



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Vergleich von Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-
Sucht und ihre Beziehung zu Selbstwert, Einsamkeit,
Lebenszufriedenheit und den Big Five

Verfasserin:

Petra Schützenberger

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Linz, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 298

Studienrichtung lt. Studienblatt: Psychologie

Betreuerin / Betreuer: Mag. Dr. Stefan Stieger, PD

Danksagung

Für die Unterstützung bei der Erstellung meiner Diplomarbeit möchte ich mich bei folgenden Personen herzlich bedanken:

An erster Stelle möchte ich mich bei Mag. Dr. Stefan Stieger für die Betreuung meiner Diplomarbeit bedanken. Er nahm sich immer für alle Fragen Zeit und hat durch stetige Hilfestellungen und Anregungen und seine menschliche Art meine Entscheidung für eine Betreuung durch ihn bestätigt.

Besonders bedanken möchte ich mich bei meinen Eltern, die mich in meiner Entscheidung zu studieren bestärkt haben, mir während des Studiums mit moralischer und finanzieller Unterstützung zur Seite standen und es immer verstanden haben, mich nach Rückschlägen wieder zu motivieren.

Vielen Dank an Andrea Wimhofer, Sabine Grümayer, Birgit Bachinger und Valentina Bruns, die mir mit Rat und Tat zur Seite standen und auch über die Diplomarbeit hinaus wichtige Wegbegleiter waren.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen, die mir bei der Diplomarbeit auf vielen Wegen geholfen haben. Erwähnen möchte ich an dieser Stelle Till Hartmann, der mir bei der Übersetzung des Fragebogens und in technischen Belangen geholfen, und vor allem über die ganze Zeit des Studiums auch moralische Unterstützung geleistet hat. Weiters möchte ich mich bei Markus Grundnig für die Hilfe beim Onlinestellen des Fragebogens und bei Sandra Geislinger für Hilfe bei der Auswertung bedanken. Ebenso bedanken möchte ich mich bei Christoph Burger, der bei der Übersetzung und Verbreitung des Fragebogens geholfen hat.

Mein Dank gilt auch all jenen Personen, die sich Zeit genommen haben um den Fragebogen auszufüllen und ihn auch weiterzuleiten. Ohne deren Unterstützung wäre eine Stichprobe dieser Größe nicht realisierbar gewesen.

1.	Einleitung	1
2.	Internetsucht	2
2.1	<i>Definitionen</i>	3
2.1.1	Internetsucht nach Hahn und Jerusalem	3
2.1.2	Kognitiv-behaviorales Modell	3
2.2	<i>Arten von Internetsucht</i>	4
2.3	<i>Spezifischer vs. Generalisierter pathologischer Internetgebrauch</i>	5
2.4	<i>Risikofaktoren</i>	5
2.4.1	Accessibility-Control-Escape-Modell (Young)	5
2.4.2	Demographie	6
2.4.3	Persönlichkeit	6
2.5	<i>Negative Auswirkungen durch Internetsucht</i>	7
2.6	<i>Positive Auswirkungen durch das Internet</i>	8
3.	Soziale online-Netzwerkseiten	8
3.1	<i>Definitionen</i>	8
3.2	<i>Sucht nach sozialen online-Netzwerkseiten</i>	9
4.	Facebook	10
4.1	<i>Funktionen auf Facebook</i>	10
4.2	<i>Facebook und Sucht</i>	12
4.3	<i>Demographische Unterschiede und Nutzungsverhalten von Facebook-Usern</i>	13
4.3.1	Geschlecht	13
4.3.2	Beziehungsstatus	13
4.3.3	Schule in Jahren	14

4.3.4	Alter	14
4.3.5	Nutzungsverhalten	14
4.3.6	Motivation Facebook zu nutzen	14
4.4	<i>Facebook und Persönlichkeit</i>	16
4.4.1	Narzissmus	16
4.4.2	Schüchternheit	17
4.4.3	Lebenszufriedenheit	17
4.4.4	Big-Five	17
4.4.5	Selbstwert	19
4.4.6	Einsamkeit	19
5.	Spielsucht	20
5.1	<i>Spiele in sozialen online-Netzwerken</i>	21
6.	Methoden	22
6.1	<i>Zielsetzung und Hypothesen</i>	23
6.1.1	Fragestellungen	23
6.1.2	Hypothesen	23
6.2	<i>Untersuchungsrahmen und Stichprobenauswahl</i>	25
6.3	<i>Rekrutierung</i>	25
6.4	<i>Beschreibung des Erhebungsinstrumentes</i>	26
6.4.1	Demographische Angaben	26
6.4.2	Angaben zu Facebook	26
6.4.3	Nutzungsverhalten	27

6.4.4	Funktionen auf Facebook	27
6.4.5	Motivation Facebook zu nutzen	27
6.4.6	Facebook-Spiele-Sucht und Facebook-Sucht	28
6.4.7	Persönlichkeit	28
6.4.7.1	Selbstwert	28
6.4.7.2	Lebenszufriedenheit	29
6.4.7.3	Einsamkeit	29
6.4.7.4	Big Five	29
6.4.8	<i>Reliabilitäten</i>	29
7.	Auswertung und Ergebnisse	30
7.1	<i>Stichprobenbeschreibung</i>	30
7.1.1	Demographische Angaben	30
7.1.1.1	Geschlecht	30
7.1.1.2	Alter	31
7.1.1.3	Nationalität	31
7.1.1.4	Momentaner Familienstand	31
7.1.1.5	Schulische Ausbildung	33
7.1.2	Angaben zu Facebook	33
7.1.2.1	Freunde bei Facebook	35
7.1.2.2	Freunde bei Facebook die man auch offline trifft	35
7.1.2.3	Anzahl der engen Freunde	35
7.1.2.4	Dauer des Accounts auf Facebook	36

7.1.3	Nutzungsverhalten auf Facebook	36
7.1.3.1	Häufigkeit des Logins	36
7.1.3.2	Dauer des Logins	37
7.1.3.3	Stunden die privat pro Woche im Internet verbracht werden	37
7.1.3.4	Stunden die pro Woche auf Facebook verbracht werden	37
7.1.4	Funktionen auf Facebook	37
7.1.5	Motivationen Facebook zu nutzen	39
7.1.6	Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht	40
7.1.6.1	Facebook-Sucht	40
7.1.6.2	Facebook-Spiele-Sucht	40
7.1.7	Persönlichkeit	41
7.1.7.1	Selbstwert	41
7.1.7.2	Lebenszufriedenheit	41
7.1.7.3	Einsamkeit	42
7.1.7.4	Big-Five	42
7.2	<i>Ergebnisdarstellung</i>	42
7.2.1	Gruppenvergleiche	42
7.2.1.1	<i>Vergleich der drei Gruppen mittels Varianzanalyse</i>	42
7.2.1.2	<i>Vergleich von FB-Usern und Spielern mittels t-Test</i>	43
7.2.2	Korrelationen	47
7.2.3	Lineare Regression	50

8.	Diskussion	52
	<i>8.1 Generelle Diskussion</i>	<i>59</i>
9.	Kritik und Forschungsausblick	60
I.	Literaturverzeichnis	65
II.	Tabellenverzeichnis	73
III.	Abbildungsverzeichnis	74
IV.	Anhang	75
	Eidesstattliche Erklärung	88
	Curriculum Vitae	89

1. Einleitung

Das Ziel dieser empirischen Arbeit war es, herauszufinden, ob es Unterschiede zwischen Facebook-Süchtigen und Facebook-Spiele-Süchtigen gibt, ob sich Süchtige von nicht-Süchtigen (Facebook und Spiele auf Facebook), und ob sich Facebook-User von Facebook-Spiele-Usern und Personen, die nicht auf Facebook sind, unterscheiden.

Unterschiede wurden im Nutzungsverhalten, den Motivationen der Nutzung, dem Selbstwert, der Lebenszufriedenheit, der Einsamkeit und den Persönlichkeitsfaktoren Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit sowie den demographischen Angaben betrachtet. Zu diesem Zweck wurde ein Onlinefragebogen vorgegeben, welcher neben Fragen zur eigenen Person und zu Facebook, einen an Facebook angepassten IA-T (Internet Addiction Test, Young, 1998a), die Rosenberg-Selbstwert-Skala (Rosenberg, 1965), die Satisfaction with Life-Scale (Diener, 1985), eine kurze Skala zur Einsamkeit (Hughes, Waite, Hawkley, & Cacioppo, 2008) sowie den Mini-IPIP (Donnellan, Oswald, Baird, & Lucas, 2006) enthält.

Der theoretische Teil befasst sich mit bisherigen Ergebnissen der Forschung zu diesen Themen, dabei wird mit dem Größten begonnen, der Internetsucht (Kapitel 2), wobei in diesem Kapitel Definitionen und grundlegende Informationen zur Internetsucht zu finden sind. Im darauffolgenden Kapitel wird dann auf soziale online-Netzwerke eingegangen, anschließend auf Facebook und auf online-Spiele.

Der empirische Teil enthält zunächst die Fragestellungen bzw. Hypothesen und gibt einen Überblick über die Durchführung der Untersuchung, enthält eine Beschreibung der Erhebungsinstrumente sowie der Stichprobe. Ebenfalls enthalten ist in diesem Teil die Darstellung der Ergebnisse mit einer anschließenden Zusammenfassung und Interpretation dieser. Am Ende des empirischen Teils befindet sich die Kritik zu dieser Studie und der Forschungsausblick.

2. Internetsucht

Ursprünglich wurde Internetsucht 1995 von Goldberg als scherzhafte Diagnose erfunden. Er versendete an Personen einer Experten-Mailingliste eine Liste mit Symptomen der Internetsucht, welche an die DSM-IV Richtlinien angelehnt waren. Er rechnete damit, dass man sich darüber lustig machen würde, doch er bekam Rückmeldungen, dass Personen wirklich davon betroffen sind. Nach einer Veröffentlichung eines Artikels der New York Times zu diesem Thema wurde der Begriff Internetsucht immer geläufiger und zahlreiche Wissenschaftler begannen sich mit dem Thema zu beschäftigen (Hahn, & Jerusalem, 2001). Bemerkenswert ist, dass 1995 das Internet noch nicht diesen Stellenwert hatte, den es heute hat und doch gab es schon Internet-Süchtige und damit auch die Notwendigkeit, sich mit diesem Thema auseinander zu setzen.

Im Laufe der Zeit hat das Internet eine immer größere Bedeutung bekommen und bietet immer mehr Möglichkeiten. Es dient längst nicht mehr nur der Informationsbeschaffung, sondern auch der Vermarktung von Produkten und der Unterhaltung (Armstrong, Phillips, & Saling, 2000). Zur Unterhaltung kann man auch die Kommunikation zählen, welche mittlerweile über zahlreiche Wege möglich ist (Chat, E-Mails, online-Netzwerke, etc.). Darüber hinaus kann man online spielen, online nach einem Partner suchen und vieles mehr. Die Bedeutung des Internets steigt und es ist aufgrund der großen Vernetzung mit dem beruflichen und privaten Leben kaum noch wegzudenken. So wichtig das Internet mittlerweile für uns geworden, und so groß auch der Nutzen ist, birgt dies auch die Gefahr des Missbrauchs (Armstrong et al., 2000).

Vorneweg sei erwähnt, dass in der Literatur verschiedene Begriffe für den Bereich der Internetsucht und der verschiedenen Subtypen verwendet werden. Dazu zählen neben dem Begriff der Sucht auch die Abhängigkeit oder pathologischer Internetgebrauch. Ich werde mich dabei auf Sucht und Abhängigkeit beschränken.

2.1 Definitionen

2.1.1 Internetsucht nach Hahn und Jerusalem

Neben unterschiedlichen Benennungen gibt es auch unterschiedliche Definitionen dafür, was Internetsucht ist, ab wann man von Internetsucht sprechen kann und wodurch sie sich auszeichnet. Ich möchte mich dabei auf eine Definition von Hahn und Jerusalem (2001) beziehen, welche besagt, dass Internet eine stoffungebundene Abhängigkeit ist von der man dann spricht, wenn der Verhaltensraum der Person eingeengt ist (viel Zeit wird in das Internet investiert, andere Dinge kommen dadurch zu kurz), die Kontrolle über den Internetkonsum verloren wird (es gelingt der Person nicht mehr den Internetkonsum einzuschränken), eine Toleranz entwickelt wird (die Dosis wird gesteigert, d.h. es wird immer mehr Zeit im Internet verbracht), Entzugserscheinungen auftreten (z.B., Unruhe, Nervosität, Aggressivität) und es zu negativen sozialen Konsequenzen kommt (z.B., Leistungsabnahme in Schule oder Arbeit, Probleme in sozialen Beziehungen). Griffiths (1999) fügte schließlich als sechsten Punkt noch den Rückfall hinzu (Tendenz in frühere Muster zurückzufallen).

Wie man erkennen kann, unterscheiden sich die Symptome der Internetsucht nicht von stoffgebundenen (Drogensucht, Alkoholsucht, etc.) Süchten (Young, 1996), weshalb die Kriterien für Internetsucht auch von jenen Kriterien für stoffgebundene Abhängigkeiten im DSM-IV abgeleitet wurden (Armstrong et al., 2000).

Es handelt sich also um eine Störung der Impulskontrolle (Hur, 2006; Young, 1998b). Die Symptome sind dabei mit denen von anderen Süchten, beispielsweise der Alkoholsucht, vergleichbar, in welchem Fall jemand ein bestimmtes Verhalten wie das Trinken oder in unserem Fall die Aktivität im Internet nicht mehr kontrollieren kann, worunter andere Bereiche des Lebens leiden (Young, 1998b).

2.1.2 Kognitiv-behaviorales Modell

Teilweise herrscht Uneinigkeit darüber, ob Internetsucht selbst eine Störung ist oder nur die Manifestation einer Erkrankung (Pies, 2009). Davis (2001) erklärt Internetsucht in seinem kognitiv-behavioralen Modell im Rahmen des Diathese-Stress-Modells. Es ist dabei davon auszugehen, dass die Sucht das Ergebnis einer bestimmten Vulnerabilität (Diathese) ist, auf die ein bestimmtes Ereignis (Stress) trifft. Als Vulnerabilität werden dabei diverse

Erkrankungen wie Depressionen, soziale Angst oder auch Abhängigkeit von diversen Substanzen betrachtet. Als Stressor wird das erste Erleben des Internets oder einer spezifischen Funktion betrachtet. Wichtig ist hierbei, wie es erlebt wurde. Wenn es positiv war, wird die Person mit großer Wahrscheinlichkeit dieses Ereignis wiederholen wollen.

2.2 Arten von Internetsucht

Man kann zwischen fünf Arten von Internetsucht unterscheiden (Young, 1998a; Young, Pistner, O'Mara, & Buchanan, 1999).

1. Cybersex-Sucht (Cybersexual addiction): worunter das zwanghafte Nutzen von Cyber-Sex- oder Cyber-Pornographie-Webseiten fallen.
2. Cyber-Beziehungs-Sucht (Cyber-relationship-addiction): darunter versteht man das übermäßige Vertiefen in Cyber-Beziehungen.
3. Internet-Zwänge (Net compulsions): hierzu zählen das online-Glücksspiel, online-Shopping und der online-Handel.
4. Information overload: darunter fällt das übermäßige Surfen auf verschiedenen Internetseiten auf der Suche nach Informationen.
5. Computer game addiction: darunter versteht man die zwanghafte Nutzung von Computerspielen.

Man kann nicht davon sprechen, dass jemand vom Internet per se süchtig ist (Young, 1998b), es sind meist Komponenten die süchtig machen können. Karaiskos, Tzavellas, Balta und Paparrigopoulos (2010) berichten beispielsweise von einer Frau, die bereits mehrere Jahre einen Internetzugang hatte, ohne dass es zu Problemen im Umgang damit kam. Erst mit dem Beitritt zu Facebook entwickelte sich eine gewisse Sucht.

Neueste Studien zeigen, dass auch soziale online-Netzwerke süchtig machen können (Kuss & Griffiths, 2011b). Facebook-Sucht könnte man demnach als eine Form von sozialer Netzwerksucht sehen, welche eine Subform von Internetsucht ist.

2.3 Spezifischer vs. Generalisierter pathologischer Internetgebrauch

Grundsätzlich kann man zwischen einem spezifischen pathologischen Internetgebrauch und einem generalisierten pathologischen Internetgebrauch unterscheiden (Davis, 2001). Der spezifische pathologische Internetgebrauch zeichnet sich aus durch die Abhängigkeit von einer bestimmten Funktion des Internets wie beispielsweise online-Glücksspiel, online-Pornographie/online-Sex und online-Auktionen. Es ist dabei davon auszugehen, dass die jeweilige Sucht auch ohne das Internet, also im „wirklichen Leben“ bestehen würde. Der generalisierte pathologische Internetgebrauch beinhaltet hingegen nicht eine spezifische Funktion, sondern ein allgemeines zu häufiges Nutzen des Internets. Es wird auf verschiedenen Wegen viel Zeit online verbracht ohne einen genauen Grund. Dieser Gebrauch wird auch mit sozialen Aspekten des Internets in Verbindung gebracht.

Die in meiner Arbeit behandelte Facebook-Sucht würde man wohl zuerst dem spezifischen pathologischen Internetgebrauch zuordnen, da es eine spezifische Funktion, nämlich ein soziales Onlinenetzwerk betrifft. Andererseits sprechen viele Personen davon, dass sie bei Facebook zu häufig und zu lange online sind, ohne einen bestimmten Grund zu haben und sich auch ohne einen bestimmten Grund einloggen. Auch bietet Facebook viele Funktionen, sodass der pathologische Internetgebrauch nicht so sehr auf eine spezifische Funktion gerichtet sein muss. Nicht zuletzt kommt Facebook eine wichtige Bedeutung zu, was den sozialen Kontakt im Internet betrifft.

2.4 Risikofaktoren

2.4.1 Accessibility-Control-Escape (ACE) Modell

Nach dem ACE-Modell von Young et al. (1999) gibt es vor allem drei Variablen die Internetsucht begünstigen. Erstens die Erreichbarkeit und Verfügbarkeit (Accessibility). Zweitens Kontrolle (Control), wonach jede Person selbst entscheiden kann wie viel sie von ihr in Unterhaltungen preisgibt. Drittens die Flucht und Ablenkung vor Stress und Problemen (Escape).

2.4.2 Demographie

Wenn man sich einen Internetsüchtigen vorstellt, stellt man sich zumeist einen männlichen Jugendlichen vor (Hahn, & Jerusalem, 2001). Teenager stellen generell eine Gruppe dar, welche leichter eine Internetsucht entwickeln können mit weitreichenden Auswirkungen und Komplikationen (Hur, 2006). Aufgrund der Bedeutung des Internets und der Vielfalt der Beschäftigungsmöglichkeiten stimmt das aber nicht mehr. Eine Studie von O'Reilly (1996) zeigte beispielsweise, dass das Bild vom männlichen Internetsüchtigen nicht immer stimmt und der durchschnittliche Internetsüchtige weiblich und im mittleren Alter ist.

2.4.3 Persönlichkeit

Nach Morahan-Martin (2008) sind jene Personen besonders anfällig eine Internetsucht zu entwickeln, die einsam und sozial ängstlich sind. Ein weiterer Risikofaktor sind affektive Störungen und gefährdet sind ebenso Personen, die versuchen, im Internet mit negativen Vorkommnissen zurechtzukommen. Auch die Suche nach Stimulation stellt einen Risikofaktor dar (Young, 1999b). Personen, die bereits unter einer Impulskontrollstörung leiden, wie beispielsweise Spielsucht, sind ebenso eher gefährdet, eine Internetsucht zu entwickeln (Young, 1999b).

Es konnte ein Zusammenhang zwischen Internetsucht und Depression und Angstzuständen gefunden werden (Ha, Yoo, Cho, Chin, Shin, & Kim, 2006; Ko, Yen, Chen, Chen, & Yen, 2008; Ni, Yan, Chen, & Liu, 2009; Özcan, & Buzlu, 2007). Ein wichtiger Faktor sind für Davis (2001) auch maladaptive Kognitionen. In einer Interviewstudie unter Studenten zeigten sich Zusammenhänge zwischen Internetsucht, Depressionen, Dysthymie, ADHS unter Erwachsenen und Sozialphobie, wobei die Depression nur bei Männern einen Einfluss zeigte. ADHS hatte am meisten Aussagekraft, das ist eventuell vergleichbar mit Sensation Seeking (Ko et al., 2008).

Armstrong et al. (2000) konnten zeigen, dass Personen mit einem niedrigen Selbstwert mehr Zeit im Internet verbringen.

2.5 Negative Auswirkungen durch Internetsucht

Zu den negativen Auswirkungen der Internetsucht gehören Einschränkungen der Leistungsfähigkeit und damit des Erfolges im schulischen und beruflichen Leben, sozialen Beeinträchtigungen sowie der Verlust von Freunden (Hahn & Jerusalem, 2001). Young (1999a) fasst die negativen Konsequenzen unter Problemen in der Familie und im akademischen und beruflichen Leben zusammen.

Übermäßiger Internetkonsum kann sich auf das soziale Leben und Erleben auswirken und zu sozialer Isolation führen (Turkle, 1996). Dies kann dann noch zu einer Verstärkung des Internetkonsums führen, weil man das Fehlen sozialen Lebens im „real life“ kompensieren möchte. Entgegen dem Ergebnis von Sproull und Faraj (1995) fanden Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay und Scherlis (1998) heraus, dass erhöhter Internetkonsum zu einem geringeren Wohlbefinden führen kann. Zum einen kostet die Aktivität bei Facebook viel Zeit, die anderswo besser eingesetzt werden könnte, zum anderen läuft Facebook oft nebenbei, lenkt ab und kostet dadurch Konzentration.

Es zeigte sich, dass das Feedback, das Personen auf ihr Profil erhalten, einen Einfluss auf das Wohlbefinden und den Selbstwert der Person hat.

Kirschner (2010) konnte zeigen, dass Facebook-User weniger Zeit mit dem Lernen verbracht haben. Auch Hur (2006) konnte eine Verbindung zwischen Internetsucht und schlechten schulischen Leistungen in Form von Schulnoten entdecken. Neben der sozialen Isolation können ebenso Einschränkungen in der psychosozialen Entwicklung auftreten (Ni et al., 2007). Personen die internetsüchtig sind, zeigen eher psychiatrische Symptome als welche, die es nicht sind.

Zudem berichteten Studenten von Schlafschwierigkeiten und daraus resultierender Müdigkeit aufgrund der Zeit, die in der Nacht online verbracht wurde (Nalwa, & Anand, 2003).

2.6 Positive Auswirkungen durch das Internet

Neben der Ansicht, dass das Internet bei häufigem Gebrauch viele negative Auswirkungen hat, kann man dadurch auch sein soziales Netzwerk erweitern, wodurch auch die sozialen Fertigkeiten ausgebaut werden können (Campbell, Cumming, & Hughes, 2006). Das wirkt sich vor allem für die Personen positiv aus, die in ihrem „wahren Leben“ Probleme damit haben, auf andere zuzugehen und Kontakte zu knüpfen, weil sie beispielsweise zu schüchtern sind. Durch das Internet können sie an Selbstvertrauen gewinnen (Campbell et al., 2006) und durch den online-Kontakt erleben sie so das Gefühl einer Gemeinschaft, was sich wiederum auf das Wohlbefinden positiv auswirken kann (Sproull, & Faraj, 1995). Griffiths stellte 1999 fest, dass das Internet verwendet werden kann um Dinge, die einem fehlen, auszugleichen. Dazu zählt beispielsweise ein Mangel an Freunden, eine nicht vorhandene Beziehung, die kompensiert werden kann, und das Aussehen. Weiters können durch das Internet Vorurteile beigelegt werden, da Äußerlichkeiten keine Rolle mehr spielen (Griffiths, 1999; Griffiths, 2000).

