen die berichteten Studien eher negative Zusammenhänge zwischen Facebook-Nutzung und Studienleistung und eher positive Zusammenhänge zwischen Facebook-Nutzung und psychosozialen Variablen. Allerdings deuten die Studien von JUNCO (2012a, 2012b) darauf hin, dass die Art der Facebook-Nutzung eine Schlüsselrolle einnimmt, sich also bestimmte Arten der Nutzung auch positiv auf die Studienleistung bzw. negativ auf psychosoziale Variablen auswirken können. Ein wichtiger nächster Schritt in der Forschung sollte sich diesen differenziellen Effekten widmen, um Hochschuldozenten und -dozentinnen in die Lage zu versetzen, Facebook oder andere SNS für ihre Lehre aktiv und produktiv zu nutzen (z. B. durch die Gründung einer Facebook-Gruppe, in der Kursinhalte ausgetauscht und diskutiert werden können; JUNCO 2012a). So berichtet JUNCO (2012b) von Befragungsergebnissen, die durchaus auf ein Interesse von Studierenden hindeuten, Facebook stärker auch bildungsbezogen zu nutzen (ROBLER u. a. 2010).

Darüber hinaus können SNS ein Mittel sein, um die Anpassung von Studierenden an das universitäre Umfeld zu fördern (DEANDREA u. a. 2012). DEANDREA und Kollegen berichteten von der Einrichtung eines universitären SNS für Erstsemester: SpartanConnect zielte darauf ab, die Verbundenheit zwischen Studierenden und ihrem Wohnumfeld auf dem Campus zu erzeugen. So erhielten 3.000 Studierende aus drei unterschiedlichen Wohnheimen im Sommer vor Studienbeginn Zugang zu SpartanConnect. Sie konnten Profile anlegen und andere Nutzer/-innen als Kontakte aufnehmen. Außerdem gab es verschiedene Kommunikations- und Austauschmöglichkeiten. Eine begleitende Befragung einiger Nutzer/-innen vor Nutzungsbeginn und während der ersten zwei Wochen des Studiums beschäftigt sich mit den Auswirkungen auf die wahrgenommene Bridging-Selbstwirksamkeit – die Überzeugung, dass man nützliche Kontakte zu diversen Personen (z. B. Hochschullehrkräfte, anderem Universitätspersonal, Studierende mit anderen Überzeugungen) knüpfen wird – und auf die akademische Selbstwirksamkeit bezüglich der eigenen Leistungsfähigkeit. Tatsächlich zeigte sich, dass die Aktivität in SpartanConnect einen positiven Einfluss auf die wahrgenommene Bridging-Selbstwirksamkeit hat, und dies über das Bridging Social Capital, über das die Studierenden vor Beginn der SpartanConnect-Nutzung verfügten, und über die Anzahl ihrer Facebook-Freunde aus dem studentischen Kontext hinaus. Des Weiteren zeigte sich ein positiver Effekt der wahrgenommenen Bridging-Selbstwirksamkeit auf die akademische Selbstwirksamkeit, und dies über das Bridging Social Capital und die akademische Selbstwirksamkeit, jeweils vor Beginn der Nutzung erfasst, hinaus. Ein direkter Effekt der Nutzung von SpartanConnect auf die akademische Selbstwirksamkeit zeigte sich hingegen nicht.

Ein weiterer wichtiger Schritt in der Forschung ist die Untersuchung der vermittelnden Wirkung des studentischen Engagements: „(...) it is important for future research to evaluate how Facebook use influences student engagement and how, in turn, that engagement influences academic performance.“ (JUNCO 2012a, S. 11) Denn es ist anzunehmen, dass engagiertere und damit sozial auch besser integrierte Studierende auch erfolgreichere Studierende sind. JUNCO (2012a) schlägt außerdem vor, personenbezogene Variablen der Studierenden in zukünftiger Forschung verstärkt zu berücksichtigen. So zeigen Studien beispielsweise, dass Persönlichkeitsvariablen mit der Art der Facebook-Nutzung zusammenhängen (AMICHAÏ-HAMBURGER/VINITZKY 2010; KRÄMER/WINTER 2008; MEHDIZADEH 2010; GOSLING u. a. 2011).

