

politische
Studien
Handeln
Internet
Nutzer
Online
Teilhabe
Partizipation
Jugendliche
Jugendlicher
Medien
Sozialisation

Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0

- Chancen, Grenzen, Herausforderungen -

Forschungsverbund

tu + DJI

Deutsches Jugendinstitut
Technische Universität Dortmund

Impressum

Herausgeber

Technische Universität Dortmund, FK 12
Forschungsverbund Deutsches Jugendinstitut e.V./Technische Universität Dortmund
CDI-Gebäude
Vogelpothsweg 78
44227 Dortmund
<http://www.forschungsverbund.tu-dortmund.de>

Verantwortlich für Inhalt und Gestaltung

Mirja Lange
Erich Sass
Mareike Thuilot

ISBN 978-3-9816920-1-3

Verlag
Eigenverlag Forschungsverbund DJI/TU Dortmund
an der Fakultät 12 der Technischen Universität Dortmund

Dortmund, im Januar 2015

Inhaltsverzeichnis

Erich Sass, Mirja Lange

1	Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0. Eine Einführung	5
1.1	Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0 aus Sicht der Jugendforschung	5
1.2	Zu diesem Band	8
	Literatur	10

Jan-Hinrik Schmidt

2	Politische Sozialisation und Partizipation von Jugendlichen im Internet	11
2.1	Das Wichtigste in Kürze	11
2.2	Einleitende Bemerkungen	12
2.3	Internet und Partizipation	13
2.4	Varianten internetbezogener Teilhabe	15
2.4.1	Teilhabe am Internet	15
2.4.2	Teilhabe mit Hilfe des Internets	16
2.4.3	Teilhabe am Internet	18
2.5	Facetten internetbezogener Partizipation	20
2.5.1	Partizipation als Norm	20
2.5.2	Partizipation als Praxis	21
2.5.3	Partizipation als Befähigung	25
2.6	Politische Sozialisation von Jugendlichen im Internet	28
2.7	Fazit und Ausblick auf die Forschungsfragen	32
	Literatur	35

Ulrike Wagner, Peter Gerlicher, Annika Potz

3	Politische Aktivitäten von Heranwachsenden und von jungen Erwachsenen im Internet ..	39
3.1	Sekundäranalyse ausgewählter empirischer Studien zu politischen Aktivitäten junger Menschen im Internet	40
3.1.1	Zum Politikbegriff der recherchierten Studien	40
3.1.2	Übersicht zu den Rahmendaten der recherchierten Studien	41
3.2	Zentrale Ergebnisse der recherchierten Studien	46
3.3	Die empirischen Studien im Überblick	50
	Literatur	106

Nadia Kutscher, Wiebke Ahrens, Rabea Franken, Klara Maria Niermann, Leonie Leggewie, Katharina Vahnebruck

4	Politische Netzwerkaktivitäten junger Menschen	109
4.1	Fragestellung und Auftrag	109
4.2	Politische Netzaktivitäten – beteiligungsbezogene Netzaktivitäten junger Menschen	110
4.2.1	Was ist politische Partizipation?	110
4.2.2	Wie lässt sich der Partizipationsbegriff weiter fassen?	110
4.2.3	Internetnutzung und Politische Partizipation – Forschungsstand	113
4.2.4	Ungleichheitstheoretische Perspektive auf die Untersuchung von Beteiligung im Kontext des Internets	123
4.2.5	Konzeptspezifikation: Politische Netzaktivitäten	127

4.3	<i>Methodisches Vorgehen</i>	128
4.3.1	<i>Leitfaden</i>	128
4.3.2	<i>Felderschließung und Sample</i>	129
4.4	<i>Ergebnisse</i>	134
4.4.1	<i>Methodischer Zugang</i>	134
4.4.2	<i>Die Ebene der Habitusunterschiede als partizipationsrelevantes Unterscheidungskriterium</i>	136
4.4.3	<i>Eigener Politik- und Engagementbegriff der Jugendlichen</i>	138
4.4.4	<i>Abfrage von Nutzungsweisen</i>	140
4.5	<i>Anhang – Material für die Item-Bildung (Nadia Kutscher)</i>	145
	<i>Literatur</i>	173
<i>Erich Sass</i>		
5	<i>Das Internet als Ort politischer Sozialisation – Perspektiven für die künftige Forschung zur politischen Partizipation junger Menschen im Web 2.0</i>	177
6	<i>Die Autorinnen und Autoren</i>	182

Erich Sass, Mirja Lange

1 Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0. Eine Einführung

1.1 Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0 aus Sicht der Jugendforschung

Eine der offensichtlichsten Veränderungen der Jugendphase in den letzten Jahren besteht darin, dass sich für das Aufwachsen bedeutsame Aktivitäten Jugendlicher zu wichtigen Teilen in digital erzeugte Räume verschoben haben. Das Internet ist als Medium der Information, Kommunikation und Unterhaltung selbstverständlicher Bestandteil der Lebenswelt von Jugendlichen und jungen Erwachsenen geworden (vgl. Lange/Wehmeyer 2014; Ertelt/Röll 2008). Sie nutzen die digital vernetzten Medien und zwar insbesondere soziale Medien, um sich auszutauschen und zu informieren, sich ablenken und unterhalten zu lassen, sich kreativ auszudrücken und in Debatten einzubringen. Darin unterscheiden sich Jugendliche zunächst einmal nicht von Erwachsenen. Allerdings hält das Netz aufgrund seiner Schnelligkeit, seiner Anonymität, seiner Möglichkeiten der Verknüpfung unterschiedlichster Medien und Datenquellen sowie seiner Potenziale der Vermischung öffentlicher und privater Räume, Chancen und Risiken für Jugendlichen bereit, die gegenüber bisherigen – immer auch medial begleiteten – Sozialisationsprozessen von neuer Qualität sind.

Viel stärker als in den adoleszenten Gruppen und Jugendkulturen der Vor-Internet-Zeit haben Heranwachsende heute die Möglichkeit, nicht nur Rezipient(inn)en der Medien, sondern auch Produzent(inn)en zu sein. Das Web 2.0 hat die technischen Voraussetzungen, selbst zum „Sender“ zu werden, radikal vereinfacht und erweitert. Eigene Videos, Musik oder Textformate zu produzieren und zu verbreiten, erfordert keine großen technischen und handwerklichen Kenntnisse mehr. Mit der Digitalisierung entsteht ein neuer Handlungsraum, eine neue Bühne, auf der Jugendliche tun können, was ihnen an anderen Orten häufig verwehrt bleibt: Sich in einer neuen Identität erproben, eine eigene virtuelle Existenz aufbauen, auch abweichendes Verhalten zelebrieren, Experimentierräume auf tun und so den – ihnen in anderen Lebensbereichen verwehrten – Erwachsenenstatus in Anspruch nehmen (vgl. Böhnisch 2009). Alle diese Verhaltensweisen sind nicht eigentlich neu, bekommen aber durch das Netz eine neue Qualität. Dieses fungiert als Universaltechnologie und übernimmt und integriert als „Hybridmedium“ (vgl. Höflich 2003) Leistungen, die bislang auf unterschiedliche Mediengattungen wie Rundfunk- oder Printmedien, entfielen. Das Internet erlaubt Kommunikationsformen in dem gesamten Spektrum von interpersonaler über gruppenbezogener bis hin zu massenmedialer Kommunikation (inklusive entsprechender Mischformen), und ermöglicht darüber hinaus neuartige Formen der Mensch-Maschine-Interaktion, der Transaktion und der Simulation (vgl. Schmidt 2011).

Dieser neue Raum des Aufwachsens stellt nicht nur Heranwachsende vor neue Probleme und bis dahin unbekanntere Handlungsalternativen, auch die Jugendforschung sieht sich hier vor neue Herausforderungen gestellt. Neue Formen des Beobachtens und Bewertens jugendlichen

Handelns scheinen notwendig zu werden und auch der Vergleich mit den Ergebnissen der früheren Sozialisations- und Jugendkulturforschung steht noch aus. So zählten – um nur ein Beispiel zu nennen – unbegrenzte Kommunikation und offener persönlicher Austausch zu wichtigen Idealen der Hippiebewegung der 60er Jahre, die sich nach vielen Enttäuschungen und Rückschlägen erst jetzt zu verwirklichen scheinen. Solche Entwicklungslinien nachzuverfolgen und dabei den Einfluss gesellschaftlicher und technischer Entwicklungen einzubeziehen, könnte die Aufgabe einer zukünftigen Jugend(kultur)forschung sein.

Eine andere wichtige Frage, mit der sich die Jugendforschung beschäftigt, ist die Frage nach der politischen Sozialisation und Beteiligung von Heranwachsenden. In dieser Debatte wird an die Verbreitung des Web 2.0 als Medium zur Kommunikation mit und über die Umwelt (vgl. Theunert 2006) bzw. als „interaktives Mitmachmedium“ (Sarcinelli 2012, S. 305) die Erwartung geknüpft, „dass durch die Onlinekommunikation die politische Diskussionskultur und Partizipation gefördert sowie das bürgerliche Engagement gestärkt wird“ (Wolling 2009, S. 448, vgl. auch Gaiser et al. 2013).

Dass solche Erwartungen nicht ganz unberechtigt sind, zeigen die Befunde verschiedener aktueller empirischer Studien: So können Wagner, Brüggem und Gebel in ihrer Studie „Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher“ (2009) mit Blick auf die Partizipation Heranwachsender anhand von Interviews zeigen, dass sich zwar fast alle Befragten im Netz positionieren und sich eine ganze Reihe Jugendlicher dort auch mit eigenen Beiträgen einbringt, dabei allerdings nur selten der Versuch unternommen wird, auch andere zu aktivieren (ebd., S. 75 ff.). Hensel et al. zeigen in einer qualitativen Studie mit Blick auf das Engagement, dass die Generation der „Digital Natives“ von der Aktivität im Internet, welche zunächst ihre wesentliche Form des politischen Engagements bildet, schrittweise auch den Weg zu konventionellen Formen des Engagements finden (vgl. Hensel et al. 2013). Für diejenigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die bereits freiwillig aktiv sind, verweist der Freiwilligensurvey darauf, dass 60% der 14- bis 19-Jährigen und 70% der 20- bis 24-Jährigen das Internet für ihr freiwilliges Engagement nutzen (vgl. Gensicke et al. 2010). Die Befürchtung, dass durch eine zunehmende Internetnutzung die Bereitschaft Jugendlicher zum traditionellen freiwilligen Engagement sinken könnte, kann nach Befunden der vom Forschungsverbund DJI/TU Dortmund durchgeführten Studie „Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0“, als unbegründet abgewiesen werden. Die Autoren der Studie resümieren: Die verstärkte Internetnutzung Jugendlicher [hat] keinen negativen Einfluss auf ihre Bereitschaft zum freiwilligen Engagement (vgl. Begemann et al. 2011). Und sie konstatieren zugleich, dass das Internet für die Partizipation junger Menschen an gesellschaftlichen Prozessen jetzt schon Möglichkeiten bietet, „wie sie in traditionellen Formen der Partizipation nur schwer umzusetzen waren“ (ebd., S. 141). Die in der Studie verfolgten Fragestellungen, ob und wie sich die Internet-Nutzung auf traditionelle Beteiligungs- und Engagementformen Heranwachsender auswirkt und ob durch die dialogischen Nutzungsmöglichkeiten des Web 2.0 neue Partizipations- und Engagementformen entstehen, werden damit zwar teilweise beantwortet, zugleich weisen die Studienergebnisse aber auch auf neue Formen internetgestützten Engagements hin und werfen damit neue Fragen nach der Nutzung sozialer Medien für die soziale und politische Partizipation Jugendlicher und junger Erwachsener auf.

Zudem stellt sich die Frage, ob und wie überhaupt zwischen sozialer und politischer Partizipation zu trennen ist. Hier sind Überschneidungen durchaus erkennbar. Dennoch wird im 14. Kinder- und Jugendbericht vorgeschlagen, diese beiden Beteiligungsformen voneinander zu unterscheiden, da ihnen unterschiedliche Motivlagen, Rahmenbedingungen und Zielsetzungen zu-

grunde liegen (vgl. BMFSFJ 2013, S.227). Die *soziale* Partizipation schließt alle Beteiligungsformen ein, „die in der Zivilgesellschaft lokalisiert sind und sich z.B. auf Aktivitäten im sportlichen und kulturellen Bereich, im Bereich der Wohlfahrtspflege, des Rettungswesens, des Umweltschutzes etc. beziehen und überwiegend in Vereinen, Verbänden, Initiativen und bürgerschaftlichen Netzwerken ausgeübt werden“ (vgl. van Deth 2004). Unter politischer Partizipation werden dabei im Anschluss an Kaase 2002 „jene Verhaltensweisen von Bürgern verstanden, die sie alleine oder mit anderen freiwillig zu dem Ziel unternehmen, Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen (ebd. 2002, S. 350, siehe auch Gaiser et al. 2013, S. 149). Die Bedeutung politischer Partizipation junger Menschen wurde aktuell im 14. Kinder- und Jugendbericht wie folgt hervorgehoben:

„Durch politische Partizipation nehmen junge Menschen Einfluss auf die Entwicklung des Gemeinwesens und erwerben darüber hinaus politische und soziale Kompetenzen, die eine grundlegende Voraussetzung für die vollständige Teilhabe an modernen Gesellschaften, nicht nur im politischen Bereich, darstellen. Fehlende Kompetenzen zur politischen Partizipation, eine gering ausgeprägte Motivation zur Partizipation sowie blockierte Zugänge zum politischen System sind daher als Ausdrucksformen sozialer Ungleichheit und als Hinweise auf eingeschränkte Teilhabechancen für junge Menschen insgesamt bzw. für bestimmte Gruppen junger Erwachsener zu verstehen“ (BMFSFJ 2013, S. 227).

Neben dem Votum für einen eingeschränkten Politikbegriff findet sich hier auch der Hinweis darauf, dass politische Partizipation junger Menschen nach wie vor ungleich verteilt ist. Laut 14. Kinder- und Jugendbericht gilt: „Je niedriger das Bildungsniveau, desto niedriger fallen auch die politischen Handlungsbereitschaften sowie das tatsächliche Partizipationsverhalten aus“ (BMFSFJ 2013, S. 227). Es finden sich bislang keine empirischen Hinweise dafür, dass diese Ungleichheit im Internet nicht vorhanden ist (vgl. BMFSFJ 2013, S. 235).

1.2 Zu diesem Band

In Anbetracht der oben beschriebenen Entwicklungen und Probleme liegt es nahe, dass sich auch die Engagementforschung verstärkt dem mediengestützten Engagement widmet. Freiwilliges Engagement ist ein bedeutsamer Faktor im Prozess des Aufwachsens und dessen medial indizierten Veränderungen und hat somit immer auch Auswirkungen auf den Sozialisationsprozess Jugendlicher. Spezieller Anlass des vorliegenden Bandes war das Anliegen des Forschungsverbunds DJI/TU Dortmund, der Rolle des Internets in der politischen Sozialisation junger Menschen und als Mittel der politischen Partizipation vertiefend nachzugehen. Als Forschungseinrichtung, in der die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Heranwachsen von Kindern und Jugendlichen in all seinen Facetten eine wichtige Rolle spielt, hat sich der Forschungsverbund mit dieser Veröffentlichung zum Ziel gesetzt, die Chancen und die Herausforderungen, die das Web 2.0 für diese Bereiche jugendlichen Aufwachsens bietet, weiter auszuloten.

Für diesen Zweck ist es zunächst notwendig, die bis dato in unterschiedlichen empirischen Studien umrissenen Fragestellungen weiter zu systematisieren bzw. weitere Fragekomplexe zu verdeutlichen. Dies soll auch und vor allem deshalb geschehen, weil sich aus den dort aufgeworfenen Problemen und offenen Fragen neue Perspektiven für die gesamte Engagement- und Jugendhilfeforschung ergeben können, die in den nächsten Jahren nicht vernachlässigt werden sollten. Da der Forschungsverbund DJI/TU Dortmund seine Tradition eher in der traditionellen Engagementforschung hat und sich bis zum Projekt *Jugendliche Aktivitäten im Wandel* mit den oben genannten Fragestellungen nicht oder nur am Rande beschäftigt hatte – wie übrigens die gesamte genuine Engagementforschung (vgl. Begemann et al. 2011) –, wurde zu diesem Zweck die Expertise drei externer Sozial- und Medienwissenschaftler(inne)n eingeholt. Ihre für den Forschungsverbund DJI/TU Dortmund erarbeiteten Beiträge¹ bilden den Kern dieser Veröffentlichung.

Mit der Auftragsvergabe wurden drei Ziele verfolgt: (1) Eine grundsätzliche Systematisierung von Begriffen und Forschungsansätzen sowie eine Darstellung von Forschungsperspektiven rund um das Thema netzgestütztes politisches Engagement / politische Sozialisation Jugendlicher, (2) Schaffung eines Überblicks über den aktuellen Forschungsstand (Stand: 2012) zum Thema, inklusive der wichtigen ausländischen Forschungsarbeiten und (3) eine praxisorientierte, explorative Annäherung an das Forschungsthema zur Gewinnung von Erkenntnissen bzgl. der Methodik und konkreter Inhalte für künftig zu entwickelnde empirische Studien zur politischen Partizipation junger Menschen im Web 2.0.

Der erste Beitrag dieses Bandes von *Jan-Hinrik Schmidt* leistet auf Basis der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion eine Aufarbeitung der Frage, inwiefern Heranwachsende und junge Erwachsene im Internet politisch aktiv sind. Der Autor rückt eine grundsätzliche Systematisierung der Bedeutung des Internets für die politische Partizipation und politische Sozialisation von Jugendlichen in den Fokus. Ausgehend von seinen analytischen Differenzierungen lassen sich Anknüpfungspunkte an bestehende wissenschaftliche und öffentliche Diskurse erkennen und zukünftige Forschungsfragen zur politischen Sozialisation und Partizipation im Internet identifizieren.

1 Die Beiträge werden in diesem Band aus Platzgründen zum Teil in leicht gekürzter Form abgedruckt.

Im zweiten Beitrag von *Ulrike Wagner, Peter Gerlicher* und *Annika Potz* bereiten diese die relevante deutschsprachige und englischsprachige Literatur der Jahre 2009 bis 2012 zu politischen Aktivitäten junger Menschen im Internet sekundäranalytisch auf. Neben einem allgemeinen Überblick und einer inhaltlichen Einordnung von 39 einschlägigen Forschungsarbeiten aus dem genannten Zeitraum erfolgt eine ausführliche Darstellung der aufbereiteten Studien in Form von Exzerpten.

Im dritte Beitrag von *Nadia Kutscher, Wiebke Ahrens, Rabea Franken, Klara Maria Niermann, Leonie Leggewie* und *Katharina Vahnebruck* verfolgen die Autorinnen die Frage, ob – und wenn ja wie – sich politische Beteiligungsaktivitäten von Jugendlichen im Internet vollziehen und was sich unter politischen Netzaktivitäten verstehen lässt. Auf der Grundlage von eigens für diese Expertise geführten Gruppendiskussionen und Interviews mit Jugendlichen aus unterschiedlichen Milieus identifizieren Kutscher et al. unterschiedliche Beteiligungsweisen und -praktiken – und zwar sowohl im Internet als auch offline. Die Ergebnisse dieser qualitativ-explorativen Untersuchung liefern wichtige Hinweise für die Operationalisierung von Items und die Entwicklung von Messinstrumenten für eine standardisierte Befragung. Der Beitrag schließt mit einer noch eher unsystematisierten Auflistung von Themenfeldern und Items, die als Material für spätere Forschungsunternehmen dienen können.

Abgeschlossen wird der Band durch einen Ausblick von *Erich Sass* auf die Perspektiven, die sich aus den Ausführungen der unterschiedlichen Autor(inn)en für eine zukünftige Forschung zum Internet als Ort politischer Sozialisation Jugendlicher ergeben.

Literatur

- Begemann, M.-C.; Bröring, M.; Sass, E. (2011): Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Dortmund.
- [BMFSFJ] Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) (2013): 14. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Berlin.
- Böhnisch, L. (2009): Jugend heute – Ein Essay. In: Theunert, H. (Hrsg.) (2009): Jugend, Identität, Medien. München: kopaed. S. 27-34.
- Ertelt, J.; Röhl, F. J. (2008): Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. München: kopaed.
- Gaiser, W.; Krüger, W.; de Rijke, J. (2013): Jugend und Politik. In: Rauschenbach, Th.; Borrmann, S.: Herausforderungen des Jugendalters. Weinheim [u.a]: Beltz Juventa.
- Gensicke, T.; Geiss, S. (2010): Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009. München: Bertelsmann Stiftung.
- Hensel, A.; Klecha, S.; Schmitz, C. (2013): „Vernetzt euch – das ist die einzige Waffe, die man hat“ – Internetprotokolle. In: Marg, S.; Geiges, L.; Butzlaff, F.; Walter, F. (Hrsg.) (2013): Die neue Macht der Bürger. Was motiviert die Protestbewegungen? Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag. S. 267-300.
- Höflich, J. R. (2003): Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde. Frankfurt am Main [u.a]: Peter Lang.
- Kaase, M. (2002): Politische Beteiligung. In: Greiffenhagen, M.; Greiffenhagen, S. (Hrsg.) (2002): Handwörterbuch zur politischen Kultur in der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 349-363.
- Lange, M.; Wehmeyer, K. (2014): Jugendarbeit im Takt einer beschleunigten Gesellschaft. Veränderte Bedingungen des Heranwachsens als Herausforderung. Weinheim und München: Beltz Juventa.
- Sarcinelli, U. (2012): Medien und Demokratie. In: Mörschel, T.; Krell, C. (Hrsg.) (2012): Demokratie in Deutschland. Zustand – Herausforderungen – Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS Verlag. S. 271-318.
- Schmidt, J.-H. (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.
- Schmidt, J.-H. (2012): Das demokratische Netz? In: APuZ 62 (7), S. 3–8.
- Theunert, H. (2006): Bilderwelten im Kopf. München: kopaed.
- Wagner, U.; Brüggem, N.; Gebel, C. (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellung von 14- bis 20-Jährigen. Erster Teil der Studie „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattformen für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), München.
- Wolling, J. (2009): Onlinenutzung und Einstellungen zur Politik. Ergebnisse einer repräsentativen Panelstudie. In: Marcinkowski, F.; Pfetsch, B. (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. PVS, Sonderheft 42, S. 447-467.

Jan-Hinrik Schmidt

2 Politische Sozialisation und Partizipation von Jugendlichen im Internet

2.1 Das Wichtigste in Kürze

- Digitale vernetzte Medien sind Teil des Alltags von Jugendlichen, beeinflussen mithin auch deren Erfahrungen von und Erwartungen an gesellschaftliche Teilhabe. Zwei Verständnisse von Partizipation lassen sich in diesem Zusammenhang unterscheiden: Das weite Verständnis stellt medienvermittelte Teilhabe an kollektiven Aspekten der Lebenswelt in den Vordergrund. Das enge Verständnis fokussiert hingegen auf Teilhabe am politischen System, also auf Handlungen, die politische Entscheidungen beeinflussen sollen.
- Der Zusammenhang mit Internet und Partizipation lässt sich in drei Varianten deuten: Teilhabe im Internet umfasst Partizipationsprozesse in den Kommunikationsräumen des Internets. Teilhabe mit Hilfe des Internets meint Partizipationsprozesse, in denen das Internet als Werkzeug genutzt wird. Teilhabe am Internet bezeichnet diejenigen Partizipationsprozesse, in denen die Gestaltung der Medientechnologien selbst Gegenstand ist.
- Internetbasierte Partizipation von Jugendlichen hat Sollen-, Tun- und Können-Facetten:
- Normative Aspekte äußern sich darin, dass Teilhabe ein zentraler demokratischer Wert unserer Gesellschaft ist. In ihrem (Medien-)Alltag erfahren Jugendliche Teilhabe zudem als Handlungsanforderung, die sich in subkultur- oder plattformspezifischen Erwartungen an ihr „Mitmachen“ im Internet artikuliert.
- Praktische Aspekte äußern sich darin, dass Partizipation in situativen Handlungsepisoden stattfindet, in denen unterschiedliche Modi bzw. unterschiedliche Aktivitätsgrade vorherrschen. Jugendliche und junge Erwachsene gehören im Vergleich mit anderen Altersgruppen zwar eher zu den aktiven Nutzern, doch auch unter ihnen gibt es deutliche Unterschiede im Grad der Aktivität und Teilhabe.
- Befähigungsbezogene Aspekte äußern sich darin, dass Partizipation bestimmte Kompetenzen, Wissensbestände, Ressourcen und Gelegenheitsstrukturen voraussetzt. Diese sind gesellschaftlich ungleich verteilt, sodass auch unter Jugendlichen Partizipation durch Strukturen sozialer Ungleichheit bzw. der „digital divide“ geprägt ist.
- Politische Sozialisation ist dieser Unterteilung zufolge der kontinuierliche und strukturell gerahmte Prozess, in dem Jugendliche Teilhabe an kollektiven Facetten der Lebenswelt praktizieren und zugleich die rahmenden normativen und befähigenden Strukturen (re)produzieren. Die Ausübung solcher Partizipationsepisoden lässt sich zudem als Bewältigung von übergeordneten Entwicklungsaufgaben verstehen, das heißt internetbasierte Partizipation ermöglicht Jugendlichen immer auch Selbst-, Sozial- und Sachausinandersetzung im Prozess des Heranwachsens.
- Die behandelten Befunde und Differenzierungen lassen sich zu einer analytischen Heuristik verdichten, die bei der Identifizierung möglicher Forschungsfragen und vertiefender Vorhaben hilfreich sein kann.

2.2 Einleitende Bemerkungen

Im Vordergrund dieses Beitrages steht die Bedeutung des Internets für politische Partizipation und politische Sozialisation von Jugendlichen. Aus Platz- und Zeitgründen können weder eine umfassende Literatursichtung noch eigene empirische Analysen erfolgen. Der Fokus liegt vielmehr auf einer grundsätzlichen Systematisierung des Phänomens, um ausgehend von analytischen Differenzierungen Anknüpfungspunkte an bestehende wissenschaftliche und öffentliche Diskurse erkennen und Spielräume für weitergehende Forschung identifizieren zu können. Dies ist nicht zuletzt deshalb von Bedeutung, weil – zumindest im deutschen Sprachraum – kaum Studien vorliegen, die onlinebasierte Partizipation von Jugendlichen thematisieren und ihre Spannung zwischen (rasanten) technologischen Veränderungen und sich (langsamer) wandelnden strukturellen Gegebenheiten und Anforderungen reflektieren (vgl. Wagner 2012).

Die Expertise ist wie folgt gegliedert: In einem ersten Schritt werden zwei Verständnisse von Partizipation unterschieden, die im Zusammenhang mit internetbasierter Teilhabe explizit oder implizit zum Einsatz kommen (Abschnitt 2). Daran schließt sich eine Differenzierung von drei Varianten der Partizipation an, die das Internet als Raum von Teilhabe, als Werkzeug für Teilhabe, sowie als Gegenstand von Teilhabe verstehen (Abschnitt 3). Darauf aufbauend wird in Abschnitt 4 vorgeschlagen, internetbasierte Partizipation von Jugendlichen als facettenreiches Phänomen zu betrachten, das normative, handlungspraktische und kompetenzbezogene Aspekte aufweist. Dieses Verständnis wird in Abschnitt 5 mit Überlegungen zur Sozialisation verbunden und erläutert, wie sich die (Re-)Produktion von Teilhabennormen und -kompetenzen in Teilhabepraktiken abspielt, die wiederum als Bestandteil der Bewältigung übergeordneter Entwicklungsaufgaben verstanden werden können. Die Expertise schließt mit Vorschlägen für weiterführende Forschungsfragen und Projekte ab.²

2 Für Unterstützung und Hinweise dankt der Verfasser Katharina Johnsen und Niklas Weith. Sofern nicht anders angegeben, waren alle Onlinequellen am 18.12.2012 erreichbar.

2.3 Internet und Partizipation

Fragt man nach dem Zusammenhang von Internet und Partizipation, wird die Antwort auch vom zugrundeliegenden Partizipationsverständnis abhängen. Im Rahmen dieser Expertise kann ein weites und ein enges Verständnis unterschieden werden, die – bei aller Überlapung – an unterschiedliche Disziplinen und Diskurse anknüpfen sowie eigene empirische Zugänge nahelegen.

Das weite Verständnis von Partizipation stellt alle Formen der Teilhabe an kollektiven Facetten der Lebenswelt in den Mittelpunkt. Demnach gehören über politisches Handeln hinaus auch Aktivitäten in Sportvereinen, Tierschutzgruppen oder anderen formalen oder informellen Vereinigungen zur gesellschaftlichen Partizipation – nicht zuletzt, weil in solchen sozialen Gruppen Lern- und Sozialisationsprozesse stattfinden, die unter Umständen Individuen überhaupt erst zu politischer Partizipation im engeren Sinne befähigen. Exemplarisch für dieses weite Verständnis von Partizipation stehen die Studien des JFF – Instituts in München (vgl. u.a. Wagner et al. 2011; Wagner 2011), die wiederum an Arbeiten aus der Mediensozialisationsforschung (z.B. Paus-Hasebrink/Bichler 2008) oder der Medienpädagogik (zu.B. Süss et al. 2010) anknüpfen.

Ein besonderer Fokus im Rahmen dieser Studien liegt auf dem „partizipativen Medienhandeln“, also den Praktiken (mitsamt rahmender Strukturen und Beschränkungen) der medienvermittelten Teilhabe (vgl. Wagner 2011, insbes. S. 163 ff.). Zentraler Bezugspunkt für Analysen wie auch für mögliche Interventionen ist der „Sozialraum“, also das Gefüge von physisch-geografischen Gegebenheiten, sozialen Beziehungen und geteilten kulturellen Mustern und Vorstellungen, in dem Menschen leben (vgl. Kessl/Reutlinger 2010). Weil dieses Konzept offen für physisch-räumlich gebundenes ebenso wie für ortsüberschreitendes Handeln ist, erlaubt es auch die Besonderheiten der medialen Kommunikation zu erfassen, die Raum (und Zeit) überbrücken kann und gerade im Internet eigene Formen der Vergemeinschaftung schaffen kann. Teilhabe an und über Medien kann aber auch Teilhabe an gesellschaftlicher Öffentlichkeit und damit wiederum – aber eben unter Umständen mittelbar – an politischen Diskursen und Entscheidungen bedeuten.

Das engere Verständnis von Partizipation fokussiert hingegen explizit auf Teilhabe am politischen System. Exemplarisch kann die Definition von Kaase (1991) dienen: „Unter Partizipation [...] werden i.d.R. alle Tätigkeiten verstanden, die Bürger freiwillig mit dem Ziel unternehmen, Entscheidungen auf den verschiedenen Ebenen des politischen Systems zu beeinflussen“ (ebd., S. 466). Durch eine Reihe analytischer Unterscheidungen – zwischen *direkter* und *indirekter* Partizipation; zwischen *verfasster* (also institutionell verbindlich verankerter) und *nicht verfasster* Partizipation; zwischen *legaler* und *nicht legaler* (z.B. gewaltsamer) Partizipation; sowie zwischen *legitimer* und *illegitimer* Partizipation – lassen sich einzelne Formen und Praktiken von Partizipation weiter klassifizieren und in ihrem Ablauf und ihren Folgen vergleichen. Das engere Verständnis von Partizipation ist in politikwissenschaftliche Debatten eingebettet, die den Wandel von politischer Teilhabe untersuchen. Bennett (2008) beschreibt ihn als Verschiebung vom Rollenkonzept des „dutiful citizen“ zum „actualizing citizen“, in deren Zuge sich auch die Teilhabe-Ansprüche und -Praktiken junger Menschen veränderten. Dies führe beispielsweise zu sinkenden Mitgliederzahlen in Parteien und Gewerkschaften, die in modernen Gesellschaften lange Zeit die dominierenden Organisationen der Willensbildung, Bündelung von politischen Interessen und „Transmission“ in die institutionalisierte Politik wa-

ren. Zugleich zeigen zahlreiche Studien aber auch, dass der Wunsch nach Teilhabe und dem „Sich-einbringen“ weiterhin existiert – aber sich eben auf anderen Wegen und in anderen Formen und Organisationen, zum Beispiel in neuen sozialen Bewegungen manifestiert (vgl. speziell zu Jugendlichen u.a. Shell Deutschland Holding 2010; Arnold et al. 2011; Bege- mann et al. 2011; Picot 2011). Auch innerhalb von politischen Organisationen wandeln sich die Modi der Teilhabe. So sind einerseits Prozesse der internen Demokratisierung zu beobachten, die zu einer „individualization of participation“ (Ward/Gibson 2009, S. 27) führen und dem einzelnen Mitglied mehr Mitspracherechte, beispielsweise bei der Auswahl von Kandidaten, einräumen. Andererseits behalten oder steigern gar organisatorische Eliten ihre machtvolle Position, auch weil z.B. die Anforderungen politischer Gestaltung in komplexen mediatisierten Gesellschaften hohen Professionalisierungsdruck ausüben. Mit der gesellschaftlichen Verbreitung des Internets hat sich auch die Wahrnehmung seines Einflusses auf politische Partizipation gewandelt. Frühe Diagnosen basierten auf dem bereits einleitend erwähnten Umstand, dass das Internet die technischen Barrieren für Kommunikation und Interaktion senkt. Daraus wurde relativ umstandslos geschlossen, dass politische Kommunikation und Partizipation zunehmen würde: „New media, and particularly computer-mediated communication, it is hoped, will undo the damage done to politics by the old media. Far from the telescreen dystopias, new media technology hails a rebirth of democratic life. It is envisaged that new public spheres will open up and that technologies will permit social actors to find or forge common political interests“ (Bryan et al. 1998, S. 5). Zwischenzeitlich haben aber zahlreiche empirische Analysen gezeigt, dass die Wechselwirkungen zwischen der Verbreitung des Internets und Facetten von politischer Kommunikation deutlich komplizierter sind.

Für Deutschland ist hier insbesondere die Langzeitstudie „Bürger Online“ zu erwähnen, die Effekte der steigenden Internetverbreitung auf politisches Informations- und Kommunikationsverhalten, politische Einstellungen und partizipative Aktivitäten untersucht (vgl. Emmer 2005; Emmer et al. 2011). Sie hat im Zeitraum von 2001 bis 2009 keine wesentliche Verschiebung in der politikbezogenen Nachrichtennutzung via Massenmedien bei der älteren Bevölkerung festgestellt, wohingegen Jugendliche, die mit dem Internet aufwachsen, sich den klassischen Medien nicht im gleichen Maße zuwenden, sondern ihre Informationsrepertoires direkt aus online verfügbaren Angeboten zusammenstellen.³ Für alle Altersgruppen ist das Internet aber eine wichtige und immer stärker genutzte Quelle für politische Informationen.

Die interpersonale politische Kommunikation hat der Studie zufolge im Untersuchungszeitraum moderat zugenommen, wobei unter-30-Jährige eher als ältere Personen online im Familien- und Arbeitsumfeld über politische Themen sprechen, während Ältere stärker als Jüngere das Internet zur Kontaktaufnahme mit Politiker(inne)n nutzen. Bei der politischen Partizipation lassen sich schließlich auf Aggregatebene so gut wie keine Effekte finden, also weder ein Rückgang noch eine Verstärkung des bürgerschaftlichen Engagements. Allerdings identifiziert die Studie eine Gruppe von Menschen, die „ihre politischen Kommunikationsaktivitäten weitgehend über das Internet ab[wickeln], während sie sich für klassische politische Aktivitäten, wie Zeitungslektüre, Organisationsmitgliedschaften oder auch Wahlbeteiligung, unterdurchschnittlich interessieren. Sie sind zwar überdurchschnittlich politisch interessiert, beschreiten aber in ihrem Engagement neue Wege“ (Emmer et al. 2011, S. 304). Diese als *bequeme Moderne* charakterisierte Gruppe macht etwa 16% der Bevölkerung aus, wovon etwa zwei Drittel jünger als 30 Jahre sind.

³ Zum Konzept der Informationsrepertoires und ihrer empirischen Ausprägungen vgl. auch Hasebrink/Schmidt (2012).

2.4 Varianten internetbezogener Teilhabe

Quer zu den beiden geschilderten Partizipationsverständnissen lässt sich internetbezogene Teilhabe von Jugendlichen danach unterscheiden, ob sie (a) innerhalb onlinebasierter Kommunikationsräume stattfindet, ob (b) das Internet als Instrument für die Teilhabe an „außerhalb“ des Netzes liegender Zusammenhänge genutzt wird, oder ob (c) das Internet selbst Gegenstand von Teilhabe und Mitsprache ist. Diese drei Varianten werden im Folgenden erläutert.

2.4.1 Teilhabe am Internet

Auf der technischen Grundlage des Internets sind buchstäblich unzählige Kommunikationsräume entstanden, in denen Menschen Informationen bereitstellen und abrufen, sich mit anderen Menschen austauschen, oder unterschiedliche Formen der Mensch-Maschine-Interaktion (vom E-Commerce über interaktive Spiele bis hin zu internetgestützten Abstimmungen) ausüben. Die erste Variante der Partizipation bezieht sich auf Teilhabe an diesen Kommunikationsräumen, die „im Internet“³ existieren: Wenn und indem Jugendliche die Konversationen in einem Forum verfolgen oder einen eigenen Weblog führen, Videos auf YouTube kommentieren oder auf Facebook ihr Profil aktualisieren, haben sie an den entsprechenden Kommunikationsräumen teil. Diese Variante korrespondiert mit dem oben geschilderten weiten Verständnis von Partizipation als Teilhabe an den kollektiven Facetten der Lebenswelt, weil nicht zwingend vorausgesetzt wird, dass sie sich auch mit politischen Themen im engeren Sinn befassen.

Es handelt sich aber nicht um „virtuelle“ Teilhabe in dem Sinn, dass die Beteiligung folgenlos bleibt. Die sozialen Interaktionen, die auf Grundlage digitaler vernetzter Medien gepflegt werden, sind unterschiedlich stark an „reale“ soziale Beziehungen zurückgebunden, also an solche Beziehungen, die auch außerhalb des Internets existieren (z.B. zu Schulkameraden, Nachbarn oder Mitgliedern des gleichen Sportvereins). Gerade die derzeit sehr populären Netzwerkplattformen wie Facebook dienen für die meisten Nutzer vorrangig dazu, bereits bestehende soziale Beziehungen zu pflegen oder den Kontakt zu Menschen zu suchen, die ähnliche Interessen teilen, also nicht vollkommen Fremde sind (vgl. speziell zu Jugendlichen und jungen Erwachsenen Schmidt et al. 2009; Schenk et al. 2012).

Teilhabe im Internet kann also verschiedene Aktivitätsgrade umfassen (vgl. auch Abschnitt 4.2 zur Praxis von Partizipation) und ist nicht zwingend an eigene aktiv-produzierende Beiträge gebunden. Auch das „Lurking“, also das passiv-rezipierende Verfolgen von Konversationen oder Abrufen von Inhalten, kann Wissen über die in einer Gruppe, Subkultur o.ä. geteilten Sinngehalte und Normen vermitteln und die Identifikation mit einer Gruppe fördern (vgl. Stegbauer/Rausch 2001). Teilhabe im Internet erlaubt Jugendlichen also, durch den Austausch mit anderen Personen Erfahrungen von Zugehörigkeit (oder von Exklusion, beispielsweise bei Meinungsverschiedenheiten oder anderen Konflikten) zu machen, die über das Internet hinauswirken.

2.4.2 Teilhabe mit Hilfe des Internets

Werden die Plattformen und Kanäle der digitalen vernetzten Medien genutzt, um politische Interessen zu artikulieren, kollektives Handeln zu koordinieren und gesellschaftliche Diskurse zu verfolgen und zu führen, soll von Teilhabe mit Hilfe des Internets gesprochen werden. Bei dieser Variante hat das Internet also eher die Rolle eines Werkzeugs inne, mit dessen Hilfe zivilgesellschaftliche Anliegen vertreten und politische Ziele erreicht werden sollen. In Anlehnung an Wagner et al. (2009) lassen sich drei Modi der Teilhabe mit Hilfe des Internets unterscheiden:

- **Sich positionieren:** Jugendliche können an kollektiv bedeutsamen Themen oder Anliegen teilhaben, indem sie Stellung beziehen und bestimmte politische Haltungen explizit machen, zum Beispiel durch die Mitgliedschaft in spezifischen Foren oder durch die Angabe der eigenen politischen Überzeugung im Profil einer Netzwerkplattform. Eine besondere Form der Positionierung ist das „Liken“ von Inhalten auf Facebook, das zum einen individuelle Präferenzen an das eigene soziale Netzwerk signalisiert, andererseits auch Aufmerksamkeit steuert, weil häufig „gelikede“ Inhalte in den Nachrichtenströmen anderer Nutzer auftauchen und so schneeballartige (oder: „virale“) Verbreitung erfahren können.
- **Sich einbringen:** Online-Plattformen können darüber hinaus als Werkzeug genutzt werden, um die eigene Meinung in politische Debatten und Entscheidungen einfließen zu lassen. Der Grad der Ausführlichkeit kann variieren und von einer kurzen, möglicherweise unreflektierten Stellungnahme in einem Kommentar über den wechselseitigen Austausch mit einem oder mehreren Diskutanten bis hin zum Formulieren eigener Positionen in einem Video-, Blog- oder Forumseintrag reichen. Gegenüber dem „Sich positionieren“, das ungerichtet abläuft, geht es bei diesen Formen immer auch um Bezugnahme auf andere, mithin um das Beitragen zu Konversationen und Diskursen.
- **Andere aktivieren:** Schließlich können die genannten Formen der politischen Partizipation darin münden, dass andere Nutzer gezielt angesprochen und zu eigenem Engagement bewegt werden. Diese Form ist über das „Sich einbringen“ hinaus also dadurch gekennzeichnet, dass kollektives Handeln angestoßen bzw. unterstützt werden soll. Das Weiterleiten eines Links zur Online-Petition fällt ebenso hierunter wie das Weitergeben von eigenen Erfahrungen und Wissen, zum Beispiel erworben durch das Sammeln von Vorlagen für Protestschreiben an Abgeordnete, Checklisten für die Organisation von Diskussionsveranstaltungen oder Materialien zu bestimmten Themen.

Welchen Einfluss Teilhabe mit Hilfe des Internets im Verhältnis zu anderen Wegen der Partizipation hat, ist umstritten – auch weil die genannten Formen unterschiedlich weitreichend und unterschiedlich sichtbar sind. Unstrittig ist, dass in den vergangenen Jahren zahlreiche politische Debatten (auch) dadurch beeinflusst wurden, dass im Sinne der „Teilhabe mit Hilfe des Internets“ politisches Handeln koordiniert und beworben wurde, das sich dann außerhalb des Internets äußerte: Der Widerstand gegen das Vorhaben, Internetsperren technisch möglich zu machen („Zugangerschwerungsgesetz“), artikulierte sich 2009 in einer sehr erfolgreichen Online-Petition genauso wie in zahlreichen Demonstrationen und sorgte schließlich für die Nicht-Anwendung bzw. Aufhebung des Gesetzes.⁴

⁴ Eine ausführliche inhaltliche und chronologische Übersicht bietet [http://de.wikipedia.org/wiki/ Zugangerschwerungsgesetz](http://de.wikipedia.org/wiki/Zugangerschwerungsgesetz) [Zugriff am 28.11.2012, 16.37 Uhr].

Die 2009/2010 von Österreich ausgehenden Studierendenproteste („Uni brennt“) wurden im Internet koordiniert und begleitet, artikulierten sich aber vor allem auch in Hörsaalbesetzungen und Demonstrationen.⁵ Auch in der Debatte um das Handelsabkommen „ACTA“, das Produktpiraterie und Urheberrechtsverletzungen zum Thema hatte, wurde Anfang 2012 über Blogs, Twitter und andere Onlinekanäle europaweit zu Demonstrationen mobilisiert, an denen allein in Deutschland mehr als 100.000 Personen teilnahmen.⁶ Nach weiteren umfangreichen zivilgesellschaftlichen Protesten beschloss das EU-Parlament im Sommer 2012, das Abkommen nicht zu ratifizieren.

Diesen Belegen für gelungene Mobilisierung und erfolgreiches Einbringen in politische Entscheidungsprozesse stehen Beobachtungen gegenüber, dass der Schritt von der „Teilhabe im Netz“ zur „Teilhabe mit Hilfe des Netzes“ nicht immer gelingt. Vielfach bleibt es bei Ansätzen oder Artikulationen von politischen Interessen innerhalb onlinebasierter Räume, die aber nicht an Debatten und Entscheidungen im politischen System angebunden sind. Unter dem Stichwort des „Slacktivism“ (vgl. Morozov 2009) wird beispielsweise kritisch diskutiert, dass sich für viele Nutzer politisches Engagement bereits im Klicken des „Like“-Buttons auf Facebook oder dem Weiterleiten eines Links zu einer Online-Petition erschöpfe, ohne dass es zu weiterführenden (und letztlich politisch folgenreichen) Formen von Teilhabe käme.

Weniger kritisch ist hingegen der Gedanke des „Subaktivismus“ konnotiert, wie ihn Bakardjieva (2009) beschreibt.⁷ Sie wendet den Umstand, dass in vielen onlinebasierten Kommunikationsräumen Menschen alltägliche Informations- und Interaktionsbedürfnisse pflegen, während politische Themen eher beiläufig oder zufällig zur Sprache kommen, ins Positive: Genau an der Schnittstelle vom Privat-Persönlichen und dem Politischen eröffne sich das Potenzial für eine weiterreichende Mobilisierung, zum Beispiel wenn eine Person einen „Anti-Atomkraft“-Slogan auf ihrem Facebook-Profilbild integriert („sich positionieren“) oder sich aufgrund einer Krankheit in der Familie mit gesundheitspolitischen Themen und Forderungen in einschlägigen Foren befasst („sich einbringen“). Bislang ist allerdings unklar, unter welchen Bedingungen aus solcher Teilhabe im Internet auch Teilhabe mit Hilfe des Internets werden kann.

5 Eine Übersicht liefern http://de.wikipedia.org/wiki/Studierendenproteste_in_%C3%96sterreich_2009/2010 [Zugriff am 5.9.2012, 22:05 Uhr] sowie http://de.wikipedia.org/wiki/Studentenproteste_in_Deutschland_2009 [Zugriff am 20.4.2012, 12:59 Uhr].

6 Die Anti-ACTA-Demonstrationen gelten auch deshalb als bedeutsam, weil sich an ihnen augenscheinlich viele Jugendliche und junge Erwachsene beteiligten, die nicht zur „ersten Generation“ der Netzaktivist(inn)en gehörten – vermutlich auch, weil nicht nur die netzpolitische und zivilgesellschaftliche (Gegen-)Öffentlichkeit zu den Demonstrationen aufrief, sondern auch eine Reihe von populären „YouTube-Stars“, die unter Jugendlichen eine hohe Reichweite haben (vgl. <https://netzpolitik.org/2012/youtube-stars-gegen-acta>). Markus Beckedahl, einer der Mitorganisatoren der Demonstrationen, drückte seine Verwunderung wie folgt aus: „Was mich unglaublich überrascht hat, war dass soviele junge Menschen auf die Straße gegangen sind. Ich kam mir teilweise wie einer der Ältesten vor, dabei bin ich selbst noch nicht alt. Viele waren sicher zum ersten Mal auf einer Demonstration. Der Grund dafür ist meist die Sorge um ein offenes Netz, um unseren gemeinsamen digitalen Kommunikationsraum, der durch immer mehr falsche Regulation gefährdet ist. Das treibt viele Menschen auf einmal an, die mit dem Netz aufgewachsen sind und sich jetzt zum ersten Mal politisch engagieren. Da sage noch jemand, die Jugend ist unpolitisch, wenn zehntausende Menschen bei der Kälte auf die Straße gehen (...)“ (vgl. <https://netzpolitik.org/2012/das-internet-geht-auf-die-strasse-zehntausende-demonstrieren-gegen-acta>).

7 Sie definiert *subactivism* als „a kind of politics that unfolds at the level of subjective experience and is submerged in the flow of everyday life. It is constituted by small-scale, often individual decisions and actions that have either a political or ethical frame of reference (or both) and are difficult to capture using the traditional tools with which political participation is measured“ (Bakardjieva 2009, S. 92).

2.4.3 Teilhabe am Internet

Die dritte Variante der Partizipation umfasst Formen der Einflussnahme auf die (Weiter-)Entwicklung der gesellschaftlichen Großtechnologie Internet – für viele eine ähnlich zentrale Infrastruktur für den Alltag wie Strom- oder Wasserversorgung – wie auch die Mitbestimmung über die Strukturen darauf aufsetzender Plattformen oder Dienste. Diese Teilhabe am Internet artikuliert sich wesentlich in der Netzpolitik, einem Politikfeld, das sich in den vergangenen Jahren auch in Deutschland konturiert und etabliert hat. Dafür stehen beispielsweise die Wahlerfolge (und damit einhergehende große mediale Aufmerksamkeit) für die Piratenpartei oder die Einrichtung der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“⁸ des Deutschen Bundestags. Politische Debatten um Datenschutz, Netzneutralität oder das Leistungsschutzrecht für Presseverleger drehen sich zwar auf den ersten Blick um spezifische Details der medien- oder technologiepolitischen Regulierung des Internets, berühren bei näherem Hinsehen aber wesentliche Fragen der Gestaltung von bürgerlichen Freiheiten oder des Mediensystems unter Bedingungen einer rasanten technischen Konvergenz von Medien- und Kommunikationstechnologien (vgl. Stöcker 2012).

Netzpolitische Gestaltung erfordert spezialisiertes Wissen und ist insofern ein Nischenthema. Zugleich ist es aber ein Politikfeld, in dem internetgestützte Beteiligungsformen und neue netzbasierte Öffentlichkeiten eine hervorgehobene Rolle spielen. Sowohl die Piratenpartei als auch die Enquete-Kommission bieten Verfahren der internetgestützten Beteiligung an, die niedrigschwellig und deliberationsfördernd sein sollen. Parteien, Politiker(innen) und Aktivist(inn)en nutzen zudem soziale Medien wie Blogs oder Twitter, um netzpolitische Debatten zu führen, sodass in diesem Feld der Übergang von netzbasierten (Gegen-)Öffentlichkeiten zu den etablierten Öffentlichkeiten der publizistischen Medien besonders fließend ist. Teilhabe mit Hilfe des Internets und Teilhabe am Internet können also ineinander übergehen, wie die Beispiele des Zugangerschwerungsgesetzes und des ACTA-Abkommens aus dem vorigen Abschnitt zeigen.

Teilhabe am Internet artikuliert sich aber auch „unterhalb“ der Netzpolitik. So verdeutlichen beispielsweise die Wikipedia- oder die Open-Source-Bewegung, wie selbstorganisierte soziale Formationen die (Weiter-)Entwicklung dieser netzbasierten Wissens- und Kommunikationsinfrastrukturen übernehmen können. Dort haben sich im Lauf der Jahre ausgefeilte Systeme der Koordination und Abwicklung von kollaborativem Arbeiten, der Qualitätssicherung und der Konfliktbeilegung etabliert, die die kontinuierliche Bearbeitung und Weiterführung der Projekte durch möglichst viele Nutzer sicherstellen. Auch das Forcieren von „freien Lizenzen“⁹, die das freie Nutzen, Kopieren und Modifizieren der jeweiligen Inhalte ausdrücklich erlauben, trägt zur Offenheit dieser Projekte bei.

Allerdings zeigt sich auch in diesen Fällen eine Spannung zwischen dem Partizipations- oder gar Demokratisierungsversprechen des „jeder kann mitmachen“ einerseits und den Partizipationshürden andererseits, die beispielsweise notwendiges technisches Wissen oder auch soziale Schließungsprozesse darstellen. So existieren in der Regel in solchen Projekten bestimmte formalisierte Rollen, die mit unterschiedlichen Kompetenzen verbunden sind, was unter anderem das Sichten und Bestätigen von Änderungen oder das Löschen nicht relevanter Artikel

8 Vgl. <http://www.bundestag.de/internetenquete>.

9 Dieser Oberbegriff bündelt eine Reihe von urheberrechtlichen Modellen wie die „Creative Commons“- oder die „GNU-FDL“-Lizenzen, die Alternativen zum gängigen Urheberrecht bzw. Copyright schaffen (vgl. Grassmuck 2004).

oder Programmbestandteile angeht (vgl. Roessing 2010; Powell 2012). Mit längerer Laufzeit eines Projekts steigt die Chance, dass diese machtvollen Positionen besetzt sind und es für neue Nutzer schwierig wird, ins Zentrum des Netzwerks von Aktiven vorzudringen.

Nichtsdestotrotz beruhen diese Projekte auf Ideen und Mechanismen der Selbstbestimmung, was sie „partizipativer“ macht als viele der populären webbasierten Plattformen. Dort ist die Beteiligung der Nutzer meist integraler Bestandteil von Geschäftsmodellen, weil erst die „Konsumentenpartizipation“ (Pfadenhauer/Grenz 2012, S. 19) eine kritische Masse von Aktivitäten erzeugt, die wiederum weitere Nutzer auf eine Plattform lockt oder an sie bindet. Die Betreiber sperren sich allerdings dagegen, ihren Nutzern Mitspracherechte oder gar Selbstbestimmung einzuräumen (für die jüngsten Entwicklungen der „Pseudopartizipation“ bei Facebook vgl. Biermann 2012). Dieses Fehlen von Teilhabemöglichkeiten, gekoppelt mit den umfassenden sowie intransparenten Aufzeichnungen von Aktivitäten und Daten ihrer Nutzer, macht Plattformen wie Facebook aus demokratischer Sicht durchaus problematisch (vgl. Schmidt 2012).

2.5 Facetten internetbezogener Partizipation

Wie kann man die im vorigen Abschnitt differenzierten Varianten von Partizipation nun speziell mit Blick auf Sozialisationsprozesse von Jugendlichen näher fassen und der empirischen Analyse zugänglich machen? Der folgende Abschnitt schlägt dazu drei Facetten der internetbezogenen Teilhabe vor, die das konkret-situative Handeln von Jugendlichen mit überindividuellen Strukturen in Verbindung bringen. Partizipation hat demnach Facetten des *Sollens* (normative Aspekte; vgl. Abschnitt 4.1), des *Tuns* (handlungspraktische Aspekte; vgl. Abschnitt 4.2) und des *Könnens* (befähigungsbezogene Aspekte; vgl. Abschnitt 4.3).