3. Soziale online-Netzwerkseiten

3.1 Definitionen

Soziale Netzwerkseiten „geben den Mitgliedern die Möglichkeit, mit einer großen Anzahl von Personen zu interagieren, über das Weltgeschehen informiert zu werden, sie bekommen Hilfe und können gelegentlich anderen helfen.“ (Kim, Jeong, & Lee, 2010, S. 227).

Boyd und Ellison (2007) definierten soziale online-Netzwerke als „web-basierte Services, die es einem Individuum erlauben (1) ein öffentliches oder halb-öffentliches Profil innerhalb eines begrenzten Systems zu erstellen, (2) Verbindungen die man mit anderen Usern teilt durch eine Liste auszudrücken (3) und diese Liste mit Verbindungen anzusehen und zu durchqueren“ (S. 211).

3.2 Sucht nach sozialen online-Netzwerkseiten

In den letzten Jahren hat der Gebrauch von sozialen online-Netzwerkseiten stark zugenommen (Kuss, & Griffiths, 2011a).

Es treten immer wieder Unsicherheiten wegen Sicherheitsproblemen, rechtlichen Fragen und Fragen zur Privatsphäre auf (Kim et al., 2010). Darüber hinaus kann für einen selbst oder andere durch gepostete Dinge Schaden entstehen. Aber nicht zuletzt bergen die sozialen online-Netzwerkseiten eine potenzielle Suchtgefahr. Dies birgt ein Gesundheitsrisiko für die betroffenen Personen (Kuss, & Griffiths, 2011b).

Young (1999a) empfiehlt Internetsucht über Anwendungen (welche Funktionen werden genutzt), Emotionen (was empfindet die Person dabei), Kognitionen (wie denkt die Person darüber) und Lebensereignisse (gibt es bestimmte Umstände die das Verhalten begünstigen) zu messen. Generell ist es mitunter schwierig ein Suchtverhalten von einem „normalen“ Verhalten abzugrenzen, da der Gebrauch von Computern an sich nicht negativ ist und erst ab einem bestimmten Punkt von einer Sucht gesprochen werden kann.

Dabei sind vor allem ich-bezogene, verletzbare und junge Personen gefährdet süchtig zu werden (La Barbera, La Paglia, & Valsavoia, 2009). Laut O'Reilly (1996) stellt auch eine geringere Bildung einen Einflussfaktor dar. In einer Studie mit Personen zwischen 11 und 16 Jahren gaben 33% an, zu viel Zeit mit sozialen Onlinenetzen zu verbringen. 40% haben versucht weniger Zeit damit zu verbringen und 40% gaben an, dass es schwierig sei, den sozialen Netzwerken zu widerstehen (Machold, Judge, Mavrinc, Elliott, Murphy, & Roche, 2012). Young (1997) konnte aufzeigen, dass 83% der Süchtigen die jeweilige Technologie (Chat, Spiele, usw.) weniger als ein Jahr nutzten. Das bedeutet also, dass Personen die neu in etwas einsteigen, besonders empfänglich für die Entwicklung einer Sucht sind.

Karaiskos et al. (2010) berichten von dem Fall einer jungen Frau die wegen ihres exzessiven Gebrauchs von Facebook in Behandlung war. Sie hat mehr als 5 Stunden pro Tag auf Facebook verbracht, viele andere Verpflichtungen abgesagt um mehr Zeit auf Facebook zu verbringen und hat dadurch schließlich auch ihren Beruf verloren, da sie ihre Arbeitsstelle regelmäßig verlassen hat um einen Internetzugang herzustellen. Es zeigten sich auch Störungen des Schlafes und Angstzustände. Auch während der Untersuchung baute sie über ihr Handy eine Verbindung zu Facebook auf. Ein wichtiger Hinweis sei an dieser Stelle, dass

sie schon lange vor Facebook einen Internetzugang hatte, sich jedoch nie ein derartiges Verhalten gezeigt hat. Dies trat erst mit der Anmeldung bei Facebook auf.

4. Facebook

Das beliebteste soziale Netzwerk im Internet ist seit Jahren Facebook und hat mit 900 Millionen geschätzten monatlichen Nutzern beinahe dreimal so viele Nutzer wie das zweitbeliebteste soziale Netzwerk Twitter¹. Facebook ist aber nicht nur die beliebteste soziale Netzwerkseite, sondern nach Google auch die zweitbeliebteste Webseite².

Facebook wurde 2004 von Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz und Chris Hughes (Maranto, & Barton, 2009) an der Universität Harvard gegründet und sollte ursprünglich nur den dortigen Studenten zur Verfügung stehen. Aufgrund des großen Erfolges wurde der Zugang anschließend weiteren Hochschulen ermöglicht und steht mittlerweile jedem weltweit in diversen Sprachen zur Verfügung. Mit der Verfügbarkeit für alle kam es zu einem großen Anstieg der Benutzerzahlen (Joinson, 2008). Offiziell ist Facebook für Personen ab 13 Jahren erlaubt, was durch die Angabe eines falschen Alters allerdings leicht zu umgehen ist.

4.1 Funktionen auf Facebook

Man kann auf Facebook sein eigenes Profil einrichten und gestalten, wobei man zunächst Informationen zu seiner eigenen Person angeben muss beziehungsweise kann, dazu zählen beispielsweise Name, Alter, Geschlecht, Geburtstag, Beziehungsstatus, Religion, Interessen usw. Auch kann man diverse Kontaktmöglichkeiten wie Telefonnummer, postalische Adresse und E-Mailadresse veröffentlichen. Durch die Angabe seiner Interessen, das Posten von Fotos usw. kann der User somit einen Einblick in sein Leben geben und sich präsentieren.

Es ist möglich einzustellen, wer auf welche Informationen im Profil oder Aktionen zugreifen kann. So kann man bestimmte Bereiche nur für bestimmte Personen oder Personengruppen zugänglich machen. Eine allgemeine Personengruppe wären

¹ <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>

² <http://www.alexa.com/topsites>

beispielsweise die Freunde. Dafür schickt man anderen Usern eine Freundschaftsanfrage. Akzeptiert dieser die Anfrage, so gehört er den Freunden an.

User können Fotos und Videos posten, diese mit anderen teilen oder andere darauf verlinken. Sie können Statusnachrichten posten in denen sie schreiben, was sie gerade machen und was sie gerade beschäftigt. Für alle Aktionen besteht auch die Möglichkeit der anderen User diese Aktion zu „ liken“, indem man den „ gefällt mir“-Button drückt oder diese kommentiert.

Facebook bietet den Freunden beziehungsweise der ausgewählten Personengruppe somit die Möglichkeit, einen über die Aktivitäten der Freunde über den Tag hinweg mit Informationen zu versorgen. Dazu dient das News-Feed, welches auf der Hauptseite zu finden ist und wo sämtliche Aktivitäten der Freunde oder Meldungen aus den Gruppen aufgelistet sind: Fotos, die gepostet wurden, Spiele, die gespielt wurden, Freundschaften, die geschlossen wurden, sämtliche Statusnachrichten usw. Das alles natürlich unter der Voraussetzung, dass die jeweiligen Personen auch eingestellt haben, dass ihre Aktionen für andere sichtbar sind. Dem gegenüber steht das Mini-Feed, was der Profilseite beziehungsweise der Pinnwand einer Person entspricht. Es ist also eine Zusammenfassung der Aktivitäten nur einer Person (Valenzuela, Park, & Kee, 2009).

Auf Facebook gibt es zwei wesentliche Wege mit anderen in Kontakt zu treten, der private und der öffentliche. Zu dem privaten sind die „Privaten Nachrichten“ und der Chat zu zählen, während der öffentliche die Pinnwand bzw. die Statusnachrichten umfasst (Smock, Ellison, Lampe, & Wohn, 2011; Valenzuela et al. 2009). Es ist jedoch auch möglich, sich abseits dieser direkten Kommunikation auszutauschen, indem man verschiedene Aktivitäten kommentiert, dazu zählen beispielsweise das Posten von Fotos, Videos, oder Statusnachrichten. Dabei steht zwar nicht die Kommunikation im Mittelpunkt, kann sie aber einleiten.

Als Facebook-User kann man verschiedenen Gruppen beitreten, darin mit anderen diskutieren und erhält, sofern gewünscht, auch regelmäßig Informationen im Newsfeed über Neuigkeiten in dieser Gruppe. Gruppen können sich auf diverse Freizeitinteressen (Musik, Filme), aber auch auf Anschauungen oder Meinungen beziehen. Neben den Gruppen kann

man auch Netzwerken beitreten. Diese können sich zum Beispiel auf eine Hochschule (z.B. „Uni Wien“) beziehen.

Facebook gibt es als Applikation (sog. „App“) für Tablet- oder Smartphone-User. Facebook bietet aber auch selbst zahlreiche Applikationen an. Diese sind sehr vielfältig, reichen von Horoskopen über Spiele hin zu Applikationen, die das Leben auf Facebook einfacher machen sollen. Neuerdings steht den Tablet- und Smartphone-Usern auch eine sogenannte „Messenger“-App zur Verfügung, auf die sich die direkte Kommunikation von Facebook verlagert, d.h. Nachrichten werden nicht wie üblich über die Facebook-App versendet und empfangen, sondern über den Facebook-Messenger.

4.2 Facebook und Sucht

Andreassen, Torsheim, Brunborg und Pallesen haben 2012 zur Messung von Facebook-Sucht die „Facebook Addiction Scale“ entwickelt. Die mit 18 Items relativ kurze Skala beinhaltet sechs wichtige Komponenten, die eng mit Sucht verankert sind: Salienz, Änderung der Stimmung, Toleranz, Rückzug, Konflikt und Rückfall. Die Skala kann allerdings nur einen Einblick darin geben, ob eine Person süchtig nach Facebook generell ist und differenziert nicht, wonach sie süchtig ist. Verschiedene Komponenten von Facebook, wie eben die Spiele, werden dabei vernachlässigt (Griffiths, 2012).

So wie man auch innerhalb der Internetsucht zwischen verschiedenen Internetsüchten differenzieren kann, gehe ich davon aus, dass man auch nach verschiedenen Komponenten auf Facebook süchtig sein kann. So zum Beispiel nach den klassischen Facebook-Funktionen, die Kommunikation, Austausch, das Suchen von Informationen etc. beinhalten, zum anderen nach den Anwendungen auf Facebook, im Speziellen nach den zahlreichen Spielen auf Facebook.

Das, was man sich unter Facebook-Sucht im herkömmlichen Sinne vorstellen würde, würde man vermutlich unter „Cyber-Beziehungs-Sucht“ einordnen, da Facebook auf den ersten Blick hauptsächlich dem Kontakt mit anderen Personen dient. Facebook kann jedoch auch anderen Zwecken dienen, wie der Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren. Da auf Facebook auch nach Informationen über andere Nutzer gesucht werden kann, wird nicht

alleine die Sucht nach Beziehungen befriedigt. Die Facebook-Spiele-Sucht ist hingegen eindeutiger der Computer(-spiel)-Sucht einzuordnen.

4.2 Demographische Unterschiede und Nutzungsverhalten von Facebook-Usern

Es zeigte sich, dass es Unterschiede aufgrund demographischer Angaben gibt. In diesem Kapitel möchte ich ein paar Beispiele vorstellen. Da viele Dinge miteinander in Verbindung stehen und ich Doppelungen vermeiden wollte, habe ich versucht die Studien dem Faktor zuzuordnen, dem ich in diesem Zusammenhang eine größere Bedeutung zuspreche.

4.3.1 Geschlecht

Valenzuela et al. (2009) fanden in einer Studie heraus, dass Frauen eher einen Account haben als Männer. McAndrew und Jeong (2012) konnten zusätzlich aufzeigen, dass Frauen aktiver auf Facebook sind und dort auch mehr Freunde haben. Kim, Kim und Nam (2010) konnten bezüglich des Geschlechts kaum Effekte zeigen, einzig bei der durchschnittlichen Dauer des Log-ins fanden sich höhere Werte bei den Frauen.

4.3.2 Beziehungsstatus

Personen, die momentan nicht in einer Beziehung sind, sind aktiver auf Facebook (McAndrew, & Jeong, 2012), der Effekt ist jedoch eher gering und bei Männern ausgeprägter. Es wurde herausgefunden, dass Personen, die bei Facebook angaben, ob sie an Frauen oder Männern interessiert sind, auch eher angaben, dass sie Single sind, dies also nicht verborgen haben. Das gleiche konnte für die Religionszugehörigkeit herausgefunden werden. Auch haben Männer den Status „Single“ eher verborgen als Frauen (Young, et al., 2009).

4.3.3 Schule in Jahren

Weiters stellte sich heraus, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen der Ausbildung (auch der Eltern) bzw. dem Schulbesuch in Jahren und dem Vorhandensein eines Accounts gibt (Kim, Kim, & Nam, 2010).

4.3.4 Alter

Das Alter betreffend zeigte sich, dass jüngere Personen eher über einen Account verfügen als ältere (Valenzuela et al., 2009) und auf Facebook aktiver sind (McAndrew, & Jeong, 2012).

4.3.5 Nutzungsverhalten

Joinson (2008) konnte zeigen, dass sich die meisten User (39%) täglich einloggen und durchschnittlich 124 Freunde haben. Der knapp größte Teil (33%) gab an, wöchentlich ca. 1-2 Stunden auf Facebook zu verbringen. Ein fast ebenso großer Teil (32%) verbrachte wöchentlich ca. 2-5 Stunden auf Facebook.

4.3.6 Motivation Facebook zu nutzen

Bei der Beschäftigung mit Facebook-Sucht stellt sich auch die Frage, was Menschen eigentlich zu Facebook hinzieht, welche Eigenschaft Facebook für Menschen attraktiv macht und was sie motiviert dort zu bleiben.

Facebook dient vor allem der Kontaktpflege, wobei sowohl bestehende Kontakte intensiviert, als auch neue Kontakt aufgebaut werden können. Die Mehrheit der Freunde bei Facebook kannte man zuvor bereits offline und hat sie dann später bei Facebook zu den Freunden hinzugefügt (Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmering, & Orr, 2008). Die starken Verbindungen werden durch Facebook eher gestärkt als die schwachen. Facebook dient somit eher dazu, existierende Offline-Freundschaften zu intensivieren als neue Freundschaften zu schließen (Valenzuela et al., 2009). Dabei profitieren oft Freundschaften die offline nur eine schwache Verbindung zueinander haben (La Barbera et al., 2009).

Darüber hinaus haben mittlerweile viele sog. Berühmtheiten und Personen des öffentlichen Lebens, darunter Schauspieler, Musiker, Sportler, etc., einen Account auf Facebook, womit sie ihre Fans auf dem Laufenden halten und die Möglichkeit bieten, eine „Freundschaft“ zu akzeptieren (Kujath, 2011).

Cheung, Chiu und Lee (2011) konnten zeigen, dass die soziale Präsenz der stärkste Faktor für den Gebrauch von Facebook ist. Demnach stehen also Kommunikation und der Kontakt mit Freunden im Mittelpunkt. Dabei spielt der Kontakt mit alten Freunden die größte Rolle, gefolgt von dem Kontakt mit aktuellen Freunden (Raacke, & Bonds-Raacke, 2008).

Eine Studie unter chinesischen Studenten betonte ebenfalls die soziale Bedeutung, die Möglichkeit den Freundeskreis zu erweitern und an sozialen Aktivitäten teilzunehmen (Wan, 2009).

Auch bei Joinson (2008) war der am öftesten genannte Faktor die Kontaktpflege, gefolgt von sozialer Überwachung/virtuellem Beobachten von Usern und dem Kontaktherstellen zu Personen, die man länger nicht gesehen hat.

Dabei setzen manche User Facebook auch gezielt ein um zu flirten und einen neuen Partner zu finden. Dafür gibt es sogar spezielle Anwendungen wie zum Beispiel „Zoosk“, wodurch man mit anderen Flirt- oder Beziehungswilligen in Kontakt treten kann.

Einer Studie von Smock et al. (2011) zufolge gibt es mit „entspannender Unterhaltung“, „Informationsaustausch“ und „sozialer Interaktion“ drei wichtige Gründe bzw. Motivationen Facebook zu nutzen.

Eine ländervergleichende Studie zwischen den USA und Korea von Kim, Sohn und Choi (2011) konnte zeigen, dass es fünf wichtige Motivationen für den Gebrauch von Facebook gibt, in denen sich die beiden Länder sehr ähnlich waren. Ein Punkt war die „Suche nach Freunden“, also auch die aktive Suche nach neuen Freunden. Ein weiterer Punkt war die „Suche nach sozialer Unterstützung“ von den Kontakten. Ebenso gehörte dazu das „Suchen von Informationen, Unterhaltung und Bequemlichkeit“. Die Anzahl der Freunde war dabei bei den Teilnehmern der USA etwa fünfmal höher als die der Koreaner. Bezüglich der online-Zeit glichen sich die beiden Länder in etwa. Amerikaner haben die sozialen Netzwerke eher

genutzt um neue Freunde zu finden, die Koreaner eher um die bestehenden Kontakte zu pflegen bzw. um soziale Unterstützung von ihnen zu erhalten. Das kann auch ein Grund dafür gewesen sein warum es unterschiedliche Zahlen bezüglich der Freunde gibt.

In einer Studie von Barker (2009) zeigten sich Unterschiede zwischen den Geschlechtern, wonach weibliche Teilnehmer die sozialen online-Netzwerke eher zur Kommunikation verwendeten, wohingegen männliche Teilnehmer diese eher zur sozialen Kompensation, für ihre soziale Identität und fürs Lernen verwendeten. Weiters zeigte sich, dass weibliche Teilnehmer eher ihre persönlichen Informationen teilten als männliche.

Facebook bietet auch die Möglichkeit, sich durch sein Profil und die dort gemachten Angaben zu präsentieren (Raacke et al., 2008). Zhao, Grasmuck und Martin (2008) konnten zeigen, dass sich die Personen auf Facebook so präsentieren, wie sie gerne wären und wovon sie annehmen, dass es von der Gesellschaft als positiv wahrgenommen wird und nicht so, wie sie selbst im realen Leben sind. Man kann sich einerseits durch die Angaben präsentieren die man macht (Alter, Arbeit, Interessen), durch die Gruppen, denen man beitrifft, da dadurch die Interessen der Person durchscheinen, aber auch durch Statusnachrichten, Pinnwandeinträge usw..

Nicht zuletzt nutzen viele Personen Facebook einfach aus Langeweile (Nalwa, & Anand, 2003).

4.4 Facebook und Persönlichkeit

Es ist anzunehmen, dass die Persönlichkeit auch in Verbindung mit dem Gebrauch von sozialen Netzwerkseiten steht (Correa, Hinsley, & de Zúñiga, 2010; Wang, Jackson, Zhang, & Su, 2012;).

4.4.1 Narzissmus

Generell steht Narzissmus oft in Verbindung mit Sucht. Man kann auch von der Selbst-Präsentation aus einen Bogen zur Sucht schlagen, da davon auszugehen ist, dass Menschen, die süchtig nach Facebook sind, bei Facebook aktiver sind, mehr Informationen mit anderen teilen und es ihnen auch wichtig ist, wie sie bei anderen ankommen. Wang et al. (2012)

fanden keine Verbindung zwischen Narzissmus und der Anzahl der Freunde. Laut Mehdizadeh (2010) steht Selbst-Präsentation sowohl in Verbindung mit Narzissmus als auch mit dem Selbstwert dahingehend, dass der Narzissmus erhöht und der Selbstwert niedriger sind bei Menschen die sich mehr präsentieren, also mehr Inhalte freigeben. Die gleichen Ergebnisse konnten auch für die Aktivität gefunden werden. Personen mit einem höheren Wert im Bereich Narzissmus und einem niedrigeren Selbstwert waren aktiver (öfter und länger online). Im Vergleich zu nicht-Usern zeigte sich, dass Facebook-User höhere Werte in Bezug auf Narzissmus aufweisen (Ryan, & Xenos, 2011).

4.4.2 Schüchternheit

Orr, Sisic, Ross, Simmering, Arseneault und Orr (2009) konnten zeigen, dass Schüchternheit positiv mit der Zeit die auf Facebook verbracht wird, korreliert. Ein weiteres Ergebnis war, dass Personen mit einem höheren Wert bezüglich Schüchternheit weniger Freunde hatten. Schüchternheit steht auch in Verbindung zu Selbstwert. Chak und Leung (2004) zeigten sogar eine Verbindung zur Internetsucht auf, fanden jedoch keine Verbindungen zu dem Gebrauch von spezifischen Inhalten des Internets.

4.4.3 Lebenszufriedenheit

Bezüglich der Lebenszufriedenheit gibt es keine Unterschiede zwischen Mitgliedern und nicht-Mitgliedern. Die Intensität des Facebook-Gebrauchs steht jedoch positiv in Verbindung mit Lebenszufriedenheit (Valenzuela et al., 2009).

4.4.4 Big-Five

Hamburger und Ben-Artzi (2000) beschäftigten sich mit Extraversion und Neurotizismus hinsichtlich verschiedener Nutzungsmöglichkeiten des Internets. Dabei konnten sie in ihrer Studie zeigen, dass bei Männern Extraversion positiv und Neurotizismus negativ in Verbindung stand zu den sogenannten „Leisure services“ (in diesem Fall Sex-Webseiten und willkürliches Surfen). Bei den Frauen ging ein höherer Gebrauch der sozialen Komponenten (Chat, Gruppen, Suchen von anderen Personen) mit einer geringeren Extraversion und einem erhöhten Neurotizismus einher.

Eine Studie von Wilson, Fornasier und White (2010) zeigte eine Verbindung zwischen Extraversion und dem Gebrauch von sozialen Netzwerkseiten und zwar in der Hinsicht, dass eine niedrigere Extraversion mit einem erhöhten Gebrauch in Verbindung steht. Weiters gibt es auch eine Verbindung zu Tendenzen der Abhängigkeit. Correa et al. (2010) fanden jedoch einen positiven Zusammenhang und Extraversion war sogar der wichtigste Prädiktor für den Gebrauch von sozialen Webseiten. Dies zeigte sich auch für den Gebrauch von Mobiltelefonen (Ehrenberg, 2008). Bestätigung findet dieses Ergebnis durch Ryan und Xenos (2011), deren Studie zu dem Ergebnis führte, dass Facebook-User extravertierter sind als nicht-User. Eine Facebook-Studie ergab zudem, dass Personen mit höheren Werten in puncto Extraversion mehr Freunde bei Facebook hatten, was das Nutzen der Gruppen betrifft konnte jedoch kein Zusammenhang gefunden werden (Hamburger & Vinitzky, 2010). Ross et al. (2009) kamen jedoch auf ein anderes Ergebnis, sie fanden einen Zusammenhang zwischen Extraversion und den Gruppen, jedoch nicht zwischen Extraversion und der Anzahl der Freunde. Wang et al. (2012) fanden für das chinesische soziale Netzwerk „Renren“ ebenso wie Hamburger et al. (2010) einen positiven Zusammenhang zwischen Extraversion und der Anzahl der Freunde. Ebenfalls konnte diese Studie zeigen, dass Personen mit höheren Werten in puncto Extraversion öfter Kommentare posten, den Status häufiger aktualisieren und auch öfter Fotos von sich selbst mit anderen teilen.