Um einen ersten Schritt in diese Richtung zu gehen, werden im Folgenden erste Befunde aus der Längsschnittstudie der Autoren zur moderierenden Rolle von Gewissenhaftigkeit, eine für studentische Leistungen zentrale Persönlichkeitsvariable, berichtet.

3.4 Der Einfluss der Gewissenhaftigkeit

Personen mit hohen Werten in Gewissenhaftigkeit zeichnen sich durch eine hohe Selbstkontrolle bezüglich Planung, Organisation und Ausführung von Aufgaben aus. Sie gehen dabei sehr systematisch und zielgerichtet vor. Erfasst wird die Gewissenhaftigkeit mit standardisierten Fragebogen, wie dem NEO-Fünf-Faktoren-Inventar (NEO-FFI) von COSTA und McCRAE (Deutsche Version: BORKENAU und OSTENDORF 1993, Beispielitem: „Ich versuche, alle mir übertragenen Aufgaben sehr gewissenhaft zu erledigen.“).

Der Zusammenhang zwischen Gewissenhaftigkeit und Facebook-Nutzung von Studierenden wurde bisher von zwei Autorengruppen diskutiert und untersucht: ROSS und Kollegen erwarteten einen negativen Effekt auf die Anzahl der Facebook-Freunde, da stark gewissenhafte Studierende eher mit ihren studentischen Verpflichtungen und Terminen außerhalb von Facebook beschäftigt sind und deshalb Facebook weniger nutzen (ROSS u. a. 2009). Sie konnten diese Annahme jedoch nicht bestätigen.

AMICHAÏ-HAMBURGER und VINITZKY (2010) erwarteten einen positiven Effekt auf die Anzahl der Facebook-Freunde, da das zentrale Ziel bei der Nutzung eines SNS wie Facebook das Knüpfen und Aufrechterhalten von Beziehungen ist. Eine entsprechende Zielstrebigkeit von gewissenhaften Nutzern und Nutzerinnen sollte also die Anzahl der Facebook-Freunde erhöhen (AMICHAÏ-HAMBURGER und VINITZKY 2010). Bestätigend zeigte ihre Studie eine umso größere Anzahl von Facebook-Freunden, je gewissenhafter die Studierenden waren.

Bereits ROSS und Kollegen (2009) diskutieren die Bedeutung motivationaler Faktoren. So könnte es sein, dass Facebook besonders zu Beginn eines Studiums ein Instrument ist, um neue Freunde am Studienort zu finden und sich in das neue Umfeld einzuleben. Deshalb lag der Fokus der hier vorgestellten Längsschnittstudie auf Erstsemestern. Aufbauend auf der Argumentation von AMICHAÏ-HAMBURGER und VINITZKY (2010) sollte es vor allem gewissenhaften Studierenden gelingen, Facebook hier zielgerichtet für ihre bessere soziale Integration zu nutzen. Die Annahme lautete deshalb: Die Dauer der Facebook-Nutzung verstärkt die soziale Integration am Studienort umso mehr, je gewissenhafter Studierende sind (*Hypothese 1*).

Laut KIRSCHNER und KARPINSKI (2010) und JUNCO (2012a) sollte sich die Dauer der Facebook-Nutzung negativ auf die Studienleistung auswirken. Gewissenhaftigkeit könnte auf diese Beziehung sowohl eine positive als auch eine negative moderierende Wirkung haben: Einerseits könnten gewissenhafte Studierende die Zeit auf Facebook zielgerichtet für Studienzwecke nutzen und so ihre Leistung steigern. Andererseits dient Facebook nicht vornehmlich dem Austausch von Inhalten, sondern dem Aufbau von Beziehungen, und so könnte die Zeit auf Facebook von der Beschäftigung mit den Studieninhalten eher ablenken, und das umso stärker, je gewissenhafter die Nutzung in diesem Sinne erfolgt. Die Annahme lautete deshalb: Die

Dauer der Facebook-Nutzung reduziert die Studienleistung am Ende des ersten Semesters umso mehr, je gewissenhafter Studierende sind (*Hypothese 2*). Der Aufbau von studentischen Netzwerken könnte sich jedoch nichtsdestotrotz langfristig – über das erste Semester hinaus – für die Studienleistung auszahlen, weil studentische Netzwerke den Zugang zu sozialer Unterstützung und Informationen erhöhen. Dazu liegen jedoch keine Daten vor.

