

Heranwachsen mit dem Social Web

Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Medienpädagogische Fachtagung der Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM) am 23.9.2009 in Düsseldorf

Präsentation:

Prof. Dr. Uwe Hasebrink und Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink

Kernfrage der Studie

- Welchen Umgang haben Jugendliche und junge Erwachsene mit dem Social Web, und welche Bedeutung messen ihm Heranwachsende unter den gegenwärtigen sozialen und technischen Bedingungen im Kontext ihrer Sozialisation bei?

Sozialisation im Kontext sozialer Wandlungsprozesse

- Die Sozialisation von Jugendlichen findet unter anderen technisch-medialen und sozialen Bedingungen statt als die früherer Generationen.
- Medien durchdringen mittlerweile nahezu sämtliche Alltagskontexte in hohem Maße und prägen die Lebensführung von Menschen mit.
- Veränderungen der mediatisierten Kommunikation beeinflussen auch die soziale Organisation unserer Gesellschaft.
 - Das Netzwerk ist zu einer dominierenden Sozialgestalt geworden ist, die „vernetzte Individualität“ zu einem gesellschaftlich-kulturellen Leitbild.
 - Mit der Sozialgestalt „Netzwerk“ korrespondiert der Prozess des „Vernetzens“, also des Knüpfens oder Pflegens von sozialen Beziehungen.

Entwicklungsaufgaben in der Identitätsgenese

- Entwicklungsaufgaben verbinden Individuum und Umwelt, setzen kulturelle Anforderungen mit individueller Leistungsfähigkeit in Beziehung und betonen die „Agency“ von Individuen.
- Heranwachsenden wird eine aktive Rolle bei der Gestaltung der eigenen Entwicklung beigemessen.
- Aufwachsen heute bedeutet mit Identitäten „spielen“ zu können.
- „Lebenkönnen“ besteht in der „Akzeptanz von grundlegenden Ungewissheiten in der eigenen erwartbaren Biographie“ (Rosenmayr 1985, S. 296).

Korrespondenz von Entwicklungsaufgaben und Handlungskomponenten im Social Web

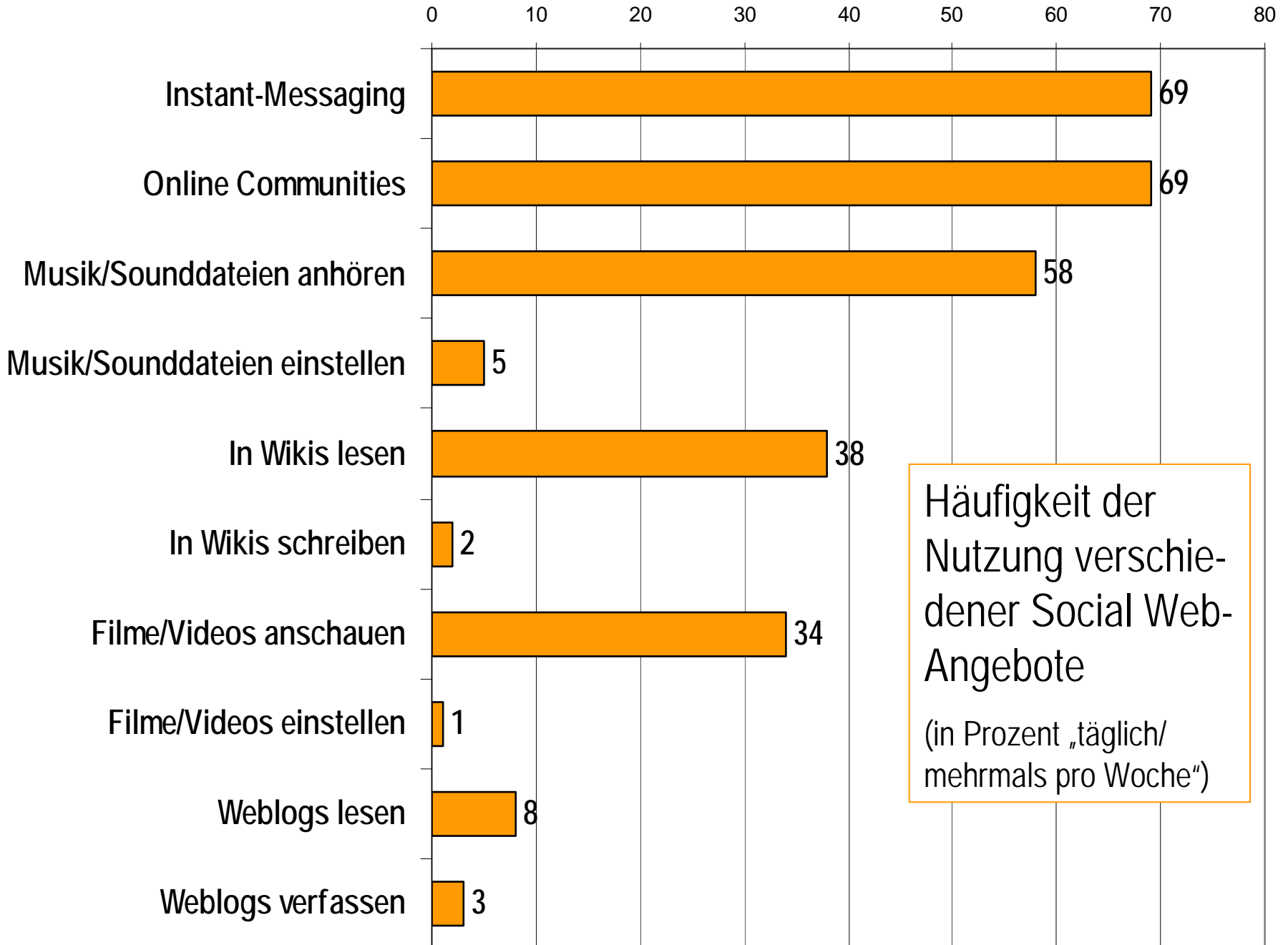
Entwicklungsaufgabe	Kernfrage	Handlungskomponente	Beispiele
Selbstauseinandersetzung	Wer bin ich?	Identitätsmanagement	Ausfüllen einer Profilseite; Veröffentlichen eines eigenen Videos
Sozialauseinandersetzung	Welche Position habe ich in meinem sozialen Netzwerk?	Beziehungsmanagement	Senden oder Annehmen von Kontaktgesuchen; Kommentieren eines Weblogeintrags
Sachauseinandersetzung	Wie orientiere ich mich in der Welt?	Informationsmanagement	Recherchieren in Wikipedia; Bewerten eines YouTube-Videos

