



Recherchebericht

Jugendliche und ihrer Lebenswelt im web 2.0

Franziska Ackmann, Lydia Michel, Benjamin Gruhler, Marlene Mögle

Recherchebericht

Web 2.0 prägt das Leben der Jugendlichen

1. Definition web 2.0

Auch wenn dieser Begriff „in aller Munde“ zu sein scheint, ist es doch eher schwierig eine treffende und allgemeine Definition zu finden. Hier ein Versuch einer Definition eines Internetlexikons:

Web 2.0 beschreibt neue Techniken und Wahrnehmungsmöglichkeiten diverser Internetinhalte. Ziel ist es, den Internetnutzer als ehemaligen Nur-Konsumenten, der lediglich von großen Medien erstellte Inhalte nutzt und gegebenenfalls verbreitet, zum aktiven Handeln und Gestalten zu bewegen.

Derzeit wird dieses Ziel häufig dadurch erreicht, dass dem Nutzer eine Plattform zur Verfügung gestellt wird, die er dann (meist zusammen mit anderen Nutzern) selbst weitergestaltet, zum Beispiel indem er neue und eigene Inhalte hinzufügt, oder aber bereits bestehende abändert oder umschreibt.

Betont wird dabei im allgemeinen, dass diese Mitgestaltung auf freiwilliger Basis erfolgen muss.

Aktuelle Paradebeispiele für Web 2.0 Anwendungen ist die Internet-Enzyklopädie Wikipedia, bei der User eigene Artikel zum stetig wachsenden Online-Lexikon, hinzufügen. Oder auch YouTube und MySpace, die dem Internet-Nutzer die Möglichkeit geben, Videos, Musikstücke et cetera anderen Besuchern frei und uneingeschränkt zur Verfügung zu stellen. Auch Weblogs (kurz: Blogs) als digitale Tagebücher, die im Internet veröffentlicht werden, lassen sich zu den Web 2.0-Inhalten zählen. (tm) (Quelle: <http://www.drweb.de/magazin/was-ist-lexikon-web-20/>)

2. Nutzer/ Zielgruppe

Bei der Erarbeitung unseres Themas haben wir vor allem Jugendliche im Alter von 14 – 17 Jahren im Blick. Darüber hinaus untersucht die JIM Studie, deren Ergebnisse wir uns bedienen, Jugendliche im Alter von 12 – 19 Jahren. Jugendliche in der gesamten Altersspanne nutzen das Internet mit „Web 2.0“ Aktivitäten laut JIM Studie um die 84%. Dabei zeigen sich, mit Ausnahme der 12 – 13 jährigen kaum gravierende Unterschiede hinsichtlich Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund. Der Besitz eines Computer löst hierbei zum ersten Mal in der zehn jährigen Geschichte der Studie den Besitz eines TV – Gerätes ab.

3. Nutzung der Onlinecommunties innerhalb der Zielgruppe

a. Allgemein

Aus der JIM Studie ist zu entnehmen, dass 57% aller Befragten mehrmals in der Woche unterschiedliche Onlinecommunities nutzen. Es zeigt sich, dass Mädchen (60%) diese Möglichkeit der Kommunikation mehr Nutzen als Jungen (54%). Um noch mehr Informationen über die Nutzungsmotive und Einstellungen zum Thema Online-Communities zu erlangen, befragte der Forschungsverband Südwest in einer Zusatzbefragung stichprobenartig 106 Jugendliche weiter zu diesem Thema (JIM plus). Hauptgrund der Nutzung der Online-Communities war hier zunächst das Thema „Freunde“ in allen Facetten. Dies wird im Folgenden noch erläutert. Die Vernetzungsmöglichkeiten sind an dieser Stelle so groß wie nie zuvor. (S.55) Allgemeine Aussagen über die Benutzung der Communities von Jugendlichen zeigen vor allem „den Spaß daran, in den Profilen von anderen zu stöbern“. (siehe Grafik: S.56: Aussagen zu Communities) Besonders in der Phase der Abnabelung und der Identitätsfindung, in der sich die Jugendlichen dieses Alters befinden, sind Plattformen heute von immenser Wichtigkeit für die Pflege sozialer Kontakte.

