

Digital ist überall – Heranwachsen in der digitalen Gesellschaft

Jan-Hinrik Schmidt
@janschmidt

Wissenschaftlicher Referent
für digitale interaktive Medien
und politische Kommunikation

Freiburg ❖ 22.10.2015

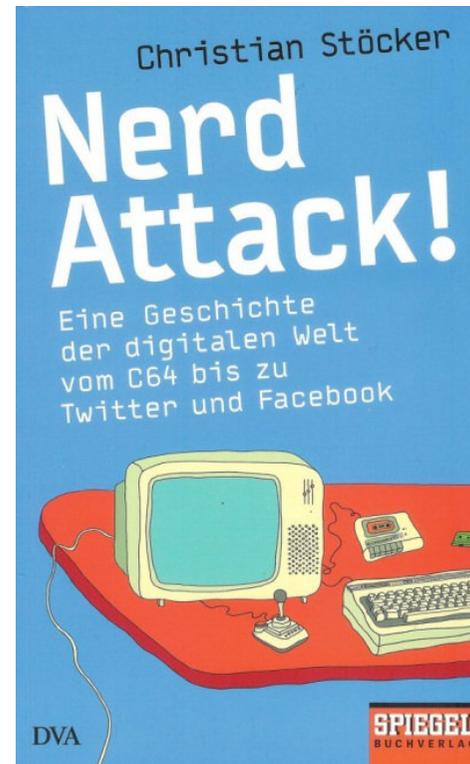
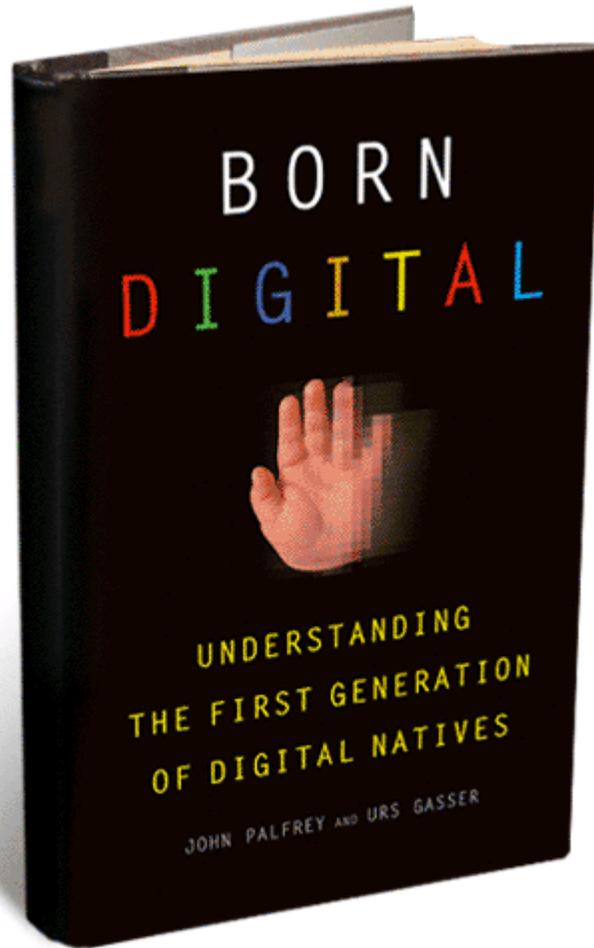
Was wäre, wenn es kein Internet gäbe?