2.5.1 Partizipation als Norm

Die erste Facette von Partizipation betrifft ihren normativen Gehalt, der sich in gesellschaftlich geteilten Erwartungen an das eigene Handeln ausdrückt. Teilhabe ist ein zentraler Wert in demokratischen Gesellschaften und aus demokratietheoretischer Sicht ein wesentlicher Baustein für die Legitimation und Steuerung von Politik – einerseits durch direkte Teilhabe von Bürger(inne)n an politischen Entscheidungen, andererseits indirekt durch die Teilhabe an gesellschaftlicher Öffentlichkeit, in der politische Ziele und Wege zu ihrer Erreichung dargestellt und debattiert werden (vgl. Sarcinelli 2011). Dieser Anspruch wird in allgemeinen politischen Leitbildern – zum Beispiel in dem Slogan „Aus Betroffenen Beteiligte machen“ (vgl. Eumann 2012) – genauso reproduziert wie in zahlreichen Initiativen, Verbänden und Projekten staatlicher oder zivilgesellschaftlicher Akteure. Sie reichen von lokalen Initiativen wie „Mein Block digital“, einem Beteiligungsprojekt¹⁰ in Schwerin, bis hin zu transnationalen Aktivitäten unter dem Dach der UN, die im Internationalen Jahr der Jugend 2010/2011 das Ziel ausgab: „Mobilize and engage – Increase youth participation and partnerships“.¹¹

Der allgemeine gesellschaftliche Wert, der Partizipation zugeschrieben wird, konkretisiert sich für Jugendliche in den Kommunikationsräumen des Internets. Sie gewinnen als „Mitmachnetz“ (vgl. Fisch/Gscheidle 2008) erst durch aktive Teilhabe der Nutzer ihren Wert, was sich auch in den „Claims“ und Motti der populären Social-Web-Angebote äußert, die das (Mit-)Teilen und Beteiligen explizit benennen: SchülerVZ proklamiert „Sei dabei, tausch Dich aus, bleib in Kontakt“,¹² die Fotoplattform Flickr fordert „Upload, Discover, Share“,¹³ und die Online-Enzyklopädie Wikipedia stellt sich Besuchern als Projekt dar, „zu dem du mit deinem Wissen beitragen kannst“.¹⁴ All diese Plattformen (und unzählige weitere) reproduzieren dadurch das Leitbild einer „participatory culture“ (vgl. Jenkins 2009), die den individuell-kreativen Ausdruck, das kollaborative Bearbeiten und Lösen von Problemen sowie das Teilen von Wissen mit Hilfe digitaler

10 Die Kurzbeschreibung formuliert Ziel und Anspruch der internetgestützten Teilhabe: „Mein Block: meine Stadt. Wie soll Schwerin in Zukunft aussehen, welche Orte sind für Jugendliche interessant? Neue Medien werden Plattform und Instrument sein, um die Vorstellungen von Jugendlichen zu Sprache zu bringen“ (<http://www.shape-the-future.de/projektregionen/schwerin-rostock>).

11 <http://social.un.org/youthyear/docs/background.pdf>.

12 <http://www.schuelervz.net>.

13 <http://www.flickr.com>.

14 <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite>.

vernetzter Medien fördert und fordert.¹⁵

Teilhabe kann von Jugendlichen aber auch unmittelbar als Anforderung empfunden werden, wobei je nach Modus der Nutzung – folgend können „friendship-driven participation“ und „interest-driven participation“ unterschieden werden – verschiedene Gehalte aktiv sind (vgl. Ito 2010). Die „friendship-driven participation“, die sich typischerweise entlang bereits existierender sozialer Beziehungen organisiert und den alltäglichen Austausch im Sinne eines „gemeinsamen Abhängens“ onlinebasiert unterstützt, beinhaltet Erwartungen und Normen, auf bestimmten Plattformen aktiv zu sein und an den dort ablaufenden Konversationen und Inhalten im Sinne der „Teilhabe im Netz“ zu partizipieren. Die Pflege des Facebook-Profiles oder das Veröffentlichen von Fotos der Wochenendparty sind aus dieser Perspektive beispielsweise Voraussetzung für Inklusion in das eigene (erweiterte) Netzwerk. Zwar variiert, wie ausgeprägt diese Erwartungen artikuliert werden, doch qualitative Studien zeigen, dass sie von Jugendliche durchaus als Verpflichtung oder sogar Gruppenzwang empfunden werden können (vgl. Reinmann/Schnurr 2012, S. 114 ff.).

Die „interest-driven participation“ hingegen kristallisiert sich um geteilte Hobbies und Interessen, zum Beispiel im Bereich des künstlerischen Ausdrucks, der Programmierung und des „Hacking“ (s. auch Abschnitt 5) oder der Rollenspielkultur. Das Internet eröffnet in dieser Hinsicht zahlreiche Möglichkeiten, soziale Beziehungen über das lokale Umfeld aus Schule oder Nachbarschaft hinaus zu erweitern, mit anderen Fans oder Enthusiasten in Kontakt zu treten und eigene Werke und Leistungen mit ihnen zu teilen. Jugendliche, die sich an entsprechenden Gemeinschaften orientieren, werden aktive Teilhabe als Norm erleben, weil sie nur so Zugehörigkeit demonstrieren und die eigenen Fertigkeiten weiter entwickeln können. Da solche Subkulturen oder Szenen zugleich immer in komplexe Distinktionsmuster unter Jugendlichen wie in der Gesellschaft insgesamt eingebettet sind, können Jugendliche über die internetbasierte Teilhabe in solchen Szenen auch Status und Reputation für die eigenen Fähigkeiten (als Musiker, Gamer, Programmierer etc.) aufbauen.

2.5.2 Partizipation als Praxis

Partizipation äußert sich immer erst in konkreten Handlungsweisen, bei denen man sich bestimmter digitaler vernetzter Medien bedient, um Kommunikationsziele zu erreichen. Die zweite Facette von Partizipation fokussiert daher auf die von Jugendlichen ausgeübte Praxis, die sich wiederum in unterschiedliche Modi, Handlungstypen o.ä. unterteilen lässt. Oft sind diese Differenzierungen als Stufenmodelle konzipiert, deren Ausprägungen aufeinander aufbauen, einander enthalten oder unterschiedlich weit verbreitet sind (vgl. Karsten 2011). Exemplarisch für eine Einteilung, die vom weiten Partizipationsverständnis ausgeht, kann die Systematisierung von Wagner (2011) stehen, die – unter Rückgriff auf Modelle aus der praktischen Jugendarbeit – zunächst zwischen Beteiligung, Selbstbestimmung sowie Fehlformen von Partizipation unterscheidet (vgl. Tabelle 2.1) Im Bereich der Beteiligung werden anschließend drei Unterformen differenziert: *Teilhabe* umfasst diesem Verständnis nach das „Dabei Sein“ in Kommunikationsräumen, während *Mitwirkung* Praktiken des aktiven Einbringens durch Beiträge, Fotos, Videos o.ä. beschreibt. Von *Mitbestimmung* wäre bei denjenigen

15 Zur „participatory culture“ gehört allerdings immer auch die Spannung zwischen der unkommerziellen, liebhaberischen Beschäftigung und der kommerziellen Einhegung und Verwertung ihrer Produkte.

Handlungsweisen zu sprechen, die auf die Formulierung oder Durchsetzung von geteilten Regeln und Erwartungen zielen, sich also z.B. in Diskussionen über die zukünftige Gestaltung einer Webseite oder im Melden von als anstößig empfundenen Kommentaren äußern.

Die genannten Formen setzen implizit voraus, dass das Partizipationshandeln innerhalb von extern vorgegebenen Strukturen bzw. Kommunikationsräumen stattfindet, also zum Beispiel auf einer bestimmten Netzwerkplattform oder innerhalb eines Forums. Das Internet bietet aber auch Möglichkeiten der Selbstbestimmung und Selbstverwaltung, zum Beispiel indem eigenständig Foren- oder Blog-Software installiert und konfiguriert wird, sodass Kommunikationsräume nach den eigenen Wünschen und Bedürfnissen gestaltet werden. Umgekehrt weist Wagner (2011) aber auch auf Fehlformen von Partizipation hin, in denen zwar der Anschein von Beteiligung erweckt wird, diese Handlungen aber keine Konsequenzen zeigen oder eingebettet sind in umfassendere Strukturen der Ziel- und Regelsetzung, die sich der Mitwirkung entziehen. Vorgefertigte Online-Umfragen auf einer Webseite, deren Ergebnisse keine Resonanz finden, wären Beispiele für solche Formen von Alibi-Teilnahme bzw. von Teilhabe als Dekoration. Fremdbestimmung hingegen beschreibt die Unterwerfung unter vorgegebene Zwänge und Abläufe ohne eigene Einflussmöglichkeiten, mithin das negative Extrem von Beteiligung.

Tabelle 2.1: (Fehl-)Formen von Partizipation

Fehlformen	Beteiligung	Selbstbestimmung
Fremdbestimmung	Teilhabe	Selbstbestimmung
Dekoration	Mitwirkung	Selbstverwaltung
Alibi-Teilnahme	Mitbestimmung	

Quelle: Wagner 2011, S. 164.

In der Regel wird sich keine klare und eindeutige Zuordnung von Partizipationsformen und einzelnen Internetangeboten bzw. Gattungen oder Diensten herstellen lassen. So wird es innerhalb eines grundsätzlichen selbstbestimmten Angebots, wie Wikipedia, bei der jeder Nutzer mitschreiben und sich in qualitätssichernden Diskussionen einbringen kann, auch Situationen oder Bereiche geben, die gerade Jugendliche als fremdbestimmt wahrnehmen. Möglicherweise speist sich deren Erfahrung mit der Modifizierbarkeit der Wikipedia-Texte aus solchen Situationen, wo sie Artikel „zum Spaß“ editieren, um die Funktion auszuprobieren oder um anderen einen Streich zu spielen. Solche Beiträge seitens der Jugendlichen bleiben jedoch nicht nachhaltig, vielmehr werden sie im Rahmen der Qualitätssicherung als Akt des *Schülervandalismus* von den Administratoren in der Regel sehr schnell wieder entfernt (vgl. Stegbauer 2008). Jugendliche kann dies wiederum in der Sicht bestärken, dass Wikipedia eben nicht offen für jeden ist, zumindest nicht für sie.

Facebook hingegen, um ein zweites Beispiel zu nennen, ist zwar letztlich ein fremdbestimmter Raum, dessen Nutzer sich zahlreichen Vorgaben (sowohl technischer Natur als auch in ABGs niedergelegt) unterwerfen müssen. Dennoch können Jugendliche die Räume innerhalb der Plattform als Ort von Teilhabe erleben, dessen Inhalte, Abläufe und Normen sie augenscheinlich selbst bestimmen, weil Eltern oder Lehrer dort nicht präsent sind. Damit verbunden ist der Umstand, dass für Jugendliche möglicherweise auch erst ein für andere geschlossener Raum, zum Beispiel eine interne Diskussionsgruppe oder ein passwortgeschützter Fo-

rumsbereich, den notwendigen Schutz gewährt, innerhalb dessen Selbstbestimmung oder Selbstverwaltung praktiziert werden kann (vgl. Wagner 2011, S. 166). Aspekte der technischen Gestaltung von Plattformen und Angeboten stellen somit eine wichtige Bedingung für partizipatives Handeln dar, weil die zugrunde liegende Software bestimmte Praktiken erst ermöglicht oder ausschließt.

Bezogen auf das enge Partizipationsverständnis liegen ebenfalls eine Reihe von Unterteilungen vor (vgl. Emmer 2005, S. 60), z.B. die Modi politischer Partizipation nach Nie und Verba (1975) (Wählen; Wahlkampf-Aktivitäten; Kommunales Engagement; Einzelkontakte zu Politiker(inne)n) oder die Formen nach Uehlinger (1988) (Handeln in Staatsbürgerrolle; problem-spezifische Partizipation; parteiorientierte Partizipation; ziviler Ungehorsam; politische Gewalt). Diese Unterteilungen sind an oft jahrzehntelange empirische Forschung der Politikwissenschaft anschlussfähig, lassen sich aber nicht alle gleichermaßen gut auf internetbasierte Partizipation übertragen. Während es zu manchen Offline-Aktivitäten ein problemlos zuzuordnendes Online-Äquivalent gibt – der Brief an eine(n) Politiker(in) kann auch per Mail verschickt werden; eine Petition kann in der Fußgängerzone oder online unterzeichnet werden – sind andere Praktiken stark an den jeweiligen Medien- bzw. Handlungskontext gebunden und nicht ohne Weiteres übertragbar: Ist das Gründen und Administrieren einer Facebook-Gruppe mit dem Koordinieren eines Vereins oder einer Bürgerbewegung vergleichbar? Ist das Hacken der Webseite einer rechtsextremen Gruppierung eine Form des zivilen Ungehorsams?

In der einleitend bereits erwähnten Langzeitstudie „Bürger Online“ wurden drei Blöcke von Partizipationskommunikation – organisationsbezogene Aktivitäten, Protestaktivitäten sowie aktive Kommunikation auf eigenen Webseiten oder Social-Media-Plattformen – jeweils durch eine Reihe von Items erfasst, wobei zum Teil explizit zwischen Online- und Offline-Variante (z.B. beim Spenden für politische Organisationen via Webseite oder via Banküberweisung) unterschieden wurde (vgl. Emmer et al. 2011, S. 58 ff.). Die Gruppe der 16- bis 29-Jährigen hat den Ergebnissen der Studie zufolge beispielsweise etwas häufiger als ältere Bevölkerungsgruppen Online-Leserbriefe geschrieben und auf Netzwerkplattformen politisch kommuniziert – aber auch unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind die solcherart Aktiven nicht in der Mehrheit, sondern machen weniger als 30% aus (vgl. Emmer et al. 2011, S. 161 ff.).

Dieser letzte Befund wiederum weist auf eine wichtige Diskrepanz zwischen aktiv-produzierenden und passiv-rezipierenden Nutzern hin, die sich auch in anderen Studien wiederfindet.¹⁶ So berichten Niemann/Schenk (2012) über Befunde einer Befragung von etwa 3.000 deutschen Internetnutzern, bei der zunächst für sechs gängige Social-Web-Gattungen der Anteil der rezipierenden, der partizipierenden und der produzierenden Nutzer¹⁷ ermittelt wurde. Hier zeigt sich, dass die Hürden für aktives Partizipieren je nach Plattform bzw. Internetgattung unterschiedlich hoch liegen: Bei Wikis und Videoplattformen sind die rein rezipierenden Nutzer deutlich in der Mehrheit, während bei Foren, Bilderplattformen und Blogs jeweils um die 40% der Nutzer produzierend agieren (also eigene Beiträge oder Fotos veröffentli-

16 In diesem Zusammenhang wird oft die „90-9-1“-Faustregel herangezogen: „90% of users are lurkers who never contribute, 9% of all users contribute a little, and 1% of users account for almost all the action“ (vgl. Nielsen 2006). Allerdings handelt es sich eben nur um eine Faustregel, die sich in tatsächlichen empirischen Erhebungen zwar annähernd, aber nicht exakt reproduzieren lässt.

17 Die drei Nutzungsmodi wurden für die einzelnen Anwendungen jeweils spezifiziert; für Videoplattformen bspw. ist das Ansehen von Videos rezipierende, das Kommentieren von Videos partizipierende, und das Hochladen von Videos produzierende Nutzung (vgl. Niemann/Schenk 2012, S. 135/136). Eine umfassende Einordnung der Modi in ein allgemeines sozialpsychologisches Modell nimmt Jers (2012) vor.

chen) und Netzwerkplattformen insgesamt sogar fast 90% der Befragten partizipierend oder produzierend nutzen (ähnlich auch die Befunde in Schmidt et al. 2009 oder MPFS 2012).

Darauf aufbauend rekonstruiert die Studie durch Kombination der Aktivitätsgrade weiterführende Nutzertypen (vgl. Tabelle 2.2). Mehr als die Hälfte aller Befragten kann demnach zu den produzierenden oder sogar vielseitig produzierenden Nutzern gezählt werden. Unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen liegt der Anteil sogar signifikant höher: Mehr als die Hälfte der 13- bis 24-Jährigen in der Untersuchung nutzen zumindest ein oder zwei der abgefragten Gattungen produzierend und weitere 29% sogar drei und mehr Gattungen. Andererseits verbleibt etwa jeder Zehnte in dieser Altersgruppe als partizipierender aber nicht produzierender Nutzer und weniger als 10% sind rein konsumierende Nutzer der genannten Social-Web-Anwendungen.

Tabelle 2.2: Aktivitätstypen nach Altersgruppen (in %)

Typ	Beschreibung	Gesamt	13-24 Jahre (n=624)	25-34 Jahre (n=565)	35 Jahre+ (n=1841)
Nichtnutzer	Nutzt keine der sechs Gattungen	10	1	6	14
Konsumierende Nutzer	Nutzt eine oder mehr der sechs Gattungen, aber alle rezipierend	19	7	12	25
Partizipierende Nutzer	Nutzt eine oder mehr der sechs Gattungen partizipierend	17	9	17	21
Produzierende Nutzer	Nutzt eine oder zwei der sechs Gattungen produzierend	35	54	41	27
Vielseitig produz. Nutzer	Nutzt drei oder mehr der sechs Gattungen produzierend	19	29	24	13

Quelle: adaptiert nach Niemann/Schenk (2012), S.137f.

Diese Befunde verdeutlichen den bereits angesprochenen Umstand, dass die Potenziale des Internet als Werkzeug für Partizipation nicht automatisch und von allen Nutzergruppen gleichermaßen in der Praxis realisiert werden. Politisch Interessierte können das Internet als Partizipationsressource nutzen, doch es behebt nicht per se Politikverdrossenheit oder gar politische Apathie. Dadurch droht die Gefahr, dass die „participatory divide“ zwischen den Beteiligungsstarken und den Abgehängten noch größer wird. Ward/Gibson (2009) resümieren dementsprechend in ihrer Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand, dass das Internet zu einem „deepening of activism among the already engaged, but only a marginal mobilization role in relation to new audiences“ (ebd., S. 25) beitrage. Augenscheinlich begünstigen bestimmte individuelle oder strukturelle Bedingungen Partizipation, auf die im folgenden Abschnitt eingegangen wird.

2.5.3 Partizipation als Befähigung

Die dritte Facette von internetbasierter Partizipation fokussiert auf die notwendigen Voraussetzungen, die Jugendliche erst befähigen, im, mit dem oder am Internet partizipieren zu können. Dazu gehören zum ersten Partizipations- und Medienkompetenzen, die sich jeweils weiter differenzieren lassen. Partizipationskompetenzen umfassen grundlegende staatsbürgerliche Kenntnisse und Kompetenzen, die sich beispielsweise in *politische Urteilsfähigkeit* (die Kompetenz, politische Ereignisse, Probleme und Fragen analysieren, reflektieren und beurteilen zu können) sowie *politische Handlungsfähigkeit* (die Kompetenz, die eigenen Überzeugungen und Meinungen ausdrücken, gegenüber anderen vertreten und in Auseinandersetzung mit anderen Positionen gewichten zu können) unterteilen lassen (vgl. Weißeno 2005). Hinzu kommen *methodische Fähigkeiten*, die all diejenigen Kompetenzen umfassen, sich eigenständig zu gesellschaftlichen Fragen informieren, entsprechende Themen bearbeiten und das eigene Lernen organisieren zu können. Krammer (2008) fügt der Urteils-, Handlungs- und Methodenkompetenz noch die Sachkompetenz hinzu, mit der er (über reines Faktenwissen hinaus) die Fertigkeit bezeichnet, „politische Begriffe, Kategorien und Konzepte zu verstehen und über sie zu verfügen“ (ebd., S. 6).

In dem Maße, wie das Erlernen und Ausüben dieser Fähigkeiten medienvermittelte Kommunikation einschließt, treten noch spezifische Medienkompetenzen an die Seite der politischen Kompetenzen. Auch zu diesem Konstrukt gibt es zahlreiche Differenzierungsvorschläge (vgl. Gapski 2006), von denen drei exemplarisch in Tabelle 2.3 aufgeführt sind. Baacke (1998) nennt beispielsweise vier übergeordnete Dimensionen der Medienkunde, der Medienkritik, der Mediennutzung und der Mediengestaltung, während Tulodziecki (1998) fünf Medienkompetenzen als Aufgaben für die medienpädagogische Praxis herleitet, darunter die sinnvolle Auswahl von Medien oder das Erkennen und Verarbeiten von Medieneinflüssen. Das Modell von Jenkins (2009) mit insgesamt 11 „New Media Literacies“ hingegen ist stark auf die Anforderungen und Praktiken der konvergierenden Medienwelt ausgerichtet und knüpft an seine Arbeiten zur „Convergence Culture“ (vgl. Jenkins 2006) an. Er zählt Fertigkeiten wie „Judgement“ (die Evaluation der Richtigkeit und Glaubwürdigkeit von Informationen), „Simulation“ (die Fähigkeit, computerbasierte dynamische Modelle von realweltlichen Prozessen interpretieren und konstruieren zu können) oder „transmedia navigation“ (die Fähigkeit, dem Strom von Themen oder Informationen auch über unterschiedliche Quellen hinweg folgen zu können) zu den Schlüsselkompetenzen der konvergierenden, auf digitalen Medien beruhenden Informationswelt der Gegenwart.

Tabelle 2.3: Elemente ausgewählter Medienkompetenzdefinitionen

Baacke (1998)	Tulodziecki (1998)	Jenkins et al. (2006)
Medienkunde	Medienangebote sinnvoll auswählen und nutzen	Play
Medienkritik	Eigene Medienbeiträge gestalten und verbreiten	Performance
Mediennutzung	Mediengestaltungen verstehen und bewerten	Simulation
Mediengestaltung	Medieneinflüsse erkennen und aufarbeiten	Appropriation
	Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung analysierend erfassen	Multitasking
		Distributed Cognition
		Collective Intelligence
		Judgement
		Transmedia Navigation
		Networking
		Negotiation

Damit Partizipation als Praxis tatsächlich realisiert werden kann, sind zum zweiten bestimmte Wissensbestände notwendig, denn erst eine Kombination von explizierbarem Aussagenwissen („knowing that“) und implizitem Handlungs- oder Routinewissen („knowing how“) befähigt Menschen zum praktischen Handeln. Das Aussagenwissen umfasst im Zusammenhang mit internetbezogener Partizipation Wissen über politische Akteure, Strukturen und Zusammenhänge. Das Handlungs- oder Routinewissen lässt sich in Anlehnung an Höflich (2003) weiter unterscheiden, je nachdem ob es sich auf die Auswahl oder den Gebrauch der digitalen Medien bezieht. Ersteres wird durch *Adäquanzwissen* gedeckt und bezieht sich auf die Frage, welche Kommunikationsräume für die Erfüllung bestimmter Kommunikations- oder Partizipationsziele überhaupt adäquat sind. Erreiche ich mit Meinungsäußerungen zu einem lokalpolitischen Thema in einem Hobby-Forum die Entscheidungsträger oder ist dazu eine E-Mail an den Gemeinderat notwendig? Ist eine Facebook-Gruppe das geeignete Mittel, um eine Petition gegen eine geplante Umgehungsstraße zu starten oder sollte eine eigenständige Kampagnenplattform, wie Avaaz.org oder gar der offizielle Petitionsserver des Bundestags, genutzt werden? Das *prozedurale Wissen* hingegen bezieht sich auf den „korrekten“ Gebrauch einer Anwendung: Welche impliziten wie expliziten Normen regulieren die Diskussion zu politischen

Themen im Diskussionsforum einer Onlinenachrichtenseite, auf der Facebookgruppe eines/r Politikers/in oder im internen Forum von Aktivist(inn)en? Welche Konfigurationen an den technischen Settings einer Blog-Software sind vorzunehmen, damit bestimmte Bereiche passwortgeschützt sind oder Kommentare von Nutzern zunächst geprüft werden müssen, bevor sie veröffentlicht werden?

Neben Kompetenzen und Wissen setzt Partizipation zum dritten immer auch Ressourcen und Gelegenheitsstrukturen voraus, die den Einzelnen in die Lage versetzen, Teilhabe ausüben zu können. Diese Einsicht drückt sich zum Beispiel im „Ressourcen-Modell politischer Partizipation“ (vgl. Brady et al. 1995; Verba et al. 1995) aus, das in der politikwissenschaftlichen Forschung verbreitet ist und politisches Handeln durch verschiedene Variablen erklärt. Neben Wissen und Fertigkeiten spielen auch Ressourcen und Gelegenheitsstrukturen wie Einkommen, Bildung, verfügbare Zeit oder das verfügbare Sozialkapital eine wesentliche Rolle: Hoher Bildungsgrad und verfügbares Einkommen beeinflussen demnach das politische Interesse und die politische Wirksamkeitsüberzeugung genauso positiv (bzw. bei niedriger Bildung und Einkommen negativ) wie die Mitgliedschaft in politischen Organisationen und Vereinen. Weil diese Prädiktoren für Partizipation unterschiedlich verteilt sind, besteht eine enge Verbindung zwischen der politikwissenschaftlichen Partizipationsforschung und der Forschung zu sozialer Ungleichheit (vgl. Bödeker 2012).

Im Bereich der digitalen Medien hingegen werden entsprechende Debatten meist unter dem Stichwort „Digitale Spaltung“ geführt (vgl. Norris 2001). Nachdem in der Frühphase der gesellschaftlichen Verbreitung des Internets noch die ungleich verteilten Zugangsmöglichkeiten im Vordergrund standen, geraten insbesondere beim Blick auf Jugendliche inzwischen die Unterschiede in den Nutzungspraktiken sowie die Verflechtung von internetbasierten Kommunikationsräumen und umfassender sozialräumlicher Einbettung in den Vordergrund (vgl. Kutscher/Otto 2010; Wagner 2011, S. 171 ff.). Entsprechende Studien bestätigen, dass offene Beteiligungsangebote vorrangig von denjenigen Jugendlichen genutzt werden, die auch außerhalb des Netzes eher nicht benachteiligt sind. Neben (durch die soziale Herkunft geprägt) unterschiedlichen Vorbedingungen für Teilhabe bestärken offenbar auch innerhalb bzw. zwischen den internetbasierten Kommunikationsräumen stattfindende Distinktionsprozesse die ungleichen Partizipationsniveaus, zum Beispiel wenn „tendenziell ‚bildungsbürgerliche‘ Problematisierungen, die mit den Alltagsproblemen und -relevanzen sozial benachteiligter Jugendlicher wenig zu tun haben“ (Kutscher und Otto 2010, S. 80) in den Beteiligungsangeboten dominieren. So können entsprechende Projekte, selbst wenn sie sich offen für alle Jugendliche verstehen, durch Missachtung bestehender Kompetenz- und Ressourcen-Ungleichheiten diese ungewollt reproduzieren.

2.6 Politische Sozialisation von Jugendlichen im Internet

Im vorigen Abschnitt wurde argumentiert, dass Jugendliche Partizipation sowohl im weiten als auch im engeren Verständnis als Norm erleben, die sich in allgemeinen gesellschaftlichen Vorstellungen, aber auch in plattform- oder peergroup-spezifischen Anforderungen und Erwartungen an das eigene Handeln konkretisiert. Welches konkrete Ausmaß ihre Teilhabe im, mit Hilfe des und am Internet annimmt, hängt allerdings von individuellen Merkmalen (wie individuell-situativer Bereitschaft oder politischem Interesse), von verfügbaren Kompetenzen und Wissensbeständen sowie von Gelegenheitsstrukturen ab.

Dieser Abschnitt fokussiert darauf aufbauend die Rolle und Kontexte politischer Sozialisation von Jugendlichen, also derjenigen Prozesse, in denen sich die genannten Facetten von Partizipation formieren: Jugendliche setzen sich in ihrer politischen Sozialisation mit den gesellschaftlichen, aber auch den subkultur- oder plattform-spezifischen Teilhabennormen auseinander und internalisieren sie gegebenenfalls. Sie erwerben darüber hinaus in formalisierten sowie informellen Bildungskontexten die für Partizipation notwendigen Kompetenzen und Wissensbestände. Und schließlich beruht politische Sozialisation ganz wesentlich auf ausgeübter partizipativer Praxis. Episoden der erfolgreichen und auch nicht erfolgreichen internetvermittelten Teilhabe prägen wesentliche Prädiktoren für zukünftige Partizipation, beispielsweise das Persönlichkeitsmerkmal der „internal political efficacy“. Dieses bezeichnet die individuelle Einschätzung, über politische Handlungsmöglichkeiten zu verfügen, politische Sachverhalte zu verstehen und sich wirkungsvoll beteiligen zu können (vgl. Beierlein et al. 2012). Es kann genauso wie generelle Motivationen, sich einzubringen und an kollektiven Belangen teilzuhaben, durch den Verlauf von Partizipationspraktiken bestärkt oder gesteigert, bei ungünstigem Verlauf aber auch gedämpft oder frustriert werden.

Politische Sozialisation von Jugendlichen in, mit und für das Internet ist eng verbunden mit umfassenderen Prozessen der Mediensozialisation. Darunter fallen all diejenigen Prozesse, in denen Medien als Faktoren, als Mittler, und als Instrumente der Sozialisation fungieren (vgl. Paus-Hasebrink/Bichler 2008; Hoffmann/Mikos 2010). Zugleich wird anerkannt, dass Mediensozialisation immer auch in Interaktionen innerhalb anderer Sozialisationsinstanzen wie der Familie, der Schule oder der Peer Group eingelagert ist. Daher ist eine Trennung von politischer Sozialisation, Mediensozialisation und „allgemeiner“ Sozialisation wenig sinnvoll. Eine Möglichkeit, diese wechselseitigen Beziehungen zu erfassen, bietet der Ansatz von Paus-Hasebrink et al. (2009), der im Rahmen einer umfassenden Studie zum „Heranwachsen mit dem Internet“ entwickelt wurde. Das zentrale Argument ist, dass die digitalen interaktiven Medien Handlungsweisen und Kommunikationsräume eröffnen, die Jugendliche bei der Bewältigung von altersspezifischen Entwicklungsaufgaben unterstützen. Die in der Studie vorgenommene Dreiteilung von Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement sowie der korrespondierenden Entwicklungsaufgaben von Selbst-, Sozial- und Sachauseinandersetzung kann im Kontext dieser Expertise um entsprechende Facetten der politischen Sozialisation ergänzt und spezifiziert werden (vgl. die Übersicht Tabelle 2.4):

- **Die Selbstauseinandersetzung**, in der Jugendliche ihre personale und soziale Identität herausbilden, findet in Bezug auf die politische Sozialisation ihren Ausdruck in der Etablierung des politikbezogenen Selbstbilds. Dieses schließt die oben erwähnte „politische Selbstwirksamkeit“ genauso ein wie die Möglichkeit, das eigene Selbst (auch) durch den Grad an politischer Aktivität (zum Beispiel als „spectator“, „visitor“ oder „actor“; vgl. Buskqvist 2010) oder durch bestimmte

politische Haltungen und Ideologien zu definieren. Das politikbezogene Selbstbild formiert und stabilisiert sich durch Praktiken des internetgestützten Identitätsmanagements, in denen Jugendliche diese Facetten des eigenen Selbst ausdrücken und anderen zugänglich machen. Das Signalisieren der eigenen politischen Überzeugung auf der Profilseite von Facebook ist beispielsweise genauso Ausdruck dieser Praxis wie das Einbringen der eigenen Meinung in ein Diskussionsforum einer sozialen Bewegung.

- **Die Sozialauseinandersetzung** umfasst Prozesse und Praktiken, in denen sich Jugendliche als Teil einer strukturierten sozialen Welt erfahren, in der sie ihren eigenen Platz finden bzw. verändern können. In der politischen Sozialisation wird diese Entwicklungsaufgabe spezifischer durch das Einbetten in politikbezogene Formen der Vergemeinschaftung und Vergesellschaftung vollzogen. Dieses beinhaltet beispielsweise das Eintreten und „Sich engagieren“ in formierten Kollektiven, ob nun in Parteien oder Gewerkschaften (bzw. ihren Jugendorganisationen) oder in sozialen Bewegungen wie Greenpeace oder Attac. Aber auch die online entstehenden Ad-hoc-Gemeinschaften, die sich ausgehend von Petitions- und Mobilisierungsplattformen wie campact.de oder avaaz.org bilden, oder die sich als „Schwarm“ oder „Crowd“ ohne definiertes Zentrum verstehenden netzbasierten Kollektive (so z.B. die „anonymous“-Bewegung; vgl. Reißmann et al. 2012) beruhen auf Praktiken des Beziehungsmanagements. Indem sich Jugendliche an solchen politischen Kollektiven beteiligen, können sie nicht nur spezifische politische Ziele verfolgen, sondern auch Erfahrungen von Zugehörigkeit und Inklusion machen.
- **Die Sachauseinandersetzung** schließlich, die alle Praktiken der Orientierung in der Welt umfasst, lässt sich für politische Sozialisation als Prozess der Formierung politischer Informiertheit und politischen Wissens spezifizieren. Damit sind zum einen alle Praktiken der rezipierenden Nutzung angesprochen, in denen Jugendliche über etabliert-publizistische Medien, neue internetbasierte Öffentlichkeiten oder auch in der interpersonalen Kommunikation Informationen über politische Themen und Zusammenhänge erhalten. Die digitalen Medien bieten darüber hinaus Möglichkeiten für ein breites Spektrum des aktiven Informationsmanagements, beispielsweise in Hinblick auf das gemeinsame Bearbeiten von Wissensbeständen in einem Wiki, oder das Bewerten, Filtern und Verbreiten von politischen Inhalten auf einer Netzwerkplattform. Wie oben dargestellt, sind Wissensbestände eine wesentliche Voraussetzung für die Formierung politischer Kompetenzen und ihrer Anwendung in der ausgeübten Praxis. Onlinebasiertes Informationsmanagement ist somit auch eine Facette des Lernens von und für politische Partizipation.

Tabelle 2.4: Korrespondenz von internetbezogenen Handlungsweisen, Entwicklungsaufgaben und Aspekten politischer Sozialisation

Handlungskomponente	Entwicklungsaufgabe	Zentrale Frage	Politische Sozialisation
Identitätsmanagement	Selbstauseinandersetzung	Wer bin ich?	Etablierung des politikbezogenen Selbstbilds
Beziehungsmanagement	Sozialauseinandersetzung	Welchen Platz habe ich in der Gesellschaft?	Einbettung in Formen politikbezogener Vergemeinschaftung und Vergesellschaftung
Informationsmanagement	Sachauseinandersetzung	Wie orientiere ich mich in der Welt?	Formierung politischer Informiertheit und politischen Wissens

Quelle: Erweitert nach Paus-Hasebrink et al. (2009).

Die Unterteilung in selbst-, sozial- und sachbezogene Facetten der Internetnutzung ist insofern analytisch, als im konkreten Handlungsvollzug ebenso wie im Laufe der politischen Sozialisation diese drei Facetten eng zusammenhängen. Sie erlaubt es aber, Untersuchungen zur politischen Internetnutzung von Jugendlichen an breitere entwicklungspsychologische wie auch kommunikationssoziologische Zusammenhänge anzuknüpfen sowie andersherum deutlich zu machen, wie alltägliche Nutzungspraktiken von Jugendlichen auch einen Beitrag zur politischen Sozialisation leisten können. Dieses soll abschließend an zwei Beispielen erläutert werden.

Hjorth/Olsson (2009) haben in einer qualitativen Studie untersucht, wie sich politisch aktive Jugendliche in Schweden digitale Medien aneignen. Im Kontrast von Jugendlichen, die in den Jugendorganisationen der Parteien aktiv sind und solchen, die sich in zivilgesellschaftlichen Bewegungen bzw. „alternative organizations“ engagieren, konnten sie deutliche Unterschiede im Informationsmanagement identifizieren. Während erstere sich „traditionelle“ Informationsrepertoires zusammenstellen, in denen Angebote klassischer Medien dominieren, sind letztere deutlich kritischer gegenüber den „Mainstream-Medien“ eingestellt. Das Internet bietet ihnen Informationsquellen, deren Themen oder Positionen in den etablierten publizistischen Medien nicht ausreichend berücksichtigt werden. Davon profitieren diese Jugendlichen nicht nur in Hinblick auf ihre politische Informiertheit zu den ihnen wichtigen Themen, sondern sie können entsprechende Portale oder Plattformen im Sinne des Identitätsmanagements auch als „fundamental resource to the construction of an alternative political identity“ (ebd., S. 52) nutzen. Untrennbar verbunden mit dieser Selbstauseinandersetzung ist schließlich der vergemeinschaftende Aspekt des internetbasierten Aktivismus, bieten sich doch Möglichkeiten des Austauschs mit Gleichgesinnten und die Erfahrung einer mediengestützten Vernetzung, die ohne „Reallife Organisation“ auskommt. Aber auch die Jugendlichen, die sich in Parteien organisieren, erleben ihr Engagement als Form der Teilhabe an größeren (und organisatorisch stärker verfestigten) sozialen Formationen.

Als anderes Beispiel für die Verflechtung von Internetnutzung, Teilhabe am Internet und politischer Sozialisation kann die Hacker-Kultur dienen. „Hacking“ wird inzwischen in einem übergeordneten und nicht wertenden Sinn als Sammelbegriff für Praktiken der Programmierung verstanden, auch wenn wichtige Wurzeln in den „Untergrund-Szenen“ der Frühphase der Computerverbreitung liegen. So bildete sich in den 1980er Jahren im Zuge der Verbreitung von Homecomputern auch eine jugendliche Szene von „Crackern“ heraus, in deren Mittelpunkt das Kopieren und Verbreiten digitaler Spiele stand. Zugehörigkeit zu dieser „digital subculture“ (vgl. Wasiak 2012) beruhte auf spezialisierten Fertigkeiten, um die immer ausgefeilteren technischen Kopierschutzmechanismen der Spiele zu überwinden. Innerhalb der Szene entstanden eigene, länderübergreifende Distributionsnetzwerke und Kommunikationswege¹⁸, innerhalb derer die beteiligten Jugendlichen und jungen Erwachsenen – fast ausnahmslos Männer – Reputation aufbauten und ihr Selbstbild bestärkten: „the practice of cracking should [...] be perceived as a form of building adolescent masculinity through supposedly illegal acts and the distribution of highly desired commodities among peers“ (ebd., Abs. 7).

Mit der gesellschaftlichen Verbreitung digitaler Technologien differenzierten sich auch diese Vergemeinschaftungsformen aus. Eine aktuelle Variante findet sich in der „Free Software“-

18 Die wichtigste Rolle spielten die oft aufwändig programmierten „Intros“ zu gecrackten Spielen, in denen die Cracker (unter Pseudonym) auftraten und befreundete Gruppen begrüßten. Daneben existierten aber auch eigene Fanzines sowie Face-to-face-Treffen („copy parties“), über die Informationen ausgetauscht und Beziehungen gepflegt wurden.

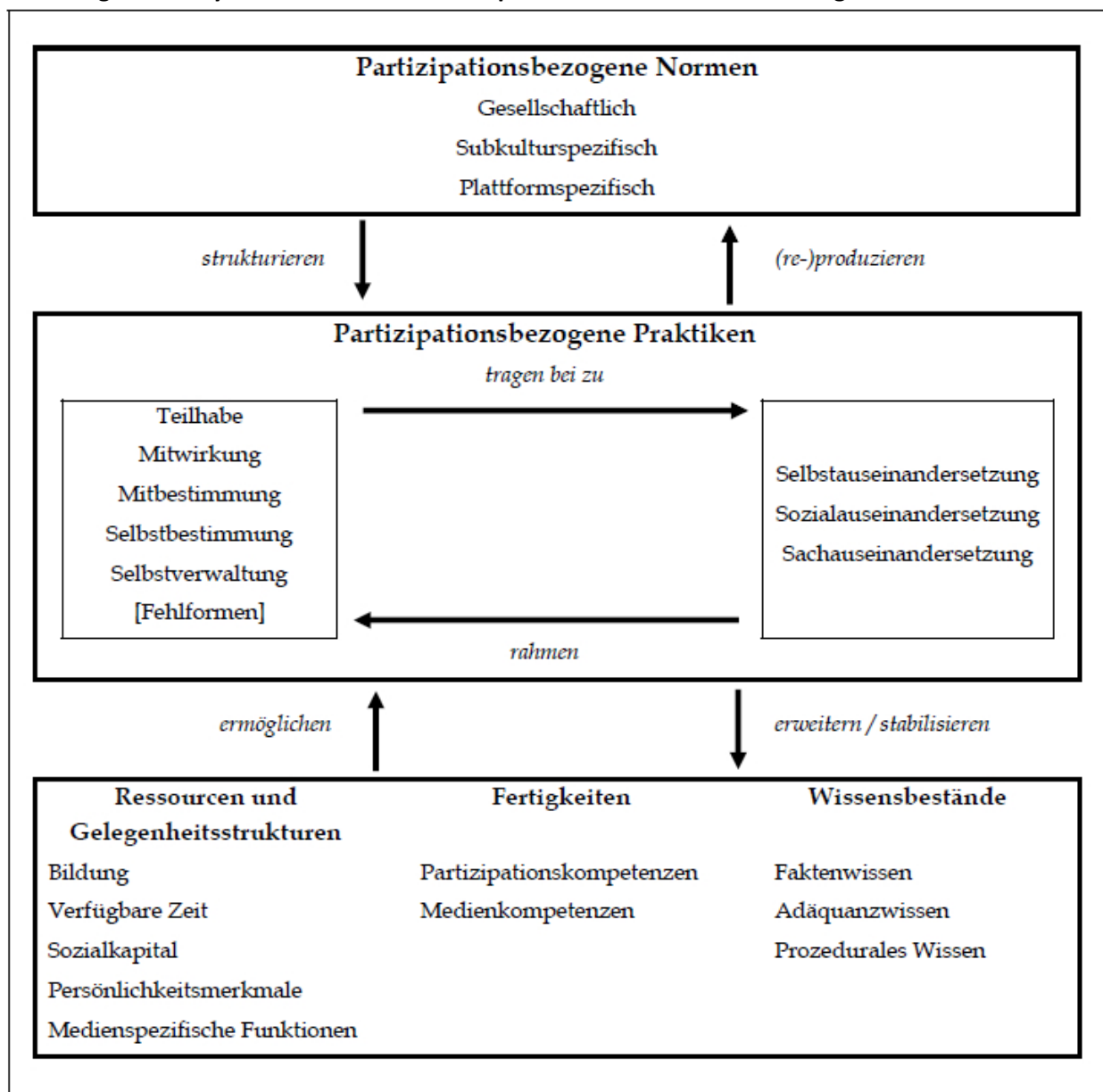
bzw. open-source-Bewegung wieder, die politische Ideen des Liberalismus mit der Anerkennung der gemeinschaftlich vollbrachten schöpferischen Leistung zu einer eigenen „Hackerethik“ verbindet (vgl. Coleman/Golub 2008). Für Jugendliche, die sich an dieser Subkultur orientieren, ist das Internet zwar ein ganz wesentliches Instrument zur alltäglichen Koordination der Softwareprojekte, zum begleitenden Austausch und zum Wissenserwerb. Daneben spielen aber Face-to-face-Treffen wie Stammtische, Barcamps oder Hacker-Konferenzen wie die „Debconf“ und das „CCC-Camp“ eine wesentliche Rolle in der Vermittlung und Reproduktion dieser gemeinschaftlichen Identität (vgl. Coleman 2010). Mit der Piratenpartei, die an manche Normen und Praktiken dieser Subkultur anknüpft, besteht inzwischen auch eine organisatorisch verfestigte Verbindung zum „regulären“ politischen Betrieb, die insbesondere für internetaffine Erst- oder Jungwähler attraktiv scheint (vgl. Bieber 2012).

Noch unklar ist, inwiefern ein Transfer von Erwartungen stattfindet, also Jugendliche aus ihren Erfahrungen mit solcher „interest-driven participation“ (genauso wie aus „friendship-driven participation“) generalisierte Erwartungen an politische Prozesse und deren Transparenz sowie Ansprüche an Mitsprache und Teilhabe entwickeln. So scheint es zwar plausibel, dass ein Jugendlicher der auf Facebook erlernt hat, Botschaften aus dem Freundeskreis genauso wie von Prominenten oder von Marken kommentieren, teilen und „ liken“ zu können, diese Erwartung auch an politische Akteure richten wird. Und wer erlebt hat, dass ein selbstgedrehtes Video auf YouTube eine Fülle von Feedback – positives wie negatives – erhält, wird möglicherweise auch eher auf den Gedanken kommen, auf diesem Weg politische Positionen zu artikulieren und zu verbreiten. Doch welche Bedingungen auf individueller Seite wie auf Seite des Kommunikations- und Sozialisationskontextes diesen Transfer fördern oder hemmen, ist bislang noch nicht hinreichend erforscht und verstanden.

2.7 Fazit und Ausblick auf die Forschungsfragen

Die Überlegungen und analytischen Differenzierungen zum Verhältnis von Internet, Partizipation und Sozialisation lassen sich in einer Heuristik zusammenfassen, die in Abbildung 2.1 visualisiert ist. Praktiken der Beteiligung im, mit Hilfe des und am Internet äußern sich demnach in unterschiedlichen Formen, die mit unterschiedlichen Graden des Einflusses und der Entscheidungsfreiheit verbunden sind. Solche Episoden der Teilhabe, Mitwirkung etc. tragen zu Prozessen der Selbst-, der Sozial- und der Sachauseinandersetzung von Jugendlichen bei. Diese Entwicklungsaufgaben, die sich auch in anderen Facetten und Prozessen der Sozialisation stellen, rahmen wiederum politische und medienbezogene Teilhabe, weil sie einen allgemeinen biographischen Kontext für das Handeln der Jugendlichen liefern.

Abbildung 2.1: Analytische Heuristik zu Partizipation und Sozialisation von Jugendlichen im Internet



Die partizipationsbezogenen Praktiken werden zudem von weiteren situationsübergreifenden Strukturen gerahmt. Zum einen geben partizipationsbezogene Erwartungen und Werte, die unterschiedlich generalisiert oder spezifisch ausgeprägt sind, eine normative Ordnung für das Handeln der Jugendlichen vor, das wiederum diese Ordnung (re-)produziert, also stabilisiert oder verändert. Schließlich besitzt Teilhabe verschiedene Voraussetzungen, denn erst Partizipations- und Medienkompetenzen, Wissensbestände sowie Ressourcen und Gelegenheitsstrukturen befähigen Jugendliche zur Beteiligung. Auch diese strukturellen Gegebenheiten können durch die ausgeübte Praxis stabilisiert und erweitert werden.

Die Heuristik kann nicht nur (wie in dieser Expertise erfolgt) dazu dienen, das Themenfeld „Internet, Partizipation, Sozialisation“ analytisch differenziert zu erschließen, sondern auch dazu, weiterführende Forschungsfragen zu identifizieren. Abschließend sollen beispielhaft einige solcher Fragen bzw. Vorhaben skizziert werden.

1. Die verschiedenen Facetten des analytischen Modells können bei der Strukturierung einer systematischen empirischen Bestandsaufnahme helfen, die der Logik quantitativer Verfahren folgt:

- ➔ So wäre beispielsweise eine repräsentative Befragung unter Jugendlichen zu konzipieren, die Daten zu Beteiligungspraktiken (unterschieden nach den genannten Modi) und den rahmenden Faktoren (z. T. unter Rückgriff auf etablierte Skalen) erhebt, auf deren Grundlage dann Befunde zu Personen als Typen bzw. Befunde zu Praktiken als Muster verdichtet werden können.
- ➔ Im Idealfall würde eine solche Erhebung nicht auf einen Querschnitt deutscher Jugendlicher beschränkt bleiben, sondern zeitlich und räumlich erweitert werden: Eine Langzeitstudie, möglicherweise sogar als Panel angelegt, würde dabei helfen, politische Sozialisation als Prozess abbilden und erklären zu können. Die Fruchtbarkeit eines solchen Ansatzes für die politische Kommunikationsforschung, aber auch die methodische Komplexität, hat nicht zuletzt die mehrfach in dieser Expertise zitierte Studie von Emmer et al. (2011) gezeigt.
- ➔ Eine länderübergreifende Studie hingegen würde es erlauben, gesellschaftliche Unterschiede erfassen und kulturvergleichend arbeiten zu können. Zu erwarten ist insbesondere, dass sich Normen der Teilhabe einerseits und verfügbare Gelegenheitsstrukturen andererseits auch zwischen Ländern, die sich in unterschiedlichen Stadien der Internetdiffusion befinden, unterscheiden. Vorbild für ein solches Studiendesign könnte die „EU Kids Online“-Studie sein, die einen besonderen Schwerpunkt auf Risiken der Internetnutzung für Kinder und Jugendliche legt.¹⁹

2. Die Annahme, Teilhabepraktiken als Bestandteil übergeordneter Entwicklungsaufgaben zu verstehen, eröffnet weitere Fragen, die auch mit qualitativen Verfahren beantwortet werden sollten.

- ➔ Welche Rolle spielt welcher Grad von internetbezogener Teilhabe für die Selbstauseinandersetzung von Jugendlichen? Inwiefern ändert sich ihre Bereitschaft für politisches Engagement durch die Möglichkeit (oder die Annahme), dabei anonym zu bleiben, und in welchen Fällen möchten Jugendliche ihre Identität preisgeben, zum Beispiel um Anerkennung für ihre Beiträge zu erfahren? Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Selbstverständnis der Beteiligten lassen sich aus zeitgeschichtlicher Perspektive zwischen früheren Formen des politischen Aktivismus (z.B. Friedens- und Umweltbewegung der 1970er und 1980er Jahre) und den „digitalen Aktivisten“ der 2010er Jahre finden?
- ➔ Wie erleben Jugendliche in ihrer Sozialauseinandersetzung Prozesse der Inklusion und Exklusion im Zusammenhang mit internetbezogener Partizipation? Unter welchen Bedingungen und für

¹⁹ Vgl. <http://www.eukidsonline.de>.

welche Jugendlichen stellt sich das Internet eher als freier und zu gestaltender Raum dar, wann und für wen als geschlossener oder kontrollierter Raum? Welche Unterschiede in Hinblick auf Einbettung bzw. Ausschluss existieren zwischen den „alten“ politischen Organisationen, den inzwischen etablierten sozialen Bewegungen und den neuen Morphologien politischer Vergemeinschaftung wie dem „Schwarm“ oder der „Crowd“?

- Welche Informationsrepertoires bilden sich im Zusammenhang mit internetbezogener Partizipation als Bestandteil der Sachauseinandersetzung heraus? Welche Rolle spielen jugendspezifische Onlineangebote für die Vermittlung politikbezogener Informationen und inwieweit sind sie offen für Modi der Mitwirkung, Mitbestimmung oder Selbstbestimmung? Legen Jugendliche an politikbezogene Informationen andere Maßstäbe an, z.B. in Hinblick auf Vertrauenswürdigkeit oder Verständlichkeit?

3. Internetbasierte Partizipation setzt per definitionem bestimmte Medientechnologien voraus. Deren Rolle in der Strukturierung von Nutzungsweisen ist bislang nur unzureichend verstanden, obwohl hardware- und softwaretechnische Interfaces, Algorithmen und Funktionen wesentlich an der Öffnung und Schließung von Handlungsspielräumen beteiligt sind. Es fehlt bislang an Studien, die techniksoziologische oder kritische informatische Perspektiven mit denen der Jugendsoziologie und der politikwissenschaftlichen Partizipationsforschung verbinden.

4. Derzeit ist unklar, ob und unter welchen Bedingungen der Transfer von Erwartungen und Wissen zwischen unterschiedlichen Modi und Kontexten der Teilhabe stattfindet. Wie in anderen Bereichen der akademischen Forschung besteht aber auch in Hinblick auf Partizipationsforschung eine Tendenz, auf positive Wirkungen oder Erfolge zu fokussieren. Der gezielte Blick auf Barrieren von Partizipation (vgl. Engesser 2010) oder Fehlschläge von Partizipationsprojekten (vgl. Miegel/Olsson 2010) kann möglicherweise erhellender sein, gerade wenn mehrere Fallstudien durchgeführt werden, die sich anschließend vergleichend analysieren lassen.

5. Zuletzt sei an die grundlegende gesellschaftliche Bedeutung des Themas erinnert: Teilhabe möglichst vieler Menschen ist Voraussetzung von Funktionieren und Legitimität unserer Gesellschaft. Forschung zum Thema dieser Expertise sollte sich daher auch mit der Frage auseinandersetzen, inwiefern die eigenen Erkenntnisse eingesetzt und vermittelt werden können, um selbst Machtunterschiede und die „participatory divide“ abzubauen.

Literatur

- Arnold, N.; Fackelmann, B.; Graffius, M.; Krüger, F.; Talaska, S.; Weißenfels, T. (2011): Sprichst du Politik? Ergebnisse des Forschungsprojekts und Handlungsempfehlungen. Friedrich-Ebert-Stiftung. Berlin. Online verfügbar unter <http://www.sprichst-du-politik.de>, zuletzt geprüft am 28.11.2012.
- Baacke, D. (1998): Medienkompetenz: Herkunft, Reichweite und strategische Bedeutung eines Begriffs. In: Kubicek, H.; Braczyk, H.-J.; Klumpp, D. (Hrsg.) (1998): Lernort Multimedia. Heidelberg: v. Decker, S. 22–27.
- Bakardjieva, M. (2009): Subactivism: Lifeworld and politics in the age of the internet. In: *The Information Society* 25 (2), S. 91–104.
- Begemann, M.-C.; Bröring, M.; Dux, W.; Sass, E. (2011): Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Dortmund. Online verfügbar unter http://www.forschungsverbund.tu-dortmund.de/fileadmin/Files/Engement/Abschlussbericht_Engagement_2_0.pdf.
- Beierlein, C.; Kemper, C. J.; Kovaleva, A.; Rammstedt, B. (2012): Ein Messinstrument zur Erfassung politischer Kompetenz- und Einflussüberzeugungen. Political Efficacy Kurzsкала (PEKS). Mannheim (GESIS-Working Papers, 18). Online verfügbar unter http://www.gesis.org/uploads/media/PEKS_Workingpaper.pdf.
- Bennett, W. L. (2008): Changing citizenship in the digital age. In: Bennett W. L. (Hrsg.) (Jahr): *Civic life online. Learning how digital media can engage youth*. Cambridge, Mass. [u.a]: MIT Press, S. 1–24.
- Bieber, C. (2012): Die Piratenpartei als neue Akteurin im Parteiensystem. In: *APuZ* 62 (7), S. 27–33.
- Biermann, K. (2012): Facebook-Nutzer sollen nicht mehr mitreden dürfen. In: *ZEIT ONLINE*, 22.11.2012. Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2012-11/facebook-neue-agb-abstimmung>.
- Bödeker, S. (2012): *Soziale Ungleichheit und politische Partizipation in Deutschland*. Hg. v. Otto Brenner Stiftung. Frankfurt am Main.
- Brady, H. E.; Verba, S.; Schlozman, K. L. (1995): Beyond SES: a resource model of political participation. In: *American Political Science Review* 89 (2), S. 271–294.
- Bryan, C.; Tsagarousianou, R.; Tambini, D. (1998): Electronic democracy and the civic networking movement. In: Tsagarousianou, R.; Tambini D.; Bryan C. (Hrsg.) (Jahr): *Cyberdemocracy. Technology, cities and civic networks*. London, New York: Routledge, S. 1–17.
- Buskqvist, U. (2010): Spectators, visitors and actors. Addressing young citizens in politics online. In: Tobias Olsson T.; Dahlgren P. (Hrsg.): *Young people, ICTs and democracy. Theories, policies, identities, and websites*. Göteborg: Nordicom, S. 193–210.
- Coleman, G. (2010): The hacker conference: a ritual condensation and celebration of a lifeworld. In: *Anthropological Quarterly* 83 (1), S. 47–72.
- Coleman, G.; Golub, A. (2008): Hacker practice. Moral genres and the cultural articulation of liberalism. In: *Anthropological Theory* 8 (3), S. 255–277.
- Emmer, M. (2005): *Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums*. München: Fischer.
- Emmer, M.; Vowe, G.; Wolling, J. (2011): *Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Engesser, S. (2010): Barrieren medialer Partizipation: Ergebnisse eines explorativen Feldexperiments. In: Wolling, J.; Seifert, M.; Emmer M. (Hrsg.) (2010): *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess*. Baden Baden: Nomos, Edition Fischer, S. 151–167.
- Eumann, M. J. (2012): Aus Betroffenen Beteiligte machen! In: Gräßer, L.; Friedrich Hagedorn, F. (Hrsg.) (2012): *Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung*. Düsseldorf, München: kopaed, S. 105–108.

