

Digitale Medien im Alltag

Kommunikationssoziologische Überlegungen zu
Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement

Jan-Hinrik Schmidt
@janschmidt

Wissenschaftlicher Referent
für digitale interaktive Medien
und politische Kommunikation

Stendal ❖ 2.5.2012

Digitale Revolution? (1/2)

„In nur wenigen Jahren hat das Internet die Träume der Philosophen der Aufklärung verwirklicht und unser gesammeltes Wissen dem größten nur denkbaren Publikum zugänglich gemacht. Demokratie und Menschenrechte wurden gestärkt, Staaten zu größerer Transparenz angehalten, und in einigen Ländern konnten unterdrückte Menschen ihre Stimmen erheben, um gemeinsam im Namen der Freiheit zu handeln.“



Quelle: http://diepresse.com/home/techscience/internet/665746/eG8Gipfel_Sarkozy-fuer-ein-zivilisiertes-Internet



<http://www.sueddeutsche.de/digital/sarkozy-netz-gipfel-in-paris-die-internet-maechtigen-diskutieren-mit-sich-selbst-1.1101090>

Stendal 2 von 24

Digitale Revolution? (2/2)

„If you want to liberate a society, just give them the Internet“?

Wael Ghonim (ägyptischer Internet-Aktivist [und Google-Manager])

„Die Kinder der Facebook-Revolution“

Frankfurter Allgemeine, 19.2.2011



Quelle: <http://www.youtube.com/watch?v=-AwSPGd4k4v4>

Der Spiegel, 10.1.2011



Quelle: <http://wissen.spiegel.de/wissen/titel/SP/2011/2/300/titel.jpg>

Stendal 3 von 24

Worüber spreche ich?

- Praktiken & Persönliche Öffentlichkeiten
- Die Konvergenz von Konversation und Publikation
- Entgrenzung von Publika – Verschwinden von Privatsphäre?
- Beteiligung, Macht und Machtlosigkeit
- Die obligatorische „Fazit“-Folie

Stendal 4 von 24

Soziale Medien und ihre Praktiken



Identitäts-
management



Beziehungs-
management



Informations-
management

Selbst-
auseinander-
setzung

„Wer bin ich?“

Sozial-
auseinander-
setzung

„Welchen Platz
habe ich in der
Gesellschaft?“

Sach-
auseinander-
setzung

„Wie orientiere ich
mich in der Welt?“

Stendal

5 von 24

Internet – eine eigene Welt?

- **Mythos #1:** Das Internet ist ein „Cyberspace“, in dem Menschen ihren Körper hinter sich lassen und neue Identitäten schaffen könnten



➔ **Aber:** Wie wird Identität im Internet tatsächlich abgebildet?

Stendal

6 von 24

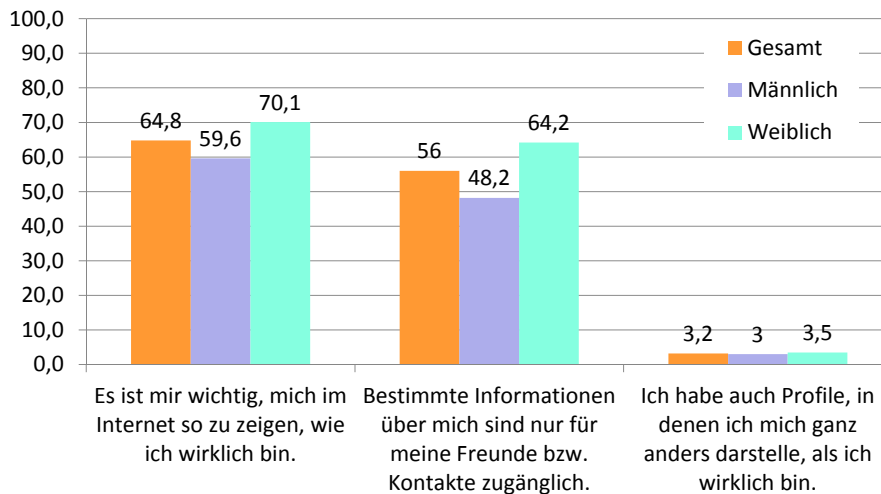
Identitäten im Internet



Stendal 7 von 24

Authentizität und Selbstdarstellung

Aussagen zur Selbstpräsentation im Internet (2008; 12-24jährige; Zustimmung in %)

