

Jason Wagner

Generation Facebook

Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen und dessen Bedeutung für die Soziale Arbeit

Anfang Oktober 2012 verkündete der US-Konzern Facebook, dass die weltweite Nutzerzahl des Sozialen Netzwerks die 1-Milliarde Marke überschritten hat. Damit ist etwa jeder siebte Mensch ein_e Facebook-Nutzer_in. Besonders bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen erfreuen sich Soziale Netzwerke großer Beliebtheit. Auch in der Welt der Erwachsenen, welche noch weitestgehend ohne Neue Medien aufgewachsen sind, hält die Nutzung immer mehr Einzug. Die Auseinandersetzung mit den Neuen Medien hält auch verstärkt Einzug in die Sozialwissenschaften. Nach den Daten der JIM-Studie 2012 (Jugend, Information, (Multi-) Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (MPFS) steht es schon seit einigen Jahren außer Frage, dass die meisten Jugendlichen in Deutschland Medien täglich nutzen (vgl. MPFS 2012: 3). Auf dem Vormarsch sind vor allem die sogenannten ‚Neuen Medien‘ wie Smartphones und Tablet PC’s. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene ‚googeln‘ und ‚ liken‘ im Netz und generieren immer neue Inhalte. Welche Medien sind im Alltag von Jugendlichen präsent? Was

sind die Vor- und Nachteile von Neuen Medien? Welchen Stellenwert haben Soziale Netzwerke wie Facebook? Haben Kinder und Jugendliche heute vor allem virtuelle soziale Beziehungen? Diesen und weiteren Fragen bin ich im Rahmen meiner Masterarbeit anhand der Analyse quantitativer Daten, auf Basis der Shell Jugendstudie 2010, der JIM-Studie 2012 sowie der Marktstudie VerbraucherAnalyse Jugend 2012, nachgegangen. Um herauszufinden, wie die Jugendlichen selbst ihren Internetkonsum und den Einfluss des Internets erleben, wurde ergänzend ein Gruppeninterview mit vier Jugendlichen geführt.

Die Studien

Jede der mittlerweile 16 Ausgaben der **Shell Jugendstudie** zeichnet seit 1953 ein wissenschaftlich fundiertes Abbild der Jugend in Deutschland - ihrer Lebenswelten, ihrer Einstellungen, ihrer Hoffnungen, aber auch ihrer Ängste (vgl. Albert et al. 2010: 11). Die Studie ist repräsentativ und stützt sich in Ausgabe 16 (2010) auf eine Stichprobe von 2.604 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren. Diese wurden von Interviewern auf Grund-

lage eines standardisierten Fragebogens im Zeitraum von Mitte Januar bis Ende Februar 2010 persönlich befragt.

Die **JIM-Studien (Jugend, Information, (Multi-) Media)** untersuchen seit 1998 jährlich den Medienumgang von 12- bis 19-Jährigen in Deutschland (vgl. MPFS 2012: 3). Sie werden vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (MPFS) durchgeführt. Die Studie im Jahr 2012 befasst sich neben den Basisdaten zu Medienausstattung, Freizeitverhalten und Mediennutzung auch mit der Wichtigkeit und der Glaubwürdigkeit der Medien. Die Daten wurden telefonisch erhoben, hierzu wurde im Zeitraum vom 7. Mai bis 17. Juni 2012 eine repräsentative Stichprobe von 1.201 Zielpersonen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren befragt (vgl. MPFS 2012: 3).

Die **VerbraucherAnalyse (VA)** ist eine der größten Markt-Media-Studien Europas. Seit 1982 untersucht sie jährlich die demografische Struktur der Bevölkerung, das Medien- und Konsumverhalten, Anschaffungs-/Kaufabsichten, Freizeitinteressen, Freizeittypen, Infor-

mationsinteressen sowie persönliche Einstellungen (vgl. medialine.de). Die Studie ist repräsentativ, die Basis der aktuellen Ausgabe 2012 ist die mündliche und schriftliche Befragung von 32.218 bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Personen.

Die Gruppendiskussion

Zusätzlich zur Analyse der quantitativen Daten wurde ein Gruppeninterview mit vier Jugendlichen geführt. Dieses zeigt vertiefend Trends und Meinungen zur Nutzung von Medien auf. Die Methode des Gruppeninterviews kann man allgemein „als Gespräch einer Gruppe von Untersuchungspersonen zu einem bestimmten Thema unter Laborbedingungen auffassen.“ (Lamnek 1995: 131) Die Wahl der Methode begründet sich durch die Hypothese, dass Medien oft unbewusst genutzt werden und die Teilnehmer_innen sich erst durch den gegenseitigen Austausch bewusst werden, wie sie selbst und die Gruppenmitglieder mit Medien umgehen. Ziel ist es auf der einen Seite, die nicht-öffentlichen Meinung, also die individuelle persönliche Meinung der Befragten, zu erfassen, auf der anderen Seite soll die die Gruppenmeinung erforscht werden, welche durch soziale Kontrollen und wechselseitiger Beeinflussung im Diskussionsprozess entsteht (vgl. Lamnek 2005: 55 ff). Der Konsum von Medien ist einerseits in der Gesellschaft Normalität, andererseits gibt es auf der persönlichen Ebene viele individuelle und oft gegensätzliche Meinungen über den persönlichen Medienkonsum. Aus diesem Grund sind beide Ansichten für die Datenerhebung über den Umgang mit Neuen Medien interessant. Zusätzlich zu den erhobenen Daten wurden qualitative Daten der SINUS-Studie „Wie ticken Jugendliche?“ hinzu gezogen, welche sich mit den Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland beschäftigt.