Konkretisierung der Fragestellung

1. Von wem und wie werden Social Web-Angebote genutzt? (Telefonische Repräsentativbefragung bei 12- bis 24-Jährigen)
2. Welche Rolle messen Jugendliche und junge Erwachsene Social Web-Angeboten im Alltag bei? (Qualitative Gruppendiskussionen und Einzelinterviews mit Blick auf lebensweltliche Hintergründe)

Anlage der quantitativen Teilstudie

- **Leitfragen:**
 - Wie nutzen Jugendliche und junge Erwachsene Angebote des Social Web?
 - Welche Einstellungen haben sie diesen Angeboten gegenüber?
 - Wie kombinieren sie das Social Web mit anderen Medienangeboten?
- **Stichprobe:** 650 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 12 und 24 Jahren
- **Rekrutierungsmerkmale:** Mindestens gelegentliche Internetnutzung, Geschlecht, Alter, formale Bildung
- **Erhebung:** Repräsentative Telefonbefragung, durchgeführt von Enigma/GfK im Oktober/November 2008



Häufigkeit der Nutzung verschiedener Social Web-Angebote
(in Prozent „täglich/mehrmals pro Woche“)

Häufigkeit der Nutzung verschiedener Social Web-Angebote (Prozent „täglich/mehrmals pro Woche“)

	Ge- samt
Instant Messaging	69
Online Communities	69
Musikdateien hören	58
Wikis lesen	38
Videos anschauen	34
Weblogs lesen	8
Musik einstellen	5

Häufigkeit der Nutzung verschiedener Social Web-Angebote (Prozent „täglich/mehrmals pro Woche“)

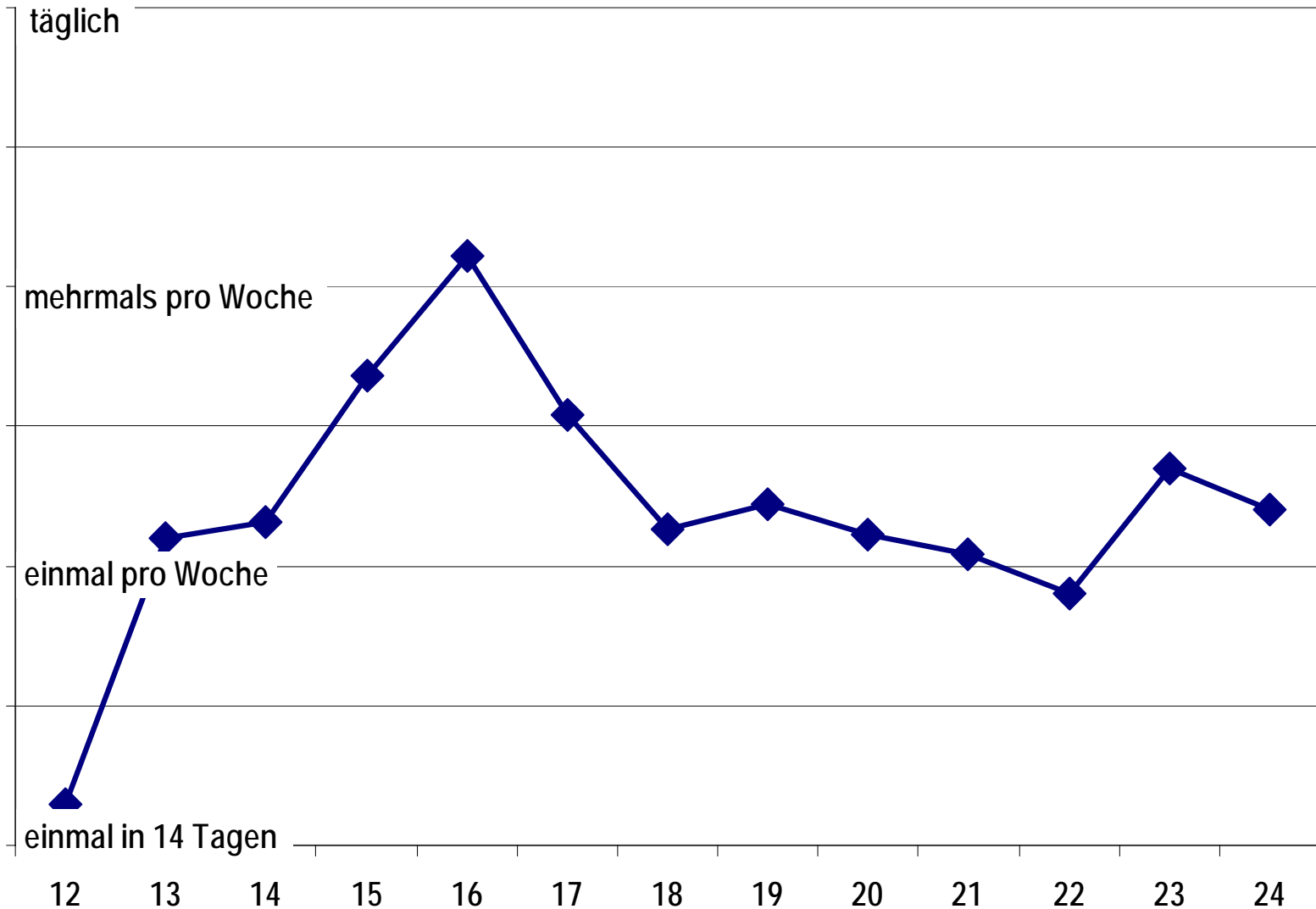
	Ge- samt	Männ- lich	Weib- lich
Instant Messaging	69	72	67
Online Communities	69	65	72
Musikdateien hören	58	63	52
Wikis lesen	38	39	36
Videos anschauen	34	45	23
Weblogs lesen	8	11	5
Musik einstellen	5	7	3