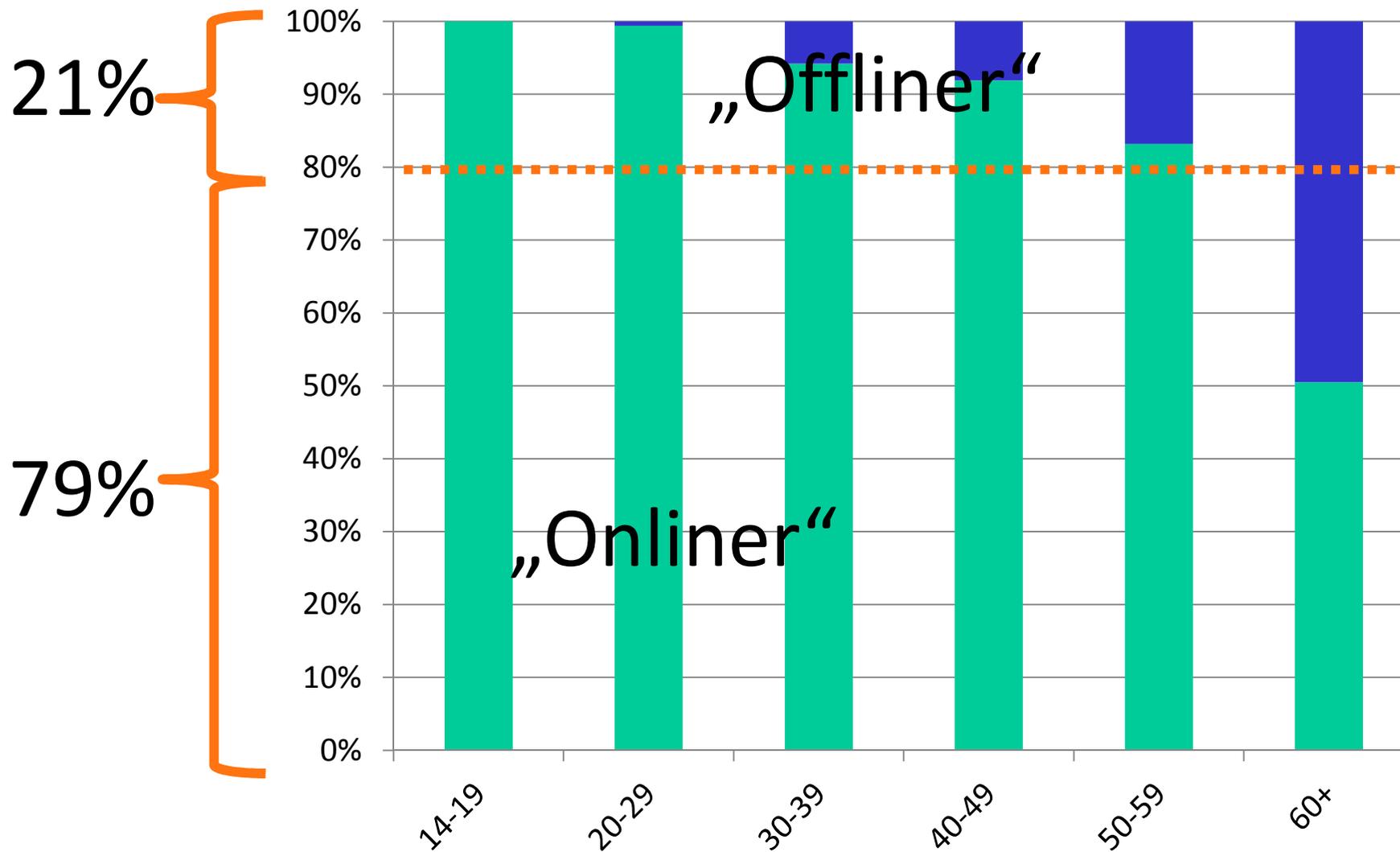
[Zitate aus Gruppendiskussionen mit Jugendlichen in Hamburg und im Emsland, 2009]

- „Ich glaube, man würde damit klar kommen. Aber wenn man wüsste, dass es das mal gab und dann abgeschafft wird, ich glaub, dann würde ich durchdrehen.
[- Warum? -] Ich müsste dann auf Youtube-Videos und so verzichten, und die sind schon witzig. Oder Chat und so.“ [Mädchen, 14 Jahre]
- „Bei mir ist es, ich nutze halt das Internet einerseits sehr viel zur Kommunikation – Messenger läuft bei mir fast 24 Stunden am Tag, SchülerVZ ist natürlich auch hoch frequentiert. Aber zum Zweiten nutze ich das auch sehr viel, um mir halt Informationen zu beschaffen, die ich brauche.“ [Junge, 17 Jahre]
- „Es geht auch ohne Internet, man kann ja auch was machen, was man nicht im Internet macht. Man kann zum Beispiel Playstation spielen, oder Nintendo DS, es gibt alles mögliche. Man muss nicht immer in Internet rennen, sonst is man n Internet-Freak.“ (Mädchen, 13 Jahre)