- Fisch, M.; Gscheidle, C. (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. In: *Media Perspektiven* (7), S. 356–364. Online verfügbar unter http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Fisch_II.pdf.
- Gapski, H. (Hrsg.) (2006): *Medienkompetenzen messen? Verfahren und Reflexionen zur Erfassung von Schlüsselkompetenzen*. Düsseldorf, München: kopaed.
- Grassmuck, V. (2004): *Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung (Schriftenreihe, 458). Online verfügbar unter <http://freie-software.bpb.de>.
- Hasebrink, U.; Schmidt, J.-H. (2012): Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung. Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens „Erfassung und Darstellung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland“. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 24. Online verfügbar unter http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/657.
- Hjorth, M.; Olsson, T. (2009): For mainstream and alternative activism. A comparative look at how young activists navigate within the converging media world. In: *merz* 53 (6), S. 48–56.
- Hoffmann, D.; Mikos, L. (Hrsg.) (2010): *Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion*. Wiesbaden: VS.
- Höflich, J. R. (2003): *Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde*. Frankfurt am Main [u.a]: Peter Lang.
- Ito, M. et al (Hrsg.) (2010): *Hanging out, messing around, and geeking out. Kids living and learning with new media*. Cambridge, Mass. [u.a]: MIT Press. Online verfügbar unter http://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262013369%20_Hanging_Out.pdf.
- Jenkins, H. (2006): *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009): *Confronting the challenges of participatory culture. Media education for the 21st century*. Unter Mitarbeit von Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton und Alice J. Robison. Cambridge, Mass. [u.a]: MIT Press. Online verfügbar unter http://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf.
- Jers, C. (2012): *Konsumieren, partizipieren und produzieren im Web 2.0. Ein sozial-kognitives Modell zur Erklärung der Nutzungsaktivität*. Köln: Halem.
- Kaase, M. (1991): *Partizipation*. In: Nohlen, D. (Hrsg.) (1991): *Wörterbuch Staat und Politik*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung, S. 466–476.
- Karsten, A. (2011): *Participation Models. A chase through the maze*. Citizens, Youth, Online. Online verfügbar unter <http://www.nonformality.org/wp-content/uploads/2011/07/Participation-Models-20110703.pdf>.
- Kessl, F.; Reutlinger, C. (Hrsg.) (2010): *Sozialraum. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Krammer, R. (2008): *Kompetenzen durch Politische Bildung. Ein Kompetenz-Strukturmodell*. In: *Informationen zur Politischen Bildung* (29), S. 5–14. Online verfügbar unter http://www.politischebildung.com/pdfs/29_basis.pdf.
- Kutscher, N.; Otto, H.-U. (2010): *Digitale Ungleichheit – Implikationen für die Betrachtung digitaler Jugendkulturen*. In: Hugger, K.-U. (Hrsg.) (2010): *Digitale Jugendkulturen*. Wiesbaden: VS, S. 73–87.
- MPFS (2012): *JIM 2012. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart. Online verfügbar unter <http://www.mpfs.de/index.php?id=527>.
- Miegel, F.; Olsson, T. (2010): *Invited but ignored. How www.ungtval.se aimed to foster but failed to promote young engagement*. In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): *Young people, ICTs and democracy. Theories, policies, identities, and websites*. Göteborg: Nordicom, S. 231–246.
- Morozov, E. (2009): *From slacktivism to activism*. Hrsg. v. Foreign Policy. Online verfügbar unter http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/09/05/from_slacktivism_to_activism.
- Nie, N. H.; Verba, S. (1975): *Political participation*. In: Greenstein, F. (Hrsg.) (1975): *Handbook of*

- political science. Vol. 4: Nongovernmental politics. Reading, Mass. [u.a]: Addison-Wesley, S. 1–74.
- Niemann, J.; Schenk, M. (2012): Empirische Forschung: Privatheit und Öffentlichkeit auf Sozialen Netzwerkplattformen. Digital Natives und Digital Immigrants – eine Sekundäranalyse. In: Schenk, M.; Niemann, J.; Reinmann, G.; Roßnagel, A. (Hrsg.) (2012): Digitale Privatsphäre. Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen. Berlin: Vistas, S. 131–157.
- Norris, P. (2001): Digital divide. Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge, Mass. [u.a]: Cambridge University Press.
- Palfrey, J.; Gasser, U. (2008): Born digital. Understanding the first generation of digital native. New York: Basic Books.
- Paus-Hasebrink, I.; Schmidt, J.-H.; Hasebrink, U. (2009): Zur Erforschung der Rolle des Social Web im Alltag von Heranwachsenden. In: Schmidt, J.-H.; Paus-Hasebrink, I.; Hasebrink, U. (Hrsg.) (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas, S. 13–40.
- Paus-Hasebrink, I.; Bichler, M. (2008): Mediensozialisationsforschung. Theoretische Fundierung und Fallbeispiel sozial benachteiligte Kinder. Unter Mitarbeit von Christine Wijnen. Innsbruck [u.a]: StudienVerlag.
- Pfadenhauer, M.; Grenz, T. (2012): Anzeichen einer neuen Partizipationskultur? Zur Konsumentenrolle in mediatisierten Geschäftsmodellen. In: merz 56 (6), S. 17–32.
- Picot, S. (2011): Jugend in der Zivilgesellschaft. Freiwilliges Engagement Jugendlicher von 1999 bis 2009 Hrsg. V. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. .
- Powell, A. (2012): Democratizing production through open source knowledge: from open software to open hardware. In: Media, Culture & Society 34 (6), S. 691–708.
- Reinmann, G.; Schnurr, J.-M. (2012): Empirische Forschung: Privatheit und Öffentlichkeit auf Sozialen Netzwerkplattformen. Qualitative Befragung von Experten. In: Schenk, M.; Niemann, J.; Reinmann, G.; Roßnagel, A. (Hrsg.) (2012): Digitale Privatsphäre. Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen. Berlin: Vistas, S. 271–301.
- Reißmann, O.; Stöcker, C.; Lischka, K. (2012): We are Anonymous. Die Maske des Protests. Wer sie sind, was sie antreibt, was sie wollen. München: Goldmann.
- Roessing, T. (2010): Die Dynamik politischer Auseinandersetzungen in Wikipedia. In: Wolling, J.; Markus S.; Emmer, M. (Hrsg.) (2010): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. Baden Baden: Nomos, Edition Fischer, S. 227–240.
- Sarcinelli, U.: Medien und Demokratie. Hrsg. v. Demokratie in Deutschland 2011 – Ein Report der Friedrich-Ebert-Stiftung. Online verfügbar unter http://www.demokratie-deutschland-2011.de/common/pdf/Medien_und_Demokratie.pdf.
- Schenk, M.; Niemann, J.; Reinmann, G.; Roßnagel, A. (Hrsg.) (2012): Digitale Privatsphäre. Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen. Berlin: Vistas.
- Schmidt, J. (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.
- Schmidt, J.-H. (2012): Das demokratische Netz? In: APuZ 62 (7), S. 3–8.
- Schmidt, J.-H.; Paus-Hasebrink, I.; Hasebrink, U. (Hrsg.) (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas.
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. Unter Mitarbeit von Mathias Albert, Klaus Hurrelmann, Gudrun Quenzel und TNS-Infratest-Sozialforschung. Frankfurt am Main: Fischer.
- Stegbauer, C.; Rausch, A. (2001): Die schweigende Mehrheit – „Lurker“ in internetbasierten Diskussionsforen. In: Zeitschrift für Soziologie 30 (1), S. 48–64.
- Stöcker, C. (2012): Governance des digitalen Raumes: aktuelle netzpolitische Brennpunkte. In: APuZ 62 (7), S. 9–14.
- Tulodziecki, G. (1998): Entwicklung von Medienkompetenz als Erziehungs- und Bildungsaufgabe. In:

- Pädagogische Rundschau 52 (6), S. 693–709.
- Uehlinger, H.-M. (1988): Politische Partizipation in der Bundesrepublik. Strukturen und Erklärungsmodel-
le. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Verba, S.; Schlozman, K.; Lehman, B.; Henry, E. (1995): Voice and equality. Civic voluntarism in
American politics. Cambridge, Mass. [u.a]: Harvard University Press.
- Wagner, U. (2011): Medienhandeln, Medienkonvergenz und Sozialisation. Empirie und gesellschaftswis-
senschaftliche Perspektiven. München: kopaed.
- Wagner, U. (2012): Jugendliche und die Bedeutung von Partizipation im Internet. In: Gräßer, L.; Ha-
gedorn, F. (Hrsg.) (2012): Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforde-
rung. Düsseldorf, München: kopaed, S. 69–82.
- Wagner, U.; Gerlicher, P.; Brüggem, N. (2011): Partizipation im und mit dem Social Web – Herausforde-
rungen für die politische Bildung. Expertise für die Bundeszentrale für politische Bildung. JFF –
Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. München.
- Wagner, U.; Brüggem, N.; Gebel, C. (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung
Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-
Jährigen. München. Online verfügbar unter
http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf.
- Ward, S.; Gibson, R. (2009): European political organizations and the internet: mobilization, participa-
tion, and change. In: Chadwick, A.; Howard, P. N. (Hrsg.) (2009): Routledge handbook of internet
politics. London, New York: Routledge (Routledge international handbooks), S. 25–39.
- Wasiak, P. (2012): 'Illegal guys'. A history of digital subcultures in Europe during the 1980s. In: Zeithis-
torische Forschungen 9 (2). Online verfügbar unter [http://www.zeithistorische-
forschungen.de/16126041-Wasiak-2-2012](http://www.zeithistorische-forschungen.de/16126041-Wasiak-2-2012).
- Weißeno, G. (2005): Standards für die politische Bildung. In: APuZ (12), S. 32–38.

Ulrike Wagner, Peter Gerlicher, Annika Potz

3 Politische Aktivitäten von Heranwachsenden und von jungen Erwachsenen im Internet

Die vorliegende Expertise widmet sich auf Basis der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion der Frage, inwiefern Heranwachsende und junge Erwachsene im Internet politisch aktiv sind. Sie wurde vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis für den Forschungsverbund DJI/TU Dortmund erarbeitet.

Ausgehend von einer Literaturrecherche, die Ende 2012 durchgeführt wurde, umfasst der Text eine Aufbereitung relevanter deutschsprachiger und englischsprachiger Literatur, die seit dem Jahr 2009 erschienen ist. Aufgrund der Dynamik des Untersuchungsgegenstandes und der Fülle von Diskussionsbeiträgen in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, wie in der Netzöffentlichkeit, kann mit der vorliegenden Literaturanalyse kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben werden. Insgesamt wurden aus dem oben genannten Zeitraum 39 einschlägige Forschungsarbeiten in Form von Exzerpten aufbereitet. Diese gliedern sich jeweils nach dem folgenden Schema:

- ➔ Forschungsfragen/Zielsetzung der Studien
- ➔ Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund
- ➔ Design/Methode
- ➔ Relevante Ergebnisse

Der erste Teil der Expertise liefert zunächst einen Überblick und eine inhaltliche Einordnung zu den recherchierten Forschungsarbeiten. Im zweiten Teil folgt eine ausführliche Darstellung aller aufbereiteten Studien in Form von Exzerpten.

3.1 Sekundäranalyse ausgewählter empirischer Studien zu politischen Aktivitäten junger Menschen im Internet

Die für die Expertise analysierten Forschungsarbeiten zu politischen Aktivitäten junger Menschen im Internet bilden mit ihren inhaltlichen Zielsetzungen ein breites Spektrum ab. Eine Übersicht bietet folgende Charakterisierung der Studien, die nicht immer trennscharf voneinander abgegrenzt werden konnten. So finden sich unter den recherchierten Studien:

1. Jugendstudien, die u. a. politisches und gesellschaftliches Engagement erfassen,
2. Studien, die die Mediennutzung erheben und u. a. politisches Handeln mit Medien erfassen,
3. Studien zu bestimmten Online-Formaten,
4. Studien zu bzw. Beschreibungen von länderspezifischen Phänomenen,
5. Studien, die die Bedeutung des Internets für die Partizipation (Jugendlicher) untersuchen,
6. Studien zur Sicht Jugendlicher auf (Online-)Partizipation sowie
7. Studien zur Angebotsseite.

Zur Übersicht und inhaltlichen Einordnung der Rechercheergebnisse wird in diesem Teil der Expertise zunächst auf den Politikbegriff der Forschungsarbeiten eingegangen. Anschließend folgt ein Überblick zu den Zielsetzungen, Zielgruppen und angewandten Methoden der einzelnen Studien. Diese Zusammenfassung wie auch die Übersicht zu ausgewählten Ergebnissen erfolgt nach der oben dargestellten Einteilung der Studien in sieben unterschiedliche Gruppen.

3.1.1 Zum Politikbegriff der recherchierten Studien

Die Aufbereitung der analysierten Forschungsarbeiten zeigt hinsichtlich des verwendeten Politikverständnisses folgendes Bild:

Der Großteil – mehr als die Hälfte – der analysierten Studien verwendet einen eher breit gefassten Politikbegriff. Politisches Handeln wird in diesen Studien nicht nur in Form traditioneller und institutionalisierter Politikformen verstanden. Auch nicht-institutionalisierte Formen bürgerschaftlichen Engagements oder bürgerschaftlicher Kultur („Civic Culture“ bzw. „Civic Identity“) sowie Akteure außerhalb des politischen Systems (z. B. Bürgerinitiativen oder Einzelpersonen) zählen dazu. Politik wird meist aus einer partizipationstheoretischen Perspektive betrachtet, wobei ein weites Partizipationsverständnis zugrunde gelegt wird, das beispielsweise auch das Informieren und Sprechen über Politik als politische Teilhabe versteht. Zum Untersuchungsgegenstand dieser Studien zählt beispielsweise das Mobilisierungspotenzial des Internets für junge Menschen. Betrachtet werden hierbei Partizipationsformen in Zusammenhang mit verschiedenen Online-Tools, Sozialen Netzwerkdiensten oder Kampagnen, die über das Internet organisiert werden.

Nur sehr wenige der analysierten Studien verwenden einen eher eng gefassten Politikbegriff. Sie beziehen sich vornehmlich auf traditionelle, institutionalisierte Formen politischer Partizipation wie z. B. Wahlen oder fokussieren auf Wahlkampfkommunikation im Internet. Circa ein Drittel der untersuchten Studien definiert den verwendeten Politikbegriff nicht explizit.

3.1.2 Übersicht zu den Rahmendaten der recherchierten Studien

Jugendstudien, die u .a. politisches und gesellschaftliches Engagement erfassen

Diese Studien stellen deskriptiv die Lebenswelt Jugendlicher und junger Erwachsener dar und betrachten Partizipation als einen Teilbereich davon. Online-Aktivitäten der Heranwachsenden werden – wenn sie in den Untersuchungen Beachtung finden – meist unspezifisch und nicht in Zusammenhang mit Partizipation erfasst.

Der Beitrag von Schneekloth (2010) bildet etwa einen Teil der Shell Jugendstudie und widmet sich aktuellen Entwicklungstrends und Perspektiven des Themenfeldes Jugend und Politik. Auf der Grundlage einer für Deutschland repräsentativen Fragebogenerhebung wurden 12- bis 25-jährige Jugendliche und Erwachsene befragt. Im Rahmen einer qualitativen Vertiefungsstudie wurden darüber hinaus 20 explorative Interviews mit Heranwachsenden im Alter von 15 bis 24 Jahren durchgeführt. Gaiser et al. (2011) greifen in ihrem Beitrag ebenfalls Ergebnisse der Shell Jugendstudie auf und führen sie mit Daten des DJI-Jugendsurveys, des DJI-Surveys *Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten (AID:A)* und der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) zum Thema *Jugend und Demokratie* zusammen. Teilweise wurden hierfür Sekundäranalysen durchgeführt.

Abendschön und Roßteutscher (2011) betrachten speziell die Zielgruppe der Erst- und Jungwähler(innen) zwischen 18 und 30 Jahren. Sie stützen sich auf eine Sekundäranalyse von ALLBUS-Daten zwischen 1980 und 2008 und ergänzen diese mit Daten des Bundeswahlleiters. Die Studie von Calmbach et al. (2011) verfolgt das Ziel, die Lebenswelt der 14- bis 17-Jährigen in Deutschland abzubilden und hat hierfür 72 Jugendliche befragt. Zusätzlich wurden die Befragten gebeten, Arbeitshefte auszufüllen und es wurden Fotos ihrer Zimmer analysiert. Das Material wurde anschließend hermeneutisch ausgewertet.

Studien, die die Mediennutzung erheben und u. a. politisches Handeln mit Medien erfassen

Die Studien der zweiten Gruppe beschreiben repräsentativ die Mediennutzung in Deutschland, z. B. mit dem Fokus auf das Internet oder auf jugendliche Nutzer.

Die Veröffentlichungen von Busemann und Gscheidle (2011; 2012) und von van Eimeren und Frees (2012) stellen Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie dar, die jährlich durchgeführt wird. Ziel dieser Studie ist es, die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland langfristig abzubilden. Die informationsbezogene Nutzung des Internets zu politischen Themen stellt dabei nur einen Untersuchungsbereich von vielen dar. Für die Studie wird eine repräsentative Stichprobe der deutschen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren mit einem quantitativen Fragebogen telefonisch befragt und es findet eine Auswertung nach Altersgruppen statt. Eine qualitative Zusatzstudie beschäftigte sich im Jahr 2012 mit den Motiven und Inhalten der Online-Nutzung wie auch mit der Suche nach aktuellen Nachrichten. Feierabend (2010) stützt sich auf Ergebnisse der JIM-Studie (*Jugend, Information, (Multi-)Media*), die die Mediennutzung der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland empirisch beschreibt. Hierzu

wurde ebenfalls eine für Deutschland repräsentative Stichprobe telefonisch befragt. Zusätzlich fand eine qualitative Nachbefragung mit 106 zufällig ausgewählten Jugendlichen statt. Bei den Beiträgen von Fütting (2011) und Seifert (2012) handelt sich um Sekundärdatenanalysen des Projekts *Politische Online-Kommunikation* der TU Ilmenau, das in einer Langzeit-Panel-Studie die Entwicklung des Einflusses des Internets auf die politische Kommunikation untersuchte. Auch hierbei wurde mittels einer quantitativen Telefonbefragung eine für Deutschland repräsentative Stichprobe ab 16 Jahren befragt.

Studien zu bestimmten Online-Formaten

Diese Forschungsarbeiten untersuchen meist anhand qualitativer Fallstudien bestimmte Online-Formate wie etwa Facebook-Gruppen, Internetforen oder Videoportale in Bezug auf ihre Potenziale für die Online-Partizipation Jugendlicher.

Am häufigsten widmen sich die in dieser Gruppe zusammengefassten Studien der Nutzung des Sozialen Netzwerkdienstes Facebook und insbesondere der Nutzung von Facebook-Gruppen. Valenzuela et al. (2009) untersuchen beispielsweise anhand einer quantitativen Online-Befragung von 18- bis 29-jährigen US-Studierenden, inwiefern die Facebook-Nutzung mit Einstellungen und Verhaltensmustern, die das Sozialkapital erhöhen, in Zusammenhang steht. H. Moser (2011) geht in seiner Studie u. a. der Frage nach, inwiefern Facebook-Nutzende das Soziale Netzwerk als Medium ansehen, das Anliegen der jungen Generation im Sinne einer Entwicklung einer partizipativen Kultur aufgreift. Zu diesem Zweck wurde eine quantitative Online-Umfrage mit Mitgliedern von elf politischen Facebook-Gruppen aus der Schweiz durchgeführt. Die betrachtete Altersgruppe wurde nicht eingeschränkt, der Großteil der an der Studie Teilnehmenden war jedoch jünger als 30 Jahre. Fezell et al. (2009) untersuchen, inwiefern sich die Mitgliedschaft in politischen Facebook-Gruppen positiv auf politische Partizipation und politisches Wissen auswirkt. Hierzu wurden zum einen eine Befragung von Politikwissenschaftsstudierenden aus Kalifornien und zum anderen eine quantitative Inhaltsanalyse von politischen Facebook-Gruppen durchgeführt. Langlois et al. (2011) führen im Zusammenhang mit Regionalwahlen in Kanada Fallstudien durch, um zu ergründen, inwiefern über Facebook eine klassische, parteipolitische Mobilisierung erfolgt oder neue Konstellationen, Fragen und Öffentlichkeiten entstehen. Die Forschungsarbeit von Wettstein (2010) untersucht, inwiefern Interaktionen in politischen Facebook-Gruppen eine Form politischer Partizipation darstellen können. Die Diskussionen innerhalb der Gruppen wurden mithilfe von qualitativer, teilnehmender Beobachtung analysiert.²⁰

Mit der Nutzung von Video-Portalen befassen sich die Beiträge von Lim und Golan (2011) sowie von Küllertz und Hartung (2009). Die erstgenannte Studie untersucht beispielsweise in einem experimentellen Setting, welche Wirkung politischen Parodie-Videos auf YouTube zugeschrieben wird. Bei den Teilnehmenden handelte es sich um Studierende einer US-amerikanischen Universität.²¹

Die zweite Arbeit befasst sich mit dem Stellenwert von Video-Parodien für Verständigung, Selbstbestimmung und Partizipation Jugendlicher und analysiert hierzu u. a. Medienparo-

20 Bei den Arbeiten von Fezell et al. (2009), Langlois et al. (2011) und Wettstein (2010) wurde keine spezifische Altersgruppe definiert bzw. das Alter der Befragten ist in der Veröffentlichung nicht angegeben.

21 Auch bei dieser Veröffentlichung fehlt die Altersangabe der Befragten.

dien zur rechtsex-tremen Szene.

Die Forschungsarbeiten von Andersson (2010) und Duits et al. (2010) untersuchen anhand von Fallanalysen jeweils ein Online-Diskussionsforum bzw. ein Mitmach-Portal für Jugendliche. Andersson arbeitet mit einem diskursanalytischen Vorgehen heraus, unter welchen Bedingungen politische Sozialisation innerhalb einer digitalisierten Gesellschaft stattfindet. Duits et al. untersuchen mittels qualitativer Inhaltsanalyse von Beiträgen 15- bis 19-Jähriger, inwiefern das Internetportal Jugendliche in der Medienlandschaft repräsentiert und ihnen eine alternative Stimme verleiht.

Studien zu bzw. Beschreibungen von länderspezifischen Phänomenen

Die Studien von Aydemir und Apak (2010) und Yang et al. (2011) sind länderspezifisch angelegt und stellen jeweils Aspekte der Internetnutzung in der Türkei bzw. in China dar. Aydemir und Apak befragten hierzu mittels eines Online-Fragebogens und Telefon-Interviews junge Erwachsene zwischen 23 und 29 Jahren, die sich als Koordinatorinnen und Koordinatoren einer politischen Kampagne im Internet engagierten. Yang et al. dokumentieren in ihrem Beitrag Veränderungen, die sich durch den flächendeckenden Zugang zum Internet in China ergeben haben und greifen dazu auf Daten des China Internet Network Information Center (CNNIC) zurück.

Studien, die die Bedeutung des Internets für die Partizipation (Jugendlicher) untersuchen

Diese Studien bilden allein aufgrund ihrer Anzahl einen Schwerpunkt unter den recherchierten Titeln. Mit ihnen werden qualitativ oder quantitativ die Funktionen erfasst, die das Internet für die Partizipation Jugendlicher erfüllt bzw. erfüllen kann oder sie untersuchen den Zusammenhang zwischen Internetnutzung und Partizipation bzw. die Faktoren, die dabei eine Rolle spielen.

Hepp et al. (2012) gehen in ihrem Beitrag u. a. der Frage nach, wie Überlagerungen von Vergemeinschaftungen in verschiedenen digitalen Medien zu bewerten sind und welche Rolle dies insbesondere für junge Menschen spielt. Der Studie liegt Datenmaterial aus qualitativen Interviews und Medientagebüchern zugrunde, wobei die Altersgruppe von 16 bis 30 Jahren betrachtet wird. Die Studie von Baringhorst et al. (2010) widmet sich der Beschreibung und Analyse von unternehmenskritischen Kampagnen im Internet. Die Phänomene wurden mittels quantitativer Inhaltsanalyse und anschließenden Tiefeninterviews und Online-Umfragen untersucht. Bakardjieva (2010) betrachtet in ihrem Beitrag die Altersgruppe der 10- bis 35-Jährigen. Zur Beantwortung der Frage, welche Kapazitäten das Internet aufweist, um die Aktivitäten von Bürger(inne)n zu erweitern, wertet sie Daten zweier qualitativer Studien aus, die sich mit der Internetnutzung in Kanada beschäftigen. Die Untersuchung von Mascheroni (2009) widmet sich dem Umgang italienischer Jugendlicher und junger Erwachsener mit politischen Inhalten in Sozialen Netzwerkdiensten. Als empirische Grundlage dienen Fokusgruppeninterviews mit Heranwachsenden zwischen 14 und 19 sowie zwischen 20 und 25 Jahren.

Eine weitere Zahl von Studien stützt sich auf quantitative Erhebungsverfahren. So untersuchen Bakker und de Vreese (2011) die Auswirkungen spezifischer Internetnutzung auf das partizipatorische Handeln der sogenannten *Internet Generation* in den Niederlanden. Grundlage der Studie ist eine Online-Befragung niederländischer Jugendlicher und junger Erwachsener zwischen 16 und 24 Jahren. Correa (2010) untersucht in ihrer Studie, inwiefern soziodemografische und psychologische Faktoren bei US-amerikanischen College-Studierenden mit der Erstellung von Online-Inhalten zusammenhängen. Die empirische Basis bildet ebenfalls ein Online-Fragebogen und die Teilnehmenden weisen ein durchschnittliches Alter von 24 Jahren auf. Der Beitrag von Walther (2011) zielt insgesamt darauf ab, die Partizipation Jugendlicher unter einer subjekt- und handlungstheoretischen Perspektive zu analysieren. Dazu liefert der Autor eine Zusammenfassung des internationalen Forschungsstandes und bezieht sich auf Ergebnisse unterschiedlicher deutscher und europäischer Jugendstudien und politischer Studien. Die betrachtete Altersgruppe liegt dabei zwischen 12 und 29 Jahren. Die Forschungsarbeiten von Spaiser (2011a; 2011b) nehmen jeweils die Altersgruppe der 15- bis 25-Jährigen in den Blick. Es handelt sich um Sekundärdatenanalysen einer nicht-repräsentativen, quantitativen Erhebung an deutschen Schulen. Bei Spaiser (2011a) steht u. a. die Frage im Zentrum, ob die Netzbewegung eine Jugendbewegung ist und inwiefern sich spezifische jugendkulturelle Merkmale identifizieren lassen. Der Beitrag von Spaiser (2011b) untersucht, inwiefern Jugendliche im Internet ein neues Partizipationsfeld gefunden haben, das ihren Bedürfnissen und allgemeinen Individualisierungsprozessen entgegenkommt.

Studien zur Sicht Jugendlicher auf (Online-)Partizipation

Die Studien dieser Gruppe erfassen qualitativ die Sicht, die Jugendliche selbst auf (Online-)Partizipation haben und wie sie diese bewerten. Die Forschungsarbeit von S. Moser (2011) geht auf der Grundlage von qualitativen Leitfadeninterviews der Frage nach, wie Jugendliche selbst gesellschaftliche Partizipation sehen. Die Befragten waren hierbei zwischen 13 und 25 Jahre alt. Die Studie von Fortunati (2011) untersucht demgegenüber auf der Basis einer qualitativen Inhaltsanalyse von Essays italienischer Studierender, wie junge Menschen Online-Partizipation erfahren und konzeptualisieren. Bei der Arbeit von Gustafsson (2009) handelt es sich vornehmlich um einen theoretischen Beitrag, der sich jedoch auf Ergebnisse anderer Studien stützt. Einbezogen werden u. a. Ergebnisse von Fokusgruppeninterviews mit schwedischen Facebook-Nutzenden zu deren Einstellung gegenüber politischen Inhalten und Mobilisierungsprozessen in Sozialen Netzwerken.

Studien zur Angebotsseite

Die Studien, die eine Analyse des Angebotes vornehmen, untersuchen beispielsweise Internetportale für Jugendliche oder betrachten die Internet- und insbesondere die Social Web-Nutzung von Politiker(inne)n.

So zielt der Beitrag von Bennett et al. (2010) darauf ab, Online-Portale zu entwickeln bzw. zu verbessern, in denen Jugendliche sogenannte *Civic Skills* erlernen können. Vor diesem Hintergrund wurde eine quantitative Inhaltsanalyse von größtenteils US-amerikanischen

Websites durchgeführt. Die Studie von Beyrl (2009) richtet sich auf ein österreichisches Online-Angebot, das als wahlunabhängige, politische Orientierungshilfe dient. Das Projekt wurde wissenschaftlich begleitet und die Nutzenden wurden mittels eines Online-Fragebogens befragt. Buskqvist (2010) analysiert in seiner Studie verschiedenen Formen und Bedingungen der politischen Kommunikation Jugendlicher. Dazu werden mehrere schwedische Websites mittels qualitativer Textanalyse untersucht. Der Beitrag von Christensen (2011) widmet sich der Frage, inwiefern *Slacktivism* als politische Partizipation gelten kann. Der Autor stellt hierzu eine Zusammenschau aktueller Literatur zusammen und stellt Internetangebote vor, die *Slacktivism* ermöglichen.

Mit der Social Web-Nutzung von Politiker(inne)n befassen sich schließlich die Studien von Siri et al. (2012) und Thimm et al. (2012). Die erstgenannte Forschungsarbeit analysiert dabei die Aktivitäten von Bundestagsabgeordneten bei Facebook und stützt sich auf eine quantitative Umfrage mit Abgeordneten. Zudem wurden qualitative Experteninterviews und qualitative Profilanalysen durchgeführt. Zweitgenannte Studie fokussiert auf die Nutzung des Microblogging Dienstes Twitter im Umfeld von Landtagswahlen. Hierzu wurde die Twitter-Kommunikation von Politiker(inne)n quantitativ ausgewertet.

3.2 Zentrale Ergebnisse der recherchierten Studien

3.2.1 Jugendstudien, die u. a. politisches und gesellschaftliches Engagement erfassen

Die Studien, die in der ersten Gruppe zusammengefasst sind, liefern zunächst Ergebnisse zum politischen Interesse von Jugendlichen. Diesen zufolge interessieren sich Jugendliche weniger für Politik als Erwachsene. Dieser Befund hat sich jedoch in den vergangenen Jahren weder in die eine, noch in die andere Richtung verändert (vgl. Abendschön/Roßteutscher 2011).

Mehreren Studien entsprechend stehen Jugendliche dem Thema Politik weitgehend leidenschaftslos gegenüber, identifizieren sich aber mit der Demokratie als politisches System und zeigen Interesse für bestimmte politische Themen wie z. B. Umweltschutz (vgl. Calmbach et al. 2011; Gille et al. 2011; Schneekloth 2010).

Einfluss auf das politische Interesse, das Partizipationsverhalten und auch auf das Informationsverhalten haben den Studien zufolge etwa der Bildungsstand der Eltern, das Alter, das Geschlecht, die Zufriedenheit mit der Lebenssituation und das soziale Milieu. Ältere, aus einem gebildeten Elternhaus stammende Jungen, die einen hohen Schulabschluss anstreben, sind am ehesten an Politik interessiert, engagieren und informieren sich am häufigsten durch viele unterschiedliche mediale Quellen (vgl. Calmbach et al. 2011; Gaiser et al. 2011; Schneekloth 2010).

Dem Engagement von Jugendlichen schreiben die Studien einen dynamischen Charakter zu, da es oft themen- und projektgebunden und nur selten langfristig angelegt ist (vgl. Gille et al. 2011; Schneekloth 2010). Soziales, kulturelles und ökologisches Engagement liegt Jugendlichen näher als politisches Engagement (vgl. Calmbach et al. 2011). Um die Partizipation Jugendlicher adäquat zu untersuchen, ist außerdem ein breiter Partizipationsbegriff von Nöten, der auch unkonventionelle und neue Formen nicht außer Acht lässt (vgl. Wettstein 2010).

3.2.2 Studien, die die Mediennutzung erheben und u. a. politisches Handeln mit Medien erfassen

Die Ergebnisse der in der zweiten Gruppe zusammengefassten Studien rücken den Fokus auf die Nutzung von Medien und insbesondere des Internets beim Verfolgen politischer Interessen. Busemann/Gscheidle (2011; 2012) zufolge wird das Social Web trotz seiner Möglichkeiten zur kreativen Gestaltung vornehmlich rezeptiv genutzt. Eine Ausnahme bilden dabei die Sozialen Netzwerkdienste.

Das Informieren über das aktuelle Tagesgeschehen und somit auch über politische Inhalte in den Online-Communities hat in den vergangenen drei Jahren leicht zugenommen. Dies geschieht hauptsächlich passiv, z. B. über das Abonnieren von Fan-Seiten und nicht durch gezielte Suche innerhalb der Community (vgl. Busemann/Gscheidle 2011; 2012; van Eime-

ren/Frees 2012). Auch wenn das Informieren über das Internet zunimmt, bleibt das Fernsehen primäres Informationsmedium (vgl. Feierabend 2010; Spaiser 2011b).

Politische Kommunikation wird durch die Nutzung des Internets eher begünstigt. Partizipative Handlungen scheinen davon jedoch nicht betroffen. Durch die Nutzung des Internets findet in jedem Fall keine Abwendung von politischen Themen oder der Gesellschaft statt. Das Mobilisierungspotenzial zu mehr politischer Kommunikation (rezeptiv und interpersonal) scheint eher für ältere Nutzende zu gelten und weniger für Jugendliche (vgl. Seifert 2012). Fütting (2011) zufolge entwickelt sich durch das Internet nicht unbedingt eine politische Online-Elite, sondern die jüngere Generation kommuniziert schlichtweg anders über Politik und nutzt dafür vornehmlich das Internet.

3.2.3 Studien zu bestimmten Online-Formaten

Diejenigen Studien, die sich mit der Nutzung von Online-Diskussionsforen oder Mitmach-Portalen beschäftigen, kommen zu dem Ergebnis, dass sich darin Elemente der Entstehung eines demokratischen Lernprozesses erkennen lassen. Laut Andersson (2010) erwarten Jugendliche in der politischen Diskussion voneinander eine klare Positionierung und eine Verteidigung dieser Positionen. In Diskussionsforen im Internet wird zudem ein gemeinsamer Verhaltenskodex ausgehandelt, dessen Einhaltung durch die Teilnehmenden selbst reguliert wird. Jugendliche, die in einem journalistischen Internetportal in den Niederlanden mitarbeiten, sehen sich laut der Studie von Duits et al. (2010) selbst als Elite und distanzieren sich oft von der Gesellschaft zum einen, zum anderen aber auch von ihrer eigenen Meinung.

Im Hinblick auf Video-Portale im Internet halten die Forschungsarbeiten fest, dass parodistische Online-Videos als Plattform für eine humorvolle Teilnahme am politischen Diskurs genutzt werden (vgl. Küllertz/Hartung 2009). Der sogenannte *Third-Person-Effect* trifft Lim/Golan (2011) zufolge auch bei der Rezeption von politischen Parodie-Videos zu und die erwartete negative Wirkung auf Andere ist ein Grund, sich online einzubringen und das Video zu korrigieren.

Die Ergebnisse zur Nutzung von Facebook-Gruppen legen nahe, dass diejenigen Nutzenden, die Mitglied in einer politisch ausgerichteten Facebook-Gruppe sind, offline häufiger politisch partizipieren als Facebook-Nutzende ohne politische Gruppen (vgl. Fezell et al. 2009; Valenzuela et al. 2009). Politische Gruppen im Sozialen Netzwerkdienst Facebook werden von den Mitgliedern dazu genutzt, um die eigene Meinung auszudrücken und erhalten dadurch einen Petitionscharakter. Sie werden dagegen weniger zur Diskussion genutzt (vgl. Moser 2011; Fezell et al. 2009; Wettstein 2010).

3.2.4 Studien zu bzw. Beschreibungen von länderspezifischen Phänomenen

Diese Forschungsarbeiten liefern länderspezifische Betrachtungen zur politisch motivierten Internetnutzung. Auch wenn die Ergebnisse nur bedingt übertragbar auf andere Länder und Regionen sind, können sie dennoch als exemplarische Fallstudien für Schwellenländer bzw.

Staaten mit ähnlichen Merkmalen gelten.

Aydemir/Apak (2010) untersuchen in ihrem Beitrag eine Online-Kampagne, die als maßgeblich verantwortlich dafür angesehen wird, dass in der Türkei die Altersgrenze für politische Ämter von 30 auf 25 Jahre herabgesetzt wurde. Die Kampagne entwickelte sich innerhalb kurzer Zeit von einer Grassroots-Bewegung zu einer nationalen Bewegung. Den Autorinnen zufolge zeigt der Fall, wie schnell Menschen über das Internet zur Offline-Partizipation mobilisiert werden können.

Der Beitrag von Yang et al. (2011) argumentiert, dass die Internetnutzung in der Volksrepublik China freier ist, als häufig in Europa angenommen wird. Demnach sind beispielsweise (Micro-)Blogs in China als Hauptplattformen der öffentlichen Diskussion im Internet anzusehen. Anders als in vielen anderen Ländern stellt es in China eine gesellschaftlich völlig neue Erfahrung dar, sich öffentlich äußern zu können. Spezifische chinesische Versionen von Sozialen Netzwerkdiensten wie Facebook tragen dazu bei, dass sich Traditionen in Bezug auf soziale Beziehungen verändern.

3.2.5 Studien, die die Bedeutung des Internets für die Partizipation (Jugendlicher) untersuchen

Innerhalb der Gruppe von Studien, die ihren Schwerpunkt auf Online-Partizipation richten, ergeben sich recht differenzierte Ergebnisse:

Grundsätzlich ermöglichen es Soziale Netzwerkdienste wie Facebook, dass politische Themen und Akteure Teil der Alltagswelt werden (vgl. Bakardjieva 2010). Politische Nachrichten zu rezipieren wird so zum sozialen Ereignis, wenn Inhalte in diesen Netzwerken weitergereicht und gemeinsam ausgehandelt werden (vgl. Mascheroni 2009). Hepp et al. (2012) unterscheiden hierbei zwei Formen der Vergemeinschaftung über das Internet: Mediatisierte Vergemeinschaftungen (von Mediatisierung geprägte Gemeinschaften) und Mediatisierungsvergemeinschaftungen (Gemeinschaften, die nur über Mediatisierung funktionieren).

Die reine Nutzungszeit des Internets hat laut Bakker/de Vreese (2011) jedoch eine viel geringere Aussagekraft als die jeweiligen Inhalte der Mediennutzung. Online-Kommunikation sowie Online-Nachrichten-Rezeption stehen der Studie nach in einem positiven Zusammenhang mit Online- wie auch Offline-Partizipation. Baringhorst et al. (2011) zufolge, die speziell unternehmenskritische Kampagnen im Internet beleuchten, wird das Internet hauptsächlich zur kommunikativen Vernetzung und als Informationskanal genutzt und weniger zu originären Online-Protesten. Valenzuela et al. (2009) zufolge stehen die Nutzung von Facebook und das persönliche Sozialkapital in einem positiven Zusammenhang, genau wie Facebook-Nutzung und soziale Partizipation. Die kausale Beziehung bleibt dabei jedoch unklar.

Hinsichtlich der Partizipation im Social Web sind deutliche Geschlechterunterschiede festzustellen, da Männer häufiger eigene Inhalte produzieren als Frauen. Zudem spielen psychologische Faktoren wie Motivation und die wahrgenommene Online-Kompetenz eine große Rolle (vgl. Correa 2010). Bakardjieva (2010) kommt in ihrer Studie zu dem Schluss, dass Jugendliche das Internet meist nur dann zur politischen Informationssuche nutzen, wenn sie beispielsweise durch Schulaufgaben dazu angehalten sind. Dann wiederum nutzen sie es aber gerne und kompetent. Auch innerhalb der Altersgruppe der Jugendlichen und der

jungen Erwachsenen gibt es deutliche Unterschiede in der Internetnutzung und der Art, ob und wie das Internet zur Partizipation genutzt wird. So nutzen zum Beispiel männliche, besser gebildete Jugendliche Online-Medien häufiger zu partizipativen Zwecken als Andere (vgl. Correa 2010; Spaiser 2011a; 2011b). Dadurch zeigt sich in Bezug auf Partizipation online eine Kluft, die allerdings auch offline bereits existiert (vgl. Mascheroni 2009).

3.2.6 Studien zur Sicht Jugendlicher auf (Online-)Partizipation

Diejenigen Forschungsarbeiten, die die Sicht Jugendlicher auf Partizipation untersuchen, legen nahe, dass das Internet vor allem als Ausgangspunkt und Informationsquelle und weniger als Ort für politische Partizipation wahrgenommen wird (vgl. Fortunati 2011; Baringhorst et al. 2010). Der Offline-Partizipation wird von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Vergleich zur Online-Partizipation insgesamt ein sehr viel höherer Stellenwert eingeräumt und eine größere Effektivität zugesprochen (vgl. Fortunati 2011; Gustafsson 2009). Den Ergebnissen von Fortunati (2011) folgend lässt sich eine Trennung zwischen sozialer und politischer Partizipation online kaum vornehmen. Die Befragten sehen Online-Angebote eher als Ergänzung zu Offline-Möglichkeiten. Moser (2011) schließt aus ihren Ergebnissen, dass Computer- und Internetnutzung das Engagement von Jugendlichen fördern kann, indem dadurch die Organisation oder aber das Knüpfen von sozialen Kontakten erleichtert wird.

3.2.7 Studien zur Angebotsseite

Die Ergebnisse dieser Gruppe von Studien beleuchten schließlich politische Partizipation von der Angebotsseite aus. Demzufolge existieren im Internet viele Websites, die jungen Bürger(inne)n politischen Wissenserwerb ermöglichen. Allerdings sind die Möglichkeiten oft einseitig nach dem Top-Down-Prinzip strukturiert (vgl. Bennett et al. 2010). Laut Buskqvist (2010) bieten politische Websites Jugendlichen längst nicht so viel Raum zur politischen Partizipation, wie es aus normativer Sicht erhofft wird. Entscheidend für Ausmaß und Art des interaktiven Angebots sind dabei die Art der Institution, die hinter der Website steht und die Art und Weise, wie sie ihre Nutzenden sowie allgemein Bürger(innen) sieht. Viele Seiten im Netz bieten Nutzenden Möglichkeiten des *Slacktivism* – also kleinere Aktionen, die wenig Zeit oder andere Ressourcen erfordern – dessen Wirksamkeit aber umstritten ist (vgl. Christensen 2011). Zudem können sogenannte *Voting Indicator Tools* insbesondere jungen Menschen dabei helfen, online die Positionen von Parteien kennenzulernen und sie mit eigenen Einstellungen abzugleichen (vgl. Beyrl 2009). Der Microblogging-Dienst Twitter stellt Thimm et al. (2012) zufolge einen eigenständigen, politischen Diskussionsraum mit eigenen Regeln und Grenzen dar. Hier deuten allerdings die Ergebnisse von Busemann/Gscheidle (2012) darauf hin, dass dieser Raum bisher nur von einer Digitalen Avantgarde genutzt wird.

3.3 Die empirischen Studien im Überblick

Bennett, L. W.; Freelon, D.; Wells, C. (2010): Changing Citizen Identity and the Rise of a Participatory Media Culture. In: Sherrod, L.; Torney-Purta, J.; Flanagan, C. A. (Hrsg.) (2010): Handbook of Research on Civic Engagement in Youth. Hoboken: Wiley, S. 393-423.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Beitrag geht der Frage nach, inwiefern optimistische Aussagen zu den Auswirkungen der Online-Aktivitäten Jugendlicher auf deren Partizipationsverhalten zutreffen (vgl. S. 393).
- Ziel ist es, Online-Portale zu entwickeln bzw. zu verbessern, in denen Jugendliche „Civic Skills“ erlernen können (S. 393).
- Ausgangspunkt: Es wird als Problem betrachtet, dass Jugendliche sich über alle Medien hinweg weniger über Politik informieren als Erwachsene und somit auch über ein geringeres politisches Wissen verfügen (vgl. S. 394). Hinsichtlich der Partizipation zeigt sich aber ein geteiltes Bild in den USA. Es gibt nicht einen generellen Abfall von Partizipation. Während die Wahlbeteiligung und z. B. ethischer Konsum zunimmt, nimmt gesellschaftliche Beteiligung eher ab (vgl. S. 395).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Das Bild eines „good citizen“ verändert sich mit den politischen, sozialen und kommunikativen Systemen. Bennett et al. beziehen sich hier auf den Wechseln von „Dutiful“ zu „Actualizing Citizens“ (S. 396-399) (vgl. Bennett 2008).
- Junge Menschen fühlen sich heute wohl damit, klassische Gatekeeper-Rollen zu übernehmen, die ehemals Lehrer(innen) oder Journalist(inn)en hatten. Dadurch lässt sich erklären, warum sie eine Zivilgesellschaft, die aus festen Mitgliedschaften und Organisationen besteht, künstlich finden (vgl. S. 397).
- Den Erfolg von Obamas Wahl-Kampagne 2008 sehen die Autoren als Beispiel für den Wechsel von „Dutiful“ zu „Actualizing Citizens“ (S. 399 ff.).
- Die Autoren benennen drei prominente Möglichkeiten für „participatory media engagement“: 1. Online Videos (S. 402 ff.), 2. Social Networking (vgl. S. 404 f.) und 3. Civic Gaming, womit die Beteiligung an On-linespielen gemeint ist, die realweltliche Probleme aufgreifen (z. B. Armut in Städten bei Second Life) (vgl. S. 405 f.).

Design

- Durch die Sichtung einschlägiger Literatur für den Sozialkundeunterricht wurden vier Kategorien des „Civic Learning“ ermittelt. Es wird davon ausgegangen, dass diese vier Kategorien sowohl für „Actualizing“ als auch für „Dutiful Citizens“ bestehen, deren Lernziele sich aber unterscheiden:
 - Knowledge/Wissen (z. B. über politische Strukturen)
 - Expression/Ausdruck (z. B. kommunikative Kompetenzen)
 - Joining Public/Öffentlichkeit beiwohnen (z. B. das Wissen um öffentliche Räume und Äußerungschancen)
 - Take Action/Agieren (z. B. an einer Demonstration teilnehmen) (vgl. S. 408 ff.)
- Es wurde eine quantitative Inhaltsanalyse für 264 Webseiten durchgeführt, die „Civic Learning“ ermöglichen sollen. Der Großteil stammte aus den USA.
- Erhoben wurde (S. 410 f.):

- Der Traffic der Seite unter Zuhilfenahme eines online-traffic-measuring-tools
- Die Kategorie der Seite (1. Organisation ohne Offline-Struktur, 2. Offizielle Regierungs-Website oder Website eines Kandidaten, 3. Eine Community-Organisation, die Jugendbeteiligung fördert oder 4. Eine Seite zu einem bestimmten Thema oder Interesse)
- Die Kategorien des „Civic Learning“ und die Art der Vermittlung; entweder für „Actualizing Citizens“ oder für „Dutiful Citizens“

Ergebnisse

- Die meisten untersuchten Seiten bieten zumindest in einer der vier Kategorien Lernmöglichkeiten (vgl. S. 411).
- Die Seiten, die vor allem den „Actualizing Citizens“ Lernmöglichkeiten bieten, waren bis auf eine Ausnahme als Soziales Netzwerk aufgebaut, in denen man sich über Aktivitäten austauschen kann (S. 414).
- Es gibt im Internet für Jugendliche viele Möglichkeiten, als Bürger(innen) etwas zu lernen. Allerdings sind die Möglichkeiten oft ähnlich des Schulunterrichts strukturiert. Das heißt, es handelt sich um reine Wissensvermittlung, die top-down und einseitig verläuft. Somit ist sie eher für „Dutiful Citizens“ geeignet (vgl. S. 412 ff.).
- Die Ergebnisse sind laut den Autoren vergleichbar mit denen des CIVICWEB-Projekt in Europa (vgl. S. 414)

Beyrl, M. (2009): Voting indicator tools. Online-Orientierungshilfen als interaktive Form der Politikvermittlung. In: Filzmaier, P.; Plaikner, P.; Duffek, K. A. (Hrsg.) (2009): Stichwort Wählen. S. 237-248. Wien: Böhlau.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Welche Wirkung entfaltet die wahlunabhängige, politische Online-Orientierungshilfe Poltikkabine.at auf die Nutzenden? (vgl. S. 243)

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Nach Filzmaier (2007) wird Politische Kommunikation verstanden als „[...] jede Form der Politikvermittlung und umfasst demzufolge politische Information, politische Partizipation und politische Kommunikation im engeren Sinne als Kampagnenarbeit.“ (S. 237)
- Eine eigenständige Meinungsbildung wird als Grundvoraussetzung für politische Partizipation gesehen (vgl. S. 237).
- Ausgangspunkt der Untersuchung:
- Massenmedien sind kaum in der Lage, über das tagesaktuelle Geschehen hinaus über Parteienstandpunkte zu informieren und es dem Wähler so zu ermöglichen, die Positionen der Parteien und die eigene Meinung zu vergleichen, um dann eine Wahlentscheidung zu treffen. Daher ist es Aufgabe der politischen Bildung, dies zu ermöglichen. Ein Mittel dazu sind sogenannte Voting Indicator Tools, wie den Wahl-O-Mat in Deutschland (vgl. S. 237 ff.).
- In Österreich gibt es seit 2002 die Wahlkabine (www.wahlkabine.at). 2007 wurde das Prinzip auf eine Online-Orientierungshilfe erweitert, die unabhängig von Wahlen die Gegenüberstellung von politischen Standpunkten erlaubt, die Poltikkabine (www.politikkabine.at) (vgl. S. 240-243).

- In anderen Ländern, u. a. den Niederlanden, in denen Voting Indicator Tools erfunden wurden, wird befürchtet, dass der Einfluss dieser Tools bereits zu groß ist (vgl. S. 244 f.).

Design/Methode

- Das Projekt wurde wissenschaftlich begleitet, indem die Nutzenden mittels eines digitalen Fragebogens befragt wurden (vgl. S. 243).

Ergebnisse

- Der Beitrag beinhaltet noch keine Ergebnisse, da die Begleitforschung zur Zeit des Redaktionsschlusses noch lief.

Busemann, K.; Gscheidle, C. (2011): Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven, 7-8, S. 360-369.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Wie verdrängen Communities andere Web 2.0-Angebote?
- Hält der Trend an, dass – abgesehen von Communities – Web 2.0-Angebote nur von wenigen mit Inhalt gefüllt werden?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Es handelt sich um Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie, die seit 1997 jährlich durchgeführt wird. Es handelt sich um eine deskriptive Studie und ein Politikbegriff ist nicht formuliert. Das Thema politische Information bildet nur einen kleinen Teilbereich im Rahmen der Studie.

Design/Methode

- Die ARD/ZDF-Onlinestudie wird seit 1997 an einer repräsentativen Stichprobe der deutschen Gesamtbevölkerung mit einem quantitativen Fragebogen durchgeführt.
- Betrachtete Altersgruppe: Es werden Deutsche ab 14 Jahre befragt und es findet eine Auswertung nach Altersgruppen statt.

Ergebnisse

- E-Mail, Instant-Messenger und Foren sind nach wie vor die häufigsten Internetanwendungen, vor allem E-Mail. Eine Trendwende zeichnet sich hier allerdings bei den 14- bis 19-Jährigen und den 20- bis 29-Jährigen ab, die mittlerweile häufiger Communities als E-Mail nutzen (vgl. S. 360).
- Das Interesse, selbst user generated content im Web 2.0 zu erstellen, bleibt auf niedrigem Niveau. Hier sind die 14- bis 19-Jährigen allerdings deutlich interessierter als die Erwachsenen (vgl. S. 360 f.).
- Es ergeben sich zudem deutliche Unterschiede bei verschiedenen Web 2.0-Angeboten:
- Blogs werden selten benutzt, vor allem Twens sind selbst Blogger (vgl. S. 362).
- Wikipedia dient allen Altersgruppen hauptsächlich der Informationsbeschaffung (vgl. S. 363).
- Fotocommunities werden zunehmend von Social Networks verdrängt (vgl. S. 363).

- Video-Portale werden stabil in hohem Maße rezeptiv genutzt (vgl. S. 363). Es werden vor allem gezielt Videos aufgerufen, meist aufgrund von Empfehlungen aus dem sozialen Umfeld. Nur ein Bruchteil der Nutzenden stellt selbst etwas ein (vgl. S. 364).
- Für Social Networks gilt nach wie vor: Je jünger, desto eher engagiert man sich dort. Facebook ist in Deutschland die meistgenutzte Community. Die Nutzung ist zudem in den Alltag integriert, da sie beim Großteil der Befragten täglich geschieht (vgl. S. 365).
- Informieren ist als Motiv für die Nutzung von Communities gestiegen (von 27 auf 32% seit 2010). Nutzende informieren sich über ihr soziales Umfeld, Produkte oder Freizeitgestaltung, aber auch in zunehmendem Maße über aktuelle Nachrichten. Ebenfalls angestiegen ist die Zahl derer, die Communities nutzen, um aktuelle Nachrichten weiterzugeben (von 24 auf 33%) (vgl. S. 366). Dennoch bleibt die private Nutzung der zentrale Aspekt (vgl. S. 367).
- Teenager (14-19 Jahre) und Twens (20-29 Jahre) weisen durchweg höhere Nutzungszahlen bei allen Aktivitäten in Communities auf (vgl. S. 367).
- Gründe, keinen Community-Account zu haben, sind Angst vor Datenmissbrauch, mangelndes Interesse, die Bevorzugung anderer Wege der Kommunikation und der Wunsch, im Internet nicht auffindbar zu sein (vgl. S. 368).
- Unverändert niedrig sind die Nutzungszahlen für Twitter (3% aller Onliner) (vgl. S. 368 f.).

Busemann, K.; Gscheidle, C. (2012): Web 2.0: Habitualisierung der Social Communities. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: Media Perspektiven, 42(7-8), S. 380-390. Online verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Umgang der Onliner mit Web 2.0-Angeboten in Deutschland soll nachgezeichnet, sowie Aspekte des Datenschutzes beleuchtet werden (vgl. S. 380).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Es handelt sich um Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie, die seit 1997 jährlich durchgeführt wird. Das politische Informieren ist nur ein Teil von vielen, die untersucht werden. Es handelt sich um eine deskriptive Studie, ein Politikbegriff oder ein theoretischer Hintergrund ist nicht formuliert.

Design/Methode

- Die ARD/ZDF-Onlinestudie wird seit 1997 an einer repräsentativen Stichprobe der deutschsprachigen Bevölkerung mit Telefonanschluss mit einem quantitativen Fragebogen durchgeführt.
- Ein Schwerpunkt lag wie im Vorjahr auf der Untersuchung der Nutzung von Communities.
- Betrachtete Altersgruppe: Es werden Deutsche ab 14 Jahre befragt und es findet eine Auswertung nach Altersgruppen statt.
- Die Befragung wurde telefonisch von Ende Februar bis Anfang April 2012 durchgeführt.
- Eine qualitative Zusatzstudie beschäftigt sich mit den Motiven und Inhalten der Online-Nutzung.