Personen mit höheren Werten im Bereich Neurotizismus sind eher dazu geneigt, Fotos bei Facebook zu posten (Hamburger et al., 2010). Dem gegenüber stehen wieder Ross et al. (2009), wonach niedrigere Neurotizismus-Werte eher mit dem Posten von Fotos einhergehen. Personen mit hohen und niedrigen Werten in Bezug auf Neurotizismus sind eher dazu geneigt, Informationen bei Facebook bekannt zu geben (Hamburger et al., 2010). Eine Studie zu einem chinesischen Netzwerk konnte zeigen, dass neurotische Personen den eigenen Status öfter aktualisieren (Wang et al., 2012). Insgesamt sind Personen die hoch im Bereich Neurotizismus scoren aktiver (Correa et al., 2010).

Verträglichkeit steht in Verbindung mit den Funktionen die bei Facebook verwendet werden, dahingehend, dass Personen mit hoher Verträglichkeit weniger Funktionen verwenden. Es besteht eine U-förmige Korrelation bei der Anzahl der Fotos und den Kontaktinformationen. Je verträglicher Menschen sind, umso mehr kommentieren sie auf

sozialen Netzwerkseiten (Wang et al., 2012), zur Anzahl der Freunde besteht allerdings keine Verbindung (Hamburger et al., 2010; Wang et al., 2012).

Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Offenheit für Erfahrungen und dem Gebrauch von sozialen Netzwerkseiten (Correa et al., 2010). Personen mit einer größeren Offenheit für Erfahrungen nutzen Facebook eher zur Kommunikation und nutzen mehr Funktionen (Hamburger et al., 2010). Ebenfalls spielen sie öfter online-Spiele, posten öfter Fotos und aktualisieren ihre Statusnachrichten öfter (Wang et al., 2012).

Eine geringere Gewissenhaftigkeit geht einher mit einem erhöhten Gebrauch der sozialen Netzwerkseiten und damit auch mit der Abhängigkeit von eben diesen (Ryan et al., 2011; Wilson et al., 2010). Diese Verbindung konnte in einer Studie von Wang et al. (2012) jedoch nicht bestätigt werden. Größere Gewissenhaftigkeit korrelierte positiv mit der Anzahl der Freunde und negativ mit dem Hochladen von Fotos (Hamburger et al., 2010).

4.4.5 Selbstwert

Eine Studie von Gonzales und Hancock (2011) zeigte einen Einfluss von Facebook auf den Selbstwert. Dabei besteht eine Verbindung zu der Möglichkeit sich auf Facebook selbst präsentieren zu können und nur bestimmte, erwünschte Informationen anzugeben, die dem idealen Selbst entsprechen. Personen, die negatives Feedback erhalten hatten, hatten einen niedrigeren Selbstwert (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006). Wilson et al. (2010) konnten keinen Einfluss von Selbstwert auf die Zeit, die online verbracht worden ist, und eine Abhängigkeit entdecken. Eine Studie von Ehrenberg (2008) zum Gebrauch von Mobiltelefonen zeigte einen Zusammenhang zwischen niedrigem Selbstwert und Suchttendenzen. Dieses Ergebnis bestätigt eine Studie von Stieger und Burger (2010) in der eine Verbindung zwischen niedrigem Selbstwert und Internetsucht aufgezeigt werden konnte. Barker (2009) konnte herausfinden, dass der kollektive Selbstwert stark mit der Kommunikation mit der Peer-Group in dem sozialen Netzwerk zusammenhängt. Ebenso zeigte sich ein Zusammenhang mit Unterhaltung und dem Zeitvertreib. Personen mit niedrigerem Selbstwert berichten eher davon, die sozialen Netzwerke zur Kompensation zu verwenden oder geben Lernen an, was bei den Männern häufiger vorkommt.

4.4.6 Einsamkeit

Abhängige erreichten in einer Studie von Nalwa et al. (2003) höhere Werte in der Einsamkeit. Viele gaben an, das Internet aus Langeweile zu verwenden (Nalwa et al., 2003). Auch bei Wan (2009) zeigte sich, dass einsame Menschen vermehrt das Internet bzw. soziale Netzwerkseiten nutzen, da diese einen einfacheren Weg der Kommunikation darstellen, im Gegensatz zur face-to-face Kommunikation, und auf diese Weise Einsamkeit gelindert und die Gefühle ausgedrückt werden können. Morahan-Martin (2008) und Özcan (2007) weisen auf einen positiven Zusammenhang von Einsamkeit und Sucht hin. Ryan und Xenos (2011) zufolge sind Personen auf Facebook sozial einsamer als Personen, die nicht auf Facebook sind.

4. Spielsucht

Ein wichtiger Bestandteil von Facebook sind wie bereits erwähnt die sogenannten Applikationen oder Anwendungen. Dabei sind vor allem Spiele sehr beliebt geworden (Kujath, 2011). Wenn man sich einen typischen Spieler vorstellt, denkt man zumeist an einen sozial isolierten männlichen Jugendlichen oder jungen Erwachsenen. Das Bild eines typischen Spielers ist in der Regel negativ besetzt und wird oft mit Spielsucht, aggressiven Spielen und medizinischen und psychosozialen Konsequenzen assoziiert (Griffiths, Davies, & Chappell, 2004).

In ihrer Studie konnten Griffiths et al. (2004) zeigen, dass die Mehrheit der Spieler, wie erwartet, männlich ist, wobei der Anteil der weiblichen Spieler mit ca. 20% am Steigen ist. 67% der Spieler waren jünger als 31 Jahre, allerdings war auch der Altersbereich von 31-40 Jahren mit 22% noch relativ gut vertreten. 8% der Spieler waren jeweils zwischen 12-17 und 41-50 Jahre alt. Mehr als die Hälfte der Spieler war Single. Wenn man in einer Partnerschaft ist, reduziert man möglicherweise die Zeit die mit Spielen verbracht wird. Auch der berufliche Hintergrund hatte einen Einfluss, so arbeiteten 28.7% im IT-Bereich. Die Art des Spiels hängt natürlich stark von Alter und Geschlecht ab.

Ein Punkt, der ein wenig dem Bild des sozial isolierten Spielers widerspricht, ist die Erkenntnis, dass 35% der Stichprobe von Griffiths et al. (2004) soziale Motivationen

angaben. Dieser Teil setzt sich zusammen aus 24.6%, die angaben, dass sozialer Kontakt beim Spiel sehr wichtig für sie ist und 10.4% denen „grouping“ wichtig ist. Eine neuere Studie konnte zeigen, dass Extraversion in einer negativen Verbindung zu dem Spielen von online-Spielen steht (Wang et al., 2012). Ng und Wiemer-Hastings (2005) stellten in einer Studie Spieler von online-multiplayer-Rollenspielen jenen gegenüber, die offline Spiele spielen. In beiden Gruppen waren Einsamkeit und das Gewinnen von Selbstvertrauen keine Motivatoren um die Spiele zu nutzen.

Wenngleich Spiele als sehr süchtig machend angesehen werden, zeigte eine Studie von Stetina, Kothgasser, Lehenbauer und Kryspin-Exner (2010), dass lediglich 8% der Teilnehmer die Kriterien für ein problematisches Spielverhalten erfüllten, 4% erfüllten die Kriterien dafür und zeigten depressive Symptome.

5.1 Spiele in sozialen online-Netzwerken

Spiele in sozialen online-Netzwerken unterscheiden sich in mancher Hinsicht von anderen online-Spielen. Sie sind in der Regel kostenlos und für jeden leicht zugänglich und leicht verständlich. Auch hinsichtlich der Mitspieler, sofern man ein multi-player-Spiel spielt, zeigen sich Unterschiede, da man diese vor allem mit Personen aus der eigenen Freundeliste spielt oder Informationen über sie durch ihr Profil einholen kann (Zhou, 2010).

Laut Zhou (2010) spielen die meisten online-Spiele um sich zu entspannen, zwischenmenschliche Beziehungen zu pflegen und um einen Fortschritt in den Spielen zu erzielen. Yee (2006) fand drei wichtige Faktoren, die die Motivation beschreiben, das Vorwärtkommen im Spiel, eine soziale Komponente und die Versunkenheit. Diese Faktoren lassen sich noch weiter unterteilen. Insgesamt sei dazu gesagt, dass männliche Teilnehmer höhere Werte als Frauen im Bereich des Vorwärtkommens erzielten. Frauen erzielten dafür höhere Werte in der Beziehungskomponente, welche als Unterpunkt der sozialen Komponente anzusehen ist. Nach Yee (2006) waren Flucht vor der Wirklichkeit, die Anzahl der Stunden die gespielt wurden und das Vorwärtkommen im Spiel gute Prädiktoren für den problematischen Gebrauch von online-Spielen.

Eine Studie unter chinesischen College-Studenten konnte aufzeigen, dass Spiele in sozialen online-Netzwerken interaktiver sind als gewöhnliche Spiele, da man unter anderem auch mit Freunden aus seinem offline-Netzwerk spielen kann (Zhou, 2010). In bereits genannter Studie tat sich vor allem „Happy Farm“ als beliebtes Spiel hervor. „Happy Farm“ versteht sich als Verwandter von „Farm Ville“. Beiden ist gemeinsam, dass man in dem Spiel über seine eigene Farm verfügt, auf der man sein eigenes Gemüse, etc. pflanzen und ernten kann, Tiere halten kann und durch den Verkauf von den entstandenen Produkten virtuelles Geld bekommt und sich dadurch diverse Produkte kaufen und seine Farm vergrößern kann. Dabei entsteht auch eine gewisse Bindung an das Spiel, da die Felder auch gegossen werden müssen, da die Ernte sonst vertrocknet und auch nach einer bestimmten Zeit geerntet werden muss, da die Ernte sonst verdirbt. Je weiter man in diesem Spiel voranschreitet, umso mehr Funktionen stehen dem Spieler zur Verfügung. Die Spieler können einander auf der Farm aushelfen und verschiedene hilfreiche Produkte zur Verfügung stellen.

Zhou (2010) konnte einen signifikanten Zusammenhang zwischen Einsamkeit und dem Spielen von Spielen auf online-Netzwerkseiten zeigen. Ebenso bestand ein Zusammenhang zur Spielsucht, wobei Männer eher betroffen waren. Man konnte ebenso einen Zusammenhang zwischen Langeweile, dem Gebrauch von Spielen auf online-Netzwerkseiten und Spielsucht aufzeigen. Überraschenderweise fand sich kein Zusammenhang für den Selbstwert.

In einer Studie von Mehroof und Griffiths (2010) wurden fünf Prädiktoren signifikant, Neurotizismus, „sensation seeking“, Angst (state und trait) und Aggression.

6. Methoden

In diesem Teil werden nun die Forschungsfragen erläutert und die Forschungsinstrumente beschrieben. Anschließend erfolgt eine Beschreibung der Stichprobe und die Auswertung der Ergebnisse.

6.1 Zielsetzung und Hypothesen

6.1.1 Fragestellungen

Ziel dieser Studie war es herauszufinden, ob sich Facebook-User („FB-User“), Personen die zusätzlich auf Facebook die Spiele nutzen („Spieler“) und Personen die keinen Account auf Facebook haben („nicht-User“) voneinander hinsichtlich verschiedener Faktoren unterscheiden.

Ein weiteres Ziel war es zu untersuchen, ob sich Süchtige (Facebook oder Spiele auf Facebook) von nicht-Süchtigen hinsichtlich verschiedener Faktoren unterscheiden.

Der letzte wichtige Punkt war die Untersuchung von etwaigen Unterschieden zwischen Facebook-Süchtigen und Facebook-Spiele-Süchtigen.

6.1.2 Hypothesen

- H1: Facebook-User, „Spieler“ und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich demographischer Angaben.
- H2: Facebook-User, „Spieler“ und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich des Selbstwertes.
- H3: Facebook-User, „Spieler“ und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich der Lebenszufriedenheit.
- H4: Facebook-User, „Spieler“ und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich der Einsamkeit.
- H5: Facebook-User, „Spieler“ und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit.
- H6: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und den demographischen Angaben.
- H7: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und dem Nutzungsverhalten auf Facebook.

- H8: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und den Funktionen, die die User auf Facebook nutzen.
- H9: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und den Motivationen Facebook/die Spiele zu nutzen.
- H10: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und dem Selbstwert.
- H11: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und der Lebenszufriedenheit.
- H12: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und der Einsamkeit.
- H13: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit.
- H14: Die demographischen Angaben haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.
- H15: Das Nutzungsverhalten auf Facebook hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.
- H16: Die Funktionen, die die User auf Facebook nutzen haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.
- H17: Die Motivationen Facebook/die Spiele zu nutzen haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.
- H18: Der Selbstwert hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.
- H19: Die Lebenszufriedenheit hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.
- H20: Die Einsamkeit hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

H21: Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

H22: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

6.2 Untersuchungsrahmen und Stichprobenauswahl

Die Studie wurde mittels eines zweisprachigen (Deutsch und Englisch) online-Fragebogens über eine Dauer von ca. 3 Monaten durchgeführt. Es bestanden bis auf einen (zumindest temporären) Internetzugang keine Voraussetzungen für die Beantwortung des Fragebogens, somit konnte jeder, unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft oder Muttersprache an der Studie teilnehmen.

6.3 Rekrutierung

In erster Linie habe ich versucht Teilnehmer über Facebook zu rekrutieren, da für die Studie viele Facebook-User und Spieler auf Facebook nötig waren. Dafür habe ich zum einen den Link zum Fragebogen auf meiner Profiseite geteilt und zusätzlich meine Freunde bei Facebook angeschrieben mit der Bitte, den Fragebogen auszufüllen und den Link zu teilen und an ihre Freunde weiterzuleiten. Ein weiterer Versuch war das Posten des Links zur online Studie in diversen Gruppen. Weiters hat ein Kollege, der auf seinem Account mit ca. 5000 Spielern befreundet war, ein Bild mit dem Link bei Facebook hochgeladen und diese darauf verlinkt. Im Anschluss hat er an die E-Mailadresse dieser Freunde, sofern vorhanden, eine Einladung zum Fragebogen geschickt.

Abseits von Facebook wurde der Link auch über E-Mail an Bekannte und Verwandte weitergeleitet, ebenfalls mit der Bitte, den Link weiterzuleiten. Ich habe die E-Mails auch an verschiedene Fachhochschulen in Österreich gesendet und diese ersucht, ob sie den Fragebogen an ihre StudentInnen weiterleiten könnten. Die Fachhochschulen in Linz, Steyr und Krems scheinen dies auch teilweise getan zu haben.

Des Weiteren wurde der Link in verschiedenen fach einschlägigen Foren (<http://psychoforum.siteboard.org/>, www.psychologieforum.de, <http://forum.psychologie-innsbruck.at/>, www.psychologieforum.at), und Freizeitforen (<http://allourbase.net/> und <http://www.ra-forum.com/>) und einer Internetseite mit aktuell laufenden Studien gepostet (<http://psych.hanover.edu/research/exponnet.html>).

6.4 Beschreibung des Erhebungsinstrumentes

Einleitend sei gesagt, dass sich aus dem Fragebogen heraus drei Gruppen ergeben haben, welche nicht alle den ganzen Fragebogen beantworten mussten. Es gab Personen die keinen Facebook-Account hatten (keinFB), Personen die einen Facebook-Account hatten (FB) und welche die einen Facebook-Account hatten und zusätzlich Facebook-Spiele gespielt haben (Spieler).

6.4.1 Demographische Angaben

Unter die demographischen Angaben fallen Alter, Geschlecht, Nationalität, momentaner Familienstand, die Anzahl der Jahre die in die schulische Ausbildung investiert wurden und die Muttersprache. Die Demographischen Angaben wurden von allen Gruppen ausgefüllt.

6.4.2 Angaben zu Facebook

Der Anfang des Facebook-bezogenen Teils sollte dazu dienen, zu erfassen, ob eine Person einen Account hat. Diese Angabe war verpflichtend und diente bereits zur Unterscheidung der Gruppen zwischen keinFB und FB bzw. Spieler. Mit einem „Nein“ als Antwort wurde der Facebook-spezifische Teil übersprungen. Hat man an dieser Stelle mit „Ja“ geantwortet (Gruppe FB und Gruppe Spieler), wurde noch gefragt ob eine Person mehrere Accounts hat, ob der Account schon einmal gelöscht wurde und die Gründe dafür. Diese beiden Gruppen bekamen auch noch die folgenden hier beschriebenen Teile (6.4.3 und 6.4.4) vorgegeben.

6.4.3 Nutzungsverhalten auf Facebook

Hierbei folgten Fragen zum Facebook-Account, etwa zu der Anzahl der Freunde bei Facebook und dazu, wie viele der Facebook-Freunde man auch im wirklichen Leben regelmäßig trifft und wie viele Freunde man offline als enge Freunde bezeichnen würde. Gefragt wurde ebenso nach der Dauer des Accounts und Fragen zum Nutzungsverhalten, wie die der Häufigkeit und der Dauer des Logins auf Facebook und der Anzahl der Stunden die pro Woche im Internet und auf Facebook verbracht werden. Alle Fragen waren offen gestellt mit Ausnahme der Frage nach der Häufigkeit des Logins auf Facebook. Hier gab es eine 6-stufige Likert-Skala (von nie bis mehrmals täglich) auf der man seinen Facebook-Konsum einschätzen sollte.

6.4.4 Funktionen auf Facebook

Das Nutzungsverhalten beziehungsweise der Gebrauch der unterschiedlichen Funktionen auf Facebook wurde über 23 Items erfasst. Diese sollten anhand einer 5-stufigen Skala die Häufigkeiten der Nutzung der verschiedenen Funktionen erheben. Dabei wurde für die einzelnen Bereiche die Aktivität aufgespalten auf bis zu drei Aktivierungsgrade. Von Lesen/Betrachten über Kommentieren zu Erstellen oder Posten. Diese Unterscheidung wurde für die Bereiche Fotos, Videos und Pinnwandeinträge getroffen. Weiters wurde die Kommunikation erfasst mit dem Chat und dem Lesen und Schreiben von privaten Nachrichten. Auch bei der Nutzung der Gruppen wurde zwischen Lesen und Schreiben unterschieden.

6.4.5 Motivation Facebook zu nutzen

Ziel dieser Skala war es, die Gründe für die Nutzung von Facebook herauszufinden. Die Skala beinhaltet 15 Items, die jeweils auf einer 5-stufigen Likert-Skala von „nie“ bis „sehr häufig“ beurteilt werden sollten. Sie beinhaltet den Bereich Freunde und Familie und zwar den Kontakt zu bestehenden Freunden und der Familie, den Wunsch neue Freunde kennenzulernen und den Kontakt zu alten Freunden wieder aufzunehmen. Weitere Gründe für den Gebrauch von Facebook sind: das Finden von Personen mit den gleichen Interessen, das Finden von interessanten Informationen, der Austausch in den Gruppen, die

Präsentation durch das eigene Profil, der Freundeskreis bei Facebook, Langeweile, der Wunsch nicht ausgeschlossen zu sein, Erreichbarkeit, Ablenkung, Flirten und Unterhaltung.

6.4.6 Facebook-Spiele-Sucht und Facebook-Sucht

Um Facebook-Spiele-Sucht und Facebook-Sucht zu messen wurde der von Young (1998a) entwickelte Internet Addiction Test (IA-T) herangezogen und entsprechend modifiziert. Bei dem IA-T handelt es sich um einen Test mit 20 Items bei dem man auf einer 5-stufigen Likert-Skala (von 1= „niemals“ bis 5= „immer“) einschätzen soll, inwieweit das Internet den Tagesablauf, das soziale Leben, die Produktivität, den Schlaf und die Gefühle beeinflusst.

Entsprechend meiner Hypothesen wurden die Fragestellungen leicht angepasst. Statt im Original „Vernachlässigen Sie die Hausarbeit um mehr Zeit im Internet zu verbringen?“ heißt es nun beispielsweise auf die Spiele bezogen „Vernachlässigen Sie die Hausarbeit um mehr Zeit mit dem Spielen auf Facebook verbringen zu können?“ und auf Facebook bezogen „Vernachlässigen Sie die Hausarbeit um mehr Zeit auf Facebook verbringen zu können?“. Maximal können 100 Punkte erreicht werden, minimal 20. Je höher der Wert, umso eher kann von Sucht gesprochen werden. Werte von 20-39 sprechen für einen unproblematischen Umgang mit Facebook und den Facebook-Spielen, Werte von 40-69 deuten auf häufige Probleme in diesem Zusammenhang hin und ab 70 Punkten kann man von erheblichen Problemen beim Gebrauch von Facebook und Facebook-Spielen sprechen. Den Test für die Spiele haben nur Personen vorgegeben bekommen die auch tatsächlich Spiele auf Facebook spielten. Dies wurde festgestellt durch das Item „Spiele“ bei den Funktionen von Facebook. Nur Personen die angaben, Spiele selten oder öfter zu spielen bekamen ihn damit vorgegeben.

Ab diesem Punkt haben auch wieder die Personen, die keinen Facebook-Account besitzen, den Fragebogen beantwortet.

6.4.7 Persönlichkeit

6.4.7.1 Selbstwert

Der Selbstwert wurde mit der Rosenberg-Selbstwert-Skala (Rosenberg, 1965) erfasst. Dabei handelt es sich um eine Skala mit 10 Items, wobei jeweils 5 Items positiv und negativ

formuliert sind. Das Antwortformat der Items ist 4-stufig und reicht von „stimmt gar nicht“ bis „stimmt völlig“. Ein Beispielitem wäre „Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann“ (von Collani, & Herzberg, 2003).

6.4.7.2 Lebenszufriedenheit

Zur Ermittlung der Lebenszufriedenheit wurde die „Satisfaction with Life-Scale“ (SWLS) von Diener (1985) verwendet. Bei dieser mit 5 Items relativ kurzen Skala soll die eigene Lebenszufriedenheit durch ein 7-stufiges Antwortformat von „starke Ablehnung“ bis „starke Zustimmung“ eingeschätzt werden. Ein Beispielitem: „Ich bin zufrieden mit meinem Leben“.