Aufwachsen mit Medien

Im Jahr 2012 haben rund 98% der Jugendlichen im Alter von 12-25 Jahren Zugang zum Internet (vgl. Abb. 1).

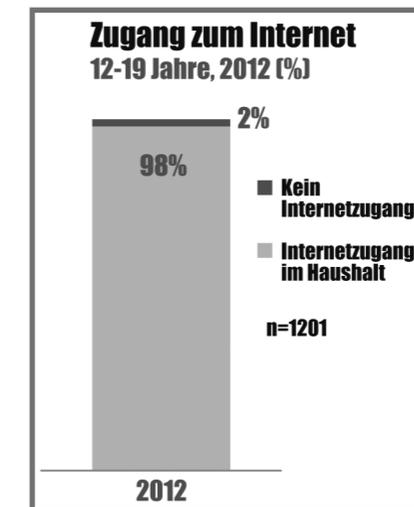


Abbildung 1: Zugang zum Internet (Quelle: JIM 2012)

Soziale Herkunft und Geschlecht haben sehr wenig bis keinen Einfluss mehr auf den Zugang zum Internet (Jugend 2010: 102). Hinzu kommt, dass die Kosten für den Internetanschluss immer weiter sinken. Unter den Top-10 der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen teilt sich das Internet (94%) mit dem Item Musik hören den ersten Platz (vgl. Tabelle 1).

Dies zeigt, dass der Internetkonsum im täglichen Alltag der Kinder und Jugendlichen fest integriert ist. Laut der Untersuchung der SINUS-Studie haben Jugendliche „bis auf wenige Ausnahmen ein sehr abgeklärtes und entspanntes Verhältnis zum Internet. Das Internet wird als ‚normal‘ angesehen, als etwas, das schon immer da gewesen ist. Entsprechend selbstverständlich gestaltet sich der Umgang mit dem Medium.“ (Calmbach et al. 2011: 51)

Top-25-Freizeitbeschäftigungen	14-24 Jahre, gesamt (%)
Mache ich besonders gern / gern	Anteil
Mit Freunden zusammen sein	97%
Musik hören	94%
Internet nutzen	94%
Fernsehen	93%
DVD anschauen	90%
PC nutzen	89%
Partys feiern	85%
Ins Kino gehen	82%
Schwimmen	71%
Zeitschriften lesen	71%

Top-2-Boxes einer 4er-Skala "mache ich besonders gern"/"gern"/"weniger gern"/"überhaupt nicht"

Tabelle 1 - Top-25-Freizeitbeschäftigungen (n=4547) (Quelle: VA Klassik 2012)

Die Mehrheit der Befragten (55%) nutzt das Internet jeden Tag (vgl. VA Jugend 2012). Während der Gruppendiskussion wird immer wieder nachgefragt, was denn eigentlich alles zum Internet dazu gehört. Dies zeigt sehr anschaulich, dass die Jugendlichen scheinbar im Alltag nicht abgrenzen können, womit und wann sie das Internet nutzen. Eine Aufgabe der Sozialen Arbeit, insbesondere der Jugendarbeit, liegt hier in der Prävention. Diese sollte darauf abzielen, Kinder und Jugendliche dazu zu befähigen, genau zu wissen wann und zu welchem Zweck sie welches Medium nutzen. Dazu kommt, dass die Verwendungsformen des Internets durch Tablets, Smartphones etc. sehr vielfältig sind. Die Internetnutzung ist nicht mehr nur auf das Surfen im Internet mit einem Browser beschränkt, die Möglichkeiten sind vielfältiger und die Geräte ausgefallener geworden. Für Eltern und auch beispielsweise Jugendpfleger_innen in der Sozialen Arbeit kann diese Vielfalt einerseits dazu führen, dass ihnen Kenntnisse und Erfahrungen fehlen, die Bedeutung der Nutzung einzuschätzen und zu diese zu begleiten. Andererseits bringt sie den Vorteil, über die verschiedenen Geräte in einer neuen Form mit Jugendlichen in Kontakt zu treten. Die Befragten erleben das Internet als sehr bequem und schnell zugänglich, geben jedoch auch an, dass oftmals viel Zeit mit sinnlosem Surfen verbracht wird, und andere Aufgaben, wie bspw. Hausaufgaben, aufgeschoben werden. Im Rahmen von Medienbildung kann hier ein einverantwortlicher Umgang mit Medien gelernt werden.