- Abgefragte Items waren unter anderem: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Anwendungen in Sozialen Netzwerken? (täglich, wöchentlich, monatlich, selten, nie) (vgl. S. 383)
 - Informieren, was im eigenen Netzwerk oder Freundeskreis passiert ist
 - Chatten
 - Persönliche Nachrichten an Communitymitglieder verschicken
 - Schreiben von Beiträgen und Kommentaren innerhalb der Community
 - Fotoalben ansehen
 - Videos ansehen
 - Suche nach Informationen
 - Audios anhören
 - Suche nach Kontakten, Bekannten
 - Posten von Links und Informationen
 - Mitteilen, was ich gerade mache
 - Suche nach Infos zu Hobbys/speziell interessierenden Themen
 - Suche nach tagesaktuellen Nachrichten (Politik, Wirtschaft etc.)
 - Anwendungen wie z. B. Quiz, Spiele oder Horoskope nutzen
 - Über Inhalte aus Zeitungen austauschen
 - Suche nach Verbraucherinformationen, z. B. zu Produkten
 - Über Inhalte aus TV austauschen
 - Hochladen von eigenen Bildern
 - Hochladen von Audios
 - Über Inhalte aus dem Radio austauschen
 - Hochladen von eigenen Videos

Ergebnisse

- 43% aller Internetnutzenden in Deutschland haben ein Profil in mindestens einer Online-Community. Während 2010 und 2011 häufig mehr als ein Profil genutzt wurde, haben nun 58% derjenigen, die Social Communities nutzen, nur ein Profil (vgl. S. 380).
- Facebook ist – mit deutlichem Abstand – die am häufigsten genutzte Community in Deutschland (vgl. S. 380).
- Teenager und Twens nutzen Communities länger als Ältere. 14- bis 19-Jährige verbringen etwa 77 Minuten täglich dort, 20- bis 29-Jährige 62 Minuten. Die durchschnittliche Nutzungsdauer aller Internetnutzenden liegt bei 54 Minuten (vgl. S. 381).
- Die qualitative Ergänzungsstudie ermittelt drei Hauptmotive, aus denen sich Internetnutzende mit Communities auseinandersetzen:
 - „Sehen und gesehen werden“ (S. 382)
 - soziales Vernetzen und Kontakthalten
 - privat und themengebunden Informieren
- One-to-many-Kommunikation nimmt gegenüber 2010 und 2011 zu (z. B. Beiträge verfassen oder kommentieren), während die interpersonale Kommunikation leicht abnimmt. Die Autoren sehen darin einen Hinweis darauf, dass der halb-öffentliche Raum der Communities zusehends von den Nutzenden auch als solcher wahrgenommen wird (vgl. S. 380).
- In Bezug auf Informationssuche ermittelt die Studie Folgendes (vgl. S. 382):
 - 66% nutzen die Community, um sich über ihr soziales Umfeld zu informieren.

- 33% suchen aktiv innerhalb der Community nach Informationen.
 - 27% informieren sich zu speziellen Themen wie Hobbies.
 - 15% suchen Informationen zu tagesaktuellen Geschehnissen aus Politik und Wirtschaft.
 - 10% suchen nach Verbraucherinformationen.
- Die Zusatzstudie zeigt, dass vor allem die Digital Avantgarde (vgl. Eimeren/Frees 2012) Communities nutzt, um sich über aktuelle Nachrichten zu informieren.
 - Fotos und Videos werden gleichbleibend häufig rezipiert und seltener selbst hochgeladen (vgl. S. 383).
 - Alle Möglichkeiten der Communities werden von den Jüngeren (14- bis 29-Jahre) deutlich häufiger genutzt als von den Älteren (vgl. S. 383).
 - Ein etwas größerer Teil als im Vorjahr (19% aller Nutzenden) gibt an, dass klassische Online-Informationsportale an Bedeutung verlieren, weil sie über Social Communities informiert werden (vgl. S. 383f.).
 - 85% der Community-Nutzenden geben an, dass sie ihre Privatsphäre durch Sicherheitseinstellungen schützen. Dieser Anteil ist bei den unter 30-Jährigen größer und liegt bei 93%, was vor allem bei den Jüngeren einen deutlichen Zuwachs darstellt. Der Autor und die Autorin führen dies auf den Erfolg von massenmedialen Aufklärungskampagnen und persönliche schlechte Erfahrungen der Nutzenden zurück (vgl. S. 384 f.).
 - Etwa ein Fünftel aller Onliner ist zumindest etwas interessiert daran, eigene Inhalte zu veröffentlichen. Damit ist das Aktivierungspotenzial des Web 2.0 eher begrenzt (vgl. S. 386).
 - Twitter wird fast ausschließlich von jungen, aufgeschlossenen Nutzenden verwendet. Der Großteil stammt aus der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen (vgl. S. 386).
 - Die Nutzung von Blogs stagniert auf niedrigem Niveau bei etwa 7% aller Onliner, die sich damit zumindest sporadisch auseinandersetzen (vgl. S. 386 f.). Dabei finden vor allem Blogs Beachtung, die sich mit dem aktuellen Tagesgeschehen auseinandersetzen (vgl. S. 388).
 - Wikipedia wird von 72% aller Onliner genutzt, aber nur ein verschwindend geringer Teil davon produziert auch selbst Inhalte dort (vgl. S. 388). Ebenso werden auch Video-Portale hauptsächlich rezeptiv genutzt. Das meist genutzte Videoportal in Deutschland ist YouTube (vgl. S. 388).
 - Das Internet wird immer häufiger parallel zu anderen Tätigkeiten genutzt. 18% aller Onliner geben zudem an, dass sie schon einmal parallel zu einer Fernsehsendung eine darauf bezogene Tätigkeit im Internet (z. B. Informationen zur Sendung, Chat-Unterhaltung darüber) ausgeführt haben (vgl. S. 389).
 - Die Web 2.0-Nutzung ist somit, abgesehen von der Beteiligung in Communities, beim Großteil der Nutzenden rezeptiver Natur (vgl. S. 389 f.).

Buskqvist, U. (2010): Spectators, Visitors and Actors. Adressing Young Citizens in Politics Online. In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites. Göteborg: Nordicom, S. 193-210.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Beitrag versucht die Funktionen zu ermitteln, die das Internet für Jugendliche in Bezug auf die Bereitstellung einer politischen Öffentlichkeit erfüllt. Es werden die verschiedenen Formen und Konditionen der politischen Kommunikation Jugendlicher auf verschiedenen Websites aus Schweden analysiert.
- Die zentrale Frage lautete: Wie nutzen Institutionen innerhalb verschiedener politischer Sphären Websites, um junge Bürger(innen) anzusprechen und ihnen Partizipationsmöglichkeiten anzubieten?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Theoretische Ausgangspunkte sind zum einen die wissenschaftliche Diskussion um das politische Mobilisierungspotenzial des Internets, das hauptsächlich mit der Interaktivität des Mediums erklärt wird und zum anderen die Beobachtung, dass Jugendliche der Politik heute weitgehend distanziert gegenüber stehen. Diese beiden Stränge der Forschung scheinen insofern verknüpft, da vor allem junge Leute das Internet nutzen und sie deshalb besonders prädestiniert für die Mobilisierung dort scheinen (vgl. S. 193 f.).

Design/Methode

- Untersucht wurden drei verschiedene Formen von Websites, die alle in Zusammenhang mit der schwedischen Parlamentswahl 2002 oder der Wahl zum europäischen Parlament 2004 standen. Diese drei Formen sind:
 - Seiten von Medienorganisationen (untersucht wurden Websites zweier schwedischer Zeitungen)
 - Seiten von politischen Parteien (untersucht wurden vier Seiten: Jeweils die Seite der sozial-demokratischen und der moderaten Partei sowie deren Jugendorganisationen)
 - Seiten von sozialen Bewegungen (untersucht wurden die Seiten von Attac in Schweden und Vegan.nu) (vgl. S. 194 f.).
- Die Seiten wurden mittels qualitativer Textanalyse untersucht, wobei die Websites sowohl als kommunikatives Ereignis der jeweiligen Institutionen und deren Selbstdarstellung gewertet wurden als auch als kommunikatives Aushandeln zwischen Produzierenden und Rezipierenden (vgl. S. 195).

Ergebnisse

- Zu den Medienunternehmen: Nutzende als „Spectators“
 - Die beiden Medienunternehmen nutzen ihre Website hauptsächlich als Erweiterung des Fernsehens. Die Interaktionsangebote beziehen sich meist auf Fernsehauftritte von Politiker(inne)n, wobei es um die Bewertung des Auftritts (Aussehen, Performance etc.) geht und weniger um den Inhalt (vgl. S. 196).
 - Der Wahlkampf wird wie ein Sportereignis dargestellt, bei dem es um Gewinnen und verlieren geht. Die Nutzenden sind das Publikum des Wettkampfs (vgl. S. 196).
 - Die junge Zielgruppe wird über unterhaltende Elemente angesprochen, z. B. über die Möglichkeit, Bilder von Politiker(inne)n zu verändern, was den Nutzenden in die Rolle eines satirischen Humoristen versetzt und dem Unterhaltungsbedürfnis der jugendlichen Zielgruppe gerecht wird (vgl. S. 196 f.).

- Die interaktiven Elemente der Website dienen eher dazu, die Attraktivität der Seite zu steigern und wiederum Zuschauer anzuziehen, als den Nutzenden die Möglichkeit zu geben, in den politischen Diskurs einzusteigen (vgl. S. 201 f.).
- Zu den politischen Parteien: Nutzende als „Visitors“
 - Die Websites der Parteien scheinen nicht auf Jugendliche ausgerichtet zu sein, sondern sich hauptsächlich an Erwachsene und somit Wähler zu richten. Jugendliche Nutzende werden hauptsächlich als Schüler auf der Suche nach Informationen betrachtet, weshalb die Seiten ihnen fertige Informationspakete liefern (vgl. S. 197 f.).
 - Die traditionelle Form der one-way und one-to-many-Kommunikation, die die Politiker-Bürger-Kommunikation beherrscht, ist auch auf den Websites zu beobachten, da sie hauptsächlich als Informationsbereitstellung für interessierte Bürger(innen) dienen. Die Nutzenden werden daher als Besucher(innen) betrachtet, die nicht zu einem Dialog mit der Partei ermutigt werden (vgl. S. 198).
 - Anders verhält sich dies bei den Jugendorganisationen der Parteien, die den Nutzenden als zur Diskussion bereit betrachten. Politik wird als etwas dargestellt, dass durch gemeinsames Engagement verändert werden kann (vgl. S. 198).
 - Über eigene Profile, Chat- und Diskussionsforen-Angebote werden die Nutzenden ermutigt, als Bürger(innen) der politischen Netzöffentlichkeit teilzunehmen (vgl. S. 198 f.).
 - Fokus aller Partei-Seiten ist es, ein positives Bild der Partei und der führenden Politiker(innen) zu kreieren (vgl. S. 201).
- Zu den sozialen Bewegungen: Nutzende als „Actors“
 - Ähnlich der Jugendorganisationen werden auch hier die Nutzenden als interessierte und engagierte junge Bürger(innen) gesehen, die sich einmischen und diskutieren wollen (vgl. S. 199).
 - Die Seiten der sozialen Bewegungen weisen einen doppelten Charakter auf. Zum einen geht es ihnen darum, eine lebendige Bewegung zu bilden, in der Mitglieder auch online mitwirken können. Aus dieser Sicht sind die Nutzenden Akteure. Zum anderen sind die Websites aber auch Marketing-Werkzeuge, die die Nutzenden als potenzielle neue Mitglieder mit Informationen versorgen sollen. Aus dieser Sicht sind Nutzende Besucher (vgl. S. 199).
- Die Vorstellung, dass durch die Interaktivität des Internets der Nutzende vom Zuschauer zum kreativ agierenden Bürger wird, bezeichnet der Autor als „seductive myth“. Die Grenzen zwischen Unterhaltung und Politik verschwimmen und die Websites werden genutzt, um das Interesse durch unterhaltende oder effektvolle Elemente zu wecken (vgl. S. 202 f.).
- Interaktionsmöglichkeiten bieten die Diskussionsforen der Seiten der Medienunternehmen, der Jugendorganisationen und der sozialen Bewegungen. Bei den Medienunternehmen ist dabei die Gatekeeper-Rolle auf Anbieterseite relativ groß, da Beiträge moderiert werden (vgl. S. 204). Dies ist bei den Jugendorganisationen und den sozialen Bewegungen anders, da hier nicht oder von Nutzenden selbst moderiert wird, was sich im Ton und der Qualität der Beiträge teilweise niederschlägt (vgl. S. 205 f.).
- Fazit:
 - Das Internet bietet ein wichtiges Organisations-Tool für soziale Bewegungen und ermöglicht politische Diskussionen. Die Art und Weise, wie das Internet von den Institutionen genutzt wird, differiert ja nach Art der Institution. Pauschal von dem Internet zu sprechen ist daher nicht möglich. Ebenfalls von Bedeutung für das Online-Angebot einer Institution ist, in welcher Rolle sie Bürger(innen) als Nutzende betrachtet (vgl. S. 207).
 - „In spite of the often quite techno-utopian rhetoric of the era of ‚Web 2.0‘ (vgl. O’Reilly 2005) the web has to be seen as a medium dominated by producers with strong economical, political and technological resources that rather target an audience than invite people to social networking“ (S. 208).

- Dennoch sieht der Autor in Blogs, alternativen Nachrichten-Websites oder YouTube ein deliberatives Potenzial, da diese Seiten etablierte Medien herausfordern können und gerade jungen Nutzenden verschiedene, neue Arenen bieten, in denen sie sich am politischen Diskurs beteiligen können (vgl. S. 208).

Calmbach, M.; Thomas, P. M.; Borchard, I.; Flaig, B. (2011): *Wie ticken Jugendliche? 2012: Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland.* Düsseldorf: Verl. Haus Altenberg.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Die Studie des Sinus-Instituts zielt darauf ab, die Lebenswelt der 14- bis 17-Jährigen in Deutschland abzubilden.
- Betrachtet wurden dabei im Einzelnen:
 - Die Wertorientierung
 - Kulturelle Vorlieben und Freizeitgestaltung
 - Gemeinschaftsbildung
 - Die Rolle der Medien (insbesondere digitale Räume sowie Urheberrecht und Datenschutz)
 - Interesse an und Einstellung zur Politik
 - Politisches und soziales Engagement
 - Zukunftsperspektiven
 - Berufswahl
 - Bedeutung von und Einstellung zur Schule
 - Die Rolle von Glaube, Religion und Kirche
- Die Ergebnisse der Studie dienen zudem als Grundlage, ein Lebenswelten-Modell Jugendlicher in Deutschland (wie die Sinus-Milieus für Erwachsene) zu entwerfen, dass anschließend quantitativ anhand der Sinus-Milieu-Daten überprüft wird (vgl. S. 32f, Modell s. u.).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Der hier verwendete Begriff der Lebenswelt wird im Spannungsfeld von sozialer Lage, Lebensstil und Werten betrachtet. Von sozialen Milieus wird, wie sonst beim Sinus-Institut üblich, nicht gesprochen, da davon ausgegangen wird, dass die Ausformung der sozialen Kernidentität in der betrachteten Altersgruppe noch nicht abgeschlossen ist (vgl. S. 28 f.).
- Grundlage der Analyse der Wertorientierung ist eine Achse von traditionellen Werten (z. B. Sicherheit), über moderne Werte (z. B. materielle Werte) hin zu postmodernen Werten (z. B. Erlebnisse) (vgl. S. 30 f.).

Design/Methode

- Betrachtet wurden Jugendliche im Alter von 14 bis 17 Jahren.
- Für die Beantwortung der Forschungsfragen wurden 72 Jugendliche mit unterschiedlichem Bildungs- und Migrationshintergrund aus ganz Deutschland befragt. Zusätzlich wurden Fotos ihrer Zimmer analysiert und sie wurden gebeten vor den Interviews Hausarbeitshefte auszufüllen, in denen das eigene Interesse, u. a. zu Musik, Filmen oder in der Schule, abgefragt wurde. Das Material wurde hermeneutisch ausgewertet (vgl. S. 27 f.).

Ergebnisse

- Konservativ-Bürgerlich: „Die familien- und heimatorientiert Bodenständigen mit Traditions-bewusstsein und Verantwortungsethik“ (S. 89) (Analyse S. 80-129)
- Adaptiv-Pragmatisch: „Der leistungs- und familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft“ (S. 131) (Analyse S. 130-173)
- Prekäre: „Die um Orientierung und Teilhabe bemühten prekären Jugendlichen mit schwierigen Startvoraussetzungen und Durchbeißermentalität“ (S. 175) (Analyse S. 174-209)
- Materialistische Hedonisten: „Die freizeit- und familienorientierte Unterschicht mit ausgeprägten, markenbewussten Konsumwünschen“ (S. 211) (Analyse S. 210-247)
- Experimentalistische Hedonisten: „Die spaß- und szeneorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt“ (S. 249) (Analyse S. 248-285)
- Sozialökologische: „Die nachhaltigkeits- und gemeinwohlorientierten Jugendlichen mit sozialkritischer Grundhaltung und Offenheit für alternative Lebensentwürfe“ (S. 287).
- Expeditive: „Die erfolgs- und lifestyleorientierten Networker auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen“ (Analyse S. 324-363).
- Medien sind fester Bestandteil des Alltags Jugendlicher und wichtige Ressource für die Identitätskonstruktion (z. B. sind Smartphones Statussymbole). Wer keine technischen Medien besitzt, nicht in sozialen Netzwerken vertreten ist oder wem es an Medienkompetenz fehlt, der wird zum Außenseiter (vgl. S. 50f; 53).
- Das Internet ist selbstverständlicher Teil des Alltags. Es wird vornehmlich zur Unterhaltung und zur sozialen Vernetzung genutzt. Mit steigendem Bildungsstand wird es häufiger zur gezielten Informationsrecherche verwendet und ein größeres Online-Handlungsrepertoire angewendet (vgl. S. 51 f.).
- Auch nach lebensweltlichem Hintergrund unterscheidet sich die Mediennutzung: Expeditive und Adaptiv-Pragmatische nutzen das Internet selbstverständlicher, als Konservativ-Bürgerliche, Sozialökologische oder Experimentalistische Hedonisten, die den technischen Neuerungen eher skeptisch gegenüber stehen und für die der Fernseher eine große Rolle spielt (vgl. S. 52).
- Online-Netzwerke bedeuten für Jugendliche eine „elternfreie Zone“ (S. 53), in der es kulturellen Freiraum und Abgrenzungsmöglichkeiten zu den Erwachsenen gibt.
- Jugendliche nehmen einen zunehmenden Leistungsdruck aufgrund der Globalisierung und einen unsichereren Arbeitsmarkt wahr. Dies sehen sie aber eher als persönliche Herausforderung und weniger als politisches Problem (vgl. S. 72).
- Jugendliche in prekären Verhältnissen nehmen soziale Probleme eher wahr, da sie unmittelbar betroffen sind. Höhergebildete Jugendliche setzen sich eher politisch ein, z. B. über Demos (vgl. S. 72).
- Die befragten Jugendlichen sind weitgehend leidenschaftslos, wenn es um Politik geht. Die meisten Themen, die sie nicht unmittelbar betreffen, die schwer verständlich sind oder die sie kaum beeinflussen können, sind ihnen egal (vgl. S. 72 f.).
- Nach einem engen Politikverständnis (politisches Wissen, Verfolgen von Nachrichten, Interesse an aktuellen Themen) gelten die wenigsten Jugendlichen als politikinteressiert. Legt man ein weites Verständnis zugrunde, sieht man aber durchaus Interesse für soziale Probleme, Umweltschutz und teilweise auch Bildungspolitik (vgl. S. 73).
- Vor allem bildungsferne Jugendliche stehen der institutionalisierten Politik sowie Politiker(inne)n entfremdet gegenüber (vgl. S. 73 f.).
- Je nach Bildungsstand und Lebenswelt unterscheidet sich das Informationsverhalten der Jugendlichen deutlich. Bei bildungsfernen Jugendlichen ist vor allem das (Privat-

)Fernsehen prägend. Bei höher gebildeten Jugendlichen erstreckt sich die Politikwahrnehmung von Printmedien, über Fernsehnachrichten bis hin zum Schulunterricht und Online-Angeboten (vgl. S. 75).

- Politiker(innen) stehen Jugendliche indifferent gegenüber. Sie sind weder „Feindbilder“ noch „Hoffnungsträger“ (S. 76), werden als losgelöst vom eigenen Lebenskontext wahrgenommen.
- Wahlen werden von Jugendlichen als wichtig wahrgenommen und sie geben an, sich dafür informieren zu wollen. Bei Jugendlichen aus einem prekären Lebensumfeld ist allerdings die Resignation weit verbreitet, dass mit der eigenen Stimme ohnehin nichts verändert werden kann (vgl. S. 77).
- Soziales und ökologisches Engagement liegt Jugendlichen näher als politisches. Das knappe Zeitbudget geben viele als Hinderungsgrund an, aktiv zu werden (vgl. S. 83).
- Für bildungsnahe Jugendliche sind Demonstrationen eine wichtige politische Artikulationsform. Sie kritisieren jedoch, dass diese oft gewalttätig ausarten und das eigentliche Anliegen dadurch in den Hintergrund rückt (vgl. S. 84).
- Bildungsnahe Jugendliche engagieren sich häufiger als bildungsferne und dies u. a. auch aus taktischen Gründen, da sie wissen, dass dies ihre Berufschancen erhöht (vgl. S. 84 f.).
- Bei Ausmaß und Form des sozialen und politischen Engagements spielen Bildungsstand und Lebenswelt eine enorme Rolle (vgl. S. 83-87).

Christensen, H. S. (2011): Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means. In: First Monday, 16 (2-7). Online verfügbar unter: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3336/2767> [Zuletzt geprüft am 15.04.2013].

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Ziel des Artikels ist es festzustellen, inwiefern Slacktivism als politische Partizipation gelten kann (vgl. S. 1).
- Damit zusammen hängt die Frage, inwieweit Internetaktivitäten Tagespolitik beeinflussen (vgl. S. 2).
- Politische Online-Partizipation sieht sich zwei Hauptkritikpunkten gegenüber, die überprüft werden sollen: 1. Sie ist nicht effektiv und 2. Sie verdrängt traditionelle Partizipation (vgl. S. 2; 4).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Politische Partizipation wird nach Brady (1999) definiert als „action by ordinary citizens directed towards influencing some political outcomes“ (S. 2).
- In der wissenschaftlichen Diskussion lassen sich solche Stimmen ausmachen, die davon ausgehen, dass durch Mediennutzung politische Partizipation zurückgeht und solche, die davon ausgehen, dass Partizipation sich dadurch verändert (vgl. S. 2).
- Eine dieser neuen Formen ist Online-Partizipation – zum einen traditionelle Formen via Online-Angebote (z. B. eVoting) und zum anderen online-spezifische Formen (z. B. politisch motivierte Hacker-Angriffe) (vgl. S. 2).
- Slacktivism: „[...] the term is used in a more negative sense to belittle activities that do not express a full-blown political commitment. The concept generally refer to activities that are easily performed, but they are considered more effective in making the participants feel good about themselves than to achieve the stated political goal“ (S. 3). Die

Formen sind vielfältig: Aufkleber auf dem Auto, der Beitritt zu Facebook-Gruppen oder Teilnahme an einem „Buy nothing day“. Der Begriff ist somit nicht auf Internetaktivitäten beschränkt, wird aber meist damit assoziiert.

Design/Methode

- Zur Beantwortung der Frage wird eine Literaturschau aktueller Literatur vorgenommen. Dabei wird sich auf solche Texte beschränkt, die sich mit demokratischen Staaten befassen (vgl. S. 2). Zudem werden Internetangebote vorgestellt, die Slacktivism ermöglichen (vgl. S. 4).

Schlussfolgerung

- Die Kritik, dass Online-Partizipation weniger Hingabe erfordere, ist nicht unbedingt nachvollziehbar, da viele Offline-Aktivitäten ebenfalls wenig Zeit und Mühe in Anspruch nehmen.
- Slacktivism-Internetangebote sind zum Beispiel:
 - Die Causes-App bei Facebook, die es allen Mitgliedern erlaubt, sich bestimmten Themen anzuschließen, weiterzuverbreiten oder sie durch einen Klick zu unterstützen (vgl. S. 4).
 - Die Seite Petitiononline.com bietet die Möglichkeit Online-Petitionen anzulegen, zu verbreiten und einer großen Anzahl Menschen zugänglich zu machen (vgl. S. 4).
- Diese Seiten beschreiben ihre Erfolge selbst, es ist aber empirisch nicht nachweisbar, ob die Online-Aktionen tatsächlich einen Einfluss ausüben (vgl. S. 5). Es ist somit aufgrund einer fehlenden Datengrundlage nicht möglich, die Kritik der Ineffizienz zu bestätigen oder zu entkräften (vgl. S. 9). Viele Studien, die sich mit dem Verhältnis traditioneller Partizipationsformen und Online-Formen beschäftigen, konnten keine Verdrängung der traditionellen Formen feststellen, sondern eher eine Sensibilisierung und im Zuge dessen eine Mobilisierung für aktuelle Themen (vgl. S. 5 f.). Ein negativer Effekt von Online-Aktivitäten auf politische Partizipation ist jedenfalls widerlegt (vgl. S. 7).

Correa, T. (2010): The Participation Divide Among “Online Experts”: Experience, Skills and Psychological Factors as Predictors of College Students’ Web Content Creation. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 16(1), S. 71-92.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Die Studie untersucht, welche Faktoren die Produktion von Internet-Inhalten bei College-Studierenden begünstigen oder verhindern (vgl. S. 71 f.).
- Forschungsfragen und Hypothesen sind (vgl. S. 75 f.):
 - RQ1: Was ist der Zusammenhang zwischen den soziodemografischen Variablen der Studierenden (Alter, Geschlecht, Sozioökonomischer Status, ethnische Herkunft) und der Erstellung von Internet-Inhalten?
 - RQ2: Was ist der Zusammenhang zwischen den soziodemografischen Variablen der Studierenden und ihren Interneterfahrungen und -fähigkeiten?
 - RQ3: Was ist der Zusammenhang zwischen den soziodemografischen Variablen der Studierenden und drei psychologischen Faktoren in Bezug auf Inhaltsgestaltung im Internet (wahrgenommene Internetkompetenz sowie extrinsische und intrinsische Motivation etwas zu gestalten)?
 - H1: Mehr Interneterfahrung steht in Verbindung mit einem höheren Maß an selbstgestalteten Inhalten.

- H2: Ein höheres Maß an Online-Fähigkeiten steht in Verbindung mit einem höheren Maß an selbstgestalteten Inhalten.
- H3: Ein höheres Maß an wahrgenommener Internetkompetenz steht in Verbindung mit einem höheren Maß an selbstgestalteten Inhalten.
- H4: Eine größere intrinsische sowie extrinsische Motivation steht in Verbindung mit einem höheren Maß an selbstgestalteten Inhalten.
- RQ4: Welche Variablen moderieren den Zusammenhang zwischen soziodemografischen Variablen und der Gestaltung von Online-Inhalten?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Partizipation wird in der Studie verstanden als das Erstellen eigener Inhalte im Netz (vgl. S. 72).
- Der Studie liegt die Annahme zugrunde, dass es sich bei Studierenden um Online-Experten handelt, da die Altersgruppe zwischen 18 und 24 Jahren zu der Bevölkerungsgruppe gehört, in der die Internetnutzung am weitesten verbreitet ist und die Altersgruppe zwischen 12 und 32 am häufigsten selbst Inhalte ins Netz stellt (vgl. S. 71 f.).
- Dennoch gibt es Hinweise darauf, dass es auch in dieser Altersgruppe einen „participation divide“ (S. 72) gibt, da Unterschiede in der Nutzung je nach Alter, Geschlecht, sozioökonomischen Status, Nutzungszeit und -repertoire nachzuweisen sind (vgl. S. 71 ff.).
- Zudem zeigt die Forschung, dass Erfahrungen mit dem Internet und ein guter Zugang die Kompetenz verbessern und das Online-Handlungsrepertoire erweitern (vgl. S. 73 f.).
- Im Rückgriff auf die Theorie der Selbstwirksamkeitserwartung (vgl. Bandura 1986) wird zudem die wahrgenommene Kompetenz untersucht (vgl. S. 74).
- Auch der Motivation, etwas zu erstellen, wird eine Auswirkung unterstellt. Untersucht wird hier die intrinsische (Freude und Befriedigung durch die Kreation von Inhalten) und die extrinsische Motivation (Kreation von Inhalten aufgrund eines Nutzens) (vgl. S. 74 f.).

Design/Methode

- Bei der untersuchten Altersgruppe handelt es sich um Studierende, die im Durchschnitt 24 Jahre alt sind (vgl. S. 77).
- Per Online-Fragebogen wurden Studierenden an zwei Universitäten im Südwesten der USA befragt (N = 3.139).
- Inhalt des Fragebogens ist Folgender: Soziodemografie: Alter, Geschlecht, ethnische Herkunft, Bildung der Eltern
- Die Gestaltung von Internet-Inhalten wurde durch zehn Aktivitäten abgefragt, die zu einem Index zusammengefasst wurden (vgl. S. 77). Diese sind: Instant Messenger nutzen, Kommentare in Blogs posten, in Chat-Räumen oder an Online-Diskussionen teilnehmen, Social Networks nutzen, Kommentare auf Nachrichten-Websites posten, eigene Videos hochladen, eigene Fotos hochladen, Remixe von Inhalten anderer posten (Bilder, Musik, Videos, Texte), Community-Nachrichten beitragen, ein eigenes Blog erstellen (vgl. S. 87).
- Die Interneterfahrung wurde gemessen durch folgende Items (vgl. S. 77; 87):
 - Nutzungsfrequenz: Wie lange nutzt du das Internet an einem normalen Tag?
 - Formale technologische Bildung: Wie viele Computer-, Software- oder Web- Application-Kurse hast du besucht?

- Computerpräsenz im Elternhaus: Wie viele Computer gab es bei euch zuhause als du aufgewachsen bist?
- Eigener Computer: Hattest du als Kind und Jugendlicher einen eigenen Computer im Zimmer?
- Die Online-Fähigkeiten wurden mit einer Likert-Skala gemessen durch Fragen zur Selbsteinschätzung des Wissens über Computerfachbegriffen: jpg, frames, preference groups, news groups, pdf (vgl. S. 77; 87).
- Die wahrgenommene Kompetenz wurde durch eine Likert-Skala mit den folgenden Items gemessen (vgl. S. 87):
 - Deine Fähigkeiten, online Inhalte zu erstellen, sind ziemlich gut.
 - Du bist im Vergleich zu anderen Studierenden ziemlich gut darin, online Inhalte zu erstellen.
 - Du bist nicht sehr gut darin, online Inhalte zu erstellen.
- In derselben Likert-Skala wurde die intrinsische sowie extrinsische Motivation gemessen (vgl. S. 77; 88).

Ergebnisse

- Die soziodemografischen Variablen Alter, Geschlecht und ethnische Herkunft haben Einfluss auf die Gestaltung von Online-Inhalten, auf die Erfahrungen und Kompetenzen in Bezug auf das Internet, die wahrgenommene Kompetenz und die Motivation (vgl. S. 78-81; 83):
 - Es gibt einen deutlichen Geschlechterunterschied, da Männer häufiger Inhalte erstellen, mehr Erfahrung und mehr Kenntnisse in Bezug auf den Computer haben und sich auch selbst kompetenter fühlen (vgl. S. 78-81). Frauen hingegen sind häufiger extrinsisch motiviert, empfinden es also eher als nützlich, online Inhalte zu erstellen, als Männer (vgl. S. 81).
 - Erwartungsgemäß haben die jüngeren Befragten mehr Erfahrung mit dem PC und generieren auch häufiger selbst Inhalte (vgl. S. 78).
 - Die Befragten mit asiatischer Herkunft haben tendenziell mehr Erfahrung mit Computern und auch mehr Kenntnisse. Zudem fühlen sie sich auch kompetenter und weisen eine höhere extrinsische und intrinsische Motivation auf (vgl. S. 78-81, 85).
- Die Bildung der Eltern hat ausschließlich auf die Geräteausstattung zuhause einen Einfluss (vgl. S. 78-81).
- In Bezug auf die Erfahrungen mit dem Internet erwies sich ausschließlich der Besitz eines eigenen Computers als Prädiktor für die Erstellung von eigenen Inhalten (vgl. S. 81).
- Die Online-Fähigkeiten verloren komplett an Erklärungskraft, wenn die psychologischen Variablen (Motivation und wahrgenommene Kompetenz) einbezogen wurden (vgl. S. 81). Extrinsische, intrinsische Motivation und die wahrgenommene Kompetenz haben alle drei Erklärungskraft für das Erstellen von Online-Inhalten (vgl. S. 81; 85).
- Erfahrung mit dem Internet, Online-Fähigkeiten, die wahrgenommene Kompetenz und intrinsische Motivation intervenieren bei dem Zusammenhang von Geschlecht und der Erstellung von Inhalten. Dies lässt darauf schließen, dass der Unterschied in der tatsächlichen und wahrgenommenen Kompetenz und mangelnde Erfahrung dafür verantwortlich sind, dass Frauen weniger häufig Inhalte gestalten als Männer (vgl. S. 83 f.).

Duits, L.; van Zoonen, L.; Hirzalla, F. (2010): As the World Spunks. Does Internet help to transform Youth Journalism? In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites. Göteborg: Nordicom, S. 91-105.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Beitrag analysiert, inwiefern das niederländische Internet-Portal Spunk es schafft, Jugendliche in der Medienlandschaft zu repräsentieren und ihnen eine alternative Stimme zu geben (vgl. S. 93 f.).
- Wie konstruieren die Jugendlichen in ihren Beiträgen Identitätsmerkmale wie z. B. Geschlecht, Sexualität oder Ethnizität? (vgl. S. 95)

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Jugend wird verstanden als kulturelles Produkt. Insofern wird nicht analysiert, wie Spunk Jugend repräsentiert, sondern wie Spunk seine Jugendaffinität konstruiert, bzw. wie die Autor(inn)en der Seite Jugend konstruieren (vgl. S. 94 f.).
- Ausgangspunkt: Spunk ist ein interaktives Online-Portal, das von Jugendlichen selbst erstellt wird. Im ständig variierenden Redaktionsteam nehmen junge Menschen im Alter von 15 bis 19 Jahren teil, die zum Teil ethnischen Minderheiten oder kulturellen Randgruppe angehören. Zudem wird auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis geachtet. Unterstützt wird die jugendliche Redaktion von erwachsenen Techniker(inne)n, Lektor(inn)en etc. (vgl. S. 92 f.).

Design/Methode

- Untersucht wird ein niederländisches Internetportal (Spunk), das von 15- bis 19-Jährigen mit Inhalt gefüllt wird (vgl. S. 92).
- Analysiert wurden 202 Beiträge von 15 verschiedenen Autor(inn)en mittels qualitativer Inhaltsanalyse (vgl. S. 95).

Ergebnisse

- Das Portal bietet Minderjährigen, die ethnischen Minderheiten angehören, eine Chancen zur Meinungsäußerung, die sie durch den niederländischen Journalismus nicht erhalten (z. B. marokkanische Mädchen) (vgl. S. 95 ff.).
- Die Autor(inn)en distanzieren sich meist (ironisch) von Populärkultur, zeigen ein Interesse für Qualitätsmedien (z. B. landesweite Tageszeitungen) und gehen meist davon aus, dass sie besser sind als andere Jugendliche und mit ihren Beiträgen hohe Qualität produzieren. Dadurch entsteht der Eindruck, dass „Spunkers“ aus ihrer eigenen Sicht eine exklusive Gruppe darstellen (S. 97 f.).
- Ironie wird zum einen genutzt, um sich vom Thema und von anderen zu distanzieren, und zum anderen, um Überlegenheit zu demonstrieren (vgl. S. 99).
- Da die Jugendlichen, die für Spunk schreiben, einer niederländischen Elite anzugehören scheinen, differieren die Kolumnen der Seite nicht auffällig von der Mainstream-Presse (vgl. S. 100).
- Da der Seite journalistische Standard-Qualitätskriterien zugrunde liegen, bietet die Seite eher eine Trainingsmöglichkeit für Nachwuchsjournalisten statt einer alternativen Äußerungsmöglichkeit für Jugendliche und insbesondere für Randgruppen (vgl. S. 101).

- Die jugendlichen Autoren scheinen allerdings die gesellschaftlichen Kategorien, in die sie eingeordnet werden, zu dekonstruieren, z. B. männlich, weiblich, mit Migrationshintergrund, homosexuell, indem sie sie ironisch umgehen (vgl. S. 102).

Van Eimeren, B.; Frees, B. (2012): 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituation durch mobile Endgeräte. In: Media Perspektiven, 42(7-8), S. 362-379. Online verfügbar unter http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Eimeren_Frees_01.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Ziel der ARD/ZDF-Onlinestudie ist es, die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland langfristig zu abbilden.

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Es handelt sich um Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie die seit 1997 jährlich durchgeführt wird. Das Thema politische Information bildet nur einen Teilbereich in der Gesamtstudie. Es handelt sich um eine deskriptive Studie. Ein Politikbegriff ist nicht formuliert.
- Die qualitative Zusatzstudie geht von drei empirisch belegten Nutzertypen aus (vgl. S. 370):
 - Digital Visitors (ca. 60%): Sie nutzen das Social-Web nicht oder nur sporadisch.
 - Digital Residents (ca. 25%): Sie nutzen täglich aktiv die Angebote der Online-Communities.
 - Digital Avantgarde (ca. 1%): Sie produzieren selbst Inhalte und das nicht nur für ihr soziales Umfeld.

Design/Methode

- Die ARD/ZDF-Onlinestudie wird seit 1997 an einer repräsentativen Stichprobe der deutschsprachigen Bevölkerung mit einem Telefonanschluss mittels einer quantitativen Telefonbefragung durchgeführt.
- Durch einen konstanten Standardteil kann die Langzeitstudie die Entwicklung der Internetnutzung abbilden. Durch einen variablen Teil wird sie der dynamischen Entwicklung des Internets gerecht.
- Betrachtete Altersgruppe: Es werden Deutsche ab 14 Jahren befragt und es findet eine Auswertung nach Altersgruppen statt.
- Die Befragung wurde telefonisch von Ende Februar bis Anfang April 2012 durchgeführt.
- Eine qualitative Zusatzstudie beschäftigte sich 2012 mit der Suche nach aktuellen Nachrichten (vgl. S. 370).

Ergebnisse

- Nachdem 2010 die Zuwachsraten für einen Internetanschluss abflachten und eine gewisse Sättigung erreicht schien, stieg die Zuwachsrate 2012 wieder an. Die Autor(inn)en führen dies auf die Attraktivität mobiler Endgeräte und kostengünstiger Flatrates zurück (vgl. S. 362).
- Die erneuten Zuwachsraten lassen sich zudem vor allem auf ältere Nutzende (über 50 Jahre) zurückführen, die inzwischen ebenfalls online sind. Die Autor(inn)enschlussfolgern, dass das Internet damit von einem jungen zu einem etablierten Medium für alle Altersklassen geworden ist (vgl. S. 362 f.).

- Die Nutzung gleicht sich zwischen den Generationen nur in Bezug auf Web 1.0-Anwendungen an. In der Nutzung von Web 2.0-Anwendungen liegen die jüngeren Nutzenden nach wie vor vorne (vgl. S. 364).
- Dass ein Internetanschluss verfügbar ist, bedeutet nicht, dass die Nutzung in den Alltag integriert ist. 25% der Internetnutzenden sind „Randnutzende“, 18% sind „Selektivnutzende“, die das Netz nur sehr selten und auch nur bestimmte, ihnen bekannte Angebote nutzen (S. 364).
- Die unter 35-Jährigen sind länger und intensiver im Netz als Ältere. Die 14- bis 29-Jährigen sind mit *an 6,3 Tagen in der Woche* und *168 Minuten am Tag* am häufigsten online (vgl. S. 364 f.).
- Die 14- bis 29-Jährigen konsumieren Angebote im Web 2.0 eher passiv, als das sie selbst aktiv etwas gestalten. So bloggen beispielsweise nur 4% selbst (vgl. S. 365).
- Auch wenn die 14- bis 29-Jährigen beinahe ebenso besorgt um den Datenschutz im Internet sind, wie die ältere Generation (82% gegenüber 88% in der Gesamtstichprobe), so sind sie freigiebiger mit ihren persönlichen Daten. 53% der Jüngeren haben bereits persönliche Daten ins Netz gestellt, gegenüber 37% bei allen Internetnutzenden (vgl. S. 365).
- Die mobile Internetnutzung über Smartphones oder Tablets hat sich seit 2010 verdreifacht. Dies bedeutet aber nicht, dass das Internet unterwegs genutzt wird, sondern häufig, dass ein mobiles Gerät für mehr Flexibilität Zuhause sorgt und dort genutzt wird (vgl. S. 366).
- Es verfügen 97% aller deutschen Haushalte mittlerweile über mindestens einen PC (vgl. S. 366).
- Ein Viertel der deutschen Online-Nutzenden nutzt Apps. 2011 waren es noch 17%. Dabei ist den Nutzenden der Service-Charakter wichtig und Apps für Wettervorhersage oder für aktuelle Nachrichten stehen im Vordergrund. Besonders häufig werden Apps von Männern unter 30 Jahren verwendet (vgl. S. 367).
- Die häufigsten Online-Aktivitäten sind seit Beginn der Studie Kommunikation und gezielte Informationssuche, was sich auch 2012 nicht verändert hat (vgl. S. 368).
- Kommunikation verlagert sich von Instant-Messengern in die Communities (vgl. S. 368).
- Die 14- bis 29-Jährigen sind in Communities deutlich aktiver als die Älteren (75% besuchen mind. einmal wöchentlich eine Community gegenüber 36% bei allen Nutzenden). Neben E-Mails schreiben und Suchmaschinen nutzen sind Communities damit unter den Top 3 der Online-Aktivitäten der jüngeren Nutzenden (vgl. S. 368 f.).
- Die soziale Kommunikation steht bei Communities im Vordergrund (vgl. S. 369).
- Informieren findet in Communities hauptsächlich passiv über abonnierte Fanseiten o. ä. von Nachrichtenmedien statt. Nur ein geringer Teil sucht aktiv in Communities nach tagesaktuellen Nachrichten (S. 369).
- Aktuelle Nachrichten rufen 59% aller Internetnutzenden zumindest gelegentlich online ab (vgl. S. 369 f.).
- Vor allem jüngere Nutzende nutzen das Internet parallel zu anderen Tätigkeiten (z. B. Fernsehen schauen 14-19 Jahre: 25%; 20-29 Jahre: 39%; 30-39 Jahre: 26%) (vgl. S. 371).
- Während die Nutzung von Videoportalen wie YouTube auf hohem Niveau stagniert (50% der Internetnutzenden), legen die Mediatheken der Fernsehsender in der Benutzung zu (vgl. S. 371).
- Die Nutzung von Audio-Angeboten bleibt auf niedrigem Niveau, z. B. Livestreams von Radiosendern nutzen nur etwa 3% aller Internetnutzenden (vgl. S. 373 f.).

- Die Verweildauer im Internet stagniert auf etwa 2 Stunden und 15 Minuten täglich bei allen Onlinern in Deutschland. Dies ist deutlich anders bei den 14- bis 29-Jährigen, bei denen sich die Verweildauer seit 2010 von 11 auf 168 Minuten täglich erhöht hat (vgl. S. 375).
- An Werktagen ist die Verweildauer über alle soziodemografischen Merkmale hinweg deutlich höher als am Wochenende (vgl. S. 375).
- Fernsehen und Radio sind nach wie vor die wichtigsten Medien der Deutschen. Die 14- bis 29-Jährigen nutzen allerdings das Internet länger als Fernsehen und Radio (vgl. S. 376).

Feierabend, S. (2010): Internetnutzung im Jugendalter. Ergebnisse der JIM-Studie. In: Fuhs, B.; Lampert, C.; Rosenstock, R. (Hrsg.) (2010): Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. S. 29-45. München: kopaed.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Empirische Beschreibung der Mediennutzung Jugendlicher in Deutschland.
- Der Beitrag fasst die Ergebnisse der JIM-Studie 2008 zusammen.

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Die Studie erfasst die Mediennutzung Jugendlicher in Deutschland in deskriptiver Form. Die informative Nutzung ist nur ein Teilaspekt. Ein theoretischer Hintergrund sowie ein Politikbegriff sind nicht definiert.
- Ausgangspunkte sind die Feststellung, dass digitale Medien fest in den Alltag Jugendlicher integriert sind und dass eine zunehmende Medienkonvergenz besteht (vgl. S. 29).

Design/Methode

- Die JIM-Studie erhebt seit 10 Jahren die Medienausstattung und -nutzung Jugendlicher in Deutschland. Altersgruppe: 12- bis 19-Jährige. Befragt wurden 2008 in Telefoninterviews eine repräsentative Stichprobe der Altersgruppe in Deutschland (N = 1.208).
- Zusätzlich fand eine qualitative Nachbefragung, ebenfalls per Telefon, mit 106 zufällig ausgewählten Jugendlichen statt (JIMplus) (vgl. S. 30). Inhalt der quantitativen Befragung war u. a.:
 - Soziodemografische Daten (Alter, Geschlecht, formaler Bildungsstand)
 - Die Medienausstattung (im Haushalt und im eigenen Besitz der Jugendlichen): Handy, MP3-Player, Radio, CD-Player, Computer/Laptop, Fernsehgerät, Internetzugang, Spielkonsole TV/PC, Digitalkamera, tragbare Spielkonsole, externer DVD-Player (nicht PC), Walkman/Discman, Videorekorder (vgl. S. 30 ff.).
 - Die Medienbeschäftigung: Fernseher, Computer, Handy, Internet, MP3, Radio, Musik-CDs/Kassetten, Zeitung, Bücher, Computerspiele (PC), Zeitschriften/Magazine, digitale Fotos machen, Spielkonsole, DVD, Video, Tageszeitung (online), Zeitschriften (online) (vgl. S. 33)
 - Die Nutzungsdauer verschiedener Medien Internet-Tätigkeiten und Häufigkeit dieser Tätigkeiten: Suchmaschinen, Instant Messaging (z. B. ICQ), Online-Communities, E-Mail, Musik/Sound hören, einfach surfen, sonstige Infos (nicht Schule), Infos für Schule/Beruf, Wikipedia, Nachrichten/Aktuelles, Chatten, Filme/Videos, Newsgroup lesen, Multi-User-Spiele, Online-Spiele alleine (vgl. S. 37).
 - Die Nutzungsdauer des Internets nach den Kategorien Kommunikation, Unterhaltung, Spiele und Recherche (vgl. S. 38).

- Die Medienbindung: Auf welches Medium könntest du am wenigsten verzichten? – Radio, Fernsehen, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Computer, Internet, MP3-Player (vgl. S. 39).
- Persönliche Informationen, die im Internet angegeben werden: Informationen über Hobbies und andere Tätigkeiten, eigene Fotos/Filme, Fotos/Filme von Freunden/Familie, eigene E-Mail-Adresse, eigene Instant Messenger Nummer.
- Inhalt der qualitativen Befragung waren vertiefende Fragen zur Nutzung sowie zu Einstellungen.

Ergebnisse

- Es besteht eine Vollversorgung in den Haushalten, in denen die Jugendlichen leben, mit Handys, Computern/Laptops und Fernsehgeräten (vgl. S. 30).
- 96% der Haushalte haben einen Internetzugang (vgl. S. 30 f.). Hier gibt es kaum Unterschiede zwischen den Altersgruppen, den verschiedenen Bildungshintergründen oder den Geschlechtern (vgl. S. 35).
- Im eigenen Besitz der Jugendlichen befinden sich an erster Stelle Handys (95%) und an zweiter Stelle verschiedene Geräte zur Musikknutzung. Erstmals wurde 2008 eine höhere Ausstattung mit eigenen Computern (71%) als mit eigenen Fernsehern (61%) festgestellt. Die Hälfte der Jugendlichen hat zudem einen eigenen Internetanschluss im Zimmer (vgl. S. 31).
- Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich nur bei digitalen Medien ein Anstieg in der Medienausstattung Jugendlicher; alle anderen Medien gehen zurück (vgl. S. 31).
- Auch klassische Medien werden genutzt: Tageszeitung (43%), Bücher (23%), Zeitschriften (40%).
- Das Internet wird, ähnlich wie der Fernseher, zum Nebenbei-Medium, dem nicht die volle Aufmerksamkeit geschenkt wird (vgl. S. 35).
- Bei der Internetnutzung stehen die Nutzung von Suchmaschinen und die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten im Vordergrund (vgl. S. 36; 38). Informationsrecherche in verschiedenen Ausformungen ist ebenfalls Bestandteil der Internetnutzung (vgl. S. 36 f.):
 - Recherche für Schule/Beruf oder anderes (39%)
 - Wikipedia (33%)
 - Aktuelle Nachrichten (33%)
 - Newsgroups (22%)
- Das Internet wird von Jugendlichen nicht als rechtsfreier Raum betrachtet, hier muss man sich aus ihrer Sicht an bestimmte (soziale) Normen und Regeln halten (vgl. S. 40).
- Eine gewisse Naivität stellt die Autorin im Umgang mit persönlichen Daten und der Unterschätzung des „Gedächtnisses des Internets“ fest (S. 40 f.).
- Geschlechtsspezifisch:
 - Mädchen besitzen Medien häufiger zur Musikknutzung, Jungen haben tendenziell häufiger eigene Internetzugänge, Computer und Spielkonsolen (vgl. S. 31 f.).
 - Deutliche Unterschiede gibt es in der Mediennutzung: Computer, Internet und MP3-Player werden häufiger von Jungen benutzt und insbesondere Computerspiele sind eine „Männerdomäne“ (S. 33). Mädchen hören häufiger Radio und CDs und lesen häufiger Bücher (vgl. S. 34).
 - Bei der Internetnutzung unterscheiden sich Mädchen und Jungen ebenfalls. Mädchen recherchieren häufiger für Schule und Beruf und nutzen E-Mail und Communities häufiger; Jungen weisen insgesamt ein breiteres Tätigkeitsspektrum auf und nutzen das

Internet häufiger, um sich über aktuelle Nachrichten und in Newsgroups zu informieren (vgl. S. 36).

- Altersspezifisch:
 - Mit dem Alter nimmt die Nutzung von Computer, Internet, Handy, MP3-Player, Radio und Tageszeitung (online wie offline) zu (vgl. S. 34).
 - Bezüglich der Internetnutzung nehmen alle Tätigkeiten bis zum Alter von 16 bis 17 Jahren zu und nehmen dann ab der Volljährigkeit ab. Einen kontinuierlichen Rückgang gibt es allerdings beim Chatten und bei Online-Spielen, die alleine gespielt werden (vgl. S. 36).
 - Die Medienbindung verschiebt sich mit dem Alter vom Fernseher zugunsten des Internets, wobei das Internet als multimediale Plattform Fernseh-, Radio und Printangebote einschließt (vgl. S. 39).
 - Die „Datensparsamkeit“ (S. 41) lässt mit dem Alter nach. Je älter die Jugendlichen, desto mehr persönliche Daten hinterlassen sie (bewusst) im Netz.
- Bildungsspezifisch:
 - Mit höherem Bildungsstand steigt die Medienausstattung Jugendlicher im Allgemeinen; eine Ausnahme sind Fernsehgeräte und Spielkonsolen bei denen es sich umgekehrt verhält (vgl. S. 32).
 - Jugendliche mit höherem Bildungsstand nutzen das Internet häufiger zur Informations-Recherche; Jugendliche mit geringerer formaler Bildung chatten häufiger, stellen mehr Fotos/Videos/Musik ein und laden häufiger Inhalte herunter (vgl. S. 37).

Fezell, J. T.; Conroy, M.; Guerrero, M. (2009): Facebook is ... Fostering Political Engagement: A Study of Online Social Networking Groups and Offline Participation. Paper präsentiert beim Treffen der American Political Science Association, 2009, Toronto/Kanada. Online verfügbar unter: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1451456 [Zuletzt geprüft am 15.04.2013].

Forschungsfrage/Zielsetzung

- „Can we expect the positive benefits of offline group participation to also be present in online group participation as well?“ (S. 4)
- Die im Beitrag vorgestellte Studie untersucht, inwiefern sich die Mitgliedschaft in politischen Facebook-Gruppen positiv auf politische Partizipation und politisches Wissen auswirkt.
- Hypothesen der Studie sind:
 - „Online political group membership leads to increased levels of offline political participation.“ (S. 9)
 - „Online political group membership does not lead to increased levels of political knowledge.“ – Dies wird damit begründet, dass die Informationsweitergabe in Online-Gruppen weniger Aufwand erfordert und qualitativ vermutlich niedriger ist als offline (S. 9).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Der Beitrag setzt bei der aktuellen Diskussion an, ob das Internet sich als hilfreich, schädlich oder irrelevant für die Gesellschaft und politisches Engagement erweist (vgl. S. 3).
- Theoretische Grundlage ist der *democratic divide* (vgl. Norris, 2001), in dem die Autorin konstatiert, dass sich unterschiedliche Nutzungen des Internet auch unterschiedlich auf die politische Beteiligung auswirken werden (vgl. S. 3).

- Gruppenmitgliedschaft wird seit Langem in der Politikwissenschaft untersucht und hat empirisch nachweisbar einen positiven Effekt auf die Motivation sich einzubringen, die gesellschaftliche und politische Partizipation, demokratische Werte, das Vertrauen in die Mitmenschen usw. (vgl. S. 3 f.). Als Hauptgründe dafür werden angeführt:
 - Gruppenmitgliedschaft ermöglicht Diskussionen, die wiederum Fähigkeiten schulen, die Bürger(innen) benötigen (z. B. Reflektieren des eigenen Standpunktes, Formulieren einer eigenen Meinung etc.) (vgl. S. 5 f.).
 - Gruppenmitgliedschaft erfordert Verantwortungsübernahme. Es ist allerdings umstritten, ob dies auch für Online-Gruppen gilt, da hier eventuell die Verbindlichkeit der Face-to-face-Kommunikation fehlt (vgl. S. 6 f.).

Design/Methode

- Es wurde ein Mehrmethodenansatz gewählt, um die Hypothesen zu überprüfen. Zum einen wurde eine Befragung mit Politikwissenschaftsstudierenden aus Kalifornien (das Alter ist nicht angegeben) und zum anderen eine quantitative Inhaltsanalyse von politischen Facebook-Gruppen durchgeführt.
- Inhalt der Befragung war: Alter, Geschlecht, Einkommen der Familie, ethnische Zugehörigkeit, Partei-Präferenz, Wahlbeteiligung 2008, Politikinteresse, Online-Informationsverhalten, Online-Privatsphäre-Einstellungen, Facebook-Nutzung und Facebook-Gruppenmitgliedschaft (vgl. S. 11 f.).
- In der Inhaltsanalyse wurden 39 zufällig ausgesuchte, politische Facebook-Gruppen nach folgenden Punkten untersucht: gepostete Links der Administratoren, geteilte Videos, beworbene Veranstaltungen und Diskussion an der Pinnwand. Alle diese Bereiche wurden nach Qualität und Informationsgehalt untersucht (vgl. S. 12 f.).

Ergebnisse

- Die Autor(inn)en sehen Hypothese 1 als bestätigt, da Mitgliedschaft in politischen Facebook-Gruppen scheinbar offline Partizipation begünstigt (vgl. S. 13).
- Hypothese 2 ließ sich ebenfalls bestätigen, da das politische Wissen derjenigen, die Mitglied in politischen Facebook-Gruppen waren, nicht höher war, als das der anderen (vgl. S. 13 f.).
- Dies erklären Die Autor(inn)en damit, dass insgesamt die Informationsqualität der Inhalte in den Gruppen relativ niedrig war (vgl. S. 14).
- In den Gruppen wurden meist offline und online Kontaktinformationen bereitgestellt und Links zu Nachrichteninhalten gepostet (vgl. S. 14).
- Die geteilten Informationen waren insgesamt meist inakkurat, wiesen eine geringe Kohärenz auf und wurden mit nur wenigen Nachweisen unterfüttert (vgl. S. 14).
- Fazit: „As a forum for people to easily engage and share their opinions, online groups are beneficial; however as a forum to learn new political information online groups are ineffective due in part to low quality wall discussion“ (S. 14).