Um diese Annahmen zu testen, wurden in der oben bereits beschriebenen Längsschnittstudie neben der Facebook-Nutzung auch die soziale Integration am Studienort (zu allen Erhebungszeitpunkten), die Studienleistung am Ende des ersten Semesters (zu EZP 3) sowie die Persönlichkeitsvariable Gewissenhaftigkeit (zu EZP1) erfasst.

Bezüglich *Hypothese 1* zeigten die Ergebnisse tatsächlich, dass bei gewissenhaften Studierenden eine stärkere Facebook-Nutzung zu Beginn und gegen Ende des ersten Semesters zu einer höheren sozialen Integration am Anfang des zweiten Semesters führte (Interaktionsterme: $\beta_{\text{EZP1}} = 0,33$, $p = 0,01$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = 0,27$, $p = 0,04$; für eine Standardabweichung über dem Mittelwert von Gewissenhaftigkeit: $\beta_{\text{EZP1}} = 0,52$, $p = 0,01$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = 0,39$, $p = 0,04$; jeweils kontrolliert für die soziale Integration zu Beginn des ersten Semesters). Bei nicht gewissenhaften Studierenden fand sich kein Zusammenhang zwischen Facebook-Nutzung und sozialer Integration (für eine Standardabweichung unter dem Mittelwert von Gewissenhaftigkeit: $\beta_{\text{EZP1}} = -0,28$, $p = 0,16$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = -0,15$, $p = 0,43$). Die Facebook-Nutzung hatte keinen direkten Effekt auf soziale Integration ($\beta_{\text{EZP1}} = 0,12$, $p = 0,34$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = 0,12$, $p = 0,36$). Gewissenhaftigkeit wirkte sich nur unter der Berücksichtigung der Facebook-Nutzung zu Beginn des ersten Semesters direkt signifikant positiv auf soziale Integration aus ($\beta_{\text{EZP1}} = 0,27$, $p = 0,04$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = 0,21$, $p = 0,12$).

Bezogen auf *Hypothese 2* zeigte sich, dass bei gewissenhaften Studierenden eine stärkere Facebook-Nutzung gegen Ende des ersten Semesters zu einer schlechteren Studienleistung führte; in die gleiche Richtung, jedoch nicht signifikant, zeigte sich dieser Effekt auch für die Facebook-Nutzung zu Beginn des ersten Semesters (Interaktionsterme: $\beta_{\text{EZP1}} = -0,30$, $p < .05$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = -0,42$, $p < .01$; für eine Standardabweichung über dem Mittelwert von Gewissenhaftigkeit: $\beta_{\text{EZP1}} = -0,32$, $p = 0,17$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = -0,46$, $p = 0,02$). Bei nicht gewissenhaften Studierenden fand sich ein tendenziell positiver Zusammenhang zwischen Facebook-Nutzung und Studienleistung (für eine Standardabweichung unter dem Mittelwert von Gewissenhaftigkeit: $\beta_{\text{EZP1}} = 0,41$, $p = 0,09$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = 0,38$, $p = 0,06$). Die Facebook-Nutzung hatte keinen direkten Effekt auf die Studienleistung ($\beta_{\text{EZP1}} = 0,05$, $p = 0,76$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = -0,04$, $p = 0,79$). Gewissenhaftigkeit wirkt sich nur unter der Berücksichtigung der Facebook-Nutzung am Ende des ersten Semesters direkt tendenziell positiv auf die Studienleistung aus ($\beta_{\text{EZP1}} = 0,19$, $p = 0,19$ bzw. $\beta_{\text{EZP2}} = 0,28$, $p = .06$).

