

Preprint; erschienen als

Schmidt, Jan-Hinrik (2012): Neue Medien, neue Praktiken? Einige analytische Differenzierungen. In: Medienwirtschaft, Jg. 9, Nr. 1, 2012, S. 35-37.

Neue Medien, neue Praktiken? Einige analytische Differenzierungen

Jan-Hinrik Schmidt, Hans-Bredow-Institut, Hamburg

Die derzeit populärste Generationenzuschreibung enthält, anders als beispielsweise die „Baby Boomer“ oder die „Generation X“, einen direkten Verweis auf Mediennutzung: Die „Digital Natives“, die nach 1990er geborenen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, seien mit digitalen Medien aufgewachsen und könnten sich einen Alltag ohne die Universaltechnologien Computer, Internet und Mobiltelefon kaum vorstellen. Wie es Generationenbeschreibungen eigen ist, implizieren das Label und ihre Kontrastkategorie, wahlweise als „Digital Immigrants“ oder „Digital Tourists“ bezeichnet, einen tiefen Graben zwischen den Altersgruppen, der sich heutzutage eben vorrangig an der Nutzung von digitalen Medien- und Kommunikationstechnologien festmache.

Allerdings ist diese Diagnose problematisch, und zwar in verschiedener Hinsicht. Erstens ist nicht ausgemacht, ob sich die Mediennutzungsweisen der unter 20-Jährigen denn tatsächlich so fundamental von denen älterer Gruppen unterscheiden, wie nicht zuletzt die kontroverse Darstellung in den anderen beiden „Standpunkt“-Beiträgen nahelegt. Damit verbunden gilt zweitens, dass es auch innerhalb der Gruppe jugendlicher Mediennutzer teilweise beträchtliche Unterschiede gib. Diese betreffen sowohl Nutzungsdauer und -häufigkeit (z.B. bestimmter Onlinedienste und -plattformen), als auch den Grad an reflektiertem, aktiven oder kreativen Umgang mit den digitalen Medien, ihren partizipativen Potentiale genauso wie ihren Risiken etwa für Privatsphäre oder Urheberrechte. Drittens schließlich schwingt in der Bezeichnung etwas Exotisierendes, durchaus auch Abgrenzendes mit. „Digitale Eingeborene“ ist keine selbstgewählte Bezeichnung, sondern eine Zuschreibung durch Erwachsene, die mit einer Mischung aus Faszination, Sorge und Unverständnis betrachten, wie sich Jugendliche die neuen Medien aneignen, die für sie ja nicht neu, sondern schlichtweg da sind.

Indirekt wird so die Vorstellung aus den 1990er Jahren reproduziert, das Internet sei ein eigener Raum, ein „Cyberspace“ mit eigenen Gesetzen, Riten und Normen, der losgelöst von der „realen Welt“ existiere. Diese Vorstellung, die u.a. durch Science-Fiction-Filme wie „The Matrix“ oder die große mediale Aufmerksamkeit für grafisch aufwändige Onlinewelten wie

„Second Life“ oder „World of Warcraft“ genährt wurde, ist vielen Jugendlichen eher fremd, zumindest wenn es um ihre alltägliche Nutzung geht. Schließlich erleben sie digitale Medien ja vor allem als Werkzeug und Verlängerung des eigenen Alltags, und die darüber abgerufenen Informationen und Inhalte sowie die gepflegten Kontakte und Konversationen in aller Regel nicht als virtuell und folgenlos, sondern hochgradig real.

Das heißt nicht, dass es keine Unterschiede in der Darstellung und Wahrnehmung von „Authentizität“ und „Fake“ oder von „Realität“ und „Fiktion“ gibt – auch wenn zwischen den Polen jeweils unzählige Zwischenstufen und Grauzonen existieren, die eindeutige Zuordnungen erschweren. Allerdings kann niemand mehr ernsthaft bestreiten, dass die Nutzung digitaler Medien für Jugendliche untrennbar mit den Entwicklungsaufgaben der Jugendphase verbunden ist, und somit auch Teil von übergeordneten gesellschaftlichen Praktiken ist, die sich nicht auf eine „virtuelle Realität“ beschränken.

Nutzungspraktiken und ihr Kontext

Drei solcher Handlungsbereiche, in denen digitale Medien Werkzeug, Kontext und Triebkraft gleichermaßen sind, lassen sich unterscheiden.