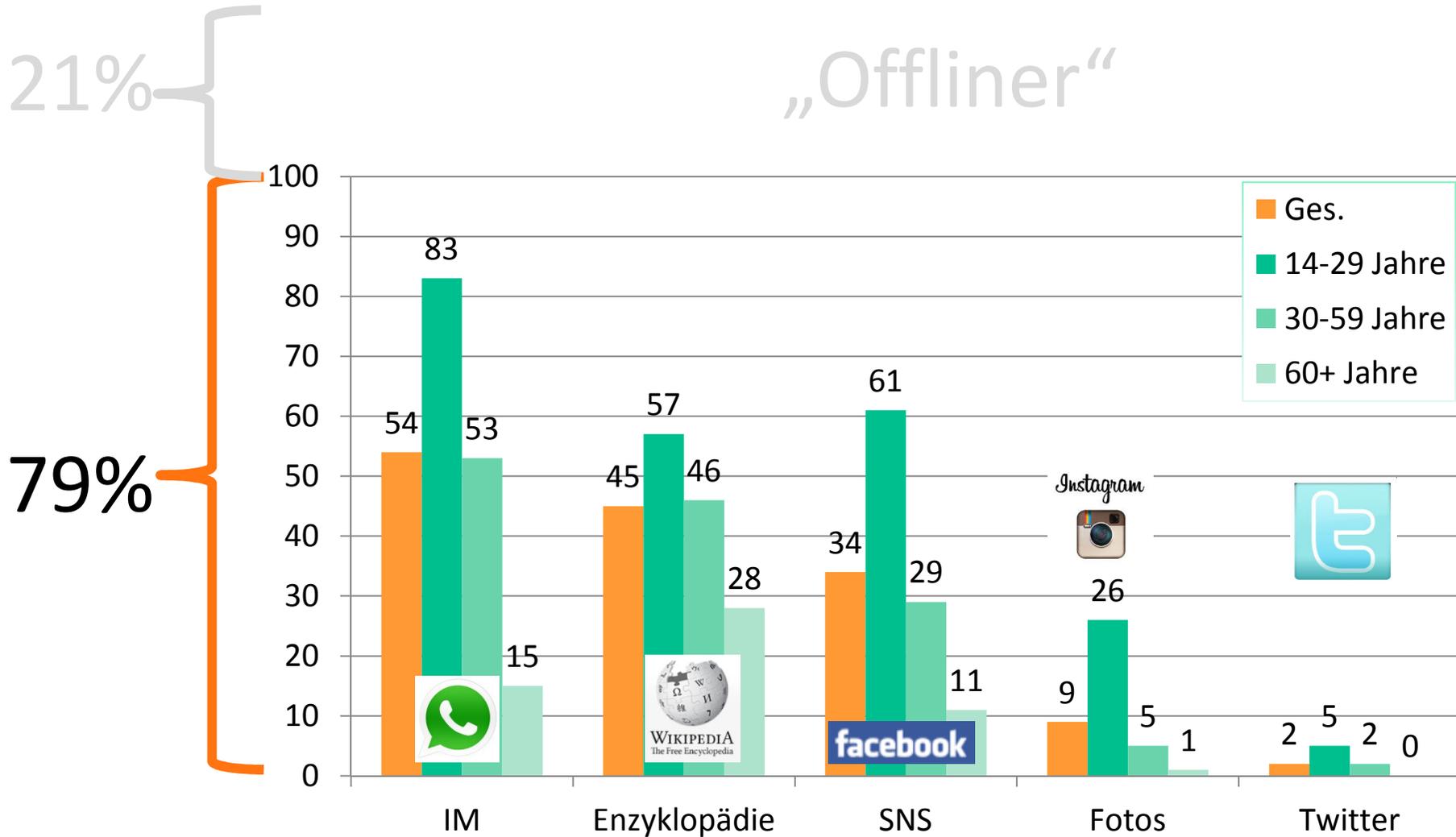
Digital Natives?



Onliner & Offliner - Alter & Geschlecht



Nutzung ausgewählter Gattungen nach Alter (2015)



Erläuterung: Repräsentativ für deutsche Online-Nutzer ab 14 Jahren; Anteil Befragter, die Angebote zumindest wöchentlich nutzen.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