Häufigkeit der Nutzung verschiedener Social Web-Angebote (Prozent „täglich/mehrmals pro Woche“)

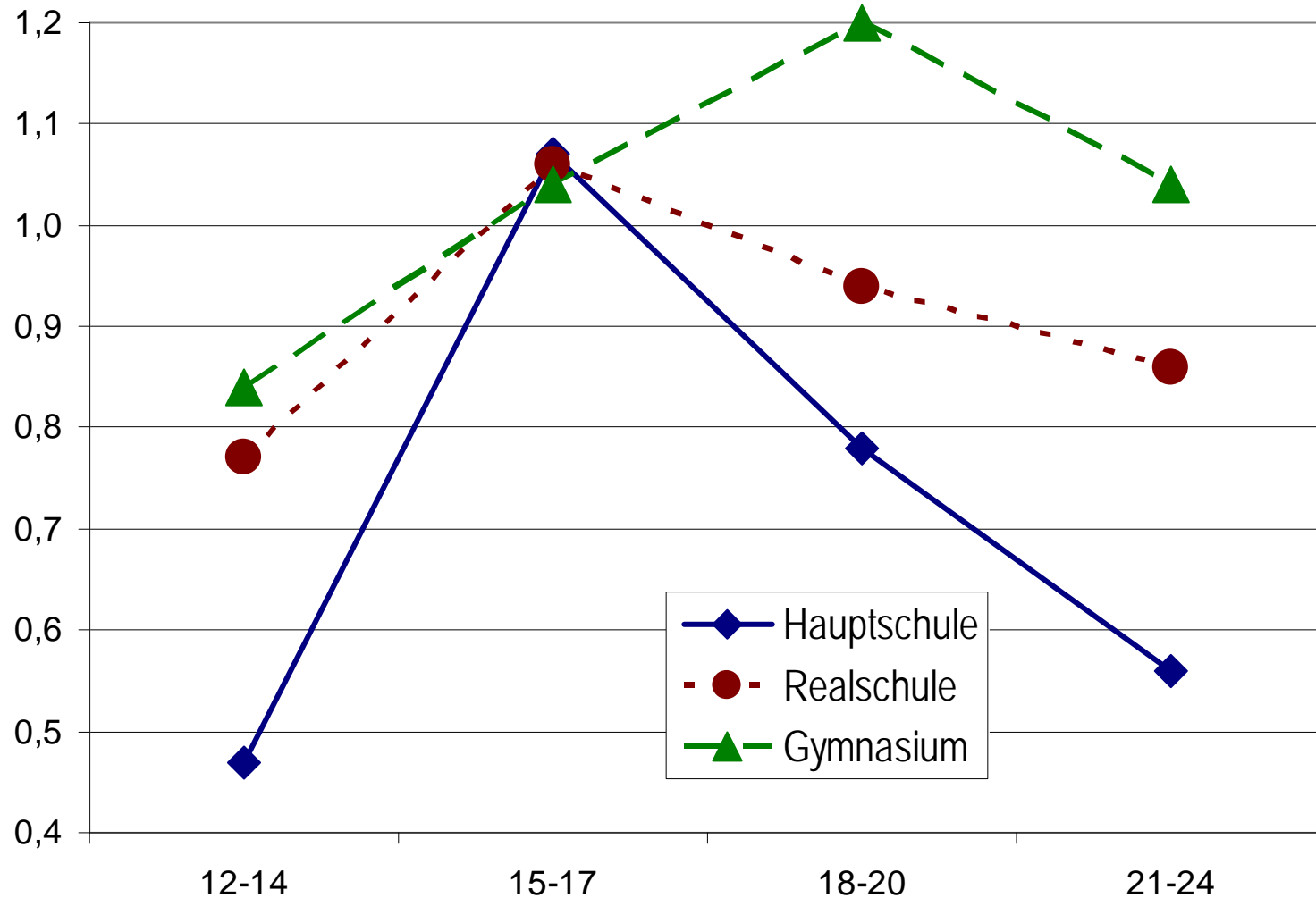
	Ge- samt	Männ- lich	Weib- lich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre
Instant Messaging	69	72	67	72	79	75	59
Online Communities	69	65	72	63	77	66	68
Musikdateien hören	58	63	52	59	75	66	40
Wikis lesen	38	39	36	25	41	45	38
Videos anschauen	34	45	23	38	46	33	24
Weblogs lesen	8	11	5	6	12	8	7
Musik einstellen	5	7	3	3	11	6	3