6.4.7.3 Einsamkeit

Einsamkeit wurde mit einer Skala von Hughes, Waite, Hawkley und Cacioppo (2008) erfasst. Die Skala umfasst drei Items mit jeweils 3 Antwortalternativen die von „nie/selten“ über „manchmal“ zu „oft“ reichen. Mit drei Items erlaubt diese Skala zwar keinen genaueren Einblick in das Konstrukt Einsamkeit, erfasst diese jedoch sehr gut und eignet sich aufgrund ihrer Kürze sehr gut als Ergänzung zu längeren Fragebögen. Als Beispielitem sei an dieser Stelle folgendes angeführt: „Wie oft fühlen Sie, dass Ihnen Gesellschaft fehlt?“

6.4.7.4 Big Five

Für diese Studie ebenfalls interessant und relevant waren die Big Five: Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit, die mithilfe des Mini-IPIP erhoben wurden (Donnellan, Oswald, Baird, & Lucas, 2006). Er enthält insgesamt 20 Items die jeweils auf einer 5-stufigen Likert-Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft sehr zu“ zu beantworten sind. Ein Beispielitem wäre: „Ich bin eine Stimmungskanone“.

6.4.8 Reliabilitäten

Tabelle 1 : Reliabilitäten der verwendeten Messinstrumente

Skala	Cronbach α
Facebook-IAT	.920
Facebook-Spiele-IAT	.948
Mini-IPIP	

Extraversion	.790
Verträglichkeit	.776
Gewissenhaftigkeit	.638
Neurotizismus	.669
Offenheit für Erfahrungen	.634
Rosenberg Self-Esteem-Scale	.892
Satisfaction with Life-Scale	.896
Skala zur Einsamkeit	.779

Die Reliabilitäten zu den einzelnen Funktionen und Motivationen sind auf Seite 38 und 39 ersichtlich.

7. Auswertung und Ergebnisse

7.1 Stichprobenbeschreibung

Insgesamt haben $N = 1019$ Personen den Fragebogen so weit ausgefüllt, dass er in die Auswertung aufgenommen werden konnte. Bei bereits bekannten Skalen wurde eine fehlende Antwort pro 10 Items toleriert. Personen, die bei den demographischen Angaben, beim Nutzungsverhalten, etc. (also Skalen bei denen der Gesamtscore nicht so sehr von Interesse war) Fragen nicht beantwortet haben, wurden von der Auswertung nicht ausgeschlossen.

7.1.1 Demographische Angaben

7.1.1.1 Geschlecht

1008 Personen gaben ihr Geschlecht an. Davon waren 617 Personen (61.2%) weiblich und 391 (38,8%) männlich.

Die größte Gruppe bildet mit 591 Personen (58.6%) die Gruppe der Facebook-User, die keine Spiele auf Facebook spielen (FB), gefolgt von der Gruppe der Facebook-User, die Facebook-Spiele spielen (Spieler) mit 241 Personen (23.9%). Die kleinste Gruppe bilden die

Personen die keinen Facebook-Account besitzen (kein FB) mit 178 Personen (17.5%). In allen Gruppen waren Frauen überrepräsentiert. Am stärksten ist der Frauenüberhang in der Spieler-Gruppe, wo mehr als doppelt so viele Frauen vertreten sind.

Tabelle 2: Aufteilung der Geschlechter und Übersicht über die 3 Gruppen

Geschlecht	kein FB	FB	Spieler	Gesamt
weiblich	97	354	166	617
männlich	79	237	75	391
Gesamt	176	591	241	1008

7.1.1.2 Alter

Das Durchschnittsalter der gesamten Stichprobe lag bei $M=29.6$ ($SD=11.1$) Jahren. Auf die Gruppen bezogen zeigte sich erwartungsgemäß das höchste Durchschnittsalter in der Gruppe ohne Facebook $M=39.6$ ($SD=14.1$). Facebook-User hatten ein durchschnittliches Alter von $M=27.1$ ($SD=8.8$) Jahren und die Spieler ein Alter von $M=28.5$ ($SD=9.8$) Jahren.

7.1.1.3 Nationalität

Insgesamt haben Personen aus 48 Nationen teilgenommen. Obwohl die Studie international angelegt war und auch dem internationalen Vergleich dienen sollte, haben aus den nicht-deutschsprachigen Nationen nur sehr wenige Personen teilgenommen, sodass ein Vergleich nur schwer möglich war. Eine genaue Auflistung der Teilnehmer pro Nation finden Sie im Anhang (Tabelle 14) Zusammenfassend sei gesagt, dass der deutschsprachige Raum eindeutig die Mehrheit bildet mit Österreich (61%) und Deutschland (19%). Die nicht-deutschsprachige Nation mit den meisten Teilnehmern bildet die USA (9%). Die restlichen 11 % teilen sich auf die übrigen 45 Nationen auf. Nicht unerwähnt möchte ich lassen, dass die Teilnehmer aus dem Ausland zumeist Facebook-Mitglieder waren, was an der Rekrutierung über Facebook gelegen haben kann. Aufgrund der sehr kleinen Stichprobe kann darüber allerdings keine eindeutige Aussage getroffen werden.

7.1.1.4 Momentaner Familienstand

Die gesamte Stichprobe ($N=1019$) hat die Frage zum momentanen Familienstand beantwortet. 374 Personen (36.7%) der Stichprobe gaben an Single zu sein, 407 Personen

(39.9%) waren in einer Partnerschaft, 200 Personen (19.6%) verheiratet, 19 Personen (1.9%) geschieden und 4 (0.4%) verwitwet.

Eine genaue Übersicht über die Gruppen geben die Abbildungen 1-3.

Abbildung 1: Familienstand kein FB

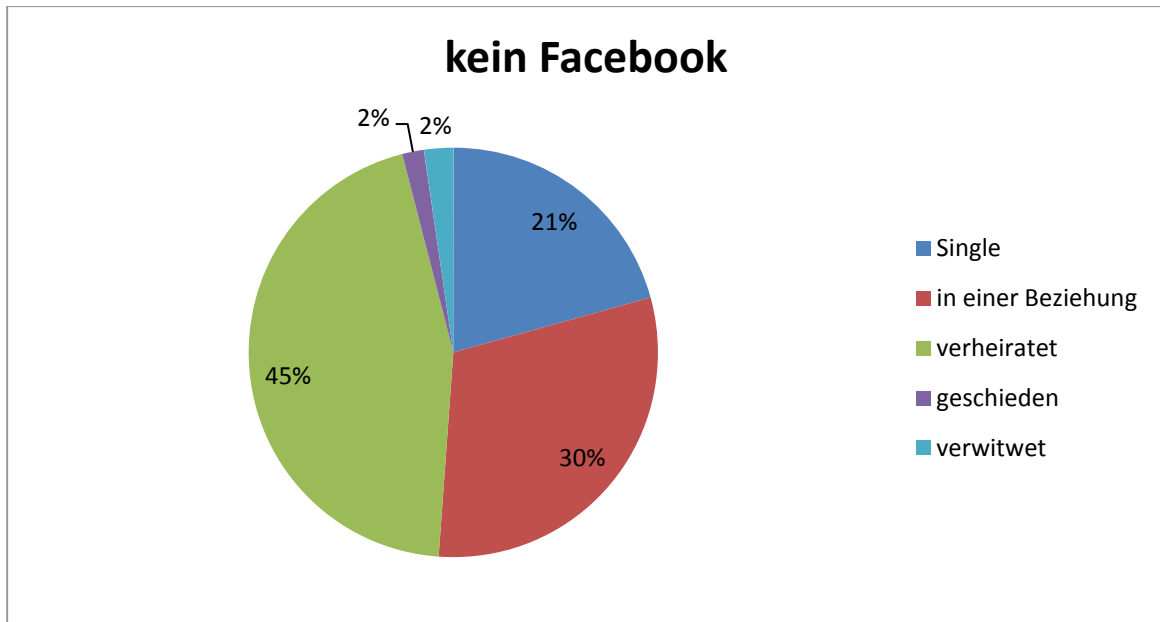


Abbildung 2: Familienstand FB

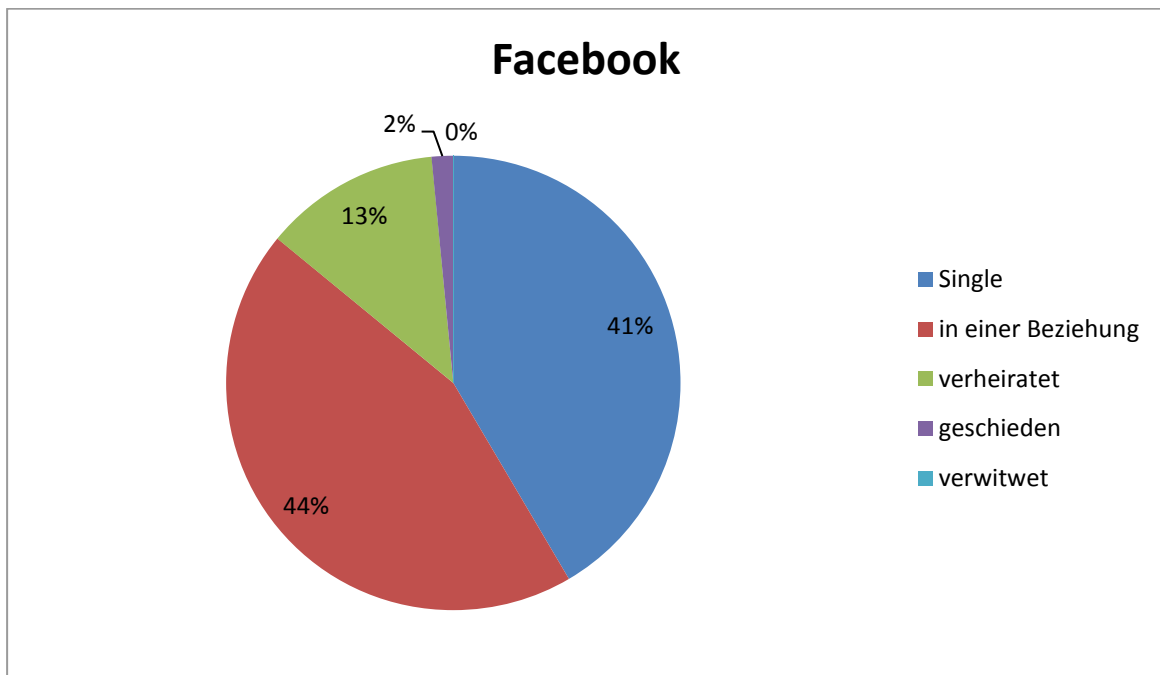
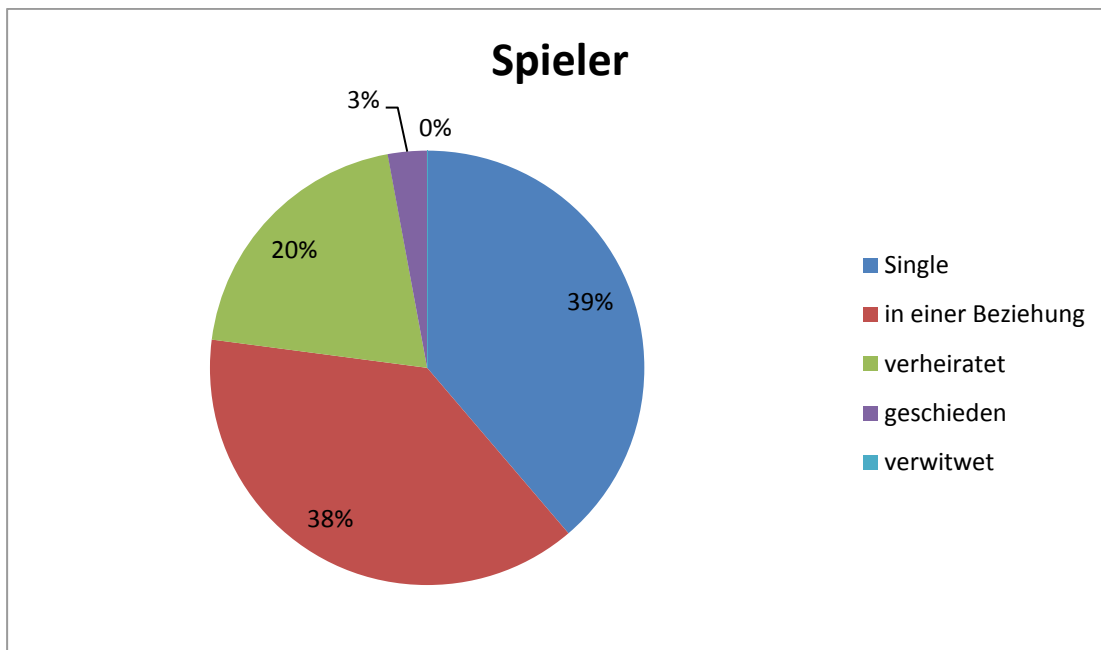


Abbildung 3: Familienstand Spieler



Es zeigte sich, dass in der Gruppe ohne Facebook mehr Personen verheiratet waren als in den anderen beiden Gruppen, was mit dem höheren Alter dieser Gruppe zusammenhängen könnte. In dieser Gruppe waren auch die Singles geringer vertreten als in den beiden anderen Gruppen. Diese Gruppe war auch die einzige, in der verwitwete Personen vertreten waren. Am höchsten war die Anzahl der Singles in der Gruppe der Spieler.

7.1.1.5 Schulische Ausbildung

Durchschnittlich wurden insgesamt $M=14.9$ ($SD=3.6$) Jahre in die schulische Bildung investiert. In der Gruppe ohne Facebook lag der Durchschnitt bei $M=14.7$ ($SD=3.9$) Jahren, in der Gruppe mit Facebook bei $M=15.1$ ($SD=3.3$) und bei den Spielern bei $M=14.9$ ($SD=3.6$) Jahren.

7.1.2 Angaben zu Facebook

Von den 841 Facebook-Usern machten 837 (99.5%) eine Angabe dazu, ob sie mehrere Accounts bei Facebook haben. Eine überwiegende Mehrheit von 767 (91.6%) hatte keine weiteren Accounts, 70 Personen (8.3%) hatten mindestens einen weiteren Account.

Von diesen hatten 52 Personen (76.5%) insgesamt 2 Accounts und 12 Personen (17.6%) 3 Accounts. Je eine Person (1.5%) hatte 4, 5, 6 oder 7 Accounts.

119 Personen (11.7%) gaben an, ihren Facebook-Account bereits einmal gelöscht oder deaktiviert zu haben. Die Gründe und die Häufigkeiten ihrer Nennungen sind in Tabelle 3 zusammengefasst.

Tabelle 3: Gründe für Löschung/Deaktivieren des Accounts

	Nennungen
Abwesenheit	3
Account wurde gehackt	3
Anderes Netzwerk war populärer	8
Datenschutz/Datenspeicherung/Privatsphäre	18
Desinteresse	15
Facebook und Inhalte auf Facebook haben genervt/geärgert/deprimiert	13
Kontakt zu Personen zu denen man keinen Kontakt wollte	2
Konzentration auf Prüfungen/um nicht abgelenkt zu werden	11
Neuer Account	1
Private Probleme (Probleme mit Freunden, Familie, Beziehung)	6
Technische Schwierigkeiten/Unübersichtlichkeit	3
Um den Stellenwert von Facebook/Ausprobieren	5
Um nicht erreichbar zu sein	4
Zu viel Zeit wurde in Facebook investiert, man wolle nicht süchtig werden	13

Auffällig ist, dass insbesondere Unsicherheit bezüglich der eigenen Daten bestand und wie damit umgegangen wird. Das ist auch etwas, was in der Öffentlichkeit immer wieder diskutiert wird. Bei 3 Personen war ein gehackter Account der Grund für das Löschen. Bedenklich ist vor allem, dass viele Personen (13) durch Facebook genervt oder gar deprimiert worden waren. Diese Angaben bezogen sich vor allem auf Statusnachrichten anderer Personen die als unwichtig oder kränkend empfunden wurden. Ebenso hoch ist die Zahl derer, die schon das Gefühl hatten, süchtig zu werden und die den Konsum daher einschränken bzw. abbrechen wollten. 15 Personen gaben an, kein Interesse mehr an Facebook zu haben. 11 Personen haben ihren Account gelöscht um während der Prüfungszeit nicht vom Lernen abgehalten zu werden. Zu Beginn von Facebook im

deutschsprachigen Raum gab es große Konkurrenz in Form von „StudiVZ“, daher gaben auch 8 Personen an, dass zu der Anfangszeit noch ein anderes Netzwerk populärer war, noch wenig Personen auf Facebook waren und sie dadurch kaum jemanden kannten. Aus dieser Anfangszeit stammen auch 3 Personen, die ihren Account aufgrund der Unübersichtlichkeit wieder gelöscht haben. Private Probleme wurden von 6 Personen genannt. Von diesen hat eine die Mutter als „Facebooksüchtig“ bezeichnet. Als sie diese auf Facebook blockiert hat, wollte die Mutter sie aus dem Haus werfen, woraufhin die Person den Account deaktiviert hat. 5 Personen wollten ausprobieren, wie es ohne Facebook ist. Nicht erreichbar sein zu wollen war für 4 Personen der Grund den Account zu löschen und für 3 Personen war Abwesenheit in Form eines Auslandsaufenthaltes oder Urlaubs ausschlaggebend. 2 Personen fanden es bedenklich, dass man auf Facebook zu Personen Kontakt hat, zu denen man eigentlich keinen haben möchte, was sie dazu veranlasst hat den Account zu löschen und 1 Person wollte einen neuen Account haben.

7.1.2.1 Freunde bei Facebook

Die Gesamtstichprobe (FB und Spieler) hatte durchschnittlich $M=325.4$ ($SD=439.5$) Freunde auf Facebook. Facebook-User, die nicht spielten, hatten im Durchschnitt $M=290.3$ ($SD=369.8$) Freunde bei Facebook, Spieler $M=411.1$ ($SD=567$). In allen Gruppen gab es dabei eine sehr große Streuung, was an dem Minimum von 0 und dem Maximum von 5000 Freunden lag.

7.1.2.2 Freunde, die man auch offline trifft

Da mittlerweile viele Freundschaften online zustande kommen und nur dort bestehen, war von Interesse, wie viele der Facebook-Freunde auch privat d.h. offline zum Freundeskreis zählen und wie viele man auch privat offline trifft. Die Gesamtstichprobe (FB und Spieler) erreichte dabei einen Mittelwert von 10.68% ($M=34.7$; $SD=57.3$). Facebook-User nannten durchschnittlich 15.6% ($M=32.7$; $SD=50.531$) und Spieler 9.59% ($M=39.4$; $SD=70.9$). Auch hier gab es wiederum eine sehr große Streuung mit einem Minimum von 0 und einem Maximum von 800 Freunden.

7.1.2.3 Anzahl der engen Freunde

Die gesamte Facebook-Stichprobe gab durchschnittlich $M=23.1$ ($SD=55.3$) enge Freunde an. Die nicht-Spieler erreichten einen Durchschnitt $M=20.5$ ($SD=29.4$), die Spieler einen

Durchschnitt von $M=29.4$ ($SD=66.8$). Auch hier war die Streuung wieder sehr groß mit einem Minimum von 0 und einem Maximum von 1000 engen Freunden.

7.1.2.4 Dauer des Accounts auf Facebook

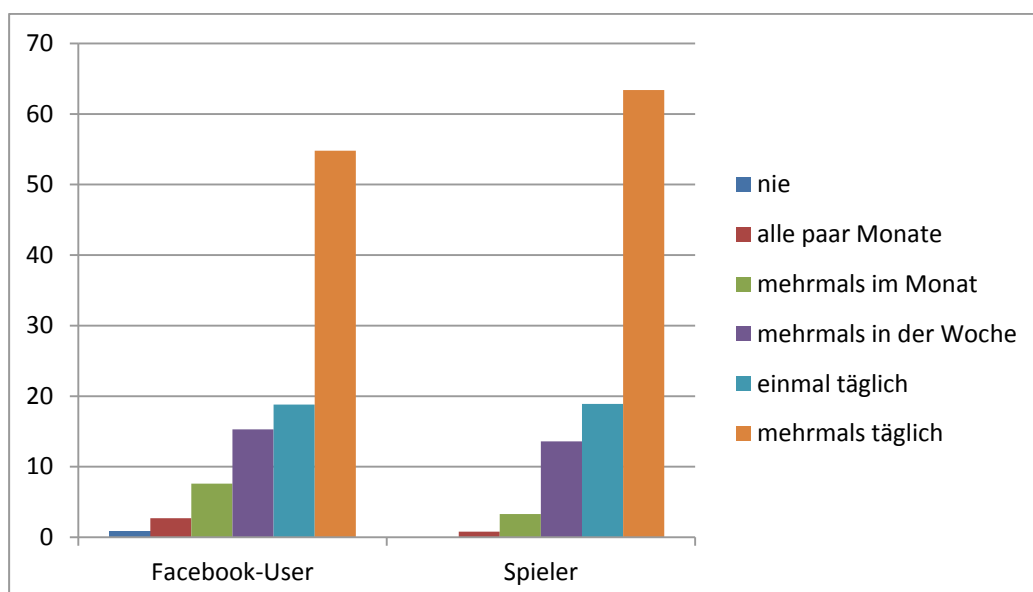
Beide Gruppen zusammen hatten seit durchschnittlich $M=35.9$ ($SD=25.6$) Monaten einen Account auf Facebook. Die Facebook-User waren seit durchschnittlich $M=35$ ($SD=25.8$) Monaten bei Facebook und die Spieler seit $M=38.1$ ($SD=25.3$) Monaten.

7.1.3 Nutzungsverhalten auf Facebook

7.1.3.1 Häufigkeit des Logins

Beide Gruppen ähnelten sich hinsichtlich der Verteilung. Die meisten Personen loggten sich „mehrmals täglich“ ein. Bei den Spielern wurde diese Antwort öfter gewählt als bei den Facebook-Usern (63.5% zu 54.8%). Hinsichtlich der Antwortalternative „einmal täglich“ glichen sich die Gruppen beinahe (18.8% bei der Facebook-Gruppe und 18.9% bei den Spielern). 15.3% der Facebook-Gruppe loggten sich „mehrmals in der Woche“ ein, bei der Spieler-Gruppe traf das auf 13.6% zu. „Mehrmals im Monat“ loggten sich mit 7.6% mehr als doppelt so viele Personen der Facebook-Gruppe gegenüber der Spieler-Gruppe mit 3.3% ein. Dieser Trend zeigte sich auch bei der Antwort „alle paar Monate“, wo 2.7% in der Facebook-Gruppe 0.8% in der Spieler-Gruppe gegenüber standen. 0.8% der Facebook-Gruppe loggten sich „nie“ ein, in der Gruppe der Spieler wurde diese Antwort nicht gewählt. Insgesamt nahmen die Antworthäufigkeiten mit gestiegenem Login zu.

Abbildung 4: Häufigkeit des Logins unter den Gruppen



7.1.3.2 Dauer des Logins

Die Facebook-User ($n=575$) loggten sich durchschnittlich für $M=22.7$ ($SD=82.8$) Minuten ein. Die Spieler ($n=236$) loggten sich mit $M=46.4$ ($SD=80.8$) mehr als doppelt so lange ein.

7.1.3.3 Stunden die privat pro Woche in Internet verbracht werden

Die Facebook-Gruppe ($n=568$) verbrachte pro Woche durchschnittlich $M=15.2$ ($SD=15.3$) Stunden privat im Internet. Die Spieler-Gruppe war durchschnittlich ca. 2 Stunden pro Woche länger im Internet mit einem $M=17.5$ ($SD=15.6$).

