



## Heranwachsen mit dem Social Web

Zur Rolle von Web 2.0 -Angeboten

im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Kurzfassung des Endberichts

für die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

*Hamburg/Salzburg, im April 2009*

*Auftragnehmer:*

Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg

Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg

*Herausgeberschaft des Berichts:*

Dr. Jan-Hinrik Schmidt, Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink, Prof. Dr. Uwe Hasebrink

Mitautorin dieser Zusammenfassung: Dr. Claudia Lampert

## Inhaltsübersicht

1.	Zur Erforschung der Rolle des Social Web im Alltag von Heranwachsenden.....	3
1.1.	Heranwachsen im Kontext sozialer Wandlungsprozesse.....	3
1.2.	Strukturelle Faktoren des Umgangs mit dem Social Web .....	4
1.3.	Leitfragen der Studie.....	4
2.	Empirische Grundlage.....	4
3.	Social Web als Ensemble von Kommunikationsdiensten.....	5
4.	Die Social Web-Nutzung Jugendlicher und junger Erwachsener: Nutzungsmuster, Vorlieben und Einstellungen .....	6
5.	Social Web im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Soziale Kontexte und Handlungstypen .....	8
6.	Ausgewählte Angebote des Social Web .....	10
7.	Das Social Web im Kontext übergreifender Medienrepertoires.....	12
8.	Das Social Web als Umfeld von und Werkzeug für Entwicklungsaufgaben.....	13
8.1	Selbstauseinandersetzung.....	13
8.2	Sozialauseinandersetzung .....	15
8.3	Sachauseinandersetzung.....	15
9.	Negative Erfahrungen mit dem Social Web .....	17
10.	Fazit und Ausblick .....	19

## 1. Zur Erforschung der Rolle des Social Web im Alltag von Heranwachsenden

Gegenstand der Studie ist der Umgang Jugendlicher und junger Erwachsener (Altersgruppe: 12 bis 24 Jahre) mit dem so genannten Social Web, oft auch Web 2.0 genannt. Mit diesen Begriffen werden Erscheinungsformen im Internet angesprochen, deren wichtigstes gemeinsames Merkmal die Tatsache ist, dass die Nutzerinnen und Nutzer selbst zu Inhabern werden können („user-generated-content“) und somit die Unterscheidung zwischen Anbietern und Nutzern von Medienangeboten verschwimmt. Zugleich fallen darunter Anwendungen, die den Austausch zwischen Nutzern in Öffentlichkeiten fördern, deren Reichweite zwischen der interpersonalen Kommunikation einerseits und der massenmedialen Kommunikation andererseits liegt. Der Konzeption der Studie liegen die beiden folgenden Ausgangsüberlegungen zugrunde.

### 1.1. Heranwachsen im Kontext sozialer Wandlungsprozesse

Die Kernfrage der Studie zielt auf den Umgang von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit dem Social Web und welche Bedeutung ihm Heranwachsende unter den gegenwärtigen sozialen und technischen Bedingungen im Kontext ihrer Sozialisation beimessen. In einer Gesellschaft, die von Individualisierungsprozessen, von relativer Wahlfreiheit einerseits, aber auch von einer verwirrenden Vielfalt der Lebenskonzepte und Wertsysteme andererseits gekennzeichnet ist, bedeutet es keinesfalls eine leichte Aufgabe, zu einem stabilen Selbstkonzept zu gelangen. Junge Menschen müssen also in der Gestaltung ihrer Identität mehr denn je „Experten“ sein, um sich als möglichst eigenständige Menschen erfahren und behaupten zu können. Aufwachsen heute bedeutet, Identität(en) zu konzipieren, sie wieder fallen lassen zu können, sie neu zu projektieren und zu behaupten, also mit Identitäten „spielen“ zu können. Denn jeder muss seinen persönlichen „Wertkosmos“ mit der eigenen Lebenssituation und dem aktuellen Bedingungsgefüge in der Gesellschaft stets aufs Neue abgleichen und dabei nach eigenen Lösungen und dem ganz persönlichen Lebensweg suchen.

Jugendliche sind in ihrer Identitätsgenese und der damit verbundenen Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben herausgefordert, sowohl Sach-, Sozial- als auch Selbstauseinandersetzung zu betreiben. Die Anwendungen des Social Web halten dafür auf unterschiedlichen Ebenen und in unterschiedlichen Formen und Foren symbolische wie reale Spielräume bereit, die für drei zentrale Handlungskomponenten genutzt werden können: *Identitätsmanagement*, *Beziehungsmanagement* und *Informationsmanagement*.

### *1.2. Strukturelle Faktoren des Umgangs mit dem Social Web*

Das onlinebasierte Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement äußert sich in konkreten Situationen, beispielsweise wenn eine Nutzerin ihr Profil auf einer Netzwerkplattform aktualisiert oder mit einem Freund via Instant Messaging kommuniziert. Der Ablauf solcher Nutzungsepisoden wird jedoch von verschiedenen überindividuellen Faktoren gerahmt: Erstens von geteilten Verwendungsregeln, die informelle Konventionen ebenso einschließen können wie Geschäftsbedingungen eines Anbieters oder gesetzliche Vorgaben; zweitens von den in der Nutzung kommunikativ erreichten bzw. potentiell erreichbaren sozialen Netzwerken, die als Publika den Grad der Öffentlichkeit mit bestimmen; sowie drittens von den technischen Vorgaben der verwendeten Software, die bestimmte Nutzungsweisen nahelegen und andere ausschließen. Unterschiedliche Konstellationen dieser drei strukturellen Merkmale bedingen unterschiedliche Praktiken, das individuelle Handeln im Social Web muss daher immer im Kontext von geteilten Erwartungen und Normen, adressiertem Publikum und technischen Vorgaben untersucht werden.

### *1.3. Leitfragen der Studie*

Vor dem Hintergrund dieser Vorüberlegungen behandelt die Studie die folgenden Leitfragen:

- Wodurch ist das Social Web als Kommunikationsdienst charakterisiert, d.h. welche Anwendungsgattungen existieren, welche technischen Funktionalitäten bieten sie und welche Verwendungsweisen legen diese nahe?
- Welche Bedeutung weisen Jugendliche und junge Erwachsene den verschiedenen Social Web-Anwendungen in ihrem Alltag zu?
- Wie sehen die Medienrepertoires von Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus, und welche Rolle spielen darin die Social Web-Angebote?

## **2. Empirische Grundlage**

Die Studie besteht aus folgenden Untersuchungsmodulen:

- einer Analyse des Social Web als Kommunikationsdienst anhand einer Charakterisierung von Anwendungsgattungen, anwendungsübergreifenden Funktionalitäten sowie fallstudienhaft ausgewählter Angebote,
- einer qualitativen Studie mit zwölf Gruppendiskussionen und 29 Einzelinterviews von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter zwischen 12 und 24

Jahren zum Umgang mit dem Social Web und seinen subjektiven Bedeutungen im (Medien-)Alltag sowie

- einer Repräsentativbefragung (n=650) unter Onlinenutzerinnen und -nutzern im Alter von zwölf bis 24 Jahren zu ihrem Umgang mit dem Internet unter besonderer Berücksichtigung von Social Web-Angeboten sowie ihrer Nutzung von und ihren Einstellungen gegenüber anderen Medien.