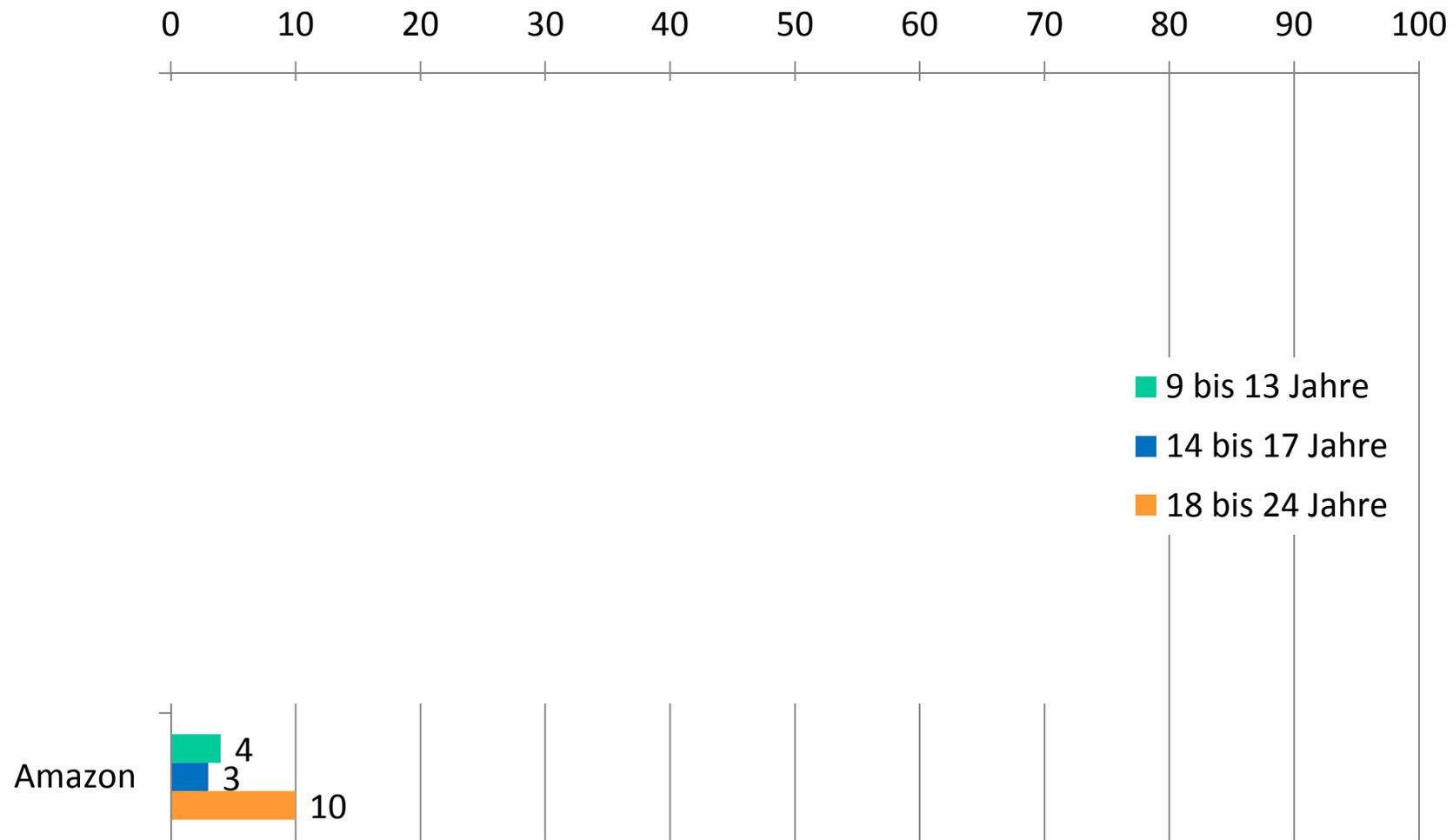
Freiburg

5 von 18

Was ist unverzichtbar?



„Auf welches dieser Angebote könntest Du am wenigsten verzichten?“
(bis zu 3 Nennungen möglich; in %)



Quelle: 9- bis 24-Jährige Internetnutzer, die mindestens eines der Angebote nutzen; DIVSI 2014, S. 72

Was macht den Reiz digitaler Medien aus? (*)



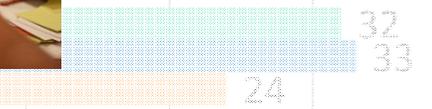
Identitäts-
management



Welche Praktiken



Beziehungs-
management



Informations-
management



(*) Paus-Hasebrink/Schmidt/Hasebrink 2009; Schmidt 2011

Ist das Internet real?



Die sozialen Medien sind kein „virtueller Raum“ oder „Cyberspace“, sondern – gerade für Jugendliche – selbstverständlicher Teil des Alltags, in dem sie kommunizieren, sich unterhalten (lassen), lernen und arbeiten