Allerdings beziehen sich die präsentierten Analysen nur auf diejenigen 46 Studienteilnehmenden, die zu allen drei Zeitpunkten an der Befragung vollständig teilnahmen (in betrachteten Variablen vollständige Datensätze: EZP1: 86, EZP2: 69, EZP3: 46). Außerdem blieben in der Studie Studierende unberücksichtigt, die Facebook gar nicht nutzen (da über Facebook für die Studie geworben wurde). Eine Analyse der Studienabbrecher – Studienteilnehmende, die nicht an allen Erhebungen teilnahmen – ergab darüber hinaus, dass die Studienabbrecher/-innen signifikant weniger gewissenhaft, aktiver auf Facebook und zu Beginn der Studie schlechter sozial integriert waren als die in der Analyse berücksichtigten Studierenden. Die Ergebnisse sind deshalb als erste Befunde zu verstehen und mit Vorsicht zu interpretieren.

4. Implikationen für die Forschung

Der vorliegende Beitrag argumentiert für eine ganzheitlichere Betrachtung der Frage, wie sich die Nutzung von SNS auf Studierende auswirkt. Zunächst einmal sollten nicht nur leistungsbezogene Indikatoren, sondern auch psychosoziale Variablen berücksichtigt werden. Wie die berichteten Studienergebnisse zeigen, können die Effekte auf beide *Arten von Kriterien* sehr unterschiedlich ausfallen. Die Studie der Autoren deutet darüber hinaus darauf hin, dass *moderierende Variablen* eine Rolle spielen und deshalb in der zukünftigen Forschung stärker berücksichtigt werden sollten. Es erscheint nicht sinnvoll, einen einheitlichen Effekt der Facebook-Nutzung auf jeden Nutzenden und unabhängig von der Art der Nutzung zu erwarten. Wie JUNCOS Studien zeigen, sollte auch die *Art der Nutzung* basierend auf den Funktionen von SNS differenziert werden. Ein Ziel hierbei könnte sein, die Arten der Nutzung zu klassifizieren, um theoriebasierte Annahmen über deren Wirkung zu ermöglichen. Ansatzpunkte hierfür bietet die Unterscheidung zwischen kommunikativen und nicht kommunikativen Funktionen von JUNCO (2012b) oder die gleichzeitige Nutzung von SNS während des Lernens, die das Problem des Multitaskings betrifft.

Wünschenswert wäre darüber hinaus eine *längsschnittliche Betrachtung* auch über die Dauer eines Semesters hinaus. Es könnte durchaus sein, dass sich die Investition in ein studentisches Netzwerk langfristig doch auch für die Studienleistung auszahlt. Außerdem könnten unterschiedliche Phasen im Studium unterschieden werden, in denen die Facebook-Nutzung mehr oder weniger sinnvoll und hilfreich ist. Studien, die diesen Ansprüchen gerecht werden, liegen derzeit kaum vor. Insbesondere längsschnittliche Betrachtungen und Untersuchungen im deutschsprachigen Raum sind rar.

Darüber hinaus sollten stärker studiumsbezogene Aktivitäten auf SNS initiiert und in ihrer Wirkung untersucht werden. Die Studie von DEANDREA und Kollegen

(2012) zeigt einen vielversprechenden Ansatz zur besseren Integration von Erstsemestern in das universitäre Umfeld und dessen wissenschaftliche Begleitung. Auch Ansätze zur veranstaltungsbegleitenden Kommunikation sind denkbar, sollten jedoch in gleicher Weise, idealerweise in Konzeption *und* Evaluation, wissenschaftlich begleitet werden.

