

V.I.P.J.A. 09

RELOADED

Jugend.medien.gesellschaft



Vorträge

Studie zur Internet- und Web 2.0-Nutzung von Jugendlichen in Wien

Natalia Wächter

Online-Kommunikation ist gerade für Jugendliche ein selbstverständlicher Teil ihres alltäglichen Lebens. Die Datenlage in Österreich ist dazu jedoch noch sehr lückenhaft. Zielsetzung der Untersuchung „Internetnutzung und Web 2.0-Nutzung von Jugendlichen in Wien“ war es daher, einen tiefgehenden Einblick hinsichtlich der Anwendung und der Gewohnheiten der Jugendlichen in Wien diesbezüglich zu erlangen. Der Fokus liegt dabei auf den Ziel- und Dialoggruppen der MA13, also NutzerInnen der Einrichtungen der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit, welche durch die MA13 gefördert werden. Um hier kein zu einseitiges Bild der Jugendlichen in Wien zu generieren, wurden aber auch Mädchen und Burschen, die diese Einrichtungen nicht in Anspruch nehmen, in die Untersuchung einbezogen. Im Sinne der Vergleichbarkeit mit anderen Studien wurden Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren befragt. Neben dem Alter wurden auch Geschlecht, Bildung und Migrationshintergrund erhoben. Für eine umfassende Analyse des Themenbereichs wurde neben der Onlinebefragung mit 400 Personen auch eine qualitative Befragung in Form von Einzel- und Gruppeninterviews durchgeführt. Der quantitative Teil beschäftigt sich vor allem mit Häufigkeit, Art und Dauer der Onlineaktivitäten der Jugendlichen. Ergänzend dazu befasst sich der qualitative Teil besonders mit dem Thema Soziale Netzwerkseiten und den damit zusammenhängenden Nutzungsroutinen, -motiven und den Überschneidungen zum sog. „Offline-Freundeskreis“.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen deutlich, dass die wichtigsten Funktionen für Jugendliche im Internet Informations- und Kommunikationsdienste sind. So stehen Suchmaschinen, E-Mail, Instant Messenger und soziale Netzwerkseiten ganz oben auf der Liste der wichtigsten Angebote im Internet. Soziale Netzwerkseiten haben die bisherige Kommunikation im Netz erkennbar beeinflusst. Im Vordergrund steht dabei bei den Jugendlichen die Kommunikation mit Personen, die man auch persönlich kennt. Das Kennenlernen neuer Leute und die Partnersuche sind zwar auch Gründe für die Nutzung von sozialen Netzwerkseiten, diese sind für die meisten befragten Jugendlichen aber eher sekundär. Die Untersuchung zeigt auch, dass das soziale Herkunftsmilieu einen Einfluss auf die Präferenz hat bzw. dass sich die verschiedenen Milieus auf den jeweiligen Plattformen widerspiegeln. Eine besonders wichtige Funktion der sozialen Netzwerkseiten ist für Jugendliche neben der Kommunikation auch die Möglichkeit der Selbstdarstellung. Die Vernetzung auf diesen Seiten bringt jedoch nicht nur positive Aspekte mit sich. Mobbing und Diffamierungen, wie sie im „Offline-Leben“ stattfinden, reproduzieren sich auch auf sozialen Netzwerkseiten. Hinzu kommt das Problem der mangelnden Sensibilisierung der Jugendlichen in Bezug auf den Schutz ihrer eigenen Privatsphäre.

Kommunikationskultur und Gemeinschaftsbildung als Ausdruck der Identitätssuche Jugendlicher

Franz Josef Röll

In der digitalen Medienkultur wächst offensichtlich der Bedarf, sich mit anderen Menschen auszutauschen, Erfahrungen und Erlebnisse zu kommunizieren. Die Eingebundenheit in eine soziale Gemeinschaft wird als Notwendigkeit angesehen, um sich in der aktuellen Gesellschaft behaupten zu können. Ein Grundbedürfnis nach zwischenmenschlicher Kommunikation ist identifizierbar. Es geht um die Erweiterung der bisherigen sozialen Kontakte zur Verbesserung der virtuellen und realen Alltagskultur. Das Bedürfnis des Einzelnen nach Kommunikationskultur wird vor allem durch die sozialen Netzwerke (SNS) aufgenommen. In meinem Beitrag möchte ich aufzeigen, wie durch die Aktivitäten im Web 2.0 Jugendliche „Identitätsarbeit“ leisten und zugleich ihr soziales Kapital erweitern.