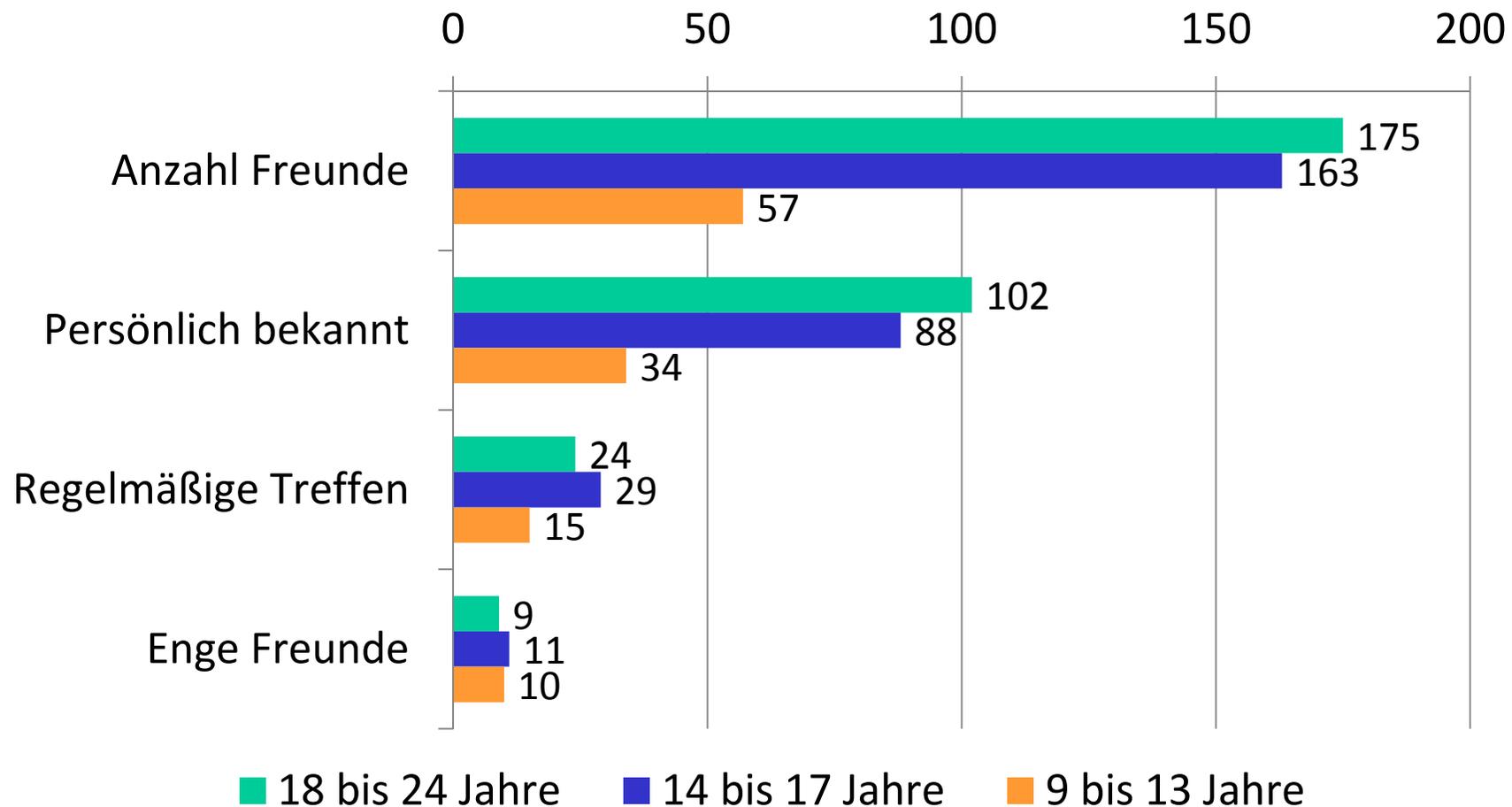
- Sie sind auch und gerade deswegen so „real“, weil sie dabei helfen, Anforderungen unserer Gegenwart zu erfüllen:
 - Den Informationsüberfluss – der paradoxerweise durch das Internet selbst noch gesteigert wird – so weit wie möglich zu beherrschen
 - Dem Leitbild der „vernetzten Individualität“ zu folgen, das unsere mobilen, flexibilisierten Gesellschaften auszeichnet – d.h. eine unverwechselbare Identität gerade durch die Einbettung in vielfältige Beziehungsgeflechte auszubilden



Facebook-Freunde ≠ Enge Freunde



Anzahl der Kontakte unterschiedlicher Nähe auf meist genutzter Netzwerkplattform
(absolute Zahlen; Durchschnitt in der jeweiligen Altersgruppe)



Persönliche Öffentlichkeiten (1/2)



- Soziale Medien lassen **persönliche Öffentlichkeiten** entstehen, in denen Nutzer
- (a) *Informationen nach Kriterien der persönlichen Relevanz auswählen,*
[anstatt nach journalistischen Nachrichtenfaktoren]
- (b) *sich an (intendiertes) Publikum richten, das aus sozialen Kontakten besteht,*
[anstatt des verstreuten, unbekanntenen, unverbundenen Publikums der Massenmedien]
- (c) *und sich im Kommunikationsmodus des „Konversation Betreibens“ befinden.*
[anstatt im Modus des „Publizierens“]



Persönliche Öffentlichkeiten (2/2)

- Trennung zwischen „Sender“- und „Empfänger“-Rollen löst sich auf; in persönlicher Öffentlichkeit ist man beides
- Persönliche Öffentlichkeiten bestehen aus „Microcontent“, der Menschen im konstanten Informationsfluss der „streams“ bzw. „feeds“, gefiltert durch soziale Beziehungen, erreicht
- Professionell-journalistische Inhalte oder kommerzielle Botschaften sind genauso Teil dieser vernetzten Öffentlichkeiten wie das Persönliche und Private

The image shows a screenshot of a Twitter profile and a list of tweets. The profile is for Jan Schmidt, with 5,070 tweets, 112 following, and 1,960 followers. The tweet stream includes tweets from various users, some with retweet counts and links. A large orange arrow points downwards on the right side of the image.

Jan Schmidt
View my profile page

5,070 TWEETS | 112 FOLLOWING | 1,960 FOLLOWERS

Compose new Tweet...

Tweets

a [redacted] 23m
Frech von @MediaSaturn ... #iPhone5s-Vorbestellern direkt die KK zu belasten, 1 Woche vor Liefertermin (der dann auf Mitte Okt geschoben wird)
Retweeted by P [redacted]

Thomas @egrowamer 5m
Alles Gute zum Geburtstag @tris [redacted]

Ti [redacted] 3h
@kl [redacted] So ging es mir mal mit der googlesicheren Weste, die aber aus Datenschutzsicht gar nicht so verkehrt wäre.
Retweeted by N [redacted]

zeitonlinesport @zeitonlinesport 8m
25 Mio. Euro Schmerzensgeld für den HSV, wenn Magath kommt und Klopps Ausflug zum Vulkan. Die Bundesliga-Vorschau zeit.de/sport/2013-09/... vic
View summary

