

# Das Internet im Alltag von Heranwachsenden

Jan-Hinrik Schmidt

**Das Internet ist fester Bestandteil im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Eine Studie des Hans-Bredow-Instituts und der Universität Salzburg ging den Fragen nach, welche Nutzungspraktiken sich im Umgang mit neueren Angeboten wie Netzwerk- oder Videoplattformen und Instant Messaging zeigen und was „Heranwachsen mit dem Social Web“ bedeutet.**

Im Verlauf der vergangenen 15 Jahre hat sich das Internet in Deutschland etabliert. Regelmäßig durchgeführte repräsentative Befragungen wie beispielsweise die *ARD/ZDF-Onlinestudie*<sup>1</sup> oder die *JIM-Studie* des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest<sup>2</sup> zeigen, dass die Onlinetechnologien insbesondere unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen nahezu vollständig verbreitet sind. Über reine Nutzungsdaten hinaus können diese Studien allerdings nur begrenzt Aufschluss darüber geben, welchen Stellenwert das Internet im Alltag seiner Nutzer hat und wie es sich in die Medienrepertoires der Information, Unterhaltung und Kommunikation einfügt.

Seit wenigen Jahren hat sich zudem durch den Ausbau der Breitbandversorgung sowie innovative webbasierte Anwendungen eine neue Konstellation ergeben, die oft mit dem Schlagwort vom Web 2.0 zusammengefasst wird: Das Internet habe, so die These, eine neue Phase erreicht, weil Angebote wie YouTube, Wikipedia oder Weblogs die technischen Hürden stark gesenkt hätten, Inhalte aller Art (Texte, Fotos, Videos, Musik) zu erstellen und anderen Nutzern im Internet zugänglich zu machen. Zusätzlich genießen Plattformen wie MySpace und Facebook, im deutschsprachigen Raum auch schülerVZ, studivZ und wer-kennt-

wen, große Popularität. Auf ihnen können sich Nutzer mit ihren eigenen Interessen, Vorlieben oder Meinungen präsentieren und soziale Beziehungen aus Schule, Studium, Beruf oder Freizeit über einen weiteren Kanal pflegen.

Diese Entwicklungen machen deutlich, dass das Internet weniger denn je ein reines Abrufmedium, sondern vielmehr eine Technologie für Interaktion, Kommunikation und Austausch zwischen Menschen geworden ist. Zum „Social Web“ geworden, verändert es den Kontext, in dem sich beispielsweise etablierte Medienanbieter bewegen oder in dem gesellschaftlich akzeptierte Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit gezogen werden. Vor diesem Hintergrund hatte die Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen (lfm) das Hans-Bredow-Institut und die Universität Salzburg mit einem Forschungsprojekt beauftragt, um den Stellenwert von Social-Web-Anwendungen für Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 12 und 24 Jahren systematisch zu untersuchen. Die Studie, die im März 2009 abgeschlossen wurde, umfasst neben einer Reihe von Fallstudien zu ausgewählten Angeboten auch eine repräsentative telefonische Befragung von 650 Personen sowie zwölf Gruppendiskussionen und etwa 30 vertiefende Einzelinterviews mit Jugendlichen.<sup>3</sup>

Die Studie bestätigt und vertieft die oben angesprochenen Befunde: Das Internet ist für einen großen Teil der betrachteten Altersgruppe ein fester Bestandteil der Medienwelt. Zwei Drittel der Befragten nutzen das Internet täglich, ein weiteres Fünftel zumindest mehrmals pro Woche. Die intensivsten Nutzer finden sich unter den 15- bis 17-Jährigen, von denen mehr als drei Viertel täglich online sind, während sich die Geschlechter bei der generellen Nutzungshäufigkeit kaum unterscheiden. Allerdings bestehen im Hinblick auf spezifische Onlineaktivitäten durchaus Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen (vgl. Tabelle 1). Jungen bzw. junge Männer nutzen das Internet häufiger zur Informationsrecherche sowie um multimediale Inhalte (Musik oder Videos) abzurufen. Unter Mädchen bzw. jungen Frauen sind dagegen die E-Mail-Kommunikation sowie die Nutzung von Communitys und Netzwerkplattformen weiter verbreitet. Deutlich wird zudem, dass nur eine sehr kleine Gruppe von den Möglichkeiten Gebrauch macht, eigene mediale Inhalte im Internet bereitzustellen. Die Mehrheit der Nutzer von Musik- und Videoplattformen oder von Wikipedia ruft Inhalte dort nur ab, ohne selbst aktiv zu werden.