Das Internet wird von 97% der Befragten für die Suche von Informationen mittels Suchmaschinen, wie Google oder Yahoo, genutzt, oft für Recherchen im schulischen Kontext. Über die Hälfte der Jugendlichen surft täglich „einfach drauflos“ (Jugend 2010: 105), also ohne

ein bestimmtes Ziel und oftmals aus Langeweile. Einen großen Teil der täglichen Zeit im Netz verbringen die Jugendlichen in Sozialen Netzwerken wie Facebook (vgl. Jugend 2010: 105). Als virtuelle Soziale Netzwerke werden Websites bezeichnet, auf welchen sich Personen mit ihren persönlichen Daten anmelden und untereinander kommunizieren können und „bei denen der Mensch und seine Beziehungen [...] im Mittelpunkt stehen, quasi Mittel und Inhalt der Anwendung sind. [...] Diese wurden eigens dazu geschaffen, Freundes- und Bekanntenkreise ebenso wie Geschäftspartner miteinander zu verbinden.“ (Ebersbach et al. 2008: 96) Die Begrifflichkeiten „Soziale Netzwerke“, „Social Networks“ und „Online-Communities“ werden meist synonym verwendet. Die SINUS-Studie kommt zu ähnlichen Ergebnissen in Bezug auf Sozialen Netzwerke wie die Shell Jugendstudie. „Online zu sein bedeutet bei Jugendlichen dieser Altersgruppe vor allem, Soziale Netzwerke und diverse Unterhaltungsangebote zu nutzen. Informations-

beschaffung und Recherchen sind von nachgeordneter Bedeutung; diese Aktivitäten werden eher als ‚Aufgaben‘ empfunden (z.B. wenn für die Schule etwas vorbereitet werden muss), nur selten entspringen sie den eigenen Ansprüchen an das Medium.“ (Calmbach et al. 2011: 151) Die mobile Nutzung des Internets schließt auch die Instant Messenger¹ mit ein. Laut der befragten Gruppenteilnehmer_innen beansprucht das Schreiben und Lesen von Nachrichten über diese Programme über den Tag zusammengerechnet sehr viel Zeit. Zur Definition von neuen Medien wird hauptsächlich das Internet benannt. Es scheint somit der gemeinsame Nenner der Neuen Medien zu sein. Der Computer ist das meistgenutzte Gerät für den Zugriff auf das Internet, was bedeutet, dass fast jede/r Nutzer_in über den PC im Internet surft. Gleichzeitig nimmt die Nutzung über das Handy/Smartphone in den letzten Jahren sehr stark zu. Im Jahr 2010 gibt knapp die Hälfte aller Befragten an, das Internet via Handy zu nutzen (vgl. Abb. 2). Dieser Trend wird auch in

der Sozialen Arbeit spürbar, da die Geräte auch mit in die Einrichtungen genommen werden und somit ständig nutzbar sind.

Smartphones/Handys im Alltag

Das Smartphone ist die Weiterentwicklung des Handys. Es ist internet-fähig, und es verfügt meist über einen großen Bildschirm. Mithilfe einer mobilen Internet-Verbindung kann so überall auf das Internet zugegriffen werden. Das Internet wird durch das Smartphone tragbar. Laut den Befragten wird es immer und überall genutzt und Fragen können sofort ‚gegoogelt‘ werden, mit Freund_innen kann man über Instant Messenger wie WhatsApp kommunizieren und Daten wie Fotos und Videos austauschen. Die Nutzung kann bequemer und schneller erfolgen. Langwierige Vorbereitungen, wie das Hochfahren des Rechners, entfallen. Das Handy ist meistens eingeschaltet und sofort betriebsbereit. Dies bedeutet einen einfacheren Internetzugang, da die Bedienung des Smartphones schneller und intuitiver ist. In den Daten zeigt sich, dass im Jahr 2012 bereits 31% der 12- bis 24- Jährigen ein Smartphone besitzen (vgl. VA Jugend 2012). Im Gruppeninterview besitzen drei von vier befragten Personen ein Smartphone, jedoch nur eine Person eine zugehörige mobile Internet-Flatrate. Dieses Phänomen zeigt sich auch in den quantitativen Daten. So hat nur knapp die Hälfte der Jugendlichen, die ein internetfähiges Handy vorweisen können, auch eine mobile Internetflatrate (vgl. JIM 2012: 54). Dies könnte damit zusammenhängen, dass mobile Internet-Flatrates oftmals mit dem Abschluss eines Mobilfunkvertrages verbunden sind. Der Abschluss kann eigenständig erst im Alter von 18 Jahren getätigt werden (vgl. VA Jugend 2012) Das Phänomen zeigt auch, dass sich viele Jugendliche keine Internet-Flatrate leisten können und viele Eltern ihren Kindern keine solche Flatrate finanzieren möchten. Ein