Fortunati, L. (2011): Online Participation and the New Media. In: Greif, H.; Hjorth, L.; Lasén, A.; Lobet-Maris, C. (Hrsg.) (2011): Cultures of Participation. Media practices, politics and literacy. Frankfurt a. M.: P. Lang. S. 19-34.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Wie lässt sich Online-Partizipation definieren?
- Ist Online-Partizipation ein Modus sozialer Kommunikation oder eine Form politischer Einmischung in wichtigen Diskussionen?
- Hat der Aufstieg des Internets und der damit verbundenen Technologien die Bedeutung von Partizipation verändert?
- Verstärkt, ergänzt oder schwächt Online-Partizipation Partizipation offline?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Dem Beitrag liegt ein partizipatorisches Demokratieverständnis zugrunde, nach dem Bürger(innen) in alle wichtigen Entscheidungen einbezogen werden sollten (vgl. S. 19 ff.)
- Die Autorin bezieht sich auf zwei verschiedene Definitionen von Partizipation:
 - In einem engen oder auch direkten Sinne wird Partizipation definiert als: „the intervention of an individual or group in the governance of a community of which he/she/they are members.“ (S. 19).
 - Im weiteren oder auch indirekten Sinne wird Partizipation als Einmischung in Aktivitäten einer Gruppe und als Engagement für die Allgemeinheit verstanden: „The meaning of participation in these cases is to do something together for the community and/or for oneself.“ (S. 20).
- Mehrere Studien weisen darauf hin, dass Internetnutzung durch die Interaktivität Menschen neue Möglichkeiten zur Partizipation bietet (vgl. S. 22).

Design/Methode

- Untersuchte Altersgruppe: Universitäts-Studierenden, die in den späten 1980er Jahren geboren wurden und somit nach Prensky als „Digital natives“ aufwuchsen (S. 23).
- Grundlage des Artikels ist eine qualitative Inhaltsanalyse von Essays, die 150 Studierenden aus Nord-Italien über Online-Partizipation geschrieben haben. Der Fokus lag bei der Analyse darauf, wie junge Menschen Online-Partizipation erfahren und konzeptualisieren (vgl. S. 19; 23).

Ergebnisse

- Verschiedene Dimensionen der Online-Partizipation (vgl. S. 24 f.):
 - (Physische) Anwesenheit wurde von den meisten Studierenden als Hauptform für Partizipation gewertet, da dies Interesse an einem Thema zeige (z. B. Teilnahme an einer Diskussion auch ohne Beteiligung oder Teilnahme an einer Demo).
 - Die zweite Form war das Leisten eines intellektuellen Beitrags, z. B. das Äußern einer Meinung oder einer Idee.
 - Die dritte und effektivste Form war das Beeinflussen eines Entscheidungsprozesses.
 - Diese Form wurde am häufigsten als politische Partizipation bezeichnet.
 - Das Internet wird dafür hauptsächlich als Informationsquelle und Ausgangspunkt wahrgenommen, aus dem Ideen dann aber auf die Straße getragen werden müssen.
- Die diachrone Dimension der Online-Partizipation (vgl. S. 25 ff.)
 - Die Studierenden beschreiben, dass aus ihrer Sicht das Internet in seinen Anfängen von Anonymität gekennzeichnet wurde, die dem Internet zum einen zu einem negati-

- ven Ruf verhalf und zum anderen Online-Partizipation, die etwas bewegen kann, verhinderte.
- Dies änderte sich mit dem Aufkommen von Blogs und wurde endgültig abgelöst durch Social Networks, in dem man seine wahre Identität zeigt und soziale Kontrolle existiert.
 - Für die Studierenden generiert das Internet Realität: „[...] if you do not find a thing on Google, this thing does not exist.“ (S. 27)
- **Motivationen, Bedürfnisse und Inhalte von Online-Partizipation (vgl. S. 27 f.)**
 - Im Internet sind Barrieren wie Schüchternheit oder Ungleichheit niedriger. An Themen teilzunehmen wird daher erleichtert.
 - Informationen werden nicht nur von Massenmedien, sondern auch durch interpersonale Kommunikation weitergegeben.
 - Die unterschiedlichsten Themen können sozial ausgehandelt werden (politisch, sozial, wirtschaftlich).
 - **Partizipation und Sichtbarkeit (S. 28 f.)**
 - Eine weitere Motivation, die Studierenden angeben, ist es, sich selbst im Internet „sichtbar“ machen zu können. Durch Partizipation kann man folglich einen gewissen Grad an Berühmtheit erlangen.
 - Die Studierenden sehen hier einen Wechsel von Popularität („popularity“) zu Sichtbarkeit („visibility“). Die Hoffnung, wahrgenommen zu werden, kann erfüllt werden, die wirkliche Berühmtheit und das Transportieren von Inhalten (sehen, zuhören und sich an Personen erinnern) vermutlich eher nicht.
 - **Bedenken gegenüber Online-Partizipation (vgl. S. 29)**
 - Die Studierenden sorgen sich vor allem darum, dass Jüngere im Netz mit nicht altersgerechten Inhalten konfrontiert werden.
 - Auch befürchten einige wenige, dass das Internet ausschließlich und nicht als ein Mittel unter andere zur Alltagskommunikation genutzt wird.
 - Die Vielfalt an Ideen, deren Herkunft und hinterliegende Absichten man oft nicht erkennen kann, wird ebenfalls kritisch bewertet.
 - Die Effektivität der eigenen Online-Partizipation wird skeptisch gesehen.
 - **Hauptergebnisse**
 - Partizipation sollte auch als Teilnahme und nicht nur als Eingreifen verstanden werden (vgl. S. 30).
 - Die Trennung zwischen sozialer und politischer Partizipation ist online kaum vorzunehmen. Die Studierenden sehen Online-Angebote eher als Ergänzung zu Offline-Möglichkeiten (vgl. S. 30).
 - Um Online-Partizipation zu verstehen, sollte die historische Komponente nicht außer Acht gelassen werden (vgl. S. 30 f.).

Füting, A. (2011): Wie kommunizieren die Deutschen über Politik? Eine typologische Längsschnittanalyse. In: Emmer, M. Vowe, G.; Wolling, J. (Hrsg.) (2011): Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland. Konstanz: UVK Verlag, S. 219-243.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Welche Muster politischer Kommunikation haben die Bürger(innen) in Deutschland vor dem Hintergrund der Diffusion des Internets herausgebildet und wie haben sich diese Muster im Zeitverlauf entwickelt?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Der Beitrag ist ein Teil der Ilmenauer Studie zur Veränderung der politischen Kommunikation durch das Internet in Deutschland. Zum theoretischen Hintergrund siehe Emmer/Vowe/Wolling (2010); Füting (2010); Seifert (2012).
- Grundlegend auch für diese Analyse ist die Unterscheidung in rezeptive, interpersonale und partizipative politische Kommunikation online und offline (vgl. S. 221, für eine genaue Beschreibung siehe auch Exzerpt zu Seifert 2012).

Design/Methode

- Es handelt sich um eine Sekundärdatenanalyse des Projekts „Politische Online-Kommunikation“ der TU Ilmenau. Dabei handelt es sich um eine Langzeit-Panel-Studie, die in vier Wellen von 2002 bis 2005 die Entwicklung des Einflusses des Internets auf die politische Kommunikation untersuchte. Dafür wurde eine repräsentative Stichprobe der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren mittels einer quantitativen Telefonbefragung befragt. Grundlage für diese Auswertung sind die Daten von 2003, 2005 und 2008 (vgl. S. 220).
- Die Analyse geht explorativ vor und bildet aus den Daten zur politischen Kommunikation Gruppen, deren Mitglieder sich möglichst ähnlich sind. Anhand des Zentrums der Gruppe werden Typen beschrieben (S. 220-224). Die Gruppierung wurde mittels einer Clusteranalyse durchgeführt (vgl. S. 224 f.).

Ergebnisse

- 2003 ergaben sich fünf Typen (vgl. S. 225-228):
 - Passive Mainstreamer (47%): Generelle Meidung politischer Aktivitäten und politisches Desinteresse insbesondere gegenüber politischen Internetangeboten
 - Eigennützige Interessenvertreter (19%): eingeschränkte politische Kommunikation aber hohe Wahlbeteiligung, häufig Gewerkschaftsmitglied, Tageszeitung und Fernsehen spielen eine große Rolle
 - Bequeme Moderne (16%): spezielle politische Kommunikation, hohe Affinität zu Internetmedien, nur selten Außer-Haus-Aktivitäten
 - Traditionell Engagierte (10%): vielfältige politische Kommunikation offline (Tageszeitung und Fernsehen), Mitglied in z. B. Bürgerinitiativen oder Umweltorganisationen
 - Organisierte Extrovertierte (8%): vielfältige und intensive politische Kommunikation online und offline, häufig Parteimitglied und bereit zu Spenden
- Veränderungen in der Längsschnittuntersuchung
 - Alle drei Formen politischer Kommunikation (rezeptiv, interpersonal und partizipativ) bleiben in den drei untersuchten Jahren relativ stabil (vgl. S. 230).
 - Auch die fünf Typen verändern sich nicht. In allen drei Jahrgängen ergibt die explorative Clusteranalyse dieselben fünf Typen, mit nur leichten Änderungen im Detail (vgl. S. 230 f.)

- Auch die Größe der Typen bleibt weitgehend stabil. Die Gruppe der Passiven Mainstreamer wächst leicht, während die Bequemen Modernen etwa auf demselben Niveau bleiben und die anderen drei Gruppen leicht abnehmen (vgl. S. 232).
- Auf der Individualebene zeigt sich allerdings, dass es Wanderungen zwischen den Typen gibt: Passive Mainstreamer und Eigennützige Interessenvertreter verbleiben relativ stabil in ihrer Gruppe, aber auch hier gibt es Zu- und Abwanderungen. Es lassen sich keine dominanten Wechselsmuster entdecken, die darauf schließen lassen könnten, warum und wie Bürger(innen) einen Typ wechseln. Es scheinen individuelle Faktoren dafür verantwortlich zu sein (vgl. S. 233f; 241).
- In Bezug auf soziodemografische Merkmale weisen die fünf Typen deutliche Unterschiede auf:
 - In der Gruppe der Bequemen Modernen dominieren jüngere Altersgruppen und somit die „Digital Natives“ (S. 235). Diese Altersgruppe erhält im Zeitverlauf noch Zulauf (vgl. S. 235 f.).
 - Organisierte Extrovertierte hingegen sind meist älter. Dies ist über die Jahre hinweg relativ konstant (vgl. S. 235).
 - Bei den Eigennützigen Interessenvertretern nimmt die Zahl der älteren Befragten kontinuierlich ab und der Anteil der Jüngeren steigt gleichzeitig an, was die Autorin mit Berufsbiografien erklärt (vgl. S. 235).
 - Passive Mainstreamer und Eigennützige Interessenvertreter weisen tendenziell einen niedrigeren Schulabschluss auf, während die Gruppe der Bequemen Modernen den höchsten Anteil an Abiturient(inn)en aufweist (vgl. S. 236 f.).
 - Auch in Einkommen, Parteipräferenz und Wertorientierung unterscheiden sich die Typen deutlich voneinander (vgl. S. 237 f.).
- Fazit
 - In Deutschland gibt es eine große Gruppe politisch Passiver, der die vier kleineren Gruppen der politisch Aktiven gegenüberstehen (vgl. S. 241).
 - Mit dem Auftreten des Internets bildet sich nicht unbedingt eine politisch kommunikative Elite. Es ist – mit dem Bequemen Modernen – vor allem die jüngere Generation, die anders über Politik kommuniziert als ältere Jahrgänge und dafür hauptsächlich das Internet nutzt (vgl. S. 242).
 - Dennoch vermutet die Autorin, dass – selbst wenn die Gesellschaft an sich internetaffiner wird – nicht alle zu Bequemen Modernen werden, sondern unterschiedliche Typen politischer Kommunikation bestehen bleiben (vgl. S. 243).

Gaiser, W.; Gille, M.; Krüger, W.; de Rijke, J. (2011): Jugend und Demokratie. In: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (2011): Demokratie in Deutschland 2011 – Ein Bericht der Friedrich-Ebert-Stiftung.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Zusammenfassung großer, deutscher Jugendstudien zum Thema Jugend und Demokratie (vgl. S. 1).

Design/Methode

- Betrachtete Altersgruppe: 12- bis 29-Jährige (bzw. andere Altersgruppen, je nach der jeweiligen Studie)
- Der Artikel fasst die Ergebnisse des DJI-Jugendsurveys, der Shell Jugendstudie 2010, des DJI Survey: Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten 2009 (AID:A) und des ALLBUS zum Thema Jugend und Demokratie zusammen. Teilweise wurden dafür auch Sekundärdatenanalysen durchgeführt.

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Grundlage der Zusammenfassung ist die partizipative Demokratietheorie und es liegt ein partizipations-orientierter Politikbegriff zugrunde:
 - Eine stabile Demokratie zeichnet sich durch eine *Civic Culture* aus, in der Bürger(innen) eine positive Einstellung gegenüber ihrer Rolle im politischen Prozess einnehmen.
 - Zufriedene Bürger(innen), die sich ihrer Kompetenz und ihrer Wirksamkeit auf politische Entscheidungen gewiss sind, akzeptieren politische Entscheidungen besser (vgl. S. 2).

Ergebnisse

- Die Wichtigkeit des Lebensbereiches Politik und die Demokratiezufriedenheit hängt vom Bildungsniveau, Geschlecht (eher männlich), Alter (eher älter) und der Herkunft (West mehr als Ost) ab (vgl. S. 2-5; 9).
- Jugendliche befürworten die Demokratie als Konzept, lehnen aber die konkrete Umsetzung ab; insbesondere Politiker(innen) stoßen auf Ablehnung (vgl. S. 6 f.).
- Distanz zur Politik ist bei Jüngeren nicht generell größer als bei Älteren. Laut ALLBUS 2009 haben Erwachsene (über 29 Jahre) weniger Vertrauen in politische Institutionen als Jüngere (18 bis 29 Jahre) (vgl. S. 9 f.).
- Einfluss auf die demokratische Orientierung nehmen die Bildung, soziale Netzwerke und Zufriedenheit mit der ökonomischen und sozialen Lebenssituation. Soziales Engagement, z. B. in Vereinen, wird oft als Einflussfaktor vermutet, kann aber empirisch nicht eindeutig nachgewiesen werden (vgl. S. 12).
- U. a. im DJI-Jugendsurvey werden vier Typen der Haltung gegenüber der Demokratie zugrunde gelegt: Zufriedene Demokraten, kritisch-unpolitische Demokraten, kritisch-politische Demokraten und Distanzierte. Zufriedene Demokraten gibt es in West-Deutschland wesentlich häufiger als im Osten. Die beiden Typen der kritischen Demokraten machen in etwa die Hälfte der Befragten aus (vgl. S. 13 f.).
- Bei politischem Engagement gibt es deutliche Geschlechterunterschiede. Tendenziell engagieren sich mehr Männer in Parteien, bei Demonstrationen und bei Online-Aktivitäten; Frauen engagieren sich häufiger durch Unterschriften-Aktionen und ethischen Konsum (vgl. S. 20).
- Politische Partizipation ist meist themen- und projektbezogen und seltener langfristig (z. B. in Verbänden, Parteien). Engagement hat folglich einen dynamischen Charakter (vgl. S. 20).

Gustafsson, N. (2009): This Time it's Personal: Social Networks, Viral Politics and Identity Management. In: Riha, D.; Maj, A. (Hrsg.) (2009): The real and the Virtual: Critical Issues in Cybercultures. S. 35-44. Oxford: Interdisciplinary Press. Online verfügbar unter: <http://www.inter-disciplinary.net/publishing/id-press/ebooks/the-real-and-the-virtual/> [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Beitrag beschäftigt sich damit, inwiefern Social Networks als eine Art kollektiver Gatekeeper fungieren, der es dem einzelnen Nutzenden erleichtert, die Relevanz von Nachrichten zu ermitteln (vgl. S. 35).
- Es wird ein Modell der *viralen Politik* vorgestellt.

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Der Autor legt ein Verständnis repräsentativer Demokratie zugrunde, bei der Elitenbildung nötig ist, um die eher passiven Bürger(innen) zwischen den Wahlen zu repräsentieren. Neben der offiziellen Elite sieht der Autor eine aktive, bürgerschaftliche oder auch wirtschaftliche Elite, die sich dauerhaft in Politik einmischt (vgl. S. 39 f.).
- Vorüberlegungen zu Social Networks:
 - Sie erlauben den Nutzenden, mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben, Interessengruppen zu bilden und massenmediale Inhalte weiterzubreiten und weiterzuverarbeiten.
 - So werden Inhalte viral verbreitet. Dieses Konzept des viralen Marketings lässt sich auf politische Mobilisierungsprozesse über das Netz übertragen (vgl. S. 36).
 - Das eigene Netzwerk fungiert als Filter, welche Informationen an die individuellen Nutzenden gelangen (vgl. S. 37).
- Einige Studien haben eine große Verbindung zwischen Sozialkapital und gesellschaftlichem Engagement festgestellt: Menschen setzen sich vor allem dann ein, wenn das Engagement über ihr soziales Umfeld verbreitet wird (vgl. S. 37).
- Der Autor benennt das Phänomen der sich über Internet-Netzwerke verbreitenden politischen Inhalte als „viral politics“ (S. 37).
- Die Unterschiede zwischen einer Verbreitung im sozialen Umfeld offline und der Verbreitung über Social Networks online sieht er in folgenden Punkten:
 - In Social Networks bleibt auch das Sozialkapital loser Beziehungen nach einem Ortswechsel bestehen (vgl. S. 37).
 - Die Netzwerke online können sehr viel größer sein als offline (vgl. S. 38).
 - Über Mund-zu-Mund-Propaganda können via Social Networks in einigen Tagen Millionen erreicht werden, was offline ohne massenmediale Unterstützung nicht zu schaffen ist (vgl. S. 38).
- Diejenigen, die eine Verbreitung politischer Inhalte anstoßen, nennt Gustafsson „political entrepreneurs“ (S. 38). Diese sind meist unmittelbar betroffen – entweder direkt, über Bekannte oder auch über Organisationen/Gruppen, denen sie nahestehen oder in denen sie sich engagieren (vgl. S. 39).
- Eine Information, die erfolgreich weitergegeben wird, verbreitet sich entweder direkt über das persönliche Netzwerk des political entrepreneurs oder wird durch eine massenmediale Feedback-Schleife eingespist.
- Ein erfolgreicher political entrepreneurs formt zusammen mit Unterstützern seiner Information/seines Anliegens eine „temporal elite“ (S. 39), da sie die Informationen, die Fähigkeiten und vor allem die Motivation haben, dies weiter voran zu treiben. Die

Teilnahme an dieser Elite ist attraktiv, da sie in Zeit und Aufwand flexibel ist (vgl. S. 39 ff.).

Design/Methode

- Es handelt sich vornehmlich um einen theoretischen Beitrag, der sich auf Ergebnisse anderer Studien stützt.
- Unter anderem werden aber die Ergebnisse einer qualitativen Studie aus Schweden eingebracht, die ein Fokusgruppeninterview mit Facebook-Nutzenden zu deren Einstellung bezüglich politischer Inhalte und Mobilisierungsprozessen in Sozialen Netzwerken beinhaltet (vgl. S. 41). Alter und Anzahl der Befragten werden im vorliegenden Beitrag nicht angegeben.

Ergebnisse

- Die Befragten standen politischer Online-Partizipation skeptisch gegenüber. Aus ihrer Sicht gibt es zwei Gründe sich dort zu engagieren:
 - Man kann durch das Äußern politischer Einstellungen eine (semi-)öffentliche Identität entwickeln.
 - Es fungiert als Ausrede, sich offline nicht einbringen zu müssen.
- Offline-Aktivitäten gelten als wichtiger und echter.
- Die Befragten beschwerten sich über die Masse an Anfragen für politische Aktionen via Facebook und äußerten eine generelle Abneigung dagegen.
- Alle aber berichten, dass sie schon mindestens einmal über Facebook zu Offline-Aktivitäten mobilisiert wurden.

Hepp, A.; Berg, M.; Roitsch, C. (2012): Die Mediatisierung subjektiver Vergemeinschaftungshorizonte: Zur kommunikativen Vernetzung und medienvermittelten Gemeinschaftsbildung junger Menschen. In: Krotz, F.; Hepp, A. (Hrsg.) (2012): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 227-256.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Es soll ein Begriff der „mediatisierten subjektiven Vergemeinschaftung“ (S. 228) entwickelt werden, der es ermöglicht, Vergemeinschaftungsprozesse in digitalen Medien in ihrer Vielschichtigkeit zu beschreiben und zu untersuchen.
- Wie sind Überlagerungen von Vergemeinschaftungen in verschiedenen digitalen Medien aus Sicht des Einzelnen zu bewerten? Und welche Rolle spielt dies insbesondere für junge Menschen, denen sowohl eine Affinität zu digitalen Medien als auch zur Gemeinschaftsbildung nachgesagt wird? (vgl. S. 232)

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Ausgangspunkt ist die öffentliche Debatte über die sogenannten *Digital natives*, in der kontrovers über verschiedene Beobachtungen der Vergemeinschaftung via Online-Medien diskutiert wird (vgl. S. 227 f.).
- Der Forschungsstand zum Thema zeigt, dass Massenmedien nationale Gemeinschaftsbildung ermöglichen und über Online-Medien zudem eine themengebundene Vergemeinschaftung möglich ist, die sich von territorialen Bindungen lösen kann (vgl. S. 229 ff.). Dies bezeichnen die Autoren als „deterritoriale Vergemeinschaftung“ (S. 231).

- Politische Vergemeinschaftung ist dabei nur ein Unterthema, das nicht gesondert definiert ist.

Design/Methode

- Das empirische Datenmaterial, das dem Beitrag zu Grunde liegt ist ein Teil des Projekts „Mediatisierte Alltagswelten translokaler Vergemeinschaftung: Die kommunikative Vernetzung und medienvermittelte Gemeinschaftsbildung der ‚digital natives‘“.
- Darin wurden 2010/1.160 Personen zwischen 16 und 30 Jahren qualitativ interviewt und zudem gebeten, eine Woche lang Medientagebücher zu führen und Visualisierungen ihrer medialen Umfeldler und ihrer sozialen Vernetzung anzufertigen (vgl. S. 229).

Ergebnisse

- Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt anhand von drei Fallbeispielen, die das Spektrum möglicher Typen verdeutlichen sollen (vgl. S. 234).
 - **Fall 1:** Vergemeinschaftung findet bei dem 22-jährigen Auszubildenden lokal und transdeterritorial über Social Networks statt. Im Mittelpunkt stehen soziale Beziehungen zu Freunden und ehemaligen Schulkamerad(inn)en. Weiterhin ist das Informiertsein über lokale Vorgänge über Massenmedien wichtig. Nationale Vergemeinschaftung geschieht ausschließlich in Beziehung zu Fußball. Mit der Vernetzung zu politischen Themen hat er eher schlechte Erfahrungen gemacht und steht dem kritisch gegenüber (vgl. S. 234-239).
 - **Fall 2:** Für den 26-jährigen Großhandelskaufmann steht das Mobiltelefon im Zentrum seiner Vernetzung. Dem Internet steht er eher kritisch gegenüber und möchte davon nicht abhängig sein, es ist aber dennoch fest in seinen Alltag integriert. Kommunikative Vernetzung geschieht über standardisierte Inhalte wie Fernsehserien oder die HipHop-Szene. Printmedien zu diesen Themen haben bei ihm einen hohen Stellenwert. Kulturell verortet er sich in der Szene und hat hier Kontakte. Ähnliches geschieht auch über Computerspiele. Bezüglich sozialer Beziehungen steht für ihn die Fernbeziehung zu seiner Freundin an erster Stelle, gefolgt von seiner Familie. Nationale Vergemeinschaftung lässt sich vor allem im Sportinteresse erkennen (vgl. S. 239-245).
 - **Fall 3:** Die 27-jährige Hotelfachfrau weist in ihrer Mediennutzung eine große Bandbreite an unterschiedlichen Medien auf. Lokal wie translokal werden täglich E-Mail und Facebook genutzt, um mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben. Musik und Bücher stehen im Zentrum der standardisierten Medieninhalte. Besondere Bedeutung hat für sie die Dorfgemeinschaft ihres Heimatortes und die Beziehung zu ihrer dort verankerten Familie, die allerdings auch translokal verstreut ist. Daher nutzt sie digitale Medien intensiv, um in Kontakt zu bleiben. Nationale Vergemeinschaftung ist für sie vor allem Erlebnisvergemeinschaftung bei sportlichen Großereignissen wie der Fußball-WM (vgl. S. 245-250).
- Die drei Beispiele zeigen, dass Vergemeinschaftung auf ganz unterschiedliche Weisen geschehen kann (vgl. S. 251).
- Es werden allgemein zwei Momente der mediatisierten Vergemeinschaftung deutlich:
 - **1. Mediatisierte Vergemeinschaftung:** Die Mediatisierung ist nicht konstitutiv für die Gemeinschaft, wird aber dadurch geprägt (z. B. Familie, lokale Gemeinschaften) (vgl. S. 251).
 - **2. Mediatisierungsvergemeinschaftung:** Die Mediatisierung ist konstitutiv für die Gemeinschaft, ohne diese käme sie nicht zustande. Beispiele sind translokale Fan-Gemeinschaften oder Szenen wie z. B. die HipHop-Szene aus Fall 2 (vgl. S. 252).
- Die beiden Formen sind nicht trennscharf und es gibt Mischformen (vgl. S. 252).

Küllertz, D.; Hartung, A. (2009): Parodien als kritisch-reflexives Medienhandeln. Neue Partizipationskultur im medienkonvergenten Ringen um Bedeutung? In: medien + erziehung, 53(6), S. 26-36.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Welchen Stellenwert haben Parodien für Verständigung, Selbstbestimmung und Partizipation Jugendlicher in einem konvergenten Medioumfeld?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Parodien werden verstanden als subversive Nachahmungen und als kritisch-reflexives und partizipatives Medienhandeln (vgl. S. 26f; 29).
- Anhand des Beispiels der Künstlergruppe *The Yes Man* verdeutlichen die Autorinnen, dass es sich bei Parodien um intellektuelle, kreative Auseinandersetzungen mit aktuellen (Medien-)Inhalten handelt, in denen (normativ) Sinnbezüge und Symbole hinterfragt und teilweise neu interpretiert werden. Dabei gibt es stets eine wechselseitige Beziehung zwischen Parodie und Original (vgl. S. 27 f.).
- Auf Originale wird in Parodien meist ironisch verwiesen und eine andere Deutung als die konventionelle angeboten (vgl. S. 28 f.).
- Das Internet als „Hypermedium“ (S. 29) bietet technisch neue Möglichkeiten, Parodien zu erstellen und zu verbreiten (S. 29 ff.).
- Studien zeigen, dass Jugendliche Medienangebote häufig nicht in der intendierten, sondern in einer eigenen, humorvollen Weise aufgreifen (vgl. S. 31 f.).

Design/Methode

- Es handelt sich nicht um eine Studie, sondern um verschiedene Medienparodien (u. a. zur Rechtsextremen Szene), die vor dem theoretischen Hintergrund analysiert werden.

Ergebnisse

- In Opposition zur rechtsextremen Szene greift die Internetseite www.apfelfront.de rechtsextreme Symbolik und Sprache auf und führt sie mit der Forderung nach der Reinhaltung deutschen Obstes ad absurdum. Die Symbolik wird decodiert und wendet sich somit gegen sich selbst. Dadurch wird die Lebensferne und Widersprüchlichkeit nationalsozialistischer Propaganda vorgeführt (vgl. S. 32 f.).
- Durch das Internet ergeben sich auch für die Medienpädagogik neue Möglichkeiten, kreative und partizipative Auseinandersetzungen mit medialen Inhalten anzuregen (vgl. S. 34).

Langlois, G.; Elmer, G.; McKelvey, F. (2011): Vernetzte Öffentlichkeiten. Die doppelte Artikulation von Code und Politik in Facebook. In: Leistert, O.; Röhle, T. (Hrsg.) (2011): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. S. 253-278. Bielefeld: transcript.

Forschungsfrage

- Erfolgt über Facebook eine klassische, parteipolitische Mobilisierung oder entstehen neue Konstellationen, Fragen und Öffentlichkeiten?
- Lässt sich das Aufkommen von Fragen allgemeinen Interesses und die Konstitution ihrer Öffentlichkeiten verfolgen, indem man Facebook-spezifische Kommunikationsdynamiken berücksichtigt? (vgl. S. 261)

Politikbegriff/Theoriehintergrund

- Es liegt kein klar definierter Politikbegriff zugrunde. Es besteht aber eine Fokussierung auf Wahlkampfkommunikation.
- Ausgegangen wird von einer doppelten Artikulation von Code und Politik, womit die Autoren meinen, dass eine Wechselwirkung zwischen dem Facebook-spezifischen Code und der Politik besteht (vgl. S. 254).
- Social Networks werden als Assemblagen begriffen, in denen sich Muster von Informationsdarstellung, kommunikative Praktiken, soziale Praktiken, der politische Kontext und Softwareprozesse gegenseitig definieren (vgl. S. 255).

Design/Methode

- Altersgruppe: Facebook-Nutzende im Allgemeinen, keine definierte Altersgruppe.
- Drei Fallstudien in Kanada: zweimal bezüglich der Regionalwahl in Ontario 2007 und eine zur „Great Canadian Wishlist“ – einer Aktion eines kanadischen Radiosenders zur Ermittlung der wichtigsten Wünsche der kanadischen Bürger(innen). Organisiert wurde die Aktion über eine Facebook-Seite.
- Betrachtet werden drei Ebenen: 1. die Konstitution von Öffentlichkeiten, 2. Die Informationspräsentation und 3. API (Facebook-Programmierschnittstellen) (vgl. S. 154).
- In den beiden Fallstudien zur Ontario-Wahl werden Facebook-Gruppen untersucht, da sie interaktiven Charakter haben und bottom-up funktionieren, anders als beispielsweise Facebook-Seiten von Politiker(inne)n. So kann nachvollzogen werden, ob und wie sich neue Öffentlichkeiten formieren (vgl. S. 260 f.).
- Methode Fallstudie 1: Manuelle Suche bei Facebook nach Gruppen mit den Namen des Parteivorsitzenden und des allgemeinen Begriffs „Ontario Election 2007“ (S. 261).
- Methode Fallstudie 2: Betrachtung der Facebook-Kampagne zur „Great Canadian Wish List“ (S. 264 f.). Das empirische Vorgehen hierzu wird im vorliegenden Beitrag nicht beschrieben.
- Methode Fallstudie 3: Programmierung von Facebook-API, um zu ermitteln, in welchen Gruppen Nutzende gleichzeitig Mitglieder sind. Die Autoren selbst erachten dies jedoch als ethisch fragwürdig, da die Anonymität der Untersuchten nicht gewahrt bleibt (vgl. S. 268 ff.).

Ergebnisse

- Fallstudie 1: Es gibt ein Nebeneinander von parteipolitischen Unterstützer-Gruppen und themenspezifischen Gruppen (vgl. S. 262). Es gab mehr Gruppen zu Parteien, aber die themenspezifischen Gruppen hatten im Schnitt mehr Mitglieder (vgl. S. 262). Es lassen sich deutliche Streuungseffekte erkennen, da es verschiedene Gruppen gibt, die dieselbe Aussage hatten (vgl. S. 263).
- Fallstudie 2: die Kampagne stellt keine repräsentative Umfrage dar; stattdessen zeigt sie themenspezifische Mobilisierungsprozesse, die nicht den Willen der Bevölkerung an sich spiegeln, sondern viel mehr, welche Interessengruppen besser in der Lage sind, ihre Mitglieder zu mobilisieren (Platz 1 der Wish List: Abtreibungsverbot, Platz 2: Legale Abtreibungen) (vgl. S. 265 f.).
- Fallstudie 3: Mitglieder konservativer Parteien beteiligen sich in mehreren prokonservativen und anti-liberalen Gruppen gleichzeitig. Darin lässt sich eine Strategie erkennen, die politischen Gegner(innen) zu schwächen (vgl. S. 269 f.)

Lim, J. S.; Golan, G. J. (2011): Social Media Activism in Response to the Influence of PoliticalParody Videos on YouTube. In: Communication Research, 38(5), S. 710-727.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Die experimentelle Studie untersucht die Wirkung, die Probanden politischen Parodie-Videos auf YouTube auf sich selbst und auf andere zuschreiben und das Potenzial dieser Videos, „social media activism“ anzustoßen (S. 710 f.).
- Von Interesse sind dabei der Einfluss der Quelle des Videos und dessen wahrgenommenen Reichweite sowie die Frage, ob ein hoher erwarteter Einfluss auf andere (Stichwort: *Third person effect*) zu einer größeren Bereitschaft führt, auf das Video zu reagieren und die eigene Meinung kundzutun, um das Video zu widerlegen (vgl. S. 711).
- Die folgenden Hypothesen wurden untersucht:
 - H1: „Participants will perceive greater influence of political parody videos on others than on themselves.“ (S. 713)
 - H2: „Participants will perceive greater influence of political parody videos on others when it is presented by a source with high persuasive intent than by a source with low persuasive intent.“ (S. 713)
 - H3: „Participants will perceive greater influence of political parody videos on others when the video is presumed to have a higher likelihood of exposure.“ (S. 715)
 - H4: „The perceived influence of the political parody video on others will be a significant predictor of the likelihood to engage in social media activism.“ (S. 716)

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Ausgangspunkt der Studie ist die Beobachtung, dass Internetnutzende heute reaktive Handlungen unternehmen, um die potenzielle Wirkung, die politische Videos – insbesondere Parodien – haben, einzudämmen. Manche befürchten, dass durch Parodien ein falsches Bild von Themen oder Personen entstehen könnte. Zudem ist die Produktion solcher Videos heute nicht mehr nur für professionelle Produzent(innen) möglich, sondern für normale Bürger(innen), die diese Videos über Videoplattformen und/oder Social Networks verbreiten können (vgl. S. 711).
- Theoretischer Hintergrund der Studie ist der „Third person effect“ (TPE) (S. 710), der beschreibt, dass Menschen die Wirkung, die ein Medieninhalt hat, bei anderen höher einschätzen als bei sich selbst. Dies gilt vor allem für vermeintlich schädliche oder falsche Inhalte (vgl. S. 712 f.).

- Studien zeigen, dass die wahrgenommene Reichweite eines Medieninhalts, bzw. die erwartete Wahrscheinlichkeit mit dem Inhalt in Kontakt zu kommen, die Befürchtungen der Wirkung von Medieninhalten auf andere erhöht (vgl. S. 713 f.).
- In neueren Studien zum TPE wurde die Wahrnehmungskomponente um eine Handlungskomponente erweitert. Es wurde untersucht, inwiefern die angenommene Wirkung eines Medieninhalts auf andere Menschen dazu veranlasst, etwas zu unternehmen: „Influence of the presumed influence (IPI) model“ (S. 715). Es ergab sich, dass das Modell vor allem restriktive Handlungen in Bezug auf vermeintlich schädliche Inhalte, wie z. B. Internet-Pornografie, erklären kann (vgl. S. 715 f.).
- Ein Politikbegriff ist innerhalb der Studie nicht definiert, es muss allerdings ein breites Partizipationsverständnis zu Grunde liegen, das auch Online-Handlungen einschließt, da Handlungen, wie online einen Kommentar hinterlassen oder ein Video einstellen, als „activism“ bezeichnet werden (S. 718).

Design/Methode

- Altersgruppe: Bei den Teilnehmenden der Studie handelt es sich um Studierende einer US-amerikanischen Universität. Das genaue Alter ist nicht angegeben.
- Die Studie nutzt ein experimentelles 2x2-Design: hohe/niedrige Überzeugungsimpliciton des Produzenten x hohe/niedrige Reichweite des Videos. Um diese Faktoren zu manipulieren wurden den Teilnehmenden am Anfang des Experiments die Klick-Zahlen angezeigt, die das Video erreicht hat (fast 5 Millionen Klicks bzw. 181 Klicks), und der Produzent des Videos (eine Lobby-Firma aus Washington DC bzw. ein Studierender aus Arkansas) (S. 716 f.).
- Stimulus des Experiments war ein etwa zweiminütiges Parodie-Video auf Al Gores Film „Eine unbequeme Wahrheit“, das von YouTube heruntergeladen wurde (<http://www.youtube.com/watch?v=IZSqXUSwHRI>) (S. 716 f.).
- Vor dem Video wurden die Teilnehmenden zu ihrem Involvement mit dem Thema Erderwärmung befragt. Im Anschluss an das Video füllten sie einen Fragebogen zu folgenden Themen aus: Alter, Geschlecht, Parteipräferenz, Wirkung des Videos auf die eigene Einstellung zu Al Gore und der Erderwärmung und den Einstellungen anderer, die eigene YouTube-Nutzung, die wahrgenommene Intention des Produzenten den Rezipienten hinters Licht zu führen, die erwartete Reichweite des Videos und die Wahrscheinlichkeit, dass die Teilnehmenden auf das Video durch einen Kommentar oder ein selbstproduziertes Video reagieren würden (vgl. S. 717 f.).

Ergebnisse

- Der Einfluss des Videos auf die Einstellungen gegenüber Al Gore und der Erderwärmung wurde bei anderen signifikant höher eingeschätzt als bei sich selbst, womit sich gemäß dem TPE Hypothese 1 bestätigt (vgl. S. 719).
- Diejenigen Probanden, denen mitgeteilt wurde, das Video stamme von einem Lobby-Unternehmen, schätzten die Wirkung des Videos höher ein, als diejenigen, denen gesagt wurde, der Produzent sei ein Student. Die vermeintliche Intention des Produzenten beeinflusst folglich die wahrgenommene Wirkung auf andere (vgl. S. 720).
- Es bestand kein signifikanter Zusammenhang zwischen der erwarteten Reichweite des Videos und der angenommenen Wirkung (vgl. S. 720). Die Autoren sehen eine mögliche Erklärung hierfür darin, dass das mögliche Publikum des Videos im Vorhinein nicht definiert wurde (vgl. S. 723).
- Eine hierarchische Regression offenbarte, dass eine positive Einstellung gegenüber Al Gore ein guter Prädiktor dafür ist, ob man mit social web activism auf das Video reagiert. Ebenso erklärt ein erwarteter negativer Einfluss auf andere, die Bereitschaft, aktiv zu werden und das Video zu kommentieren oder mit einem eigenen Video zu

antworten. Die erwartete negative Wirkung eines Videos auf andere ist somit ein Anlass für eine korrektive Handlung (vgl. S. 721; 723).

- Fazit:
 - Eine Einschränkung der Studie sehen die Autoren selbst darin, dass social web activism nur in zwei möglichen Items abgefragt wurde, nämlich *das Video kommentieren* oder *ein eigenes Video einstellen*. Andere Möglichkeiten, wie *das Video weiterverbreiten* oder *in Blogs oder Social Networks aufgreifen und kommentieren*, fanden keine Beachtung (vgl. S. 724).
 - „Video sharing websites such as YouTube will play an important role in the democratic process for years to come by providing a highly unregulated platform for political video distribution.“ (S. 724)

Mascheroni, G. (2010): Remediating Participation and Citizenship Practices on SocialNetwork Sites. In: Medien Journal, 34(3), S. 22-35.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Wie und in welchem Umfang beschäftigen italienische Jugendliche sich mit politischen Inhalten in Sozialen Netzwerken?
- Welche Bedeutung hat Online-Partizipation im Alltag der Jugendlichen?
- Wie steht dies zur Offline-Partizipation?
- Warum werden die Möglichkeiten zur Online-Partizipation zum größeren Teil von Jugendlichen wahrgenommen?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Politische Partizipation wird weit gefasst und es werden vor allem unkonventionelle, nicht-institutionelle Formen von bürgerschaftlichem Engagement betrachtet (vgl. S. 24).
- Ausgangspunkt ist die Feststellung, dass Jugendliche sich von der konstitutionellen Politik weitgehend entfernt haben (vgl. S. 24).

Design/Methode

- Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden acht Fokus-Gruppeninterviews mit Jugendlichen zwischen 14 und 19 sowie 20 und 25 Jahren durchgeführt. Die Gruppenteilnehmer(innen) kannten sich vorher und suchten sich den Ort des Gesprächs selbst aus, um eine möglichst natürliche Gesprächssituation zu kreieren (vgl. S. 25).
- Die Teilnehmer(innen) wurden anhand ihres politischen Engagements und ihrer Online-Nutzung ausgesucht, sodass die Gruppen sich jeweils unterschieden (vgl. S. 25).

Ergebnisse

- Bei den unterschiedlichen Teilnehmer(inne)n traten die beiden Bürger-Typen nach Bennett (2008) zutage: „Dutiful“ und „Actualizing Citizens“ (S. 27 f.).
- Online-Medien verdeutlichen eine Partizipations-Kluft, die ohnehin vorhanden ist (vgl. S. 28).
- Ob Jugendliche online partizipieren hängt von einer Reihe von Faktoren ab:
 - die eigene Medienkompetenz und das Vertrauen darin
 - die Bandbreite an Online-Aktivitäten, die man selbst ausführt
 - Zeit, die online verbracht wird (vgl. S. 28 f.).

- Vor allem die jungen Erwachsenen (20-25 Jahre) lassen sich via Facebook durch die Auftritte von z. B. Nachrichtenmedien informieren. Nachrichten wahrnehmen und interpretieren wird somit zu einer sozialen Erfahrung, da die Facebook-Kontakte sie ebenfalls wahrnehmen und ggf. kommentieren (vgl. S. 29 f.).
- Die Teenager in den Diskussionen finden politische Inhalte in Social Networks unangebracht und lehnen sie als langweilig ab. Nur wenn politische Themen witzig verpackt sind (z. B. Satire) werden sie nicht abgelehnt (vgl. S. 30).
- Junge Erwachsene nehmen politische Statements in ihrer Selbstdarstellung auf und drücken somit u. a. ihren Lifestyle aus (vgl. S. 30).
- Befragte, die sich engagieren, nutzen Facebook, um ihre Offline-Aktionen zu bewerben und zu koordinieren (vgl. S. 31 f.).
- Die Teenager der Befragung ziehen generell keine klare Linie zwischen ihren Online- und Offline-Aktivitäten, da beides zu ihrem Alltag gehört. In Bezug auf Partizipation sehen sie allerdings einen großen Unterschied zwischen online und offline. Sie sehen Online-Partizipation als weniger effektiv und weniger aufwändig an (vgl. S. 32).

Moser, S. (2011): Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Wie sehen Jugendliche selbst Partizipation? (vgl. S. 19)

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Betrachtet wird nicht politische, sondern gesellschaftliche Partizipation. Daher ist kein Politikbegriff bestimmt.
- Partizipation wird wie folgt verstanden: Ein bewusstes Mitwirken an Entscheidungen, die das eigene Leben und das der Gemeinschaft betreffen. Dieses Mitwirken zieht sich durch alle Altersgruppen und alle Lebensbereiche (vgl. S. 71).

Design/Methode

- Betrachtete Altersgruppe: Jugend wird als heterogene Phase des Lebens gesehen, die nicht eindeutig eingrenzt werden kann (vgl. S. 70). Befragt wurden Jugendliche zwischen 13 und 25 Jahren (vgl. S. 125).
- Qualitative Leitfadenterviews mit 14 Jugendlichen, die sich in sozialen Projekten, Schul-AGs o. ä. engagieren (vgl. S. 123).
- Im Leitfaden wurden folgende Themen besprochen: Sozialer Hintergrund, Zugang zum Engagement, unterstützende und hemmende Faktoren, Rolle der Erwachsenen, Rahmenbedingungen, Erfahrungen im Engagement, Erfahrungen im Engagement in verschiedenen Bereichen wie Familie, Peer-Group, Schule etc. (vgl. S. 134).
- Weiterhin enthält die Publikation auch eine Evaluationsstudie von Münchener Freizeitstätten, die hier nicht betrachtet wird (vgl. S. 271-313).

Ergebnisse

- Aus Sicht der Jugendlichen hat jeder die Voraussetzungen, um sich zu engagieren (S. 174).
- Motive für Engagement sind vielfältig, Spaß steht aber im Vordergrund. Weitere Gründe sind altruistischer Natur, beziehen sich auf soziale Vorteile (z. B. Integration

oder das Knüpfen neuer Kontakte), etwas mitbestimmen wollen, problemorientierte Gründe und entwicklungsbedingte Gründe (z. B. Suche nach Herausforderungen). Positive Erfahrungen motivieren zudem, sich weiterhin einzusetzen (vgl. S. 185-187).

- Zugänge zum Engagement gibt es vor allem über Medienberichte oder bestehende soziale Kontakte (vgl. S. 197).
- Computernutzung fördert das Engagement der Jugendlichen; entweder wird Partizipation darüber organisiert oder aber es erleichtert das Knüpfen und Erhalten von sozialen Kontakten (vgl. S. 248).
- Jugendliche erwerben durch Engagement Kompetenzen (z. B. kommunikative Fähigkeiten), die sie selbst auch klar benennen können (vgl. S. 315).
- Die Jugendlichen selbst beschreiben, dass sie sich durch ihre gesellschaftliche Partizipation verändert haben. Engagement ist somit wichtig für die Identitätsarbeit, sorgt u. a. für Anerkennung, Integration und hilft beim Erreichen persönlicher Identitätsziele (vgl. S. 316-321).
- Partizipation ist nicht in jedem Lebensumfeld gleich stark für Jugendliche möglich. So dürfen sie in der Familie nur an alltäglichen Entscheidungen mitwirken, an grundlegenden aber häufig nicht. In der Schule haben Jugendliche kaum das Gefühl, selbst etwas gestalten zu dürfen. In Vereinen und Organisationen können Jugendliche sich vielfältig einbringen und viele wären hier zu noch mehr Einsatz bereit (vgl. S. 322 f.).

Moser, H. (2011): Das politische Internet – Möglichkeiten und Grenzen. In: Medienpädagogik, 21, Online verfügbar unter: www.medienpaed.com/21/moser1111.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013].

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Sehen schweizerische Nutzende von Facebook dieses allgemein als ein Medium *von unten*, das jenseits der offiziellen Politik so etwas wie eine Gegenmacht formuliert?
- Sehen schweizerische Nutzende von Facebook dieses als Medium, das Anliegen der jungen Generation im Sinne einer Entwicklung einer partizipativen Kultur aufgreift?
- Lässt sich der Paradigmenwechsel von pflichtbewussten zu aktualitätsbezogenen Bürger(inne)n (vgl. Benett 2008) an der Bildung von Facebook-Gruppen ablesen?

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Ausgangspunkt der Studie sind Überlegungen zu E-Government, E-Voting und E-Partizipation:
 - E-Government beschreibt die Bestrebung, den Service für Bürger und Wirtschaft durch Online-Angebote zu verbessern. In den USA gibt es diese seit 1999, in Deutschland seit 2000 (vgl. S. 1 f.).
 - Mit dem E-Voting wurde gehofft, die Wahlbeteiligung zu erhöhen. In Estland ist dies seit 2007 möglich. In der Schweiz wurde ein Versuch dazu 2010/11 beendet, da es nicht das gewünschte Ergebnis brachte (vgl. S. 2 f.).
 - Sowohl E-Government als auch E-Voting betreffen Ziele der offiziellen Politik (vgl. S. 3).
 - E-Partizipation hingegen kann Teil einer „Connected Republic“ (S. 3) sein, bei der entscheidend ist, dass sich der Staat um den/die Bürger(in) herum formieren sollte. Ein Beispiel hierfür ist die Open-Government-Agenda, die Präsident Obama in den USA einführt (vgl. S. 3 f.). Neben dieser ebenfalls regierungsnahen Perspektive kann E-Partizipation aber auch als Organisations-Tool für Bürgerproteste betrachtet werden (z. B. Stuttgart 21) (vgl. S. 4 f.).

- E-Partizipation bewegt sich im Spannungsfeld von der Vorstellung eines freien Internets einerseits, in dem sich in Opposition zur Regierung eine Gegenmacht etablieren kann und den Beobachtungen, dass Regierungen zumindest auf die Architektur des Internets Einfluss nehmen andererseits. Der Autor vermutet eine Mischung aus beiden Blickwinkeln: Zwar sind die Möglichkeiten der politischen Einflussnahme über das Netz nicht grenzen- aber auch nicht wirkungslos (vgl. S. 5 f.).
- Politikbegriff: „Geht man von Überlegungen im Rahmen eines klassischen Politikbegriffs aus, der sich an der Teilhabe am öffentlichen Diskurs orientiert, so scheint das Potenzial des Netzes zur Revitalisierung demokratischer Prozesse beschränkt: Weder scheint es zu gelingen, neue Wählerschichten in großer Zahl zu gewinnen, noch können die Mächtigen über eine Mobilisierung von Gegenmacht so einfach ‚ausgehobelt‘ werden.“ (S. 6 f.)
- Der Autor geht nach Bennett (2008) davon aus, dass statt der von Habermas geforderten deliberativen Öffentlichkeit heute eine Lifestyle-Politik vorherrscht, in der aktualitätsbezogene Bürger(innen) sich themenbezogen und kreativ einbringen und sich politische Meinungen vor allem in Auseinandersetzung mit Medieninhalten – auch online – bilden. Somit verschmelzen privater und öffentlicher Raum (vgl. S. 7 ff.).
- Design/Methode
- Es wurde eine quantitative Online-Umfrage mit Mitgliedern von 11 politischen Facebook-Gruppen aus der Schweiz durchgeführt. Kontaktiert wurden diese jeweils über die Gruppen, bei deren Auswahl auf ein möglichst breites Themenspektrum (rechte und linke, offizielle und Lifestyle-Themen) geachtet wurde. Der Rücklauf betrug 125 Fragebögen (vgl. S. 11 f.). Da es sich um Mitglieder politischer Facebook-Gruppen handelt, sind die Befragten keine durchschnittlichen Nutzenden, sondern politisch besonders Interessierte (vgl. S. 13).
- Die betrachtete Altersgruppe wurde nicht eingeschränkt, untersucht wurden hingegen Facebook-Nutzende im Allgemeinen. Der Großteil der Studien-Teilnehmer(innen) (57,6%) war unter 30 Jahren (vgl. S. 11).
- Erhoben wurden:
 - Wie häufig an Facebook-Gruppen teilgenommen wird (*Sehr häufig, häufig, manchmal, selten, nie*); zudem wurde auch gefragt, ob man bereits an politischen Gruppengründungen beteiligt gewesen sei und wie man die Gruppen nutzt:
 - Ich interessiere mich für Facebook-Gruppen um...*
 - ... Gleichgesinnte zu finden.*
 - ... meine persönliche Meinung auszudrücken.*
 - ... auf die Politik Druck auszuüben.*
 - ... eine Abstimmung oder eine Wahl zu beeinflussen.*
 - ... einfach mal auf den Tisch zu klopfen.*
 - Wer gewinnt durch politische Meinungsäußerungen auf Facebook am meisten?
 - die Parteien*
 - der individuelle Politiker*
 - der einzelne Bürger*
 - außerparlamentarische Gruppen*
 - Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zur politischen Bedeutung von Facebook?
 - Facebook ist nur ein weiteres Feld für Politiker und Parteien, um sich zu profilieren.*
 - Ohne Facebook wäre die Minarett-Initiative nicht durchgekommen.*
 - Mit Facebook hat der einfache Bürger eine Möglichkeit, mit Gleichgesinnten die Politik aufzumischen.*
 - Wer in Zukunft als Politiker gewählt werden will, kommt um Facebook nicht herum.*
 - Die politischen Auswirkungen von Facebook werden heute weit überschätzt.*

Ergebnisse

- Die Mehrheit der Befragten tritt manchmal politischen Gruppen bei, 38,8% allerdings auch häufig oder sehr häufig. Zudem lesen über die Hälfte die neuen Nachrichten der Gruppe und 20,5% veröffentlichen selbst etwas. Dies wird als Hinweis darauf gesehen, dass es sich bei den Befragten um besonders politisch interessierte Facebook-Nutzende handelt (vgl. S. 13).
- Das Hauptmotiv zum Gruppenbetritt ist es, seine persönliche Meinung auszudrücken (vgl. S. 14).
- Zudem gehen die Nutzenden davon aus, dass diese Meinungsäußerung vor allem dem einzelnen Bürger nutzt und Politiker(inne)n und Parteien am wenigsten (vgl. S. 14).
- Die Wirksamkeit der Aktivitäten in den Gruppen auf die Politik wird eher gering eingeschätzt (vgl. S. 15).
- Die Facebook-Gruppen sind nur auf den ersten Blick unabhängig von traditioneller Politik.
- Auf den zweiten Blick sind sie damit verflochten, da viele auf offiziellen Partei-Seiten beworben oder von Parteimitgliedern gegründet wurden (vgl. S. 16).
- Fazit: Der Autor resümiert, dass nachhaltiges, politisches Arbeiten über Facebook eher nicht möglich ist, darüber aber Mobilisierungsprozesse angestoßen werden können: „Digitale Medien sind hier eher als Unterstützung von politischen Aktivitäten zu sehen, die sich außerhalb [sic!] der Medien kristallisierten.“ Vor allem für junge Menschen, die oft weniger parteigebunden seien, biete Facebook eine Chance, die eigene Meinung öffentlich zu machen (S. 18).

Schneekloth, U. (2010): Jugend und Politik: Aktuelle Entwicklungstrends und Perspektiven. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. 16. Shell Jugendstudie. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, S. 129-164.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Wie hat sich die Einstellung Jugendlicher in Deutschland zur Politik in den letzten Jahren gewandelt?
- Gibt es Hinweise auf eine den gesellschaftlichen Problemlagen folgende *Repolitisierung*?
- Welches Verhältnis haben Jugendliche zu Demokratie und Gesellschaft?
- „Wie entwickelt sich die Bereitschaft zum politischen und sozialem Engagement?“

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Die Shell Jugendstudie erhebt seit 1953 in regelmäßigen Abständen Stimmungen, Sichtweisen und Erwartungen von Jugendlichen in Deutschland. Ein Politikbegriff und ein theoretischer Rahmen sind nicht definiert.
- Ausgangspunkt des Beitrags (vgl. S. 129):
 - Die Ergebnisse vergangener Shell-Studien zeigen, dass Jugendliche zunehmend ein Risikoempfinden aufweisen, das aufgrund globaler gesellschaftlicher Probleme und eines unsichereren nationalen Arbeitsmarkts entsteht.
 - Kennzeichnend für die derzeitige Generation ist Rückbesinnung auf materielle Werte wie Leistungsorientierung und die Suche nach persönlichen Aufstiegsmöglichkeiten bei gleichzeitiger Wertschätzung sozialer Beziehungen.

- Jugendliche zeichnen sich zudem durch eine „Politik-Abstinenz“ (S. 129) aus, die sich insbesondere in der Distanz zu politischen Institutionen und Parteien äußert.

