

Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (Hrsg.). Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring. Schriftenreihe der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), Band 24, Berlin:

Beitrag aus Heft »2014/04: Jugend – Medien – Kommerzialisierung«

2003 Skype | 2004 Facebook | 2005 YouTube, StudiVZ | 2006 Twitter, MyVideo | 2007 iPhone, SchülerVZ, Dropbox | 2008 Android Betriebssystem | 2009 WhatsApp | 2010 iPad | 2011 Social TV, iCloud | 2012 Microsoft Surface | 2013 Einstellung SchülerVZ – technische Entwicklungen, die zehn Jahre zuvor jeweils undenkbar waren und heute längst zum Alltag gehören; oder selbst das schon wieder nicht mehr. Der Startschuss für das Langzeitforschungsprojekt Medienkonvergenz Monitoring fiel ebenfalls im Jahr 2003, zu einer Zeit also, als das Web 2.0 noch nicht geboren und nur etwa ein Drittel aller Jugendlichen laut JIM-Studie im eigenen Zimmer Zugriff auf einen Computer mit Internet hatte (vgl. mpfs 2003); heute haben das 88 Prozent aller Jugendlichen (vgl. mpfs 2013). Allerdings wusste das Forscherteam der Universität Leipzig damals lediglich um den immer dichter werdenden Medienschwungel, nicht aber um die tatsächlichen Neuerungen und Veränderungen, die dieser mit sich bringen würde. Geschweige denn um die Omnipräsenz und Omnipotenz, mit der sich digitale Medien in allen Lebensbereichen durchsetzen würden. Die Besonderheit der Studie liegt daher nicht nur in dem bundesweit einmaligen Projekt über eine Dekade, innerhalb derer Jugendliche und ihr Medienhandeln in den unterschiedlichen Mediengattungen untersucht wurden, sondern zusätzlich auch in den Herausforderungen der stetig neuen technischen Entwicklungen mit unbekanntem Taktgeber. In der Publikation Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche wird die Studie Medienkonvergenz Monitoring aufbereitet und um neue Erkenntnisse erweitert – und verkündet damit gleichzeitig das Ende des Projekts.

Im Auftrag der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) wurde das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher zwischen zwölf und 19 Jahren untersucht – bis 2006 als begleitendes Monitoring zu den Studien des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis zum „Umgang Heranwachsender mit Konvergenz im Medienensemble“, im Anschluss als eigenständiges Projekt von verschiedenen Forschungsteams an der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung der Universität Leipzig mit Prof. Dr. Bernd Schorb an der Spitze. Den rasanten Medienentwicklungen folgend sind die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auf Basis theoretischer Vorüberlegungen mittels qualitativer und quantitativer Erhebungsmethoden der Frage nachgegangen, wie sich Jugendliche in der konvergenten Medienwelt bewegen und wie sie die Medien unter welchen Voraussetzungen für sich nutzen. Hintergrundinformationen, die theoretischen Grundlagen sowie das Untersuchungsdesign werden im ersten Teil des Werks ausführlich dargelegt, der Kern der 364-seitigen Gesamtpublikation ist aber die Präsentation der fünf unterschiedlichen Studienschwerpunkte, die im Rahmen einzelner Erhebungswellen vertieft wurden: Die Online-Spieler – gemeinsam statt einsam, YouTube und Co. – neue Medienräume Jugendlicher, Soziale Online-Netzwerke als Lebensraum, Klangraum Internet – auf neuen Wegen Musik entdecken sowie Jugend – Information – Medien. Die Ergebnisse geben aussagekräftige Einblicke in unterschiedliche Ausschnitte jugendlicher Medienwelten: „Letztens war ich online, da spielte ich zusammen mit ein paar Holländern, Norweger waren mit dabei, ein paar aus Kanada und ein paar Amerikaner, und dann zieht man halt durch die Welt und tötet andere Monster. [...] Also im Internet, da