b. Am Beispiel Schüler VZ

Mit der Freischaltung der Online – Plattform „schülerVZ“ im Jahr 2007 boomt die Nutzung des „web 2.0“ bei Jugendlichen der Zielgruppe. Im schülerVZ tummeln sich schon über 5 Millionen Schüler. schülerVZ ist seit März 2008 die meistgeklickte Seite im deutschsprachigen Raum. Es hat monatlich über 5,1 Milliarden* Seitenaufrufe (IVW 01/09). (Quelle: <http://www.schuelervz.net/1/schueler/3/> Stand: 01.09).

4. Chancen und Möglichkeiten

Natürlich bieten diese neuen Formen von Kommunikation und Vernetzung im web 2.0, nicht zuletzt den Jugendlichen, große Chancen und Möglichkeiten Freundschaften zu gestalten.

Alte Freunde können wiedergefunden werden, bestehende Freundschaften können gepflegt und neue Freunde gefunden werden. Dies alles kann nahezu ohne räumliche Grenzen geschehen. (JIM, 55)

Die Kommunikation kann hierbei auf unterschiedlichste Weise ablaufen. Den meisten Communities gemeinsam ist, das die Anwender auf ihnen Statusmeldungen z.B. was sie gerade tun, wie es ihnen geht o.ä. veröffentlichen können und dies dann für alle Mitgliedern der Communities bzw. alle Freunden einsehbar ist. Es kann direkt mit einzelnen „gechattet“ werden, Beiträge in unterschiedlichsten Gruppen veröffentlicht oder dort an Diskussionen teilgenommen werden, Filme oder Fotos von sich veröffentlicht werden. Durch dies alles können persönliche Erlebnisse auf eine unkomplizierte und schnelle Art und Weise mit den unterschiedlichsten Freunden geteilt werden. (JIM, 55)

In welchen Fällen es sich bei solchen Freundschaften um wirkliche Freundschaften handelt ist z.T. fraglich, da die Jugendlichen im Schnitt um die 70 „Freunde“ haben (Mädchen sogar um die 90) (JIM, 58) und sich daraus eher schließen lässt, dass es sich hierbei um Bekannte und nicht um Freunde im klassischen Sinn handelt. Immerhin ist das Internet die zweithäufigste Form der Kontaktpflege, die über Medien abläuft, wobei das Internet (71%) knapp hinter dem Festnetz-Telefon (72%) rangiert. Hierbei spielt die Kommunikation über e-mail mit knapp 20% kaum mehr eine Rolle. (JIM, 15) Unter anderem geschieht die Internetkommunikation auch in den besagten Communities, in denen die meisten mehrmals wöchentlich unterwegs sind (JIM, 55).

5. Gefahren und Risiken

Diese Form der Kommunikation und Beziehungspflege hat natürlich auch ihren speziellen Anteil an Risiken und Gefahren. Durch die Form mancher reiner Online-„Freundschaften“ kommt es auch unter denen, die sich dann im Nachhinein das erste mal im realen Leben treffen (20%) oder telefonieren (27%) zu, zum Teil eher unangenehmen Erfahrungen (13%) (JIM, 53).