Handy ohne Internetzugang ermöglicht die Kommunikation über zwei Kanäle, das Telefonieren und den Short Message Service, kurz: SMS. Das Versenden und

Situation, wo ein Lehrer zu mir gesagt hat: ‚Wie, du hast kein Smartphone? Dann kannst du die Einzelarbeit ja gar nicht machen, bei der du im Internet recher-

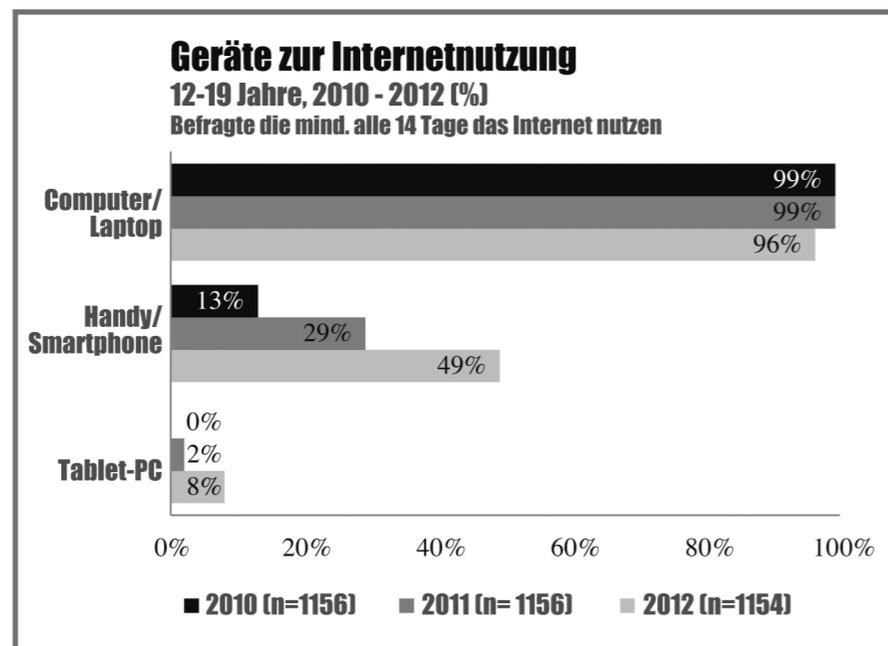


Abbildung 2: Geräte zur Internetnutzung 2010 - 2012 (Quelle: JIM 2012: 32)

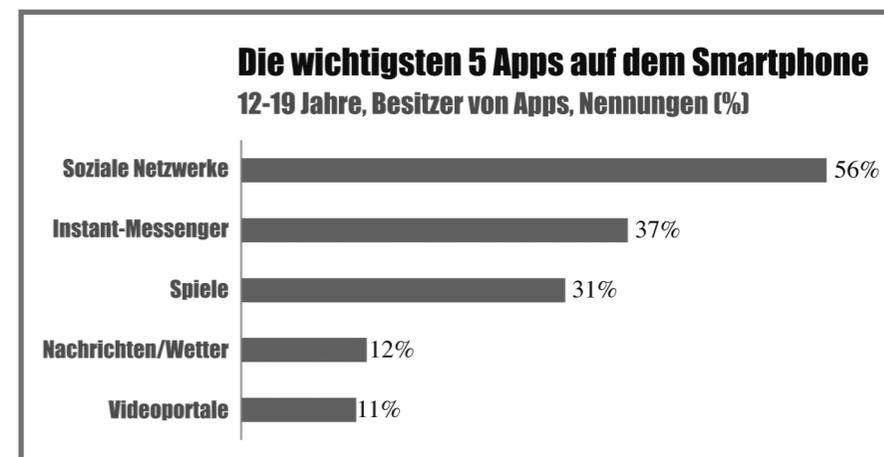


Abbildung 3: Die wichtigsten 5 Apps auf dem Smartphone (Nennungen) (n=606) (Quelle: JIM 2012: 55)

Empfangen von SMS und das Telefonieren stehen mit Abstand an erster Stelle (82%) in der Nutzung des Handys durch Jugendliche (vgl. JIM 2012: 56).

Das Smartphone verfügt über zusätzliche Kommunikationskanäle. Durch den Internetzugang ist eine größere Bandbreite der Kommunikation über das Internet verfügbar. Die Kommunikationskanäle werden um Instant Messaging wie WhatsApp, E-Mail und vor allem um den Chat in Sozialen Netzwerken erweitert. Die meistgenutzten Applikationen dienen dem Zugriff auf Soziale Netzwerke. Der_die Nutzer_in kann so mobil auf Profile einzelner Personen zugreifen und auch direkt mit anderen Nutzern mittels Chat kommunizieren. Mehr als ein Drittel der Jugendlichen (37%) benennen Instant Messenger als einen wichtigen Kommunikationskanal (vgl. Abb. 3). Sowohl unter den Jugendlichen als auch in der Schule, wird der Besitz eines Smartphones scheinbar vorausgesetzt. Die Aussage im Interview zeigt die Problematik sehr deutlich: „Es gab bei mir schon die

chieren musst.“ Dies setzt die Kinder und Jugendlichen unter massiven Druck. Aufgabe der Sozialen Arbeit sollte zum einen sein, diesen Druck durch alternative Angebote zu minimieren, zum anderen ist medienpädagogische Netzwerkarbeit mit den Schulen gefordert.