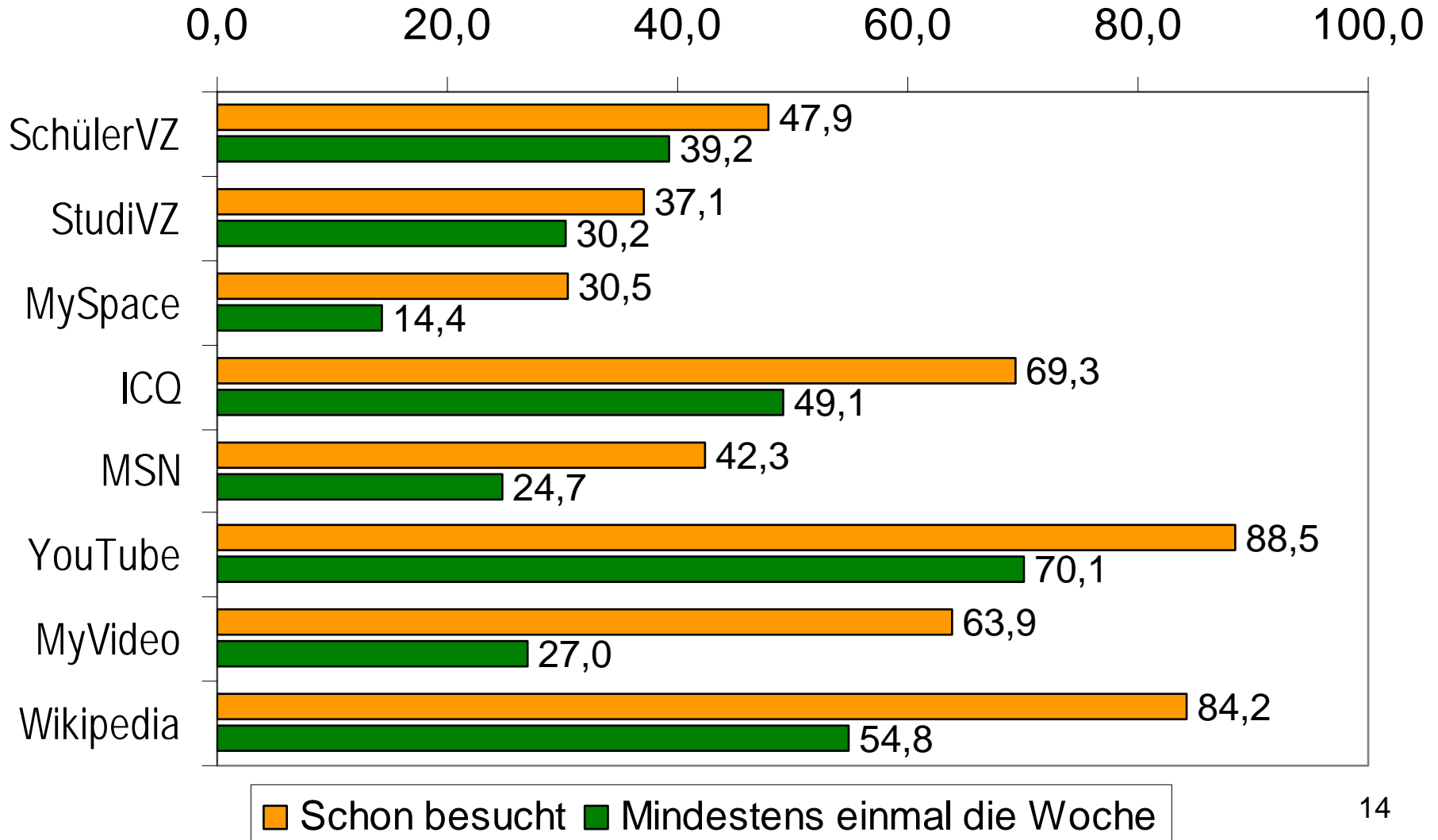
SNS-Nutzung nach Alter



Häufigkeit der SNS-Nutzung nach Alter und Bildung



Reichweite populärer Social Web-Anwendungen (in %)



Reichweite populärer Social-Web-Anwendungen

(„mindestens einmal pro Woche“, in %)

	Ge- samt
SchülerVZ	39
StudiVZ	30
MySpace	14
ICQ	49
MSN	25
YouTube	70
MyVideo	27
Wikipedia	55

Reichweite populärer Social-Web-Anwendungen

(„mindestens einmal pro Woche“, in %)

	Ge- samt	Männ- lich	Weib- lich
SchülerVZ	39	41	37
StudiVZ	30	28	32
MySpace	14	17	12
ICQ	49	51	47
MSN	25	22	27
YouTube	70	81	59
MyVideo	27	39	15
Wikipedia	55	61	49

Reichweite populärer Social-Web-Anwendungen

(„mindestens einmal pro Woche“, in %)

	Ge- samt	Männ- lich	Weib- lich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre
SchülerVZ	39	41	37	58	66	37	11
StudiVZ	30	28	32	2	10	37	57
MySpace	14	17	12	7	23	16	12
ICQ	49	51	47	48	60	57	37
MSN	25	22	27	24	33	28	17
YouTube	70	81	59	76	83	73	56
MyVideo	27	39	15	45	35	24	13
Wikipedia	55	61	49	53	61	58	50



Lieblingswebsites (in %; offene Frage, bis zu 3 Nennungen)

Gesamt
<i>n=650</i>
Google (31)
YouTube (29)
SchülerVZ (25)
StudiVZ (15)
Web.de (11)
Wikipedia (11)



Lieblingswebsites (in %; offene Frage, bis zu 3 Nennungen)