### 3. Social Web als Ensemble von Kommunikationsdiensten

In der öffentlichen Diskussion hat sich der Begriff „Web 2.0“ als Chiffre für das gegenwärtige Internet etabliert. Die mitschwingende Annahme, es habe einen revolutionären Bruch bzw. Sprung gegenüber früheren Phasen des Internets gegeben, ist problematisch; in der Studie wird daher der Begriff „Social Web“ vorgezogen, der deutlich prägnanter den Stellenwert des Internets für seine Nutzer ausdrückt: Die Technologie zieht ihren Wert vor allem daraus, dass man mit anderen Menschen kommuniziert und interagiert.

Als Kommunikationsdienst umfasst das Social Web eine Reihe von Angebotsgattungen, darunter Netzwerk- und Multimediaplattformen (wie *SchülerVZ* oder *YouTube*), Werkzeuge des „Personal Publishing“ (wie Weblogs oder Twitter), Instant-Messaging-Dienste, Wikis sowie Anwendungen, die insbesondere dem Informationsmanagement dienen (wie Feed Reader oder Verschlagwortungssysteme). Quer zu dieser Unterscheidung nach Gattungen liegt die Differenzierung unterschiedlicher Funktionalitäten, die sich (in je spezifischer Form) in einer Vielzahl von Anwendungen wiederfinden lassen und typisch für das Social Web sind. Dazu gehören insbesondere die „Profilseite“, auf der Nutzer Aspekte ihrer Person Anderen zugänglich machen, sowie Optionen zur Artikulation sozialer Beziehungen, mit denen zum Beispiel „Freundschaften“ oder „Kontakte“ innerhalb eines onlinebasierten Kommunikationsraums geknüpft, bestätigt und visualisiert werden können. Hinzu treten Funktionen für das Publizieren, also dafür, Informationen unbeschränkt zugänglich zu machen, sowie für die gruppenbezogene und interpersonale Kommunikation.

Der bloße Umstand, dass ein Video oder ein Weblogeintrag potentiell für alle Internetnutzer einsehbar ist, garantiert jedoch kein Massenpublikum. Vielmehr findet die ganz überwiegende Mehrheit der nutzergenerierten Inhalte innerhalb von „persönlichen Öffentlichkeiten“ mit begrenzter Reichweite statt. Die Orientierung in diesen neuen Öffentlichkeiten wird durch Mechanismen der nutzergestützten Bewertung oder Verschlagwortung unterstützt.

In technischer Hinsicht bringt das Social Web somit vor allem mit sich, dass die Hürden sinken, Inhalte aller Art (Texte, Videos, Bilder, Musik o.ä.) für andere zugänglich zu machen, mit anderen zu bearbeiten und weiter zu verbreiten. In kulturell-gesellschaftlicher Hinsicht werden an Phänomene wie die *Wikipedia* oder die Blogosphäre Hoffnungen geknüpft, dort könne sich die „Weisheit der Masse“ ausdrücken und (ergänzend oder konkurrierend) zu etablierten Gatekeepern Wissen zusammentragen. Kritiker halten diesen Einschätzungen entgegen, das Internet entwertere die Leistungen und gesellschaftlichen Funktionen professioneller Experten und führe zu Formen des digitalen Exhibitionismus.

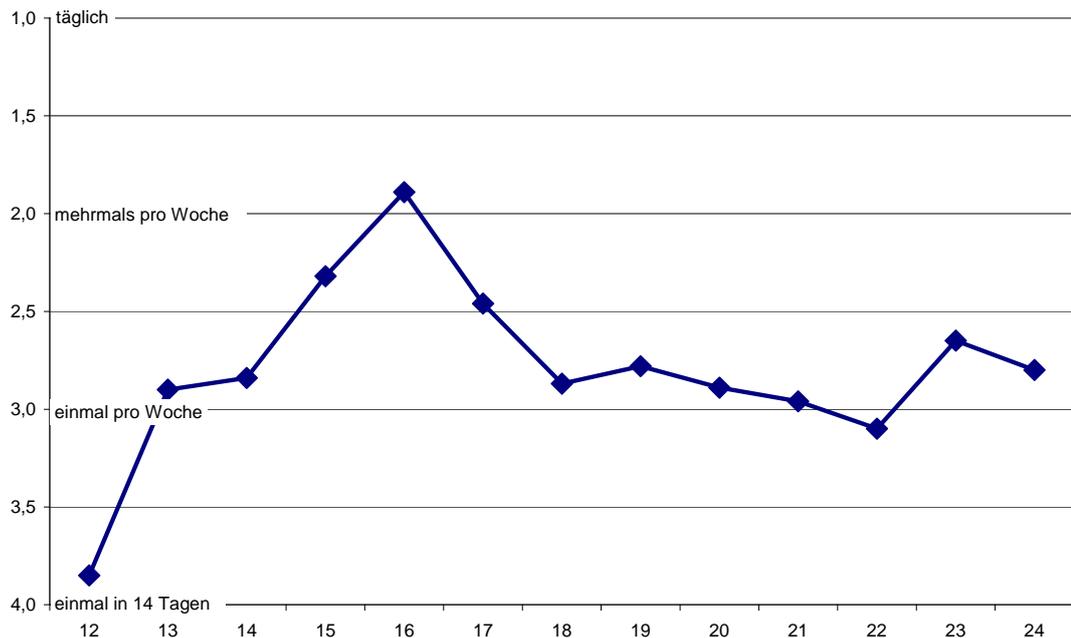
#### 4. Die Social Web-Nutzung Jugendlicher und junger Erwachsener: Nutzungsmuster, Vorlieben und Einstellungen

Mit der Repräsentativbefragung sollte ein Überblick über die Verbreitung bestimmter Umgangsformen mit dem Social Web ermittelt und zugleich ein Brückenschlag zu anderen vorliegenden Mediennutzungsstudien wie insbesondere JIM ermöglicht werden.

Das Internet ist im Alltag der untersuchten Altersgruppe längst angekommen: Mehr als 85 Prozent nutzen es mindestens mehrmals pro Woche, im Durchschnitt verbringen die 12- bis 24-Jährigen gut zwei Stunden pro Tag im Internet, was in etwa der Fernsehdauer entspricht. Unter den Internet-Aktivitäten spielen die verschiedenen Angebote des Social Web eine maßgebliche Rolle: Jeweils 69 Prozent nutzen mehrmals pro Woche Instant Messaging-Dienste, ebenso viele besuchen Netzwerkplattformen. Fragt man offen nach den drei Lieblingswebsites, so nennen 52 Prozent der 15- bis 17-Jährigen spontan *SchülerVZ*, bei den 12- bis 14-Jährigen sind es 45 Prozent. Fast ebenso beliebt ist die Videoplattform YouTube, die von 42 Prozent der 12- bis 14-Jährigen und von 40 Prozent der 15- bis 17-Jährigen als Lieblingswebsite genannt wird. Die in der Gesamtgruppe meistgenutzten Angebote des Social Web sind *YouTube* (89 Prozent Nutzer) und *Wikipedia* (85 Prozent).