Der Umgang mit Sozialen Netzwerken

Die Studiendaten und die Daten des Gruppeninterviews zeigen deutlich, dass Soziale Netzwerke für Jugendliche Normalität bedeuten. Die SINUS-Studie kommt zu dem Schluss, dass sich Jugendliche in der Regel auf wenige ausgewählte Netzwerke, insbesondere Facebook, konzentrieren (vgl. Calmbach et al. 2011: 53). Diese Beobachtung schlägt sich auch in den Daten meiner Masterarbeit nieder. Abbildung 4 zeigt die hohe Nutzung von Facebook gegenüber anderen Online-Communities sehr deutlich. Facebook nimmt Platz 1 der Sozialen Netzwerke ein, weil dort die meisten Nutzer_innen angemeldet sind. Soziale Netzwerke haben im Sinne des Selbsterhalts ein großes Interesse daran, ihre Userzahlen

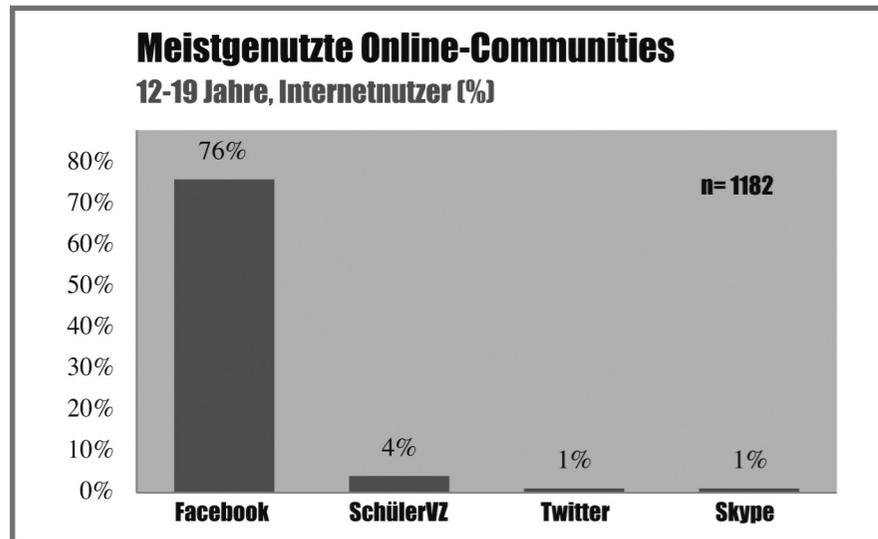


Abbildung 4: Meistgenutzte Online-Communities (Mehrfachnennungen) (Quelle: JIM 2012: 41)

zu erhöhen. Somit müssen, „um große Mitgliederzahlen zu erreichen, [...] die Einstiegshürden so gering wie möglich gehalten werden.“ (Ebersbach et al. 2008: 102) An dieser Stelle kann die Soziale Arbeit ansetzen. Kommunikation läuft in der Arbeit mit Jugendlichen meist über das persönliche Face-to-Face Gespräch. Das Internet könnte durch eine Website oder auch Facebook-Seite für die Jugendlichen einen niedrighürden Zugang zu einer Einrichtung der Sozialen Arbeit bedeuten. Die Soziale Arbeit könnte sich somit Kommunikationskanäle, die von Jugendlichen bereits genutzt werden, erschließen, um somit einen neuen Zugang für die Jugendlichen zu ermöglichen. Es könnte als eine zusätzliche Kontaktmöglichkeit mit der Absicht, die Kommunikation mit den Jugendlichen auf das Face-to-Face Gespräch zu leiten, verstanden und genutzt werden.

Drei von vier Befragten im Gruppeninterview und insgesamt 87% der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren nutzen Soziale Netzwerke (vgl. JIM 2012: 40). Der Grund dafür liegt laut SINUS-Studie vor allem am Gruppenzwang. „Da ,fast

jeder dort ist‘, wäre eine Verweigerung gegenüber den Netzwerkdiensten mit Selbstaussgrenzung gleichzusetzen. Jugendliche spüren Druck zur Vernetzung [...] in Social-Web-Angeboten.“ (Calmbach et al. 2011: 53) Auch Neugier und Langeweile kristallisieren sich im Interview als Ursachen der häufigen Nutzung von Sozialen Netzwerken heraus. Speziell hervorgehoben wird die besonders positive Darstellung der eigenen Person im Netzwerk „Sehen und gesehen werden!“ (Gruppeninterview). Dies kann für Jugendliche eine wichtige Hilfe zur persönlichen Verortung in der Jugendphase darstellen. „Medien werden zur Selbststilisierung und Selbstinszenierung eingesetzt und stellen somit eine wichtige Ressource bei der Identitätskonstruktion dar.“ (Calmbach et al. 2011: 50) In der 5. Konvergenzstudie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien „Teilen, Vernetzen, Liken“ stellen die Autoren fest, dass ein Klick auf den „Like-Button“ für Jugendliche ein Ausdrucksmittel ist, „um sich der Zugehörigkeit zu seiner Peergroup zu vergewissern. Es gehört zum Handlungsrepertoire im Umgang vieler Jugendlicher mit Medien