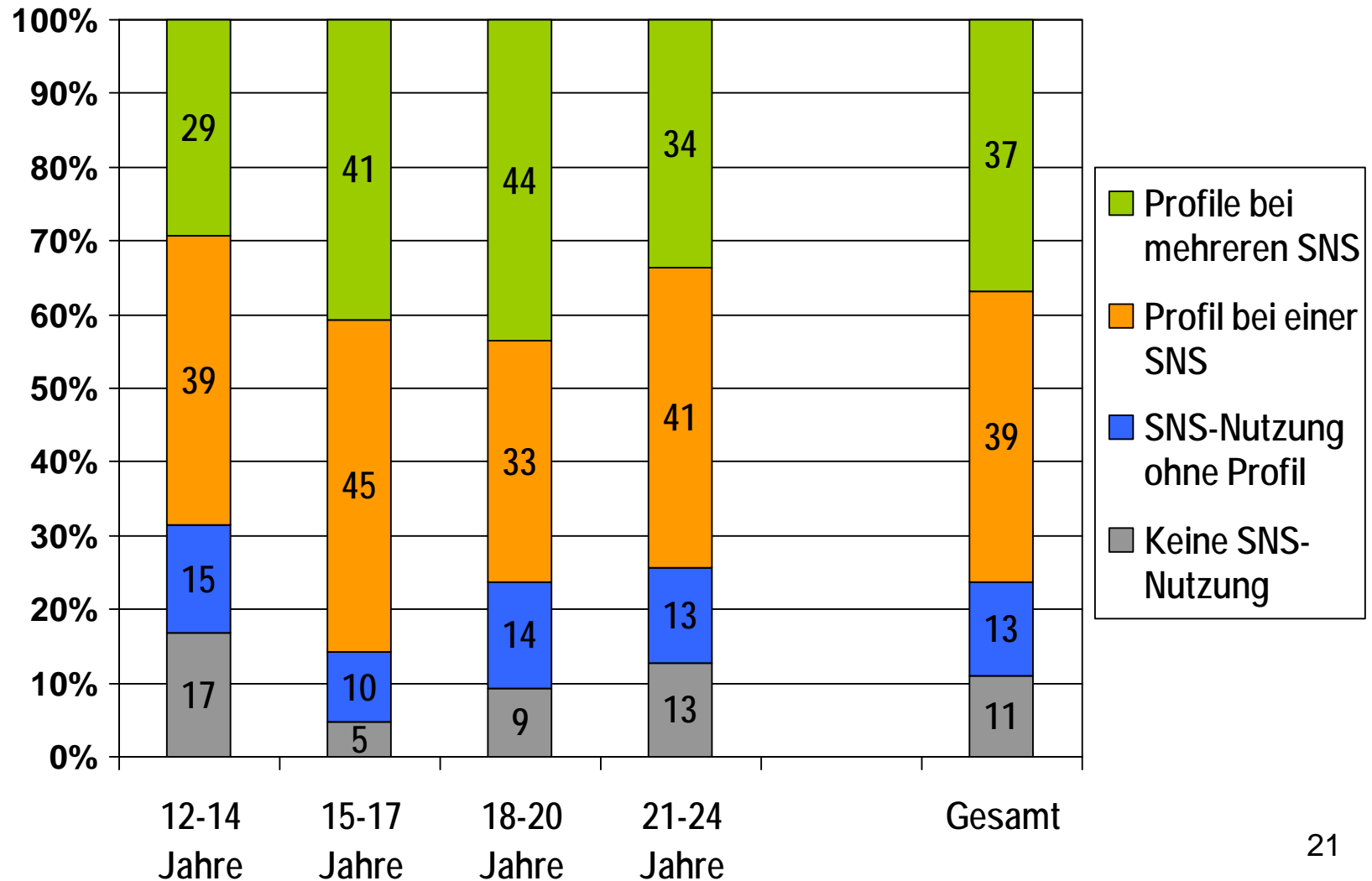
Gesamt	männlich	weiblich
<i>n=650</i>	<i>n=332</i>	<i>n=319</i>
Google (31)	YouTube (33)	Google (30)
YouTube (29)	Google (33)	SchülerVZ (27)
SchülerVZ (25)	SchülerVZ (23)	YouTube (25)
StudiVZ (15)	eBay (11)	StudiVZ (21)
Web.de (11)	Wikipedia (10)	Web.de (17)
Wikipedia (11)		GMX (11)
		Wikipedia (11)
		Wer-kennt-wen



Lieblingswebsites (in %; offene Frage, bis zu 3 Nennungen)

Gesamt	männlich	weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre
<i>n=650</i>	<i>n=332</i>	<i>n=319</i>	<i>n=131</i>	<i>n=148</i>	<i>n=161</i>	<i>n=211</i>
Google (31)	YouTube (33)	Google (30)	SchülerVZ (45)	SchülerVZ (52)	Google (38)	Google (36)
YouTube (29)	Google (33)	SchülerVZ (27)	YouTube (42)	YouTube (40)	YouTube (25)	StudiVZ (34)
SchülerVZ (25)	SchülerVZ (23)	YouTube (25)	Google (26)	Google (23)	Web.de (15)	GMX (19)
StudiVZ (15)	eBay (11)	StudiVZ (21)	ICQ (11)	Wikipedia (11)	eBay (15)	Web.de (18)
Web.de (11)	Wikipedia (10)	Web.de (17)	MyVideo (10)		Wikipedia (15)	YouTube (16)
Wikipedia (11)		GMX (11)			SchülerVZ (14)	eBay (14)
		Wikipedia (11)			StudiVZ (13)	Wer-kennt-wen
		Wer-kennt-wen				

SNS-Nutzertypen (in %)



Umgang mit eigenen Profilen

- Typisch für den Umgang mit den Profilen bei der meistgenutzten Community ist, dass sich die Befragten *täglich* mit ihnen anmelden (57,0%), insgesamt fast 85 Prozent geben an, sich mindestens mehrmals pro Woche anzumelden.
- In der meistgenutzten Community haben die Befragten im Durchschnitt gut 130 „Freunde oder Kontakte“.
- In aller Regel (85%) geben die Befragten an, dass sie die meisten dieser Freunde schon einmal persönlich getroffen haben, nur bei 4 Prozent sind dies weniger als die Hälfte.
- Der Anteil derjenigen, die angeben, dass sie die meisten dieser Freunde schon persönlich getroffen haben, steigt von den 12- bis 14-Jährigen (71%) über die 15- bis 17-Jährigen (77%), die 18- bis 20-Jährigen (90%) bis zu den 21- bis 24-Jährigen (95%) kontinuierlich an.