Neben klassischen Argumenten wie z.B. dass, das Internet von Lernen, Arbeiten etc. ablenkt ist sicher die Gefahr des Datenmissbrauchs gegeben.

a.) Datenmissbrauch - Statistiken aus JIM Studie Big G

Der Missbrauch von persönlichen Daten wird u.a. dadurch gefordert, dass die jugendlichen Nutzer mit diesen oft nicht sehr sensibel umgehen (c't 2008 Heft 5, S. 93). So wurden 49% der Chatroom-Nutzer (wobei Mädchen häufiger gefragt werden) dort bereits einmal nach persönlichen Informationen, wie z.B. Adresse, Telefon, Name gefragt und immerhin 13% kamen dieser Anfrage nach. Und ebenso veröffentlichen ca. ¾ der Jugendlichen selbst Informationen über ihre Hobbys, 60% Bilder, auf denen sie selbst zu sehen sind, fast die Hälfte die eigene e-mail Adresse. Diese Veröffentlichten Daten werden oft auch nicht nur den „Freunden“ zugänglich gemacht (61%) sondern von immerhin 34% allen Internetnutzern. (JIM, 58)

Dies ist gerade deshalb sehr kritisch, da diese Daten sehr oft noch irgendwo im Internet weiter bestehen (z.B. Google Cache, ..) selbst wenn der eigene Account gelöscht wird. Leider sind diese Daten für potentielle Arbeitgeber, Kriminelle oder auch Werbefirmen z.T. von erheblichen Interesse.(c't, 2007, Heft 25, S.158)

Weil es auch für jeden angemeldeten Nutzer möglich ist fast beliebige Inhalte in Online-Communities zu veröffentlichen, kommt es immer wieder zur Verletzung von Persönlichkeitsrechten. Immerhin berichtete 40% der Jugendlichen, dass Fotos (die sie zeigen) ohne ihr Wissen veröffentlicht wurden. Aber auch Cybermobbing im Bekanntenkreis (25%), Streitigkeiten im Freundeskreis wegen Inhalten (22%) und Einstellung von unwahren bzw. beleidigenden Inhalten über die eigene Person sind solche Probleme (JIM, 56f).

Datenklau im schüler -vz.- ein aktuelles Beispiel

Uns beschäftigt besonders die Frage nach dem Schutz der Anwender von Plattformen wie schüler-vz. Was passiert mit dort veröffentlichten Daten und wie groß ist die Gefahr von Missbrauch?

Erst in jüngster Vergangenheit bestätigten sich die Befürchtungen aller Kritiker. Am 16.10.2009 wurde bekannt, dass ein junger Mann tausende von Daten kopiert und an zweit und drittfirmen weiterverkauft hat. Schon lange mussten sich die Betreiber der Plattform mit Kritik an ihrer Seite auseinandersetzen:

Der Bundesdatenschutzbeauftragte Peter Schaar hat davor gewarnt, persönliche Daten in Netz zu stellen. Hintergrund ist, dass Nutzerdaten des Online-Netzwerks SchülerVZ weitergegeben wurden. Der Fall zeige, dass "man sich überlegen muss, wo man Daten preis gibt, speziell im Internet", sagte Schaar der "Berliner Zeitung". (tagesschau.de, 19.10.09)

Des Weiteren seien die Informationen über den Schutz der eigenen Daten für Jugendliche unverständlich formuliert und die Konsequenz des Handelns nicht im Horizont der Jugendlichen.

Welch tragische Ausmaße so etwas annehmen kann, wurde klar, als der 20jährige Verdächtige sich in U-Haft das Leben nahm.

b.) Diskreditierung

Was früher das Hänkeln auf dem Nachhauseweg oder auf dem Schulhof war ist heute das so genannte „Cyber-Mobbing“. Die steigenden Nutzerzahlen der Internetnetzwerke und Online-Communities machen es leicht, andere zu mobben. Die Täter bleiben dabei im Internet oft unbekannt und müssen nur selten mit schweren Konsequenzen rechnen.

Laut JIMplus2008 haben knapp 20% der jugendlichen Nutzer von Online-Communities schon erlebt, dass sie im Internet beleidigt wurden oder dass falsche Inhalte über sie veröffentlicht wurde. 25% berichten, dass sie schon in ihrem Freundeskreis mitbekommen haben, wie jemand in einer Community fertig gemacht wurde.