Peer Steinbrück @peersteinbrueck 45m
"Ich will Kanzler werden." 37 Minuten, die sich lohnen! youtube.com/watch?v=CQFFYQ... #Klartext #72hspd
Retweeted by SPD Parteivorstand

a [redacted] 18m
wartet gespannt auf den ic 2905 #dbf (in richtung 1 der schönsten wochenenden des jahres #barcamp)#stuttgart #bcd6 4sq.com/1aZ0sGY

Hamburger SV @HSV 19m
Morgen ist #Nordderby-Time. Alle Infos auf einen Blick bekommt ihr in den Spieltags-Splittern auf #HSV.de bit.ly/HSV1628 #HSVSVW

Jö [redacted] 33m
ORF-Facebook-Präsenz neuerlich verboten, da zeigt sich wieder einmal wie ähnlich sich D und AU sind ;-) orf.at/stories/219883...

Das Privatsphäre-Paradox^(*)



Persistent Kopierbar Skalierbar Durchsuchbar



- Technische Merkmale der Internet-Kommunikation sorgen dafür, dass das *intendierte Publikum* und das *tatsächliche Publikum* von Kommunikation nicht mehr zwingend übereinstimmen
- Dadurch wird die Kontrolle über die eigene Privatsphäre (= wer darf wann was über mich wissen?) erschwert
- Jugendlichen ist die Privatsphäre weiterhin wichtig – *zugleich* bewegen sie sich in Räumen, die diese komprimittieren



(*) boyd 2008, Schmidt 2013

(Heraus-)Forderungen an (Medien-)Bildung



- Jugendliche (aber nicht nur die...) müssen zu einem verantwortungsvollen und reflektierten Umgang mit der „Universaltechnologie“ Internet befähigt werden, z.B. um ...
 1. ... sich kompetent in den vernetzten Öffentlichkeiten zu bewegen;
 2. ... ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung auszuüben;
 3. ... Werkzeuge des Internet zu nutzen, um an gesellschaftlichen Debatten teilzuhaben und sich für die eigenen Belange und Rechte im Internet einzusetzen.
- Was sind zentrale Kompetenzen für die „digitale Gesellschaft“?

Kompetenzen für die digitale Gesellschaft (1/2)



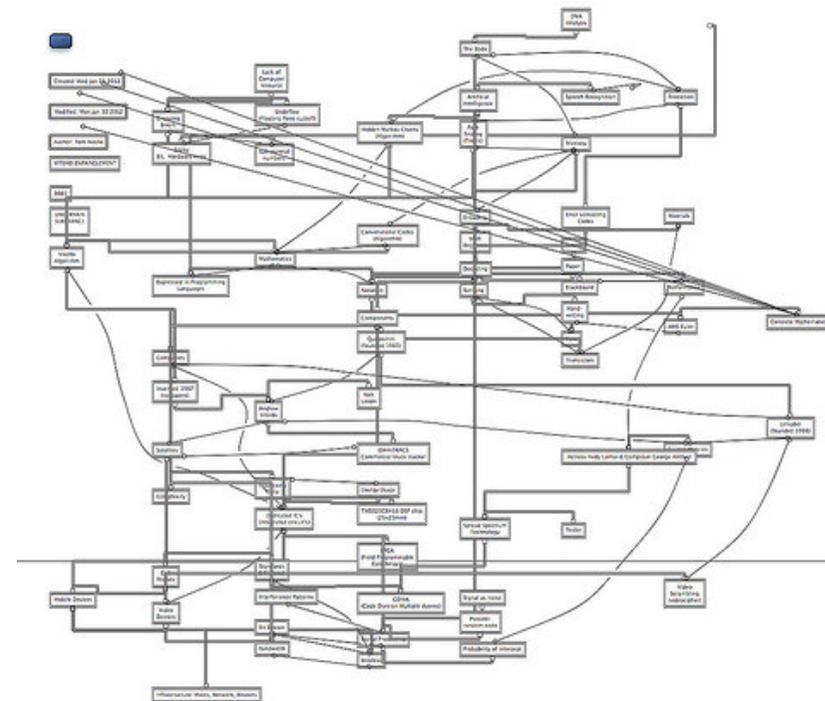
Sich in vernetzten Öffentlichkeiten orientieren können.

z.B. relevante von irrelevanten Informationen filtern; aktiv Informationen und Inhalte bereitstellen oder bearbeiten



„Informations-Intermediäre“ beurteilen können.

z.B. Funktionsweise von Such- und Empfehlungswerkzeuge einschätzen; Unterschied von algorithmischer und redaktioneller Aufbereitung kennen



Kompetenzen für die digitale Gesellschaft (2/2)



Qualität von Informationen einschätzen können.

z.B. strategische Absichten hinter Kommunikation erkennen und einordnen;
„Fakes“/Fiktives von Authentischem unterscheiden



Situationsgerecht kommunizieren und zu Wissensbeständen beitragen können.