7.1.3.4 Stunden die pro Woche auf Facebook verbracht werden

Durchschnittlich verbrachten Facebook-User ($n=562$) $M=5.32$ ($SD=9.3$) und Spieler ($n=230$) $M=9.8$ ($SD=13.4$) Stunden pro Woche auf Facebook.

7.1.4 Funktionen auf Facebook

Da die Skala zu den Funktionen auf Facebook selbst konstruiert wurde, wurde eine Faktorenanalyse gerechnet um die der Skala zugrunde liegenden Faktoren zu extrahieren. Die dazu gehörige Komponentenmatrix befindet sich im Anhang in Tabelle 15 im Anhang. Dabei wurden über die Varimax-Methode 6 Faktoren identifiziert. Diese fassen sich wie folgt zusammen:

Faktor 1 „Aktive Funktionen“: darunter fallen die „klassischen“ Funktionen auf Facebook bei denen die eigene Meinung zum Ausdruck kommt. Die dazugehörigen Items beinhalten: Posten von Statusnachrichten, Kommentieren von Statusnachrichten, Kommentieren von Pinnwandeinträgen, Kommentieren von Fotos, Posten von Fotos, Erstellen von Pinnwandeinträgen bei anderen, Nutzen der „Gefällt mir“-Funktion, Teilen von Videos, Fotos, interessanten Inhalten, etc.

Faktor 2 „Kommunikation“: dieser Faktor beinhaltet die Wege der privaten 1:1-Kommunikation, wobei auch Gruppenunterhaltungen möglich sind. In diesen Faktor fallen das Lesen und Schreiben von privaten Nachrichten und die Nutzung der Chat-Funktion.

Faktor 3 „Gruppen“: zu diesem Faktor gehören Aktivitäten in den Gruppen, sowohl das Lesen als auch das Schreiben. Weiters lädt das Einladen zu eigenen Veranstaltungen auf diesem

Faktor. All diese Aktivitäten dienen dem Austausch mit anderen, meist jedoch ohne auf eine bestimmte Person einzugehen.

Faktor 4 „Videos“: unter diesen Faktor fallen alle Items im Zusammenhang mit Videos, sowohl das Betrachten und das Posten, als auch das Kommentieren von Videos.

Faktor 5 „Spiele“: auf dem Faktor „Spiele“ lädt vor allem das Spielen von Spielen auf Facebook, aber auch die Aktualisierung der eigenen Profilseite.

Faktor 6 „Passive Funktionen“: unter die passiven Funktionen fallen eher passive Tätigkeiten wie Lesen und Betrachten, ohne jedoch aktiv etwas zu machen oder den anderen etwas mitzuteilen. Es sind also Tätigkeiten, die von anderen nicht wahrgenommen werden können. Im Detail gehören dazu das Betrachten anderer Profile und Fotos und das Lesen von Pinnwandeinträgen.

Das Item „Lesen des Newsfeed“ lud auf keinem Faktor hoch und wurde daher ausgeschlossen.

Tabelle 4: Reliabilitäten der Funktionen

Faktoren	Cronbach α
Aktive Funktionen	.918
Private Kommunikation	.765
Gruppen	.774
Videos	.841
Passive Funktionen	.797
Spiele	.441

Dabei wird ersichtlich, dass sich alle Reliabilitäten, mit Ausnahme der der Spiele, im guten Bereich befinden. Die niedrige Realibilität der Spiele erklärt sich durch die niedrige Itemanzahl von 2 Items.

7.1.5 Motivation Facebook zu nutzen

Da es sich bei der Skala zu den Gründen der Facebook-Nutzung bzw. zur Motivation auch um eine selbst konstruierte Skala handelt, wurde auch hier eine explorative Faktorenanalyse mittels der Varimax-Methode berechnet um mehr über die Faktoren der Skala zu erfahren. Die rotierte Komponentenmatrix befindet sich in Tabelle 16 im Anhang. Insgesamt wurden 3 Faktoren extrahiert. Die Faktoren im Detail:

Faktor 1 „Passive Gründe“: beinhaltet Gründe die mit Facebook selbst eher wenig zu tun haben bzw. die durch ein anderes soziales Netzwerk ersetzt werden könnten. Zum einen fällt darunter der Zeitvertreib (Langeweile, Unterhaltung, Ablenkung), aber auch eine soziale Komponente lässt sich erkennen (weil der Freundeskreis auch bei Facebook ist, um nicht ausgeschlossen zu sein, um erreichbar zu sein).

Faktor 2 „Aktive Gründe“: dazu zählen Gründe die ein aktives Tun beinhalten. Items dieses Faktors sind: Gewinnen von neuen Freunden, Finden von Personen mit den gleichen Interessen, Finden interessanter Informationen, Austausch in den Gruppen, Präsentation durch das eigene Profil und Flirten.

Faktor 3 „Kontaktpflege“: dieser Faktor widmet sich vor allem der sozialen Bedeutung von Facebook, da darunter alle Formen des Aufrechterhaltens und Pflegens von Kontakten fallen. Und zwar Kontakt zu Freunden und der Familie und das Aufnehmen von Kontakt zu alten Freunden (beispielsweise alten Schulfreunden).

Tabelle 5: Reliabilitäten Motivationen

Faktor	Cronbach α
Passive Gründe	.813
Aktive Gründe	.768
Kontaktpflege	.629

Insgesamt sind die Realibilitäten aller drei Faktoren gut bis sehr gut.

7.1.6 Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht

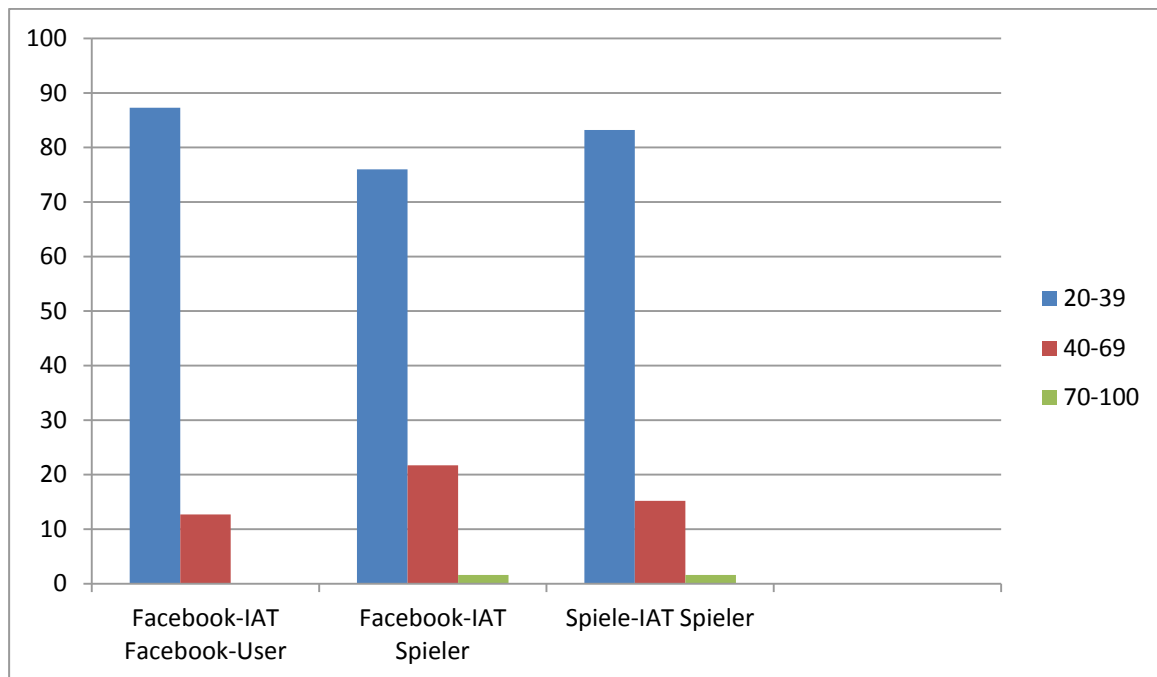
7.1.6.1 Facebook-Sucht

Der Facebook-IA-T wurde von $N=841$ Personen ausgefüllt, von $n=597$ reinen Facebook-Usern und von $n=244$ Facebook-Usern, die zudem Spiele spielten. Der Facebook-IA-T führte zu einem $\alpha=.920$, der Facebook-Spiele-IA-T zu einem $\alpha=.948$. Der Mittelwert der Facebook-Gruppe lag bei $M=1.5$ ($SD=0.4$), der der Spieler bei $M=1.6$ ($SD=0.6$). Der durchschnittliche Gesamtscore der Facebook-Gruppe lag bei $M=29.2$ ($SD=8.7$), der der Spieler bei $M=32.8$ ($SD=12$). Anhand der erreichten Punkte können die Personen in drei Gruppen eingeteilt werden: jene, die keine Probleme im Umgang mit Facebook hat (20-39 Punkte), jene, die häufig Probleme hat (40-69 Punkte) und jene die erhebliche Probleme hat (70-100). In beiden Gruppen befanden sich die meisten Personen in der Gruppe ohne Probleme. Zu erwähnen ist, dass insgesamt 4 Personen erhebliche Probleme hatten und diese alle aus der Spieler-Gruppe waren. Ebenfalls war die Anzahl jener mit häufigen Problemen in der Spieler-Gruppe höher (21.7% zu 12.7%). Dementsprechend war die Anzahl jener die keine Probleme im Umgang mit Facebook haben in der Facebook-Gruppe am höchsten (87.3% zu 76%).

7.1.6.2 Facebook-Spiele-Sucht

Der Mittelwert im Spiele-IA-T ($n=244$) liegt bei $M=1.5$ ($SD=0.6$). Durchschnittlich wurden $M=30.7$ ($SD=12.1$) Punkte erreicht. Der überwiegende Teil (83.2%) befand sich in der Gruppe die keine Probleme im Umgang mit Facebook zeigten. 15.2% zeigten häufig Probleme und ebenso wie beim Facebook-IA-T zeigten 4 Personen (1.6%) erhebliche Probleme. Kritisch beim IA-T-S muss man auch anmerken, dass Personen bei den Funktionen angegeben hatten, dass sie Spiele spielen, später (an der Stelle an der man das Lieblingsspiel nennen konnte) jedoch angaben, nicht zu spielen bzw. derzeit nicht zu spielen.

Abbildung 5: Vergleich IA-T-FB, IA-T-FB-Spieler und Spiele-IA-T



Von den $n=244$ Spielern haben 129 Personen (52.9%) Angaben zu ihrem Lieblingsspiel gemacht. Insgesamt wurden 52 Spiele genannt. „Farmville“ war mit 25 Nennungen und damit 19.4% eindeutig an erster Stelle. Die zweithäufigsten Nennungen hatte „SimsSocial“ erhalten mit 9 Nennungen (7%) gefolgt von „Bubble witch saga“ mit 8 Nennungen (6.2%). Eine Auflistung aller genannten Spiele mit ihren Häufigkeiten finden Sie in Tabelle 17 im Anhang.

7.1.7 Persönlichkeit

7.1.7.1 Selbstwert

Bei der Berechnung des Selbstwertes zeigte sich, dass die Gruppe der nicht-FB-User die höchsten Werte erzielte ($M=2.4$, $SD=0.5$), die FB-User lagen in der Mitte ($M=2.4$, $SD=0.5$) und die Spieler wiesen den geringsten Selbstwert auf ($M=2.2$, $SD=0.6$).

7.1.7.2 Lebenszufriedenheit

Bei der Lebenszufriedenheit erreichte die Gruppe der nicht-FB-User die höchsten Werte ($M=5.2$, $SD=1.3$). Die niedrigste Lebenszufriedenheit zeigte sich bei den Spielern ($M=4.9$, $SD=1.3$), im mittleren Bereich lagen die FB-User ($M=5.2$, $SD=1.3$).

7.1.7.3 Einsamkeit

Die Gruppe mit den höchsten Werten in puncto Einsamkeit waren die Spieler ($M=1.6$, $SD=0.6$), gefolgt von den Facebook-Usern ($M=1.5$, $SD=0.5$). Die geringsten Werte hatten die nicht-FB-User ($M=1.4$, $SD=0.5$).

7.1.7.4 Big-Five

Offenheit für Erfahrungen

Die FB-User zeigten die größte Offenheit für Erfahrungen ($M=3.9$, $SD=0.7$), die Spieler befanden sich im mittleren Bereich ($M=3.8$, $SD=0.7$) und die nicht-FB-User hatten die geringsten Werte ($M=3.7$, $SD=0.7$).

Extraversion

Die höchste Extraversion hatte die Gruppe der FB-User ($M=3.3$, $SD=0.8$), gefolgt von den Spielern ($M=3.2$, $SD=0.9$). Die niedrigste Extraversion fand sich bei den nicht-FB-Usern ($M=3.1$, $SD=0.8$).

Gewissenhaftigkeit

Die Gruppe mit der höchsten Gewissenhaftigkeit war die Gruppe der nicht-FB-User ($M=3.9$, $SD=0.7$). An zweiter Stelle waren die Facebook-User ($M=3.7$, $SD=0.7$), die niedrigste Gewissenhaftigkeit zeigte sich bei den Spielern ($M=3.5$, $SD=0.7$).

Neurotizismus

Die Spieler zeigten die höchsten Neurotizismus-Werte ($M=2.8$, $SD=0.8$). An zweiter Stelle lagen die FB-User ($M=2.7$, $SD=0.8$) und an dritter Stelle die nicht-FB-User ($M=2.6$, $SD=0.7$).

Verträglichkeit

Die höchste Verträglichkeit zeigte sich bei den FB-Usern ($M=4.2$, $SD=0.7$), die zweithöchste bei den Spielern ($M=4.1$, $SD=0.7$) und die niedrigste bei den nicht-FB-Usern ($M=4$, $SD=0.7$).

7.2 Ergebnisdarstellung

7.2.1 Gruppenvergleiche

7.2.1.1 Vergleich der drei Gruppen mittels Varianzanalyse

Zum Vergleich der drei Gruppen wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse berechnet. Einen genauen Einblick in die Ergebnisse bietet Tabelle 6. Die Analyse ergab, dass sich die Gruppen bezüglich des Alters signifikant voneinander unterscheiden ($F(2, 1008)= 104.501$, $p <.001$, $\eta^2= .172$), und dies auch in großem Ausmaß. Die Überprüfung der Gruppenunterschiede

bezüglich der Jahre, die in die schulische Bildung investiert wurden, kam zu keinem signifikantem Ergebnis ($F(2, 999) = 2.044, p = .130, \eta^2 = .004$). Die Untersuchung des Selbstwertes führte zu einem signifikanten Ergebnis, es zeigte sich jedoch nur ein geringer Effekt ($F(2, 1016) = 8.226, p < .001, \eta^2 = .016$).

Auch in puncto Lebenszufriedenheit zeigte sich ein signifikantes Ergebnis, jedoch nur ein sehr geringer Effekt ($F(2, 1016) = 4.002, p = .019, \eta^2 = .008$). Der gleiche Trend war für den Faktor Einsamkeit ersichtlich ($F(2, 1016) = 3.323, p = .036, \eta^2 = .006$). Die Analyse führte sowohl bei der Offenheit für Erfahrungen ($F(2, 1016) = 5.598, p = .004, \eta^2 = .011$) als auch bei der Extraversion ($F(2, 1016) = 3.358, p = .035, \eta^2 = .007$), der Gewissenhaftigkeit ($F(2, 1016) = 13.159, p < .001, \eta^2 = .025$) und dem Neurotizismus ($F(2, 1016) = 4.751, p = .009, \eta^2 = .009$) zu jeweils einem signifikanten Ergebnis, aber wiederum nur zu einem sehr geringen Effekt. Die Untersuchung der Verträglichkeit wies kein signifikantes Ergebnis auf ($F(2, 1016) = 2.241, p = .107, \eta^2 = .004$).

Tabelle 6: Vergleich zwischen nicht-Usern, Facebook-Usern und Spielern

	F	Signifikanz p	η^2	Mittelwertvergleiche
Alter	104.501	<.001	.172	kFB>S>FB
Schule in Jahren	2.044	.130	.004	FB>kFB>S
Selbstwert	8.226	<.001	.016	kFB>FB>S
Lebenszufriedenheit	4.002	.019	.008	kFB>FB>S
Einsamkeit	3.323	.036	.006	kFB<FB<S
Offenheit f. neue Erfahrungen	5.598	.004	.011	kFB<FB<S
Extraversion	3.358	.035	.007	FB>S>kFB
Gewissenhaftigkeit	13.159	<.001	.025	kFB>FB>S
Verträglichkeit	2.241	.107	.004	FB>S>kFB
Neurotizismus	4.751	.009	.009	S>FB>kFB

7.2.1.2 Vergleich von FB-Usern und Spielern mittels t-Test

Zum Vergleich der beiden Gruppen wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben berechnet der zu folgenden Ergebnissen führte (vgl. Tabellen 7-11). Es zeigten sich geringe

Unterschiede zwischen den Gruppen bezüglich der Anzahl der Freunde bei Facebook ($d = -0.28$, $p = .003$). Die Spieler hatten durchschnittlich mehr Freunde als die Facebook-User.

Die Untersuchung der Anzahl der Freunde bei Facebook, die man auch offline trifft ($d = -0.12$, $p = .127$), führte so wie die Anzahl der engen Freunde ($d = -0.21$, $p = .064$) zu keinen substantiellen Unterschieden.

Die Spieler loggten sich häufiger ein als die Facebook-User ($d = -0.225$, $p < .001$), die Facebook-User wiederum länger ($d = 0.288$, $p < .001$). Der Unterschied hinsichtlich der Dauer des Accounts war nur sehr gering ($d = -0.122$, $p = .116$).

Die Untersuchung der Gruppen bezüglich der Stunden die sie privat pro Woche im Internet verbringen, führte zu einem geringen Effekt ($d = -0.150$, $p = .053$), jedoch führten die Stunden die sie pro Woche auf Facebook verbringen zu einem mittelgroßen Effekt ($d = -0.427$, $p < .001$). Die Spieler verbrachten demnach mehr Stunden pro Woche auf Facebook.

Der Vergleich der Gruppen bei der Nutzung der Funktionen zeigte, dass in allen Bereichen eine signifikant geringere Nutzung der Facebook-User gegenüber den Spielern besteht. Heraus stachen dabei erwartungsgemäß die Spiele ($d = -2.523$, $p < .001$). Dieser Faktor Spiele beinhaltet jedoch nur 2 Items, eines davon die Spiele. Die Facebook-User wurden als solche klassifiziert, da sie angaben, keine Spiele auf Facebook zu spielen. Damit ist alleine aufgrund dieses Items ein großer Unterschied zu erkennen. Ein mittelgroßer Unterschied zeigte sich bezüglich der aktiven Funktionen ($d = -0.602$, $p < .001$). Spieler tendierten eher dazu, Statusnachrichten und Fotos zu posten und zu kommentieren, etc., Spieler beschäftigten sich etwas mehr mit Videos ($d = -0.366$, $p < .001$) und waren etwas aktiver in den Gruppen ($d = -0.218$, $p = .004$). Ebenso nutzten Spieler die private Kommunikation ($d = -0.234$, $p = .001$) und die passiven Funktionen ($d = -0.392$, $p < .001$) mehr. Mit Ausnahme der Spiele sind alle Effekte im kleinen bis mittelgroßen Bereich.

Auch bei den Gründen für die Nutzung für Facebook zeigten sich zwischen den Gruppen kleine bis mittelgroße Unterschiede. Die Spieler schienen Facebook insgesamt aus mehr Gründen bzw. Motivationen zu verwenden. Der größte Unterschied zeigte sich bei den aktiven Gründen ($d = -0.503$, $p < .001$). Bei den passiven Gründen ($d = -0.359$, $p < .001$) und der Kontaktpflege ($d = -0.391$, $p < .001$) waren sie etwas geringer ausgeprägt.

Der Vergleich der Gruppen hinsichtlich der Facebook-Sucht ergab, dass die Spieler höhere Werte im FB-IA-T hatten als die Facebook-User ($d = -0.374$, $p < .001$). Demnach waren die Spieler eher auch nach Facebook süchtig. Dieses Ergebnis fand auch Bestätigung in dem

Ergebnis der Korrelation zwischen dem FB-IA-T und dem FB-Spiele-IA-T, die mit einer Korrelation von $r=.53$ ($p<.001$) relativ hoch ausfiel.

Obwohl für demographische Faktoren und Persönlichkeitsfaktoren Gruppenunterschiede bereits mittels Varianzanalyse betrachtet wurden, wurde zur genaueren Betrachtung der Unterschiede zwischen den FB-Usern und den Spielern ein t -Test für unabhängige Stichproben berechnet.

Dabei zeigten sich weder für das Alter ($d=-0.0259$, $p=.060$), noch für die Jahre der schulischen Bildung ($d=0.149$, $p=.071$) Unterschiede zwischen den beiden Gruppen.

Facebook-User hatten jedoch einen höheren Selbstwert als Spieler ($d=0.291$, $p<001$), verfügten über eine höhere Lebenszufriedenheit ($d=0.205$, $p=.007$) und eine niedrigere Einsamkeit ($d=-0.162$, $p=.047$). Dabei waren alle Effekte eher klein. Die Big Five betreffend zeigten sich keine Unterschiede hinsichtlich Offenheit für Erfahrungen ($d=0.089$, $p=.24$), Extraversion ($d=0.068$, $p=.205$) und Verträglichkeit ($d=0.047$, $p=.534$), jedoch geringe Unterschiede in den Faktoren Gewissenhaftigkeit ($d=0.229$, $p=.003$) und Neurotizismus ($d=-0.208$, $p=.006$), das heißt Facebook-User waren gewissenhafter und weniger neurotisch als Spieler auf Facebook.

Tabelle 7: Vergleich von FB-Usern und Spielern bezüglich des Nutzungsverhaltens

	t	Signifikanz p	Cohens d	Mittelwert- vergleiche
Freunde bei Facebook	-3.044	.003	-0.277	FB<S
Anzahl Freude bei FB die man offline trifft	-1.526	.127	-0.116	FB<S
Enge Freunde	-1.856	.064	-0.208	FB<S
Dauer des Accounts	-1.573	.116	-0.122	FB<S
Häufigkeit des Login	-3.702	<.001	-0.225	FB<S
Dauer des Logins	-3.767	<.001	-0.288	FB<S
Internetnutzung pro Woche [h]	-1.940	.053	-0.150	FB<S
Facebooknutzung pro Woche [h]	-4.706	<.001	-0.427	FB<S

Tabelle 8: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich der Funktionen

	T	Signifikanz <i>p</i>	Cohens <i>d</i>	Mittelwert- vergleiche
Aktive Funktionen	-7.934	<.001	-0.602	FB<S
Private Kommunikation	-3.219	.001	-0.234	FB<S
Gruppen	-2.861	.004	-0.218	FB<S
Videos	-4.677	<.001	-0.366	FB<S
Spiele	-24.418	<.001	-2.523	FB<S
Passive Funktionen	-5.167	<.001	-0.392	FB<S

Tabelle 9: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich der Motivationen

	T	Signifikanz <i>p</i>	Cohens <i>d</i>	Mittelwert- vergleiche
Passive Gründe	-4.726	<.001	-0.359	FB<S
Aktive Gründe	-6.171	<.001	-0.503	FB<S
Kontaktpflege	-5.442	<.001	-0.391	FB<S

Tabelle 10: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich Demographie

	T	Signifikanz <i>p</i>	Cohens <i>d</i>	Mittelwert- vergleiche
Alter	-1.883	.060	-0.026	FB<S
Schule in Jahren	1.810	.071	0.149	FB>S

Tabelle 11: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich der Persönlichkeitsfaktoren

	T	Signifikanz p	Cohens d	Mittelwert- vergleiche
Selbstwert	3.673	<.001	0.291	FB>S
Lebenszufriedenheit	2.701	.007	0.205	FB>S
Einsamkeit	-1.991	.047	-0.162	FB<S
Offenheit f. Erfahrungen	1.175	.240	0.089	FB>S
Extraversion	1.269	.205	0.068	FB>S
Gewissenhaftigkeit	3.015	.003	0.229	FB>S
Verträglichkeit	0.603	.534	0.047	FB>S
Neurotizismus	-2.748	.006	-0.208	FB<S

7.2.2 Korrelationen

Um Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht genauer betrachten zu können, wurden für beide Süchte jeweils Spearman-Korrelationen mit den demographischen Angaben, dem Nutzungsverhalten, den Motivationen der Nutzung, der Nutzung der einzelnen Funktionen und den Persönlichkeitsvariablen berechnet. Eine genaue Übersicht der Ergebnisse zeigt Tabelle 12.