Erst im September 2009 wurde der Fall eines britischen Mädchens bekannt, die sich das Leben nahm, weil sie die Beleidigungen im Internet nicht mehr ertragen konnte. Und sie ist leider kein Einzelfall. Der „gute Ruf“, der fast allen Jugendlichen extrem wichtig ist, wird im Internet sehr angreifbar. Die Palette der Diskreditierungsmöglichkeiten ist groß. Vom Einstellen von Fotos, Beleidigungen und Drohungen auf Pinwand o.ä., Einrichtung von „Anti“-Gruppen usw. ist vieles dabei.

„Cyber-Mobbing“ ist im Moment eins der größten und am häufigsten auftretenden Problem, mit dem Jugendliche im Internet direkt oder als Zeugen betroffen sind. Der Zugang zu Profilen mit persönlichen Daten und Fotos ist für Außenstehende oft leicht und bietet den Tätern eine große Angriffsfläche.

6. Prävention und Aufklärung

Wie kann verhindert werden, dass sich die Jugendlichen bei schüler-vz zum „gläsernen Menschen“ machen?! Diese Frage stellen sich immer mehr Behörden und Vereine.

So bietet die Polizei eine Prävention an um zu zeigen, welche Gefahren das web2.0 bietet. Sowohl die Jugendliche wie auch die Eltern werden aufgeklärt, wie schnell und einfach sich veröffentlichte Daten missbrauchen lassen und welche Gefahr dies konkret für den Jugendlichen darstellt.

>Tipps für Eltern: Mehr dazu nach Expertengespräch mit Stefan Lehmann, Polizei Stuttgart

Ein anderer Versuch ist ein Flyer des Service- Bureau Jugendinformation, mit Sitz in Bremen. Hier wird versucht die Aufmerksamkeit der Jugendliche zu schärfen, was und wie sie sich selbst „verkaufen“. Mit kritischem Nachfragen und praktischen Tipps, soll es den Jugendlichen zum bewussteren und sichererem Umgang mit seinen Daten animieren.

7. Reaktionen der Jugendarbeit

Gibt es bereits Angebote der evangelischen Jugendarbeit, um mit diesen modernen Kommunikationsformen Schritt zu halten?

Expertengespräch mit Florian Maier, Projektreferent für Social Media im EJW

Seit Sommer 2009 gibt es im Evangelischen Jugendwerk in Württemberg den Zweig „Social Media“. Dieser Bereich gliedert sich an die Öffentlichkeitsarbeit an und ist mit allen Arbeitszweigen des Jugendwerks vernetzt. Es geht dabei u.a. darum, die sozialen Netzwerke des web 2.0 für die Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen.

Ein weiterer Bereich, der im Moment noch im Aufbau ist, ist das so genannte e-Learning. Bei diesem sollen zum Beispiel den Mitarbeitern, die bei Veranstaltungen und Schulungen nicht dabei sein konnten, Vorträge über das Internet mittels Podcasts o.ä. zur Verfügung gestellt werden.

Zu den Schwerpunkten der Arbeit im web 2.0 zählen neben einem Twitteraccount vor allem Facebook, das „Blöggie“ – ein Blog, der von den Zivildienstleistenden und FSJ'lern gestaltet wird - und der Youtube-Channel des EJWs. Ins besonders auf Facebook wird hierbei eine hohe Nutzer-Interaktion verzeichnet.

Ein weiterer Aufgabenbereich von Florian Maier sind die so genannten „Edelprofile“ bei den VZ-Netzwerken Studi-, Schüler- und MeinVZ, die dem Medienhaus angegliedert sind, aber auf Grund des Bezugs zur Jugendarbeit an die Social Media Stelle des EJWs abgegeben wurde. (Gesponsert wird „Evangelisch im VZ“ übrigens von der Holzbrink-Gruppe, dem Betreiber der Netzwerke mit Sitz in Stuttgart.)

