

Julia Haider

Facebook - Die Persönlichkeitsstruktur und Motive der Nutzer

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



facebook

Persönlichkeitsstruktur und Motive der Nutzer

Diplomarbeit zur Erlangung des Magistergrades
an der Naturwissenschaftlichen Fakultät
der Paris-Lodron Universität Salzburg

eingereicht von

Julia Haider

Fachbereich Psychologie

Salzburg, August 2011

Besonderer Dank gilt meinen Eltern, die während meines Studiums immer unterstützend an meiner Seite gestanden sind, mir auch in schwierigen Zeiten Mut zugesprochen haben und nie an mir gezweifelt haben.

Darüber hinaus möchte ich mich bei meinem Diplomarbeitsbetreuer, Dr. Ao. Univ.-Prof. Christian Allesch für die professionelle, wertschätzende Unterstützung bedanken.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	7
2. Soziale Netzwerke.....	10
2.1. Bedeutung sozialer Netzwerke	10
2.2. Sozialkapital	12
2.2.1. Definitionen	12
2.2.2. Starke vs. Schwache Bindungen	13
2.3. Soziale Netzwerke und das Internet	14
3. Soziale Netzwerkseiten.....	16
3.1. Bedeutung sozialer Netzwerkseiten	16
3.2. Web 2.0	18
3.3. Facebook	20
3.3.1. Daten und Fakten	20
3.3.2. Funktionen	21
3.3.3. Freundschaftsbegriff	22
3.4. Motivationstheorien	25
3.4.1. Bedeutung von Motiven	25
3.4.2. Maslow's Bedürfnispyramide	26
3.4.3. Theorie von Kollock	28
3.4.4. Soziale Verstärkungshypothese	29
3.4.5. Soziale Kompensationshypothese	29
4. Forschungsprojekt.....	31
4.1. Forschungsfragen und Hypothesen	31
4.2. Methodik	37
4.2.1. Messinstrument	37
4.2.2. Erhobene Konstrukte	37
4.2.2.1. Persönlichkeitsmerkmale	38

4.2.2.2. Selbstkonzept	39
4.2.2.3. Nutzungsintensität Facebooks	39
4.2.2.4. Motive der Nutzung	40
4.2.2.5. Facebook am Mobiltelefon	41
5. Ergebnisse.....	42
5.1. Beschreibung der Stichprobe	42
5.1.1. Soziodemographische Daten	43
5.1.2. Mitgliedsdauer	43
5.1.3. Anzahl der Facebook Freunde	44
5.1.4. Nutzungsintensität	45
5.1.5. Persönlichkeitsstruktur	47
5.1.6. Kommunikationstools	47
5.1.7. Mobiltelefon Applikation	51
5.2. Prüfung der Hypothesen	52
5.2.1. Extraversion	52
5.2.2. Kontakt- und Umgangsfähigkeit	54
5.2.3. Offenheit für Erfahrungen	55
5.2.4. Selbstwert	55
5.2.5. Neurotizismus	56
5.2.6. Verwendung von Mobiltelefon	57
5.2.7. Motive der Nutzung	58
6. Diskussion.....	61
7. Literatur.....	66
8. Anhang.....	72

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes:

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung, wie z.B. NutzerInnen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Abstract

Zwei gegensätzliche Hypothesen, die „Soziale Verstärkungs-“, und die „Soziale Kompensationshypothese“, beschreiben in der Literatur den Internetnutzer. Diese Studie versuchte die Persönlichkeitsstruktur und die Motive der Facebook Nutzer zu analysieren, bei der 777 Probanden zwischen 16 und 61 Jahren teilnahmen. Beide Hypothesen scheinen ihre Berechtigung zu haben, denn sowohl extravertierte, selbstbewusste als auch introvertierte, weniger selbstbewusste Menschen nutzen Facebook. Nutzer mit einem hohen Selbstwert haben weniger Freunde in ihrer Freundesliste, die sie noch nicht persönlich getroffen haben. Jene mit einem niedrigen Selbstwert scheinen sich ihr soziales Netzwerk eher durch den Gebrauch von sozialen Netzwerkseiten aufzubauen, da diese viele noch nicht persönlich getroffen haben (→ Kompensationshypothese). Als oberstes Motiv zur Partizipation an Facebook steht die Erhaltung des Kontakts mit alten Freunden.

The Internet user is described by controversial hypotheses, namely the „Rich-Get-Richer“ and the „Poor-Get-Richer“ hypotheses. In the present study – consisting of 777 people aged 16 to 61 – the author tries to analyze the personality and motives of Facebook users. Both hypotheses seem valid since extraverted, self confident individuals use facebook as well as introverted, less self confident individuals. People with higher self-esteem have fewer friends in their friendlist, whom they have not met so far. On the other hand people with lower self-esteem seem to build up their social network upon using social network sites, since their friendlists contain of many people, whom they have not met face-to-face (→ Poor-Get-Richer hypothesis). The priority motive to use Facebook is to stay in touch with old friends.