

Persönliche Öffentlichkeiten und Privatsphäre von Jugendlichen auf Netzwerkplattformen

Dr. Jan Schmidt, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Hamburg

Anwendungen des Web 2.0 sind insbesondere unter Jugendlichen sehr populär. Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008 nutzen um die 90 Prozent der 14- bis 19jährigen deutschen Onliner zumindest gelegentlich Wikipedia und Youtube, etwa zwei Drittel (68%) nutzen zumindest gelegentlich privat ausgerichtete Netzwerkplattformen und Communities (vgl. Fisch/Gscheidle 2008, S. 359). Die letztgenannte Anwendungsgruppe, zu deren populärsten Vertretern im deutschsprachigen Raum studiVZ, schülerVZ, wer-kennt-wen.de oder lokalisten.de, im englischsprachigen Raum insbesondere mySpace und Facebook gehören, ist aus der Perspektive des Symposiums von besonderem Interesse: Netzwerkplattformen erlauben es ihren Nutzern, ausgehend von einer Repräsentation der eigenen Person (dem „Profil“) soziale Beziehungen zu anderen Nutzern zu artikulieren (d.h. die „Freundschaft“ oder den „Kontakt“ explizit zu machen) und innerhalb des so entstandenen Beziehungsgeflechts zu navigieren, indem z.B. die Profile von Freunden der eigenen Freunde besucht werden (vgl. zu den Charakteristika von Netzwerkplattformen auch Boyd/Ellison 2007). Zudem stehen in der Regel verschiedene Optionen der interpersonalen und Gruppen-Kommunikation zur Verfügung, beispielsweise interne Mail- und Messagingsysteme, profilbezogene Gästebücher und Pinnwände, oder themenbezogene Foren.

Aus kommunikationssoziologischer Sicht interessieren insbesondere die Praktiken des Identitäts- und Beziehungsmanagements, also die spezifischen Formen der Selbstdarstellung und Beziehungspflege, die sich auf und durch solche Plattformen äußern. Sie werden durch überindividuelle Nutzungsregeln, die in Verwendungsgemeinschaften gelten sowie durch technische Aspekte des jeweils vorliegenden Software-Codes gerahmt, aber immer erst in jeweils konkreten Nutzungssituationen aktualisiert (vgl. zum praxistheoretischen Analyserahmen Schmidt 2008, 2009).

Eine Konsequenz dieser Praktiken, so die erste These des Vortrags, ist das Entstehen von persönlichen Öffentlichkeiten: Ein Geflecht von miteinander verbundenen kommunikativen Äußerungen zu Themen von vorwiegend persönlicher Relevanz, mit deren Hilfe die Nutzer Aspekte ihrer Person ausdrücken und sich ihrer Position in sozialen Netzwerken vergewissern. Für Jugendliche sind diese persönlichen Öffentlichkeiten insbesondere deswegen relevant, weil sie Strukturen und Leistungen von auch offline bestehenden peer groups online teils abbilden, teils ergänzen, und so wichtige Entwicklungsaufgaben der Adoleszenz unterstützen. Gleichzeitig erlauben es die Netzwerkplattformen, neben diesen strong ties der peer group auch die weak ties zu flüchtigen Bekannten oder ehemaligen Schulkameraden zu pflegen. Persönliche Öffentlichkeiten machen dadurch Veränderungen und Aktivitäten des erweiterten sozialen Netzwerks sichtbar und leisten einen Beitrag zum Erhalt bzw. Aufbau von Sozialkapital.

Diese technisch unterstützten persönlichen Öffentlichkeiten wirken sich allerdings auch auf die Grenzziehungen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit aus. Weil die kommunikativen Räume der Netzwerkplattformen persistent und durchsuchbar sind, weil die Inhalte aus dem Kontext gelöst und in andere Kontexte kopiert werden können, und weil das Publikum für die eigenen Äußerungen nur

eingeschränkt sichtbar ist (weil z.B. Besucher des Profils nicht angezeigt werden), fällt es schwer, die eigene Selbstdarstellung an sozialen Rollen auszurichten, die für bestimmte Situationen angemessenes Verhalten nahelegen (vgl. Boyd 2007). Eine zweite These des Vortrags lautet daher, dass das Identitäts- und Beziehungsmanagement auf Netzwerkplattformen neue Grenzziehungen zwischen „privat“ und „öffentlich“ erfordert. Diese können, entlang der oben skizzierten strukturellen Rahmenbedingungen von Praxis, drei (nur analytisch trennbare) Formen annehmen:

1. Neu ausgehandelte oder bestärkte Verwendungsregeln, z.B. indem sich Konventionen über den Umgang mit Fotos herausbilden, auf denen andere Personen zu sehen sind;
2. Ausrichtung an den Erwartungen von Verwendungsgemeinschaften, z.B. durch die Verlagerung der privaten und der beruflichen Selbstpräsentation auf jeweils unterschiedliche Plattformen;
3. Inanspruchnahme (und weiteres Verfeinern) von Software-Optionen, z.B. um bestimmte persönliche Informationen oder Fotos nur für ausgewählte Mitglieder des eigenen sozialen Netzwerks freizugeben.

Zur empirischen Illustration greift der Vortrag insbesondere auf Erkenntnisse eines Forschungsprojekts zu „Jugendliche und Web 2.0“ zurück, das zwischen Januar 2008 und März 2009 mit Förderung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen vom Hans-Bredow-Institut und der Universität Salzburg bearbeitet wurde.

Literatur

- Fisch, Martin / Gscheidle, Christoph (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. In: Media-Perspektiven, Nr. 7/2008, S. 356-364.
- Boyd, Danah/ Nicole Ellison (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11.<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Boyd, Danah (2007): Incantations for Muggles: The role of ubiquitous Web 2.0 technologies in everyday life. Vortrag bei der O'Reilly Emerging Technology Conference, San Diego, 28.3.2007. Online: <http://www.danah.org/papers/Etech2007.html>
- Schmidt, Jan (2008): Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen. In: Zerfaß, Ansgar; Martin Welker; Jan Schmidt (Hrsg.) (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Zwei Bände. Köln: Van Halem Verlag.
- Schmidt, Jan (in Vorb.): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. Konstanz: UVK. Erscheint voraussichtlich Mai 2009.