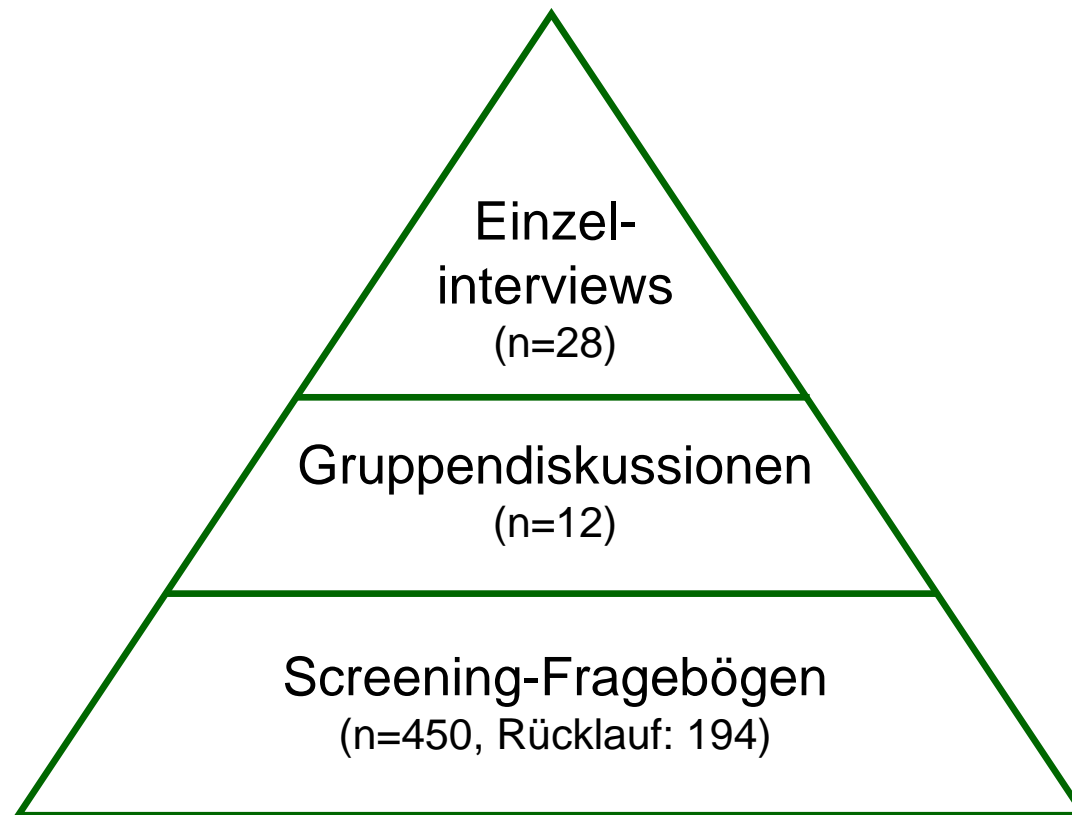
Problematisches Nutzungsverhalten (in %)

	Ge- samt	Männ- lich	Weib- lich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre
Schon mal von jemandem im Internet belästigt worden	28	27	29	25	25	37	26
Ohne Einverständnis wurden Fotos oder Informationen ins Internet gestellt	13	14	11	8	11	17	14
Schon selbst Dinge ins Internet gestellt, über die sich jemand beschwert hat	9	12	5	6	5	17	6

Anlage der qualitativen Teilstudie

- **Ziel:** Wie konstituieren junge Menschen ihre Wahrnehmungen und Handlungen, ihre Interpretationen und Bedeutungszuschreibungen von und mit dem Social Web im Alltag?
- **Probanden:** Jugendliche und junge Erwachsene aus drei Altersgruppen
(12 bis 14 Jahre, 15 bis 17 sowie 18 bis 24 Jahre)
- **Rekrutierungsfaktoren:** Geschlecht, formale Bildung, Wohnort (Stadt vs. Land), Differenzen im Umgang mit Social Web-Angeboten

Aufbau der Qualitativen Teilstudie



Individuelle Perspektiven – Unterschiedliche Handlungstypen

- Breites Spektrum an Umgangsweisen mit Social Web bei Jugendlichen und jungen Heranwachsenden
- Umgangsunterschiede vor allem in Bezug auf folgende Dimensionen:

kreativ, intensiv, reflexiv, initiativ, relevant und innovativ

Analysedimensionen

Dimension	Leitfrage	Beispiel
kreativ	Werden neue Inhalte geschaffen?	Publikation eines eigenen Videos auf <i>YouTube</i> , Schreiben eines Blogs
intensiv	Wie sieht der zeitliche Umfang der Social Web-Nutzung aus?	Lange online sein, auch wenn man andere Medien, wie z.B. TV nebenbei nutzt
reflexiv	Denkt der Proband über sein Tun nach?	Genaueres Lesen von AGBs; Hinterfragen von Risiken; Abgleich von Chancen und Risiken des Social Web
Initiativ	Ist der Proband selbst Akteur (z.B. Peer-Group)?	Gründung eigener Gruppen in <i>Schüler-VZ</i> , aktive Initiierung von Kommunikation über Instant Messaging bzw. Netzwerkplattformen
relevant	Welche Bedeutung misst der Proband dem Umgang mit Social Web-Angeboten in seinem Alltag bei?	Social Web für Beziehungs-, Identitäts- und Informationsmanagement hohen Stellenwert im Alltag beimessen
innovativ	Weitet der Proband den Handlungsspielraum nach eigenen Interessen aus?	Ausweiten oder Umdeuten eines Angebots über seinen ursprünglichen Rahmen hinaus, z.B. <i>Netlog</i> als Chance für einen eigen geheimen Blog nutzen