Genauer untersucht wurde die Nutzung der Netzwerkplattformen wie *SchülerVZ*. Den Höhepunkt erreicht die Nutzung von Netzwerkplattformen im Alter von 16 Jahren (siehe Abbildung), der Unterschied zwischen den Geschlechtern ist gering.

*Häufigkeit der Nutzung von Netzwerkplattformen nach Alter  
(Mittelwerte über eine Skala von 1 = täglich bis 7 = nie)*



Um verschiedene Formen des Umgangs mit den Netzwerkplattformen zu unterscheiden, wurden folgende Nutzertypen gebildet:

- „Nicht-Nutzer“ (11 Prozent der Stichprobe): Personen, die nie Netzwerkplattformen besuchen.
- „Rand-Nutzer ohne eigenes Profil“ (13 Prozent): Personen, die zwar ab und zu Netzwerkplattformen besuchen, aber kein eigenes Profil erstellt haben.
- „Routinierte Kontaktpfleger“ (23 Prozent): Hohes Interesse an Kontakten, geringes Interesse an Selbstdarstellung.
- „Außenorientierte Selbstdarsteller“ (16 Prozent): Im Vordergrund stehen die Selbstdarstellung und der Wunsch, im Internet einen guten Eindruck zu machen.
- „Wenig interessierte Routinenutzer“ (10 Prozent): Mittelmäßiges Kontaktnetzwerk, das aber wenig ambitioniert gepflegt wird.
- „Zurückhaltende Freundschaftsorientierte“ (9 Prozent): Kleines und offenbar auf engere Freunde konzentriertes Kontaktnetzwerk.
- „Intensive Netzwerker“ (9 Prozent): Häufigste und intensivste Nutzung der Plattformen, oft auch Profile auf mehreren Plattformen, extrem großes Kontaktnetzwerk.

- „Reflektierte Gelegenheitsnutzer“ (6 Prozent): Sehr seltene Profilaufrufe und kleines Kontaktnetzwerk, hohes Bewusstsein dafür, dass auf Communities private Daten öffentlich gemacht werden.
- „Experimentierende Selbstdarsteller“ (3 Prozent): Stark ausgeprägte Experimentierfreude und hohes Interesse an Selbstdarstellung.

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen unterscheiden sich also deutlich in der Art, wie sie mit dem Internet im Allgemeinen und dem Social Web im Besonderen umgehen. Die Bedeutung, die Social Web-Angebote im Alltag der Jugendlichen und jungen Erwachsenen gewinnen, kann also sehr unterschiedlich ausfallen. Dies wurde in den qualitativen Befragungsschritten vertiefend untersucht.

## 5. Social Web im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Soziale Kontexte und Handlungstypen

Jugendliche und junge Erwachsene lassen, von sozial-ökologischen Faktoren gerahmt, ein breites Spektrum an Umgangsweisen mit dem Social Web erkennen; selten schöpfen sie jedoch seine Potenziale voll aus. Ihre Umgangsweisen mit dem Social Web unterscheiden sich vor allem in Bezug auf folgende Dimensionen: kreativ, intensiv, reflexiv, initiativ, relevant und innovativ. Vor dem Hintergrund der Fragen, *was* die Jugendlichen mit Social Web-Angeboten im Alltag jeweils konkret tun und *wozu* sie sie einsetzen, d.h. ob sie sie z.B. verstärkt zur Beziehungspflege oder zur Selbstdarstellung nutzen, oder ob sie mit ihrer Hilfe spezifische Anforderungen des lebensweltlichen Kontexts zu bearbeiten suchen, ließen sich die folgenden sechs Handlungstypen bilden, die die konkreten Umgangsweisen der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit dem Social Web im Alltag erfassen:

- Handlungstyp (1): „Die kreativ-engagierte Social Web-Nutzung auf unterschiedlichen Ebenen“ – der selbstbewusste, neugierig-kompetente Umgang mit Social Web-Angeboten;
- Handlungstyp (2): „Der intensive, initiative und kritische, aber konventionelle Umgang mit dem Social Web“ mit hoher Relevanz für das Beziehungsmanagement – das Internet allgemein wird intensiv zum Informationsmanagement genutzt;
- Handlungstyp (3): „Der intensive und kommunikativ-initiative Umgang mit dem Social Web“ zur Kontaktpflege und Selbstdarstellung;

- Handlungstyp (4): „Dabei sein ist alles“ – das Social Web wird vornehmlich zum Beziehungsmanagement eingesetzt, sonst erweist sich die Social Web-Nutzung als unauffällig und eher unspezifisch;
- Handlungstyp (5): „Der kritisch-selektive Umgang mit dem Social Web als Mittel zum Zweck“ – insbesondere zur Beziehungspflege und zur Information;
- Handlungstyp (6): „Das Social Web zur Kompensation bei sozialen Problemen“ – die intensive und initiative Nutzung mit hoher Relevanz in einem problembelasteten Alltag.

Die meisten befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen, so Ergebnisse der qualitativen Teilstudie, nutzen das Social Web „friendship-driven“; für sie ist die Chance zum Beziehungsmanagement das wichtigste Motiv zur Social Web-Nutzung. Je nach Interesse und Kompetenz nutzen Jugendliche und junge Erwachsene Social Web-Angebote initiativ, sie gründen z.B. auf Netzwerkplattformen selber Gruppen und ergreifen die Initiative zur Beziehungspflege oder zur Selbstpräsentation, indem sie Kommentare posten und Bewertungen, etwa von Videos, anderer vornehmen. Ein weiterer Anteil von Jugendlichen und jungen Erwachsenen nutzt Social Web-Angebote (dabei handelt es sich zumeist um Netzwerkplattformen) jedoch vor allem, um in der Peer-Group nicht abseits zu stehen, um schlicht „dabei zu sein“ bzw. etwas zu tun, „was eh alle tun“. Ihnen liegt daran, mit anderen verbunden zu sein und sich mit ihnen auch über das Netz verbunden zu fühlen. Für sie zählen vor allem der Austausch mit und der Kontakt zu Gleichaltrigen; die Initiative, etwa indem sie selbst Gruppen gründen, ergreifen diese Jugendlichen nicht. Für einige ist es dabei wichtig, möglichst viele Kontakte zu haben, um sich anerkannt, beachtet – lebendig – zu fühlen; für andere zählt dagegen nicht so sehr die Menge der Bekanntschaften und Freunde, etwa auf *SchülerVZ*, sondern schlicht das Dabeisein und Mittun. Auch diese Jugendlichen nutzen andere Social Web-Angebote, etwa *YouTube* oder *MySpace*, dies jedoch weil sie sich über die Videos dort mit anderen austauschen können; die meisten von ihnen nutzen allerdings die Video-Plattform *YouTube* als Musik-Plattform.