**Tabelle 1: Häufigkeit ausgewählter Onlineaktivitäten (mindestens mehrmals pro Woche; in %)**

	Gesamt	männlich	weiblich
Suchmaschinen nutzen	81	84	79
E-Mails empfangen und senden	70	66	74
Instant Messaging	69	72	67
Onlinecommunities/Netzwerkplattformen nutzen	69	65	72
Nachrichten bzw. aktuelle Informationen abrufen	58	63	53
Musik/Sounddateien anhören	58	63	52
Einfach so drauflossurfen	52	53	51
Nach Informationen zu einem bestimmten Thema für sich selbst, also nicht für Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf suchen	51	55	47
In Wikis lesen	38	39	36
Filme/Videos anschauen	34	45	23
Weblogs lesen	8	11	5
Musik/Sounddateien einstellen	5	7	3
Weblogs verfassen	3	4	3
In Wikis schreiben	2	2	2
Filme/Videos einstellen	1	2	1

**Tabelle 2: Dimensionen des Umgangs mit dem Social Web**

Dimension	Leitfrage	Beispiele
Kreativ	Werden neue Inhalte geschaffen?	Publikation eines eigenen Videos auf YouTube; 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 Nutzer über sein Tun nach?	Genaueres Lesen von AGBs; Hinterfragen von Risiken; Abgleich von Chancen und Risiken des Social Web
Initiativ	Ist der Nutzer selbst Akteur?	Gründen eigener Gruppen in schülerVZ; aktives Initiieren von Kommunikation über Instant Messaging
Innovativ	Weitet der Nutzer den technisch vorgegebenen Handlungsspielraum nach eigenen Interessen aus?	Führen eines geheimen Tagebuches auf einer Netzwerkplattform
Relevant	Welche Bedeutung misst der Nutzer dem Umgang mit Social-Web-Angeboten in seinem Alltag bei?	Instant Messaging ist wichtiges Werkzeug für Beziehungsmanagement; Wikipedia besitzt hohen Stellenwert für Informationsmanagement

Gerade für Heranwachsende, insbesondere in der Altersgruppe der 15- bis 17-Jährigen, ist das Internet vor allem deswegen von so zentraler Bedeutung, weil es sie in der Bewältigung altersspezifischer Entwicklungsaufgaben unterstützt:

- **Selbsteinwanderung:** das Gestalten von Identitätswürfen und Zukunftsszenarien zum Selbstbild, das Experimentieren mit Selbstaussdruck und Selbstpräsentation, das Formulieren von eigenen Wünschen, Hoffnungen und Vorstellungen;
- **Sozialeinwanderung:** die Bildung und Pflege von Kontakten, Freundschaften oder Beziehungen zum anderen Geschlecht;
- **Sachaeinwanderung:** die Organisation und Reflexion des Wissens um die Welt und von eigenen Erfahrungen mit ihr.

Diese Entwicklungsaufgaben korrespondieren mit Praktiken des Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements, die spezifische Internetanwendungen auf jeweils spezifische Weise unterstützen. Jenseits der unterschiedlichen Attraktivität einzelner Anwendungen und Aktivitäten, wie sie in der quantitativen Befragung deutlich wird, existiert dabei ein breites Spektrum an Umgangsweisen mit dem Internet, wie insbesondere die Gruppendiskussionen und Einzelinterviews deutlich machen. Die Varianz lässt sich auf sechs Dimensionen zurückführen, in denen sich die befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen z. T. deutlich unterscheiden, weil sie das Social Web in unterschiedlichem Ausmaß kreativ, intensiv, reflexiv, initiativ sowie innovativ nutzen und weil das Ensemble der Angebote unterschiedliche Relevanz in ihrem Alltag besitzt (vgl. Tabelle 2).

Die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen nutzen Anwendungen des Social Web „friendship-driven“<sup>4</sup>, artikulieren und pflegen also über Netzwerkplattformen und Instant-Messaging-Dienste die Beziehungen in ihrem Freundes- und erweiterten Bekanntenkreis. Dies kann eigene Initiative beinhalten, beispielsweise wenn thematische Gruppen auf Netzwerkplattformen gegründet oder Inhalte auf Videoplattformen bewertet oder kommentiert werden. Viele Jugendliche sind jedoch vor allem deswegen im Social Web aktiv, um in der Peergroup nicht abseits zu stehen und „dabei zu sein“.

## Beträchtliche Unterschiede in der Nutzung des Internets

Einige Jugendliche – dabei handelt es sich tendenziell stärker um formal höhergebildete und besonders engagierte Jungen – nutzen das Social Web zusätzlich auch „interest-driven“, pflegen also spezifische Hobbys oder Interessen über thematisch einschlägige Foren oder Communities. Sie lassen auch häufiger einen kreativen Umgang mit dem Social Web erkennen, indem sie eigene Inhalte schaffen und online zur Verfügung stellen. Die weitaus meisten befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen schöpfen die vielfältigen Potenziale des Social Web jedoch nicht aus, sondern verbleiben bei eher konventionellen Nutzungspraktiken.

