

YouTube, flickr, schülerVZ – Jugendliche im Internet

Erste Ergebnisse aus dem Forschungs-Praxis-Projekt „Das Internet
als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“

Ulrike Wagner
Prof. Dr. Helga Theunert

Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform



JFF – Institut für
Medienpädagogik

„Ich denke, dass die Zukunft ein einziges Second Life wird. Man hat seine Zeitung, sein Fernsehen, sein Radio, seine Sites, seinen Chat, seine Spiele, alles in einem: Spiele, Internet, Chat, Suchmaschine, Fernsehen, Radio – alle auf einer großen Plattform.“

(15-jähriger Podcaster)

Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform



JFF – Institut für
Medienpädagogik

Internetplattformen bieten eine technische Basis für
neue Formen der Gesellung

neue Treffpunkte und erweiterte
Handlungsräume

kommunikative Strukturen zur
Gestaltung von Beziehungsnetzwerken

→ mit anderen interagieren

→ sich selbst präsentieren

Erster Abschnitt: Analyse

Abschnitt 1

Analyse von jugendnahen Internetplattformen

Sichtung von relevanten Plattformen (n = 83)

Charakterisierung der Plattformen (n = 44)

- Zweck, formale Struktur und Rahmenbedingungen
- Tätigkeits- und Angebotsspektrum

vertiefende Analyse exemplarischer Vertreter (n = 20)

- Zugangswege und Vernetzungsstrukturen
- Umgang mit gesetzlichen Regelungen
- thematische Struktur
- Unterstützung und Hilfestellungen
- Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten

Analyse ausgewählter Selbstpräsentationen und Eigenproduktionen

Erste Ergebnisse aus der Analyse jugendnaher Internetplattformen

Jugendnahe Internetplattformen



JFF – Institut für
Medienpädagogik

Schwerpunkt: Kommunikation

Netzwerkcommunities

schülerVZ, MySpace ...

Instant Messaging

Skype, ICQ ...

Flirt-/Datingportale

Wie-Ich, iLove ...

Schwerpunkt: Produktion

Videocommunities

YouTube, MyVideo ...

Fotocommunities

flickr, Sevenload ...

Weblogportale

Blog.de, Bloggorilla ...

Podcastportale

Podcast.de, dopcast ...

Pädagogische Angebote

LizzyNet, netzcheckers ...

Charakteristika jugendnaher Internetplattformen



JFF – Institut für
Medienpädagogik

kommunikative Dimensionen

„Ich will reden“

„ Ich will Beziehungen pflegen“

produktive Dimensionen

„Zeigen, was ich
gemacht habe“

Charakteristika jugendnaher Internetplattformen

kommunikative Dimensionen

„Ich will reden“

- Im Mittelpunkt steht das Kommunizieren an sich
- Unterschiede liegen in der Umsetzung der Kommunikationsmöglichkeiten und im Umfang der Community-Angebote
- Zielgruppen differieren nach Alter

→ **Interagieren konzentriert sich auf verbale Kommunikation
zusätzlich: Möglichkeiten, sich selbst zu präsentieren**

produktive Dimensionen

Die Plattformen



Charakteristika jugendnaher Internetplattformen



JFF – Institut für Medienpädagogik

kommunikative Dimensionen

„Ich will Beziehungen pflegen“

- Freundes- und Bekanntenkreis pflegen und erweitern
 - „Freundschaftsmanagement“
 - Liebesbeziehungen suchen
 - Zielgruppen von diffus bis spezifisch
- **Interaktion dient der Kontaktpflege und -aufnahme**
- **Multimediale Ausdrucksformen dienen der Inszenierung als attraktiver Kontakt**

produktive Dimensionen

Die Plattformen



Charakteristika jugendnaher Internetplattformen

kommunikative Dimensionen

Die Plattformen



produktive Dimensionen

„Zeigen, was ich gemacht habe“

- eigenes Produkt präsentieren
 - eigenes Produkt zur Diskussion stellen
 - Community-Bereiche zur Personalisierung von Inhalten und zum Austausch
 - diffuse Zielgruppen
- Zentral ist, sich selbst und seine Werke Teilöffentlichkeiten zu präsentieren
- Interaktion erfolgt über Feedback und Vernetzung mit anderen Produzierenden

Problemlagen



JFF – Institut für
Medienpädagogik

Kostenfalle Internet

Undurchschaubarkeit der Herkunft von Angeboten

Mangelnde Sensibilität bei der Veröffentlichung persönlicher Daten

Strukturierung der Forschungsbereiche für die Untersuchung der Nutzerseite

Was wollen Jugendliche von Medien?



JFF – Institut für
Medienpädagogik

**sich amüsieren
und informieren**
*rezeptives
Medienhandeln*

zusätzliche Zugänge
zu massenmedialen
Angeboten

Zugang zum privat
bestückten
Medienmarkt

**sich in Beziehung
setzen**
*kommunikatives
Medienhandeln*

Verlängerung
interpersoneller
Kommunikation
ins Virtuelle

Ausleben von
Beziehungen
im Virtuellen

**sich zur Geltung
bringen**
*produktives
Medienhandeln*

Selbstdarstellung

Präsentation
thematischer
Werke

Virtuelles Medienhandeln und Entwicklungsaufgaben



JFF – Institut für
Medienpädagogik

Erwartungen an die Medien

**sich amüsieren
und informieren**
*rezeptives
Medienhandeln*

**sich in Beziehung
setzen**
*kommunikatives
Medienhandeln*

**sich zur Geltung
bringen**
*produktives
Medienhandeln*

Entwicklungsaufgaben

- sich in der Welt orientieren
- eine kohärente Identität ausbilden
- an der Welt teilhaben

Der privat bestückte Medienmarkt als Orientierungsquelle

- Massenmedien und privat bestückter Medienmarkt im Medienmenü
- Akzeptanz von Orientierungsangeboten
- Haltung zu Persönlichkeitsrechten

Virtuelle Beziehungen als ein Zentrum der Identitätsentwicklung

- Folgen für Persönlichkeitsentwicklung und Sozialverhalten
- Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit
- Bedingungen für enthemmtes Verhalten

Medienproduktion als Weg zu Partizipation

- unterstützende Bedingungen für partizipative Nutzung
- Erfahrungen in Netzwerken und Teilöffentlichkeiten
- Verhältnis von Präformierung und Kreativität

Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform



JFF – Institut für
Medienpädagogik

Das Untersuchungsvorhaben im Überblick

Abschnitt 1

Analyse jugendnaher Internetplattformen

Abschnitt 2

Untersuchung von Heranwachsenden ab 11 Jahren, die Internetplattformen nutzen

- mit rezeptionsorientierten Absichten
- zur Inszenierung und Präsentation der eigenen Person im Rahmen sozial-kommunikativer Kontexte
- um mit dem Bestreben nach Partizipation selbst produktiv tätig und öffentlichkeitswirksam zu werden

Durchführung und Evaluation von **Web 2.0-Werkstätten** in verschiedenen sozio-kulturellen Milieus