heutzutage, auch wenn es nicht bei allen unumstritten positiv bewertet wird. (Wagner und Brüggem 2013: 4) Die häufigste Tätigkeit besteht nach Angabe von 75% der Befragten darin, mehrmals pro Woche Nachrichten über Soziale Netzwerke auszutauschen. Ein besonderer Reiz liegt laut SINUS-Studie in der Möglichkeit, „beisammen sein zu können, ohne jedoch etwas sagen zu müssen. Man kann sich einfach nur beobachtend durch die Netzwerkwelt bewegen, ohne dass jemand davon Notiz nimmt oder man selbst aktiv auf sich aufmerksam macht.“ (Calmbach et al. 2011: 53)

Virtuelle Freundschaften

Die persönlichen Kontakte werden bei Facebook als „Freunde“ bezeichnet. Dieser Begriff wurde vom englischen Begriff „friends“ eingedeutscht. Der englische Begriff bedeutet zum einen „Bekannter“ und zum anderen auch den Freund in dem Sinne, in dem wir ihn verstehen (vgl. Wanhoff 2011: 100). Der Begriff der Freundschaft bezeichnet „zum einen eine spezifische Art der Sozialbeziehung zwischen Personen, zum anderen können wir mit dem Begriff Freundschaft nicht nur die Art, sondern auch die Qualität einer Beziehung kennzeichnen.“ (Heidbrink 2007: 1)

In einem Aufsatz im *Journal für Psychologie* stellt Heidbrink Freundschaften als Prozess dar. „Die erste Verabredung oder Einladung stellt einen entscheidenden Schritt auf dem Weg zu einer Freundschaft dar. Wir gehen [...] ein gewisses Risiko ein, beim anderen auf Desinteresse zu stoßen.“ (Heidbrink 2007: 6) Das Risiko der Ablehnung ist bei Facebook minimal. Die „Einladung“ besteht aus einer automatischen Nachricht, die der_ die neue „Freund_in“ entweder annehmen oder ablehnen kann. Möchte man eine Person bei Facebook als „Freund_in“ hinzufügen, muss man den anderen erst fragen „ob er mein Freund sein möchte,

bevor ich ihm irgendetwas von mir offenbare.“ (Wanhoff 2011: 101) Auch das Beenden einer Freundschaft ist sehr viel einfacher. „Was früher nicht ohne einen handfesten Streit möglich war, geschieht heute per Mausklick. [...] Der ‚Freund‘ erfährt dies nicht, eine Benachrichtigung ist nicht vorgesehen.“ (Wanhoff 2011: 101) Die Jugendlichen im Gruppeninterview unterscheiden ganz klar zwischen Facebook-Freunden und ‚normalen‘ Freunden. Es wird nur ein Bruchteil der Facebook-Freunde von den Befragten auch zu den guten Freunden gezählt. Diese sind oft Freunde aus der Kindheit, mit welchen man über private Dinge offen sprechen kann und die man physisch trifft. Facebook-Freunde werden von den Befragten als Bekannte definiert. Ein medienpädagogisches Programm im Umgang mit Freundschaften wäre ein guter Weg, den Unterschied zwischen realen und virtuellen Freunden an Kinder und Jugendliche zu vermitteln, welche diesen Unterschied nicht erkennen können. Nicola Döring definiert in ihrem Beitrag „Mediatisierte Beziehungen“ den Begriff der „Mediatisierten Kommunikation in Offline-Beziehungen“. Sie beschreibt darin, dass bestehende persönliche Beziehungen, die durch Face-to-Face-Kommunikation entstanden sind und getragen werden, sich durch die Integration und Nutzung verschiedener Medien verändern können (vgl. Döring 2009: 652). Döring führt zudem an, dass im Zuge der gesellschaftlichen Mediatisierung davon auszugehen ist, dass „mediatisierte Kommunikation zunehmend zu einem festen Bestandteil von Offline Beziehungen wird und diese sich somit zu teilmediatisierten Beziehungen entwickeln“ (Döring 2009: 652). Diese Tendenz lässt sich ebenfalls im Gruppeninterview erkennen. Die Jugendlichen sprechen immer wieder vom „Kontakt halten“ mit ihren Freunden über die Neuen Medien. Auch die SINUS-Studie kommt zu dem Schluss, dass das

Internet ‚normale‘ soziale Kontakte nicht ersetzt, sondern sie ergänzt und erweitert (vgl. Calmbach et al. 2011: 53).