Einige Jugendliche – dabei handelt es sich tendenziell stärker um formal höher gebildete und besonders engagierte Jungen – nutzen das Social Web „interest-driven“; sie lassen einen kreativen Umgang mit dem Social Web erkennen, indem sie eigene Inhalte schaffen (z.B. Video drehen). Doch auch diejenigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die Social Web-Angebote in einer kreativen Weise nutzen, folgen eher dem vorgegebenen Rahmen des jeweils bevorzugten Angebots, eine innovative, d.h. eine selbst gesteuerte, über den jeweiligen Gestaltungsrahmen des Angebots hinausgehende Umgangsweise fand sich nur in sehr wenigen Fällen, wie etwa im Fall der

Afghanin Sali, die die Netzwerkplattform *Netlog* zum Führen eines geheimen Tagebuchs umfunktioniert.

Die weitaus meisten befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen, dies lässt sich zusammenfassend sagen, schöpfen die vielfältigen Potenziale des Social Web nicht aus, sondern bedienen sich seiner Angebote in einer vorgegebenen, im Rahmen des Angebotsspektrums eher konventionellen Art und Weise, um ihre Anliegen umzusetzen. Allerdings lässt sich auch beobachten, dass etwa die Videoplattform *YouTube* als eine Art Suchmaschine für unterschiedliche Themen eingesetzt wird oder dazu, verpasste Serienfolgen zu sehen. Social Web-Angebote werden, wie die qualitative Teilstudie zeigt, in Einzelfällen auch zur Kompensation von großen sozialen Defiziten im Alltag (zum Identitätsmanagement bzw. zur Identitätspflege und zum Beziehungsmanagement bei mangelnder Integration) genutzt, etwa bei Jugendlichen mit Migrationserfahrungen.

Mädchen zeigen insgesamt eine stärkere Tendenz zum Social Networken und weniger zur Selbstdarstellung als Jungen. Der Aspekt der formalen Bildung gewinnt insbesondere im Hinblick auf einen reflexiven Umgang mit Social Web-Angeboten Bedeutung: Formal höher Gebildete kennen Chancen und Risiken im Umgang mit Social Web-Angeboten bzw. wägen diese zuweilen bewusst gegeneinander ab und richten ihren Umgang danach aus (Vermeiden, eigene Daten preiszugeben, auf Foto- und Profil-Darstellung etc. achten). Formal niedriger Gebildete machen sich dagegen weniger Gedanken darüber, wie man sich im Social Web gegen unliebsame Erlebnisse schützen kann bzw. sollte. Sie gehen eher sorglos mit negativen Erfahrungen um bzw. betrachten sie als einen unvermeidlichen Teil der Social Web-Nutzung. Unabhängig von der formalen Bildung zeigen die Jugendlichen, die sich häufig intensiv im Social Web bewegen und für die seine Angebote eine hohe Relevanz erlangen, einen deutlich reflektierteren Umgang: Kompetenz scheint mit dem „Tun“ zu wachsen.

## 6. Ausgewählte Angebote des Social Web

Eine fallstudienhafte Analyse ausgewählter Anwendungen, bei der Befunde aus den empirischen Modulen mit einer Perspektive auf die Angebotsmerkmale kombiniert wurden, eröffnet weitere Perspektiven auf den Stellenwert des Social Web.

*Netzwerkplattformen* besitzen eine Schlüsselposition in den Nutzungspraktiken von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Sie sind in besonderem Maße auf das Identität- und Beziehungsmanagement zugeschnitten, das in diesen Altersgruppen eine

zentrale Rolle spielt. Zudem lassen sich an ihnen aber auch beispielhaft Spannungen des Social Web identifizieren. Die erste Spannung besteht zwischen der Standardisierung von Selbstdarstellung (durch Vorgaben in den Profilmasken) und dem Bedürfnis der jugendlichen Nutzergruppen, ihre eigene, d.h. individuelle, persönliche und spezifische Identität auf den Plattformen auszudrücken und sichtbar zu machen. Die zweite bedeutsame Spannung existiert zwischen der persönlichen Sphäre der Nutzer sowie der Öffentlichkeit, die mit Hilfe der Plattformen hergestellt wird. Nur durch das Offenlegen von persönlichen Informationen können Nutzer am sozialen Leben der Netzwerkplattformen teilhaben, doch die dort ablaufenden Kommunikationen sind persistent, durchsuchbar, kopierbar und für ein „unsichtbares Publikum“ einsehbar, womit die Grenzen der eigenen Privatsphäre nicht mehr deutlich gezogen werden können. Dieser Umstand wird in der alltäglichen Kommunikationssituation jedoch nicht sichtbar, in der sich Nutzer an ihr persönliches Netzwerk und nicht an eine unbegrenzte Öffentlichkeit wenden.

Technische Merkmale des Angebots und Merkmale der Aneignung in alltäglichen Praktiken führen somit dazu, dass Jugendliche und junge Erwachsene widersprüchlichen Eindrücken ausgesetzt sind: Einerseits nehmen sie ihre persönlichen Öffentlichkeiten auf Netzwerkplattformen als eigenen und selbstbestimmt angeeigneten Raum wahr, eben als „My Space“. Andererseits sind sie mit Bedenken der Erwachsenenwelt konfrontiert, die sich in medialen Diskursen zum „Datenexhibitionismus“ sowie in Interventionen besorgter Eltern und Lehrer äußern.

*Instant-Messaging-Dienste* besitzen in den Nutzungsrepertoires der Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine ebenso zentrale Rolle und sind für den beständigen Austausch mit dem eigenen sozialen Netzwerk meist wichtiger als die E-Mail. Da sie im Kern die interpersonale Kommunikation berühren und technisch vom World Wide Web entkoppelt sind, somit für Nicht-Nutzer eher unsichtbar sind, tauchen Dienste wie ICQ oder MSN im öffentlichen Diskurs über das Social Web kaum auf. *Videoplattformen* dagegen knüpfen sehr stark an massenmediale Kommunikation an, weil die Rezeption von audiovisuellen Inhalten im Mittelpunkt steht. Sie werden durchaus auch als Nebenbeimedium und als Alternative zu Radio, Musikfernsehen oder auch zum MP3-Player genutzt. Sie sind paradigmatisch für den Wandel zum aktiven Mediennutzer anzusehen – nicht im Hinblick auf das aktive Produzieren und Bearbeiten von Videos (das tut nur eine Minderheit), sondern vor allem im Hinblick auf das aktive *Filtern und Verbreiten* von medialen Inhalten, das Nutzer innerhalb ihrer sozialen Netzwerke betreiben und das professionell produzierte Inhalte als Ausdruck der Populärkultur einschließt.

Die *Wikipedia* schließlich wird nahezu ausschließlich rezipierend verwendet. Aktive Teilhabe über das Verfassen oder Verbessern von Einträgen bleibt weniger aufgrund von technischen Hürden aus, sondern weil Anmutung und Leitbild den Eindruck vermitteln, dass es sich um ein thematisch umfassendes Lexikon handelt, das von Menschen mit spezialisiertem Wissen bereit gestellt wird. Paradoxe Weise wirkt noch verstärkend, dass in (Hoch-)Schulen auf die mangelhafte, zumindest kritisch zu hinterfragende Qualität der Beiträge verwiesen wird und somit ein weiterer Anreiz für die aktive Teilhabe entfällt.

