

Presseinformation vom 05.06.2008

Wie es ihnen gefällt

***„Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“:
JFF präsentiert erste Zwischenergebnisse aus dem neuen Forschungs-Praxis-
Projekt: Befunde der Analyse von jugendnahen Internetplattformen und Struk-
turierung des Forschungsfeldes***

München – Das JFF – Institut für Medienpädagogik untersucht im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in einer umfassenden Studie, wie sich die Medienaneignung Heranwachsender im Zuge der Digitalisierung der Medienwelt verändert. Nach Abschluss des ersten Projektschrittes, der Analyse jugendnaher Internetplattformen, wurden heute erste Zwischenergebnisse der Öffentlichkeit vorgestellt.

Mit der Weiterentwicklung von Online-Angeboten haben Internetplattformen große Bedeutung erlangt. Im Zuge dessen wird dort eine zunehmende Zahl medialer Eigenproduktionen privaten Ursprungs veröffentlicht. Gleichzeitig verlagern sich kommunikative Prozesse verstärkt in virtuelle Räume, woran ebenfalls die Internetplattformen erheblichen Anteil haben.

Im ersten Abschnitt des Forschungs-Praxis-Projektes wurden 83 verschiedene Plattformen erfasst und als jugendnah eingeordnet. 44 dieser Plattformen, die das Spektrum jugendnaher Angebote in ausreichender Breite repräsentieren, wurden auf ihre Charakteristika hin untersucht und gruppiert. Aus diesen Gruppen wurden 20 exemplarische Plattformen ausgewählt und im Detail analysiert.

Nach den Ergebnissen der Analyse lässt sich das Angebot der jugendnahen Internetplattformen grundsätzlich in zwei Bereiche einteilen: Auf der einen Seite in Plattformen, die den Schwerpunkt auf kommunikative Aktivitäten haben, auf denen Jugendliche also vorrangig ihr Bedürfnis nach Austausch mit Gleichaltrigen oder Gleichgesinnten befriedigen können. Auf der anderen Seite in Plattformen, deren Schwerpunktsetzung die Veröffentlichung von selbst produzierten medialen Produkten ist.

Diese Plattformen kommen dem Bedürfnis von Jugendlichen entgegen, sich selbst oder ihre medialen Werke öffentlich zu präsentieren und zur Diskussion zu stellen. In beiden Fällen erhalten die Jugendlichen Angebote, ihre Aktionsräume zu erweitern und ihr Erfahrungs- und Handlungsspektrum in den virtuellen Welten zu erweitern.

Die Plattformen mit kommunikativem Schwerpunkt bieten Interaktionsmöglichkeiten, die darauf abzielen, dass Jugendliche miteinander auf unterschiedlichste Art und Weise in Kontakt treten können. Ein erstes Bündel in diesem Bereich konzentriert sich auf verbale Kommunikation, z. B. mit der Familie, mit Freunden oder Bekannten, die möglichst überall und jederzeit erreicht werden können. Beispiele für solche Angebote sind ‚Skype‘ oder ‚MSN‘. Das zweite Bündel in diesem Schwerpunkt ist darauf ausgerichtet, den bereits vorhandenen Freundes- und Bekanntenkreis zu pflegen oder mit Menschen in Kontakt zu kommen, von denen man davon ausgeht, dass sie ähnliche Interessen wie man selbst haben, z. B. schülerVZ oder Lokalis-ten.de. In diesem Bündel spielen zugleich Möglichkeiten zur Selbstpräsentation eine große Rolle, deren Zweck es ist, sich als Kontakt attraktiv zu machen.

Die Plattformen, die in ihrem Schwerpunkt als produktiv orientiert gelten können, bieten vielfältige Möglichkeiten, eigene „Werke“ zu veröffentlichen. ‚YouTube‘ oder ‚flickr‘ stehen stellvertretend für Angebotsformen in diesem Schwerpunkt. Sich selbst und seine Produkte einer Teilöffentlichkeit zugänglich machen zu können, ist ein wichtiges Motiv, das diese Plattformen bedienen. Zudem bedeutet Interaktion für die Angebote mit diesem Schwerpunkt, Feedback auf Eigenproduktionen zu bekommen und auch anderen zu geben und so die Vernetzung mit anderen Produzentinnen und Produzenten zu suchen.