Social Web-Handlungstypen

1. Der kreativ-selbstbewusste und neugierige Social Web-Umgang
2. Der intensive und kritische, aber konventionelle Umgang mit dem Social Web für das Beziehungsmanagement und des sonstigen Internets für das Informationsmanagement
3. Der intensive und kommunikativ-initiative Umgang mit dem Social Web zur Kontaktpflege und Selbstdarstellung
4. „Dabei sein ist alles“ – Social Web vornehmlich zum Beziehungsmanagement, sonst eher unspezifische Social Web-Nutzung
5. Der kritisch-selektive Umgang mit dem Social Web als Mittel zum Zweck, insbesondere zur Beziehungspflege und zur Information
6. Das Social Web zur Kompensation bei sozialen Problemen – die intensive und initiative Nutzung mit hoher Relevanz in einem problembelasteten Alltag

Chancen und Risiken der Social Web-Nutzung

- Chancen und Risiken gehen im Social Web Hand in Hand.
- Wer die Vorteile des Social Web nutzen will, ist auch gleichzeitig mit Risiken konfrontiert.
 - **Dilemma:** Preisgabe von privaten Angaben zur Person, um gewünschte Vorteile der Social Web-Nutzung (Wiedererkennbarkeit) erreichen zu können.

Zentrale Chancen der Social Web-Nutzung

- Social Web-Nutzung vorrangig **freundschaftsbezogen**
 - Wichtigstes Motiv: Beziehungsmanagement
- Nutzung um „**dabei zu sein**“
 - Wichtigstes Motiv: Integration und Interaktion in Peer-Group
- Social Web-Nutzung **interessengeleitet**
 - Wichtigstes Motiv: Kreativität, Schaffung eigener Inhalte

Potenzielle Risiken der Social Web-Nutzung

- Ausmaß des reflexiven Umgangs mit Social Web-Angeboten hängt mit formalem Bildungsgrad zusammen
- Erfahrung mit *Online-Mobbing* verbreitet; auch wer nicht selbst Opfer geworden ist, kennt aus dem Bekanntenkreis...
 - ... „peinliche“ oder „blöde Fotos“
 - ... Schüler- oder Lehrerhassgruppen bzw. Pinnwandbemerkungen
- Größere Relevanz von *Online-Bekanntschaften* bei formal niedriger Gebildeten
- Wahrnehmung bezüglich Risiken und Gefahren im Internet rudimentär vorhanden; Eltern und Schule haben Einfluss darauf, welche möglichen Risiken wahrgenommen werden

Risiko kann entstehen durch...	Beispiele
den Inhalt	Konfrontation mit problematischen Inhalten, z.B. selbstschädigende Praktiken oder extremistische Videos
die Unterschätzung der Reichweite	Personalverantwortlicher recherchiert in Onlineverzeichnissen nach Bewerbern oder Mitarbeitern; Eltern oder Lehrer stoßen auf Selbstdarstellungen der Kinder/Schüler
die Unterschätzung der Nachhaltigkeit	„Virtuelle Jugendsünden“, z.B. Einstellen von (peinlichen) Fotos, unbedachte Äußerungen oder Beteiligungen an Gruppen; Probleme, die durch mangelndes/ fehlendes Verständnis von öffentlicher Kommunikation entstehen können.
die Unterschätzung der (Eigen-)Dynamik der Interaktionen	Schnelle Verbreitung von Botschaften über unterschiedliche Plattformen und an unterschiedliche Öffentlichkeiten; ungewollte Verlinkung durch andere.
Datensammlung	Missbrauch von persönlichen Daten durch Dritte; intransparente Speicherung von Verhaltensdaten
die investierte Zeit	Erhöhter Zeitaufwand durch steigende Zahl an genutzten Anwendungen: Je größer das Onlinenetzwerk, desto mehr Zeit muss für die digitale Beziehungspflege aufgewendet werden.

Anbieterverantwortung (1)

- Angesichts der Bedeutung von Social Web-Angeboten für die Selbst- und Sozialauseinandersetzung von Heranwachsenden sowie angesichts der skizzierten Risiken liegt bei den *Anbietern* eine erhebliche Verantwortung.
- Diese wird dadurch verstärkt, dass einige von diesen Angeboten, insbesondere *SchülerVZ* und *StudiVZ*, enorme Reichweiten erzielen.
- Die Befunde der Studie bekräftigen die Dringlichkeit, dass die Anbieter den Weg fortsetzen, der mit den jüngsten Verhaltensregeln für Netzwerkplattformen beschränkt wurde.

Anbieterverantwortung (2)

- Ziel muss die größtmögliche Transparenz der Geschäftsbedingungen und der Vorkehrungen zum Datenschutz sein.
- Zugleich sollte den Nutzern die Entscheidungsfreiheit eingeräumt werden, inwieweit sie ihre Daten für andere Zwecke zur Verfügung stellen.
- Weiter ist sicherzustellen, dass die beschlossenen Verhaltensregeln konsequent und für die Nutzer nachvollziehbar umgesetzt werden, z.B.:
 - die Voreinstellung von Profilen von Unter-18-Jährigen als „privat“,
 - die leichte Erkennbarkeit für die Nutzer, wer ihr Profil einsehen kann,
 - einfache Möglichkeiten für die Nutzer, sich direkt über Inhalte oder regelwidriges Verhalten Anderer im Netz zu beschweren.