SNS sind nicht nur ein Medium und/oder ein Ort der Information und Kommunikation, sondern zugleich ein Ort der Vermittlung soziokultureller Denk- und Wahrnehmungsweisen. Die SNS tragen dazu bei, Denk- und Wahrnehmungsmuster zu entwickeln, die helfen in der aktuellen gesellschaftlichen Situation Handlungsfähigkeit zu erwerben. Die Komplexität der Lebenswelt nimmt zu. Die Sicherheiten traditioneller Bindungen und Strukturen gehen verloren. Beeinflusst wird diese Entwicklung von der Globalisierung. Die weltumspannenden Informations- und Finanzmärkte operieren in Sekundenbruchteilen und sind längst politisch und rechtlich nicht mehr steuerbar. Eine Folgeerscheinung dieser Entwicklung ist, dass es zu einem Kontrollverlust hinsichtlich Karriere und Lebensplanung kommt sowie zur Erfahrung, dass es in allen Bereichen zu einem Abbau von Strukturen kommt, die auf Langfristigkeit und Dauer angelegt sind. Das neue Leitbild ist nach Auffassung des amerikanischen Soziologen Sennet (1998) der flexible Mensch. Nur die reaktionsschnelle, anpassungsfähige Persönlichkeit ist in der Lage, sich gegenüber dem „flexiblen Kapitalismus“ zu behaupten. Selbstmanagement und Flexibilität wird zur Überlebenskompetenz in einer Gesellschaft, die vom flexiblen Kapitalismus geprägt ist.

An die Individuen werden zugleich hohe Anforderungen bei der Konstruktion ihrer Identität gestellt. Die Individuen sind stärker gefordert, an der Selbstkonstitution mitzuwirken. Das Individuum muss lebenslang erhebliche Eigenleistungen bringen, um die heterogenen Selbsterfahrungen (Patchwork) zu einem sinnvollen (kohärenten) Zusammenhang zu verorten. Die Vorlagen für die Bricolage am Selbstkonzept liefert vor allem der audiovisuelle Diskurs mit den Medien. Identität ist nach diesem Verständnis vergleichbar einem Projekt, das mit Hilfe von Selbstreflexion sich ständig verändert. Dadurch rückt die Selbsterzählung in den Mittelpunkt. Alle für das Selbst relevanten Erfahrungen müssen aufeinander bezogen werden. Es kommt zur Erprobung unterschiedlicher Bedeutungszusammenhänge und damit auch zu einer Fragmentierung der Identitätsrepräsentation.

Das Wiedererkennen, die Kontextualisierung und das Reflektieren der eigenen Person geschieht über Geschichten erzählen, dem Spielen mit Sprache, Bildern und Tönen. Letztlich geht es um die Dokumentation einer fortlaufenden Selbstnarration. Die Selbstdarstellungen in den SNS haben den Charakter eines fortlaufenden Textes, den der Autor zum Teil für sich, zum Teil in Auseinandersetzung mit seinen Lesern fortschreibt. Die Selbstrepräsentation und die Identitätskonstruktion geschehen aber immer auch mit Bezug auf einen generalisierten/idealtypischen Leser. Da es keine einseitigen Diskurse gibt, impliziert dies eine Demokratisierung der Subjektkonstitution. Die Subjekte konstituieren sich in ihren Dialogen. Eine Vielzahl von Rollenbeziehungen eröffnet sich, da unterschiedlichen Kompetenzen und Erwartungen synchronisiert werden können. Eine Modifikation oder Neudefinition der eigenen Identität wird somit möglich.

Die Anforderungen an die Sinnkonstruktion bei den Rezipienten werden für die einzelnen Individuen höher. Die notwendige Kohärenz der fragmentierten Identitätsanteile müssen vom Individuum zu einer sinnstiftenden und bedeutungsvollen Geschichte verdichtet werden. Die Erzählfragmente der Teilidentitäten bedürfen der Komplettierung und Konsistenzbildung durch den User. Dies gelingt nicht automatisch. Notwendig sind Lernumgebungen, die es ermöglichen eine aktive Passungsleistung zu ermöglichen, um die unterschiedlichen Teilidentitäten miteinander zu verknüpfen.