Design/Methode

- Die Shell Jugendstudie befragt 2010 eine repräsentative Stichprobe von 2.604 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren mittels standardisierter Fragebögen in ganz Deutschland.
- Im Rahmen einer qualitativen Vertiefungsstudie wurden 20 explorative Interviews mit Jugendlichen im Alter von 15 bis 24 Jahren durchgeführt (siehe http://www.shell.de/home/content/deu/aboutshell/our_commitment/shell_youth_study/about/)

Ergebnisse

- Politisches Interesse (vgl. S. 130 ff.):
 - Das politische Interesse von Jugendlichen steigt weiter leicht an, nachdem es 2002 seinen vorläufigen Tiefpunkt erreichte mit 34% aller Jugendlichen, die politisches Interesse bekundeten. 2006 waren es 39% und 2010 40%.
 - Die zentralen Einflussfaktoren auf politisches Interesse sind: Alter (eher älter), Geschlecht (eher männlich) und Bildung sowie Herkunftsschicht der Eltern.
 - Der Anstieg des politischen Interesses ist vor allem auf Jüngere zurückzuführen, die sich in höherem Maße für Politik interessieren als vorangegangene Generationen.
- Informieren über Politik (vgl. S. 132 ff.):
 - Etwa ein Drittel der Befragten informiert sich in den Medien aktiv über Politik.
 - Das Fernsehen ist die wichtigste Informationsquelle, 20% nutzen hierfür das Internet und ebenfalls 20% lesen die Tageszeitung.
 - Zentrale Einflussgrößen auf das Informationsverhalten sind das politische Interesse, die Bildung, das Geschlecht und das Alter. Jugendliche, die viel Fernsehen schauen, nutzen dies seltener zur politischen Information. Genau umgekehrt verhält es sich bei der Internetnutzung: Wer viel Zeit im Netz verbringt, nutzt dieses auch häufiger gezielt als politische Informationsquelle.
- Politische Positionierung (vgl. S. 134 ff.)
 - Jugendliche ordnen sich traditionell weiter links ein als die Gesamtbevölkerung. Dies hat sich 2010 nicht verändert.
 - Höher gebildete und politisch interessierte Jugendliche positionieren sich eher links. Politisch nicht interessierte Jugendliche und Jugendliche mit niedrigem Bildungsstand positionieren sich eher mittig.
- Einstellung zur Demokratie (vgl. S. 136-142)
 - Die Demokratiezufriedenheit bleibt auf hohem Niveau, ist in den Neuen Bundesländern aber nach wie vor niedriger als in den Alten.
 - Arbeitslose Jugendliche weisen die niedrigste Demokratiezufriedenheit auf.
 - Die Akzeptanz der Demokratie als gute Staatsform liegt zudem höher als die Zufriedenheit mit der Demokratie. Dementsprechend schlägt sich eventuelle Unzufriedenheit mit der aktuellen Lage nicht in einer Ablehnung des politischen Systems an sich nieder.
 - Bei der Frage nach dem Vertrauen in verschiedene Institutionen zeigt sich ein geringes Vertrauen in die Bundesregierung und in Parteien, sowie eine Verdrossenheit in Bezug auf Wirtschaftsunternehmen und Banken. Besonders gut schneiden hier die Polizei, Gerichte und Menschenrechtsgruppen ab.
 - Insbesondere Politiker(innen) werden von Jugendlichen kritisch betrachtet.
 - Auffällig ist zudem, dass mit 6% relativ viele Jugendliche mit dem Begriff *Bürgerinitiative* nichts anfangen können.

- Politische und soziale Partizipation
 - Jeder zweite Jugendliche findet politisches Engagement unwichtig für seine Lebensgestaltung, damit ist die Einschätzung der Wichtigkeit von Partizipation leicht rückläufig (vgl. S. 142).
 - Dies zeigt sich auch in der Frage ob, Politik eher „in“ oder eher „out“ ist. 71% finden Politik eher „out“ (S. 142).
 - Die Wahlbeteiligung der Jung- und Erstwähler liegt konstant etwa 10% niedriger als die der Gesamtbevölkerung (vgl. S. 143 f.).
 - Im Allgemeinen sind Jugendliche gegen eine Absenkung des Wahlalters auf 16 Jahre.
 - Der Anteil ist bei höher gebildeten und politisch interessierten Jugendlichen leicht niedriger (vgl. S. 144 f.).
 - Gründe, sich nicht zu beteiligen, sind für Jugendliche Politikverdrossenheit, das Gefühl, nicht dazu zu gehören und ein fehlender Glaube an die Selbstwirksamkeit (vgl. S. 146).
 - Die Bereitschaft, sich politisch einzumischen, liegt höher als die tatsächliche Einbringung. Sowohl bei der Bereitschaft dazu als auch in der Umsetzung liegt „Unterschriftenliste unterschreiben“ als Partizipationsform vorn (77% sind dazu bereit, 59% haben dies bereits getan). Zweithäufigste Form ist ethischer Boykott oder Konsum. Auf dem letzten Platz liegt die Mitarbeit bei einer politischen Gruppe oder Partei (S. 146 f.).
 - Einflussfaktoren auf die Bereitschaft zur Partizipation sind Politikinteresse, Geschlecht (weiblich), (eher) linke politische Positionierung, eher aus den alten Bundesländern und eher höhere Bildung (vgl. S. 150).
 - Weitere Einflussgrößen sind die wahrgenommenen, subjektiven Kompetenzen, ein hohes Unrechtsbewusstsein und persönliche Betroffenheit (vgl. S. 151).
 - Partizipation findet zudem eher kurzfristig und themenbezogen statt als langfristig und mit institutioneller Einbindung (vgl. S. 151).
 - Das Internet spielt vor allem für politisch interessierte Jugendliche eine große Rolle bei der Vernetzung und der Information über politische Aktionen (vgl. S. 151).
 - Zwar ging der tatsächliche Einsatz im sozialen Bereich eher zurück, die Bereitschaft zu sozialem Engagement ist allerdings bei Jugendlichen gestiegen (vgl. S. 152 f.).
 - Faktoren, die das soziale Engagement begünstigen sind eine höhere Bildung, die Wertorientierung, politisches Interesse und subjektiv wahrgenommene Kompetenzen (vgl. S. 154).
 - Vor allem in Vereinen engagieren Jugendliche sich (47%). Auf dem zweiten Platz liegt die Beteiligung in der (Hoch-)Schule (22%) (S. 155 f.).
- Integration und Alltagskonflikte (vgl. S. 157-164)
 - Von einer generellen Intoleranz gegenüber bestimmten Gruppen kann bei deutschen Jugendlichen nicht gesprochen werden. Allerdings lassen sich Unterschiede gegenüber Vorurteilen verschiedener Ethnien erkennen. Russischen und türkischen Migrant(inn)en wird häufiger mit Vorbehalten begegnet als Migrant(inn)en aus Afrika.
 - Vorbehalte gibt es auch gegenüber Familien mit vielen Kindern, Familien mit Sozialhilfebezug, Homosexuellen, Rentnern und Studierenden.
 - Der Anteil der Jugendliche, die sich eine Begrenzung der Zuwanderung nach Deutschland wünschen ist deutlich von 56% (2002) auf 46% gesunken.
 - Hinsichtlich der Jugendgewalt hat sich wenig verändert. Der Großteil der Jugendlichen hat keine Erfahrungen mit Schlägereien.

Seifert, M. (2012): Mobilisierung für alle? Sozial selektive Wirkungen des Internets auf die politische Kommunikation. Wiesbaden: VS.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- „Welche individuellen Merkmale beeinflussen die mobilisierende Wirkung des Internets auf die individuelle politische Kommunikation?“ (vgl. S. 19)

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Dem zentralen Begriff der Studie, der individuellen politischen Kommunikation, liegt eine Systematisierung nach *Emmer* (2005) zugrunde, bei der politische Kommunikation nach Art der Handlung und nach dem genutzten Medium unterschieden wird. Dabei erfordern die verschiedenen Handlungskomplexe ein unterschiedliches Maß an Involvement. Während Informationskommunikation es kaum benötigt, ist es bei Partizipation entscheidend. Es wird folglich ein weites Partizipationsverständnis zugrunde gelegt, dass auch *sich über Politik informieren* und *darüber sprechen* als politische Teilhabe versteht (vgl. S. 111):

Handlungskomplexe	Individuelle Handlungen
Politische Informationskommunikation	Offline: z. B. Fernsehnachrichten oder Zeitungen rezipieren
	Online: z. B. Suche nach politischen Informationen, Ansehen von Politiker-Websites
Interpersonale politische Kommunikation	Offline: z. B. Gespräche über Politik mit Bekannten, Politiker(inne)n etc.
	Online: z. B. Gespräche im Chat/Foren mit Bekannten, Politiker(inne)n etc. über Politik
Partizipationskommunikation	Offline: z. B. Parteimitgliedschaft, Demonstrationsteilnahme
	Online: Online-Mitarbeit in Organisationen, Online-Unterschriftenlisten

Quelle: zitiert nach *Emmer 2005: Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums*. München: Reinhard Fischer, S. 80f; 123ff.

- Theoretische Grundlage ist zudem die Mobilisierungsthese, die konstatiert, dass dadurch, dass das Internet neue Nutzergruppen anspricht, auch neue Bürger(innen) zu politischer Partizipation motiviert werden (vgl. S. 197).
- Das folgende Kausalmodell liegt der Untersuchung zugrunde:
 - Nutzung des Internets (unabhängige Variable)
 - individuelle Merkmale (moderierende Variable)
 - individuelle politische Kommunikation (abhängige Variable) (vgl. S. 112).
- Als relevante individuelle Merkmale werden im Anschluss an die Partizipationsforschung folgende verstanden: Bildungsgrad, ökonomische Lage, Wohn- und Gesundheitsverhältnis, Alter, Geschlecht, politisches Interesse, Responsivität des politischen Systems, Wahrgenommene Selbstwirksamkeit, Zufriedenheit mit dem politischen System, ökonomische Ziele, sprachliche und kognitive Fähigkeiten (vgl. S. 115).

Design/Methode

- Es handelt sich um eine Sekundärdatenanalyse des Projekts „Politische Online-Kommunikation“ der TU Ilmenau. Dabei handelt es sich um eine Langezeitstudie, die in vier Wellen von 2002 bis 2005 die Entwicklung des Einflusses des Internets auf die politische Kommunikation untersucht. Dafür wurde eine repräsentative Stichprobe der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren mittels einer quantitativen Telefonbefragung durchgeführt. Durch die Panelmortalität und die notwendigen Nachrekutierungen schwankt die Anzahl der Befragten von 1415 bis 1573 (vgl. S. 117-120).
- Bei der Studie handelt es sich um ein Quasi-Experiment, da die Gruppe der dauerhaften Internetnutzenden, mit den Einsteigern und den dauerhaften Nicht-Nutzenden verglichen wurde (vgl. S. 127 ff.).

Ergebnisse

- Als theoretischen Befund seiner Studie benennt der Autor die Feststellung, dass die Faktoren, die einen Internetzugang begünstigen auch in der Partizipationsforschung Beachtung finden. Dazu zählen Alter, Geschlecht, Einkommen und Bildung. Jüngere Männer, mit einer hohen Bildung und einem größeren Einkommen beteiligen sich tendenziell eher an Politik und sind häufiger im Internet vertreten (vgl. S. 201).
- Insgesamt kann man von einer größeren Politikorientierung bei den Onlinern sprechen, die tendenziell häufiger die Tageszeitung und Fernsehnachrichten rezipieren und auch häufiger offline zu Politiker(inne)n oder Medien Kontakt aufnehmen (z. B. über Leserbriefe) (vgl. S. 201).
- Auf den ersten Blick hat es den Anschein, dass das Internet ein großes Mobilisierungspotenzial in Hinblick auf politische Kommunikation hat, was eine digitale Spaltung bedeuten würde. Betrachtet man allerdings die moderierenden Variablen, so nimmt der Effekt der Internetnutzung ab. Ältere, Erwerbstätige sowie wenig Interessierte und Menschen mit wenig Vertrauen in das demokratische System lassen sich demnach im moderaten Maße durch die Internetnutzung zu politischer Kommunikation mobilisieren (vgl. S. 202).
- Jüngere haben zwar häufiger einen Internetanschluss als Ältere und nutzen diesen auch intensiver und vielfältiger, Ältere werden aber durch das Internet eher zu politischer Kommunikation angeregt, was in Bezug zur These des „Digital Divide“ erstaunt (S. 203 f.).
- Fazit:
 - Das Internet verstärkt zwar die Einmischung der politisch ohnehin Aktiven, hat aber auch das Potenzial bisher nicht Aktive näher an Politik heranzuführen wie z. B. bisher wenig Interessierte oder Ältere (vgl. S. 204).
 - Die Merkmale, die die Wirkung des Internets maßgeblich moderieren sind Alter, Erwerbstätigkeit, politisches Interesse und Demokratievertrauen (vgl. S. 204 f.).
 - Die Partizipationskommunikation erfährt durch die Internetnutzung keinen Zuwachs (vgl. S. 205).

Siri, J.; Melchner, M.; Wolff, A. (2012): The Political Network. Parteien und politische Kommunikation auf Facebook. In: Zurawski, N.; Schmidt, J.-H.; Stegbauer, C. (Hrsg.) (2012): Phänomen „Facebook“. kommunikation@gesellschaft, Sonderheft Nr. Beitrag 6, Beitrag 6. [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Wie nutzen Parteien sowie Politiker(innen) Facebook? (vgl. S. 1)
- Wie formt die Nutzeroberfläche die politische Kommunikation und wie bedienen sich politische Rollenträger dieser? (vgl. S. 6 f.)
- Die Social Network-Nutzung von Parteien sowie Politiker(inne)n ist weitgehend unerforscht. Bisher wurden meist nur die Websites analysiert (vgl. S. 3).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Der Politikbegriff wird nicht bestimmt. Es werden ausschließlich politische Akteure (Politiker(innen), genauer Mitglieder des Bundestages und von Parteien) betrachtet.
- Es existieren optimistische und skeptische Ansichten über das demokratische Potenzial des Social Web: Kritisch werden Probleme des Daten- und Privatsphärenschutzes gesehen; optimistisch wird hingegen das deliberative Potenzial des Internets bewertet (vgl. S. 5 f.).
- Die Autorinnen sehen Social Networks nicht generell als Opponenten zum Qualitätsjournalismus. Es gebe Intermedien-Effekte, durch die gegenseitig aufeinander Bezug genommen wird (z. B. durch das Posten eines Artikels) (vgl. S. 6).

Design/Methode

- Es werden nicht Jugendliche betrachtet, sondern Bundestagsabgeordnete.
- Erhebungszeitraum: März bis Juli 2011
- Die Studie nutzt einen Methodenmix aus einer quantitativen Studie zur Aktivität der Abgeordneten bei Facebook (Vollerhebung) und einer quantitativen Umfrage mit 100 zufällig ausgewählten Abgeordneten, zudem wurden qualitative Experteninterviews und eine qualitative Auswertung der Entwicklung der von den Parteien betreuten Facebook-Seiten und zufällig ausgewählter Politiker-Profile durchgeführt (vgl. S. 8 f.).
- In der quantitativen Studie zur Aktivität der Politiker(innen) wurden folgende Merkmale erhoben: Alter, Geschlecht, Partei und allgemeine Interaktivität (gemessen durch Anzahl der Social Network-Accounts). Bei allen wurde davon ausgegangen, dass diese einen Effekt auf die Facebook-Nutzung haben. Die Auswertung erfolgt durch eine logistische Regression (vgl. S. 8 f.).
- In der quantitativen Befragung wurde nach Art, Gründen und Zeitaufwand der Facebook-Nutzung gefragt (vgl. S. 12)

Ergebnisse

- Die quantitative Studie zur Aktivität der Politiker(innen) ergab,
 - dass 59,4% der 620 Abgeordneten einen Facebook-Account (Seite und/oder Profil) besitzen (vgl. S. 10).
 - dass sich über alle Parteien hinweg kein Geschlechtereffekt feststellen lässt. Allerdings haben Frauen in der CDU/CSU seltener einen Account als Frauen in der SPD und bei den Grünen (vgl. S. 11).
 - dass allgemeine Internetaffinität die Chance erhöht, dass ein Abgeordneter bei Facebook aktiv ist (vgl. S. 11).

- Die quantitative Befragung hatte kaum Rücklauf (22 von 100) und konnte nicht statistisch ausgewertet werden. Nur die offenen Fragen wurden ausgewertet.
 - Die Abgeordneten gaben an, Facebook vor allem zu nutzen, um junge Wähler(innen) anzusprechen, bzw. andere Zielgruppen als über klassische Massenmedien.
 - Ein Abgeordneter äußerte seine Skepsis, aufgrund derer er Facebook nicht nutze. Er halte alles, was dort geschehe nicht für „echte Politik“, da dort alles zu kurzfristig sei (S. 13).
- Die qualitative Auswertung der Profile und Seiten:
 - Es zeigten sich zwei Typen der Facebook-Nutzung:
- 1. Nutzung als purer Informationskanal (es werden vor allem Pressemitteilungen und Aktualisierungen der Homepage eingestellt).
- 2. Nutzung als interaktives Medium (es wird interaktiv mit den Nutzenden kommuniziert und häufig auch private Inhalte gepostet) (vgl. S. 14).
 - Aus den Reaktionen der Nutzenden lässt sich ablesen, dass persönliche Beiträge vor rein sachlichen bevorzugt werden (vgl. S. 17).
- Die qualitativen Experteninterviews:
 - Die beiden Typen der Facebook-Nutzung zeigen sich auch hier (vgl. S. 17 f.).
 - Politische Akteure eignen sich Social Media zum Zeitpunkt der Befragung an und versuchen auch ganz praktisch zu verstehen, wie diese funktionieren (vgl. S. 22)
- Facebook ist ein Raum, in dem Dissens nicht erwünscht ist (es gibt nur einen „Gefällt mir“-Button). Unangenehmes kann einfach ausgeblendet werden. Konfliktpotenzial artikuliert sich maximal in Gruppen oder Äußerungen, ist aber in der Struktur von Facebook nicht angelegt. Ablehnung oder Abstrafung schlechter oder unerwünschter Beiträge erfolgt durch Ignorieren, womit eine Unsichtbarkeit innerhalb des Mediums einhergeht (vgl. S. 23 ff.).

Speiser, V. (2011a): „Information wants to be free!“ – Die politische (Jugend-) Bewegung der Netzaktivisten. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 4, S. 403-416.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Handelt es sich bei den Netzaktivist(inn)en um eine transnationale politische Bewegung und wenn ja, was kennzeichnet diese Bewegung?
- Ist die Netzbewegung eine Jugendbewegung und wenn ja, lassen sich spezifische jugendkulturelle bzw. jugendszenische Merkmale identifizieren?
- Welche Bedeutung hat die Netzbewegung außerdem für die Ausgestaltung demokratischer Politik?
- Netzaktivist(inn)en sollen theoretisch eingeordnet werden, um einen ersten empirischen Zugang des Phänomens möglich zu machen. Dazu werden erste empirische Daten genutzt (vgl. S. 403 f.).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Zitiert nach Raschke (1991) wird eine politische/soziale Bewegung verstanden als ein „mobilisierender aktiver Akteur, der mit einer gewissen Kontinuität auf der Grundlage hoher symbolischer Integration und geringer Rollenspezifikation mittels variabler Organisations- und Aktionsform das Ziel verfolgt, grundlegenden sozialen Wandel herbeizuführen, zu verhindern oder rückgängig zu machen“ (S. 404).
- Transnationalismus wird nach Vertovec (2009) begriffen als „anhaltende Beziehung und fortlaufender Austausch zwischen nicht-staatlichen Akteuren über nationalstaatliche Grenzen hinweg“ (S. 409 f.).

- Ausgangspunkt und Vorüberlegungen:
 - „Information wants to be free!“ ist der Slogan und Grundgedanke einer Bewegung, die seit Anfang der 1990er Jahre besteht und einen Aufschwung durch die wachsende Bedeutung des Internets erfuhr (S. 403 f.).
 - Die Bewegung hat ihren Ursprung in der Hacker-Subkultur (vgl. S. 404).

Design/Methode

- Altersgruppe: 15 bis 25 Jahre
- Sekundärdatenanalyse einer nicht repräsentativen, quantitativen Erhebung (N=2.404) im Rahmen der Studie „Soziale Beziehungen und Konfliktpotentiale im Kontext von Erfahrungen verweigerter Teilhabe und Anerkennung bei Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund“
- Die Erhebung wurde von Dezember 2009 bis März 2010 in zufällig ausgewählten Klassen an Schulen in Bielefeld, Berlin, Köln, und Frankfurt a. M., in Stadtteilen mit mittlerem bis hohem Migrantenanteil durchgeführt. Für die Auswertung wurden nur die Befragten ohne Migrationshintergrund herangezogen (N = 894). Zusätzlich wurden zwei problemzentrierte Interviews mit Netzaktivist(inn)en geführt (vgl. S. 405).
 - Gefragt wurde u. a. danach, wofür und wie oft die Befragten sich einsetzen (u. a. Freiheit im Internet; Datenschutz & Bürgerrechte).
 - Wie oft hast du dich an folgenden Aktivitäten beteiligt (vierstufige Skala von sehr oft bis noch nie):
 - Protest-E-Mails schreiben*
 - Beteiligung an E-Petitionen*
 - Online-Mobilisierung für politische Aktionen*
 - Politische Online-Diskussionen*
 - Nutzung des Internets zur Koordination politischer Arbeit*
 - Politische Blogs schreiben*
 - Beteiligung an Aktionen des Digitalen Zivilen Ungehorsams*

Ergebnisse

- Männliche Jugendliche setzen sich häufiger für Internetfreiheit bzw. gegen Zensur ein als weibliche Jugendliche. Das Thema interessiert viele Jugendliche, unabhängig von Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund (vgl. S. 406).
- Eng verknüpft damit ist das Thema Datenschutz, das für Jugendliche ähnlich interessant ist (vgl. S. 406).
- Nach Bezugnahme des allgemeinen politischen Engagements, das mit einem einzigen Item auf einer vierstufigen Skala von sehr häufig bis noch nie abgefragt wurde, ergaben sich durch eine latente Klassenanalyse vier Typen der politischen Internetnutzung (vgl. S. 407):
 - *Internetaffine Aktivisten*: Sie engagieren sich oft und nutzen dafür das Internet in vielfältiger Weise.
 - *Traditionell Engagierte*: Dieser Typ ist in verschiedenen Bereich gelegentlich bis oft aktiv und nutzt das Internet vor allem zur Informationsbeschaffung und zur Koordination.
 - *Interessierte*: Sie sind offline nicht aktiv, informieren und engagieren sich aber gelegentlich online.
 - *Nichtaktive*: Sie sind weder online noch offline politisch aktiv.
- Es gibt kaum Geschlechterunterschiede in der Typologie; tendenziell sind *Internetaffine Aktivisten* eher männlich und *Traditionell Engagierte* eher weiblich (vgl. S. 407).

- Ein höherer Bildungsstand macht sich insofern leicht bemerkbar, dass die *Interessierten* und *Internetaffinen Aktivist(inn)en* meist einen höheren Bildungsstand haben (vgl. S. 407 f.).
- Die *Internetaffinen Aktivist(inn)en* engagieren sich in hohem Maße für Freiheit im Internet und für Datenschutz. Engagierte setzen sich dafür allerdings ebenfalls ein (vgl. S. 408).
- Als Netzaktivist(inn)en würde die Autorin diejenigen bezeichnen, die sich online oft einsetzen und sich sowohl für Datenschutz als auch für Internetfreiheit einsetzen. Dies sind im Datensatz nur 2,49% und somit zu wenige, um eine statistische Auswertung vorzunehmen. Diese kleine Anzahl scheint aber eher männlich zu sein und eher einen hohen Bildungsstand aufzuweisen. Dieser Kern der Bewegung ist eingebettet in einen größeren Sympathisanten-Kreis, der sich gelegentlich mobilisieren lässt. Von den Befragten sind dies ca. ein Drittel (vgl. S. 408).
- Ergebnisse der qualitativen Interviews:
 - Netzaktivist(inn)en haben sich politisiert, weil sie die Informations-, Wissens- und Meinungsfreiheit des Internets schätzen und diese (z. B. durch Vorratsdatenspeicherung oder Netzsperrern) in Gefahr sehen (vgl. S. 408 f.). Sie halten das Internet nicht zwangsläufig für ein demokratisches Medium, sondern wollen gerade aufgrund einer demokratischen Grundhaltung, dass es frei bleibt und nicht wie in einer Diktatur zensuriert wird.
- Die Aktivist(inn)en sehen einen Generationenkonflikt zwischen der jungen Generation, die mit dem Medium vertraut ist und sich dafür mobilisieren lässt, und der älteren Generation, welche dieses kaum kennt (vgl. S. 409).
- Transnationale Verknüpfungen sind nur schwach und gelegentlich vorhanden, u. a. durch europaweite Aktionstage, auch wenn es Vertreter(innnen) der Netzaktivist(inn)en wie z. B. die Piratenpartei mittlerweile in vielen Ländern gibt (vgl. S. 410 f.).
- Es lassen sich szenetypische Muster bei den Internetaktivist(inn)en finden. Dazu zählen (vgl. S. 411 f.):
 - eine spezielle Sprache mit eigenen Redewendungen
 - ein eigener Verhaltenskodex, der die Netiquette im Internet darstellt
 - Smartphones als Statussymbole, die für einen szenetypischen Lifestyle sprechen
 - Szeneevents, die ein Wir-Gefühl erzeugen wie beispielsweise Treffen des Chaos Computer Clubs
- Theoretische Schlussfolgerungen:
 - Die theoretische Perspektive der kritischen Theorie scheint den Bestrebungen der Netzaktivist(inn)en nahe zu liegen, da die Freiheit des Internets als Technologie von staatlicher Regulierung (z. B. Zensur) und wirtschaftlichen Zwängen (z. B. Kommerzialisierung) erstritten werden soll (vgl. S. 412 f.). Eigene Technologie wird genutzt (z. B. Open-Source-Projekte), um staatliche und wirtschaftliche Akteure herauszufordern, außer Kraft zu setzen oder zu destabilisieren (vgl. S. 413).
- Das Internet ist einerseits Technologie und System, andererseits aber auch Lebensraum. Angelehnt an Habermas lassen sich zwei Arten der Kolonisierung erkennen. Zum einen die Kolonisierung des virtuellen Lebensraums durch die Technologie und zum anderen die Kolonisierung des privaten Raums durch den virtuellen. Die Internetaktivist(inn)en können als Widerstand der Kolonisierung des virtuellen Lebensraums durch das politische und wirtschaftliche System verstanden werden (vgl. S. 413 f.).

Spaiser, V. (2011b): Das politische Potenzial des Internets. Neue individualisierte Möglichkeiten politischen Agierens für Jugendliche? In: Heitmeyer, W. (Hrsg.) (2011) : Individualisierung von Jugend. Zwischen kreativer Innovation, Gerechtigkeitssuche und gesellschaflichen Reaktionen. Weinheim: Beltz Juventa, S. 147-164.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Im Zentrum steht die Frage, ob Jugendliche im Internet ein neues Partizipationsfeld gefunden haben, das ihren Bedürfnissen und allgemeinen Individualisierungsprozessen entgegenkommt, anders als traditionelle politische Beteiligung in z. B. Jugendorganisationen von Parteien (vgl. S. 147).
- Der Beitrag soll einen Einblick in die Forschungslandschaft zum Thema Internet, Politik und Jugend geben (vgl. S. 148).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Grundlage ist eine deliberative Demokratietheorie als Idealbild einer Gesellschaft. Zwar hat das Internet die Hoffnung geschürt, dass dieses Ideal darüber erreicht werden könne, es fehlt aber der empirische Nachweis darüber (vgl. S. 147; 154).
- Weitere Grundlage ist der dialektische Konstruktivismus nach Feenberg (1999), nachdem jede neue Technologie ambivalent zu betrachten ist. Zum einen konserviert sie meist Machtverhältnisse, da die gesellschaftliche Elite entscheidet, in welche Richtung sich die Technologie entwickelt. Andererseits birgt jede Technologie aber auch das Potenzial des gesellschaftlichen Umsturzes durch „demokratische Rationalisierung“, wenn die Nutzenden sich diese kreativ aneignen (S. 152).
- Forschungsstand:
 - Vor allem junge Leute nutzen das Internet, um sich politisch zu informieren und einzubringen (vgl. S. 149).
 - Online-Plattformen scheinen insbesondere für Protestbewegungen hilfreich zu sein (vgl. S. 147; 149).
 - Politisch interessierte Jugendliche sind häufig enttäuscht von Massenmedien, weil ihre Themen (z. B. Tierschutz) dort nicht angesprochen werden. Daher dient das Internet dann als Hauptinformations- und Koordinationsquelle (vgl. S. 149).
 - Vielen Jugendlichen erscheint Politik langweilig und sie sind deshalb desinteressiert (vgl. S. 150).
 - Alter, Geschlecht und Bildungsstand haben einen wesentlichen Einfluss auf die politische Nutzung des Internets (vgl. S. 148 ff.).

Design/Methode

- Altersgruppe: 15 bis 25 Jahre
- Es handelt sich um eine Sekundärdatenanalyse einer nicht repräsentativen, quantitativen Erhebung (N=2.404) im Rahmen der Studie „Soziale Beziehungen und Konfliktpotenziale im Kontext von Erfahrungen verweigerter Teilhabe und Anerkennung bei Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund“.
- Die Erhebung wurde von Dezember 2009 bis März 2010 in zufällig ausgewählten Klassen an Schulen in Bielefeld, Berlin, Köln und Frankfurt a. M. in Stadtteilen mit mittlerem bis hohem Migrantenanteil durchgeführt.

Ergebniss

- Ergebnisse werden nach sechs Möglichkeiten der politischen Nutzung des Internets vorgestellt.
- **Information:**
 - Fernsehnachrichten dominieren bei Jugendlichen als Informationsquelle, aber auch das Internet dient der politischen Information, da 75,5% der Befragten zumindest mehrmals im Monat darauf zurückgreifen (vgl. S. 155).
 - Nur eine Minderheit der Befragten produziert selbst politische Inhalte (ca. 10 bis 18%). Dabei handelt es sich vor allem um ältere Jugendliche bzw. junge Erwachsene (vgl. S. 155 f.).

Kommunikation:

- Jugendliche kommunizieren häufiger in Online-Gesprächen mit Bekannten über Politik als in Online-Diskussionen.
- Ca. 20,8% der Befragten kommunizieren zumindest gelegentlich online über Politik (vgl. S. 156 f.).

Petitionen:

- 28,7% der Befragten haben zumindest einmal eine E-Petition unterzeichnet (vgl. S. 158 f.).
- Bedenkenswert bei dieser Zahl ist, dass von den 69,8%, die noch nie unterzeichnet haben, der Großteil vermutlich nichts von dieser Möglichkeit weiß (vgl. S. 159).

Networking:

- 42,6% der Befragten Jugendlichen nutzen das Internet zumindest gelegentlich zur Koordination von politischem Engagement.
- Da insgesamt 66% der Befragten angeben, politisch aktiv zu sein, wird die Bedeutung des Internets für die Koordination des Engagements deutlich. Dies bestätigt auch eine Korrelationsanalyse von Online-Koordination und allgemeinem politischem Engagement (vgl. S. 160).
- Seltener wird das Internet zur gezielten Mobilisierung anderer genutzt (ca. 26,8% haben das mind. einmal getan) (vgl. S. 160).
- 27% wurden bereits selbst einmal durch das Internet mobilisiert, da sie an Aktionen teilnahmen, von denen sie durch das Internet erfahren hatten (vgl. S. 160).

Online-Kampagnen:

- 19,6% haben schon mindestens einmal an einer Protest-Mailing-Aktion teilgenommen (vgl. S. 161).

Politischer Protest online:

- Das Internet ist für viele Arbeitsabläufe heute unverzichtbar. Digitale Störungen kommen somit realweltlichen Schäden gleich. Ziviler Ungehorsam wird z. B. durch Hackerangriffe oder (weniger technisch versiert) durch das massenhafte Aufrufen bestimmter Seiten ins Netz übertragen (vgl. S. 162).
- Nur eine kleine Minderheit der befragten Jugendlichen (unter 10%) nutzt solche Formen politischer Online-Partizipation (vgl. S. 162 ff.).

Thimm, C.; Einspänner, J.; Dang-Anh, M. (2012): Politische Deliberation online. Twitter als Element des politischen Diskurses. In: Krotz, F.; Hepp, A. (Hrsg.) (2012): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 283-305.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Kann der Microblogging-Dienst Twitter eine Plattform für deliberativen Meinungsaustausch darstellen? (vgl. S. 284)
- Beantwortet werden soll die Frage anhand der Twitternutzung von Politiker(inne)n im Umfeld von Landtagswahlen (vgl. S. 284).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- In Bezug auf die Beziehung von Internet und Gesellschaft gibt es computerenthusiastische Positionen, die das deliberative Potenzial des Internets loben, und computerpessimistische Positionen, die ein Auseinanderbrechen der Gesellschaft durch Individualisierung und digitale Spaltung befürchten. Besonders deutlich werden diese Positionen in der Betrachtung politischer Themen (vgl. S. 283 f.).
- Grundlage der Studie ist ein Modell der „Digitalen Deliberation“, das der Vorstellung der Deliberativen Öffentlichkeit nach Habermas zugrunde liegt. Politische Entscheidungen sollen demnach aufgrund eines barrierefreien, rationalen Diskurses getroffen werden. Dies wird auf Online-Kommunikationsmöglichkeiten übertragen. Der Diskurs findet hier auf verschiedenen Online-Plattformen statt. Als Ziel des Diskurses gilt heute nicht mehr der von Habermas geforderte Konsens, das Ergebnis kann auch Dissens sein. Am Ende legitimiert der Diskurs jedoch die politische Entscheidung (vgl. S. 284 ff.).
- Ob dieses Modell empirisch nachweisbar ist, ist bisher nicht geklärt. Sowohl Internetoptimisten wie -pessimisten haben Argumente und Ergebnisse vorzuweisen (vgl. S. 286 ff.).
- Vor allem Web 2.0-Angebote, u. a. Twitter, scheinen geeignet, um die deliberativen Hoffnungen an das Internet erfüllen zu können (S. 288f, S. 291). „Die grundlegende Struktur von Twitter ist von einer Mischung aus Newsmedium, synchroner interpersonaler Kommunikation und sozialer Gruppenbildung bestimmt“ (ebd., S. 293).

Design/Methode

- Es wurde die Twitterkommunikation von Politiker(inne)n während verschiedener Landtagswahlen 2011 (Sachsen-Anhalt, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz) jeweils in den drei Wochen vor der Wahl quantitativ ausgewertet (vgl. S. 297).
- Dazu wurden die Tweets der vier aktivsten Kandidat(inn)en der Parteien erhoben (vgl.S. 297).

Ergebnisse

- Twitter erlaubt einen barrierefreien Diskurs, mit der Einschränkung, dass zur Teilnahme ein Internetzugang und eine E-Mail-Adresse von Nöten sind. Für Personen, die dieses erfüllen, ermöglicht Twitter einen egalitären Diskurs mit dispersem Publikum (vgl. S. 294).
- Die Rationalität eines Diskurses zu messen, ist offline wie online nicht einfach. Bei Twitter können dafür u. a. verwendete Hashtags, Adressierungen sowie Verlinkungen einbezogen werden (vgl.S 195 f.).

- Hyperlinks haben bei Twitter ein hohes Informationspotential. Da durch die Begrenzung auf 140 Zeichen den Tweets in ihrer Argumentation Grenzen gesetzt sind, umgehen Nutzende dies durch die Verlinkung externer Inhalte (vgl. S. 298; 301).
- Twitter hat ein hohes Diffusionspotential, da z. B. über Re-Tweets auch Nutzenden erreicht werden können, die den Ursprungsautor nicht abonniert haben (vgl. S. 300).
- Fazit:
 - Twitter stellt einen eigenständigen Diskussionsraum dar, der eigene Formen von Diffusion, Information, interpersonaler Kommunikation und Strukturierung von Diskursen ermöglicht.
 - Die Kürze der Tweets und die damit verbundene Schnelligkeit der Diskussion lassen Twitter jedoch eher zu einem Informations- denn zu einem Diskursraum werden.
 - Die Frage nach dem deliberativen Potenzial lässt sich nur in Ansätzen belegen. Zur endgültigen Klärung wäre aus Sicht der Autor(inn)en eine Langzeitstudie nötig.

Valenzuela, S.; Park, N.; Kee, K.F. (2009): Is There Social Capital in a Social Network Site? Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 14(4), S. 875-901.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Die Studie untersucht, inwiefern Facebook, als das beliebteste Social Network bei US-amerikanischen Studierenden, in Zusammenhang mit Einstellungen und Verhalten, die das Sozialkapital erhöhen, steht (vgl. S. 875).
- Ein weiteres Ziel der Studie ist es, einen tieferen Einblick in das Potenzial von Social Networks Sites (SNS) als einem neuen Austragungsort sozialer und politischer Partizipation zu gewinnen (vgl. S. 876).
- Die untersuchten Hypothesen und Research Questions sind folgende (S. 883):
 - H1: „Intensity of Facebook use is positively associated with life satisfaction.“
 - H2: „Intensity of Facebook use is positively associated with social trust.“
 - H3a: „Intensity of Facebook use is positively associated with civic participation.“
 - H3b: „Intensity of Facebook Groups use is positively associated with civic participation.“
 - H4a: „Intensity of Facebook use is positively associated with political participation.“
 - H4b: „Intensity of Facebook use is positively associated with political participation.“
 - RQ1: „Does the relationship between intensity of Facebook use and civic and political participation vary according to gender, race and ethnicity, parental education, life satisfaction, and social trust?“
 - RQ2: „Does the relationship between intensity of Facebook Groups use and civic and political participation vary according to gender, race and ethnicity, parental education, life satisfaction, and social trust?“
 - „Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund
- Ausgangspunkt der Studie sind die öffentlich geäußerten Befürchtungen in Bezug auf die hohe Nutzung von SNS durch Jugendliche und junge Erwachsene (vgl. S. 875 f.).
- Sozialkapital wird verstanden als ein wichtiges Merkmal einer funktionierenden Demokratie (vgl. S. 876). Es wird definiert als: „It is the resources available to people through their social interactions.“ (S. 877).
- Grundlage ist die Konzeptualisierung von Sozialkapital nach Scheufele/Shah (2000), die Sozialkapital in drei Dimensionen unterteilen, die alle miteinander zusammenhängen. Es ist unklar, inwiefern sie sich gegenseitig bedingen (vgl. S. 877 ff.):
 - Intrapersonal: Zufriedenheit mit dem eigenen Leben

- Interpersonal: Vertrauen in andere Menschen (Social Trust)
- Verhaltenstechnisch (behavioral): Soziale und politische Partizipation
- Studien zeigen, dass Facebook genutzt wird, um das eigene Sozialkapital zu pflegen und zu stärken, indem dadurch u. a. Freundschaften gehalten oder intensiviert werden können. Zudem ist es laut der Autoren denkbar, dass soziales Vertrauen über Facebook gestärkt wird, da man seine Kontakte darüber besser kennenlernt (vgl. S. 877 f.). Allerdings streiten Cyberpessimisten und -optimisten um die tatsächlichen Auswirkungen der SNS-Nutzung auf Sozialkapital. Nach Ansicht der Autoren hängt das Ergebnis wesentlich davon ab, wie man das Medium Internet innerhalb der Studie konzipiert (vgl. S. 880).
- Politische Partizipation wird nach Verba et al. (1995) verstanden als Handeln, das darauf abzielt, die Regierung dadurch zu beeinflussen, dass sich in die öffentliche Entscheidungsfindung eingemischt wird (vgl. S. 879).
- Soziale Partizipation wird verstanden als individuelles oder kollektives Handeln, das darauf abzielt, Probleme der Gesellschaft zu lösen (vgl. S. 879).

Design/Methode

- Die Studie nutzte einen Online-Fragebogen, der per Mail an Studierenden von zwei texanischen Universitäten versendet wurde. 2.603 Studierenden zwischen 18 und 29 Jahren nahmen teil (vgl. S. 883 f.).
- Inhalt des Fragebogens war:
 - Fragen zur Soziodemografie: Alter, Geschlecht, Ethnizität, Heimatstadt, Schulausbildung, höchster Bildungsabschluss der Eltern (vgl. S. 888)
 - Eine etablierte Skala aus der Psychologie, bestehend aus fünf Items, zur Messung der Lebenszufriedenheit (vgl. S. 884 f.)
 - Eine etablierte Skala aus der Sozialwissenschaft zur Messung des sozialen Vertrauens, ebenfalls fünf Items (vgl. S. 885)
 - Zur Messung der Partizipation wurde einer Skala einer US-amerikanischen Studie zur Jugendpartizipation genutzt.

Ergebnisse

- Befragte, die Facebook nutzen, und solche, die dies nicht tun, unterscheiden sich nicht in Bezug auf Lebenszufriedenheit, sozialem Vertrauen und politischer Partizipation. Aber Facebook-Mitglieder geben ein höheres Maß an sozialer Partizipation an, was darauf schließen lässt, dass Facebook eher sozial engagierte Studierenden anzieht (vgl. S. 888 f.).
- Demografische Faktoren besitzen die höchste Erklärungskraft in Bezug auf soziale und politische Partizipation. Lebenszufriedenheit und soziales Vertrauen können soziale Partizipation erklären, nicht aber politische. Die Facebook-Nutzung und die Nutzung von Facebook-Gruppen besitzen ebenfalls Erklärungskraft für soziale Partizipation (vgl. S. 890).
- Erklärungskraft für politische Partizipation besitzt die Nutzung von Facebook-Gruppen. Die Autoren schlussfolgern daraus, dass nicht die Nutzungszeit, sondern die Art der Nutzung – hier Gruppen – Partizipation erklären kann (vgl. S. 890).
- In Bezug auf die Forschungsfragen zu den moderierenden Effekten der Soziodemografie lässt sich feststellen, dass nur die Ethnizität einen Einfluss hat. Bei weißen Studierenden gibt es einen schwächeren Zusammenhang zwischen der Facebook- und der Gruppen-Nutzung und ihrer Partizipation (vgl. S. 891 f.). Das Alter, Geschlecht und der Bildungshintergrund besaßen keine Erklärungskraft über die Facebook-Nutzung hinaus (vgl. S. 893).

- Fazit:
 - Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Facebook-Nutzung und dem Sozialkapital, auch wenn dieser nicht sonderlich stark ist. Aber damit widerlegen die Ergebnisse der „time displacement“-Hypothese, dass sich Internetnutzung negativ auf das Sozialkapital auswirke (S. 893).
 - Die Kausalbeziehung zwischen Facebook-Nutzung und Sozialkapital kann durch diese Studie jedoch nicht geklärt werden (vgl. S. 894).

Walther, A. (2011): Handeln junger Frauen und Männer in der Öffentlichkeit – Partizipation oder Nicht-Partizipation. Internationaler Forschungsstand und theoretische Überlegungen. In: Pohl, A.; Stauber, B.; Walther, A. (Hrsg.) (2011): Jugend als Akteurin sozialen Wandels. Veränderte Übergangsverläufe, strukturelle Barrieren und Bewältigungsstrategien. Weinheim/München: Juventa, S. 203-235.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Beitrag zielt darauf ab, die Partizipation Jugendlicher unter einer subjekt- und handlungstheoretischen Perspektive zu analysieren (vgl. S. 204).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Aus Sicht der Jugendforschung hat der Begriff Partizipation eine doppelte Bedeutung: zum einen beschreibt er die Identifikation junger Menschen mit dem Gemeinwesen, zum anderen aber auch ihre Einflussmöglichkeiten auf die Gesellschaft (vgl. S. 203)
- Welche Formen Partizipation annehmen kann ist historisch, kulturell und sozial wandelbar und die Unterscheidung in Partizipation und Nicht-Partizipation ist stets normativ aufgeladen (vgl. S. 203 f.).
- Politik wird aus einer partizipationstheoretischen Perspektive betrachtet. Die Teilhabe der Bürger(innen) ist „das zentrale Prinzip des Politischen“ (S. 205), weil sie so wechselseitig Einfluss nehmen können.
- Partizipation steht im Spannungsverhältnis zu einem anderen zentralen Prinzip, dem der Repräsentation, welches ebenfalls Aushandlung erfordert und Politik institutionalisiert (vgl. S. 205).
- In den vergangenen Jahren wurde Partizipation zunehmend zum Thema. Dies erlaubt laut dem Autor drei Interpretationen (vgl. S. 206 f.):
 1. Hierin lässt sich eine zunehmende Demokratisierung u. a. durch die UN-Kinderrechtskonvention auch im Kinder- und Jugendbereich erkennen.
 2. Es zeigt sich, dass Partizipationsversprechen in vielen Wohlfahrtsstaaten nicht eingelöst werden (können), weil junge Menschen im Übergang vom Jugend- zum Erwachsenenalter je nach Bereich zwischen Bevormundung und Verantwortungsübernahme hin und her pendeln.
 3. Die Verantwortung liegt zunehmend auf dem Individuum und der Trend geht vor allem in Wohlfahrtsstaaten zu Aktivierung und Selbstverantwortung, weshalb eine aktive Partizipation an Gesellschaft an Bedeutung gewinnt.

Design/Methode

- Betrachtete Altersgruppe: 12 bis 29 Jahre, jedoch schwankt die Altersgruppe je nach betrachteter Studie.
- Zunächst erfolgt dies durch einen theoretischen Überblick über die aktuell verwendeten und diskutierten Partizipationsbegriffe und anschließend über eine Zusammenfassung des internationalen Forschungsstandes (vgl. S. 204). Dafür werden große deutsche und europäische Jugendstudien und politische Studien zusammengefasst:

Shell-Jugendstudie, DJI-Jugendstudie, die deutsche Wahlstatistik, der Bundesfreiwilligen Survey, die Studie der Bertelsmann-Stiftung: „Partizipation von Kindern und Jugendlichen“, European Social Survey, EUYOUPUART, Europabarometer, CIVICWEB.

Ergebnisse

- Die Befunde zur Partizipation Jugendlicher in Deutschland zeichnen über die letzten Jahre ein gemischtes Bild: Das politische Interesse und die Wahlbeteiligung sind konstant etwas niedriger als bei den Erwachsenen. Kohortenzugehörigkeit wirkt sich allerdings stärker aus als das Alter. Im europäischen Vergleich zeigt sich zudem, dass ökonomische Faktoren und die Offenheit des politischen Systems eine maßgebliche Rolle spielen (vgl. S. 209).
- Auch beim sozialen Engagement lässt sich kein nennenswerter Rückgang feststellen (vgl. S. 209).
- Bei allen teilweise widersprüchlichen Ergebnissen der Studien ist aber übereinstimmend festzustellen, dass politisches Interesse, Beteiligung an konventionellen Partizipationsformen sowie soziales Engagement in Vereinen und Verbänden vom Bildungsstand und dem sozialen Milieu abhängt (vgl. S. 212).
- Neben den konventionellen Beteiligungsformen lassen sich allerdings auch Spuren von Politisierung und politischem Widerstand in Jugendkulturen finden (vgl. S. 213).
- Betrachtet man die Mobilisierung zu konventionellen Beteiligungsformen durch Internetangebote, so lässt sich feststellen, dass dadurch keine anderen Jugendlichen angesprochen werden als ohnehin schon partizipierende. Diese Betrachtung lässt aber neue, jugendkulturelle Partizipationsmöglichkeiten außer Acht (z. B. Kritik an Lehrern über www.spickmich.de) (vgl. S. 213 f.).
- Während Kinder und Jugendliche in der Familie viel Mitbestimmungsrecht erleben, erfahren sie in der Schule zwar partizipationsfördernde Projekte, aber auf der anderen Seite kaum Einflusschancen auf Lerninhalte. (vgl. S. 215 ff.).
- An ihrem Wohnort dagegen nehmen Jugendliche Einflussmöglichkeiten häufiger wahr (vgl. S. 214 f.).
- Fazit: Ein enger Partizipationsbegriff verdeckt zum einen Beteiligungsformen junger Menschen und wird zum anderen auch dem gesellschaftlichen Wandel allgemein nicht gerecht. Stattdessen muss eine „sozialräumliche Passung“ von Partizipation in den Blick genommen werden (S. 229).

Wettstein, M. (2010): Politische Partizipation über Soziale Netzwerkdienste. Qualitative und quantitative Charakterisierungen der Facebook-Gruppe als Mittel zur politischen Meinungsäußerung und Partizipation. In: Medien Journal, 34(3), S. 4-21.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Es soll untersucht werden, inwiefern politische Facebook-Gruppen eine Form politischer Partizipation darstellen (können) (vgl. S. 4; 6).
- Zudem wird ein Analyseraster für Facebook-Gruppen vorgestellt (vgl. S. 4 f.).
- Hypothesen:
 - „In Gruppen mit klaren politischen Aussagen beteiligt sich nur ein kleiner Teil der Mitglieder an internen Diskussionen“ (S. 9).
 - „Das Wachstum von Facebook-Gruppen, deren Titel humorvoll oder neutral gehalten ist, zeichnet sich durch eine starke intrinsische Motivation aus“ (S. 9).

- „Das Wachstum von Facebook-Gruppen, deren Titel a) explizit ideologische und politische Aussagen machen oder b) beleidigend oder radikal sind, zeichnet sich durch starke extrinsische Motivation und Hemmungen aus“ (S. 10).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Die Vorstellung einer deliberativen Demokratie, die durch Online-Medien zumindest theoretisch erreichbar scheint, liegt als normatives Bild zugrunde. Dies wird jedoch kritisch auf seine Realisierbarkeit hinterfragt (vgl. S. 5 f.).
- Vorüberlegungen zu Re-Inventionen (gemeint sind Umdeutungen der Gruppenstruktur durch die Nutzenden) von Facebook-Gruppen:
 - Die Mitgliederanzahl steht im Vordergrund und die Gruppe erhält dadurch einen Petitionscharakter (z. B. „KEIN RAUCHVERBOT in Lokalen – 100000 Mitglieder für Volksbegehren“) (S. 8)
 - Der Beitritt ist oft Selbstzweck, um ein Signal an den Facebook-Freundeskreis zu senden, ohne dass der Nutzende in der Gruppe aktiv wird. Dies ist besonders häufig bei Sympathiebekundungen oder scherzhaften Gruppen der Fall (vgl. S. 8).
- Vorüberlegungen zur Motivation zum Gruppenbeitritt:
 - Intrinsische Motive: Ein politisches Anliegen durch Hinzufügen des Namens vertreten (vgl. S. 9).
 - Extrinsisch: Der Nutzende rückt sich in ein positives Licht, in dem er sich ideologisch positioniert oder in dem er sich derselben Gruppe anschließt, wie seine Facebook-Kontakte (vgl. S. 9)
 - Da Anonymität in Social Networks fehlt, hemmt dies Nutzende vermutlich darin, gesellschaftlich nicht akzeptierte Aussagen o. ä. zu tätigen (vgl. S. 10).

Design/Methode

- Es wird keine bestimmte Altersgruppe, sondern Facebook-Nutzende an sich betrachtet.
- Als Fallbeispiel dient das Minarett-Verbot in der Schweiz im Dezember 2009, da dies national wie international Beachtung fand und viele Gründungen von Facebook-Gruppen nach sich zog (vgl. S. 13 f.).
- Es wird, angelehnt an die Diffusionsforschung, die Entwicklung der Mitgliederzahlen von Gruppen betrachtet (vgl. S. 11). Nach Bass (1969), der die Verbreitung von Konsumgütern untersuchte, steigt eine Diffusionskurve bei intrinsischer Motivation zum Kauf steil an und flacht erst nach Sättigung ab. Bei extrinsischer Motivation hingegen steigt die Kurve langsam und wird erst steiler, wenn der Nutzen des Produkts sich herumspricht. Dieses Modell wird auf den Zuwachs von Facebook-Gruppen übertragen (vgl. S. 12 f.).
- Betrachtet wurden nur Gruppen, die innerhalb von zwei Wochen mehr als 100 Mitglieder zählten (vgl. S. 14).
- Die Diskussionen innerhalb der Gruppen wurden durch qualitative, teilnehmende Beobachtungen untersucht (vgl. S. 14).

Ergebnisse

- Wie in Hypothese 1 erwartet, fanden in den Gruppen kaum Diskussionen statt. Es wurden hauptsächlich Medienberichte weiterverbreitet. Ausnahme war eine Gruppe mit dem Titel „Ich schäme mich NICHT für das Resultat“, in der angeregt u. a. über ein Burka-Verbot diskutiert wurde (S. 14 f.).
- Gruppen, die intrinsische Beitrittsmotivation aufweisen sind ernsthafte Protestgruppen und eine scherzhaft gemeinte Protestgruppe („Ich stelle ein Minarett auf mein Hausdach!“). Ausnahme bildet eine Gruppe, die ein Minarett-Verbot in Dänemark for-

dert. In Hinblick auf diese Gruppe kann Hypothese 2 somit bestätigt werden. Da es sich dabei aber um einen Einzelfall handelt, muss die Hypothese verworfen werden: Intrinsische Motivation bezieht sich nicht auf neutrale oder witzige Gruppentitel, sondern auf moralisch und emotional aufgeladene (vgl. S. 16 f.).

- Hypothese 3a, dass sich ideologische oder explizit politische Gruppen durch Hemmungen und extrinsische Motivation auszeichnen, lässt sich ebenfalls nicht bestätigen (vgl. S. 17 f.).
- Allerdings trifft dies auf Gruppen zu, die beleidigend oder radikal sind (vgl. S. 18).
- Schlussfolgerung: Die intendierte Funktion von Facebook-Gruppen, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, tritt bei politischen Facebook-Gruppen in den Hintergrund. Stattdessen tritt die Signalwirkung des Gruppentitels in den Vordergrund und die Gruppe erhält eine ähnliche Funktion wie eine Profilinformation oder eine Petition (vgl. S. 18)

Yang, B.; Le, Y.; An, S. (2011): *The Less Expected: An Exploration of the Social and Political Activities on the Internet in China*. In: Greif, H.; Hjorth, L.; Lasén, A.; Lobet-Maris, C. (Hrsg.) (2011): *Cultures of Participation. Media practices, politics and literacy*. Frankfurt a. M.: P. Lang. S. 159-177.

Forschungsfrage/Zielsetzung

- Der Beitrag zeigt, was sich in China durch den flächendeckenden Zugang zum Internet verändert hat und es wird argumentiert, dass die Internetnutzung dort freier ist, als häufig in Europa angenommen (vgl. S. 159).

Politikbegriff/Theoretischer Hintergrund

- Ein Politikbegriff und/oder ein theoretischer Hintergrund sind nicht definiert.

Design/Methode

- Der Beitrag ist keine Studie, sondern eine Beobachtung, die durch Beispiele aus dem Internet angereichert wird. Es wird auf Daten der CNNIC (China Internet Network Information Center) zurückgegriffen.

Ergebnisse

- Blogs (vgl. S. 159-163)
 - Blogs sind in China die Hauptplattformen öffentlicher Diskussion im Internet.
 - In China ist es gesellschaftlich eine völlig neue Erfahrung, sich öffentlich zu äußern. Trotz der repressiven Regierung können Chinesen über anonyme Blogs ihre Meinung öffentlich machen.
 - 2009 besaßen 57,7% der chinesischen Internetnutzenden mindestens ein Blog, was nicht nur eine Steigerung der persönlichen Meinungsäußerung sondern auch einen Anstieg der politischen Partizipation bedeutet.
- Podcasts (vgl. S. 163-167)
 - Nichttextbasierte Inhalte dienen in China hauptsächlich der Unterhaltung.
 - Allerdings gibt es vor allem User generated content, der sich mit sozialen Problemen auseinandersetzt und der durchaus ein breites Publikum erreicht. Auch wenn dadurch meist keine gesellschaftlichen Änderungen erreicht werden, so steigern sie doch die Aufmerksamkeit für Problemlagen.