Die in diesem Beitrag vorgestellten Untersuchungen beziehen sich vor allem auf Befragungen von Studierenden, also subjektive Selbsteinschätzungen. Ausnahmen bilden die inhaltsanalytischen Untersuchungen (v. a. von Pinnwandeinträgen) über die Art der Nutzung und der Inhalte von SNS-Kommunikationen (z. B. SELWYN 2009). Zusätzlich wäre eine Kombination beider Ansätze wünschenswert (HEW 2011). Darüber hinaus wäre die Berücksichtigung weiterer SNS-Nutzungsdaten ein Schritt in Richtung einer objektiveren Betrachtung. Dafür kommen zwei Methoden in Frage: die Rekrutierung über SNS-Applikationen und das Datacrawling (WILSON/GOSLING/GRAHAM 2012). Die Rekrutierung über Facebook-Applikationen ermöglicht nicht nur das Erheben von SNS-Nutzungsdaten, sondern auch eine Befragung der Rekrutierten. Das Datacrawling erlaubt lediglich den Zugang zu öffentlich verfügbaren Nutzungsdaten. Beide Methoden sind in Deutschland problematisch, da hier viele Internetnutzer bedachter mit ihren persönlichen Daten umgehen – zumindest, wenn sie Privatsphäreinstellungen nachvollziehen können – und die Privatsphäre der Internetnutzer in Deutschland stärker geschützt wird. So sind nur wenige SNS-Nutzer/-innen bereit, ihre SNS-Nutzungsdaten Applikationsbetreibern für Forschungszwecke zur Verfügung zu stellen. Auch sind weniger SNS-Nutzungsdaten öffentlich verfügbar als beispielsweise in den USA. Allgemein stellen die Rekrutierung über SNS-Applikationen und das Datacrawling ganz neue Anforderungen an eine gute wissenschaftliche Praxis in der Forschung zum Nutzerverhalten im Internet (siehe für eine ausführliche Diskussion: WILSON/GOSLING/GRAHAM 2012). Darüber hinaus erlaubt nur das Rekrutieren in Offlinekontexten Repräsentativität sowie den Vergleich von Offline- und Onlineverhalten bzw. von Nutzenden und Nichtnutzenden.

5. Implikationen für Anwender/-innen

Noch ist das Wissen über die Auswirkungen der SNS-Nutzung auf Studierende vergleichsweise gering. Es soll dennoch versucht werden, Implikationen für Anwender/-innen in Hochschulen und politische Entscheidungsträger abzuleiten, diese aber gleichzeitig kritisch zu diskutieren.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die SNS-Nutzung unter Studierenden stark verbreitet ist; im deutschsprachigen Raum gilt das auch für Facebook. Sie nutzen diverse Netzwerke eher privat, zum Austausch mit alten Freunden und Bekannten oder mit Mitstudierenden. Eine wichtige Funktion hat die SNS-Kommuni-

kation unter Studierenden für das Identitätsmanagement. Studierende möchten ein bestimmtes Bild von sich vermitteln und dieses von anderen Studierenden bestätigt wissen. Dies geschieht in der Interaktion mit anderen Studierenden, persönlich und auf SNS. Auch wenn der studiumsbezogene Austausch dabei eher einen kleinen Teil einnimmt, so findet er doch statt. Ein abschließendes Fazit zu den Auswirkungen der SNS-Nutzung ist schwierig, da die vorliegenden Daten noch nicht ausreichen und sich teilweise widersprechen. Es lässt sich lediglich feststellen, dass sich die SNS-Nutzung auf das Studien- und Sozialverhalten von Studierenden sowohl positiv als auch negativ auswirkt und dass sich die SNS-Nutzung unterschiedlich auswirkt. Berücksichtigt werden müssen auch unterschiedliche Nutzungsformen sowie die Persönlichkeiten und Motivationen von Studierenden.