## 7. Das Social Web im Kontext übergreifender Medienrepertoires

In einem weiteren Schritt wurde untersucht, wie der Umgang mit den Social Web-Angebote in die Nutzung anderer Medien- und Kommunikationsdienste integriert ist und welche medienübergreifenden Kommunikationsmuster sich damit unter heutigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen zeigen. Da die Social Web-Angebote durch ihren spezifischen Charakter sowohl in die Sphäre der öffentlichen Kommunikation als auch in die Sphäre der interpersonellen Kommunikation hineinreichen, wurden dabei beide Sphären in den Blick genommen.

Als übergreifendes Ergebnis zu beiden Bereichen ist festzuhalten, dass der Umgang mit dem Social Web im Allgemeinen und mit Netzwerkplattformen im Besonderen eng mit anderen Kommunikationsformen verbunden ist. Dies bedeutet etwa, dass sich Unterschiede im Umgang mit anderen Medien- und Kommunikationsdiensten auch in Unterschieden im Umgang mit dem Social Web niederschlagen. Vor allem aber folgt daraus, dass dem Social Web in Gruppen, die sich in ihrem Medien- und Kommunikationsrepertoire unterscheiden, eine je spezifische Rolle zukommt. Die Unterschiede in der Rolle des Social Web bestehen nicht nur in quantitativer Hinsicht, also darin, ob es sich um mehr oder weniger intensive Nutzer von Netzwerkplattformen handelt. Sie bestehen auch und gerade in qualitativer Hinsicht, also darin, welche konkreten Funktionserwartungen die jeweiligen Jugendlichen und jungen Erwachsenen den einzelnen Angeboten gegenüber haben.

Im Hinblick auf das Spektrum der Medien öffentlicher Kommunikation ist deutlich geworden, dass das Internet in dieser Altersgruppe zum meistgenutzten Medium geworden ist, dem zudem auch die vielfältigsten Funktionen zugeschrieben werden. Dabei ist allerdings zu betonen, dass das Internet längst nicht mehr als ein Medium neben den anderen Medien betrachtet werden kann, sondern als eine Verbreitungsplattform für eine Fülle von Diensten – einschließlich des Fernsehens, des Radios

und der Zeitung. Dieser Umstand wird künftig auch eine Anpassung der Untersuchungsansätze erfordern, mit denen das Zusammenwirken verschiedener Medienangebote untersucht wird.

Die intensive Nutzung einer breiten Palette von technisch-vermittelten Kommunikationsformen für die interpersonelle Kommunikation dokumentiert die besondere Bedeutung dieses Funktionsbereichs für Jugendliche und junge Heranwachsende. Sehr klar erkennbar ist, dass sich die direkte personale Kommunikation und das persönliche Treffen als die ideale Option für die meisten Kommunikationssituationen erweist. Dies ist insbesondere für Situationen mit höherer Verbindlichkeit der Fall. Auch wenn insoweit keine Anzeichen für eine Verschiebung hin zu technisch vermittelten Kommunikationsformen zu beobachten sind, muss doch Ernst genommen werden, dass die Häufigkeit und Intensität des Umgangs mit technischen Kommunikationsmitteln die Gelegenheiten zur personalen Kommunikation deutlich übertrifft und deshalb auch an Bedeutung für die sozialen Beziehungen gewinnt.

## 8 Das Social Web als Umfeld von und Werkzeug für Entwicklungsaufgaben

Die Befunde der verschiedenen Untersuchungsschritte wurden abschließend zusammengeführt und entlang der drei zentralen Entwicklungsaufgaben, denen sich insbesondere Jugendliche gegenübersehen und die sie – unter anderem – mit Hilfe von Angeboten des Social Web zu bewältigen versuchen, diskutiert. Die Selbstauseinandersetzung, die mit Praktiken des Identitätsmanagements korrespondiert, die Sozialauseinandersetzung, die Formen des Beziehungsmanagements notwendig macht sowie die Sachauseinandersetzung, die durch das Informationsmanagement unterstützt wird.

### 8.1 *Selbstauseinandersetzung*

Jugendliche und junge Erwachsene bedienen sich in ihrer *Selbstauseinandersetzung* unterschiedlicher Social Web-Angebote. Im Vordergrund stehen dabei die Netzwerkplattformen, insbesondere *SchülerVZ* und *StudiVZ* sowie mit Abstrichen *MySpace*, *Netlog* oder *Facebook*. Instant Messaging (*ICQ* und *MSN*) stehen in Bezug auf Identitätsmanagementprozesse dagegen zurück, ebenso Videoplattformen bzw. Musikplattformen und vor allem Fotoplattformen. So liegt nur sehr wenigen Jugendlichen und noch weniger den jungen Erwachsenen daran, z.B. Fotos von sich, etwa von Partys oder Veranstaltungen, hochzuladen (dies geschieht dann eher von anderen, um sich schlicht einen Spaß zu machen, aber auch um Online-Mobbing zu betreiben) und sich damit z.B. in Gästebüchern etc. zu (re)präsentieren. Auch den

wenigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die Social Web-Angebote tatsächlich kreativ nutzen und z.B. ein Video auf *YouTube* stellen (wie etwa die Jugendlichen des Handlungstyps 1), geht es nicht in erster Linie um den Aspekt der Selbst(re)präsentation, sich als Person vor- oder auszustellen, sondern vielmehr um das Anliegen, etwas selbst zu produzieren, also eigene Fähigkeiten zu testen, indem etwas selbst gestalten. Die Chance aber, Aspekten der eigenen Person, vor allem durch das Ausfüllen von Profelseiten auf Netzplattformen inklusive der darin integrierten Fotos, Ausdruck zu verleihen und zu veröffentlichen, wird hingegen von den weitaus meisten Jugendlichen genutzt. Neben der Gestaltung und Pflege eigener Profelseiten auf einer Netzwerkplattform – dies ist die wichtigste Form des Identitätsmanagement im Social Web – nutzen die befragten Jugendlichen auch die auf Social Network Sites angebotene Möglichkeit, dort Zugehörigkeiten zu bestimmten Gruppen zu erklären und sich damit anderen gegenüber klar zu positionieren. Über die gewählten Gruppen und die dort beschriebenen Charakteristika beschreiben sich die Jugendlichen selbst bzw. sie repräsentieren und positionieren sich damit gleichzeitig – für andere in der Community gut sichtbar – in dem, was sie sind bzw. sein möchten. Identitätsmanagement ist dadurch auch untrennbar mit Beziehungsmanagement verbunden, da sich die eigene Identität erst im Wechselspiel mit und Positionierung zum gesellschaftlichen Umfeld bilden kann. Je nach spezieller Situation, eigenem Charakter sowie spezifischer lebensweltlicher Erfahrung liegt den weitaus meisten Jugendlichen daran, authentisch sein, d.h. zu zeigen, wer man ist, dabei jedoch möglichst „cool“ oder seriös oder auch lustig „rüberzukommen“. Schließlich will man wiedererkennbar sein, damit sich die von den meisten Jugendlichen vor allem geschätzte Funktion des Social Web – die Pflege von bestehenden und die Suche nach neuen oder alten Kontakten mit Hilfe von Netzwerkplattformen – realisieren lässt. Dabei geraten Jugendliche, wie insbesondere die formal höher gebildeten Jugendlichen und jungen Erwachsenen selbst erkennen, zuweilen in ein Dilemma: Um (wieder)erkennbar zu sein, geben die meisten jungen Menschen mehr oder weniger sorglos eine Fülle von Angaben zu ihrer Person preis.