- Social Networks (vgl. S. 167 ff.)
 - In der chinesischen Tradition sind familiäre Beziehungen die wichtigsten und meist auch die einzigen sozialen Beziehungen.
 - Social Networks tragen dazu bei, diese Traditionen zu verändern. Chinesen lernen darüber Fremde und somit neue Freunde kennen.
 - Es existieren chinesische Versionen von Facebook oder MySpace.
- Foren (vgl. S. 170-174)
 - Anders als in vielen anderen Ländern ist es in China etwas völlig neues, den Platz für öffentliche Diskussionen zu haben, den Foren bereitzustellen.
 - In diesen tauscht man sich über kulturelle, sportliche, politische oder soziale Inhalte aus.
- Instant Messenger (vgl. S. 174 ff.)
 - Instant Messenger ermöglichen nicht nur interpersonale Kommunikation, sondern auch Austausch über Themen öffentlicher Relevanz über Gruppen-Chats.
 - Da die Gruppen sich ständig ändern, sind sie schwieriger aufzuspüren.
- Fazit: Auch wenn viele chinesische Bürger(innen) enttäuscht sind, dass die chinesische Regierung dem Internet mit vielen Restriktionen begegnet, so ändert sich dennoch langsam etwas und einige einflussreiche Websites helfen bei der Vernetzung der Bevölkerung.

Literatur

- Abendschön, S.; Roßteutscher, S. (2011): Jugend und Politik. Verliert die Demokratie ihren Nachwuchs? In: Bytzek, E. (Hrsg.) (2011): Der unbekannte Wähler? Mythen und Fakten über das Wahlverhalten der Deutschen. S. 59-80. Frankfurt a. M.: Campus Verlag.
- Andersson, E. (2010): Stake in the political: Young people's condition for political socialization in social media. In: *Politics, Culture and Socialization*, 1(4), S. 379-398.
- Aydemir, A. T.; Apak, B. S. (2010): Young Political E-partners of Turkey. In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): *Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites*. Göteborg: Nordicom, S. 171-189.
- Bakardjieva, M. (2010): The Internet and Subactivism. Cultivating Young Citizenship in Everyday Life. In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): *Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites*. Göteborg: Nordicom, S. 129-146.
- Bakker, T. P.; de Vreese, C. H. (2011): Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation. In: *Communication Research*, 38(4), S. 451-470.
- Baringhorst, S.; Kneip, V.; März, A.; Niesyto, J. (Hrsg.) (2010): *Unternehmenskritische Kampagnen. Politischer Protest im Zeichen digitaler Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Bennett, W. L.; Freelon, D.; Wells, C. (2010): Changing Citizen Identity and the Rise of a Participatory Media Culture. In: Sherrod, L.; Torney-Purta, J.; Flanagan, C. A. (Hrsg.) (2010): *Handbook of Research on Civic Engagement in Youth*. Hoboken: Wiley, S. 393-423.
- Beyrl, M. (2009): Voting indicator tools. Online-Orientierungshilfen als interaktive Form der Politikvermittlung. In: Filzmaier, P.; Plaikner, P.; Duffek, K. A. (Hrsg.) (2009): *Stichwort Wählen*. S. 237-248. Wien: Böhlau.
- Busemann, K.; Gscheidle, C. (2011): Web 2.0: Aktive Mitwirkung bleibt auf niedrigem Niveau. In: *Media Perspektiven*, 41(7-8), S. 360-369.
- Busemann, K.; Gscheidle, C. (2012): Web 2.0: Habitualisierung der Social Communities.
- Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: *Media Perspektiven*, 42(7-8), S. 380-390. Online verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]
- Buskqvist, U. (2010): Spectators, Visitors and Actors. Addressing Young Citizens in Politics Online. In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): *Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites*. Göteborg: Nordicom, S. 193-210.
- Calmbach, M.; Thomas, P. M.; Borchard, I.; Flaig, B. (2011): *Wie ticken Jugendliche? 2012: Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Düsseldorf: Verlag Haus Altenberg.
- Christensen, H. S. (2011): Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, 16 (2-7). Online verfügbar unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/33362767> [Zuletzt geprüft am 15.04.2013].
- Correa, T. (2010): The Participation Divide Among "Online Experts": Experience, Skills and Psychological Factors as Predictors of College Students' Web Content Creation. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(1), S. 71-92.
- Duits, L.; van Zoonen, L.; Hirzalla, F. (2010): As the World Spunks. Does Internet help to transform Youth Journalism? In: Olsson, T.; Dahlgren, P. (Hrsg.) (2010): *Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites*. Göteborg: Nordicom, S. 91-105.
- Van Eimeren, B.; Frees, B. (2012): 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituation durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: *Media Perspektiven*, 42(7-8), S. 362-379. Online verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Eimeren_Frees_01.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]
- Feierabend, S. (2010): Internetnutzung im Jugendalter. Ergebnisse der JIM-Studie. In: Fuhs, B.;

- Lampert, C.; Rosenstock, R. (Hrsg.) (2010): Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. S. 29-45. München: kopaed.
- Fezell, J. T.; Conroy, M.; Guerrero, M. (2009): Facebook is... Fostering Political Engagement: A Study of Online Social Networking Groups and Offline Participation. Paper präsentiert beim Treffen der American Political Science Association, 2009, Toronto/Kanada. Online verfügbar unter: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1451456 [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]
- Fortunati, L. (2011): Online Participation and the New Media. In: Greif, H.; Hjorth, L.; Lasén, A.; Lobet-Maris, C. (Hrsg.) (2011): Cultures of Participation. Media practices, politics and literacy. Frankfurt a. M.: Peter Lang, S. 19-34.
- Füting, A. (2011): Wie kommunizieren die Deutschen über Politik? Eine typologische Längsschnittanalyse. In: Emmer, M.; Vowe, G.; Wolling, J. (Hrsg.) (2011): Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland. Konstanz: UVK Verlag, S. 219-243.
- Gaiser, W.; Gille, M.; Krüger, W.; de Rijke, J. (2011): Jugend und Demokratie. In Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (2011): Demokratie in Deutschland 2011 – Ein Bericht der Friedrich-Ebert-Stiftung. Online verfügbar unter: www.demokratie-deutschland-2011.de/common/pdf/Jugend_und_Demokratie.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]
- Gustafsson, N. (2009): This Time it's Personal: Social Networks, Viral Politics and Identity Management. In: Riha, D.; Maj, A. (Hrsg.) (2009): The real and the Virtual: Critical Issues in Cybercultures. S. 35-44. Oxford: Interdisciplinary Press. Online verfügbar unter: <http://www.interdisciplinary.net/publishing/id-press/ebooks/the-real-and-the-virtual/> [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]
- Hepp, A.; Berg, M.; Roitsch, C. (2012): Die Mediatisierung subjektiver Vergemeinschaftungshorizonte: Zur kommunikativen Vernetzung und medienvermittelten Gemeinschaftsbildung junger Menschen. In: Krotz, F.; Hepp, A. (Hrsg.) (2012): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 227-256.
- Küllertz, D.; Hartung, A. (2009): Parodien als kritisch-reflexives Medienhandeln. Neue Partizipationskultur im medienkonvergenten Ringen um Bedeutung? In: medien + erziehung, 53(6), S. 26-36.
- Langlois, G.; Elmer, G.; McKelvey, F. (2011): Vernetzte Öffentlichkeiten. Die doppelte Artikulation von Code und Politik in Facebook. In: Leistert, O.; Rohleder, T. (Hrsg.) (2011): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. S. 253-278. Bielefeld: transcript.
- Lim, J. S.; Golan, G. J. (2011): Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube. In: Communication Research, 38(5), S. 710-727.
- Mascheroni, G. (2010): Remediating Participation and Citizenship Practices on Social Network Sites. In: Medien Journal, 34(3), S. 22-35.
- Moser, H. (2011): Das politische Internet – Möglichkeiten und Grenzen. In: MedienPädagogik, 21. Online verfügbar unter: www.medienpaed.com/21/moser1111.pdf [Zuletzt geprüft am 15.04.2013]
- Moser, S. (2011): Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schneekloth, U. (2010): Jugend und Politik: Aktuelle Entwicklungstrends und Perspektiven. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. 16. Shell Jugendstudie. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, S. 129-164.
- Seifert, M. (2012): Mobilisierung für alle? Sozial selektive Wirkungen des Internets auf die politische Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag.
- Siri, J.; Melchner, M.; Wolff, A. (2012): The Political Network. Parteien und politische Kommunikation auf Facebook. In: kommunikation@gesellschaft, 13, Beitrag 6.
- Spaiser, V. (2011a): „Information wants to be free!“ – Die politische (Jugend-)Bewegung der Netzaktivisten. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 4, S. 403-416.
- Spaiser, V. (2011b): Das politische Potenzial des Internets. Neue individualisierte Möglichkeiten politischen Agierens für Jugendliche? In: Heitmeyer, W. (Hrsg.) (2011): Individualisierung von Jugend. Zwischen kreativer Innovation, Gerechtigkeitssuche und gesellschaftlichen Reaktionen. Weinheim: Beltz Juventa, S. 147-164.
- Thimm, C.; Einspänner, J.; Dang-Anh, M. (2012): Politische Deliberation online. Twitter als Element des politischen Diskurses. In: Krotz, F.; Hepp, A. (Hrsg.) (2012): Mediatisierte Welten. Forschungs-

felder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 283-305.

Valenzuela, S.; Park, N.; Kee, K. F. (2009): Is There Social Capital in a Social Network Site? Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), S. 875-901.

Walther, A. (2011). Handeln junger Frauen und Männer in der Öffentlichkeit – Partizipation oder Nicht-Partizipation? Internationaler Forschungsstand und theoretische Überlegungen. In: Pohl, A.; Stauber, B.; Walther, A. (Hrsg.) (2011): *Jugend als Akteurin sozialen Wandels. Veränderte Übergangsverläufe, strukturelle Barrieren und Bewältigungsstrategien*. Weinheim & München: Juventa, S. 203-237.

Wettstein, M. (2010): Politische Partizipation über Soziale Netzwerkdienste. Qualitative und quantitative Charakterisierungen der Facebook-Gruppe als Mittel zur politischen Meinungsäußerung und Partizipation. In: *Medien Journal*, 34(3), S. 4-21.

Yang, B.; Le, Y.; An, S. (2011): The Less Expected: An Exploration of the Social and Political Activities on the Internet in China. In: Greif, H.; Hjorth, L.; Lasén, A.; Lobet-Maris, C. (Hrsg.) (2011): *Cultures of Participation. Media practices, politics and literacy*. Frankfurt a. M.: Peter Lang, S. 159-177.

Nadia Kutscher, Wiebke Ahrens, Rabea Franken,
Klara Maria Niermann, Leonie Leggewie, Katharina
Vahnebruck

4 Politische Netzwerkaktivitäten junger Menschen

4.1 Fragestellung und Auftrag

Der Auftrag für die Expertise *Politische Netzaktivitäten Jugendlicher* umfasste die Aufgabe, eine Expertise mit dem Ziel zu erstellen, Items für eine standardisierte Befragung auf der Basis qualitativ-explorativer Daten zu entwickeln. Das Erkenntnisinteresse bezieht sich dabei auf die Fragestellungen, ob und wenn ja wie sich politische Beteiligungsaktivitäten von Jugendlichen im Internet vollziehen und was sich unter politischen Netzaktivitäten verstehen lässt sofern unterschiedliche habituelle Orientierungen dabei berücksichtigt werden, um ein breites Spektrum an Beteiligungsweisen abzubilden. Dabei sollte insbesondere die Perspektive des Beteiligungsbegriffes erweitert werden, um auch ungleichheitstheoretische Phänomene der netzbasierten politischen Beteiligung differenzierter untersuchbar zu machen.

Auf der Basis von insgesamt sechs Gruppendiskussionen sowie einem Interview mit Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren wurden unterschiedliche Beteiligungsweisen und -praktiken sowohl im Internet als auch offline identifiziert. Um ein möglichst breites Spektrum an *politischen* Beteiligungsaktivitäten in den Blick nehmen zu können, wurden die jugendlichen Teilnehmer(innen) in Bezug auf den Grad ihrer Beteiligungsaffinität sowie auf das Milieu, aus dem sie stammen, ausgewählt. Vor diesem Hintergrund kamen insgesamt sechs Gruppendiskussionen mit Jugendlichen aus unterschiedlichen Kontexten zustande: 1. Real-, Haupt- und Förderschüler(innen); 2. Jugendliche in Jugendtreffs/OTs²²; 3. Mitglieder von Kinder- und Jugendforen; 4. Mitglieder von Parteiljugendorganisationen; 5. Mitglieder von Jugendverbänden; 6. Mitglieder neuer sozialer Bewegungen: Noya²³ und (als Interview): Occupy²⁴.

Auf der Basis inhaltsanalytischer Dateninterpretation der gewonnenen Erkenntnisse wurden im Folgenden für eine Operationalisierung Items ausgearbeitet. Dies umfasste Hinweise für die Entwicklung standardisierter Messinstrumente sowie die Darstellung eines Spektrums an möglichen Itemdimensionen, die aus den Daten rekonstruiert wurden. In Absprache mit dem Forschungsverbund wurde der *politische Netzaktivitäten-Begriff* erweitert, um eine große und milieudifferenzierte Bandbreite an Beteiligungsweisen in den Blick zu nehmen. Zuletzt sei darauf verwiesen, dass die Begriffe *Teilhabe* und *Beteiligung* im Folgenden synonym verwendet werden.

22 OT (Offene Tür): Arbeitskonzept von Jugendeinrichtungen, das die institutionelle Offenheit der Angebote für alle Zielgruppen impliziert.

23 Jugendnetzwerk der globalisierungskritischen Bewegung Attac

24 Occupy-Bewegung – kapitalismuskritische Bewegung

4.2 Politische Netzaktivitäten – beteiligungsbezogene Netzaktivitäten junger Menschen

4.2.1 Was ist politische Partizipation?

Aus politikwissenschaftlicher Perspektive wird politische Partizipation als „alle Aktivitäten von Bürgern mit dem Ziel politische Entscheidungen zu beeinflussen“ (van Deth 2009, S. 141) definiert. Ähnlich definiert Kaase politische Partizipation als „beobachtbare“, „freiwillige“ und auf die Politik bezogene Handlungen mit dem Ziel, „mittelbar oder unmittelbar Einfluss auf Entscheidungen im politischen System auszuüben“ (Gabriel/Völkl 2005, S. 528).

Was die inhaltliche Dimension betrifft, ist zunächst prinzipiell kein gesellschaftlicher Bereich von politischer Partizipation ausgeschlossen. So kann die Frage nach dem Erhalt eines Jugendtreffs oder Proteste gegen Studiengebühren bzw. Tierquälerei genauso politisch besetzt sein, wie die Besetzung von offiziellen Wahlkampfthemen (vgl. van Deth 2009). Die vorliegende Expertise berücksichtigt daher unter anderem die Frage, welche Themen und Inhalte sich im Kontext des Internet für Jugendliche als interessant erweisen, sofern sie in einem weiten Sinn politisch besetzt sind.

Bezüglich der Form politischer Partizipation unterscheidet die politikwissenschaftliche Literatur *konventionelle* Aktivitäten, die allgemein akzeptiert sind (Teilnahme an Wahlen, Wahlkampagnen und Mitarbeit in politischen Parteien, Kontakte zwischen Bürger(innen) und Behörden) von *unkonventionellen* Formen, die sich durch Protest und Ablehnung auszeichnen (vgl. van Deth 2009, S. 146). Insgesamt hatten Aktivitäten im Bereich der Demonstration bzw. des Boykotts durch die Gründung von sozialen Bewegungen in den 1970er Jahren starken Zulauf (vgl. ebd.). Seit einiger Zeit wird auch das KonsumentInnenverhalten, d. h. der bewusste Kauf bzw. Boykott von Waren, zu politischer Partizipation gezählt (vgl. Stolle et al. 2005). Im Zuge der zunehmenden Auflösung der Differenzierung zwischen der Sphäre des „Politischen“ und „Nicht-Politischen“ wurde seit den 1990er Jahren der Fokus auf *soziale Partizipation* (vgl. Roßdeutscher 2009), ehrenamtliches bzw. bürgerschaftliches Engagement, gelegt. Dadurch wurde das Spektrum der Formen der politischen Partizipation nochmals stark erweitert.

4.2.2 Wie lässt sich der Partizipationsbegriff weiter fassen?

Für die vorliegende Expertise greift ein enger Begriff *politischer Partizipation* aus zwei Gründen zu kurz. Zum einen handelt es sich bei der Untersuchungspopulation um Jugendliche, die z. T. aufgrund ihres Alters nicht wählen dürfen, d. h. für konventionelle Formen politischer Partizipation weitgehend ausscheiden. Zum anderen ist gerade in Hinblick auf junge Menschen ein offenes Politikverständnis bzw. ein offener Politikbegriff unerlässlich, um – wie auch Studien wie z.B. die Shell Jugendstudie zeigen – habitusrelevante Spektren an Formen, Themen und Inhalten in den Blick zu nehmen, die für Jugendliche (politisch) relevant sind. Auf diese Weise wird somit dem Erkenntnisinteresse entsprechend auch den (politischen) Aktivitäten junger Menschen unterschiedlicher Herkunftsmilieus und beteiligungsbe-

zogener Organisationsgrade im Internet nachgegangen.

Die Begründung für einen offenen Begriff politischer Netzaktivitäten ist somit zum einen die thematische wie ungleichheitsreflexive Offenheit der Untersuchungsperspektive und zum anderen die praktikenbezogene Fokussierung gesellschaftlicher und politischer Teilhabeoptionen, die sich durch bestimmte Aktivitäten ergeben. Der Begriff der Teilhabe wird im Zusammenhang mit Fragen von Inklusion und Exklusion, sozialer Ungleichheit, Umverteilung und sozialer Gerechtigkeit, Anerkennung, Teilnahme und Aktivierung diskutiert und stellt sich einerseits als häufig thematisierter programmatischer Bezugspunkt und andererseits als theoretisch schwer bestimmbarer Begriff dar (vgl. Albus 2012). Bei aller Diffusität kann jedoch festgehalten werden, dass es vor dem Hintergrund der genannten Bezüge dabei um die Erweiterung bzw. Sicherung gesellschaftlicher Partizipationschancen geht. Inwiefern sich Teilhabeoptionen durch Aktivitäten im Internet eröffnen und welche (politischen) Beteiligungsformen Jugendliche online pflegen, stellt ein Forschungsdesiderat dar. Insgesamt ist festzuhalten, dass sich Teilhabe und Beteiligung nicht dichotom darstellen lässt, also entweder vorhanden ist, oder nicht vorhanden ist. Stattdessen bewegt sich der hier verwendete Teilhabe-/ Beteiligungsbegriff eher innerhalb eines Spektrums, welches verschiedene Formen und Grade abdeckt und die Kontextabhängigkeit der jeweiligen Beteiligungsform impliziert.

In der Literatur lassen sich unterschiedliche Beteiligungsmodelle finden, die im Folgenden vorgestellt werden.

Stufenmodelle

Um partizipative Strukturen und Praxen inhaltlich zu bestimmen und diese von Formen einer Schein-Partizipation abzugrenzen, analysiert Stefan Schnurr (2011) Reichweiten, Formen und Gegenstände von Partizipation in Stufenmodellen. Diese Stufenmodelle unterscheiden dabei Formen der Partizipation nach der Art der Beteiligung (direkt, indirekt) sowie der Frage, ob die jeweilige Beteiligungsform verfasst ist oder nicht. Die Stufenmodelle lenken hierdurch die Aufmerksamkeit auf die oft subtilen Machtbeziehungen, die auch in jenen Situationen präsent bleiben, in denen Partizipation praktiziert wird. Basierend auf diesen Ordnungskriterien lassen sich mithin folgende Grundformen von Beteiligung unterscheiden: a) Verfasste und indirekte Formen; b) Verfasste und direkte Formen; c) Nicht-verfasste und direkte Formen; d) Nicht-verfasste und indirekte Formen. Die Verfasstheit von Beteiligung bezieht sich auf die jeweilige Organisationsform, d.h. inwiefern die Beteiligung in einer konkreten Struktur realisiert wird, z. B. in einem Jugendverband. Direkt ist die Beteiligung, wenn sie unmittelbar auf einen Entscheidungsprozess innerhalb eines Projekts einwirkt.

Ladders of Participation

Sherry R. Arnsteins *ladder of citizen participation* illustriert drei Gruppen von partizipativen Formen mittels des Abbilds einer Leiter. Die jeweilige Leitersprosse korrespondiert zu dem Ausmaß an Partizipation. So bestehen bürgerschaftliche Partizipationsformen aus mehreren Stufen, die wiederum in drei Gruppen (Nicht-Beteiligung, Schein-Beteiligung, Macht bei den Bürgern) unterteilt sind (vgl. Arnstein 1969, S. 217).

Die von Roger Hart konzipierte *ladder of participation* illustriert die ansteigenden Grade von jugendlicher Partizipation und Kooperation mit Erwachsenen anhand eines neun-stufigen Modells (vgl. Hart 1997). Damit ist dieses Modell für die hier relevante Untersuchungspopulation besonders geeignet, da es erlaubt, jegliche Form der Beteiligung von Jugendlichen in den Blick zu nehmen und es damit ermöglicht, auch netzbasierte Beteiligungsformen zu erfassen, die die klassischen Stufenmodelle nicht berücksichtigen.

1. Stufe – Fremdbestimmung: Keine Partizipation, sondern Manipulation. Inhalte, Arbeitsformen und Ergebnisse eines Projekts sind fremddefiniert.
2. Stufe – Dekoration: Mitwirkung an einem Projekt, ohne tatsächliche Kenntnis über den Projektsinn und -zweck.
3. Stufe – Alibi-Teilnahme: Freiwilliges Mitwirken von Jugendlichen an Abstimmungen, Konferenzen etc., eine echte Stimmbeteiligung ist aber nur scheinbar vorhanden.
4. Stufe – Teilhabe: Jugendliche zeigen sporadisches Partizipationsengagement, ähnlich der 3. Stufe, allerdings mit erweiterter Teilhabemöglichkeit.
5. Stufe – Zugewiesen, aber informiert: Partizipationsprojekt ist fremdorganisiert, teilnehmende Jugendliche sind dennoch über Projektsinn und -ziel informiert und können benennen, was sie bewirken möchten.
6. Stufe – Mitwirkung: Jugendliche nehmen indirekten Einfluss auf Planung und Realisation eines Projekts (durch Interviews, Umfrage, o. ä.), haben jedoch keine Entscheidungskraft.
7. Stufe – Mitbestimmung: Jugendliche haben tatsächliches Mitbestimmungsrecht. Die Projektidee ist fremdbestimmt, die Planung, Realisation und alle damit zusammenhängenden Entscheidungen werden jedoch gemeinsam mit den Jugendlichen getroffen.
8. Stufe – Selbstbestimmung: Initiative liegt bei den Jugendlichen, Eigeninitiative wird von Erwachsenen unterstützt.
9. Stufe – Selbstverwaltung: Jugendliche verwalten das Projekt selbst, haben völlige Entscheidungsfreiheit. Getroffene Entscheidungen werden an Erwachsene kommuniziert, nicht diskutiert.

Stufenmodell zu Partizipation von Jugendlichen im Kontext des Internet

In Hinblick auf das Forschungsinteresse und die Zielgruppe der Untersuchung verweisen verschiedene weitere Studien auf das Spektrum an Möglichkeiten der Partizipation von Jugendlichen und können sowohl für die Exploration als auch für die Analyse von im weitesten Sinne politischen Beteiligungsformen hilfreich sein. Um einen differenzierten Blick auf das Handeln der Jugendlichen und deren Möglichkeiten zur Partizipation werfen zu können, bietet sich das Stufenmodell von Richard Schröder (1995) in der Modifizierung von Waldemar Stange (2007) an, der drei Bereiche von Teilhabe bestimmt (vgl. JFF 2011, S.7):

- Formen der Beteiligung, die von der Teilhabe bis hin zur Mitbestimmung reichen,
- Formen der Selbstbestimmung und Selbstverwaltung und

- Fehlformen, in denen Kinder und Jugendliche nicht selbst entscheiden können, in denen sie als Dekoration dienen oder nur Alibi-Funktionen übernehmen.

Speziell auf die Onlinenutzung übertragen, lassen sich drei Partizipationsformen unterscheiden (vgl. JFF 2011, S. 42):

- *Sich positionieren* meint, über Gruppenmitgliedschaften, Statements in den Profilanfragen oder Bilder in einer Selbstdarstellung, eine Position zu gesellschaftlichen Diskursen oder auch zu kulturellen Phänomenen beziehen.
- *Sich einbringen* meint, selbst aktiv zu werden. Hierfür können die Plattformen als Werkzeug genutzt werden, um bspw. das eigene musikalische Wirken einer größeren Öffentlichkeit vorzustellen, sich in Diskussionen zu gesellschaftlich-politischen Themen einzubringen oder diese auch anzustoßen.
- *Andere aktivieren* weist über das eigene Handeln hinaus. Diese Form der Partizipation ist darauf gerichtet, andere zu Aktivitäten zu motivieren. Beispiele in Online-Plattformen können Ankündigungen von Terminen oder Aktivitäten sein, oder konkrete Aufforderungen, wie bspw. der Aufruf an andere Nutzer(innen) Blut zu spenden (vgl. JFF 2011, S. 12).

Partizipationsbegriff der Studie Engagement 2.0

Ein spezifischer Partizipationsbegriff wird in der Studie *Engagement 2.0* eingeführt (vgl. DJI/TU Dortmund 2011). Dabei handelt es sich um den Versuch einer begrifflichen Eingrenzung zur Bezeichnung neuer, internetgestützter Engagementformen, die sich vom klassischen, vereinsgebundenen oder gruppenbezogenen Engagement Jugendlicher unterscheiden. Mit *Engagement 2.0* wurden nach dieser Definition Tätigkeiten bezeichnet, die

1. die technischen Möglichkeiten des Internets nutzen oder fortentwickeln, bzw. zu dessen inhaltlichen Entwicklung beitragen,
2. freiwillig und ohne Entgelt ausgeführt werden und
3. einen Nutzen erzeugen, der sich nicht ausschließlich auf den Kreis persönlich bekannter Personen bezieht.

Bei dieser Definition handelt es sich um eine Ausschlussdefinition, die das internetbasierte freiwillige Engagement von anderen Tätigkeitsfeldern abgrenzen soll und anhand der drei eingeführten Indikatoren, die alle zutreffen müssen, um eine Handlungsweise mit *Engagement 2.0* zu bezeichnen, definiert.

4.2.3 Internetnutzung und Politische Partizipation – Forschungsstand

Neue Informationstechnologien werden in den letzten Jahren vermehrt in der Forschung auch zu politischer Beteiligung berücksichtigt. Gerade in Bezug auf die Wahlbeteiligung, als Ausdruck direkter politischer Partizipation, dient das Internet als zentrale Informationsquelle im Wahlkampf mit signifikant positivem Effekt auf die Bereitschaft zu wählen (vgl. Tolbert/McNeal 2003). Es besteht die Annahme, dass dieser Zusammenhang auch für andere politische Aktivitäten gilt.

Was den Begründungszusammenhang zwischen Internet und politischer Partizipation betrifft, so verweist Polat (2005) auf drei bedeutende Facetten des Internets: Das Internet als Informationsquelle, als Kommunikationsmedium und als virtuelle öffentliche Sphäre. Während die Bedeutung als Informationsquelle offensichtlich ist, weist der Bereich Kommunikation eine wichtige Besonderheit auf. Während das Telefon einen direkten Dialog mit der Zielgruppe ermöglicht und das Fernsehen viele Leute erreicht, besteht im Internet die Möglichkeit eines (potenziell unbeschränkten) Gruppendialogs. Was den Stellenwert der virtuellen öffentlichen Sphäre betrifft, so setzt auch die Demokratie als Staatsform einen öffentlichen Raum voraus, in der ein öffentlicher, d.h. prinzipiell jedem zugänglicher Dialog entstehen kann.

Neben einem öffentlichen Raum – den das Internet zumindest in bestimmten Formen ermöglicht – setzt politische Beteiligung ein gewisses Maß an Bürgerkompetenzen bzw. *Civic Skills* (vgl. Brady/Verba/Schlozman, 1995) voraus. Die Partizipationsforschung (und auch die Sozialkapitalforschung) zeigt, dass Personen jene bürgerlichen Fähigkeiten in zahlreichen nicht-politischen Räumen erlernen können, wie am Arbeitsplatz, im kirchlichen Kontext und in Organisationen wie Verbänden und Vereinen (vgl. ebd.). Inwiefern sich dieser Zusammenhang auch auf demokratische Sozialisation im Internet, im Sinne von Beteiligung und Teilhabe im Internet, erweitern lässt, wäre zu untersuchen.

Bakker und Vreese (2011, S. 464 ff.) stellen in ihrer Studie zum Zusammenhang zwischen Internetnutzung und politischer Partizipation für junge Menschen im Alter von 16 bis 24 Jahren fest, dass soziale Online-Netzwerke²⁵ die Partizipationsbereitschaft junger Menschen stärken. Dieser Zusammenhang besteht nicht nur dann, wenn politikrelevante Informationen konsumiert werden, sondern auch dann, wenn Unterhaltungsseiten genutzt werden. Dies erscheint vor den unterschiedlichen Bildungs- und sozioökonomischen Hintergründen, in denen Jugendliche aufwachsen bzw. hinsichtlich der Bedeutung von Ungleichheit im Netz relevant.

Quintelier und Vissers (2008) untersuchen Effekte bestimmter Internetaktivitäten auf politische Partizipation anhand einer Population 16-Jähriger und zeigen, dass es sich dabei um Netzaktivitäten wie das Chatten mit Unbekannten, das Bloggen und Vertreiben von Nachrichten in Diskussionsforen, Dinge zu erwerben oder zu verkaufen, Nachrichten zu verfolgen oder politische Mails weiterzuleiten, handelt. Ob es sich dabei tatsächlich um einen kausalen Effekt handelt, kann die quantitative Studie nicht beantworten.

Interessant ist vor dem Hintergrund der Kausalitätsfrage, wie offline und online Partizipationsformen zusammenhängen. Hirzalla und Zoonen (2011) bestätigen die Korrelation von Offline- und Online-Engagement in den Bereichen *politics* (politische Informationen, Parteiarbeit, Kontakt mit Politiker(inne)n), *sharing* (E-Mail weiterleiten, an online und offline Diskussionen teilnehmen, Teilnahme an Petitionen) und *activism* (Informationen über/Teilnahme an öffentlichen Veranstaltungen, freiwilliges Engagement). Bei *Konsum* (Kauf von ökologischen/fairtrade Produkten) hingegen finden sie keinen signifikanten Zusammenhang.

25 Wobei anzumerken ist, dass der öffentliche Charakter sozialer Onlinenetze umstritten ist (vgl. Andrejevic 2011).

Nutzungsweisen

Die *Engagement 2.0-Studie* des Forschungsverbundes des Deutschen Jugendinstituts und der Technischen Universität Dortmund (vgl. DJI/TU Dortmund 2011, S. 52-53) beschreibt, dass Jugendliche im Alter von 13 bis 20 Jahren das Internet in Bezug auf drei Aspekte nutzen: 1. als Mittel der Kommunikation, 2. zur Information und Unterhaltung und 3. als Mittel zur Partizipation²⁶.

Kommunikation im Internet wird der Studie nach am häufigsten in Form von Chats (69%), E-Mails (46%), Skype bzw. ähnlichen Angeboten (42%) gepflegt, gefolgt von Kommentaren in Gästebüchern, Foren, Blogs oder auf Pinnwänden (31%). Diese Nutzungsweisen variieren in Hinblick auf Alter und Geschlecht der Befragten. Dass weibliche Befragte Kommunikationsformen wie E-Mails oder Kommentarfunktionen bevorzugen, dokumentiert auch die Studie *Heranwachsen mit dem Social Web* (vgl. Hans Bredow Institut 2009, S. 16), die Jugendliche bis zu einem Alter von 24 Jahren untersucht. Hier zeigt sich deutlich, dass mit zunehmendem Alter der Austausch per E-Mail präferiert wird. Regionalspezifische Unterschiede gelten insofern, als dass mit zunehmender Gemeindegröße der Anteil der Jugendlichen steigt, die per Mail oder Skype kommunizieren (vgl. DJI/TU Dortmund 2011, S. 53).

Als zweiter Aspekt dient das Internet jungen Menschen vor allem zur *Unterhaltung*. So werden im Netz direkt Musik gehört und Videos geschaut (77%), auch laden 18% der Jugendlichen Musikdateien oder Filme herunter. 17% der Befragten spielen im Netz Online-Spiele. Die Häufigkeitsangaben differenziert nach Geschlecht verweisen auf die Tatsache, dass männliche Nutzende die aufgeführten Unterhaltungsangebote in stärkerem Maß konsumieren als weibliche Nutzende (vgl. DJI/TU Dortmund, 2011, S. 53; Hans Bredow Institut, 2009, S. 16). Neben dem Aspekt der Unterhaltung stellt das Internet ein zentrales Mittel der *Informationsbeschaffung* dar. So beschaffen sich die Befragten in erster Linie Nachrichten bzw. Informationen im Netz (67%) und lesen Beiträge in Newsgroups oder Foren (24%) (vgl. DJI/TU Dortmund, 2011, S. 54). Ein geringer Prozentsatz (11%) der Jugendlichen nutzt Hilfeforen zur Beratung, in noch geringerem Maße werden Newsletter bzw. Newsticker abonniert (2%) (vgl. ebd.).

Was den Stellenwert von Unterhaltung und Information für Jugendliche im Internet betrifft, unterscheiden sich die Angaben der Referenzquellen. Während die Häufigkeitsangaben der Studie des Forschungsverbundes des DJI und der TU Dortmund den Bereich Unterhaltung als wichtiger vermuten lassen, weist die Studie des Hans Bredow Instituts die Funktion der Suchmaschine und damit der Information, als wesentlich aus. Der scheinbare Widerspruch lässt sich sehr wahrscheinlich durch die unterschiedlichen Altersspannen der Untersuchungseinheiten erklären. Es ist anzunehmen, dass Jugendliche mit zunehmendem Alter und Anforderungen in Schule und Beruf (Fokus der Studie des Hans Bredow Instituts 2009, Alter bis 24 Jahre) das Internet im stärkeren Ausmaß für Informationszwecke nutzen als für Unterhaltung (vgl. DJI/TU Dortmund 2011 Alter bis 20 Jahre). Diese Folgerung legen auch die Ergebnisse der *JIMplus-Studie 2011* nahe, sie zeigen, dass die Häufigkeit der Suchma-

26 Hierbei ist anzumerken, dass diese Differenzierung auf der Ebene der Dienste ähnlich wie in der JIM-Studie problematisch erscheint, da sowohl Tätigkeiten innerhalb bestimmter Dienste verschiedene Funktionen haben können als auch die Ziele bzw. Motive in Verbindung mit der Nutzung spezifischer Dienste subjektiv unterschiedlich sein können.

schinen-Nutzung mit zunehmendem Alter der Jugendlichen ansteigt (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, S. 46).

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Formen der Internetnutzung wie (1) *Kommunikation* sowie (2) *Information* und *Unterhaltung* als wesentliche Elemente des „Web 1.0“ gelten (vgl. DJI/TU Dortmund 2011, S. 52).

Der Aspekt (3) *Partizipation*, der im Folgenden näher vorgestellt wird, ist hingegen als Form der *Internetnutzung* „Web 2.0“ zu verstehen. Nutzungsweisen des „Web 2.0“ unterscheiden sich vom vorhergehenden „Web 1.0“ dahingehend, dass die Inhalte des Internets „nicht mehr nur zentralisiert von großen Medienunternehmen produziert und über das Internet verbreitet werden, sondern auch von einer Vielzahl von Nutzer(innen), die sich zudem mit Hilfe sozialer Software untereinander vernetzen“ (DJI/TU Dortmund 2011, S. 13). Nutzungsweisen des „Web 2.0“, so der Diskurs, sind daher interaktiv und partizipativ.

Zu typischen Netzaktivitäten, die als *Partizipation* im Kontext des „Mitmachnetzes“ (DJI/TU Dortmund 2011, S. 56-59) bezeichnet werden können, zählen für Jugendliche daher in erster Linie der Besitz bzw. die Pflege eines eigenen Accounts in sozialen Online-Netzwerken wie Facebook, YouTube, MySpace und SchülerVZ (ca. 90%). Weitaus weniger Befragte geben an, eine eigene Homepage zu haben (10%) oder ein eigenes Blog (7%). Im Sinne von partizipativen und interaktiven Netzaktivitäten werden auch die Gründung bzw. Moderation einer Online-Community, das Schreiben von Beiträgen in Newsgroups, Foren, Blogs oder Wikis und das Starten einer Diskussion auf bereits bestehenden Seiten verstanden. Weniger häufig stellen Jugendliche Musik, Videos oder Podcasts in das Netz ein, bieten in Hilfeforen anderen Personen Unterstützung an und programmieren eigene Programme und Applikationen. Eine besondere Bedeutung messen die Autoren der *Engagement 2.0-Studie* den Jugendlichen bei, die im Rahmen von Online-Spielen verantwortliche Aufgaben übernehmen (vgl. DJI/TU Dortmund 2011, S. 59). Anders als zu erwarten, handelt es sich nicht um rein passive Spieler, sondern um Jugendliche, die gewillt sind in diesem Kontext Verantwortung zu übernehmen. Bei allen genannten Aktivitäten treten im Zusammenhang mit Alter, Geschlecht, erreichtem Bildungsabschluss und Regionszugehörigkeit Unterschiede in der Verteilung auf.

Dieses gilt umso mehr für Netzaktivitäten, die im Kontext von politischer Beteiligung geschehen, wie z. B. die Teilnahme an einer Mailing-Aktion oder einer Online-Demo, das Unterschreiben einer Online-Petition, die Teilnahme oder der Aufruf zu einem Flashmob, die Unterstützung einer Partei im Online-Wahlkampf oder die Blockade einer Website durch Massenmails. Im Vergleich zu anderen Online-Aktivitäten sind solche politischen Netzaktivitäten, die im Folgenden noch näher vorgestellt werden, allerdings insgesamt kaum verbreitet.

Soziale Netzwerke stellen im Kontext partizipativer Nutzungsformen einen mittlerweile äußerst bedeutsamen Anteil in der Internetnutzung dar. Die Ergebnisse der *ARD/ZDF-Online-Studie 2011* (vgl. Busemann et al. 2011) machen deutlich, dass sich die private Communitynutzung mittlerweile in erster Linie auf die Plattform Facebook beschränkt. Das soziale Netzwerk, das seit Mai 2012 an der Börse ist, ist mit insgesamt 19,77 Millionen Nutzern unter den Netzaktiven ab 14 Jahren, die mit deutlichem Abstand am meisten genutzte Community. Weit abgeschlagen liegt Wer-kennt-wen mit 3,56 Millionen, StudiVZ mit 2,54 Millionen, MeinVZ mit 1,55 Millionen und SchülerVZ mit 1,42 Millionen Nutzern ab 14 Jahren. Im Vergleich zu 2011 hat Facebook die Anzahl seiner Nutzer um 3,58 Millionen deutlich steigern können, während die anderen Netzwerke Nutzer verloren haben (vgl. Busemann et al. 2012, S. 380).

Im Gegensatz zu beruflichen Communities wie Xing oder LinkedIn, die trotz eines leichten Aufwärtsschubs im Jahr 2011 im Langzeitvergleich eher moderat genutzte Web-2.0-Dienste darstellen, ist das Interesse an privaten Communities auch 2012 ungebrochen hoch. Werden berufliche Communitys vorrangig von Jobeinstiegern und jüngeren Arbeitnehmer(inne)n genutzt, so sind Facebook und Co. in der Altersgruppe der 9- bis 39-Jährigen durchweg beliebt. 74% der 20- bis 29-Jährigen und 56% der 30- bis 39-Jährigen nutzen private Communities, um sich zu vernetzen. Betrachtet man die Altersgruppen, so zeigt sich ein deutliches Nutzungsgefälle: Private Communities sind aus dem Alltag der Jüngeren nicht mehr wegzudenken – 88% der Teenager und 74% der Twens haben ein Facebook-Profil – und mit einer Mitgliederrate von 56% stehen sie auch bei 30- bis 39-Jährigen hoch im Kurs. Erst bei den ab-40-Jährigen nimmt der Anteil der Communitynutzer dann deutlich ab (vgl. Busemann et al. 2012, S. 380).

Neben sozialen Netzwerken wie Facebook spielen bezüglich jugendlicher Netzaktivitäten auch Plattformen wie Twitter, YouTube und Blogs, sowie ferner die mobile Nutzung des Internets eine Rolle. Twitter ist ein in der Öffentlichkeit stark wahrgenommener Echtzeitkommunikationsdienst, der den schnellen Empfang und die Verbreitung aktueller Nachrichten aller Art ermöglicht. Jedoch liegen zwischen der öffentlichen Wahrnehmung Twitters und der tatsächlichen Nutzung Welten: Der Mikroblog wird von 4% der deutschen Netzuser ab 14 Jahren genutzt, das entspricht 2,08 Millionen Nutzern.

Allgemein zeigt sich jedoch in den vorliegenden Studien das Problem, dass die analytische Trennung von Unterhaltung, Kommunikation, Beteiligung u. ä. nicht hinreichend die Verschränkungen netzbezogener Praxen zwischen diesen Nutzungsmotiven bzw. -zielen abbildet. Damit gelangen relevante Kontextualisierungen der praktizierten Nutzungsweisen nicht angemessen in den Blick. Will man partizipationsbezogene Motivation und die Relevanz unterhaltungs-, kommunikationsbezogener oder z. B. auch zweckrationaler Kontextualisierungen der Beteiligungspraxen analysieren, so bedarf es einer forschungsmethodischen Verschränkung dieser Variablen miteinander.

Endgeräte als Beteiligungsaspekt

Aufgrund der Veränderung von Nutzungsweisen durch die zunehmende Flexibilisierung, Mobilisierung aber auch Präformierung (z. B. durch Apps) der Internetnutzung aufgrund der technischen und preisbezogenen Entwicklungen im Bereich mobiler Endgeräte scheint ein besonderer Fokus darauf ebenfalls überlegenswert (vgl. Madden et al. 2013). Die Nutzung von Onlineanwendungen unabhängig von einem lokalen PC ist wegen der in den letzten Jahren stark gesunkenen Preise internetfähiger Endgeräte unter Jugendlichen sehr beliebt geworden. Die mobile Nutzung des Internets hat sich in den letzten drei Jahren verdoppelt. Im Jahr 2012 nutzten 46% der 14- bis 19-Jährigen das mobile Internet (vgl. van Eimeren et al., S. 368). Der Gebrauch mobiler Endgeräte ersetzt jedoch nicht den herkömmlichen, sprich stationären Zugang über PC und Laptop, viel mehr verstärken sich mobile und stationäre Zugangswege gegenseitig (vgl. van Eimeren et al. 2011, S. 338)²⁷. Sehr bedeutsam für diese Entwicklungen waren Softwarelösungen, die den mobilen Internetzugang stark vereinfachen: Kleine Anwendungsprogramme, die Apps, sind schnelle Lösungen für alle nur denkbaren

²⁷ Aktuelle Studien aus dem Jahr 2014 zeigen, dass die stationäre Nutzung des Internet mittlerweile durch mobile Zugänge quantitativ abgelöst wurde.

Bedürfnisse. Sie sind der Zugang zur elektronischen Version der bevorzugten Tageszeitung, sie bieten eine Verknüpfung mit dem Sozialen Netzwerk, über sie lassen sich U-Bahn-Pläne oder Restaurants in der nahen Umgebung recherchieren. Gleichzeitig stellen sie eine Form der Internetnutzung dar, die stärker als andere Anwendungen sowohl datenschutzbezogen problematisch sein kann²⁸ als auch die Nutzungsmöglichkeiten stark vorstrukturiert (vgl. Kutscher 2014 b). Die Anwendungsprogramme entwickelten sich rapide zu unentbehrlichen Assistenten in allen Alltagsbereichen der Jugendlichen. 962 Millionen Mal wurden allein in Deutschland im letzten Jahr Apps heruntergeladen, das entspricht einer Steigerung von 249% zum Vorjahr (vgl. Bitcom 2012, S. 1).

Teilhabebeschränkungen im Kontext des Internet

Durch die neuen Möglichkeiten des „Social Web“ scheint kommunikative und mediale Partizipation so leicht verwirklicht, wie Social Media beliebt sind. Fraglich ist dennoch, ob tatsächlich all diejenigen, die an den öffentlichen Kommunikationsabläufen teilnehmen wollen, dies auch tatsächlich tun können (vgl. Wimmer 2012, S. 53). Die niedrigschwelligen Strukturen im Internet machen es prinzipiell so einfach wie noch nie, an Petitionen, Protestaktionen, etc. teilzuhaben und die Jugend betätigt sich im Internet medial so partizipativ wie noch nie zuvor. Jedoch zeigten u. a. Lenhart et al., dass die Partizipationskompetenz derer, die sich im Internet bewegen, von den jeweiligen sozialen Strukturen bestimmt werden (vgl. Lenhart et al. 2004). Die unterschiedliche Nutzung der vielfältigen Angebote zur politischen Partizipation im Internet hängt demnach mit den jeweiligen sozialen und letztlich auch materiellen Ressourcen der Jugendlichen zusammen. Im Folgenden wird daher die Kapitaltheorie Pierre Bourdieus in die Überlegungen mit einbezogen, um den Aspekt der Ungleichheit im Internet zu beleuchten.

Das Internet und insbesondere die Entwicklungen der letzten Jahre hin zum sogenannten *Web 2.0*, einer stärker nutzerorientierten Logik des Netzes mit hohen interaktiven, eigenproduktiven und durch soziale Beziehungen strukturierten Nutzungsstrukturen, hat viele Hoffnungen auf eine stärkere Demokratisierung der Gesellschaft durch das Internet geweckt. In verschiedenen Kontexten wird eine neue, partizipativere Gesellschaft beschworen, in der die Bürger(innen) ihre Interessen unmittelbar ausdrücken, sich an öffentlicher Meinungsbildung beteiligen, eigene Inhalte unabhängig von etablierten Machtstrukturen publizieren und sich über alle sozialen und geographischen Grenzen hinweg austauschen können. Besonders ist hier der Diskurs um den „Arabischen Frühling“ zu nennen, in dessen Kontext sozialen Medien eine Schlüsselrolle zugeschrieben wurde. Publikationen wie „Net Kids“ von Don Tapscott oder „Born Digital“ von John Palfrey und Urs Gasser haben diese Erwartungen mit der These verstärkt, dass das Aufwachsen mit diesen Medien eine neue, demokratischere Generation hervorbringe (vgl. hier und im Folgenden Kutscher 2014 a).

Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass sich diese Demokratisierungsthese bei allen Chancen und neuen Optionen, die durch die sich weiter entwickelnden Netzstrukturen und ihre Nutzung entstehen, als nur bedingt realistisch darstellen. Vielmehr erweisen sich die neuen Strukturen als ein weiterer Raum, innerhalb dessen sich neben allen Potenzialen auch Ungleichheitslagerungen und Machtstrukturen reproduzieren und abbilden, die aus anderen gesellschaftlichen Zusammenhängen resultieren. Dieser Beitrag wirft einen Blick auf drei

28 So sammeln weitverbreitete Apps wie WhatsApp u. a. viele Daten über die Nutzer(innen).

zentrale Phänomene, die Teilhabechancen im Kontext des Internets beeinflussen und Herausforderungen für eine wirkmächtige demokratische Gestaltung von Teilhabemöglichkeiten aufwerfen:

1. Das Phänomen der digitalen Ungleichheit,
2. Die Auswirkungen globaler kommerzieller Machtstrukturen im Zusammenhang virtueller sozialer Netzwerke sowie
3. Die neue Zugangsfrage, die im Zuge der Debatte um Netzneutralität alte Probleme in neuem Gewand hervorbringt.

Ungleichheit durch fehlenden Zugang zum Internet²⁹

Empirische Studien zeigen, dass die Verbreitung von Computern und Internet mittlerweile in Deutschland weit vorangeschritten ist. So kommt die *ARD-ZDF-Onlinestudie 2012* zu dem Schluss, dass 75,9% der Deutschen ab 14 Jahren das Internet mindestens gelegentlich nutzen (vgl. van Eimeren/Frees 2012, S. 362) und laut der JIM-Studie 2012 haben 98% der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren Zugang zu einem Internetanschluss im familiären Haushalt bzw. besitzen 87% einen Internetzugang im eigenen Zimmer und 82% einen eigenen Computer (vgl. MPFS 2012, S.30 f.). Unter den 12- bis 19-Jährigen nutzen 91% mindestens einmal pro Woche das Internet (vgl. MPFS 2012, S. 31). Vor dem Hintergrund dieser Zahlen kann von einer weitgehenden Etablierung des Internets gesprochen werden, an der der Großteil der Jugendlichen partizipiert. Auch wenn Geschlechts-, Alters- und Bildungsdifferenzen abgenommen haben, spielen diese Kriterien dennoch dort eine Rolle, wo noch Zugangsbeschränkungen vorhanden sind. Quantitativ ist damit einerseits das Zugangsproblem, das noch Anfang/Mitte der 2000er Jahre als zentrale Herausforderung galt, relativiert. So nutzen 76% der Erwachsenen zumindest gelegentlich das Internet (vgl. van Eimeren/Frees 2012, S. 362) und 98% der Jugendlichen im Alter von 12-19 Jahren verfügen über einen Internetzugang im Haushalt (vgl. MPFS 2012, S. 31). Andererseits gilt für die kleiner werdende Gruppe derjenigen ohne Internetzugang, dass diese, in dem Maße wie sich das Internet auch in Bildungsinstitutionen und beruflichen Kontexten als grundlegend erforderliches Medium für viele Alltagsbereiche etabliert, immer mehr abgehängt zu werden droht.

Ungleichheit innerhalb der Mediennutzung

Weitergehend als die Zugangsfrage und langfristig auch wirkmächtiger ist jedoch die Frage der Reproduktion sozialer Ungleichheit innerhalb der Mediennutzung. Diese wird auch als „digitale Ungleichheit“ bezeichnet und ist durch soziostrukturelle Ressourcenunterschiede (kulturelles, soziales und ökonomisches Kapital nach Pierre Bourdieu) bedingt. Das bedeutet, dass die eigenen Bildungserfahrungen, verfügbare soziale Unterstützungs- und Beziehungsnetzwerke sowie finanzielle Mittel einen Einfluss darauf haben, welche Mediennutzung möglich ist, Bedeutung im Alltag hat, relevant und sinnvoll erscheint und welche Fähigkeiten dafür als Voraussetzung vorhanden sind bzw. welche Möglichkeiten die jeweilige Nutzung dann auch im anderen Lebenskontexten eröffnen kann (vgl. Welling 2008, S. 270; Wagner

29 Die folgende Darstellung basiert auf dem Beitrag von Nadia Kutscher für das Onlinedossier „Medienpolitik“ der Bundeszentrale für politische Bildung, das im Oktober 2014 veröffentlicht wurde.

2008).

Diese Ungleichheit zeigt sich in den medialen Praxen auf vielfältige Weise: In den Themenpräferenzen, den Einschätzungen zur Glaubwürdigkeit unterschiedlicher Medien, den praktizierten Nutzungsweisen und in den realisierten Beteiligungsoptionen. Die ungleiche Verfügbarkeit teilhaberelevanter Ressourcen führt dazu, dass sich in der Internetnutzung u.a. eine *Kompetenzkluff* (*skills divide*) bzw. eine *Demokratiekluff* (*democratic divide*) abbildet (vgl. Mossberger et al. 2003). Das bedeutet, dass einerseits das, was im Alltag für die Nutzer(innen) relevant ist, sich darauf auswirkt, welche Fähigkeiten in der Internetnutzung bedeutsam sind bzw. (weiter)entwickelt werden und mit den jeweiligen Nutzungsmotiven und -kontexten zusammenhängt. Andererseits sind alte Beteiligungsungleichheiten auch innerhalb des Internets zu finden in dem Sinne, dass ressourcenreiche Nutzer(innen) stärker an wirkmächtigen Meinungsäußerungen und der Inhaltsproduktion im Netz beteiligt sind. Beispielsweise produzieren nur 6% der Wikipedia-Nutzer(innen) die Inhalte der Online-Enzyklopädie (vgl. Sutter 2010, S.50), politisch bedeutsame Beteiligung realisieren auch im Internet vor allem formal höher gebildete Jugendliche, die auch außerhalb des Netzes stärker in Partizipationsaktivitäten vertreten sind.

So zeigen verschiedene Studien, dass Unterschiede in der Nutzung des Internets nicht über rein individuelle Präferenzen, sondern vielmehr über Faktoren wie Bildungshintergrund, Peer-Beziehungen und finanzielle Ressourcen erklärt werden können. Dazu gehört die Tatsache, wie sich die Nutzung des Internets ausdifferenziert, wer dabei eher Fotos, Videos oder Musik up- oder downloaded, wer vor allem Netzwerk-Profilen kommentiert, wer zentrale Inhalte produziert und wer die Organisation von Interessen, politisch wirkmächtiges Handeln und bildungsrelevante Praxen realisiert u. v. m. (vgl. Schmidt et al. 2009; Theunert 2011; DJI/TU Dortmund 2011).

Grundlegend relevant ist dabei, dass Nutzungskompetenzen jeweils auf Bildungsvoraussetzungen und lebensweltlichen Bezügen beruhen, d. h. die Fähigkeiten, die in der Mediennutzung zum Tragen kommen, basieren darauf, was in welchen Alltagsbezügen als sinnvoll erachtet wird und welche Fähigkeiten die Nutzer(innen) mitbringen. Das ist wiederum abhängig von den oben genannten Ressourcenunterschieden, die durch die soziale Herkunft und die verfügbaren Unterstützungsstrukturen beeinflusst werden. Das bedeutet, sozial benachteiligte Nutzer(innen) bringen Wissen und Fähigkeiten mit, die in ihrem Alltag möglicherweise sinnvoll und hilfreich, aber wenig anschlussfähig an Wissen und Fähigkeiten sind, die im Bildungssystem erwartet werden oder für die Realisierung wirkmächtiger Beteiligung erforderlich sind. Dagegen profitieren ressourcenreiche Nutzer(innen) auch von der Mediennutzung und dem, was Ihnen dadurch auch wieder außerhalb des Internet zugänglich wird. So ist ebenfalls die kritische Bewertung von Inhalten kontextabhängig: Je nachdem, welche Motive mit der Internetnutzung verbunden sind, ist es beispielsweise unterschiedlich wichtig, wie seriös die verfügbaren Informationen sind. Wenn die Internetnutzung vor allem dem Zeitvertreib dient (was, wie empirische Studien zeigen, stärker bei benachteiligten Jugendlichen, möglicherweise bedingt durch das Bedürfnis, einen belastenden Alltag auszublenden, ausgeprägt ist), ist die Verlässlichkeit von Informationen weniger bedeutsam als wenn das Ziel der Nutzung die Suche nach verwertbaren Informationen oder diese mit Bildungsaspirationen verknüpft ist (vgl. Kutscher 2009).

Durch diese Ausdifferenzierung von Nutzungsweisen im Internet kann davon gesprochen werden, dass eine Art soziale Schließung sowohl durch Angebotsstrukturen und -inhalte als auch durch das Handeln der Nutzer(innen) (vgl. Kutscher 2012, Tillmann 2008, KIB 2007, Klein 2008) stattfindet. Das führt dazu, dass sich innerhalb des Internets Räume bilden, in

denen jeweils Personen mit ähnlichen Ressourcen unter sich bleiben und sich auch Beteiligung im Internet sozial stratifiziert.