z.B. Argumente artikulieren, bewerten und abwägen; Reichweite und Folgen von Meinungsäußerung abschätzen



Das Partizipationsparadox^(*)



- **Mitwirkung** an Konversationen, dem Bereitstellen und Teilen von Inhalten, etc.
- **Mitbestimmung** über Ausrichtung, Gestaltung oder Moderation der Angebote
- **Selbstbestimmung** in eigenen, nicht bzw. kaum vorstrukturierten Kommunikationsräumen



- **Abernten** nutzergenerierter Inhalte und Verwertung verknüpfter Daten
- **Ausbeuten** unentgeltlich erbrachter Arbeit (kreative Inhalte erstellen; Pflege der Community)
- **Einhegen** der Nutzer in kommerzialisierten und nicht demokratisch gestalteten Strukturen.

(*) Wagner/Gerlicher/Brüggen 2011; Schmidt 2012a, 2012b

Ausblick: Digitale Medien als Lern- und Lebenswelt



- Digitale Medien verändern das Umfeld, in dem Jugendliche alltägliches Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement betreiben
- Sie üben einen so großen Reiz aus, weil sie Jugendlichen bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben helfen – und dies zugleich verkomplizieren
- Sie besitzen eine eigene kommunikative Architektur, die persönliche Öffentlichkeiten schafft, aber dadurch auch die Grenzen von Privatsphäre verschwimmen lässt
- Dies wirft eine Reihe von Herausforderungen auf, darunter...
 - ... die Neubestimmung von „informationeller Selbstbestimmung“ für aktuelle Netztechnologien
 - ... die Vermittlung von Kompetenzen für eine verantwortungsvolle Teilhabe an den neuen Kommunikationsräumen
 - ... das Einfordern von Mit- & Selbstbestimmung gegenüber machtvollen Akteuren
- Jugendliche sind nicht per se „internetkompetent“, sondern müssen in ihren Lernprozessen – auch und gerade den selbst-gesteuerten – begleitet werden

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Dr. Jan-Hinrik Schmidt



Hans-Bredow-Institut

Warburgstr. 8-10, 20354 Hamburg

j.schmidt@hans-bredow-institut.de

www.hans-bredow-institut.de

www.schmidtmitdete.de

www.dasneuenetz.de



Quellennachweise Abbildungen



Folie 5

[Konversation]: CC BY-NC-ND 2.0, stijjn, <http://www.flickr.com/photos/stijnnieuwendijk/3098445189>

[Demo] CC BY-NC-ND 2.0, Homo Sapiens, http://www.flickr.com/photos/homo_sapiens/2457420324/

[Telefon] CC-BY-NC-ND-2.0, splorp, <http://www.flickr.com/photos/splorp/64027565>

[Zeitungen] CC-BY-NC-ND-2.0, Erik Hartberg, <http://www.flickr.com/photos/captainsticky/344199724>

[TV] CC-BY-SA-3.0, Takk, http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Televison_Hungarian_ORION_1957.jpg

Folie 7:

[Identität] © Hapf2, <http://www.flickr.com/photos/44029537@N00/12760664>

[Beziehung] CC BY-NC-SA-2.0, Myles!, <http://flickr.com/photos/mylesdgrant/495698908>

[Information] CC BY-NC-ND-2.0, Axel V, http://www.flickr.com/photos/axels_bilder/126700804

Folie 11

[Eltern haften] CC BY-SA 2.0, Jan Schmidt, <http://www.flickr.com/photos/42154456@N00/6244029345>

Folie 12

[Strand] CC BY-NC-ND 2.0, Fozzman, <http://www.flickr.com/photos/mrbeany/3823127547/>

[Mall] CC BY-NC-ND 2.0, Cooky Yoon, <http://www.flickr.com/photos/designrecipe/4283634289/>

[Speakers Corner] CC BY-NC-ND 2.0, vkotis, <http://www.flickr.com/photos/9214515@N07/3128983356/>

Folie 15

[Foto] CC BY-NC-ND 2.0, Stephen Desroches, <http://www.flickr.com/photos/focusedonlight/2795746704/>

[Demo] CC BY-NC-ND 2.0, Dom Dada, <http://www.flickr.com/photos/ogil/1842123447/>