Die hohen Zugriffszahlen, die für einige jugendnahe Internet-Plattformen bekannt sind, weisen darauf hin, dass Jugendliche die Erwartungen, die sie an die Medien herantragen zunehmend auch an diese Angebote der Medienwelt herantragen. Sie wollen mittlerweile offenbar auch dort

- *sich amüsieren und Spaß haben (Angebote konsumieren)*
- *sich in Beziehung zu anderen setzen (interpersonelle Kommunikation auf einer erweiterten Ebene)*
- *sich zur Geltung bringen (durch Selbstdarstellung und Präsentation von selbst gemachten Medienprodukten)*

Im Prozess des Heranwachsens spielen diese Aspekte und somit auch die Angebote der einschlägigen Plattformen eine wichtige Rolle: Sie dienen der Orientierung, der Identitätsbildung und der Ermöglichung von Teilhabe an gesellschaftlichen Interaktionen. Bereits aufgrund der ersten Analyseergebnisse werden jedoch auch Problemlagen erkennbar:

- *So zeigt sich z. B. in einigen jugendnahen Internet-Plattformen (z. B. bei Kwick) wenig Sensibilität gegenüber den Persönlichkeitsrechten der Nutzenden. Individuelle, Personen bezogene Daten sind ohne Anmeldung abrufbar.*
- *Auch die häufig festzustellende Undurchschaubarkeit, wer die Autorinnen und Autoren von Produktionen oder Meinungsäußerungen sind (z. B. bei YouTube), ist im Hinblick auf Jugendliche als Problem zu werten, denn sie erschwert die Bewertung und Einordnung.*
- *Schließlich ist – in Analogie zum Handy – eine „Kostenfalle Internet“ abzusehen. Während die Anmeldung kostenlos ist, sind interessante Angebote dann nur noch gegen Bezahlung zugänglich (z. B. bei Habbo).*

Aufbauend auf diesen Erkenntnissen aus der Analyse wird im zweiten Schritt der Untersuchung die Bedeutung von kommunikativem und produktivem Medienhandeln Jugendlicher für ihre realen Lebensvollzüge aufzuzeigen sein. Dabei werden Identität stiftende und orientierende Aspekte der Medienaneignung im Prozess des Erwachsenwerdens ebenso beleuchtet wie Möglichkeiten der medienpädagogischen Nutzung gewonnener Erkenntnisse.

Parallel zum gesamten Forschungsvorhaben betreibt das JFF so genannte „Web 2.0 Werkstätten“. Darin wird der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in konkretes Medienhandeln erprobt. Umgekehrt fließen Beobachtungen aus der Praxis in das Forschungsdesign ein.

BLM und JFF nehmen sich mit der Studie erstmals der Möglichkeiten an, die das Web 2.0 Jugendlichen bietet und erarbeiten konkrete Handlungsperspektiven für die medienpädagogische Praxis. Von den Forschungsergebnissen ist zudem Aufschluss über die jugendkulturelle, soziale und mediale Wirklichkeit junger Menschen zu erwarten.

Kontakt: JFF – Institut für Medienpädagogik, Ulrike Wagner und Prof. Dr. Helga Theunert, Fon 089.689 89-0, ulrike.wagner@jff.de

Eckdaten zur Studie

- Projektstart: 01.12.2007
- Erster Untersuchungsabschnitt: Analyse jugendnaher Plattformen
 - *Erfassung relevanter Plattformen (n=83)*
 - *Erstanalyse: Extraktion der Charakteristika (n=44)*
 - *vertiefende Analyse exemplarischer Vertreter (n=20): Thematische Ausrichtung, Spektrum der Interaktionsmöglichkeiten, Unterstützungs- und Vernetzungsstrukturen*
 - *nächster Analyseschritt: Analyse des Spektrums der Selbstpräsentationen und Entwicklung einer Typologie*
- Zweiter Untersuchungsabschnitt: Untersuchung von Heranwachsenden ab 11 Jahren, die sich den Internetplattformen zuwenden
 - *mit rezeptionsorientierten Absichten*
 - *zur Inszenierung und Präsentation der eigenen Person im Rahmen sozial-kommunikativer Kontexte*
 - *um selbst produktiv tätig und öffentlichkeitswirksam zu werden.*

Methode: Struktur- und Themenanalyse der Internetplattformen, Stichprobenziehung nach der Methode des Theoretischen Sampling

- Sukzessiver Aufbau, Durchführung und Evaluation der Web-2.0 Werkstätten mit Jugendlichen aus sozial- und bildungsmäßig benachteiligten Milieus.

Das JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis befasst sich bereits seit 1949 in Forschung und pädagogischer Praxis mit dem Medienumgang der heranwachsenden Generation. Die Ergebnisse der Forschung sind Grundlage für pädagogische Modelle in der Erziehungs-, Bildungs- und Kulturarbeit mit Kindern und Jugendlichen. Die medienpädagogischen Projekte liefern wiederum wichtige Impulse für den wissenschaftlichen Arbeitsbereich.