1. **Praktiken des Identitätsmanagements:** In modernen Gesellschaften herrschen sowohl Freiheit als auch Zwang zur Herausbildung einer individuellen Identität. Für Jugendliche stellt sich die Frage „Wer bin ich?“ bzw. „Wer will ich sein?“ in besonders drängender Weise, und Medienangebote liefern zahlreiche Rollen- Stil- und Identitätsvorbilder mit unterschiedlichen Graden gesellschaftlicher Konformität oder Subversion. Zugleich bieten gerade die Social-Web-Plattformen Räume, in denen sich Jugendliche ausdrücken, ihrer Identität vergewissern oder mit Lebensentwürfen experimentieren können. Die grundlegende Paradoxie der Moderne, dass wir uns zum Ausdrücken einer individuellen Identität immer auch medial vermittelter kultureller Vorgaben und Schemata bedienen (müssen), zeigt sich auf Facebook & Co. ganz deutlich: Zum Beispiel in den immer wieder kehrenden Posen und Selbstinszenierungen auf Profilbildern und anderen Fotos, in denen populärkulturelle Vorbilder nachgeahmt werden, um die eigene Authentizität auszudrücken. Aber schon die Profilmasken, deren Grundzüge und Kategorien eben nicht frei gestaltbar, sondern standardisiert sind, gibt dem Identitätsmanagement einen Rahmen vor.
2. **Praktiken des Beziehungsmanagements:** In der Jugendphase, in der zunächst die Orientierung an der Gruppe der Gleichaltrigen dominiert und im Übergang zum

Erwachsenenleben dann eine Differenzierung von Rollenbeziehungen einsetzt, stellt sich die Frage der Sozialauseinandersetzung in prägnanter Weise: „Was ist mein Platz in der Gesellschaft?“. Indem Jugendliche das Social Web zur Kommunikation und zum Austausch nutzen, pflegen sie bestehende Beziehungen und knüpfen neue Kontakte. Ein Grundprinzip des Social Web, nämlich das explizit-Machen von sozialen Beziehungen als „Kontakte“ oder „Freunde“, wird hier bedeutsam. Das eigene soziale Netzwerk wird für einen selbst und andere sichtbar, es fungiert als Publikum und Informationsfilter in den vernetzten Öffentlichkeiten gleichermaßen. Facebook, ICQ oder Twitter verdeutlichen ihren Nutzern, wie in modernen „Netzwerkgesellschaften“ jeder von uns in sich überlappende Geflechte von starken und schwachen Beziehungen eingebunden ist, die durch Kommunikation aufrechterhalten und erweitert werden.

3. Praktiken des Informationsmanagements: Digitale Medien steigern einerseits die Fülle von verfügbaren Informationen, halten andererseits aber auch eigene Wege bereit, diese zu erschließen und zu filtern. Kollaborative Formen der Wissensaufbereitung wie die Wikipedia oder Mechanismen des „sozialen Navigierens“ innerhalb der eigenen sozialen Netzwerke helfen dabei, sich in der Welt zu orientieren. Partizipative Formen der Vermittlung von Informationen treten gemeinsam mit technisierter Vermittlung an die Seite von professioneller Intermediation. Journalismus wird dadurch nicht überflüssig, verliert aber sein Monopol auf die Selektion, Präsentation und Distribution von Informationen – insbesondere weil die Nutzer selbst zu Multiplikatoren werden können, die Inhalte in ihren eigenen persönlichen Öffentlichkeiten empfehlen, kommentieren, bewerten und so schneeballartig weiter verbreiten.

Problem der Dynamik

Als analytische Kategorien bieten diese drei Nutzungspraktiken den Vorteil, situations- und anwendungsübergreifend beschreiben zu können, was Jugendliche (aber nicht nur die) mit digitalen Medien tun und wie dieses Medienhandeln wiederum in breitere gesellschaftliche Praktiken und sozialen Wandel eingebettet ist. Knapp zusammengefasst: Digitale Medien helfen Jugendlichen dabei, in einer Gesellschaft heranzuwachsen, die von vernetzter Individualität und Informationsüberfluss gekennzeichnet ist – und gleichzeitig tragen sie

durch ihren alltäglichen Gebrauch dazu bei, genau diesen gesellschaftlichen Kontext zu reproduzieren und zu verstärken.