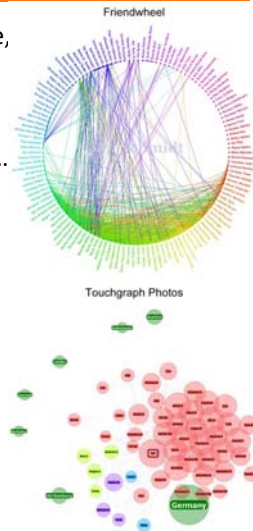


Quelle: Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink 2009; „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“ auf vierstufiger Skala.

Stendal 8 von 24

Artikulierte soziale Netzwerke

- **Mythos #2:** Im Internet gibt es nur flüchtige Kontakte, und das Verständnis von wahrer Freundschaft geht verloren
- 12-24jährige Netzwerkplattform-Nutzer hatten 2008..
- ... im Durchschnitt: 130 Freunde
- ... davon bereits persönlich getroffen
 - die meisten: 85 Prozent
 - weniger als die Hälfte: 5 Prozent
- ... als enge Freunde angesehen
 - die meisten: 15 Prozent
 - weniger als die Hälfte: 62 Prozent
- ➔ Die sozialen Medien dienen als Werkzeug, um Kontakte aufrechtzuerhalten, die bereits auf anderem Weg bestanden



Quelle: Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink 2009

Stendal 9 von 24

Persönliche Öffentlichkeiten (1/2)

- Social Web lässt **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, unbekanntes, unverbundenen Publikums der Massenmedien]
- (c) *und sich im Kommunikationsmodus des „Konversation Betreibens“ befinden.*
[anstatt im Modus des „Publizierens“]



Stendal 10 von 24

Persönliche Öffentlichkeiten (2/2)



- Trennung zwischen „Sender“- und „Empfänger“-Rollen der Massenkommunikation löst sich weiter auf; in persönlicher Öffentlichkeit ist man beides
- Persönliche Öffentlichkeiten bestehen aus „Microcontent“, der aus anderen Angeboten gelöst („entbündelt“) und durch soziale Beziehungen gefiltert wird
- „Re-Bündelung“ findet nicht in abgeschlossenen / linearen Produkten („Ausgabe“; „Sendung“) statt, sondern im konstanten Informationsfluss der „streams“ bzw. „feeds“

Stendal 11 von 24

Konvergenz von Konversation & Publikation (1/2)

- **Mythos #3:** Das Web 2.0 verdrängt den Journalismus
- Persönliche Öffentlichkeiten lassen das Monopol des Journalismus auf das Auswählen, Aufbereiten und öffentliche zur-Verfügung-Stellen von Informationen erodieren
 - ... nicht so sehr, weil Nutzer auch als Urheber von gesellschaftlich relevanten Informationen auftreten („user-generated content“; „citizen journalism“)
 - ... sondern vor allem, weil sie als Filter bzw. Multiplikatoren innerhalb ihrer sozialen Netzwerke agieren und Informationen (auch aus etablierten Medien) miteinander teilen



Stendal 12 von 24

Konvergenz von Konversation & Publikation (2/2)

- Publizistische Organisationen machen ihre Inhalte für die neuen Plattformen zugänglich
- Nutzer verlinken, retweeten, bookmarken, liken, teilen und empfehlen journalistische Inhalte
 - ➔ Anschlußkommunikation des Publikums