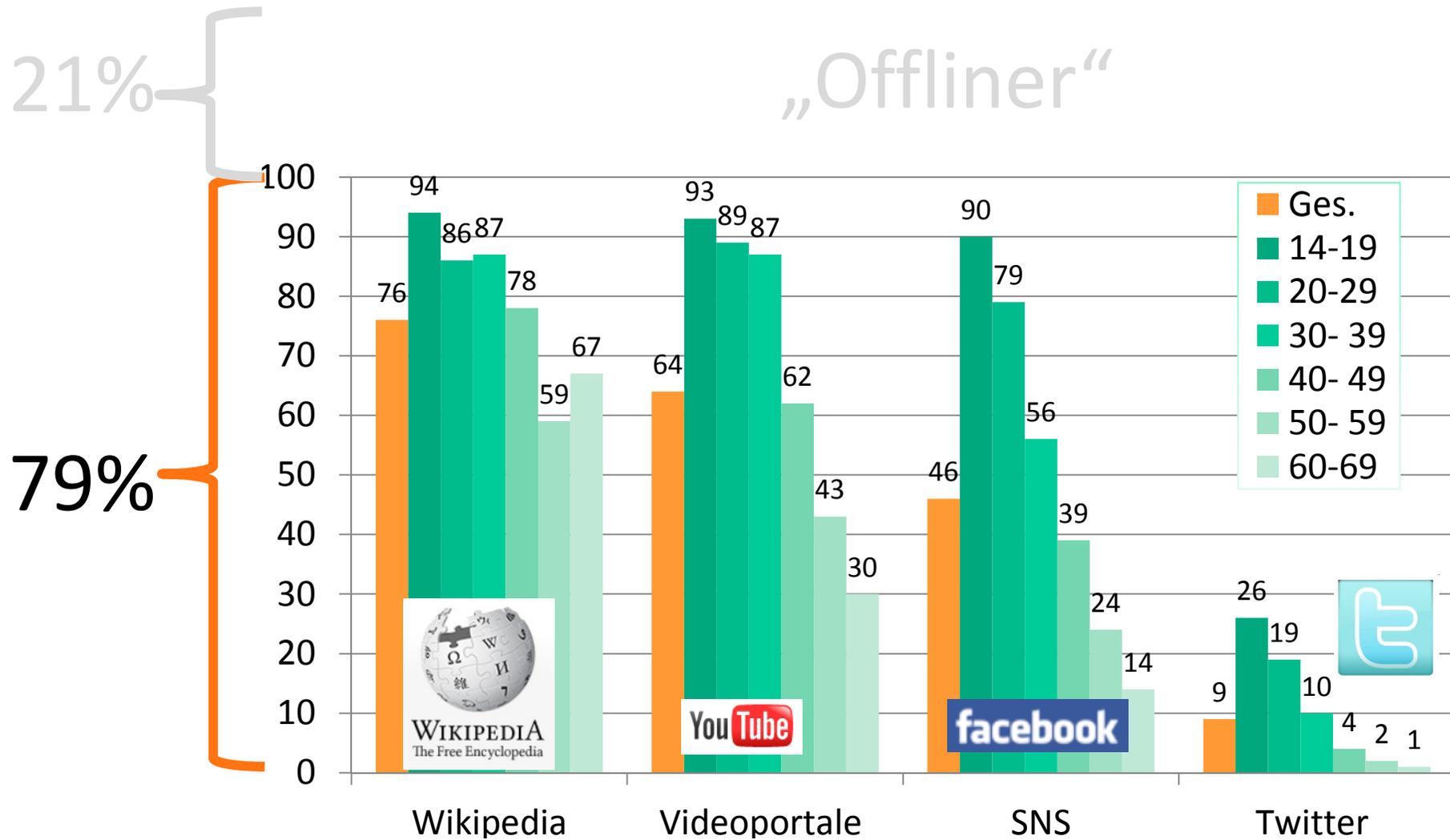
[Barcamp] CC BY-NC-ND 2.0, Nathanael Boehm, <http://www.flickr.com/photos/purecaffeine/1226101959/>

Verwendete und weiterführende Literatur



- ARD-ZDF-Onlinestudie (2015): Daten und weiterführende Texte unter <http://ard-zdf-onlinestudie.de/>
- boyd, danah (2008): Taken out of context. American teen sociality in networked publics. Ph.D. Dissertation an der University of California, Berkeley. Online verfügbar: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>.
- DIVSI (2014): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Hamburg.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2014): JIM 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart
- Münker, Stefan (2009): Emergenz digitaler Öffentlichkeiten – Die Sozialen Medien im Web 2.0. Frankfurt a.M.
- Palfrey, John / Gasser, Urs / Reinhart, Franka / Topalova, Violeta (2008): Generation Internet: Die Digital Natives. Stuttgart
- Schenk, Michael et al (2012): Digitale Privatsphäre: Heranwachsende und Datenschutz auf Sozialen Netzwerkplattformen. Berlin.
- Schmidt, Jan (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. Konstanz.
- Schmidt, Jan (2013): Social Media. Wiesbaden.
- Schmidt, Jan/Ingrid Paus-Hasebrink/Uwe Hasebrink (Hrsg.) (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Berlin.
- Stöcker, Christian (2011): Nerd Attack. München
- Wagner, U. / Gerlicher, P. / Brüggem, N. (2011): Partizipation in und mit dem Social Web – Herausforderungen für die politische Bildung. München

Nutzung ausgewählter Plattformen nach Alter (2014)



Erläuterung: Repräsentativ für deutsche Online-Nutzer ab 14 Jahren; Anteil der Befragten, die Angebote zumindest selten nutzen.
 Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Freiburg

21 von 18