Das Alter betreffend zeigte sich bei den nicht-Spielern eine negative Korrelation ($r=-.345$, $p<.001$), bei den Spielern eine positive ($r=.170$, $p=.008$). Demnach waren Personen jünger mit steigender Facebook-Sucht, wogegen die Spiele-Sucht mit dem Alter leicht stieg. Beide Ergebnisse erwiesen sich als signifikant, jedoch zumindest bei den Spielern war der Zusammenhang nur gering.

Die Anzahl der Ausbildungsjahre führte nur bei den Facebook-Usern zu einem signifikanten Ergebnis, allerdings fiel dieses mit einer Korrelation von $r=-.109$ ($p=.008$) sehr gering aus. Inhaltlich würde das bedeuten, dass Schule in Jahren in einem negativen Verhältnis zur Internetsucht steht, je weniger Jahre die Schule besucht wurde, umso höhere Werte im FB-IA-T wurden erzielt.

Die Anzahl der Freunde korrelierte in beiden Fällen positiv mit der jeweiligen Sucht ($r=.408$, $p<.001$) bzw. ($r=.201$, $p=.002$), je ausgeprägter also die Facebook-Sucht und die Facebook-Spiele-Sucht waren, umso mehr Freunde hatte man bei Facebook bzw. umgekehrt.

Die Anzahl der Freunde die man offline trifft, hatte einen leichten positiven Effekt bei der Facebook-Sucht ($r=.234, p<.001$), wies aber kaum einen Zusammenhang mit der Facebook-Spiele-Sucht auf ($r=-.042, p=.514$).

Die Anzahl der engen Freunde führte zu keinem bedeutsamen Ergebnis ($r=.120, p=.004$ bzw. $r=-.025, p=.698$).

Wie lange man bereits einen Account auf Facebook hat führte beim FB-IA-T zu einer leichten positiven Korrelation, also je länger jemand bei Facebook User war, umso größer war die Facebook-Sucht ($r=.200, p<.001$).

Sowohl die Dauer ($r=.386, p<.001$) als auch die Häufigkeit ($r=.528, p<.001$) des Logins standen in einem positiven Zusammenhang zur Facebook-Sucht, und in einem eher geringen Zusammenhang zur Facebook-Spiele-Sucht ($r=.351, p<.001$ bzw. $r=.130, p=.043$). Facebook-Süchtige loggten sich demnach länger und häufiger ein, wohingegen sich Facebook-Spiele-Süchtige nicht unbedingt häufiger, aber länger einloggten.

Facebook-Süchtige verbrachten in der Woche, unabhängig von Facebook, mehr Zeit im Internet ($r=.316, p<.001$), bei den Spiele-Süchtigen fiel dieses Ergebnis etwas geringer aus ($r=.199, p=.069$).

In beiden Gruppen hing die wöchentlich verbrachte Zeit auf Facebook positiv mit der Sucht zusammen. Facebook-Süchtige ($r=.606, p<.001$) und Facebook-Spiele-Süchtige ($r=.266, p<.001$) verbrachten mehr Zeit auf Facebook.

In der Facebook-Gruppe zeigte sich, dass alle Funktionen positiv mit der Facebook-Sucht korrelieren. Je größer die Sucht war, umso eher wurden Aktive Funktionen ($r=.525, p<.001$), Kommunikation ($r=.334, p<.001$), Gruppen ($r=.375, p<.001$), Videos ($r=.369, p<.001$), Spiele ($r=.252, p<.001$) und Passive Funktionen ($r=.437, p<.001$) auf Facebook genutzt. Bei den Spielern führte dieser Bereich zu wenig aussagekräftigen Ergebnissen, mit Ausnahme der Spiele die mit einer Korrelation von $r=.592 (p<.001)$ in einer positiven Verbindung zur Spiele-Sucht standen. Spiele-Süchtige nutzten daher wie erwartet vermehrt die Spiele.

So wie bei den Funktionen zeigte sich auch bei den Motivationen Facebook zu nutzen ein positiver Zusammenhang zur Sucht. Sowohl Facebook-Süchtige als auch Facebook-Spiele-Süchtige nutzten Facebook vermehrt aus passiven Gründen ($r=.649, p<.001$ bzw. $r=.201, p=.002$), aktiven Gründen ($r=.522, p<.001$ bzw. $r=.325, p<.001$) und zur Kontaktpflege ($r=.304, p<.001$ bzw. $r=.205, p=.001$), bei den Facebook-Süchtigen waren alle Motivationen aber insgesamt stärker ausgeprägt.

In beiden Gruppen stand der Selbstwert in einem negativen Zusammenhang zur Sucht ($r=-.333, p<.001$ bzw. $r=-.263, p<.001$).

In der Gruppe der Facebook-Süchtigen sank die Lebenszufriedenheit ($r=-.278, p<.001$) und die Einsamkeit stieg ($r=.289, p<.001$). Beide Korrelationen waren eher gering ausgeprägt.

Die Offenheit zeigte sich in keinem Zusammenhang zur Sucht.

Bei Facebook-Spiele-Süchtigen zeigte sich eine geringere Extraversion ($r=-.211, p=.001$), also je süchtiger jemand war, umso introvertierter war er.

Gewissenhaftigkeit stand bei Facebook-Süchtigen ($r=-.329, p<.001$) und Facebook-Spiele-Süchtigen ($r=-.135, p=.035$) in einem negativen Zusammenhang zur Sucht, mit der Sucht sank also die Gewissenhaftigkeit.

Verträglichkeit schien in beiden Gruppen in keinem Zusammenhang zur jeweiligen Sucht zu stehen.

Neurotizismus korrelierte in beiden Gruppen leicht positiv mit der Sucht, Facebook-Süchtige ($r=.262, p<.001$) und Facebook-Spiele-Süchtige ($r=.160, p=.016$) waren demnach neurotischer als nicht-Süchtige.

Zusätzlich wurde eine Korrelation zwischen dem FB-IA-T und dem FB-Spiele-IA-T berechnet, welche zur einer Korrelation von $r=.529 (p<.001)$ führte. Demnach bestand ein großer positiver Zusammenhang zwischen der FB-Sucht und der FB-Spiele-Sucht.

Tabelle 12: Korrelationen

	Facebook-Sucht (nicht-Spieler)	Facebook-Spiele- Sucht (Spieler)
Alter	-.345**	.170**
Schule in Jahren	-.109**	.038
Anzahl der Freunde bei FB	.408**	.201**
Anzahl der Freunde bei FB die man offline trifft	.234**	-.042
Enge Freunde	.120**	-.025
Dauer Account	.200**	.108
Häufigkeit Login	.528**	.130*
Dauer Login	.386**	.351**

Internetnutzung pro Woche [h]	.316**	.119
Facebooknutzung pro Woche [h]	.606**	.266**
Aktive Funktionen	.525**	.138*
Kommunikation	.334**	-.047
Gruppen	.375**	.130*
Videos	.369**	.065
Spiele	.252**	.592**
Passive Funktionen	.437**	.080
Pass. Gründe	.649**	.201**
Aktive Gründe	.522**	.325**
Kontaktpflege	.304**	.205**
Selbstwert	-.333**	-.263**
Lebenszufriedenheit	-.278**	-.096
Einsamkeit	.289**	.154*
Offenheit für Erfahrungen	-.053	-.060
Extraversion	-.020	-.211**
Gewissenhaftigkeit	-.329**	-.135*
Verträglichkeit	-.061	-.073
Neurotizismus	.262**	.160*

* $p < .05$, ** $p < .001$

7.2.3 Lineare Regression

Um herauszufinden, welche Faktoren Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht am besten vorhersagen können, wurde eine lineare Regression berechnet (vgl. Tabelle 13).

Die besten Prädiktoren für Facebook-Sucht waren das Nutzen von Facebook aus passiven ($\beta=.327$, $p<.001$) und aktiven ($\beta=.210$, $p<.001$) Gründen, gefolgt von Einsamkeit ($\beta=.199$, $p<.001$), Facebooknutzung pro Woche ($\beta=.151$, $p<.001$) und einer geringen Gewissenhaftigkeit ($\beta= -.115$, $p<.001$).

Der beste Prädiktor für Facebook-Spiele-Sucht war die Facebook-Sucht ($\beta=.596$, $p<.001$). Dieser Faktor alleine erklärt beinahe 60% der Gesamtvarianz. Den zweitwichtigsten Prädiktor stellten die Spiele ($\beta=.388$, $p<.001$) dar.

Tabelle 13: Lineare Regression für FB-IA-T und Spieler-IA-T

	Beta	Beta
	Facebook-IA-T	Facebook-Spiele-IA-T
Alter	-.008	.112*
Geschlecht	.001	-.028
Schule in Jahren	.036	.095*
Freunde bei Facebook	.036	.080
FB-Freunde die man offline trifft	-.025	-.018
Enge Freunde	.000	-.056
Dauer des FB-Accounts	-.014	.064
Häufigkeit Login	.046	-.049
Dauer Login	.056	.077
Internetnutzung pro Woche [h]	-.008	-.153**
Facebooknutzung pro Woche [h]	.151**	.076
Facebook-Sucht		.596**
Selbstwert	-.033	-.068
Lebenszufriedenheit	.053	.120
Einsamkeit	.199**	-.018
Offenheit für Erfahrungen	-.087**	-.023
Extraversion	.033	-.105*
Gewissenhaftigkeit	-.115**	-.050
Verträglichkeit	-.018	-.059
Neurotizismus	.111*	.029
Aktive Funktionen	.068	-.051
Kommunikation	-.040	-.062
Gruppen	-.014	.053
Videos	.035	.019
Spiele		.388**

Passive Funktionen	-.009	-.040
Passive Gründe	.327**	.012
Aktive Gründe	.210**	-.076
Kontaktpflege	.022	-.022

* $p < .05$, ** $p < .001$

8. Diskussion

Eine Fragestellung dieser Studie war die Klärung von Unterschieden zwischen Facebook-Usern, Spielern und nicht-Usern. Zur Beantwortung dieser Frage wurden folgende Hypothesen herangezogen:

H1: Facebook-User, Spieler und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich demographischer Angaben.

Eine bereits vorhandene Studie (Valenzuela et al., 2009) zeigte, dass jüngere Personen eher über einen Account verfügen als ältere. Diese Annahme konnte auch in dieser Studie bestätigt werden, wonach nicht-User älter waren als Spieler und diese älter als reine Facebook-User.

Frauen haben eher einen Account als Männer (Valenzuela et al., 2009). In dieser vorliegenden Studie waren in allen Gruppen die Frauen überrepräsentiert. Am extremsten zeigte sich der Unterschied überraschenderweise in der Gruppe der Spieler (166:75). Die Spiele auf Facebook sind leicht verständlich und interaktiver als die üblichen Spiele (Zhou, 2010). Eine weitere Erklärung dafür könnte sein, dass sich die Spiele auf den sozialen Netzwerkseiten von den klassischen und populären Spielen (Egoshooter, Rollenspiele, Rennsimulation) unterscheiden hinsichtlich schlechterer Qualität und höheren Ladezeiten. Wer also wirklich an den Spielen selbst interessiert ist, wird vermutlich andere Medien aufsuchen, während Personen, die sich zwischendurch die Zeit vertreiben wollen, vielleicht eher zu Spielen auf Facebook geneigt sind. Davon betroffen sind sicherlich auch Personen, die viel Zeit auf Facebook verbringen und die Leerzeiten (Warten auf Antworten) so überbrücken. Hinzu kommt auch eine starke soziale Komponente der Spiele. Einerseits hat man die Möglichkeit die Spielerfolge mit seinen Freunden zu teilen und sie zu kommunizieren, andererseits ist man in manchen Spielen auch auf seine Freunde

angewiesen (z.B.: „FarmVille“, wo ein Vorankommen im Spiel von Geschenken der Freunde abhängt).

Eine gezeigter positiver Zusammenhang zwischen einem vorhandenen Account und dem erfolgten Schulbesuch in Jahren (Kim, Kim, & Nam, 2010) konnte in dieser Studie nicht wirklich bestätigt werden. Zwar haben Facebook-User gegenüber den nicht-Usern ein paar Monate mehr in die schulische Bildung investiert, der Effekt ist jedoch äußerst gering.

H2: Facebook-User, Spieler und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich des Selbstwertes.

Ein Vergleich der Gruppen führte zu einem sehr geringen, wenn auch signifikanten Effekt. Die höchsten Werte erreichten die nicht-User, gefolgt von den Usern und den Spielern.

H3: Facebook-User, Spieler und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich der Lebenszufriedenheit.

Die Varianzanalyse führte zu einem signifikanten Ergebnis, der Effekt ist auch hier wieder gering. Die höchste Lebenszufriedenheit zeigte sich bei den nicht-Usern, gefolgt von den FB-Usern und den Spielern. Eine Erklärung könnte sein, dass unter den nicht-Usern weniger Singles waren und die Gruppe insgesamt schon ein wenig älter und gefestigter war.

H4: Facebook-User, Spieler und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich der Einsamkeit.

Eine Varianzanalyse deutet auf einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen hin. Die Spieler wiesen die höchsten Werte auf, die nicht-FB-User die geringsten. Eine Studie von Ryan und Xenos (2011), wonach Personen auf Facebook einsamer sind als nicht-User, konnte somit bestätigt werden.

H5: Facebook-User, Spieler und nicht-User unterscheiden sich voneinander hinsichtlich Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit.

Einen sehr geringen Effekt zeigte Neurotizismus, der bei den Spielern am höchsten ausgeprägt war und bei den nicht-Usern am geringsten.

Die höchsten Werte für Extraversion fanden sich in der Gruppe der Facebook-User und die niedrigsten bei den nicht-Usern. Dieses Ergebnis bestätigt grundsätzlich die Studie

von Ryan & Xenos (2011), wonach extravertierte Personen eher einen Account auf Facebook haben. Der Effekt befindet sich jedoch im sehr niedrigen Bereich.

Correa et al. (2010) stießen in Ihrer Studie auf einen positiven Zusammenhang zwischen der Offenheit für Erfahrungen und dem Vorhandensein eines Accounts. Dieses Ergebnis konnte in der vorliegenden Studie bestätigt werden. Facebook-User verfügten über die größte Offenheit für Erfahrungen, die Spieler lagen im Mittelfeld und die nicht-User verfügten über die geringsten Werte. Der Effekt war allerdings sehr gering.

Wie zu erwarten war, fand sich die höchste Gewissenhaftigkeit unter den nicht-Usern, gefolgt von den Facebook-Usern und den Spielern. Gewissenhaftigkeit geht auch mit der Zeit einher, die investiert wird und diese ist bei Spielern am höchsten. Dieser Faktor hatte einen sehr geringen Effekt.

Kein signifikantes Ergebnis zeigte sich für die Verträglichkeit, wenngleich die Facebook-User die höchsten und die nicht-User die niedrigsten Werte erzielten.

Ein weiteres Ziel war es zu untersuchen, ob sich Süchtige (Facebook oder Spiele auf Facebook) von nicht-Süchtigen hinsichtlich verschiedener Faktoren unterscheiden. Für die Beantwortung der zweiten Fragestellung wurden Korrelationen herangezogen. Sie beinhalten folgende Hypothesen:

H6: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und den demographischen Angaben.

Laut La Barbera et al. (2009) sind besonders jüngere Personen besonders gefährdet eine Internetsucht zu entwickeln. Dieses Ergebnis konnte für die Facebook-User bestätigt werden, während bei den Spielern das Alter bei den Süchtigen leicht ansteigend ist. Das widersprechende Ergebnis bei den Spielern könnte wiederum auf die Qualität der Spiele hindeuten, die nicht den momentanen am Markt vorherrschenden Spielen entsprechen, die für Jugendliche oder junge Erwachsene interessant sind.

Der Schulbesuch in Jahren korrelierte bei den Spielern leicht negativ, das bedeutet, dass bei Personen mit geringerem Schulbesuch das Suchtpotenzial höher ist. Das bestätigt eine Studie von O'Reilly (1996), wonach eine geringe Bildung ein Risikofaktor für

Internetsucht ist. Kritisch sei jedoch angemerkt, dass die Jahre die in die schulische Bildung investiert wurden auch mit dem Lebensalter zusammen hängt.

H7: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und dem Nutzungsverhalten auf Facebook

In beiden Gruppen zeigte sich mit Anstieg der jeweiligen Sucht eine höhere Anzahl von Freunden. Dabei ist eine Bedingung in beide Richtungen möglich. Man hat viele Freunde auf Facebook, die Zeit kosten und einen länger auf Facebook sein lassen, oder man ist süchtig, verbringt dadurch viel Zeit auf Facebook und gewinnt dadurch neue Freunde.

Die Anzahl der Freunde auf Facebook, die man auch offline trifft, korrelierte nur leicht positiv bei den Facebook-Usern, süchtige Facebook-User hatten also auch mehr Freunde auf Facebook, die sie auch offline trafen. Bei den engen Freunden konnten keine nennenswerten Ergebnisse gefunden werden.

Erwartungsgemäß loggten sich süchtige Facebook-User häufiger und länger ein, bei den Spielern stieg hingegen die Dauer eher als die Häufigkeit. Es war davon auszugehen, dass sich Süchtige öfter und länger einloggen. Dass sich süchtige Spieler nicht unbedingt vermehrt einloggten, kann daran liegen, dass sie zwar viel Zeit auf Facebook verbrachten, diese aber am Stück.

Bei den Facebook-Usern zeigte sich mit dem Anstieg der Sucht eine vermehrte Aktivität im Internet allgemein und auf Facebook im speziellen. Bei den Spielern zeigte sich der Anstieg eher bei Facebook. Sie verbrachten also nicht unbedingt allgemein mehr Zeit im Internet, sondern verbrachten ihre Zeit gerichtet auf Facebook.

H8: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und den Funktionen, die die User auf Facebook nutzen.

Die Berechnung ergab, dass bei den Facebook-Usern Sucht mit allen Funktionen positiv korrelierte, sie nutzen also alle Funktionen vermehrt. Am stärksten stieg mit Sucht der Gebrauch von aktiven Funktionen, das heißt aktives Handeln in Form von Posten und Kommentieren. Bei den Spielern korrelierten die Spiele am stärksten mit Sucht. Alle anderen Funktionen standen in keinem nennenswerten Zusammenhang zu Sucht. Das heißt, süchtige Spieler nützten vermehrt die Spiele, die Aktivitäten in anderen Bereichen stiegen nicht an.

H9: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und den Motivationen Facebook/die Spiele zu nutzen.

Insgesamt korrelierten alle Motivationen in beiden Gruppen positiv mit Sucht. Bei den FB-Usern korrelierten die passiven Gründe am stärksten, bei den Spielern die aktiven Gründe. Es korrelierten also jene Gründe am stärksten, die sich nicht explizit auf Facebook beziehen sondern auch durch ein anderes Netzwerk ersetzt werden könnten (Langeweile, Ablenkung). Unter aktive Gründe bei Spielern fielen unter anderem das Gewinnen neuer Freunde, das Finden von interessanten Informationen usw. Dieses Ergebnis ist insofern interessant, weil bei den Funktionen alle Funktionen positiv mit der Sucht bei den Facebook-Usern korrelierten, sie also allgemein aktiv waren und alle Funktionen zum Zeitvertreib nutzten, während die Spieler eigentlich angegeben hatten vermehrt die Spiele zu nutzen, jetzt aber aktive Gründe den höchsten Wert erreichten.

H10: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und Selbstwert.

In beiden Gruppen korrelierte Sucht negativ mit dem Selbstwert, er ist also mit steigender Sucht niedriger. Dieses Ergebnis bestätigen zwei Studien, wonach Personen mit niedrigem Selbstwert mehr Zeit im Internet verbringen (Armstrong et al., 2000) und mit niedrigem Selbstwert Suchttendenzen einhergehen (Ehrenberg, 2008).

H11: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und Lebenszufriedenheit.

Lebenszufriedenheit stand in einem geringen negativen Zusammenhang zu Sucht bei Facebook-Usern. Dies bestätigt eine Studie von Kraut et al. (1998), wonach erhöhter Internetkonsum das Wohlbefinden negativ beeinflusst. Durch die viele Zeit, die im Internet verbracht wird, leidet oft das private und berufliche Leben (Hahn, & Jerusalem, 2001; Young 1999a).

H12: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und Einsamkeit.

Einsamkeit korrelierte in beiden Gruppen leicht positiv mit Sucht. Dem entsprechen die Ergebnisse vorangegangener Studien, wonach einsame Personen eine Risikogruppe für die Entwicklung einer Internetsucht darstellen (Morahan-Martin, 2008; Özcan, 2007), da sie vermehrt im Internet aktiv sind (Wan, 2009) um online möglicherweise das Gefühl einer Gemeinschaft erleben zu können (Sproull, & Faraj, 1995). Umgekehrt kann Sucht zum Verlust von Freunden führen und Einsamkeit herbeiführen (Turkle, 1996).

H13: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Sucht (Facebook und Spiele) und Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit.

Neurotizismus korrelierte in beiden Gruppen leicht positiv mit Sucht.

Extraversion hingehen korrelierte bei den Spielern leicht negativ, was auch durch eine Studie von Wilson et al. (2010) bestätigt wird, die zu dem Ergebnis kam, dass niedrige Extraversion mit einem erhöhten Gebrauch des Internets und Tendenzen zur Abhängigkeit einher geht. Correa et al. (2010) hingegen fanden einen positiven Zusammenhang zwischen Sucht und Extraversion. Da das Internet zum einen verwendet werden kann, um einen Ausgleich für jene Dinge zu schaffen, die einem im „wirklichen Leben“ fehlen (Griffiths, 1999), man sich aber auch auf Facebook präsentieren kann, ist zwischen diesen Ergebnissen nicht unbedingt ein Widerspruch zu sehen.

Gewissenhaftigkeit korrelierte in beiden Gruppen negativ mit Sucht, süchtige Personen waren also weniger gewissenhaft. Das wurde auch durch die Varianzanalyse bestätigt, bei der die Gewissenhaftigkeit mit steigendem Grad an Involviertheit (nicht-User – FB-User – Spieler) sank.