Relevante Funktionen von SNS sind jene sozialer Natur, also Kommunikations- und Austauschfunktionen. Sie scheinen durchaus geeignet, soziale Integration und studentisches Engagement am Studienort zu befördern. Eine besondere Funktion könnte hier die Förderung von Peer-to-Peer-Netzwerken, also die Vernetzung von Studierenden untereinander – ähnlich wie bei SpartanConnect (DEANDREA u. a. 2012) –, zu Studiumsbeginn oder im Laufe von Lehrveranstaltungen sowie das Anregen von lehrveranstaltungsbezogenen Diskussionen einnehmen. Das Konzept eines Blended Open Courses, das in diese Richtung geht, wird in diesem Buch im Kapitel 2 vorgestellt. Allerdings sollte hierbei berücksichtigt werden, dass einige Studierende sich eine Trennung von Lern- und persönlichem Raum wünschen, und deshalb sollten Möglichkeiten sowohl des Kombinierens als auch des Separierens angeboten werden (JONES u. a. 2010). Darüber hinaus nutzen bisher nicht alle Studierenden überhaupt SNS (14,5 % ohne SNS-Profil; TUFEKCI 2008) oder sie nutzen es nur in geringem Umfang (ein Drittel (EZP1) bis 18 % (EZP3) mit zehn Minuten oder weniger pro Tag in der Längsschnittstudie der Autoren). Die Nutzung von SNS sollte deshalb als ein Angebot kommuniziert werden, nicht als Voraussetzung oder Pflicht. Sollten nicht alle Studierenden dieses Angebot annehmen, müssen weitere Maßnahmen ergriffen werden, um deren Teilhabe am Peer-to-Peer-Netzwerk oder an Lehrveranstaltungen sicherzustellen. Eine grundsätzliche Frage hierbei ist die Wahl des Anbieters einer Softwarelösung. Viele Anbieter sind kommerzielle Unternehmen; sie sind ihren wirtschaftlichen Interessen verpflichtet. Dies sollte man bei der Wahl beachten und gegebenenfalls universitätsweite Softwareangebote mit SNS-Funktionen schaffen, die alle Hochschullehrenden nutzen und denen Studierende mehr Vertrauen schenken können.

Ein weiterer Aspekt wird von GREENHOW und ROBELLIA (2009b, 2011) diskutiert: SNS könnten durchaus dafür geeignet sein, kommunikative Kompetenzen und andere sogenannte „Twenty-First Century Skills“, den Fähigkeiten für das 21. Jahrhundert, zu fördern. Sie nennen kreatives Denken, Problemlösen, Kommunikation

und Kooperation, Fähigkeit zu Recherche von und Umgang mit Informationen aus verschiedenen Quellen, effektiver und produktiver Umgang mit technischen Lösungen sowie Digital Citizenship, womit die Autoren den verantwortlichen sowie legal und ethisch einwandfreien Umgang mit digitalen Medien meinen. Dies sind auch laut Kultusministerkonferenz wichtige Fertigkeiten, die im Laufe des Studiums gefördert werden sollen (hier genannt: fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen; sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen; Verantwortung in einem Team übernehmen; KULTUSMINISTERKONFERENZ 2005).

Darüber hinaus diskutieren GREENHOW und ROBELIA (2009b, 2011) den Einfluss von SNS auf die Karriereaussichten von Absolventen und Absolventinnen: SNS – v. a. berufsbezogene wie XING – bekommen einen zunehmenden Stellenwert bei Rekrutierung und Einstellungsentscheidungen, aber auch bei der Talentsuche und -förderung. Dies kann v. a. für Studierende aus bildungsferneren Schichten, deren Eltern kaum Zugang zu karriereförderlichen Netzwerken haben, ein entscheidender Vorteil werden, wenn sie lernen, SNS in diesem Sinne aktiv und ziel führend für sich zu nutzen.

Aber auch auf negative Effekte der Facebook-Nutzung im Hochschulkontext sollte hingewiesen werden: Vieles deutet darauf hin, dass insbesondere die parallel zum Lernen stattfindende Facebook-Nutzung mit der Effektivität des Lernens interferiert. Zumindest sind negative Effekte des Multitaskings aus anderen Bereichen bekannt (AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION 2012). Mit besseren Kontrollstrategien und Strategien zur gezielten Gestaltung ihrer Lernprozesse können Studierende nicht nur negative Effekte der Facebook-Nutzung verhindern lernen, sondern auch andere Störfaktoren ausschalten. Gezielte Einführung in und Training von solchen Strategien stellen folglich in vielerlei Hinsicht sinnvolle Maßnahmen dar.

Neben Risiken bieten SNS vor allem zahlreiche Chancen zur besseren Integration von Lernenden und zur Anregung und Intensivierung von Diskussionen. Nicht zuletzt gehören SNS mittlerweile nicht nur zum Alltag von Studierenden, sondern sind auch aus vielen beruflichen Kontexten nicht mehr wegzudenken. Auch wenn die vorgestellte Forschung sich vor allem mit Studierenden auseinandersetzt, können die diskutierten Implikationen durchaus auf den Kontext der beruflichen Aus- und Weiterbildung übertragen werden. Es führt kein Weg mehr an ihnen vorbei. Es stellt sich lediglich die Frage einer zielgerichteten Nutzung im Hochschulkontext und darüber hinaus.