Innerhalb dieser breiten Kategorien lassen sich allerdings spezifische Ausprägungen identifizieren, da Jugendliche digitale Medien immer auch in ihre eigenen Alltagsstrukturen und -routinen einbinden, also in einem alters-, geschlechts-, bildungs- oder kulturspezifisch besonderen praktischen Bewusstsein gebrauchen. An dieser Stelle ist empirische Forschung, und zwar sowohl quantitative wie qualitative, eminent wichtig, um Gemeinsamkeiten und Besonderheiten sowie den Wandel und die Stabilität dieser Praktiken nachzuzeichnen, zu erklären und zu verstehen. Sie steht dabei vor der besonderen Herausforderung, mit dem rasanten technischen Wandel Schritt zu halten, der sich nicht um die Rhythmen akademischen Arbeitens kümmert. Ein Beispiel aus der eigenen Forschung: Eine groß angelegte repräsentative Befragung zur Internetnutzung von 12- bis 24-Jährigen in Deutschland, die das Hans-Bredow-Institut und die Universität Salzburg Ende 2008 durchführten, war zumindest in einzelnen Punkten schon wenig später wieder veraltet. Wir hatten in der Befragung noch die Dominanz von schülerVZ bzw. studiVZ in dieser Altersgruppe dokumentieren können, doch im Verlauf des Jahres 2009 rollte Facebook den deutschen Markt auf und löste bald die VZ-Netzwerke als populärste Netzwerkplattform in Deutschland ab.

Drei strukturelle Rahmenbedingungen von Nutzungspraktiken

Wie aber lassen sich jenseits der bloßen Verbreitung einzelner Plattformen oder Dienste die Mediennutzungspraktiken beschreiben und differenzieren? Hier scheint eine weitere analytische Differenzierung hilfreich, die auf die drei strukturellen Dimensionen abzielt, die Praktiken als situativ ausgeübtes Handeln rahmen: Regeln, Relationen und Code.

Mit „Regeln“ sind in diesem Zusammenhang alle überindividuell und situationsübergreifend verfestigten Erwartungen gemeint, die bestimmte Ausprägungen des Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements nahelegen, andere eher hemmen. Sowohl in Bezug auf die Medienwahl (Adäquanzregeln) als auch den tatsächlichen Gebrauch (prozedurale Regeln) existieren vielfältige Routinen und Normen, die beispielsweise die Selbstpräsentation von Jugendlichen rahmen: Wie präsentiere ich mich auf einer Netzwerkplattform, wie erfülle ich die Leiterwartung von Authentizität und wie greife ich mögliche subkultur-spezifische Identitätsmarker auf? Wie gehe ich mit der gesellschaftlichen Erwartung um, auf meine Privatsphäre zu achten, um den Personalchefs der Zukunft keinen Grund zur Ablehnung zu

geben, wenn gleichzeitig meine Freunde erwarten, dass ich sie über die letzte Party auf dem Laufenden halte? Oder auch: Welchen Weg wähle ich, um eine Beziehung zu beenden, und wie gehe ich mit Ex-Freund oder -Freundin auf Facebook um – den Kontakt löschen, ignorieren oder gar schmutzige Wäsche auf der Pinnwand waschen?

Die Dimension der „Relationen“ verweist darauf, dass digitale Medien kommunikative Verknüpfungen oder Konnektivitäten unterstützen, die in zweifacher Hinsicht einen Rahmen für das Nutzerhandeln vorgeben: Die Verknüpfungen zwischen Texten aller Art – über Verlinkungen, Kommentierungen, Referenzierungen und andere kommunikative Anschlusshandlungen – sind die Grundlage für vernetzte Öffentlichkeiten, in denen sich Jugendliche teils rezipierend, teils navigierend, teils aktiv-gestaltend bewegen. Darin verwoben sind soziale Verknüpfungen, also das Geflecht der sozialen Beziehungen zu Kommunikationspartnern. Gleich ob sie implizit bleiben oder explizit artikuliert werden (wie im Fall der Kontaktliste auf Facebook oder ICQ), beeinflussen sie doch als vorgestelltes Publikum durchaus Wahrnehmung und Handeln in onlinebasierten Kommunikationsräumen. Das Bewahren oder die Aufgabe von Privatsphäre beispielsweise ist eng damit verbunden, ob und wie personenbezogene Informationen aus unterschiedlichen Kontexten zusammengetragen werden können, sowie für welche Publika aus welchen Rollenbeziehungen diese Informationen sichtbar werden. Für Jugendliche sind dabei die heute Unbekannten, z.B. die generalisierten „Personalchefs“ der Zukunft, oft keine relevante Bezugsgruppe. Vielmehr soll Privatsphäre gegenüber den bekannten, aber unerwünschten Personen gewahrt bleiben: Eltern, Lehrer oder der blöde Typ aus der Parallelklasse.