Stendal 13 von 24

Gesellschaftliche (Heraus-)Forderungen



- Gesellschaftliche Verantwortung bleibt bestehen, Jugendliche (aber nicht nur die...) zu einem verantwortungsvollen und reflektierten Umgang mit der „Universaltechnologie“ Internet zu befähigen, z.B. um ...
 1. ... informationelle Selbstbestimmung ausüben zu können
 2. ... Werkzeuge des Internet nutzen zu können, um an gesellschaftlichen Debatten teilzuhaben
 3. ... sich für die eigenen Belange und Rechte im Internet einsetzen zu können

Stendal 14 von 24

#1: Prekäre informationelle Selbstbestimmung (1/2)

- „Informationelle Selbstbestimmung“ ist...

Sollen
Tun
Können

- ... *normatives Konzept*: Bestandteil der verfassungsmäßigen Ordnung (und in Datenschutzregelungen etc. näher spezifiziert); liegt zudem als zumindest diffuse Erwartung bei vielen Nutzern vor;
- ... *ausgeübte Praxis*: Nutzer üben sie (mehr oder weniger kompetent, reflektiert, evtl. auch scheiternd) aus, wenn sie sich in den vernetzten persönlichen Öffentlichkeiten des Social Web bewegen;
- ... *notwendige Kompetenz*: das eigenständige Wahrnehmen des „Rechts auf Privatheit“, die informierte Einwilligung in Datenverarbeitung oder auch die informationelle Autonomie setzt Wissensformen und Fertigkeiten voraus.

Stendal

15 von 24

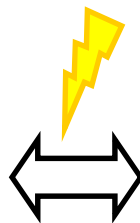
#1: Prekäre informationelle Selbstbestimmung (2/2)

Merkmale der Kommunikationsarchitektur⁽¹⁾ erschweren inf. Selbstbestimmung



a) *Intendiertes Publikum*: Welches Publikum habe ich ganz allgemein im Sinn, wenn ich einen bestimmten Internetdienst nutze?

b) *Adressiertes Publikum*: Welchem Publikum mache ich in einer spezifischen Situation bestimmte Äußerungen/Informationen tatsächlich zugänglich?



c) *Empirisches Publikum*: Welches Publikum nimmt tatsächlich Kenntnis von einer Äußerung bzw. Information?

d) *Potentielles Publikum*: Wie ist die „technische Erreichbarkeit“ – welches Publikum hat technisch die Möglichkeit, irgendwann irgendwie Zugang zu haben?

(1) boyd 2008

Stendal

16 von 24

#2: Facetten von Beteiligung (1/2)

- Konkreter auf politische Partizipation bezogen, erlaubt das Social Web unterschiedliche Modi der Teilhabe⁽¹⁾
 - Sich Positionieren: Eigene Meinungen oder Überzeugungen signalisieren
 - Sich Einbringen: durch Inhalte oder Konversationsbeiträge an Debatten teilhaben
 - Andere aktivieren: zu politischen Aktivitäten aufrufen und koordinieren



(1) Wagner, Gerlicher & Brüggem 2011

Stendal

17 von 24

#2: Facetten von Beteiligung (2/2)

- Soziale Medien dürfen aber nicht nur Werkzeug, sondern müssen auch Gegenstand von Partizipation sein
- Nutzung der sozialen Medien umfasst unterschiedliche Grade von Teilhabe⁽¹⁾
 1. **Mitwirkung** an Konversationen, dem Bereitstellen und Teilen von Inhalten, etc.;
 2. **Mitbestimmung** über Ausrichtung, Gestaltung oder Moderation der Angebote;
 3. **Selbstbestimmung** in eigenen, nicht bzw. kaum vorstrukturierten Kommunikationsräumen.
- Soziale Medien fördern *Mitwirkung*, teilweise auch *Mitbestimmung*
- *Selbstbestimmte* Räume sind allerdings gerade auf den großen Plattformen eher selten