kannst du drei Millionen Leute, die mittlerweile World of Warcraft spielen, die kannst du treffen, und wenn du raus vor die Tür gehst, hast du halt die zwei Dutzend Leute, die in deinem Dorf rumrennen“ (Junge, 17 Jahre). Das Zitat unterstreicht – entgegen dem Klischee des sozial isolierten Zockers – beispielsweise, dass Spielerinnen und Spieler online zahlreiche Kontakte knüpfen; zwei Drittel der Befragten schätzen besonders das Kennenlernen im Rahmen von Multiplayerspielen. Auch haben sich Online-Videoplattformen – allen voran YouTube– im Medienhandeln Jugendlicher etabliert. „Im Fernsehen kommt’s [...] halt nicht auf Abruf“ (Junge, 18 Jahre). „Da [YouTube] bin ich auch als 21 oder so angemeldet, damit ich mir auch die Ab-18-Videos angucken kann“ (Mädchen, 16 Jahre). Heranwachsende nutzen diese Plattformen aber nicht nur rezeptiv, sondern auch produktiv-gestaltend. Soziale Online-Netzwerke nehmen als Kommunikations-, Erfahrungs- und Entwicklungsräume mit etwa 79 Prozent aller Jugendlichen, die im Jahr 2012 mehrmals oder täglich darauf zugegriffen haben, einen festen Platz in der Alltags- und Lebenswelt der Heranwachsenden ein. „Da spielt sich halt auch außerhalb von der Schule das soziale Leben ab“ (Mädchen, 17 Jahre). Die Jugendlichen nehmen Soziale Online-Netzwerke eher als private und reale, denn als öffentliche und virtuelle Räume wahr. Diese Privatsphäre schützen sie, indem sie die Sichtbarkeit ihrer Profile einschränken, „[w]eil ja jetzt auch Lehrer im schülerVZ sind“ (Mädchen, 13 Jahre). Auch ist das Internet laut Studienergebnissen zu einem riesigen Klangraum geworden, aus dem Jugendliche ihre Musik ziehen bzw. diesen mit dieser speisen. Musikplayer Nr. 1 ist dabei YouTube, Musikmedium Nr. 1 das Handy bzw. Smartphone. „Na, der Empfang ist besser im Internet, also weil bei mir irgendwie manchmal das Radio ziemlich rauscht“ (Junge, 13 Jahre). Zentrales Kriterium für das breit gefasste Interesse Jugendlicher an (durchaus auch politischen und gesellschaftlichen) Themen ist dabei nicht die gesellschaftliche Relevanz, sondern der eigene Lebensweltbezug.

Neben diesen Momentaufnahmen rundet das Forscherteam die Publikation mit dem Aufzeigen allgemeiner Tendenzen ab – wie dem sozialen Nahraum als wichtigste Bezugsgröße im Medienhandeln Jugendlicher –, die sich aus einer übergreifenden Perspektive auf die Ergebnisse des Langzeitforschungsprojekts ergeben; ohne dabei über die Jugendlichen zu pauschalisieren; Alter, Geschlecht, Bildungshintergrund, Entwicklungs- und Sozialisationsbedingungen dienen zur Differenzierung. So konnte die Studie auch zeigen, dass Medien keineswegs eine andere Jugend mit anderem Denken und Handeln generieren, sondern dass vielmehr die Jugendlichen im Prozess ihrer individuellen Identitätsentwicklung gezielt die Medien einsetzen. Auch weist das Autorenteam darauf hin, dass Untersuchungen, die versuchen, die mediale Nutzungspraxis Heranwachsender zu quantifizieren, immer kritisch zu lesen sind, da Operationskategorien nicht zwingend mit dem Sprachgebrauch und der Handlungspraxis Jugendlicher korrespondieren. Das Medienkonvergenz Monitoring liefert mit diesen Beobachtungen, Beschreibungen und Erklärungen in Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche nicht nur neue Perspektiven und Impulse für die Forschung, sondern gleichzeitig auch Grundlagenwissen für die medienpädagogische Praxis und die Fundierung des Kinder- und Jugendmedienschutzes. Explizit zu erwähnen sind neben der dauerhaften Anpassung der Erhebungsinstrumente noch die kleinen aber feinen (und vor allem zahlreichen) zusätzlichen Abschnitte, die – optisch klar ersichtlich – nachträglich in die Forschungsberichte eingepflegt wurden. So wirft die Publikation Schlaglichter auf die wichtigsten Tendenzen im Medienhandeln Jugendlicher im Verlauf der letzten zehn Jahre, ist durch die aktuellen Hinweise auf Forschungsergebnisse, (Medien-)Trends oder neuere Daten aber durchweg gegenwärtig gültig.

Unter www.uni-leipzig.de sind übrigens die kompletten Ergebnisberichte zu den fünf Erhebungsschwerpunkten zu finden, die in Form von einzelnen Reports jeweils bereits veröffentlicht wurden und für diese Publikation überarbeitet und gekürzt werden mussten.