All dies geschieht schließlich auf der technologischen Grundlage von digitalen vernetzten Medien bzw. spezifischen auf dieser Infrastruktur beruhenden Anwendungen und Diensten. Die dritte strukturelle Dimension, die deshalb zwingend in die Analyse und Differenzierung von Nutzungspraktiken einzubeziehen ist, ist die des Software-Code bzw. der technischen Architektur der verwendeten Medien. Die in die Technologien eingeschriebenen Algorithmen, Standardeinstellungen und Optionen, ihre Geschlossenheit oder Offenheit gegenüber anderen Anwendungen und Gebrauchsweisen, nicht zuletzt auch das visuelle Design und die Benutzerführung prägen das, was Menschen mit ihnen anstellen können.

Dies äußert sich auf ganz unterschiedlichen Ebenen: Sehen die Standardeinstellungen einer Netzwerkplattform eher die Offenheit oder eher den Schutz von Profilen gegenüber anderen Nutzern vor? Wie differenziert lassen sich soziale Beziehungen in den Kontaktkategorien abbilden, und können daraus auch unterschiedliche Grade der Sichtbarkeit von Informationen abgeleitet werden? Welche Rolle spielen Personalisierungsalgorithmen bei der Selektion von

Informationen bis hin zur Gefahr von „filter bubbles“ (Eli Pariser)? Wie transparent sind diese Algorithmen und die Informationen, auf Grundlage derer sie Entscheidungen treffen, für uns Nutzer? Die Frage, wer Code und Architektur digitaler Medien mit welchen Interessen gestaltet und damit die Nutzungsweisen entscheidend rahmt (ohne es völlig zu determinieren), gehört zu den drängendsten gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit. In Hinblick auf Jugendliche bedeutet dies auch, sie als Teil kritischer Medienkompetenz auch in die Lage zu versetzen, die technische Bedingtheit ihres Alltags zu reflektieren und mit gestalten zu können.

Fazit

Empirische Analysen sind unerlässlich, um das Gefüge von neuen und alten Medien zu verstehen und mögliche Veränderungen zu ermitteln. . Dennoch hat dieser Beitrag an vorgelagerter Stelle angesetzt, nämlich bei der These, dass uns erst eine praxistheoretisch fundierte analytische Heuristik überhaupt in die Lage versetzt, entsprechende Entwicklungen in den alltäglichen Mediengebrauchsweisen einordnen, vergleichen und ihre gesellschaftlichen Konsequenzen reflektieren zu können. Dies gilt in besonderem Maße für die durchaus weitreichende Annahme, es gebe derzeit einen Generationenbruch zwischen den „Digital Natives“ und den „Digital Immigrants“, die für die Medienpraxis von großer Bedeutung ist, weil sie Geschäftsmodelle und Zielgruppenstrategien beeinflusst. Es deutet viel darauf hin, dass Jugendliche neue Praktiken ausformen und eigene Wege finden, digitale Medien für Selbstpräsentation, Beziehungspflege und Orientierung in der Welt zu nutzen. Letztlich scheinen aber neben dem Alter noch andere Kategorien wichtig für mögliche Unterschiede zu sein: Der Grad an Reflektiertheit des eigenen (Medien-)Handelns und seiner Folgen, die Offenheit oder Geschlossenheit der eigenen sozialen Welt, auch der Wunsch und die Fähigkeit, die partizipativ-kreativen Potentiale digitaler Medien für die Verwirklichung der eigenen Interessen und Werte zu nutzen. All dies kommt und geht nicht automatisch mit dem Alter.