Literaturverzeichnis

- AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION: Multitasking: Switching costs. Washington 2006.
– URL: <http://www.apa.org/research/action/multitask.aspx> (Stand: 13.06.2012)
- AMICHAÏ-HAMBURGER, Yair; VINITZY, Gideon: Social network use and personality. In: *Computers in Human Behavior* 26 (2010) 6, S. 1289–1295
- BICEN, Huseyin; CAVUS, Nadire: Social network sites usage habits of undergraduate students: Case study of Facebook. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 28 (2011), S. 943–947
- BORKENAU, Peter; OSTENDORF, Fritz: NEO-Fünf-Faktoreninventar (NEO-FFI) nach Costa und McCrae. Handanweisung. Göttingen 1993
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B.: Social network sites: Definition, history, and scholarship. In: *Journal of Computer Mediated Communication* 13 (2007) 1, S. 210–230
- DEANDREA, David C.; ELLISON, Nicole B.; LAROSE, Robert; STEINFELD, Charles; FIORE, Andrew: Serious social media: On the use of social media for improving students' adjustment to college. In: *Internet and Higher Education* 15 (2012) 1, S. 15–23
- EBNER, Martin; SCHIEFNER, Mandy; NAGLER, Walther: Has the net generation arrived at the University? – oder Studierende von heute, digital natives? In: ZAUCHNER, Sabine u. a. (Hrsg.): *Offener Bildungsraum Hochschule: Freiheiten und Notwendigkeiten*. Münster 2008, S. 113–123
- ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff: The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. In: *Journal of Computer Mediated Communication* 12 (2007) 4, S. 1143–1168
- ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff: Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. In: *New Media & Society* 13 (2011) 6, S. 873–892
- GONZALES, Amy L.; HANCOCK, Jeffrey T.: Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. In: *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (2011) 1–2, S. 79–83
- GOSLING, Samuel D.; AUGUSTINE, Adam A.; VAZIRE, Simine; HOLTZMAN, Nicolas; GADDIS, Sam: Manifestations of personality in online social networks: Self-reported Facebook-related behaviors and observable profile information. In: *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (2011) 9, S. 483–488
- GREENHOW, Christine; ROBELIA, Beth: Old communication, new literacies: Social network sites as social learning resources. In: *Journal of Computer Mediated Communication* 14 (2009a) 4, S. 1130–1161
- GREENHOW, Christine; ROBELIA, Beth: Informal learning and identity formation in online social networks. In: *Learning, Media and Technology* 34 (2009b) 2, S. 119–140
- GREENHOW, Christine: Online social networks and learning. In: *On the Horizon* 19 (2011) 1, S. 4–12
- HEW, Khe Foon: Students' and teachers' use of Facebook. In: *Computers in Human Behavior* 27 (2011) 2, S. 662–676

