

Die Rolle des Web 2.0 im Alltag von Kindern und Jugendlichen

Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink
Universität Salzburg

Vortrag basierend auf der Studie

„Heranwachsen mit dem Social Web“

Eine Kooperationsstudie des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der
Universität Salzburg und des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung in
Hamburg

im Auftrag der **Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)**

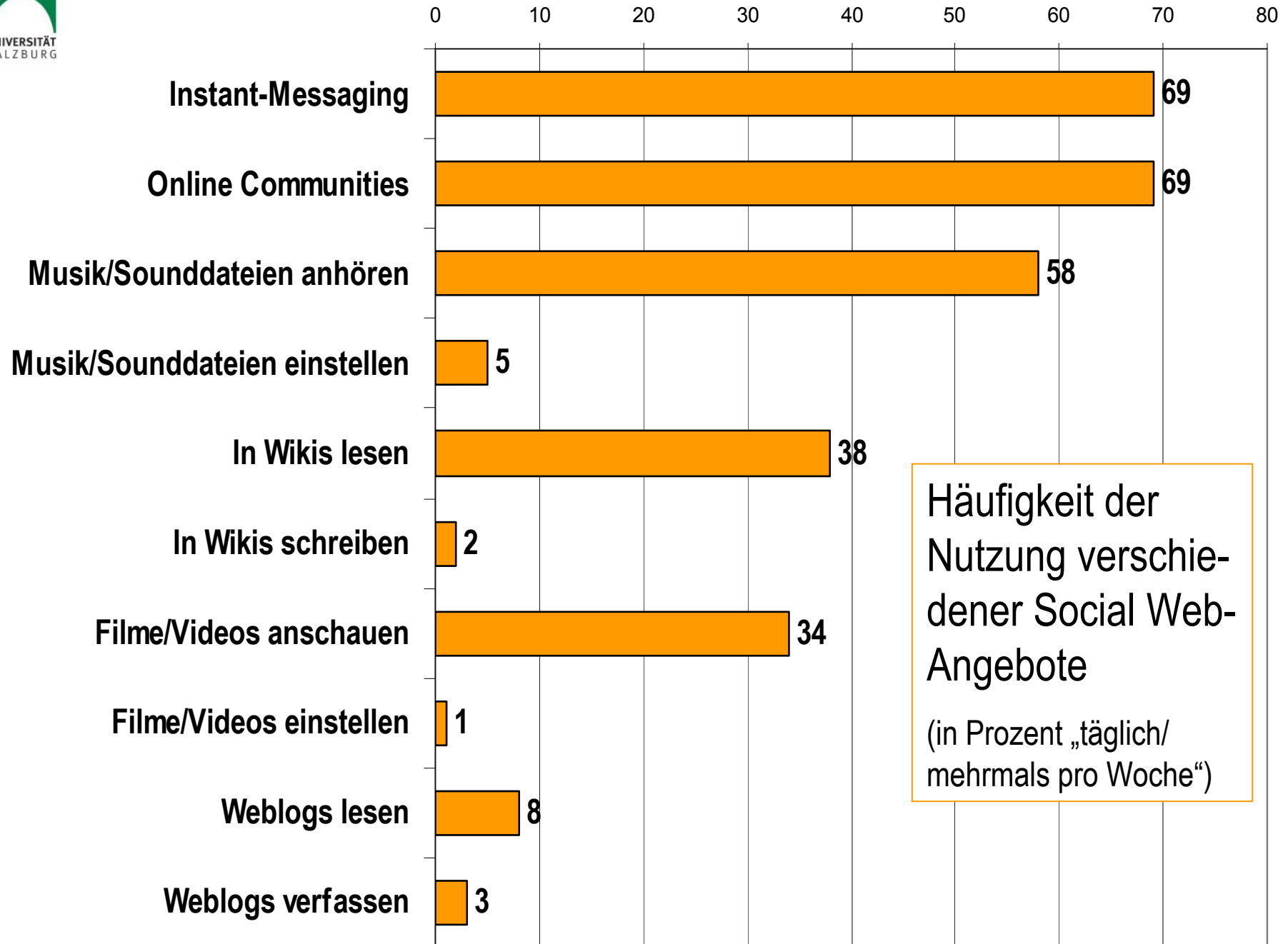
Uwe Hasebrink, Ingrid Paus-Hasebrink & Jan-Hinrik Schmidt

Gängige Social Web-Gattungen

- **Plattformen**
 - Netzwerkplattformen (schülerVZ, MySpace, Facebook, ...) und Multimedia-Plattformen (YouTube, Flickr, last.fm)
- **Personal Publishing**
 - Weblogs, Microblogging, Podcasts, Videocasts
- **Wikis**
 - Wikipedia
- **Instant Messaging**
 - ICQ, MSN
- **Werkzeuge für Informationsmanagement**
 - RSS-Feeds und Feed-Reader; Tagging; Social-News-Dienste und Aggregatoren