Kennzeichen der Kommunikationskultur im Web 2.0 sind schwache Beziehungen, die aber im Kontext der aktuellen gesellschaftlichen Entwicklung zu starken Beziehungen werden. Die besondere Stärke der schwachen Beziehungen für die Individuen liegt im Umstand, dass sie schnell Informationen erhalten können, die für sie mit hoher Wahrscheinlichkeit einen Neuigkeitswert haben. Starke Beziehungen genügen nicht mehr, um die eigene Existenz abzusichern, da die Empfehlungen über interessante Jobs viel häufiger über schwache Verbindungen vermittelt werden. Die starken Beziehungen sind meist redundant. Sie bilden einen engen sozialen Cluster, über den wenig neue Informationen weitergegeben werden. Da über schwache Verbindungen auch mit ganz anderen Kreisen verkehrt werden kann, können die Akteure neue, wertvolle Informationen erhalten und weitergeben. Zunehmend ist entscheidend, welchen Umfang des ökonomischen, kulturellen oder symbolischen Kapitals diejenigen besitzen, mit denen man in Verbindung steht. Die Möglichkeit eines Akteurs aufgrund seiner sozialen Position in einem sozialen Beziehungsgeflecht bestimmte Ressourcen zu mobilisieren, hat Auswirkung auf sein soziales Kapital (Bourdieu 1979). Die Zusammensetzung des sozialen Kapitals verändert sich. Es entsteht ein alternatives Verständnis von Freundschaft und Nähe, dadurch verändert sich der soziale Radius der Jugendlichen.

"Gender 2.0" – Selbstkonstruktionen im Internet

Angela Tillmann

Das Internet bzw. Web 2.0 zeichnet sich dadurch aus, dass Inhalte aller Art, also Text-, Bild-, Audio- und Videobeiträge, auf relativ einfache Weise für andere zugänglich gemacht werden können und es vielfältige Möglichkeiten gibt, in Beziehung zu treten und sich öffentlich auszutauschen. Es finden sich zahlreiche Hinweise, dass die Vision von Bertold Brecht (Brecht 1932/1933) mit dem Web 2.0 in technischer und sozialer Hinsicht Realität wird: Menschen empfangen nicht mehr nur das, was Journalist_innen im Vorfeld selektiv aufbereiten, sondern können selber senden, ihre Themen und ihre Perspektive auf Welt öffentlich machen. Der Zugang ist niedrigschwellig, da keine besonderen HTML- oder Programmierkenntnisse erforderlich sind, um sich aktiv zu beteiligen; außerdem sind die neuen Anwendungen in der Regel kostenlos und relativ zeit- und ortsunabhängig nutzbar. Jede/r kann also zum/zur Reporter/in werden und Eindrücke von einer Demonstration oder der letzten Party in einem Blog veröffentlichen. Die Ereignisse im Iran haben gezeigt, welche Bedeutung diese neuen Foren im politischen Diskurs erhalten. Dieser Wandel des Internet vom „Informationsmedium“ zum „sozialen Mitmachmedium“ wird symbolisch als eine Software-Entwicklungsstufe beschrieben. Statt vom Internet bzw. Web 1.0 ist heute die Rede vom Web 2.0. Typische Beispiele für Web 2.0-Anwendungen sind neben Blogs, Wikis, Podcasts, Foto- und Videoportalen (z.B. Flickr, YouTube) die sozialen Netze (z.B. schülerVZ, lokalisten).

Jugendliche sind fasziniert von diesen neuen Anwendungen. Sie nutzen sie, um ausgewählte Facetten ihres Selbst darzustellen, sich selbstbestimmt, mutig, überlegen, sexy, kreativ, sozial- und technikkompetent zu inszenieren, sich zu selbstgewählten Themen und Meinungen zu positionieren, Grenzen auszutesten und neue Handlungsfelder zu entdecken. Sie treffen sich im Web 2.0 mit ihren Freund_innen, knüpfen aber auch Kontakte zu bislang unbekanntem Menschen, mit denen sie spezifische Lebenslagen, Interessen oder besondere Vorlieben teilen. Für nicht-heterosexuelle Jugendliche können virtuelle Treffpunkte z.B. durchaus existentiell bedeutsam werden. Auch Migrant_innen nutzen die neuen virtuellen Plattformen, um ihre hybriden Identitäten auszudrücken und diese mit Jugendlichen in einer ähnlichen Lebenslage auszuhandeln.