Nur wenige Jugendliche beschreiben sich mit Hilfe von Social Web-Angeboten, wie sie gern sein und gesehen werden möchten bzw. bearbeiten mit ihnen (idealisierte) Vorstellungen zum Selbst, etwa um diese im Sinne einer im Alltag nur schwer auszuübenden Wunsch-Identität, auszuweiten. Dies ist z.B. bei dem 16-jährigen Kurden Hassan (Handlungstyp 6) der Fall. Hassan nutzt Social Web-Angebote, um sein Idealself – das eines kampfkraftigen Kurden und selbstbewussten Moslem – auf eine deutlich aggressive Weise darzustellen und so gut wie möglich zu leben.

## 8.2 Sozialauseinandersetzung

Während in der Frühzeit der Internet-Diffusion noch die Befürchtung herrschte, die technisch vermittelte Kommunikation würde Menschen isolieren, gilt inzwischen eher das Gegenteil: Isoliert ist, wer nicht am Social Web teilnimmt und auf den Netzwerken auf *SchülerVZ* und *StudiVZ* oder in den „Buddy Lists“ der Instant-Messenger-Dienste präsent ist. Zum *Beziehungsmanagement* werden die entsprechenden Praktiken, weil sie eine beständige aktive Auseinandersetzung mit und Explizierung von sozialen Beziehungen verlangen – diese technische Anforderung ebnet jedoch gewisse Subtilitäten des alltäglichen sozialen Umgangs mit anderen ein: Gerade im Leben von Jugendlichen spielen Beziehungsstatus und Positionierung im Gefüge einer Clique oder Schulklasse eine wichtige Rolle, doch zwingt erst das Social Web dazu, bestimmte Aspekte dieser Beziehungen auch explizit und für andere sichtbar zu machen.

Das onlinebasierte Beziehungsmanagement resultiert in sozialen Netzwerken unterschiedlicher Größe und Zusammensetzung. Sowohl die quantitativen als auch die qualitativen Teilstudien zeigen dabei zweierlei: Erstens weisen die online abgebildeten sozialen Netzwerke in aller Regel hohe Überlappung mit denjenigen Beziehungsstrukturen auf, die auch außerhalb des Internet existieren. Zweitens erreichen die online vorliegenden Netzwerke eine Größe, die weit über den Freundeskreis im engeren Sinn hinausgehen und vielmehr auch ehemalige Schulfreunde, Partybekanntschaften o.ä. umfasst. Netzwerkanalytisch ausgedrückt resultiert das Beziehungsmanagement im Social Web daher sowohl in einer Bestärkung von engen Beziehungen (die über einen weiteren Kanal gepflegt werden können) als auch in einer Ausweitung der „weak ties“, also den eher schwachen und auf einzelne Rollenkontexte bezogenen Beziehungen.

Beide Beziehungsarten werden unter den gegenwärtigen gesellschaftlichen Bedingungen von steigender beruflicher und biographischer Mobilität immer wichtiger. Das Pflegen eines möglichst weit gespannten Netzwerks, das enge Freunde und entfernte Bekannte gleichermaßen umfasst, erhöht das Sozialkapital, das dem Einzelnen zur Verfügung steht – Beziehungsmanagement im Social Web gewinnt dadurch auch den Charakter einer Schlüsselqualifikation für das Leben in einer Gesellschaft, deren Leitbild die vernetzte Individualität ist.

## 8.3 Sachauseinandersetzung

In der hier untersuchten Altersgruppe – zumindest für den jüngeren Teil – steht die Aufgabe, sich ein Bild von der Welt zu machen und dazu eine Position zu entwickeln, zwar noch nicht so stark im Vordergrund wie die identitäts- und sozialbezoge-

nen Aufgaben. Klassifiziert man aber das Spektrum der Informationsbedürfnisse in vier Stufen – ungerichtete Informationsbedürfnisse, themen- oder bereichsspezifische Interessen, gruppenbezogene Bedürfnisse und problembezogene Bedürfnisse –, so kann angenommen werden, dass die gruppenbezogenen Bedürfnisse für Jugendliche eine besondere Bedeutung haben; alle Ergebnisse auch dieser Studie sprechen dafür. Für Jugendliche ist es im Prozess ihrer Selbst- und Sozialauseinandersetzung vor allem wichtig zu erfahren, wie ihre Bezugsgruppe bzw. ihre verschiedenen Bezugsgruppen denken, was sie für relevant, für wichtig und für richtig halten. Dieses besonders ausgeprägte Bedürfnis an gruppenbezogenen Informationen kommt in dem intensiven Umgang mit den Netzwerkplattformen zum Ausdruck, die nicht nur zur direkten Kommunikation und Vernetzung, sondern auch nicht zuletzt dazu genutzt werden, sich über Andere und ihre Ansichten und Vorlieben zu informieren. In diesem Sinne ist auch die Sachauseinandersetzung auf der Phänomenebene kaum von den beiden anderen zuvor behandelten Ebenen zu unterscheiden. Wie im qualitativen Teil dieser Studie gezeigt werden konnte, geht es Jugendlichen dann, wenn sie sich Pinnwände oder Profile Anderer ansehen bzw. diese kommentieren oder in deren Weblogs lesen, vor allem darum zu wissen, mit wem sie es zu tun haben, um dann zu entscheiden, ob ein Kontakt hergestellt oder vertieft werden soll. In diesen Fällen steht also eher der Beziehungsaspekt im Vordergrund und weniger die Information.

Im Übergang zum Erwachsenenalter ergeben sich in dieser Hinsicht allerdings Verschiebungen: Mit dem Wechsel in eine Berufsausbildung, ein Studium oder einen Beruf mehren sich die Anlässe, Schritt für Schritt eine Spezialisierung vorzunehmen, bestimmte Interessen zu entwickeln und diesen so nachhaltig nachzugehen, dass die sich daraus ergebende spezifische Kompetenz für berufliche Tätigkeiten und andere gesellschaftliche Aufgaben qualifiziert. Zugleich wachsen die gesellschaftlichen Erwartungen an ein gewisses Allgemeinwissen über die Welt. Diese beiden Veränderungen führen zu Verschiebungen in den Medienrepertoires: Die Rolle der Netzwerkplattformen, die mit 16 Jahren ihren Höhepunkt hat, sinkt danach ab; zwar werden diese zumindest von den Höhergebildeten immer noch recht häufig genutzt, der Umgang mit ihnen verschiebt sich jedoch schrittweise zu einer routinierten Kontaktpflege, bei der die gruppenbezogenen Informationsbedürfnisse, die aufmerksame Beobachtung der eigenen Bezugsgruppe im Hinblick auf neue Trends, kaum noch eine Rolle spielen. Stattdessen gewinnen journalistische Medien an Bedeutung; dies äußert sich in dieser Studie in entsprechenden Vorlieben für nachrichtenorientierte Onlineangebote sowie in einer häufigeren Zeitungsnutzung.