Im SchülerVZ wird hierbei zum Beispiel Werbung für Jugendtag und Churchnight gemacht. Hierdurch bekommt das Landesjugendwerk nochmals die Möglichkeit, die Zielgruppe direkt zu erreichen. Außerdem wird im VZ auf kirchliche Angebote, wie die Telefon- und Chatseelsorge und andere kirchenweite Angebote verwiesen. Es geht dabei nicht nur um Veranstaltungswerbung, sondern mit Angeboten wie BigPray von BigFM auch darum Evangelium zu verkünden.

Die Nutzung der Sozialen Netzwerke ist bis jetzt ein Projekt, dass es in diesem Ausmaß nur in Württemberg gibt. Es ist ein Bereich, der sich noch nicht Bundesweit durchgesetzt hat. Es braucht Zeit, dass die Bedeutung des web 2.0 in allen Köpfen präsent wird.

Zur Prävention gibt es bis jetzt auch bei EJW noch keine konkreten Projekte, abgesehen von Zeitschriften-Artikeln, die zu diesem Thema veröffentlicht werden. Probleme wie Datenklau sind allerdings im Blick und es wird über Möglichkeiten zur Aufklärung nachgedacht.

Die Präsenz in den sozialen Netzwerken lohnt sich für den „einfachen“ Jugendreferenten im Bezirk oder vor Ort vor allem zur Vernetzung mit Kollegen oder anderen Jugendwerken. Aber über Instant Messangern wie z.B. ICQ oder die sozialen Netzwerke können ebenso die direkten Kontakte zu den Jugendlichen gepflegt werden. Dies fördert eine schnelle Kontaktaufnahme und baut Hemmschwellen zum Beispiel im Bereich der Seelsorge ab. Florian Maier betont an dieser Stelle, dass das jedoch nur der Erstkontakt sein kann und das persönliche Gespräch nicht vollständig ersetzen kann und darf.

Im Bereich der Werbung für Events kann durch die Netzwerke auch noch mal eine anderer Einblick in die Veranstaltungen eröffnet werden und die Inhalte dienen dann als „Wegweiser“ auf die eigentlichen Homepages.

Im Blick auf die Besucherzahlen einer Veranstaltung kann der Erfolg zwar nicht gemessen werden, aber durch die geschickte Platzierung von Inhalten vor und direkt nach der Veranstaltung wird diese in den Köpfen präsenter und sorgt dafür, dass sich die Besucher noch mehr mit ihr identifizieren.

Gegenwind erhält diese Form der Medienarbeit vor allem durch das Vorurteil, dass Jugendliche doch sowieso schon viel zu viel Zeit im Internet verbringen und ob man sie durch so etwas nicht noch mehr „da reinzieht“. Allerdings sind die Jugendlichen so oder so in diesen Sozialen Netzwerken unterwegs und es geht der Social Media Arbeit darum eben diesen Jugendlichen auch dort ein gutes, kirchliches Angebot zu bieten bzw. sie darauf hinzuweisen.

Da in diesen Bereich, auch innerhalb der Evangelischen Jugendarbeit, noch viel an Aufklärungs- und Schulungsarbeit notwendig ist, wird sich der Konvent der Jugendreferenten 2010 gerade mit diesem Thema beschäftigen.

Die Arbeit im Internet bleibt hierbei aber auch weiterhin eine Generationen-Frage.

8. Eigene Erfahrungen

Nach dem Anlegen eines eigenen, sehr offenen Profils im SchülerVZ haben wir nach 7 Wochen schon 25 Freunde, uns völlig unbekannte Personen. Desweiteren bekommen wir nach kurzer Zeit persönliche Telefonnummer eines Nutzers und Daten über dritten Personen von diesem. Außerdem ist dieser bereit ca. 90 Kilometer Strecke für ein spontanes Treffen mit uns auf sich zu nehmen, welches wir dann selbstverständlich rechtzeitig absagen.