Medienkompetenzförderung

- Das Social Web macht es über die „klassischen“ Dimensionen von Medienkompetenz hinaus erforderlich, noch stärker auf die soziale Dimension Bezug nehmen und sich mit der Frage zu beschäftigen, wie ein respekt- und verantwortungsvoller Umgang im und mit dem Social Web gelingen bzw. gefördert werden kann.
- Der enge Zusammenhang zwischen den konkreten Alltagserfahrungen der Heranwachsenden und ihrer Social Web-Nutzung zeigt aber, dass nach wie vor die gesellschaftlichen Bedingungen des Heranwachsens maßgeblich sind.
- Online wie offline bedarf es des glaubhaft gemachten Willens aller Akteure, verantwortungslos und die Rechte Anderer beeinträchtigende Verhaltensweisen wahr- und ernstzunehmen, auf ihre Hintergründe hin zu beleuchten, kritisch zu kommentieren und gegebenenfalls auch zu sanktionieren.

Passage aus einer Gruppendiskussion

mit 18- bis 24-Jährigen, formal höhere Bildung, Stadt

***Klara:** Also Chancen haben wir doch auch ganz viele genannt, dass es super viel Information gibt, dass man sich leicht vernetzen kann, gut in Kontakt bleiben kann, ganz viel bekommt, was man sonst auf sehr langem Wege suchen kann, dass viele Fernsehsendungen festgehalten werden, das heißt man ist zeitlich nicht mehr gebunden.*

***I:** Jetzt abschließend noch ganz, ganz kurz - überwiegen hier die Chancen, oder eher die Gefahren? Vielleicht noch jeder ganz, ganz kurz so, das würde mich noch interessieren.*

Jo: Also. Jetzt ein total blödes Fazit eigentlich, es ist ziemlich ausgewogen, finde ich, weil ich meine, es gibt ja die Chance vor Allem durch diese Blogs, die wir lange besprochen haben, dass unsere Demokratie gestärkt wird dadurch, dass jeder einzelne, also die Meinung von jedem einzelnen gehört werden kann, wenn er das will. Gleichzeitig besteht auch die Gefahr der Diffamierung von anderen darüber, weil es einfach keine gesicherten Daten sind, die da erscheinen, und das ist wieder ein zweischneidiges Schwert und ähm so ist es, denke ich, mal auch bei YouTube und bei StudiVZ. Es hat alles seine Vorteile und Nachteile, und die Zukunft wird es zeigen, aber ich denke, dass es eher aufs Positive hinauslaufen wird, weil das ja immer so gegangen ist in der Geschichte (Lachen) - letztendlich.

Natascha: Also ich denke, dass es vom Umgang abhängt, wenn jeder einen verantwortungsvollen Umgang damit pflegen würde, würden vermutlich die Chancen überwiegen.

Klara: *Das dachte ich auch, also dass es auf jeden Fall von der Medienkompetenz abhängt und man... also aber einfach auch auf den individuellen Gebrauch, also ich tu mich da dann doch schwer, so ein generelles Urteil – Internet ist gut, Internet ist schlecht – Internet ist da und geht sicherlich nicht mehr weg, sondern verbreitet sich sicherlich mehr noch, und ähm jetzt kommt es darauf an, dass wir damit lernen umzugehen. Also ich meine (lacht).*

Bertram: *Ja, ich würde auch noch mal gerne auf die Notwendigkeit der Schulung der Medienkompetenz verweisen, ich glaube, das ist da wirklich ausschlaggebend. Im Übrigen dieser Mythos des autonomen Bürgers, der sich im Internet selbst verwirklichen kann oder da publizieren kann, der ist natürlich... ich weiß nicht, was das Enzensberger, der meinte „Am Ende sieht man dann nur, dass die Leute nichts zu sagen haben, wenn sie erst mal die Möglichkeit haben.“ (lacht)*

Klara: *Ich glaube, Brecht war das auch. Brecht meinte irgendwann, wenn wir ein Radio haben, was da noch was hin und rück machen kann und dann, wenn nichts kommt, dann sieht man, dass die Bürger eigentlich gar nichts zu sagen haben. Entwicklung geht in 'ne positive Richtung, oder in 'ne negative?*

Julia: *Ich bin ein optimistischer Mensch. Ich hoffe einfach, dass die Menschen lernen, verantwortungsvoller mit dem Internet umzugehen und dass dann auch die Chancen überwiegen werden und das auch allgemein... auch zur Völkerverständigung irgendwie beitragen kann. (...)*

Bertram: *Verzeihung. Verzeihung, dass ich dieses durchbreche, aber ich wollte auch noch mal sagen, dass ich es absolut notwendig finde, dass Versuche gestartet werden, das Internet als rechtsfreien Raum zu beseitigen, also dass da irgend eine Form der Regulation mit rein kommt, weil das ist auch eine Katastrophe.*

(Gruppendiskussion mit 18- bis 24-Jährigen, formal höhere Bildung, Stadt)

Kontakt:

Prof. Dr. Uwe Hasebrink

Hans-Bredow-Institut
Warburgstr. 8-10
D-20354 Hamburg

u.hasebrink@hans-bredow-institut.de
<http://www.hans-bredow-institut.de>

Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink

Universität Salzburg
Rudolfskai 42
A-5020 Salzburg

ingrid.paus-hasebrink@sbg.ac.at
<http://www.uni-salzburg.at>