Das Informationsverhalten Jugendlicher und junger Erwachsener ist vor allem durch zwei Angebote geprägt: *Google* und *Wikipedia*. Trotz des völlig unterschiedlichen Grundkonzepts der beiden Angebote – einer allgemeinen Suchmaschine und einer nach dem Wiki-Prinzip aufgebauten Online-Enzyklopädie – werden diese von Jugendlichen und jungen Erwachsenen doch recht ähnlich genutzt: Beide stehen für die Möglichkeit, zu jedem akut interessant werdenden Begriff ein Angebot zu finden, mit dem die anstehenden Fragen gelöst werden können, beide werden als „Such- und Recherchemaschine“ genutzt. Die Besonderheiten von *Wikipedia*, die in der Möglichkeit zum Mitschreiben und Kommentieren bestehen, spielen für die allermeisten Nutzer keine Rolle. Beide Angebote stehen für eine eher häppchenhafte, dekontextualisierte Form der Informationssuche und Informationsverarbeitung, die wenig mit der Einordnung oder Vertiefung von Wissensbeständen zu tun hat. Demgegenüber werden die spezifischen Möglichkeiten zum Informationsmanagement, die das Social Web bereit hält, also zu einem sozial orientierten bzw. auf Andere bezogenen Filtern, Selektieren und Kanalisieren von Informationen aller Art, etwa durch Social Bookmarking, Tagging oder Bewertungen von Beiträgen, im Vergleich zu den Vernetzungs- und Kommunikationsfunktionen vergleichsweise selten genutzt.

## 9 Negative Erfahrungen mit dem Social Web

In den letzten Monaten ist das Internet im Zusammenhang mit verschiedenen Risiken in den Blickpunkt der Öffentlichkeit geraten. Im Vordergrund stehen dabei vor allem Online-Spiele, die nur am Rande Gegenstand der vorliegenden Untersuchung waren. Doch auch im Hinblick auf das Social Web sind Phänomene bekannt geworden, die als problematisch eingeschätzt werden müssen. Dazu gehören Formen des Online-Mobbing, Hassgruppen, risikoreiche Online-Bekanntschaften sowie Datenschutz- und Urheberrechtsprobleme. Dem Anliegen der Untersuchung entsprechend, den alltäglichen Umgang mit den Social Web-Angeboten nachzuzeichnen, lässt sich als zentraler Befund festhalten, dass negative Erfahrungen im Vergleich zu der Häufigkeit und Intensität der Social Web-Nutzung keinesfalls im Vordergrund stehen. Zugleich zeigt sich aber, dass nahezu alle befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen bereits in irgendeiner Form Erfahrungen mit Online-Mobbing gemacht haben – entweder in Bezug auf die eigene Person, auf Mitschüler oder Bekannte, oder sie haben zumindest davon gehört, dass Andere derartige Erfahrungen gemacht haben. Zumeist bezieht sich diese Erfahrung auf „peinliche“ oder „blöde Fotos“. Einige wenige Schüler berichten auch von Schüler- oder Lehrerhassgruppen auf *SchülerVZ*. In einer Gruppendiskussion ist die Rede von einer Mitschülerin, die einen

Schulverweis erhalten hat, nachdem sie ein beleidigendes Video über eine andere Mitschülerin ins Netz gestellt hat. Ein im Rahmen der Einzelfallanalysen untersuchter 17-Jähriger, ist nach eigener Aussage auf allen Plattformen, die er nutzt, häufig gemobbt worden. In *SchülerVZ* sind schon oft beleidigende Bemerkungen auf seine Pinnwand geschrieben und mit unvorteilhaften Fotos verlinkt worden, über die sich andere lustig gemacht haben. Bemerkenswert ist dabei, dass der Betroffene kaum Möglichkeiten sieht, sich nachhaltig gegen solche Verhaltensweisen zu wehren. Er weiß zwar, dass er diese theoretisch bei den Betreibern von *SchülerVZ* melden und die entsprechenden Nutzer sperren lassen könnte, jedoch hat er bei einem „Freund“ die Erfahrung gemacht, dass sich dieser dann einfach unter einem anderen Namen wieder angemeldet hat.

Formal höher gebildete und darunter insbesondere ältere Jugendliche und junge Erwachsene beurteilen *Online-Mobbing* kritisch und lehnen Verhaltensweisen dieser Art ab. Zwar finden auch formal niedriger gebildete Jugendliche Online-Mobbing nicht in Ordnung. Denn in fast allen Diskussionen waren sich die Jugendlichen und jungen Erwachsene darin einig, dass sie ein solches Verhalten ablehnen; sie halten es für „feige“ und bezeichnen es als „Sauerei“. Aber generell messen die formal niedriger Gebildeten dem Online-Mobbing weniger Relevanz bei, da man z.B. negative Fotos „ja jederzeit wieder löschen kann“.

Geht es um *Online-Bekanntschaften*, so berichten formal niedriger gebildete Jugendliche häufiger über derartige Erfahrungen; deutlich mehr niedriger gebildete Mädchen erzählen davon, schon des Öfteren „angemacht“ worden zu sein. Sie betrachten ein solches Verhalten allerdings öfter als „Spiel“ bzw. „Flirten“ und nicht als etwas, was sie mit ihren Eltern besprechen müssten. Für viele formal niedriger Gebildete haben Online-Bekanntschaften, wie sie erzählen, ihren Reiz; so könnten sich einige Jungen und Mädchen vorstellen, einmal eine Online-Bekanntschaft zu machen, die sie dann auch offline treffen, dies allerdings – da sind auch sie sich einig – nicht allein.

In Bezug auf die *Wahrnehmung von Risiken und Gefahren* im Netz lässt sich resümieren, dass bei den meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen zumindest ein rudimentäres Verständnis besteht. Bei genauerer Nachfrage wird deutlich, dass es sich dabei um Kenntnisse aus dem von Medien bestimmten Diskurs handelt, d.h. die Jugendlichen haben hier und dort bereits gehört, was man darf oder nicht tun sollte. Bei diesen Antworten ist allerdings zu beachten, dass in der Diskussion um Risiken der Faktor der sozialen Erwünschtheit eine große Rolle spielt: Die Jugendlichen wissen, was sie sagen dürfen bzw. verschweigen sollten.