(1) Wagner/Gerlicher/Brüggem 2011

Stendal

18 von 24

#3: Imbalance von Macht und Partizipation



- Viele Plattformen und Dienste werden von Betreibern kontrolliert, die Aufmerksamkeit nach ökonomischen und/oder technischen Kriterien kanalisieren
- Plattformen räumen Nutzern höchstens als „Kunden“, nicht aber als „Bürger“ Mitspracherechte bei der Verwendung der Werke und Daten ein
- Formalisierte Verfahren der Nutzeranhörung existieren nur in Ansätzen
- Auf Nutzerseite fehlt Bewusstsein, durch kollektives Handeln auch Mitbestimmung einzufordern

Stendal 19 von 24

Fazit

- Soziale Medien verändern das soziotechnische Umfeld, in dem Menschen alltägliches Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement betreiben
- Sie tragen zu einem Strukturwandel von Öffentlichkeit bei, der insbesondere auf Netzwerkplattformen einen neuen Typ („Persönliche Öffentlichkeit“) an die Seite professioneller Öffentlichkeiten treten lässt
- Dieser Wandel wirft eine Reihe von Herausforderungen auf, die gesellschaftlich bearbeitet werden müssen
 - Die Gewährleistung von informationeller Selbstbestimmung
 - Die Bestimmung und Vermittlung von Kompetenzen für politische Partizipation
 - Das Einfordern von Mit- und Selbstbestimmung gegenüber neuen machtvollen Akteuren
- Entscheidende Frage: Wer hat die Macht, die neuen Kommunikationsräume zu gestalten?

Stendal 20 von 24

Herzlichen Dank 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



Stendal

21 von 24

Quellennachweise Abbildungen

Folie 5:

- [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 12

- CC BY-NC-ND-2.0, Axel V, http://www.flickr.com/photos/axels_bilder/126700804
- CC-BY-NC-ND-2.0, Dominic Dada, <http://www.flickr.com/photos/ogil/274628990>

Folie 14:

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

Folie 18

- CC BY-NC-ND 2.0, Stephen Desroches, <http://www.flickr.com/photos/focusedonlight/2795746704/>
- CC BY-NC-ND 2.0, Dom Dada, <http://www.flickr.com/photos/ogil/1842123447/>
- CC BY-NC-ND 2.0, Nathanael Boehm, <http://www.flickr.com/photos/purecaffeine/1226101959/>

Stendal

22 von 24

Literatur



- Benkler, Yochai (2006): *The Wealth of Networks. How social production transforms markets and freedom.* New Haven/London.
- 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>.
- Hasebrink, Uwe/Sonia Livingstone/Leslie Haddon (2008): *Comparing children's online opportunities and risks across Europe. Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online.* London: EU Kids Online (Deliverable D3.2); online verfügbar unter www.eukidsonline.net
- Livingstone, Sonia/Kjartan Ólafsson/Elisabeth Staksrud (2011a): *Social Networking, Age and Privacy.* London. Online verfügbar: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ShortSNS.pdf>.
- Livingstone, Sonia/Leslie Haddon/Anke Görzig/Kjartan Ólafsson (2011b). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings.* LSE, London: EU Kids Online.
- Münker, Stefan (2009): *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten – Die Sozialen Medien im Web 2.0.* Frankfurt a.M.
- Neuberger, Christoph/Christian Nuernbergk/Melanie Rischke (Hg.) (2009): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung.* Wiesbaden.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Jan Schmidt/Uwe Hasebrink (2009): *Zur Erforschung der Rolle des Social Web im Alltag von Heranwachsenden.* In: Jan Schmidt/Ingrid Paus-Hasebrink/Uwe Hasebrink (Hrsg.): *Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen.* Berlin. S. 13-40.
- Schmidt, Jan (2009): *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0.* Konstanz.
- Schmidt, Jan/Ingrid Paus-Hasebrink/Uwe Hasebrink (Hrsg.) (2009): *Heranwachsen mit dem Social Web.* Berlin.