- JONES, Norah; BLACKKEY, Haydn; FITZGIBBON, Karen; CHEW, Esyin: Get out of MySpace! In: *Computers & Education* 54 (2010) 3, S. 776–782
- JUNCO, Reynol: Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance. In: *Computers in Human Behavior* 28 (2012a) 1, S. 187–198
- JUNCO, Reynol: The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. In: *Computers & Education* 58 (2012b) 1, S. 162–171
- KALPIDOU, Maria; COSTIN, Dan; MORRIS, Jessica: The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. In: *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (2011) 4, S. 183–189
- KIM, Junghyun; LEE, Jong-Eun R.: The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. In: *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (2011) 6, S. 359–364
- KIRSCHNER, Paul A.; KARPINSKI, Aryn C.: Facebook and academic performance. In: *Computers in Human Behavior* 26 (2010) 6, S. 1237–1245
- KOLEK, Ethan A.; SAUNDERS, Daniel: Online disclosure: An empirical examination of undergraduate Facebook profiles. In: *Journal of Student Affairs Research and Practice* 45 (2008) 1, S. 1–25
- KRÄMER, Nicole C.; WINTER, Stephan: Impression management 2.0. In: *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications* 20 (2008) 3, S. 106–116
- KULTUSMINISTERKONFERENZ: Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse (In Zusammenwirken von Hochschulrektorenkonferenz, Kultusministerkonferenz und Bundesministerium für Bildung und Forschung erarbeitet und von der Kultusministerkonferenz am 21.04.2005 beschlossen). 2005. – URL: http://www.hrk.de/uploads/media/2005_Qualifikationsrahmen_HSAbschluesse.pdf (Stand: 04.07.2014)
- LAMPE, Cliff; ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles: Changes in use and perception of Facebook. In: *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work, CSCW '08*. New York 2008, S. 721–730
- MADGE, Clare; MEEK, Julia; WELLENS, Jane; HOOLEY, Tristram: Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work'. In: *Learning, Media and Technology* 34 (2009), S. 141–155
- MEHDEZADEH, Soraya: Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. In: *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking* 13 (2010) 4, S. 357–364
- OPUSZKO, Marek: Why and how people use online social networks. – Unveröff. Manuskript. Friedrich-Schiller-Universität Jena, Jena, 2010
- PASEK, Josh; MORE, Eian; HARGITTAL, Eszter: Facebook and academic performance: Reconciling a media sensation with data. In: *First Monday* 14 (2009) 5
- PUTNAM, Robert D.: *Bowling alone: The collapse and revival of American democracy*. New York 2000

- RAACKE, John; BONDS-RAACKE, Jennifer: Myspace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. In: *CyberPsychology & Behavior* 11 (2008) 2, S. 169–174
- ROBLER, M. D.; MCDANIEL, Michelle; WEBB, Marsena; HERMANN, James; WITTY, James V.: Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *The Internet and Higher Education* 13 (2010) 3, S. 134–140
- ROSS, Craig u. a.: Personality and motivations associated with Facebook use. In: *Computers in Human Behavior* 25 (2009) 2, S. 578–586
- ROTH, Philipp: Infografik: Facebook 2012 – Nutzerzahlen & Fakten. – URL: http://allfacebook.de/zahlen_fakten/infografik-facebook-2012-nutzerzahlen-fakten (Stand: 20.06.2012)
- SELWYN, Neil. Faceworking: Exploring students' education-related use of Facebook. In: *Learning, Media & Technology* 34 (2009), S. 157–174
- SPECIAL, Whitney P.; LI-BARBER, Kirsten T.: Self-disclosure and student satisfaction with Facebook. In: *Computers in Human Behavior* 28 (2012) 2, S. 624–630
- STATISTA: Anzahl der Unique Visitors ausgewählter sozialer Netzwerke in Deutschland im April 2012 (in Millionen). – URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/173771/umfrage/besucherzahlen-sozialer-netzwerke-in-deutschland/> (Stand: 20.06.2012)
- STEINFELD, Charles; ELLISON, Nicole B.; LAMPE, Cliff: Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. In: *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 (2008) 6, S. 434–445
- STOCKER, Alexander; REICHT, Tanja: Nutzbarkeit, Nutzungsmotivation, Nutzung und Mehrwert von Offenen Sozialen Netzwerken: Eine Befragung der Nutzer von StudiVZ. In: *Tagungsband der Gemeinschaften in Neuen Medien. Dresden 2010*, S. 119–130
- TUFEKCI, Zeynep: Grooming, gossip, Facebook and Myspace. In: *Information, Communication & Society* 11 (2008) 4, S. 544–564
- TUFEKCI, Zeynep: Who acquires friends through social media and why? “Rich get richer” versus “seek and ye shall find”. In: *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. Washington 2010*, S. 170–177
- WILSON; Robert E.; GOSLING, Samuel D.; GRAHAM, Lindsay T.: A review of Facebook research in the social sciences. In: *Perspectives on Psychological Science* 7 (2012) 3, S. 203–220
- WODZICKI, Katrin; SCHWÄMMLEIN, Eva; MOSKALIUK, Johannes: “Actually, I wanted to learn”: Study-related knowledge exchange on social networking sites. In: *Internet and Higher Education* 15 (2012) 1, S. 9–14