In meinem Vortrag steht nun die Frage im Mittelpunkt, in welcher Form der virtuelle Raum von Jugendlichen, insbesondere Mädchen zur alltäglichen Identitätsarbeit genutzt wird. Kontrastierend zu feministischen Diskursen, in denen die Hoffnung geäußert wurde, dass die vermeintlich egalitäre und partizipatorische Struktur des Internet/Web 2.0 dazu führen könnte, dass Geschlechterrollen in den Hintergrund rücken, neue Subjektpositionen eingenommen und die Subjekte sich neuartig begegnen, möchte ich zeigen, dass die Normen einer heteronormativ und zweigeschlechtlich organisierten Welt weiterhin – also auch online – wirksam sind. Nicht zuletzt im (bewegt) bildlastigen Web 2.0 kann man und frau beobachten, dass der Körper der zentrale Austragungsort bei der Suche nach einer

eigenen, unverwechselbaren Identität ist. Mädchen posieren und experimentieren in sozialen Netzen oder auf privaten Homepages mit Fotos oder Videos, die für Erwachsene oftmals anstößig wirken, die aber nicht missverstanden werden sollten. Indem sie sich leicht bekleidet und in lasziver Pose, verführerisch oder romantisch darstellen, positionieren sich die Mädchen „weiblich“ und fühlen sich damit spielerisch in eine heterosexuell und zweigeschlechtlich organisierte Gesellschaft ein. Jungen greifen hier eher auf coole und überlegene Posen zurück. Es finden sich aber auch Ausnahmen und Erweiterungen im Web 2.0, die unter den Begrifflichkeiten „undoing gender“ oder „beyond gender“ diskutiert werden. So nutzen einige Mädchen (und Jungen) die virtuellen Räume auch, um sich individuell in Blogs oder kollektiv in diversen sozialen, populärkulturellen oder ästhetisch-politischen Netzen anders zu positionieren. Sie stellen bisherige Denk- und Wahrnehmungsgewohnheiten in Frage und erweitern das Spektrum der Subjektkonstruktionen um eine Vielzahl an unterschiedlichen Bedeutungen. Die Suche nach den Bedingungen für eine kreative Nutzung der egalitären und partizipatorischen Strukturen des Web 2.0 zeigt, dass Mädchen und junge Frauen insbesondere dann mit Selbstaspekten experimentieren, wenn sie unter sich oder zumindest deutlich in der Überzahl sind. In geschlechtshomogenen (jugendkulturellen) Settings fällt es Mädchen sowohl off- als auch online offenbar nach wie vor leichter ihre Themen und Bedürfnisse zu artikulieren.

Im Vortrag werden sowohl Potentiale als auch kommunikationskulturelle Problemlagen bei der Nutzung des Internet bzw. Web 2.0 durch Mädchen aufgezeigt.

Selbstinszenierungen Jugendlicher im digitalen Zeitalter

Christina Schachtner

Zu den wichtigsten Ressourcen und Orten für die Selbstfindung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen gehören heutzutage die digitalen Medien. Rund 97 % der 14- bis 19-Jährigen und 95 % der 20- bis 29-Jährigen sind regelmäßig online. Schon immer lieferten Medien wie Fernsehen, Film, Musik, Zeitschriften den Stoff, aus dem Jugendliche für die Gestaltung des eigenen Ichs schöpfen konnten. Sie offerieren Modelle für Rollen, für Lebensstile, für das Outfit. Sie stacheln an, den Helden nachzueifern; sie setzen Schönheitsstandards oder zeigen Lösungen für Konflikte und Entscheidungssituationen. Die digitalen Medien aber haben den audiovisuellen Medien eines voraus: mit und in ihnen können Jugendliche selbst aktiv werden. In den sozialen Netzwerken wie Facebook, Netlog, My Space, Studi VZ sind die jugendlichen User nicht nur Zuschauer, Zuhörer oder Rezipienten; sie treten selbst in diesen Netzwerken auf, kreieren Selbstprofile, erzählen Geschichten über sich selbst, verweisen auf ihren Lieblingsfilm oder ihre Lieblingsband. Die Selbstinszenierung gerät zu einer Performance.