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



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

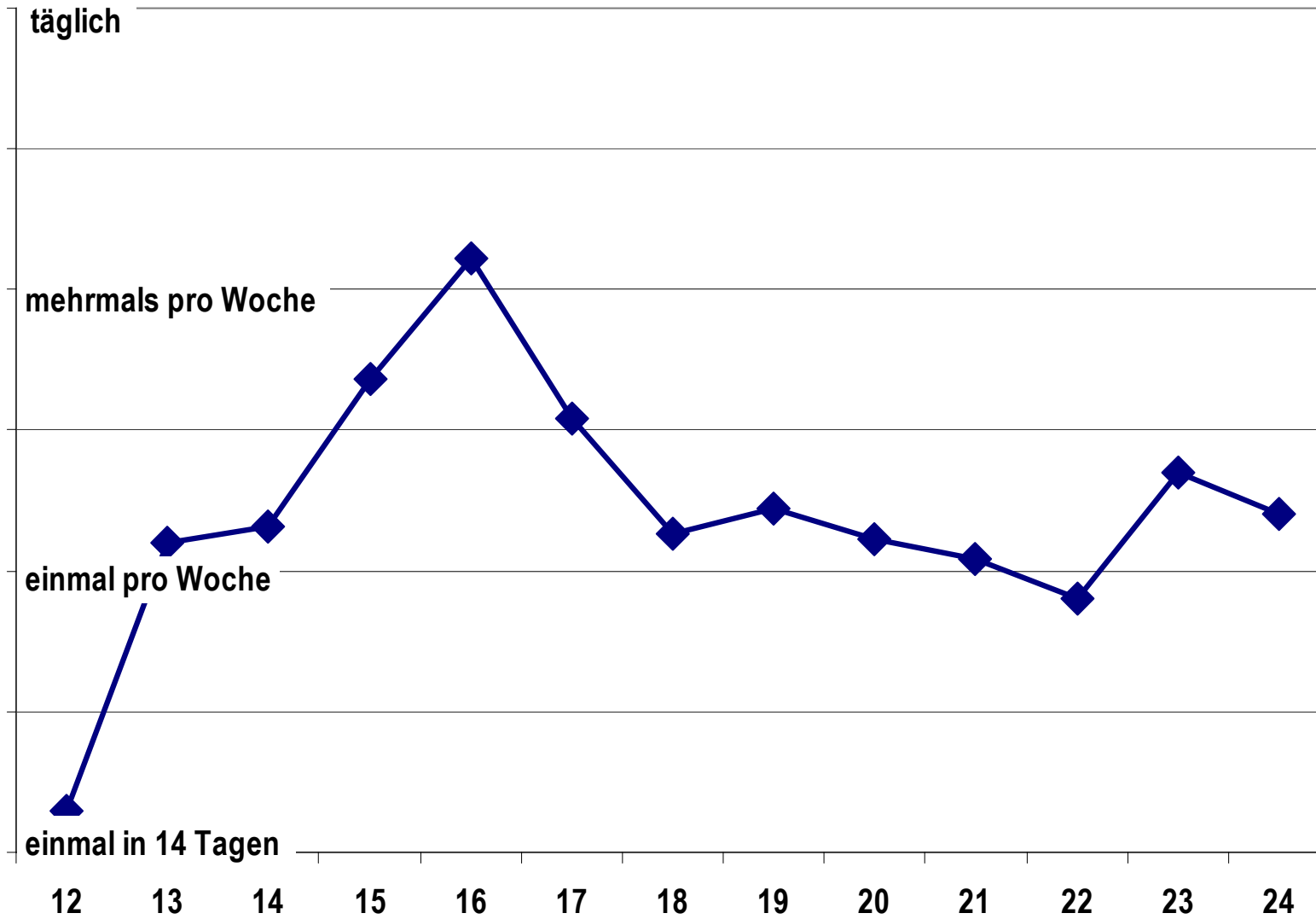
Häufigkeit der Nutzung verschiedener Social Web-Angebote (Prozent „täglich/mehrmals pro Woche“)

	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



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?	Genaues 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 Informations-management 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

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.

Konsequenzen

- **Anbieterverantwortung**
 - Wichtig aufgrund der enormen Reichweite von z.B. Netzwerkplattformen
 - Dringende Weiterführung der etablierten Verhaltensregeln
 - Transparenz der Geschäftsbedingungen
 - Entscheidungsfreiheit der Nutzer bezgl. Freigabe ihrer Daten
- **Medienkompetenzförderung**
 - Noch stärkerer Bezug auf soziale Dimension: respekt- und verantwortungsvoller Umgang im/ mit dem Social Web
 - Gesellschaftliche Bedingungen des Heranwachsens maßgeblich
 - Wille aller Akteure, beeinträchtigende Verhaltensweisen online ernst zu nehmen, kritisch zu kommentieren u. evtl. zu sanktionieren.

Informationen zur Studie

Kurzfassung des Endberichts zugänglich unter:

http://www.lfm-nrw.de/downloads/zusammenfassung_socialweb.pdf

Publikation:

Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid/Hasebrink, Uwe (Hrsg.) (2009):
**Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0 -
Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen.**
Schriftenreihe Medienforschung der LfM Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Band 62. Berlin: Vistas.



Kontakt:

Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink /
Mareike Düssel

Abteilung für Audiovisuelle Kommunikation
FB Kommunikationswissenschaft
Universität Salzburg

mareike.duessel@sbg.ac.at

Tel: 0043-662/8044-4129