Neue Wege der Kommunikation

Der Fokus von Sozialen Netzwerken liegt ganz deutlich auf Kommunikation. „Mit der Vielzahl an Möglichkeiten, die diese Plattformen bieten, werden sie auch den recht unterschiedlichen Kommunikations- und Interaktionsbedürfnissen der Jugendlichen gerecht.“ (Calmbach et al. 2011: 54) Im Mittelpunkt eines Sozialen Netzwerkes steht die Person. Dies ist ein großer Unterschied gegenüber herkömmlichen Webseiten, die anonym genutzt werden. Auch das Handy/Smartphone ist ein Gerät, das vorwiegend zur Kommunikation genutzt wird. Die Kanäle der Kommunikation wurden durch das Smartphone maximiert. Das Besondere an Social Networks ist, dass die Empfangsgeräte nun verschieden sein können. SMS und Anrufe können nur von Handy zu Handy funktionieren. Nachrichten über Soziale Netzwerke können auf vielen verschiedenen Geräten abgerufen werden, Handys, PCs, Tablets, Spielekonsolen und sogar TV-Geräten. Kommunikation über Soziale Netzwerke ist kostenlos und bequem. In der Gruppendiskussion beschreiben die Interviewten, dass sich das Kommunikationsverhalten durch die Vergünstigung von Mobilfunkverträgen, Flatrates und der Möglichkeiten des Internets sehr geändert hat. Es werden sehr viel mehr Nachrichten über SMS, WhatsApp, Facebook und andere Dienste übermittelt, als das Smartphone zum Telefonieren genutzt wird. Die Anzahl der Nachrichten ist laut den Befragten im Gegensatz zu früher angestiegen, die Nachrichteninhalte sind jedoch kürzer geworden. Für die Soziale Arbeit ergeben sich viele Chancen. Da die Kommunikation über Soziale Netzwerke sehr verbreitet ist, bietet sich zum Beispiel die Erstellung eines eigenen Facebook-Profiles

für eine Einrichtung an. Auch hier ist die niedrige Kommunikationsschwelle nicht zu unterschätzen. Möglicherweise kann auf diese Weise mit neuen Adressaten in Kontakt getreten werden, für die sich die Schwelle zuvor als zu hoch erwiesen hat.

Fazit

Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene nutzen Neue Medien vorwiegend zur Kommunikation. Der virtuelle Kontakt ist kein ‚Muss‘ für normale Freundschaften. Die sogenannten ‚Neuen Medien‘ erweitern die Kommunikationsmöglichkeiten zwischen Freunden. Freundschaften werden selten virtuell geknüpft, die meisten Freundschaften sind bereits in der Kindheit entstanden und mit gemeinsamen Erlebnissen verbunden.

Neue Kontakte entstehen einfacher und anonym durch den leichten Zugang zu sozialen Netzwerken. Die Freundschaft im Sozialen Netzwerk ist unverbindlicher, sie wird schnell geschlossen, kann jedoch auch mit einem Mausklick beendet werden. Dies ist den befragten Jugendlichen bewusst. Sie unterscheiden klar zwischen Facebook- und normalen Freunden. Allgemein wird die Nutzung von Medien vorausgesetzt. Jugendliche ohne Smartphone und Zugang zu einem Sozialen Netzwerk gelten schnell als Außenseiter_innen. Auch in der Schule greifen Lehrkräfte im Unterricht auf Smartphones zurück. Dies zeigt, dass Jugendliche Neuen Medien nicht mehr entgehen können. Neue Entwicklungen werden nicht mehr hinterfragt, da diese in einem enormen Tempo auf den Markt gebracht werden. Jugendliche passen sich dem Fortschritt an und allgemein gilt unter ihnen, desto neuer das Gerät, desto besser. Die heutige Jugend ist eine Gruppe von Expert_innen auf dem Gebiet der Neuen Medien. (vgl. Vollbrecht und Wegener 2010: 148).

Für die Soziale Arbeit ist vor allem der Erwerb von Medienkompetenz ein Thema. Die rasante Entwicklung der Medien hat enorme Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche. Hier ist insbesondere im Hinblick auf Soziale Netzwerke Präventionsarbeit gefragt. Besonders der sensible Umgang mit persönlichen Daten im Netz sollte in der Jugendarbeit aktiv eingebunden werden. Die Daten zeigen klar, dass ein Großteil der Kinder und Jugendlichen in Sozialen Netzwerken aktiv sind. Den Kindern und Jugendlichen muss ermöglicht werden, „in einer komplexen Medienwelt Orientierungspunkte zu finden und die Möglichkeiten, die in den Medien liegen, wahrzunehmen und in die eigene Lebensführung zu integrieren, so dass eigene Kompetenzen und Fähigkeiten gestärkt werden.“ (Wagner und Brügggen 2013: 221)