Zwischen Offenheit für Erfahrungen bzw. Verträglichkeit und Sucht konnte in beiden Gruppen keine nennenswerten Zusammenhänge gefunden werden.

Der letzte wichtige Punkt war einen Blick darauf zu werfen, welche Faktoren, die jeweilige Sucht am besten erklären beziehungsweise einen Einfluss auf die Sucht haben und ob sich diese unter den beiden Gruppen unterscheiden.

H14: Demographische Faktoren haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht

Es zeigte sich, dass das Alter und der Schulbesuch in Jahren die Facebook-Spiele-Sucht zu einem kleinen Teil erklärten, während sie keinen Beitrag zur Erklärung von Facebook-Sucht lieferten. Das Geschlecht lieferte in beiden Fällen keine Voraussagekraft.

H15: Das Nutzungsverhalten hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht..

Überraschenderweise fanden sich für die Dauer und die Häufigkeit des Logins keine Effekte für die beiden Süchte. Die Internetnutzung pro Woche lieferte einen kleinen Beitrag zur Vorhersage von Facebook-Spiele-Sucht, während die Facebook-Nutzung pro Woche einen kleinen Beitrag zur Klärung von Facebook-Sucht lieferte.

Keine Verbindungen zeigten sich zwischen den Freunden auf Facebook, engen Freunden, Facebook-Freunden die man auch offline trifft, der Dauer des Accounts und den beiden Süchten.

H16: Die Funktionen, die Personen auf Facebook nutzen haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Durch die Funktionen ließen sich weder bei den Facebook-Süchtigen noch bei den Facebook-Spiele-Süchtigen die Sucht voraussagen, eine Ausnahme bildeten wie erwartet die Spiele, die die Facebook-Spiele-Sucht sehr gut voraussagten.

H17: Die Motivationen Facebook/die Spiele zu nutzen haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Unterschiede zwischen den Gruppen fanden sich in den aktiven und passiven Gründen der Nutzung, die bei den Facebook-Süchtigen die Sucht gut voraus sagten, bei den Spielern nicht.

H18: Der Selbstwert hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Der Selbstwert lieferte in beiden Fällen keinen Beitrag zur Voraussage der Sucht.

H19: Die Lebenszufriedenheit hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Die Lebenszufriedenheit lieferte keine Voraussagekraft für Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

H20: Einsamkeit hat einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Einsamkeit hatte einen Einfluss auf die Facebook-Sucht, nicht aber auf die Facebook-Spiele-Sucht. Vielleicht versucht man Einsamkeit mehr durch die sozialen, kommunikativen Funktionen auf Facebook auszugleichen und dazu zählen die Spiele weniger.

H21: Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit haben einen Einfluss auf Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Die Big Five übten insgesamt wenig Einfluss auf die beiden Süchte aus. Unterschiede gab es in puncto Extraversion, die einen leichten Einfluss auf die Spiele-Sucht hatte und Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus, die einen leichten Einfluss auf die Facebook-Spiele-Sucht hatten.

H22: Es gibt einen Zusammenhang zwischen Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht.

Die beiden Süchte korrelierten positiv miteinander. Facebook-Süchtige waren eher auch süchtige Spieler und süchtige Spieler waren allgemein süchtig nach Facebook.

8.1 Generelle Diskussion

Bei der Untersuchung dieser Studie haben sich angenommene Hypothesen zum Teil bestätigt.

Es bestätigten sich Unterschiede zwischen den Gruppen „kein Facebook“, „Facebook“ und „Spieler“. Die Varianzanalyse deckte Unterschiede im Alter auf, in der Hinsicht, dass jüngere Personen eher über einen Account verfügen. Ebenfalls signifikant erwiesen sich Unterschiede hinsichtlich Selbstwert, Lebenszufriedenheit und Einsamkeit. Unterschiede zwischen den Gruppen gibt es ebenfalls in puncto Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen und Gewissenhaftigkeit. Die Effekte sind insgesamt eher gering ausgeprägt. Kein signifikanter Effekt fand sich für die Verträglichkeit.

Unterschiede zwischen süchtigen (ob nun Facebook oder Spiele) und nicht-süchtigen Personen wurden mittels Korrelationen überprüft. Dabei zeigten sich Zusammenhänge mit dem Alter und dem Schulbesuch in Jahren. Signifikant wurde ebenso die Anzahl der Freunde bei Facebook, sowie in geringem Ausmaß die Anzahl der Freunde auf Facebook, die man auch offline trifft. Dauer und Häufigkeit des Logins korrelierten in beiden Gruppen positiv mit Sucht, ebenso die Stunden die pro Woche auf Facebook verbracht wurden. Die Stunden die pro Woche im Internet verbracht wurden korrelierten hingegen nur bei den Facebook-Usern. Sucht korrelierte vermehrt mit den aktiven Funktionen auf Facebook, bei den Spielern korrelierten die Spiele am stärksten. In beiden Gruppen korrelierten alle Motivationen Facebook zu nutzen positiv mit Sucht. Gemeinsamkeiten zeigten sich auch hinsichtlich des Selbstwertes und der Gewissenhaftigkeit die bei beiden negativ mit Sucht

korrelierten und Einsamkeit und Neurotizismus, die positiv mit Sucht korrelierten. Lebenszufriedenheit korrelierte hingegen nur bei den FB-Usern leicht negativ und Extraversion bei den Spielern leicht negativ.

Unterschiede zwischen Facebook-Süchtigen und Facebook-Spiele-Süchtigen wurden mittels einer linearen Regression genauer betrachtet. Dabei lieferten das Alter und der Schulbesuch einen Beitrag zur Klärung der Facebook-Spiele-Sucht, nicht aber für die Facebook-Sucht. Dauer und Häufigkeit des Logins lieferten für beide Gruppen keinen Erklärungswert, ebenso wenig die Freunde (ob nun auf Facebook, enge Freunde oder Freunde die man auch offline trifft). Durch die Funktionen ließ sich nur bei den Spielern die Sucht durch die Spiele voraussagen, alle anderen Funktionen hatten keinen Effekt. Aktive und passive Gründe der Nutzung spielten in der Facebook-Gruppe eine Rolle, bei den Spielern nicht. Selbstwert und Lebenszufriedenheit waren keine Prädiktoren für die beiden Süchte. Einsamkeit war wiederum ein Prädiktor für Facebook-Sucht. Die Big-Five hatten insgesamt eher wenig Einfluss. Extraversion hatte einen geringen Einfluss auf die Spiele-Sucht, Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus auf die Facebook-Sucht.

Eine Korrelation zwischen Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht deutet auf einen großen Zusammenhang hin.

9. Kritik und Forschungsausblick

Obwohl eine relativ große Stichprobe erreicht werden konnte, wäre es wichtig, neue Wege der Verbreitung über Facebook zu finden, da die Teilnahme von unbekanntem Personen aufgrund des mangelnden Vertrauens relativ schwierig ist. Alleine die Tatsache, dass man beim Klicken auf den Link zum Fragebogen darauf aufmerksam gemacht wird, dass man nun Facebook verlässt und so auf eine möglicherweise unsichere Seite gelangt, könnte doch einige Personen abschrecken. Dadurch hat sich die Verbreitung über bekannte Personen und deren Weiterleitung an ihnen bekannte Personen als wichtigster Faktor erwiesen. Da der Fragebogen schnell im Newsfeed untergeht, ist ein mehrmaliges Posten ratsam.

Die meisten Studien konzentrieren sich in der Regel auf ein Land, daher war ein Ziel dieser Studie auch weltweit zu erheben, um so an mehr TeilnehmerInnen zu kommen und

die Länder miteinander vergleichen zu können. Leider hat sich die internationale Erhebung schwieriger als erwartet gestaltet und aus dem nicht-deutschsprachigen Ausland haben weniger Personen an der Studie teilgenommen. Aus diesem Grund konnte die Erhebung der Nationalität zur Untersuchung kultureller Unterschiede leider zu keinen Ergebnissen führen, da die Teilnehmer nicht genug gestreut waren.

Um auf einen Teil des Fragebogens einzugehen, so könnte man die Formulierung der Frage nach dem Schulbesuch in Jahren präzisieren. Obwohl die Frage bereits während der Befragungszeit genauer formuliert wurde, hatten viele Personen trotzdem Probleme damit sie zu beantworten, weil ihnen nicht klar war, ob Kurse, etc. auch in der Antwort enthalten sind.

Interessant wäre die genauere Betrachtung des Internetzugangs und die Wege des Zugangs zu Facebook. Nach Young (1999a) spielt die Verfügbarkeit eine Rolle für die Internetsucht und nachdem heute die meisten Personen bereits ein Smartphone besitzen, besteht rund um die Uhr ein möglicher Zugang zu Facebook. Es ist durchaus vorstellbar, dass sich auch hier ein Zusammenhang zur Sucht findet. Ein weiterer hierunter fallender Punkt wäre die Frage nach dem Internetzugang in der Arbeit und durch die Schule/Universität, nachdem immer mehr Personen nebenbei Facebook laufen haben und immer wieder zwischendurch einen Blick darauf werfen.

Teilweise wurden in diesem Fragebogen sehr unglaubwürdige Antworten gegeben. Insbesondere bei den Fragen zu den Freunden wurden teilweise extrem hohe Angaben gemacht, die nur schwer der Realität entsprechen können. Hier könnte man eventuell die Frage umformulieren oder Antwortalternativen anbieten (z.B.: 1-5, 6-10,...).

Da es auf Facebook immer wieder zu Änderungen kommt und immer wieder neue „Apps“ auftauchen, würde eine erneute Untersuchung der Spiele wohl zu neuen Ergebnissen führen. Um die Spiele besser miteinander vergleichbar zu machen, wäre bei der Frage nach dem Lieblingsspiel zusätzlich eine Frage nach der Art des Spiels nützlich.

Zusammenfassung

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden Facebook-Sucht und Facebook-Spiele-Sucht miteinander verglichen und hinsichtlich verschiedener Faktoren untersucht. Ein weiteres Interesse galt dem Aufdecken von Unterschieden zwischen Süchtigen und nicht-Süchtigen sowie den Unterschieden zwischen Facebook-Usern, Facebook-Spiele-Usern und nicht-Usern.

Es nahmen insgesamt $N=1019$ Personen an der Studie teil. Sie beantworteten einen online-Fragebogen, der neben demographischen Angaben und Fragen zu Facebook zwei selbst adaptierte Internet Addiction Tests (IA-Ts) für Facebook und die Spiele auf Facebook, die Rosenberg-Selbstwert-Skala, die Satisfaction-with-life-Scale, eine kurze Skala zur Messung von Einsamkeit und den Mini-IPIP enthielt.

Was alle drei Gruppen betrifft, so bildeten die Spieler in den meisten Fällen den größten Gegenpol zu den nicht-Usern. Bei den zumeist positiven und erwünschten Faktoren wie Selbstwert, Lebenszufriedenheit, geringer Einsamkeit, Gewissenhaftigkeit und niedrigem Neurotizismus wiesen die nicht-User gegenüber den anderen Gruppen positivere Werte auf. Diese Ergebnisse könnten auch mit dem höheren Alter dieser Gruppe einhergehen. Nachdem sowohl Facebook als auch die Spiele auf Facebook eine Erweiterung des Lebensraumes darstellen, wiesen dementsprechend sowohl die Spieler als auch die Facebook-User eine größere Offenheit für Erfahrungen und auch eine größere Verträglichkeit auf.

Bezogen auf die verwendete Zeit für Facebook Spiele, verbrachten die Spieler mehr Zeit pro Woche auf Facebook als nicht-Spieler. Dies zeigt sich auch in der insgesamt größeren Aktivität der Spieler, die alle Funktionen mehr nutzten als die Facebook-User. Die größere Eingebundenheit in Facebook zeigte sich auch in den Motivationen der Facebook-Nutzung, die bei den Spielern in allen Faktoren ausgeprägter waren. Die Tatsache, dass Spieler auch auf Facebook aktiver waren als reine Facebook-User, wurde durch die relative hohe Korrelation dieser beiden Süchte unterstrichen. Des Weiteren zeigte sich, dass alle Personen, die ein auffälliges Verhalten bezüglich ihres Facebook-Konsums aufwiesen (gemessen an dem FB-IA-T), Spieler waren und auch in diesem Bereich Probleme hatten. Facebook-Sucht war auch der beste Prädiktor für Facebook-Spiele-Sucht.

Insgesamt zeigte sich, dass Facebook durchaus einen Ausgleich schaffen kann in Bereichen in denen man im "real life" möglicherweise Probleme hat bzw. eine nützliche Ergänzung darstellen kann, aber auch, dass im Umgang damit durchaus Vorsicht geboten ist, für die Spieler in noch größerem Ausmaß. Facebook wird das Leben offline nie ersetzen können. Im Gegenteil, so haben einzelne Personen davon berichtet, dass sie Facebook deprimiert hat und die Studie zeigte auch, dass User mit ihrem Leben weniger zufrieden, und einsamer sind. Diese Studie gibt allerdings keinen Einblick ob die Verwendung von Facebook dafür verantwortlich ist oder ob diese Personen einfach wahrscheinlicher einen Account auf Facebook erstellen, d.h. die Probleme bereits vor der Facebooknutzung bestanden. Es zeigte sich aber schon, dass Menschen beispielsweise durch Facebook deprimiert werden können und es ist durchaus vorstellbar, dass sich Menschen aufgrund der – in der Regel positiven – Darstellung anderer eingeschüchtert fühlen und dadurch an der Qualität ihres eigenen Lebens zweifeln. Was bleibt, ist zu hinterfragen wie echt das, was man auf Facebook sieht, ist.

Abstract

The main objective of this study was to compare Facebook addiction and Facebook games addiction and to analyse various concerning factors. Additionally, differences between addicts and non-addicts were evaluated as well as differences between Facebook users, Facebook games users, and non-Facebook-users.

Altogether $N=1019$ people participated in this study. Participants filled-in an online survey which included demographic information, Facebook related questions, two self-created IATs (Internet Addiction Tests) for Facebook and Facebook games, the Rosenberg Self-Esteem Scale, the Satisfaction with Life Scale, a short scale for measuring loneliness, and the Mini-IPIP to assess the personality structure.

The three groups displayed differences, among others, in self-esteem, life satisfaction, loneliness, neuroticism, extraversion, openness to experience, and conscientiousness.

Correlations showed coherences between addicted and non-addicted people including age, number of Facebook friends, frequency and duration of the login, motivations of using Facebook, and the personality factors self-esteem, conscientiousness, loneliness, and neuroticism.

The calculation of the linear regression indicated differences between Facebook addicts and Facebook games addicts in age, years at school and Facebook functions. Self-esteem and life satisfaction have been proved to be no predictors of addiction. Furthermore, the personality structure did not add much to the prediction of the respective addictions.

I. Literaturverzeichnis

- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*, 501-517.
- Armstrong, L., Phillips, J. G., & Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier Internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies, 53*, 537-550.
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *CyberPsychology and Behavior, 12*, 209-213.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 210-230.
- Campbell, A. J., Cumming, S. R., & Hughes, I. (2006). Internet use by the socially fearful: Addiction or therapy? *CyberPsychology and Behavior, 9*, 69-81.
- Chak, K., & Leung, L. (2004). Shyness and locus of control as predictors of internet addiction and internet use. *CyberPsychology and Behavior, 7*, 559-570.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P.-Y., & Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior, 27*, 1337-1343.
- von Collani, G., & Herzberg, P. Y. (2003). Eine revidierte Fassung der deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl von Rosenberg. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie, 24*, 3-7.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & de Zúñiga, H. H. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior, 26*, 247-253.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological internet use. *Computers in Human Behavior, 17*, 187-195.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment, 49*, 71-75.

- Donnellan, M. B., Oswald, F. L., Baird, B. M., & Lucas, R. E. (2006). The mini-IPIP scales: Tiny-yet-effective measures of the Big Five factors of personality. *Psychological Assessment, 18*, 192-203.
- Ehrenberg, A., Juckes, S., White, K. M., & Walsh, S. P. (2008). Personality and self-esteem as predictors of young people's technology use. *CyberPsychology and Behavior, 11*, 739-741.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*, 79-83.
- Griffiths, M. D. (1999). Internet addiction: Fact or fiction? *The Psychologist: Bulletin of the British Psychological Society, 12*, 246-250.
- Griffiths, M. D. (2000). Does internet and computer „addiction“ exist? Some case study evidence. *CyberPsychology & Behavior, 3*, 211-218.
- Griffiths, M. D., Davies, M. N. O., & Chappell, D. (2004). Demographic factors and playing variables in online computer gaming. *CyberPsychology and Behavior, 7*, 479-487.
- Griffiths, M. D. (2012). Facebook addiction: Concerns, criticism, and recommendations – A response to Andreassen and colleagues. *Psychological Reports, 110*, 518-520.
- Ha, J. H., Yoo, H. J., Cho, I. H., Chin, B., Shin, D., & Kim, J. H. (2006). Psychiatric comorbidity assessed in Korean children and adolescents who screen positive for internet addiction. *Journal of Clinical Psychiatry, 67*, 821-826.
- Hahn, A., & Jerusalem, M. (2001). Internetsucht: Jugendliche gefangen im Netz. In J. Reithel, (Hrsg.), *Risikoverhalten Jugendlicher: Erklärungen, Formen und Prävention* (S. 279-294). Berlin: Leske & Budrich.
- Hamburger, Y. A., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior, 16*, 441-449.

- Hamburger, Y. A., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior, 26*, 1289-1295.
- Hughes, M. E., Waite, L. J., Hawkley, L. C., & Cacioppo, J. T. (2008). A short scale for measuring loneliness in large surveys. *Research on Aging, 26*, 655-672.
- Hur, H. M. (2006). Demographic, habitual, and socioeconomic determinants of internet addiction disorder: An empirical study of Korean teenagers. *CyberPsychology and Behavior, 9*, 514-525.
- Joinson, A. N. (2008). 'Looking at', 'looking up' or 'keeping up with' people? Motives and uses of Facebook. In *Proceedings of the 26th Annual SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Florence, Italy, April 05-10 2008), CHI '08, ACM, New York, 1027- 1036.
- Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G., & Paparrigopoulos, T. (2010). Social network addiction: A new clinical disorder? *European Psychiatry, 25*, 855.
- Kim, J. H., Kim, M.-S., & Nam, Y. (2010). An analysis of self-construals, motivations, Facebook user, and user satisfaction. *International Journal of Human-Computer Interaction, 26*, 1077-1099.
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior, 27*, 365-372.
- Kim, W., Jeong, O.-R., & Lee, S.-W. (2010). On social web sites. *Information systems, 35*, 215-236.
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior, 26*, 1237-1245.
- Ko, C. H., Yen, J. Y., Chen, C. S., Chen, C. C., & Yen, C. F. (2008). Psychiatric comorbidity of internet addiction in college students: An interview study. *CNS Spectrums, 13*, 147-153.

- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist, 53*, 1017-1031.
- Kujath, C. L. (2011). Facebook and MySpace: Complement or substitute for face-to-face interaction? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*, 75-78.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011a). Excessive online social networking: Can adolescents become addicted to Facebook? *Education and Health, 29*, 68-71.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011b). Online social networking and addiction – A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 8*, 3528-3552.
- La Barbera, D., La Paglia, F., & Valsavoia, R. (2009). Social network and addiction. *Annual Review of Cybertherapy and Telemedicine, 7*, 33-36.
- Machold, C., Judge, G., Mavrincac, A., Elliott, J., Murphy, A. M., & Roche, E. (2012). Social networking patterns/hazards among Irish teenagers. *Irish Medical Journal, 107*, 151-152.
- Maranto, G., & Barton, M. (2009). Paradox and promise: MySpace, Facebook, and the sociopolitics of social networking in the writing classroom. *Computers and Composition, 27*, 36-47.
- Mc Andrew, F. T., & Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior, 28*, 2359-2365.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*, 357-364.
- Mehroof, M., & Griffiths, M. D. (2010). Online Gaming Addiction: The role of sensation seeking, self-control, neuroticism, aggression, state anxiety, and trait anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*, 313-316.

- Morahan-Martin, J. (2008). Internet abuse: Emerging trends and lingering questions. In A. Barak (Ed.), *Psychological aspects of cyberspace: Theory, research, applications* (pp. 32-69). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Nalwa, K., & Anand, A. P. (2003). Internet addiction in students: A cause of concern. *CyberPsychology and Behavior, 6*, 653-656.
- Ng, B. D., & Wiemer-Hastings, P. (2005). Addiction to the internet and online gaming. *CyberPsychology and Behavior, 8*, 110-113.
- Ni, X., Yan, H., Chen, S., & Liu, Z. (2009). Factors influencing internet addiction in a sample of freshmen university students in China. *CyberPsychology and Behavior, 12*, 327-330.
- O'Reilly, M. (1996). Internet addiction: A new disorder enters the medical lexicon. *Canadian Medical Association Journal, 154*, 188-189.
- Orr, E. S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychology and Behavior, 12*, 337-340.
- Özcan, N. K., & Buzlu, S. (2007). Internet use and its relation with the psychosocial situation for a sample of university students. *CyberPsychology and Behavior, 10*, 767-772.
- Pies, R. (2009). Should DSM-V designate „internet addiction“ a mental disorder? *Psychiatry, 6*, 31-37.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the gratifications theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology and Behavior, 11*, 169-174.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2008). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior, 25*, 578-586.

- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior, 27*, 1658-1664.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior, 27*, 2322-2329.
- Sproull, L., & Faraj, S. (1995). Atheism, sex, and databases. The net as a social technology. In B. Kahin & J. Keller, *Public access to the Internet* (pp. 62-81). Cambridge, MA: MIT Press.
- Stetina, B. U., Kothgasser, O. D., Lehenbauer, M., & Kryspin-Exner, I. (2010). Beyond the fascination of online-games: Probing addictive behavior and depression in the world of online-gaming. *Computers in Human Behavior, 27*, 473-479.
- Stieger, S., & Burger, C. (2010). Implicit and explicit self-esteem in the context of internet addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*, 681-688.
- Turkle, S. (1996). Virtuality and its discontents: Searching for community in cyberspace. *The American Prospect, 24*, 50-57.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there a social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*, 875-901.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology and Behavior, 9*, 584-590.
- Wan, C. (2009). *Gratifications & Loneliness as predictors of campus-SNS websites addiction & usage pattern among Chinese college students*. Master Thesis, The Chinese University of Hong Kong.
- Wang, J.-L., Jackson, L. A., Zhang, D.-J., & Su, Z.-Q. (2012). The relationships among the five personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese

- university students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28, 2313-2319.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 173-177.
- Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *CyberPsychology and Behavior*, 9, 772-775.
- Young, K. (1996). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the internet: A case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79, 899-902.
- Young, K. S. (1997). What makes the internet addictive: Potential explanations for pathological internet use [Online]. Verfügbar unter www.netaddiction.com/articles/hatbitforming.html
- Young, K. (1998a). *Caught in the net*. New York: John Wiley & Sons.
- Young, K. (1998b). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1, 237-244.
- Young, K., Pistner, M., O'Mara, J., & Buchanan, J. (1999). Cyber disorders: The mental health concern for the new millenium. *CyberPsychology and Behavior*, 2, 475-479.
- Young, K. (1999b). Internet addiction: Symptoms, evaluation, and treatment. *Innovations in Clinical Practice*, 17, 1-17.
- Young, K. (1999c). The research and controversy surrounding internet addiction. *CyberPsychology and Behavior*, 2, 381-383.
- Young, S., Dutta, D., & Dommety, G. (2009). Extrapolating psychological insights from Facebook profiles: A study of religion and relationship status. *CyberPsychology and Behavior*, 12, 347-350.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.