Dies betrifft auch innovative Umgangsweisen, die den Rahmen einer Plattform oder eines Werkzeugs umdeuten oder erweitern und sich somit über die technischen oder sozialen Vorgaben hinausbewegen würden. Sie lassen sich nur sehr selten finden – beispielhaft kann hier ein junges Mädchen afghanischer Herkunft dienen, die „inmitten“ einer Netzwerkplattform ein geheimes Tagebuch führt, dessen Passwort nur sie kennt, um der familiären Kontrolle zu entgehen. Einige der befragten Jugendlichen mit Migrationserfahrungen ließen auch erkennen, dass sie das Social Web zur Kompensation von großen sozialen Defiziten im Alltag nutzen, etwa wenn sie ihr Profil auf Netzwerkplattformen zur Selbstdarstellung und Pflege ihrer kulturellen Identität nutzen, dort aber ebenso Konflikten und Anfeindungen ausgesetzt sein können.

Die formale Bildung wirkt sich insbesondere auf den reflexiven Umgang mit Social-Web-Angeboten aus: Formal Höhergebildete kennen aus Schule, Elternhaus oder auch dem öffentlichen Diskurs Chancen und Risiken der Internetnutzung und richten ihre Aktivitäten (wenngleich nicht immer) an entsprechenden Abwägungen aus. Unter ihnen findet sich beispielsweise ein höheres Bewusstsein für die potenzielle Reichweite persönlicher Daten oder veröffentlichter Fotos. Formal eher Niedrigere gebildete machen sich dagegen weniger Gedanken darüber, wie man sich im Social Web gegen unliebsame Erlebnisse schützen kann, sie betrachten negative Erfahrungen als einen unvermeidlichen Teil ihrer Aktivitäten.

Unabhängig von der formalen Bildung zeigen diejenigen Jugendlichen, die sich häufig intensiv im Social Web bewegen und für die seine Angebote eine hohe Relevanz erlangen, einen deutlich reflektierteren Umgang: Kompetenz scheint somit auch mit dem „Tun“ zu wachsen. Dennoch besteht Bedarf für medienpädagogische Initiativen, die Kompetenzen im Umgang mit den Kommunikations- und Informationsangeboten des Social Web vermitteln – und dies nicht nur den Jugendlichen, sondern auch Eltern und Lehrern, die bisweilen von den gegenwärtigen Entwicklungen überfordert scheinen.

Derzeit dominieren in dieser Hinsicht vielfach noch Risiko-Diskurse, in denen vor der Erosion von Privatsphäre auf Netzwerkplattformen oder dem Verlust etablierter Wissensautoritäten durch Wikipedia gewarnt wird. Gerade angesichts des Stellenwerts, den das Internet mit seinen kreativen und kommunikativen Potenzialen im Alltag besitzt, sollte der Blick aber dringend geweitet werden: Die gesunkenen Hürden zur Produktion von multimedialen Inhalten können ebenfalls fruchtbar gemacht werden, um im Sinne einer aktiven Medienarbeit Jugendliche zu ermutigen, sich zu ihren eigenen Angelegenheiten zu Wort zu melden. Sie sollten ihre persönlichen Öffentlichkeiten als selbst gestaltbare und eigene Räume im Internet erfahren können, was einschließt, dass sie von den (meist kommerziell motivierten) Betreibern auch Gelegenheit erhalten, über die Architektur und Verhaltensregeln von Plattformen mitbestimmen zu können. Schließlich gilt es anzuerkennen, dass Jugendliche mit dem onlinebasierten Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement Praktiken einüben, die ihnen Schlüsselqualifikationen für eine technologisch durchdrungene und vernetzte Welt vermitteln: das Pflegen von sozialen Beziehungen und Netzwerken, das Navigieren in Öffentlichkeiten unterschiedlicher Reichweite und das kollaborative Erstellen, Teilen, Filtern und Bewerten von Wissens- und Kulturgütern.

### Anmerkungen:

- 1 Vgl. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>
- 2 Vgl. <http://www.mpfs.de/index.php?id=11>
- 3 Eine Zusammenfassung der Studie sowie verschiedene vertiefende Vorträge sind unter <http://www.hans-bredow-institut.de/webzweinnull> abrufbar. Die ausführliche Darstellung der Ergebnisse erscheint im Sommer 2009: **Schmidt, J.-H./Paus-Hasebrink, I./Hasebrink, U. (Hrsg.): Heranwachsen mit dem Social Web.** Berlin 2009
- 4 Die Unterscheidung zwischen „friendship-driven vs. interest-driven participation“ stammt aus dem „Digital Youth Project“ der Universität Berkeley, dessen Ergebnisse unter <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/report> abrufbar sind.

Dr. Jan-Hinrik Schmidt ist wissenschaftlicher Referent für digitale interaktive Medien und politische Kommunikation am Hans-Bredow-Institut.