Wie sich weiter zeigt, kommt den Eltern und der Schule im Zusammenhang mit potenziellen Risiken eine große Bedeutung zu. Bei den *Eltern* erweist es sich als entscheidend, ob diese ihre Kinder bei ihrem Umgang mit dem Internet begleiten, indem sie Interesse an deren Aktivitäten im Netz zeigen und mit ihnen darüber sprechen oder ob die Kinder in ihrer Internet-Nutzung weitgehend auf sich gestellt sind bzw. nur sehr formale Regeln für den Umgang mit dem Netz gesetzt bekommen. In dieser Hinsicht zeigen sich deutlich Unterschiede zwischen den formal höher und niedriger Gebildeten. In einigen Fällen berichten jüngere Befragte auch davon, dass sie risikoreiche bzw. illegale Verhaltensweisen bei ihren Vätern abgeschaut haben. Für Eltern wie für die Schule gilt, dass ihnen eine hohe Relevanz bei der Stärkung des Bewusstseins von Chancen und Risiken im Umgang mit dem Internet bzw. dem Social Web zukommt.

## 10 Fazit und Ausblick

Als ein zentrales Ergebnis der vorliegenden Studie lässt sich festhalten, dass Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwar die Begriffe „Web 2.0“ oder „Social Web“ nicht geläufig sind, die Onlineangebote selbst – und insbesondere die Social Networking Sites – jedoch einen hohen Stellenwert in ihrem Medienrepertoire und ihrem Alltag haben. Die sich eröffnenden Möglichkeiten zur Selbstdarstellung, Partizipation, Vernetzung und Beziehungspflege nutzen sie dabei je nach Bedürfnis und Anliegen auf ganz unterschiedliche Art und Weise. Die Faszination der Angebote sowie die Art der Selbstdarstellung und -inszenierung sind für Außenstehende und Unbeteiligte oftmals nicht nachvollziehbar und werden eher skeptisch betrachtet, was sich nicht selten in einer grundsätzlichen Kritik der Angebote niederschlägt. Die Debatte über Risiken kreist vor allem um die Netzwerkplattformen, wobei die Berichterstattung dazu führt, dass es zu einer Gleichsetzung von „Social Networking Sites“ und „Social Web“ kommt und potenzielle Risiken dieser konkreten Angebote pauschal auf das Social Web übertragen werden, was der Vielfältigkeit des Angebotsspektrums keinesfalls gerecht wird. Unberücksichtigt bleibt in diesem Zusammenhang oftmals auch, dass die Risiken nicht allein von dem Angebot ausgehen, sondern erst im Wechselspiel von angebotsbezogenen Funktionalitäten und sozialen und medienbezogenen Kompetenzen entstehen. Insbesondere Fehleinschätzungen bezüglich der Reichweite, Nachhaltigkeit und Dynamik von Social Web-Angeboten können eine riskante Nutzung begünstigen. Viele Nutzer wähen sich beispielsweise in geschlossenen und privaten Communities und machen sich nur wenig Gedanken über das Publikum oder über die langfristigen Folgen ihres Handelns, das im Netz

dokumentiert bleibt. Unterschätzt wird auch die Dynamik, mit der sich die Inhalte verbreiten, wenn z.B. ein privates, vermeintlich lustiges Foto in Umlauf gebracht wird und der Absender die Kontrolle über die Verbreitung verliert. In einigen Fällen machen sich die Nutzer einen Spaß, manchmal handelt es sich um bewusste Provokation, zumeist entstehen die genannten Probleme jedoch aufgrund von Unwissenheit (u.a. auch im Bezug auf rechtliche Fragen wie z.B. Urheberrecht) oder naiven Vorstellungen von Online-Öffentlichkeiten. Dies berührt auch den viel diskutierten Risikobereich der Datensammlung und -weitergabe durch Dritte. Auch wenn einige Nutzer (u.a. durch Kampagnen oder Medienberichte) für diese Risiken sensibilisiert sind, sehen sie sich – insbesondere bei der Nutzung von Netzwerkplattformen – in einem Dilemma, da die erfolgreiche Teilnahme, die auf das Knüpfen von neuen Beziehungen bzw. den Ausbau des eigenen Netzwerkes zielt, ein gewisses Maß an Offenheit und auch Authentizität verlangt. Diesen Preis sind jedoch die meisten bereit zu zahlen. Neben den datenbezogenen Problembereichen sollte aber auch der zeitliche Aspekt nicht unberücksichtigt bleiben. Der mit der Beteiligung an sozialen Netzwerken und der Pflege von sozialen Beziehungen verbundene Zeitaufwand kann mitunter dann zu einem Problem werden, wenn er nicht mehr im Verhältnis zu anderen Aktivitäten steht.

Die Feststellung, dass sowohl die angebotsbezogenen Funktionalitäten als auch die sozialen und medienbezogenen Kompetenzen der Nutzer für die Qualität der Nutzung entscheidend sind, verweist auf die relevanten Handlungsbereiche und Akteure, wenn es darum geht, die Risiken der Onlinenutzung so weit wie möglich zu minimieren.

Unsicherheit auf Seiten der Nutzer resultiert zum einen aus fehlender Kenntnis und mangelnder Transparenz bezüglich der Geschäftsbedingungen und z.B. des Datenschutzes. Die Anbieter sind hier gefordert, ein größtmögliches Maß an Transparenz in Bezug auf die Nutzung und Weiterverwendung der Daten herzustellen. Zugleich sollte den Nutzern auch die Entscheidungsfreiheit eingeräumt werden, inwieweit sie ihre Daten für andere Zwecke zur Verfügung stellen.

Unsicherheit ergibt sich aber auch durch fehlende medienbezogene Kompetenzen. Für Eltern, Schulen und weitere pädagogische Akteure stellt sich insofern die Aufgabe, die Heranwachsenden einerseits für die Risiken zu sensibilisieren, sie andererseits aber auch dahingehend zu unterstützen und zu fördern, die Potenziale des Social Web für die eigenen Bedürfnisse besser nutzen zu können. Lohnend scheint ein Blick auf Überlegungen und Ansätze, die nicht nur die „klassischen“ Dimensionen von Medienkompetenz auf das Social Web übertragen, sondern noch stärker auf die soziale Dimension Bezug nehmen und sich mit der Frage beschäftigen, wie ein re-

spekt- und verantwortungsvoller Umgang im und mit dem Social Web gelingen bzw. gefördert werden kann. Wie der enge Zusammenhang zwischen den konkreten Alltagserfahrungen der Heranwachsenden und ihrer Social Web-Nutzung zeigt, kann zwar heute, wie es der Titel der Studie sagt, von „Heranwachsen mit dem Social Web“ gesprochen werden; entscheidend sind jedoch nach wie vor die gesellschaftlichen Bedingungen des Heranwachsens, im Hinblick auf die sich die Forderung nach einem respekt- und verantwortungsvollen Umgang miteinander mindestens ebenso dringlich stellt. Online wie offline bedarf es des glaubhaft gemachten Willens aller Akteure, verantwortungslose und die Rechte Anderer beeinträchtigende Verhaltensweisen wahr- und ernstzunehmen, auf ihre Hintergründe hin zu beleuchten, kritisch zu kommentieren und gegebenenfalls auch zu sanktionieren.