Zhou, S. X. (2010). *Gratifications, loneliness, leisure boredom and self-esteem as predictors of SNS-game addiction and usage pattern among Chinese college students*. University of Hong Kong. Master thesis.

II. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Reliabilitäten der verwendeten Messinstrumente	29
Tabelle 2: Aufteilung der Geschlechter und Übersicht über die 3 Gruppen	31
Tabelle 3: Gründe für Löschung/Deaktivieren des Accounts	34
Tabelle 4: Reliabilitäten der Funktionen	38
Tabelle 5: Reliabilitäten der Motivationen	39
Tabelle 6: Vergleich zwischen nicht-Usern, Facebook-Usern und Spielern	43
Tabelle 7: Vergleich von FB-Usern und Spielern bezüglich des Nutzungsverhaltens	45
Tabelle 8: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich der Funktionen	46
Tabelle 9: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich der Motivationen	46
Tabelle 10: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich Demographie	46
Tabelle 11: Vergleich der FB-User und Spieler bezüglich der Persönlichkeitsfaktoren	47
Tabelle 12: Korrelationen	49
Tabelle 13: Lineare Regression für FB-IAT und Spieler-IAT	51
Tabelle 14: Nationenvergleich in alphabetischer Reihenfolge	75
Tabelle 15: Rotierte Komponentenmatrix Funktionen	76
Tabelle 16: Rotierte Komponentenmatrix Motivationen	77
Tabelle 17: Häufigkeiten der genannten Spiele	78

III. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Familienstand kein FB	32
Abbildung 2: Familienstand FB	32
Abbildung 3: Familienstand Spieler	33
Abbildung 4: Häufigkeit des Logins beider Gruppen	36
Abbildung 5: Vergleich IATFB, IATFB-Spieler und Spiele-IAT	41

IV Anhang

Tabelle 14: Nationenvergleich in alphabetischer Reihenfolge

Nationalität	kein Facebook	Facebook	Spieler	Gesamt
Albanien	0	1	1	2
Barbados	0	2	2	4
Belgien	0	2	0	2
Bosnien	0	1	0	1
Brasilien	0	0	1	1
Bulgarien	0	1	1	2
Kanada	0	3	4	7
China	0	0	1	1
Deutschland	15	135	41	191
England	1	3	4	8
Estland	0	1	0	1
Finnland	0	2	0	2
Griechenland	0	3	1	4
Indien	0	0	7	7
Iran	1	0	0	1
Irland	0	2	1	3
Island	0	2	0	2
Italien	1	5	1	7
Jamaica	0	1	0	1
Kongo	0	1	0	1
Kroatien	0	2	0	2
Litauen	0	1	0	1
Luxemburg	0	1	0	1
Malta	0	0	2	2
Marokko	0	1	0	1
Mazedonien	0	3	2	5
Mexiko	0	2	2	4
Mongolei	1	0	0	1

Niederlande	0	1	0	1
Österreich	140	346	122	608
Pakistan	1	0	0	1
Peru	0	1	1	2
Polen	0	1	1	2
Puerto Rico	0	1	0	1
Rumänien	0	2	0	2
Schottland	0	0	1	1
Schweden	1	2	0	3
Schweiz	0	2	0	2
Slowenien	0	1	1	2
Spanien	0	1	0	1
Sri Lanka	0	1	0	1
Südafrika	0	1	1	2
Taiwan	0	0	1	1
Thailand	0	2	6	8
Türkei	0	1	0	1
Ungarn	0	0	1	1
Uruguay	0	0	1	1
USA	14	46	30	90
Gesamt	175	584	237	996

Tabelle 15: Rotierte Komponentenmatrix Funktionen

	1	2	3	4	5	6
Statusnachrichten posten	.805	.122	.056	.124	.095	.188
Statusnachrichten kommentieren	.782	.116	.273	.146	.169	.040
Pinnwandeinträge kommentieren	.772	.148	.303	.093	.161	.085
Fotos kommentieren	.740	.180	.339	.173	.051	.066
Fotos posten	.702	.240	.092	.154	.064	.138
Pinnwandeinträge bei anderen erstellen	.667	.165	.160	.177	.078	.155

Nutzen der „Gefällt mir“-Funktion	.663	.136	.364	.104	.144	.045
Teilen von Videos, Fotos, interessanten Inhalten	.619	.428	.031	.112	.175	.170
Lesen des Newsfeed	.312	.221	.169	-.076	.049	-.007
Betrachten von Videos	.126	.833	.275	.089	.113	.043
Posten von Videos	.269	.789	-.058	.064	.084	.069
Kommentieren von Videos	.377	.780	.152	.068	.130	.077
Betrachten anderer Profile	.217	.120	.760	.148	.023	.175
Betrachten von Fotos	.362	.193	.713	.182	.013	-.037
Lesen von Pinnwandeinträgen	.384	.042	.689	.126	.167	.057
Schreiben von Privaten Nachrichten	.206	.006	.080	.888	.109	-.027
Lesen von Privaten Nachrichten	.159	.005	.113	.875	.094	-.028
Chatten	.100	.191	.168	.618	.109	.179
Lesen in den Gruppen	.141	.107	.155	.138	.915	.065
Schreiben in den Gruppen	.181	.132	.074	.115	.912	.065
Einladen zu Veranstaltungen	.382	.211	-.257	.161	.401	-.079
Spiele	.129	.050	.042	-.040	.059	.880
Aktualisieren der Profilseite	.367	.132	.160	.206	.068	.567

Tabelle 16: Rotierte Komponentenmatrix Motivationen

Ablenkung	.775	.124	-.004
Langeweile	.770	.004	-.026
Unterhaltung	.666	.202	.227
Freundeskreis bei FB	.645	.090	.329
Nicht ausgeschlossen sein	.638	.251	-.050
Erreichbar sein	.621	.211	.255
Personen mit gleichen Interessen finden	-.033	.848	.128
Neue Freunde finden	.058	.734	.195
Finden interessanter Informationen	.225	.656	.046
Präsentation durch das Profil	.442	.582	.059
Austausch in den Gruppen	.154	.578	.133

Flirten	.358	.436	.063
Kontakt zu alten Freunden	-.014	.163	.805
Kontakt mit Freunden	.334	.007	.762
Kontakt mit Familie	.041	.218	.601

Tabelle 17: Häufigkeiten der genannten Spiele

Spiel	Häufig- keit	%	Spiel	Häufig- keit	%
Angry birds	3	2,3	Island paradise	2	1,6
Backyard Monsters	2	1,6	Madden	1	0,8
Bingo Blitz	1	0,8	Mafia wars	2	1,6
Bouncing Balls	1	0,8	Mahjong trails	2	1,6
Bubble island	3	2,3	Mahjong	4	3,1
Bubble spinner	1	0,8	Mob wars	1	0,8
Bubble witch saga	8	6,2	Monster world	1	0,8
Café World	2	1,6	Mystery manor	1	0,8
Castleville	7	5,4	Poker	5	3,9
Cityville	7	5,4	Ravensky	1	0,8
Combine	1	0,8	Restaurant City	1	0,8
Die Schlümpfe & Co	1	0,8	Rummy cup	1	0,8
Dead or alive	1	0,8	Scramble	1	0,8
Dorfleben	1	0,8	Sims social	9	7,0
Dragons of Atlantis	1	0,8	Sudoku	1	0,8
Draw something	1	0,8	Tetris	3	2,3
Emporea 2	1	0,8	Tetris battle	2	1,6
Family feud	1	0,8	Towner	1	0,8
Farmville	25	19,4	Trainstation	1	0,8
Gardens of time	1	0,8	Treasure island	1	0,8
Global Domination	1	0,8	Uno	2	1,6
Gourmet Ranch	2	1,6	Words with friends	1	0,8
Herausforderung der Städte	2	1,6	World series superstars	1	0,8
Hidden chronicles	5	3,9	Starries	1	0,8
Hoop de Loop Saga	1	0,8	Luxodus Bejeweled	1	0,8

Fragebogen

Vor der Teilnahme an dieser webbasierten Umfrage, lesen Sie bitte das Zustimmungsfomular durch und klicken auf den "Weiter"-Button am unteren Rand der Seite, wenn Sie die Aussagen verstehen und der Teilnahme an dieser Studie zustimmen.

Wenn Sie an der kompletten Studie teilnehmen, haben Sie die Möglichkeit, unter Angabe ihrer E-Mail-Adresse, an der Verlosung von 20 **Amazon-Gutscheinen** zu je 15 Euro (20 US-Dollar) teilzunehmen.

Einwilligungserklärung

Ich möchte Sie einladen, an einer wissenschaftlichen Online-Studie über Internet und Persönlichkeit teilzunehmen. Die Teilnahme an dieser Studie dauert ca. 10-15 Minuten. Ihre Teilnahme ist völlig freiwillig. Sie können Ihre Teilnahme jederzeit abbrechen oder Antworten verweigern. Alle in dieser Online-Studie gesammelten Informationen werden **vertraulich und anonym** behandelt und Sie werden durch Ihre Antworten nicht identifiziert werden können.

Wenn Sie die obigen Aussagen verstehen und der Teilnahme an dieser Studie zustimmen, klicken Sie unten auf den Button um das Experiment zu beginnen.

Wenn Sie Fragen zu diesem Forschungsprojekt haben, scheuen Sie sich nicht mir ein E-Mail zu schreiben (Petra Schützenberger, a0505173@unet.univie.ac.at) oder hinterlassen Sie mir eine Nachricht am Ende dieses Fragebogens.

Petra Schützenberger

Fakultät für Psychologie

Universität Wien

Email: a0505173@unet.univie.ac.at

Alter: _____

Geschlecht:

- weiblich
 männlich

Nationalität: _____

momentaner Familienstand:

- Single
- in einer Beziehung
- verheiratet
- geschieden
- verwitwet

Wie viele Jahre haben Sie in Ihre schulische Ausbildung investiert (Pflichtschule, weiterführende Schule, Universität, etc., exclusive Wiederholungen)? _____

Was ist Ihre Muttersprache?

Haben Sie zur Zeit einen Facebook-Account? (diese Angabe ist verpflichtend)

- Ja
- Nein

Falls Sie auf Facebook registriert sind, besitzen Sie mehr als einen Account?

- Ja
- Nein

Wenn ja, viele viele? _____

Haben Sie schon einmal Ihren Facebook-Account gelöscht oder deaktiviert?

- Ja
- Nein

Wenn ja, warum?

Wie viele Freunde haben Sie auf Facebook? _____

Wie viele Ihrer Facebook-Freunde treffen Sie auch offline (im wirklichen Leben) regelmäßig (d.h. mindestens einmal alle 1-2 Wochen)? _____

Wie viele Personen würden Sie in Ihrem wirklichen Leben (offline) als enge Freunde bezeichnen (d.h. nur solche Freunde die Sie persönlich treffen)? _____

Wie lange haben Sie bereits einen Account auf Facebook (in Monaten)? _____

Wie oft loggen Sie sich durchschnittlich auf Facebook ein?

- nie
- alle paar Monate
- mehrmals im Monat
- mehrmals in der Woche
- einmal täglich
- mehrmals täglich

Wie viele Minuten verbringen Sie durchschnittlich pro Sitzung auf Facebook (d.h. wie viele Minuten dauert bei Ihnen eine durchschnittliche Facebook-Sitzung)? _____

Wie viele Stunden verbringen Sie durchschnittlich pro Woche privat im Internet (einschließlich Ihres privaten Facebook-Gebrauchs)? _____

Wie viele Stunden verbringen Sie durchschnittlich pro Woche auf Facebook? _____

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Funktionen auf Facebook?

	nie	selten	manchmal	häufig	sehr häufig
Newsfeed lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Private Nachrichten lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Private Nachrichten schreiben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chatten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pinnwandeinträge bei anderen erstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pinnwandeinträge kommentieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pinnwandeinträge lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zu eigenen Veranstaltungen einladen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lesen in den Gruppen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schreiben in den Gruppen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posten von Fotos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betrachten von Fotos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommentieren von Fotos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posten von Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betrachten von Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommentieren von Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posten von Statusnachrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommentieren von Statusnachrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook-Spiele spielen (z.B. Farmville)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bearbeiten der eigenen Profilseite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Gefällt mir"-Funktion verwenden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilen von Videos, Fotos, interessanten Inhalten, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lesen/Betrachten der Profile anderer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie oft nutzen Sie Facebook aus folgenden Gründen?

	nie	selten	manchmal	häufig	sehr häufig
Um mit Freunden in Kontakt zu bleiben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um zu alten Freunden wieder Kontakt aufzunehmen (z.B. Schulfreunde).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um neue Freunde zu gewinnen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um mit der Familie in Kontakt zu bleiben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um Personen mit gleichen Interessen zu finden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um für mich interessante Informationen zu finden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um mich mit anderen in den Gruppen austauschen zu können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um mich anderen durch mein Profil präsentieren zu können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weil mein Freundeskreis auch bei Facebook ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aus Langeweile.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Um nicht ausgeschlossen zu sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um erreichbar zu sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um mich abzulenken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um zu flirten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zur Unterhaltung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Folgende Fragen beziehen sich auf diverse Spiele auf Facebook (FarmVille, MafiaWars, etc.).

Bitte lesen Sie jede Frage aufmerksam durch und wählen Sie die Antwortalternative aus, die für Sie am zutreffendsten ist.

	niemals	selten	manchmal	häufig	immer
Ertappen Sie sich dabei, dass Sie länger auf Facebook spielen als Sie es sich vorgenommen haben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vernachlässigen Sie die Hausarbeit um mehr Zeit mit dem Spielen auf Facebook verbringen zu können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bevorzugen Sie den Reiz der Facebook-Spiele gegenüber der Intimität mit Ihrem Partner?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gehen Sie neue Freundschaften mit anderen Facebook-Spielern ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschweren sich andere in Ihrem Umfeld bei Ihnen über den Zeitumfang, den Sie mit dem Spielen auf Facebook verbringen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leidet Ihre Arbeit (z.B. durch das Hinausschieben von Dingen, das Versäumen von Terminen, etc.) aufgrund der Zeit, die Sie mit dem Spielen auf Facebook verbringen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielen Sie auf Facebook, bevor Sie Dinge machen, die Sie eigentlich erledigen sollten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leidet Ihre Arbeitsleistung oder Produktivität aufgrund der Spiele auf Facebook?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie das Gefühl, dass Sie sich verteidigen oder etwas verheimlichen müssen, wenn Sie jemand fragt, was Sie auf Facebook spielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterdrücken Sie Sorgen in Ihrem Leben durch beruhigende Gedanken an die Facebook-Spiele?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fällt Ihnen auf, dass Sie manchmal darüber nachdenken, wann sie das nächste Mal auf Facebook spielen werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Befürchten Sie, dass das Leben ohne die Facebook-Spiele langweilig, leer und freudlos wäre?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fluchen Sie, schreien Sie oder sind Sie verärgert, wenn Sie jemand stört, während Sie auf Facebook spielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schlafen Sie weniger, weil Sie spät am Abend auf Facebook spielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschäftigt Sie das Spielen auf Facebook wenn Sie nicht spielen, oder denken Sie darüber nach, wie es wäre, zu spielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ertappen Sie sich dabei wie Sie sagen "Nur noch ein paar Minuten", nur um noch etwas länger auf Facebook spielen zu können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Versuchen Sie vergeblich die Zeit, die Sie mit den Facebook-Spielen verbringen, zu reduzieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versuchen Sie zu verheimlichen, wie lange Sie auf Facebook gespielt haben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bevorzugen Sie es mehr Zeit mit dem Spielen auf Facebook zu verbringen als mit jemandem auszugehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fühlen Sie sich schlecht, launisch oder nervös, wenn Sie nicht auf Facebook spielen und das ändert sich sobald Sie wieder spielen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Falls Sie Spiele auf Facebook nutzen, welches ist Ihr Lieblingsspiel? _____

Folgende Fragen beziehen sich auf alle Funktionen von Facebook (OHNE die Spiele). Darunter fallen unter anderem die Möglichkeiten mit anderen zu kommunizieren (Nachrichten, Chat, Pinnwandeinträge,..), das Posten und Kommentieren von Fotos, Statusnachrichten, das Bearbeiten des eigenen Profils, Aktivität in den Gruppen, Lesen in Profilen usw..

Bitte lesen Sie jede Frage aufmerksam durch und wählen Sie die Antwortalternative aus, die für sie am zutreffendsten ist.

	niemals	selten	manchmal	häufig	immer
Ertappen Sie sich dabei, dass Sie länger auf Facebook aktiv sind als Sie es sich vorgenommen haben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vernachlässigen Sie die Hausarbeit um mehr Zeit auf Facebook verbringen zu können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bevorzugen Sie den Reiz von Facebook gegenüber der Intimität mit Ihrem Partner?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gehen Sie neue Freundschaften mit anderen Usern auf Facebook ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschweren sich andere in Ihrem Umfeld bei Ihnen über den Zeitumfang den Sie auf Facebook verbringen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leidet Ihre Arbeit (z.B. durch das Hinausschieben von Dingen, das Versäumen von Terminen, etc.) aufgrund der Zeit, die Sie auf Facebook verbringen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kontrollieren Sie Ihren Facebook-Account nach Neuigkeiten, bevor Sie die Dinge machen, die Sie eigentlich erledigen sollten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leidet Ihre Arbeitsleistung oder Produktivität aufgrund von Facebook?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie das Gefühl, dass Sie sich verteidigen oder etwas verheimlichen müssen, wenn Sie jemand fragt, was Sie auf Facebook machen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterdrücken Sie Sorgen in Ihrem Leben durch beruhigende Gedanken an Facebook?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fällt Ihnen auf, dass Sie manchmal darüber nachdenken, wann Sie das nächste Mal auf Facebook online gehen werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Befürchten Sie, dass das Leben ohne Facebook langweilig, leer und freudlos wäre?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fluchen Sie, schreien Sie oder sind Sie verärgert, wenn Sie jemand stört, während Sie auf Facebook online sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schlafen Sie weniger, weil Sie noch spät am Abend auf Facebook aktiv sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschäftigt Sie Facebook wenn Sie offline sind, oder denken Sie darüber nach, wie es wäre, auf Facebook online zu sein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ertappen Sie sich dabei wie Sie sagen "Nur noch ein paar Minuten", nur um noch etwas auf Facebook online bleiben zu können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versuchen Sie vergeblich die Zeit, die Sie auf Facebook verbringen, zu reduzieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versuchen Sie zu verheimlichen, wie lange Sie auf Facebook online waren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bevorzugen Sie es mehr Zeit auf Facebook zu verbringen als mit jemandem auszugehen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fühlen Sie sich schlecht, launisch oder nervös, wenn Sie auf Facebook offline sind und ändert sich das sobald Sie wieder online sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Es folgen nun ein paar Aussagen bei denen es um Ihre Einstellung zu sich selbst geht. Bitte geben Sie an, inwiefern diese Aussagen auf Sie selbst zutreffen.

	stimmt gar nicht	stimmt eher nicht	stimmt eher	stimmt völlig
Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden. Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts tauge.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alles in allem neige ich dazu, mich für einen Versager zu halten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Es folgen fünf Aussagen, denen Sie zustimmen bzw. die Sie ablehnen können. Bitte geben Sie Ihre Zustimmung bzw. Ablehnung bekannt indem Sie die entsprechende Antwortalternative wählen.

	starke Ab- lehnung	Ab- lehnung	leichte Ab- lehnung	weder Ab- lehnung noch Zu- stimmu- ng	leichte Zu- stimmu- ng	Zu- stimmu- ng	starke Zu- stimmu- ng
In den meisten Punkten ist mein Leben meinem Ideal nahe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Lebensbedingungen sind hervorragend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin zufrieden mit meinem Leben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe bisher die wichtigen Dinge, die ich mir vom Leben wünsche, auch bekommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich fast nichts ändern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Die nächsten Fragen beziehen sich auf verschiedene Aspekte Ihres Lebens. Geben Sie bitte an, wie oft Sie diese fühlen.

	nie/selten	manchmal	oft
Wie oft fühlen Sie, dass Ihnen Gesellschaft fehlt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft fühlen Sie sich ausgeschlossen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft fühlen Sie sich von anderen isoliert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

	trifft über- haupt nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teil- weise zu	trifft eher zu	trifft sehr zu
Ich bin eine Stimmungskanone.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann Gefühle anderer gut nachempfinden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich erledige Aufgaben lieber sofort.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe regelmäßig Stimmungsschwankungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe eine lebhaft Phantasie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich rede nicht gerne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Probleme von anderen interessieren mich nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich vergesse oft Dinge an ihren vorgesehenen Platz zurückzustellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meistens bin ich entspannt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ich habe kein Interesse an abstrakten Vorstellungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auf Parties rede ich mit vielen verschiedenen Leuten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann mich gut in andere Personen einfühlen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich mag Ordnung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich rege mich schnell auf.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe Probleme abstrakte Dinge zu verstehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte mich im Hintergrund.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere Menschen interessieren mich nicht wirklich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich vermassle oft alles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin selten traurig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann mir Dinge oft nicht gut vorstellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sie haben die Online-Studie nun abgeschlossen.

Bitte bestätigen Sie Ihre Antworten indem sie unten auf Absenden klicken.

Wenn sie irgendwelche Anmerkungen haben, lassen Sie es mich bitte wissen.

Wenn Sie an der Verlosung der 20 Amazon-Gutscheine (im Wert von 15 Euro/ 20 US-Dollar) teilnehmen möchten, hinterlassen Sie hier bitte Ihre E-Mail-Adresse (Ihre Email-Adresse wird nur für die Verlosung verwendet und nicht an Dritte weitergegeben).

Vielen Dank für die Teilnahme an dieser Studie!

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit mit besten Wissen und Gewissen selbstständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder inhaltlich auf Veröffentlichungen anderer Autoren beruhen, sind als solche in der vorliegenden Arbeit kenntlich gemacht. Ich versichere außerdem, dass keine andere als die angegebene Literatur verwendet wurde.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Linz, der 08. März 2015

(Petra Schützenberger)

Curriculum Vitae

Persönliche Angaben

Name: Petra Schützenberger
Geburtsort: Linz
Staatsbürgerschaft: Österreich
E-Mail: p.schuetzenberger@gmx.at

Ausbildung

Schule 1991-1995 Volksschule Pregarten
1995-2002 Bundesrealgymnasium Freistadt
2002-2004 Bundesoberstufenrealgymnasium Perg

Studium seit 2005 Studium der Psychologie an der Universität
Abschluss des zweiten Abschnittes im SoSe 12

Praktikum Februar und Juli 2011 Pflichtpraktikum in der
Psychiatrischen Tagesklinik Freistadt