Der uneingeschränkte Zugang zum Internet ist in der heutigen Zeit die Regel. Medienkompetenz beinhaltet ein Wissen um den intelligenten Umgang mit Neuen Medien. Dieser kann jedoch nur vermittelt werden, wenn Sozialarbeiter_innen selbst kompetent im Umgang mit Medien sind. Sozialarbeiter_innen mit Medienkompetenz sollten auf dem neusten Stand sein und Kinder und Jugendliche im Umgang mit Neuen Medien sensibilisieren. Sie sollten die Art der Jugendlichen, Neue Medien unhinterfragt hinzunehmen, nicht übernehmen. Es ist vielmehr die Aufgabe des_der Sozialarbeiter_in, sich selbst auf dem neusten Stand zu halten, um Gefahren und Potentiale besser einschätzen zu können und auf diese Weise Kindern und Jugendliche beratend und begleitend zur Seite zu stehen.

Neue Medien sind in das Alltagsleben der Jugendlichen eingebettet. Berücksichtigt die Soziale Arbeit dieses nicht, kann sie die Belange der Jugendlichen nicht verstehen. Der Umgang mit Neuen Medien

wird zu einer Schlüsselkompetenz. Die technische Entwicklung der Neuen Medien lässt aktuell eine Situation entstehen, in der Jugendliche oft mehr wissen und können als Erwachsene (vgl. Vollbrecht und Wegener: 148). Jugendliche sollten darum als Expert_innen wahrgenommen werden, um gemeinsame Konzepte zum Umgang mit Medien zu erarbeiten. Hier ist die Medienpädagogik gefragt. Die in dieser Arbeit analysierten Studien zeigen zudem, dass Jugendliche heute einem starken Druck ausgesetzt sind, Neue Medien zu nutzen, da sie sonst Gefahr laufen, ausgeschlossen zu werden. Nicht nur die Soziale Arbeit, auch die Eltern müssen sich mit dem Medienkonsum ihrer Kinder auseinandersetzen. Hier gilt ebenfalls, dass Neue Medien nicht verdammt, sondern verstanden werden müssen.

Anmerkung

¹ Instant Messenger: Instant Messaging bedeutet sofortige Nachrichtenübermittlung und ist eine Kommunikationsmethode, bei der zwei oder mehr Teilnehmer_innen per Textnachrichten kommunizieren (Chatten).

Literatur

Albert, Mathias; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2010): Jugend 2010. Orig.-Ausg. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl (Shell-Jugendstudie, 16).

Calmbach, Marc; Thomas, Peter Martin; Borchard, Inga; Flaig, Bodo (2011): Wie ticken Jugendliche? 2012. Düsseldorf: Verl. Haus Altenberg.

Döring, Nicola (2009): Mediatisierte Beziehungen. In: Karl Lenz (Hg.): Handbuch persönliche Beziehungen. Weinheim [u.a.]: Juventa-Verl.

Ebersbach, Anja; Glaser, Markus; Heigl, Richard (2008): Social Web. Konstanz: UVK Verl.-Ges (UTB, 3065).

Heidbrink, Horst (2007): Freundschaftsbeziehungen. In: Journal für Psychologie - Theorie, Forschung, Praxis ; Zeitschrift der Neuen Gesellschaft für Psychologie 15 (1). Online verfügbar unter <http://www.bibliothek.uni-regensburg.de/ezeit/?2376466>, zuletzt geprüft am 14.05.2013.

Lamnek, Siegfried (1995): Qualitative Sozialforschung Band 2: Methoden und Techniken. 3. Aufl.: Beltz.

Lamnek, Siegfried (2005): Gruppendiskussion. 2. Aufl. Weinheim [u.a.]: Beltz (UTB, 8303).

medialine.de: Wissen - Medialexikon -Verbraucheranalyse (VA). Online verfügbar unter <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=5742>, zuletzt geprüft am 14.05.2013.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2012): JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. 2012. Aufl. 1 Band. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Online verfügbar unter <http://www.mpfs.de>, zuletzt geprüft am 14.05.2013.

mpfs.de (2012): Allgemeine Informationen zur JIM-Studie. Stuttgart. Online verfügbar unter <http://www.mpfs.de/index.php?id=276>, zuletzt geprüft am 14.05.2013.

Vollbrecht, Ralf; Wegener, Claudia (Hg.) (2010): Handbuch Mediensozialisation. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.

Wagner, Ulrike; Brügggen, Niels (2013): Teilen, vernetzen, liken. Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101).

Wanhoff, Thomas (2011): Wa(h)re Freunde. Wie sich unsere Beziehungen in sozialen Online-Netzwerken verändern. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

Autor



Jason Wagner (Jg. 1986), Bachelor Soziale Arbeit und Master Bildung und Soziale Arbeit (Universität Siegen). Im Rahmen seiner Abschlussarbeiten beschäftigte er sich mit der Thematik der Neuen Medien und deren Auswirkungen auf die Soziale Arbeit. Zurzeit arbeitet er in der Wissenschaftlichen Koordination des Masterstudiengangs Bildung und Soziale Arbeit.