Soziale Netzwerke

Virtuelle soziale Netzwerke sind binnen kurzer Zeit zum zentralen Ort der Internetnutzung geworden. Derzeit ist Facebook das weltweit meistverbreitete Netzwerk, in dem ca. 1,3 Milliarden Nutzer(innen) weltweit Mitglied sind, davon ca. 27,38 Millionen in Deutschland.³⁰ Laut Daten der *ARD-ZDF-Onlinestudie 2014* sind 74% der Personen im Alter von 14 bis 29 Jahren bzw. laut der *JIM-Studie 2012* 73% der Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren täglich (vgl. van Eimeren/Frees 2014, 387 und MPFS 2014), 35% täglich bzw. mehrmals pro Woche in ihrem sozialen Netzwerk online (darunter 69% Facebook-Mitglieder, mit rückläufiger Tendenz, vgl. MPFS 2014, S. 36).

Diese hohe Verbreitung birgt viele Potentiale, hat jedoch auch problematische Seiten. Innerhalb der Netzwerke realisiert sich inzwischen ein wichtiger Teil sozialer Beziehungspflege, die Teilhabe an Kommunikation und sozialem Handeln. Es ist möglich, unkompliziert mit einer großen Anzahl von Personen zu kommunizieren, mit unterschiedlicher Intensität und unter den Bedingungen einer größtmöglichen Erreichbarkeit. So hat sich die mediale Kommunikation insbesondere bei Jugendlichen weitestgehend von Chat und E-Mail weg in die sozialen Netzwerke hineinverlagert.

Dies hat allerdings gleichzeitig kritische Implikationen, denn: Wer nicht Mitglied innerhalb desselben sozialen Netzwerks ist, kann nicht an der Kommunikation teilhaben. Darüber hinaus ist bei den derzeitigen meistverbreiteten Netzwerken wie Facebook und Google+ die soziale Zugehörigkeit mit der Preisgabe und dem faktischen Kontrollverlust über die eigenen privaten Daten verbunden und die Möglichkeiten der Selbstdarstellung in Form der Profilseiten werden stark vorstrukturiert und normiert. Somit verlagert sich „ein zentraler Teil medialen Handelns [...] in einen kommerzialisierten Kontext hinein: die Logiken aller Netzwerke, die sich über ihre AGB die kompletten Nutzungsrechte an den Daten der Mitglieder übertragen lassen und die Nutzerdaten für Werbekunden auswerten, unterwerfen in diesem Zusammenhang die privatesten medialen Handlungen wirtschaftlichen Interessen und Verwendungszwecken. Profitorientierte kommerzielle Plattformen bieten öffentliche Orte, an denen Privates wiederum ökonomisiert wird (Andrejevic 2011, S. 35). Diesen Bedingungen scheinen sich große Teile der nachwachsenden Generation resignierend oder negierend zu beugen.“ (BMFSFJ 2013, S. 185). Von Interesse ist hierbei auch, wie sich das mediale Handeln der Nutzer(innen) unter diesen Bedingungen verändert, wenn eine entsprechende marktkompatible Selbstdarstellung in verschiedenen Kontexten von Bedeutung ist, d. h. dass man sich durch Informationen und Bilder scheinbar authentisch aber unter Marktgesichtspunkten möglichst attraktiv präsentiert.

Künftige Teilhabefragen werden berührt, wenn es um die aggregierte Datenauswertung der Metadaten geht: So dient der *Facebook Open Graph-Algorithmus* der Vorhersage zukünftiger Konsummuster aus vergangenem Verhalten (vgl. Bodle 2011). Ähnlich funktioniert die Strukturierung von Suchmaschinendaten auf der Basis vorhergegangener Suchanfragen bei Google, sodass im Kontext einer passgenauen Strukturierung von gesuchten Inhalten im

³⁰(Stand: April 2014, Quelle: Statista - <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/223264/umfrage/monatlich-aktive-mobile-nutzer-von-facebook-zeitreihe/>).

Netz zunehmend für die Nutzer(innen) nicht steuerbar vorstrukturiert wird, was sie überhaupt zu sehen bekommen. Im Kontext sozialer Netzwerke erfolgt diese Strukturierung zusätzlich auf der Basis sozialer Beziehungsnetzwerke. Welche Implikationen das perspektivisch für Informationsteilhabe hat, ist kaum abzusehen, auch vor dem Hintergrund ungleicher Fähigkeiten und Möglichkeiten, diese Strukturen zu reflektieren. So sind sozial benachteiligte Jugendliche besonders intensive Nutzer(innen) von Communities (vgl. Schorb et al. 2010, Wagner 2008, S. 215; MPFS 2008, S. 48), allerdings sind sie offensichtlich den Fallen im Netz stärker ausgeliefert, d.h. sie geben mehr Daten von sich preis und machen öfter unangenehme Erfahrungen wie den Kontakt mit unerwünschten (sexualisierten, gewalthaltigen) Inhalten oder *Cyberbullying* im Internet (vgl. Medikus 2012, MPFS 2012).

Netzneutralität

Während die digitale Spaltung hinsichtlich des technischen Zugangs weitgehend überwunden scheint, kommt im Zuge aktueller Entwicklungen eine neue Form der Zugangsungleichheit auf den Plan. Unter dem Stichwort *Netzneutralität* wird die Frage verhandelt, inwiefern der Transport von Daten über das Internet gleichberechtigt geschehen soll oder ob nach Absender, Inhalt, Empfänger, Klasse oder Tarif unterschieden wird und zu transportierende Daten im Netz unterschiedlich behandelt werden. Ausgangspunkt sind die (nicht hinreichend überprüfbar) Angaben von Telekommunikationsanbietern, dass die Datennetze nicht mehr ausreichen um die mittlerweile immensen Datenmengen im Internet zu transportieren (vgl. LfM NRW 2012, S. 28, Beckedahl 2011). Daher wird diskutiert, ob manche Daten und deren sogenannte *Quality of Service* prioritär behandelt, also z. B. auf schnelleren Wegen transportiert werden sollen als andere und unter welchen Umständen dies geschehen soll. Ein weiterer Aspekt der Netzneutralitätsdebatte meint die Verhinderung oder Begrenzung von Eingriffen in die Neutralität des Internets aus politischen Gründen, zum Beispiel in der Auseinandersetzung zwischen verschiedenen Staaten oder im Fall von Bürgerkriegen. Hierbei geht es z. B. darum, dass Regierungen das Internet in ihren Ländern blockieren, um beispielsweise politische Gegner handlungsunfähig zu machen (z. B. Iran, Ägypten) oder weite Teile des Internet zensurieren, um kritischen Stimmen keine Öffentlichkeit zu geben (z. B. China). Eine weitere Variante, die diskutiert wird, ist, dass die Kosten für den Transport umfangreicherer Daten durch die Endnutzer(innen) oder Anbieter, die große Datenmengen produzieren (wie z. B. YouTube) getragen werden sollen, sodass Ungleichheit über eine preisliche Diskriminierung hergestellt wird.

Sowohl für ökonomisch als auch politisch motivierte Eingriffe dient die sogenannte *Deep Packet Inspection* dazu, Daten genau zu analysieren (nach Inhalt, Umfang, Adressat(in), Absender(in) etc.) um sie dann entsprechend unterschiedlich zu gewichten und zu behandeln (vgl. LfM NRW 2012, S. 26 ff., Bullinger 2010). Dabei bleiben die zentralen Fragen, wer diese Gewichtung vornimmt, auf Grundlage welcher Normen dies geschieht, wie transparent die Diskriminierung (im Sinne von Unterscheidung) von Daten stattfindet und für wen sich daraus Benachteiligungen ergeben.

Angesichts der Monopolisierung von Anwendungsmärkten durch Telekommunikationsanbieter, aber auch durch datenproduzierende Anbieter wie z. B. große soziale Netzwerke wie Facebook und Google+, ist die Gefahr, dass beispielsweise Kosten, die Anbietern durch die Netzbetreiber für die Durchleitung von Daten zum Endkunden in Rechnung gestellt werden, an die Endkunden weitergegeben werden. Die Einführung von Techniken des Access Tiering

(vgl. Schlauri 2010), d. h. der Steuerung von Datenzugänglichkeit nach Datenmengen und Preis, wird von Kritikern als weitreichende Verletzung der Netzneutralität durch preisliche und qualitative Diskriminierungen bezeichnet (vgl. Vogelsang 2010, S. 5 f.).[...]

In der Debatte werden unterschiedliche Begriffe und Abstufungen von Netzneutralität thematisiert. Dies bewegt sich in einer großen Bandbreite, die anhand von drei Eckpunkten kurz benannt werden soll:

1. *Völlige Netzneutralität*. Hier werden alle Inhalte und Dienste unabhängig von Ursprung, Endgeräten und Aufbereitung gleichberechtigt übertragen, sodass alle gleichermaßen Zugang dazu haben.
2. *Ausdifferenzierung von Zugänglichkeit*. Provider dürfen unterschiedliche Arten von Daten nach Kundenwunsch unterschiedlich behandeln. Das setzt sehr informierte und entsprechend ökonomisch potente Kunden voraus, die Kenntnisse über die Unterschiede zwischen den Datenpaketen kennen, um sich informiert entscheiden und sich die Priorisierung finanziell leisten zu können.
3. *Durchgängige Diskriminierung von Daten im Sinne von keiner Netzneutralität*. Der Zugang zu bestimmten Informationen und netzbasierter Kommunikation unterliegt exklusiven Auflagen. Dies können z.B. hohe Entgelte eines bestimmten Anbieters sein, der für die Produktion großer Datenmengen verantwortlich ist wie beispielsweise Google, YouTube oder Facebook. In diesem Zusammenhang wäre beispielsweise denkbar, dass die Mitgliedschaft in bestimmten sozialen Netzwerken für deren Kunden exklusive Zugangsrechte zu schnellem Datenverkehr ermöglicht oder alternativ jeweils für schnelle Datenverbindungen oder umfangreichen Content wie Filme oder Musikstreams extra bezahlt werden muss.

Insgesamt ist nicht absehbar, in welche Richtung sich die Frage der Netzneutralität entwickelt. Auf EU-Ebene gibt es dazu bislang keine einheitliche Regulierung.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass – sofern es hier einen Wettbewerb ohne Regulierung gibt – dies eine Ökonomisierung der Teilhabe an Informationen im Internet in einem bedeutsamen Ausmaß bedeutet.

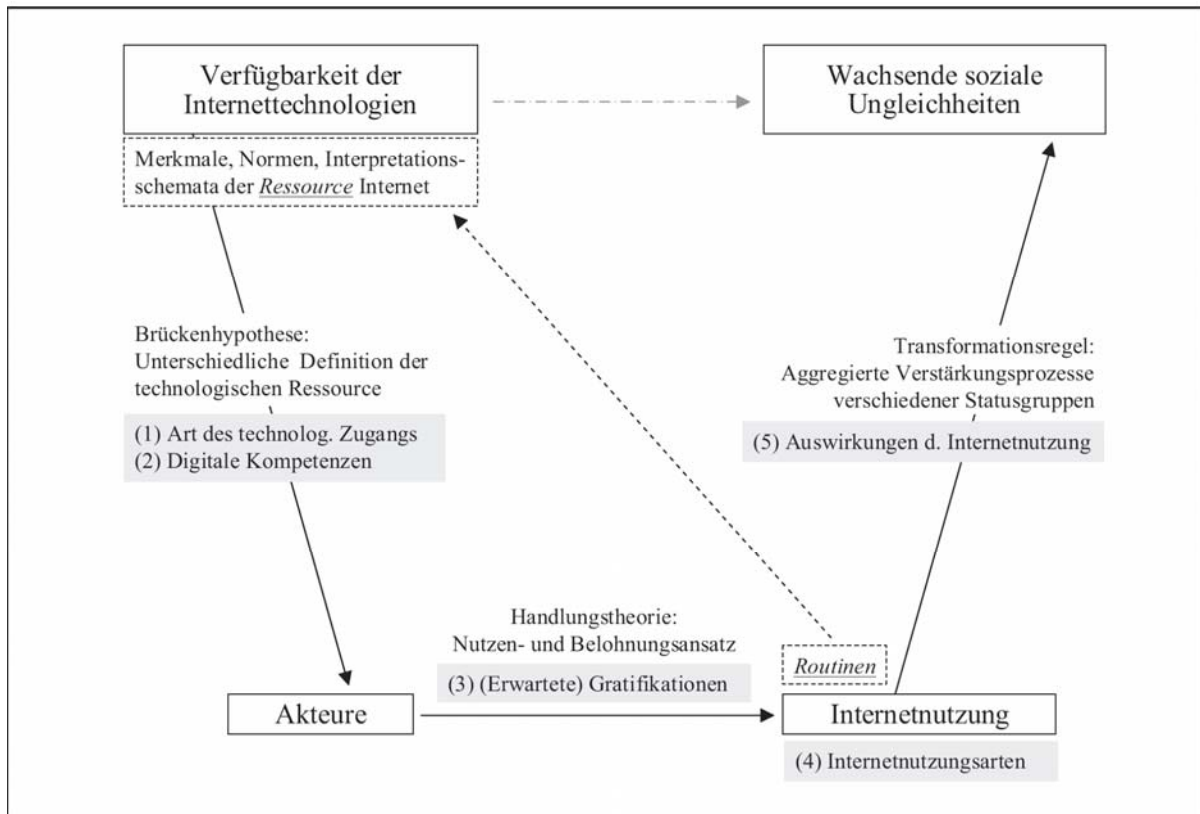
4.2.4 Ungleichheitstheoretische Perspektive auf die Untersuchung von Beteiligung im Kontext des Internets

Die Idee eines partizipationssteigernden Internets lässt sich auch in etablierten Theorien, wie der Sozialkapitalforschung oder der Netzwerkforschung, verorten. Diese zeigen den Zusammenhang des kulturellen, sozialen, ökonomischen Kapitals mit der Wirkmächtigkeit von Beteiligung auf.

Dabei werden lebensweltliche und habituelle Bezüge neben sozialem, kulturellem und ökonomischem Kapital als relevante Kontextualisierungen entsprechend der bislang vorliegenden Erkenntnisse aus Online- und Partizipationsforschung berücksichtigt. Wird die Internetnutzung als soziale Praxis verstanden, so werden die konkreten und unterschiedlichen Arten das Internet zu nutzen im Kontext der ökonomischen, kulturellen und sozialen Handlungsressourcen der Nutzer(innen) verortet (vgl. Klein 2008, S. 137 f.). Ein zwischen Nutzungspraxis und den Ressourcen der Nutzer(innen) unterscheidendes Verständnis ergibt sich auch

aus den Überlegungen von DiMaggio und Hargittai (2001). Die von ihnen benannten Einflussfaktoren der „technischen Ausstattung“ und der „Nutzungsautonomie“ können als internetbezogene Spezifizierung ökonomischer Ressourcen, die „Nutzungskompetenzen“ als Spezifizierung kultureller Ressourcen und die „unterstützenden Netzwerke“ als Spezifizierung sozialer Ressourcen verstanden werden (DiMaggio et al. 2001, S. 3 f.). Nicole Zillien geht von einem Modell des Zusammenhangs individueller mit strukturellen Faktoren und damit unterschiedlich implizierten Nutzungsoptionen und Teilhabechancen aus (vgl. Abbildung 4.1).

Abbildung 4.1: Modell digitaler Ungleichheit (Zillien 2009, 139)



Neil Selwyn (2004, S. 354) fasst ressourcenbezogene Einflussfaktoren unter dem Begriff des „technologischen Kapitals“ zusammen. Dieses stellt eine Erweiterung von Bourdieus Konzept kultureller, ökonomischer und sozialer Formen von Kapital im Informationszeitalter dar. Unter Berufung auf Bourdieus Kapitalformen entwirft Selwyn folgende in Tabelle 4.1 dargestellte Einordnung der relevanten Ressourcen:

Tabelle 4.1: Verschiedene Formen „technologischen Kapitals“ nach Neil Selwyn (2004), S. 355

"Technologisches Kapital"	
Ökonomisches Kapital	Materielle Ausstattung mit und Qualität der Hard- und Software
Kulturelles Kapital	Zeit zur Auseinandersetzung mit dem Computer und Internet, um damit Wissen und Fertigkeiten im Umgang mit diesen zu erwerben. Der Erwerb dieser Fertigkeiten kann sich sowohl informell im Kontext von Familie, Gleichaltrigen und Freunden vollziehen als auch in institutionalisierter Form im Rahmen von Kursen oder innerhalb der Schule
Soziales Kapital	Soziale Beziehungen, die die Internetnutzung begleiten und die man um Rat und Unterstützung fragen kann. Das können Familienangehörige und Freunde ebenso wie PädagogInnen oder virtuelle Kontakte sein.

Quelle: Klein (2008), S. 138.

Nach Selwyn lässt sich das Internet als ein spezifisches soziales Feld verstehen, in dessen Praxis ungleich verteilte Handlungsressourcen ihre Bedeutung erhalten. Allen drei Kapitalformen ist im Sinne ihrer Funktion als soziale Handlungsressourcen gemein, dass sie die Handlungsmöglichkeiten und Positionierungen derer, die über sie verfügen – im sozialen Raum insgesamt ebenso wie in spezifischen sozialen Feldern – in Relation zu anderen sozialen Akteur(inn)en bestimmen (vgl. Klein 2008, S. 139).

Verschiedene weitere empirische Studien verweisen darauf, dass sich

- „an Partizipationsaktionen tendenziell die immer gleichen Akteur(inn)en beteiligen, in der Regel diejenigen, die über die erfolgreichen sozialen Netzwerke verfügen
- Internetabstimmungen nicht als repräsentativ gelten können, da auch hier die Selbstauswahl dazu führt, dass sich vor allem Personen beteiligen, die über einen hohen Grad an Engagementerfahrung und kulturellem Kapital verfügen (dazu im Folgenden mehr) und
- in Mitwirkungsgremien überproportional viele formal höher gebildete Personen sitzen und damit bestimmte Gruppen tendenziell in Beteiligungsformen unterrepräsentiert sind.“ (Kutscher 2007, S. 188).

So stellt ebenfalls die 15. Shell-Studie fest, dass vorrangig die Schichtzugehörigkeit insofern den „Aktivitätsgrad“ prägt, dass „Jugendliche aus gehobenen Herkunftsschichten bzw. Gymnasiasten und Studierende“ besonders aktiv sind (Shell-Kurzbericht 2006, S. 7). Hierbei zeigt sich das kulturelle und soziale Kapital als besonders bedeutsame für prinzipielle Partizipativitätsoptionen (vgl. Kutscher 2007, S. 189; Hurrelmann/Albert 2006; Livingstone et al. 2004; Sturzenhecker 2003, S. 19 ff.).

Die in einer Studie von Reinhard Fatke und Helmut Schneider für die Bertelsmann-Stiftung entwickelten Kriterien für Beteiligungsförderung erweisen sich als deutlich abhängig von der sozialen Lage bzw. strukturellen Bedingungen, in denen sich junge Menschen befinden (vgl. Tabelle 4.2):

Tabelle 4.2: Beteiligungsfaktoren in Abhängigkeit von sozialen Faktoren

Kriterien für die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen (Fatke/Schneider 2005, S. 8 f.)	Soziale Kontextfaktoren für die in den Kriterien genannten motivationalen Aspekte
Partizipationsintensität und -erfahrung des Kindes/Jugendlichen auf unterschiedlichen Ebenen	soziales Kapital / kulturelles Kapital
Einstellungsdimensionen des Kindes/Jugendlichen	Subjektiver Willen, etwas zu verändern – Erfahrung von Selbstwirksamkeit
Empfundene Attraktivität des Angebotes zur Partizipation und Informationsstand in Bezug auf Möglichkeiten zur Partizipation	Informationsstand – kulturelles Kapital bzw. soziale Netzwerke mit hohem kulturellem Kapital
Partizipationsrelevantes soziales Umfeld des Kindes/Jugendlichen	Peerkontext (soziales Kapital)

Quelle: Kutscher (2007), S. 190

In ihrer Expertise für die Bundeszentrale für politische Bildung zum Beteiligungsverhalten Jugendlicher setzen sich Uwe Bittlingmayer und Klaus Hurrelmann (2005) mit der Frage nach der Erreichbarkeit sozial benachteiligter Jugendlicher für Partizipationsangebote auseinander und benennen darin folgende Ursachen für eine erschwerte Beteiligung dieser Zielgruppen:

- „problematische Zukunftsaussichten (geringe Chancen auf einer stabile Erwerbsbiografie und dadurch bedingt die Perspektive, mit vergleichsweise sehr geringen materiellen, symbolischen und kulturellen Ressourcen auskommen zu müssen)
- sozialräumliche Benachteiligung (Stigmatisierung, Problematiken sozialer Brennpunkte)
- daraus resultierende Probleme, dem „Anforderungskatalog der notwendigen Handlungskompetenzen in Gegenwartsgesellschaften, den normativen Bildungsstandards und erfolgreichen Biografiemustern der Mehrheitsgesellschaft gerecht zu werden“ (Bittlingmayer/Hurrelmann 2005, S. 3).

Diese Befunde stellen Bittlingmayer/Hurrelmann in einen Zusammenhang mit den Milieustudien von Michael Vester und Helmut Bremer und rekonstruieren diese – in aktuellen medialen Diskursen vielfach als naturalistisch (vgl. die „Underclass-Debatte“) definierten – Ungleichheiten als Resultat milieu- und sozialisationsbedingter Habitusstrukturen. Somit werden die subjektiven Erfahrungen und Handlungsweisen Jugendlicher – konkret: der Grad ihrer Partizipationsbeteiligung – als milieu- und herkunftsspezifische Muster bzw. als erfahrungsbedingte Konsequenzen lesbar.“ (Kutscher 2007, S. 191).

Vor dem Hintergrund dieser Befunde erweist sich die Berücksichtigung ungleichheitsbezogener Aspekte sowohl bei der Definition von Beteiligungsvariablen als auch bei der Entwicklung eines Forschungsdesigns, das habitusbezogene Differenzen in den Blick bekommen will, als essentiell.

4.2.5 Konzeptspezifikation: Politische Netzaktivitäten

Mit Rückgriff auf die Forschungsfrage war es Ziel der vorliegenden Untersuchung herauszufinden, wie sich der Begriff *politischer Netzaktivitäten* empirisch gestalten lässt, d.h., welche Teilhabe- und Beteiligungsformen Jugendlicher im Internet mit einem ersten explorativen Zugang rekonstruiert werden können und inwiefern diese im weitesten Sinne etwas mit Politik zu tun haben.

In Bezug auf die inhaltliche Dimension wird hier, wie oben angesprochen, von einem offenen Politikbegriff ausgegangen (vgl. van Deth, 2009). D. h. die Ausrichtung der inhaltlichen Dimension im Sinne politisch oder nicht, wäre somit nicht a priori zu definieren sondern aus den Daten zu rekonstruieren. Deshalb gilt es u. a. auch, explorativ zu erschließen, welche Themen für Jugendliche im Internet von Interesse sind, d. h. mit welchen Inhalten sie sich auseinandersetzen.

Auch bei der Form (politischer) Beteiligung wird explorativ vorgegangen. Hier interessieren zum einen die Orte und Formen, die Jugendlichen nutzen, um ihren Interessen nachzugehen. Zum anderen stellt sich die Frage, welches Spektrum an privatem bzw. öffentlichem Handeln sich zeigt, welche habituellen Unterschiede in den Partizipationsformen, -motiven und -inhalten sowie auch den damit verbundenen sozialen Bezügen sichtbar werden und für eine Itembildung nutzbar gemacht werden können.

4.3 Methodisches Vorgehen

Basierend auf Literaturrecherchen zu Beteiligungsweisen Jugendlicher im Internet sowie zu Partizipationsforschung unabhängig von medialen Kontexten, wurde eine Konkretisierung der Begriffsdefinition im Sinne eines weiten, habitusreflexiven Partizipationsbegriffs vorgenommen, die den Rahmen für die Forschungsperspektive der Expertise darstellt. Auf dieser Basis wurde ein Leitfaden entwickelt und sechs Gruppendiskussionen sowie ein leitfadengestütztes Interview vorbereitet und durchgeführt. Die Gruppendiskussionen wurden anhand der *Grounded Theory* sowie inhaltsanalytisch interpretiert, dies hatte das Ziel, befragungsrelevante Items zu generieren³¹.

Die Diskussionen wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgenommen, transkribiert und anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2000) codiert und ausgewertet.

Auf dieser Grundlage wurde der vorliegende Bericht in Form einer Expertise erstellt. Dieser schlägt eine Begriffsdefinition beteiligungsbezogener Netzaktivitäten und deren Operationalisierung vor. Er enthält zudem einen Methodenbericht und die Kurzdarstellung der Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen und umfasst die Erstellung eines Überblicks über mögliche Items für die AIDA-Erhebung.

4.3.1 Leitfaden

Der Entwicklung des Leitfadens für die Gruppendiskussionen zum Thema beteiligungsbezogene Netzaktivitäten junger Menschen lag die Idee zugrunde, die Netznutzung Jugendlicher in Hinblick auf partizipationsrelevante Optionen, -inhalte und -formen zu explorieren. Wie in Kapitel 3.2 deutlich wird, wurden hierzu verschiedene Zielgruppen berücksichtigt. Jeder Leitfaden gliedert sich in die drei Segmente Einstieg, Diskussions- und Nachfrageteil. Für die jeweiligen Zielgruppen wurde der Leitfaden modifiziert und gruppenspezifische Fragen bzw. Formulierungen entwickelt (siehe hierzu auch Kap. 8.1). Zielgruppenspezifische Unterschiede der Leitfäden wurden vor allem in Hinblick auf die Spezifizierung beteiligungsrelevanter Formen und Erfahrungen, sowie in Bezug auf die sprachliche Anschlussfähigkeit bei den Teilnehmer(inne)n berücksichtigt.

Der Einstieg in die Gruppendiskussion begann mit der Vorstellung der Diskussionsleitung und einem kurzen Kennenlernen. Es wurde den Teilnehmer(inne)n (bewusst allgemein gehalten) unterbreitet, dass es Ziel der Studie sei, herauszufinden, was sie im Internet machen, wofür sie sich interessieren und inwiefern das Internet für sie eine Hilfe darstellt, um für ihre Interessen einzutreten. Ausgehend von den Netzaktivitäten und Interessensgebieten der Befragten sollten so Zusammenhänge mit politischer Partizipation im weitesten Sinne thematisierbar werden. Um die Hemmschwelle zu minimieren und die Grundlage für einen offenen Austausch zu legen, wurde betont, dass jegliche Information wichtig sei und es somit keine falschen bzw. unwichtigen Beiträge gebe (– vgl. Liebig/Nentwig-Gesemann 2009, S. 106). Es wurde zudem verdeutlicht, dass die Diskussionsleitung vor allem eine rahmende Funktion innehat und sich entsprechend dem Wunsch nach einer offenen Diskussion mit Wortbeiträ-

³¹ Anzumerken ist an dieser Stelle, dass aufgrund eines begrenzten Zeitrahmens keine vertiefte Systematisierung der Itemstrukturierung auf der Basis der Ergebnisse realisiert werden konnte. Daher finden sich ausführliche Itemlisten, die eine weitere Kategorisierung ermöglichen.

gen und Nachfragen zurückhält. Schließlich wurde die Erlaubnis für die digitalisierte Aufnahme der Diskussion eingeholt und den Befragten Anonymität zugesichert.

Der Diskussionsteil war in die Themenschwerpunkte *Internetnutzung, Engagement allgemein und Engagement im Internet* unterteilt. Als Einstiegsfrage in Form eines Erzählimpulses wurde gefragt: „Was macht ihr alles im Internet und was interessiert euch im Internet besonders?“ Diese offene Fragestellung sollte dazu dienen, ungefiltert Nutzungsweisen und Interessensgebiete hervorzubringen. Im Anschluss wurde die Frage aufgeworfen, ob es einen Bereich gibt, in dem sich die Befragten engagieren sowie, weshalb und wofür sich die Befragten einbringen. Dabei wurde bewusst darauf verzichtet, dieses Engagement bereits in den Internetkontext zu verorten, um hier nicht vorschnell inhaltlich vorzustrukturieren. Dieser Aspekt wurde im dritten Teil aufgegriffen, welcher thematisiert, ob und wie die Befragten im Internet für ihre Interessen eintreten (können) bzw. inwiefern das Internet eine Rolle für ihre Beteiligung spielt. Dabei wurden verschiedene Nebenaspekte wie die Motivation zum Engagement oder daran geknüpfte Ziele bzw. Inhalte ebenfalls mit abgefragt sowie Netzwerkstrukturen, frequentierte Internetangebote bzw. -dienste und das Verhältnis von Offline- und Online-Engagement zueinander. Im Nachfrageteil wurden bei Bedarf Nachfragen zu z. B. spezifischen Beteiligungsformen, Beziehungsstrukturen oder Netzangeboten gestellt.

Zur Ergänzung der leitfadengestützten Diskussion wurde ein Datenbogen entwickelt, der ebenfalls zielgruppenbezogene Differenzierungen aufweist. Der Datenbogen wurde als zusätzliche Informationsquelle genutzt, um Zugang zu ausgewählten soziodemografischen Angaben zu erhalten, die bestehende Partizipationserfahrung abschätzen sowie Hypothesen zur Relation von Engagement und Bildungsstand aufstellen zu können.

4.3.2 Felderschließung und Sample

Die Auswahl des Samples erfolgte entsprechend der Methoden des Theoretical Sampling nach Glaser/Strauss (1998, S. 51 ff.). Um zum einen eine möglichst breite Varianz an im weitesten Sinne politischen Engagementformen in den Gruppendiskussionen und zum anderen ungleichheitstheoretische Annahmen von Beteiligungsdifferenzen abbilden zu können, wurden für die Gruppendiskussionen Zielgruppen mit unterschiedlichen Beteiligungserfahrungen und Organisationsgraden ausgewählt. Kriterien hierbei waren möglichst große Kontrastierungen hinsichtlich:

- *Bildungshintergrund* (basierend auf der empirisch gesättigten Annahme, dass der formale Bildungshintergrund hohe Bedeutung für Beteiligungsformen, -inhalte und -intensitäten hat)
- *Organisationsform* (vor dem Hintergrund der Evidenzen zu vereins- bzw. verbandsförmigen Engagementformen, die je nach organisationaler Form im engeren bzw. weiteren Sinn Teil einer politischen Öffentlichkeit und damit von Strukturen und Prozessen, die in der öffentlichen Vertretung von Interessen eine mehr oder weniger wirkmächtige Rolle spielen, sind)
- *Grad der organisationalen Bindung* (begründet durch die These, dass sowohl soziales als auch kulturelles Kapital für spezifische Engagementformen relevant ist und damit mehr oder weniger wirkmächtige Interessensvertretungen, bzw. ein mehr oder weniger profiliertes Politikverständnis und entsprechende Handlungsweisen, verbunden sind)

Vor diesem Hintergrund wurde je eine Gruppendiskussion mit jungen Menschen aus

- Real-, Haupt- und Förderschulen
- in Jugendtreffs /OTs („Offene Türen“)
- aus kommunalen Kinder- und Jugendforen
- aus Parteilugendorganisationen, aus Jugendverbänden
- aus neuen sozialen Bewegungen (Jugendnetzwerk von Attac: Noya)

geführt. Da Kontakt zu einer Occupy-Gruppe entstanden war, in der allerdings kaum junge Menschen aktiv waren, wurde darüber hinaus zusätzlich ein Interview mit einer jungen Frau, die bei Occupy aktiv ist, durchgeführt.

Im Folgenden wird das Sample der einzelnen Erhebungen kurz beschrieben.

Real-, Haupt- und Förderschüler(innen)

Um die Gruppe der Hauptschüler(innen)/Förderschüler(innen) zu rekrutieren, wurde bereits im Dezember 2012 Kontakt zu verschiedenen Jugendzentren in Köln aufgenommen und es gelang in einem Kinder- und Jugendtreff insgesamt fünf Jugendliche anzusprechen, die bereit waren, an der Gruppendiskussion teilzunehmen, die am selben Tag stattfand. An der Gruppendiskussion nahm auf Wunsch der Leitung des Jugendtreffs außerdem noch eine Schüler-Jahrespraktikantin des Jugendtreffs teil. Diese war jedoch lediglich als stille Beobachterin zugegen.

Die Gruppe der Jugendlichen setzt sich aus drei 14-jährigen männlichen und zwei 14-jährigen weiblichen Teilnehmer(inne)n zusammen. Drei der Teilnehmer haben einen Migrationshintergrund (Serbien, Italien, Türkei), ein Teilnehmer besucht die Realschule, zwei Teilnehmerinnen eine Gesamtschule. Alle drei werden voraussichtlich den Realschulabschluss erlangen. Ein Teilnehmer besucht die Hauptschule und strebt den Realschulabschluss an. Der fünfte Teilnehmer besucht eine Förderschule, die er voraussichtlich mit dem Hauptschulabschluss verlassen wird. Ein Teilnehmer ist Mitglied in einem Karnevalsverein, ein anderer Teilnehmer wirkt im Kinder- und Jugendforum des Jugendtreffs mit.

Drei der Teilnehmer nutzen das Internet seit sieben, eine Teilnehmerin nutzt es seit sechs Jahren.

Als Geräte zur Internetnutzung werden PC, Laptop, Tablet und Smartphone angegeben. Alle Teilnehmer(innen) sind Mitglied in dem sozialen Netzwerk Facebook. Accounts besitzen die Teilnehmer dort schon seit fünf Jahren (ein Teilnehmer), drei Jahren (eine Teilnehmerin) und zwei Jahren (zwei Teilnehmer). Nur ein Teilnehmer gibt an, auch andere soziale Netzwerke zu nutzen, nämlich Jappy (seit drei Jahren) und MSN (seit zwei Jahren).

Jugendliche in Jugendtreffs/OTs

An der Gruppendiskussion der „Offenen Türen“ beteiligten sich sieben Jugendliche von zwei verschiedenen Offenen Türen in Aachen. Bei diesen Offenen Türen handelt es sich um Freizeittreffs, die jeweils in strukturschwachen Stadtvierteln lokalisiert sind. Die Gruppendiskussion wurde in einem der beiden Treffs durchgeführt. Die Rekrutierung der Teilnehmer(innen)

ist zum einen über die OT-Leitungen als Gatekeeper und zum anderen durch persönliche Ad-hoc-Ansprache vor der Diskussion erfolgt. Auf diesem Wege konnten von einer OT vier Jugendliche (3 männlich, 1 weiblich), in der anderen drei Jugendliche (3 männlich) gewonnen werden. Das Altersspektrum lag zwischen 13-16 Jahren. Bei vier der sieben Teilnehmer(innen) lag ein Migrationshintergrund vor. Zwei der Befragten hatten ein Ehrenamt in der OT übernommen, die anderen fünf bezeichneten sich als OT-Besucher bzw. -Nutzer. Die Befragten frequentierten ihre OT bereits seit zwei bis elf Jahren. Die Diskussionsteilnehmer(innen) besuchten entweder eine Haupt- oder eine Realschule, strebten allerdings zumeist den nächsthöheren Schulabschluss an. Die erste Internetnutzung lag bei ihnen zwischen vier und neun Jahren zurück. Alle Teilnehmer(innen) sind Mitglied bei Facebook (Beitritt zwischen 2008 und 2011), zwei weitere geben an, MSN zu nutzen (seit 2008 bzw. 2011) und ein weiterer bestätigt eine YouTube-Mitgliedschaft seit 2011. Zugang zum Internet erhalten die Jugendlichen vorwiegend über Laptop oder Netbook bzw. über ihr Smartphone. Die Nutzung des Internets über den PC spielt eine nachrangige Rolle. Drei Befragte ergänzen die Geräte zur Internetnutzung um die Playstation 3. Diese wird in etwa so häufig genutzt wie der PC.

Mitglieder von Kinder- und Jugendforen

Aufgrund der Verortung von Kinder- und Jugendforen an Jugendzentren wurden zur Akquise der Mitglieder der Foren verschiedene Jugendzentren der Stadt Köln kontaktiert. Die Leitung eines Kinder- und Jugendforums wirkte maßgeblich an der Rekrutierung der Diskussionsgruppe mit. Es wurde ein Termin vereinbart, an dem die Leiterin des Kinder- und Jugendforums gemeinsam mit der Interviewerin im dortigen Jugendtreff Mitglieder des Forums zur Teilnahme an der Diskussion einlud. So kam eine Gruppe von vier Teilnehmern zustande, wovon eine Teilnehmerin schon vor Beginn verkündete, in der Diskussion nichts sagen zu wollen. Die Diskussion fand noch am selben Tag statt.

Die Gruppe setzt sich aus drei männlichen Teilnehmern und einer weiblichen Teilnehmerin zusammen. Zwei der Teilnehmer haben einen Migrationshintergrund (Serbien). Die Teilnehmer sind 12, 13, 14 und 15 Jahre alt. Zwei der Teilnehmer besuchen eine Förderschule und streben den Hauptschulabschluss an. Die zwei anderen Teilnehmer besuchen eine Hauptschule und möchten den Realschulabschluss erlangen. Zwei Jugendliche sind aktive Mitglieder des Kinder- und Jugendforums (Teilnahme seit drei Jahren; Teilnahme seit vier Wochen), die anderen beiden sind ehemalige Mitglieder, die 2012 noch aktiv mitwirkten.

Zwei Teilnehmer nutzen das Internet seit sieben, ein anderer Teilnehmer seit elf Jahren. Als Gerät zur Internetnutzung werden PC, Laptop und Smartphone genutzt. Die Jugendlichen sind Mitglieder bei dem sozialen Netzwerk Facebook (seit drei, fünf und sechs Jahren). Außerdem nennen sie YouTube (Mitgliedschaft seit einer Woche; drei Jahren), Jappy (Mitgliedschaft seit zwei Jahren) und Skype (Mitgliedschaft seit einem Jahr) als soziale Netzwerke.

Mitglieder von Parteijugendorganisationen

Die Teilnehmergruppe der Parteijugendorganisationen bestand aus sechs männlichen und einer weiblichen Jugendlichen im Alter von 15 bis 19 Jahren. Da lediglich fünf von sieben Personen den Datenbogen ausgefüllt haben, beziehen sich alle weiteren Angaben lediglich auf diese fünf Personen.

Vier von fünf Teilnehmern besuchen ein Gymnasium und streben das Abitur als Schulabschluss an. Die weibliche Teilnehmerin hat bereits das Abitur erworben und studiert.

Das Internet nutzen zwei Befragte seit ungefähr zehn Jahren, einer seit acht Jahren. Die Nutzung von sozialen Netzwerken wird durch die Mitgliedschaft von allen fünf Teilnehmer(inne)n bei Facebook dominiert. Des Weiteren nutzen drei Twitter und zwei Google+, wobei einer zwar angemeldet ist, diese beiden Dienste jedoch nicht aktiv besucht. Als mobile Endgeräte nutzen alle fünf sowohl den Computer als auch Smartphones. Vier besitzen Laptops bzw. Netbooks. Der Computer wird von drei Teilnehmern eher selten und sehr selten angeschaltet. Vier Befragte haben ihre Smartphones und Laptops sehr häufig in Gebrauch, lediglich einer nur sehr bzw. eher selten.

Alle fünf engagieren sich in unterschiedlichen Positionen in ihren Jugendorganisationen (Jungpiraten, JuLis, JuSos, Junge Union). Drei sind oder waren Mitglied bzw. in anderer Funktion im Landesvorstand tätig. Weiterhin ist einer der Teilnehmer Sprecher einer Schülergruppe. Ein Teilnehmer ist zusätzlich Mitglied eines Regionalvorstandes, ein weiterer Beisitzer in einer Organisation auf Landesebene. Zwei weitere haben den Vorsitz in einem Orts- und Stadtverband. Neben den Aktivitäten in der Jugendorganisation wurde einer der Teilnehmer in einen Stadtverband und einen Kreisverband einer politischen Partei kooptiert.

Jugendverbände

Die Akquise erwies sich insofern als schwierig, als dass sich der Zugang über die Bundesebene der Verbände hin zu einzelnen aktiven Personen auf Lokalebene als sehr zeitintensiv herausgestellt hat und sich die Schwierigkeit gezeigt hat, aktive und geographisch leicht erreichbare Verbandsmitglieder zu akquirieren. Letztlich gelang es, vier Jugendliche für die Gruppendiskussion zu gewinnen. Die Gruppendiskussion selbst wurde Anfang Februar 2013 in der Geschäftsstelle des DBJR in Berlin geführt. Vier Jugendliche, zwei im Alter von 21 und zwei im Alter von 22 Jahren nahmen stellvertretend für ihren Verband (NAJU, ver.di, Lambda, Berlin-Brandenburgische Landjugend (BBL)) an der Gruppendiskussion teil. Dabei handelte es sich um drei männliche Teilnehmer und eine weibliche Teilnehmerin, von denen sich zwei in Ausbildung und zwei im Studium befanden.

Alle Teilnehmer(innen) dieser Gruppendiskussion waren Mitglieder bei Facebook und betonen in diesem Kontext die Vernetzungs- und Kommunikationsmöglichkeiten des sozialen Netzwerks. Die an dieser Diskussionsrunde Beteiligten nutzen das Internet sowohl für private Zwecke, als auch, und zwar schwerpunktmäßig, für die Arbeit, wozu Informationsbeschaffung und Recherchetätigkeiten zählen. Das Internet dient den Jugendlichen auch als Unterhaltungsmedium zum Zeitvertreib, dort konsumieren sie Musik, Filme und Spiele. Was die Dauer der Internetnutzung betrifft, so unterscheiden zwei der Teilnehmer(innen) die private Nutzungsdauer von der Nutzung auf der Arbeit. Die Spannweite reicht von 30-40 Minuten für

private Zwecke bis zu 5 bis 6 Stunden aufgewendet für persönliche Nutzung als auch auf der Arbeit. Auch die Interneterfahrung der Befragten variiert. Während zwei der Befragten angeben, das Internet seit bereits 13 bzw. 10 Jahren zu nutzen, geben die anderen beiden Befragten an, dass sie erst seit fünf bzw. sieben Jahren Erfahrung mit dem Internet haben.

Neue soziale Bewegungen: Noya und Occupy

Die Suche nach Mitgliedern neuer sozialer Bewegungen wurde vor Ort in Köln durchgeführt. Da es in Köln kaum junge Aktive unter 27 Jahren gab, wurde die Suche auf die Jugendorganisation von Attac, Noya³², ausgedehnt. Die Gruppendiskussion wurde mit der real existierenden Gruppe der Noya geführt. An dieser nahmen drei männliche Jugendliche im Alter von 17, 19, und 22 Jahren teil, die sich zum einen kurz vor dem Abitur, zum anderen im Bundesfreiwilligendienst sowie in der Ausbildung befanden. Desweiteren nahm eine Studentin im Alter von 21 Jahren teil.

Die Teilnehmer(innen) der Gruppendiskussion nutzen das Internet für folgende Tätigkeiten: Primär dient das Internet der Beschaffung von Informationen bspw. durch Google, Wikipedia und die Mediathek. Genauso wichtig ist der Aspekt der Kommunikation im Internet, worauf die genannten Aktivitäten von Chatten oder Netzwerkpflge verweisen. Gleichzeitig werden online Treffen geplant und organisiert. Zuletzt dient das Internet der Unterhaltung der Jugendlichen durch Musik und Film, aber auch zum Einkaufen. Alle Teilnehmer der Noya-Gruppendiskussion sind Mitglieder im sozialen Netzwerk Facebook, darüber hinaus wird auf die Nutzung von ICQ, Knuddels und SchülerVZ in der Vergangenheit verwiesen.

Zusätzlich wurde aus terminlichen Gründen ein Einzelinterview mit einer Vertreterin von Occupy Köln geführt. Bei dieser handelt es sich um eine Studentin, die seit 2012 bei Occupy Köln aktiv ist. Darüber hinaus ist sie im Internet Mitglied des virtuellen sozialen Netzwerks *Echte Demokratie jetzt*, sowie der *Onlineaktivisten*. Das Internet nutzt sie schwerpunktmäßig für Informationsbeschaffung sowie Kommunikation im Sinne von Vernetzung und Organisation. Während die Studentin der Noya angibt, 35 Minuten pro Tag online zu sein, ist dies bei der Vertreterin von Occupy – auch Studentin – für eine Stunde täglich der Fall. Zwei der männlichen Teilnehmer geben eine Internetnutzung von 90 Minuten an, einer hingegen verbringt täglich ungefähr 2 Stunden im Netz. Auf die Frage hin, seit wann die Interviewten tatsächlich das Internet nutzen, offenbart sich bei der Noya-Gruppe ein Antwortspektrum von sechs bis zehn Jahren. Die Vertreterin von Occupy nutzt das Internet seit acht Jahren.

32 Noya steht für "Network of young altermondialists".

4.4 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Interpretationen der Gruppendiskussionen zusammenfassend dargestellt. Dabei werden Hinweise für die Entwicklung des Forschungsdesigns im Allgemeinen und des Erhebungsinstruments im Besonderen benannt, die sich aus der Auswertung der Daten ergeben und bei der Instrumentenentwicklung zu bedenken wären. Zusätzlich werden – im Anhang dieser Veröffentlichung – Items aufgelistet, die sich aus den Daten rekonstruieren ließen und Hinweise für eine Itementwicklung im Rahmen der AID:A-Erhebung geben können.

4.4.1 Methodischer Zugang

In den Gruppendiskussionen wird deutlich, dass ein qualitativ-empirischer Zugang Verschränkungen zwischen Bedeutungszuschreibungen und Praxen ermöglicht, die über ein standardisiertes Instrument nur schwer bis gar nicht zugänglich sind. Es zeigt sich, dass Kategorisierungen auf einer standardisierten Ebene wenig über die faktische Nutzung aussagen können, da bestimmte Dienste unterschiedlich genutzt werden und verschiedene Funktionen zugeschrieben bekommen (vgl. Kapitel 4.2.3). Auch die Übergänge zwischen einer privaten und einer engagementbezogenen bzw. öffentlichen Nutzung oder auch zwischen den verschiedenen Diensten als Medien zur Organisation von Engagement und Kommunikation scheinen fließend zu sein. Hier ergibt sich eine besondere Herausforderung für ein standardisiertes Instrument, auf die wir ausdrücklich hinweisen. Gleichzeitig erscheint es wichtig, dies in den Blick zu nehmen, will man aussagekräftige Daten über die Kontextualisierung, Bedeutungen, Bedingungsgefüge und Querbezüge von Teilnehmungspraxen und genutzten Diensten erhalten. Folgende Auszüge aus den Daten verdeutlichen dies exemplarisch:

„Twitter, Facebook, Google Plus etc. sprechen wir uns eigentlich überall, kommunizieren wir eigentlich darüber“ (Parteien 418 f.)

„Foren wie Facebook oder Twitter kann man natürlich schnell mal Leute mit Leuten in Kontakt treten, kommunizieren, das macht das einfach viel einfacher als es früher war.“ (Parteien 51-53)

„Facebook ähm ja also jetzt natürlich privat um mit Freunden zu schreiben, aber auch um ja parteipolitische Aktivitäten also ja managen von so'n paar Facebookseiten halt eben und Events erstellen“ (Parteien 56-58)

„Twitter auch einfach zum ganz schnellen Datenaustausch bei so Events“ (Parteien 615 f.)

„Das ist ein Fingertips und dann ist man auf einmal auf seinem Facebook-Account“ (Parteien 1168 f.) [bezogen auf Twitter]

Vor diesem Hintergrund empfiehlt es sich, über eine qualitative Studie (mindestens ergänzend) nachzudenken.

In den Aussagen zu einzelnen *Diensten* zeigt sich, dass deren *Praktikabilität im alltagsbezogenen Kontext relevant für deren Nutzung und die zugeschriebene Bedeutung* ist. Daher erscheint es sinnvoll, die Relation zwischen der Bedeutung der Dienste für die lebensweltlichen Bezüge hinsichtlich der politischen Beteiligung, wie auch für die sonstigen Alltagskontexte, mit abzufragen, um somit die Verankerung politischer Beteiligungsaktivitäten und medialer Formen innerhalb der sonstigen Alltagsrelevanzen abbilden zu können.

„Es gibts auch so VEREINSseiten. (...) Ja, und wenn man zum Beispiel kein Training hat, dann schreiben die das ja, damit man Bescheid weiß, nicht dass man dann umsonst dahin fährt (...) Dann können die das (...) da drauf schreiben, also auf Facebook. Schreiben die uns eine Nachricht und dann kann man das ja sehen, also lesen“ (OT 774-789)

„Bei mir ist das in der UNI jetzt auch ganz krass (...) ich hab' das auch noch nie erlebt, dass man so KRASS vernetzt ist, einfach, so über's Internet. Also ich mein' da ist dann 'ne Facebookgruppe, wo die ganze Zeit irgendwas läuft und geschrieben wird. Dann ähm haben sie jetzt 'ne riesen Drop-Box aufgemacht, wo einfach von jeder Vorlesung, von jedem Seminar ALLES, alle Texte, alle Mitschriften halt hochgeladen werden“ (Verbände 63-60)

„Andererseits is' es aber auch so, im Internet hast du halt ganz schnell und ganz leicht die Möglichkeit, Position zu beziehen, und da is' diese Hemmschwelle halt auch relativ gering. Darüber hinaus dann aber im echten Leben sozusagen aktiv zu werden, is' halt nochmal was ganz ANDERES. Also ich mein' du erreichst möglicherweise so und so viele Menschen, aber der Prozentsatz, der DAVON dann im Endeffekt wirklich was aktiv dann TUT, is' halt gering so.“ (Verbände 990-995)

„Natürlich das man das auch also oder jemanden zu überzeugen, find ich's weitaus einfacher doch dann im richtigen Leben sozusagen, aber ich mein das schmälert das ja nicht wirklich, es geht ja beim Internet nicht darum irgendwie Leute zu überzeugen, sondern eher Informationen schnell weiterzuleiten und das Organisatorische damit ja zu vereinfachen“ (Parteien 102-106)

„Ja find' ich auch ganz spannend, weil 's tatsächlich ähm bei den meisten Sachen, die ich mache, so läuft, dass man sich halt OFFline kennenlernt ähm und sich dann halt ONline vernetzt. Aber dass die ganze Vorsozialisation halt offline gelaufen is' und das halt relativ selten is', dass Leute, die uns ANschreiben, dann auch wirklich bei uns bleiben. Und das dann doch eher so über persönliche Kontakte funktioniert. Also langzeitgesehen funktioniert.“ (Verbände 997-1001)

„ich würd sagen, (...) wenn ich jetzt zu Demos gehe oder so oder generell politisch aktiv bin, mit dem Internet, dann sind das für mich keine zwei Welten, die Internetaktivität und Reallife-Aktivität, sondern dass vermischt sich, also das geht ineinander über, das ist ein fließender Übergang, davon lass ich mich mit Leuten auf Twitter abspreche, mit denen telefoniere, sie dann treffe, mich sage, ja wir schreiben gleich nochmal, oder ich mir angucke wo ich hin muss, oder so. Für mich ist das heutzutage kein Unterschied mehr ob ich jetzt im Reallife mache, oder im Internet. Weil für mich sind das keine zwei Welten. Das ist ein (...) und das selbe.“ (Parteien 1044-1054)

„Also Engagement ist in erster Linie Engagement, und das sollte man nicht auf zwei verschiedene Stufen stellen, obwohl ich der festen Überzeugung bin, da geb' ich dir auch Recht und es ist meine persönlich Meinung, dass wenn man wirklich auf die Straße geht, sein Gesicht hält und sagt, ich steh als diese Person auch ganz unabhängig von meinem Facebook-Profil für diese Meinung und ich zeige mich, ist ja auch schon viel Wert und gehört auch noch relativ viel Mut dazu das zu machen.“ (Parteien 1069-1075)

Die *Relation von persönlich-privater Nutzung* einerseits *und politisch-öffentlicher Nutzung* andererseits in ihrer Abgrenzung voneinander, ihren Überschneidungen sowie ihren wechselseitigen befördernden und behindernden Aspekten, stellt eine bedeutsame Rahmung für politische Beteiligung dar (z. B. bei Facebook-Profilen, Mitgliedschaften in anderen Communities, Bedeutung von sozialen Netzwerken und Beziehungen aus dem politischen Aktivitätskontext für persönliche Beziehungen). So zeigt sich, dass sich keine eindeutige Grenze zwischen privatem und engagementbezogenem Handeln ziehen lässt (z. B. ist Blog betreiben, Beiträge und Profile liken, anderen beistehen privat oder öffentlich?). Darüber hinaus sind auch die sozialen Bezüge (mit wem wird was gemacht) nicht eindeutig in engagementbezogene bzw. private Räume und (Beziehungs-)Netzwerke zu verorten. Dies kann jedoch nur begrenzt abgefragt werden.

4.4.2 Die Ebene der Habitusunterschiede als partizipationsrelevantes Unterscheidungskriterium

Teilhaberelevante Nutzungspraxen

Angesichts der Relevanz habitusbezogener Kontextualisierung von Nutzungspraxen empfiehlt sich für die Abfrage ressourcenerweiternden/-begrenzenden sozialen Kapitals die Bildung von spezifischen Items. Hierbei wäre – ähnlich wie es sich schon in der *Engagement 2.0-Studie* andeutet – die Operationalisierung von Items, die die Dimensionen von *bridging, linking und bonding social capital* (vgl. Norris 2001) abbilden, sinnvoll, um die Reichweite und sozialen Netzwerkbedingungen von politischen Netzaktivitäten Jugendlicher untersuchen zu können. Auch käme damit in den Blick, welche Personen für welche engagementbezogenen Aktivitäten und Inhalte bedeutsam sind und für welche Zielgruppen jeweils Unterschiedliches/Ähnliches gilt. Von Interesse wäre hier ebenfalls, inwiefern sich bei unterschiedlichen Milieus Überschneidungen bzw. Differenzen zwischen den beteiligungsbezogenen/politischen und den privaten Beziehungsnetzwerken zeigen.

In den Gruppendiskussionen tauchen interessante Aspekte hinsichtlich der Bedeutungszuschreibungen an das Internet auf, die einerseits als Rahmung für ihre Bedeutung für politische Beteiligung und andererseits zur Rekonstruktion habitusbezogener Aspekte von Partizipation wichtig sein können. Ein Beispiel hierfür ist beispielsweise, dass bildungsbenachteiligte Jugendliche in einer der Gruppendiskussionen u. a. angaben, nach „Informationen über Hitlers Schwanz“, „über Angela Merkel“, „Kommunismus“ und „Stalin“ zu suchen. Diese Aussagen können entweder als uninformiertes oder sogar ‚abweichendes‘ Verhalten im Netz betrachtet werden, unter einer habitusreflexiven Perspektive könnten sie jedoch auch als distinktive Nutzungsweisen gelesen werden, die als offensichtlich politisches Interesse im Kontext der Informationssuche außerhalb der *legitimen Kultur* im Bourdieuschen Sinn anzusiedeln wären. Dies kann auch für die Aussagen gelten, dass „Cybermobbing“ praktiziert werde.

Einige der Teilnehmer(innen) geben an, zwar bei „uncoolen“ Communities noch einen Account zu besitzen, aber „die Login-Daten nicht mehr zu wissen“. Hier stellt sich die Frage nach einer *legitimen Kultur* der Zugehörigkeit und der „coolen Seiten“, die zeigt, dass die

Orte bzw. Räume, innerhalb derer sich netzbezogene Nutzungspraxen verorten, nicht nur nicht beliebig sind, sondern hohe Relevanz dafür haben, wer mit wem im Internet zu tun hat.

Da die Äußerungen der ressourcenbenachteiligten Jugendliche sich vielfach auf beziehungsbezogene oder auch „abweichende“ Praxen beziehen, scheint dies ein wichtiger Hinweis auf die jeweilige Kontextualisierung öffentlichkeitsbezogenen Handelns im Netz zu sein. Dieser Hinweis wirft die Frage auf, wie dies im Befragungsinstrument abzubilden wäre. Abweichende Nutzungspraktiken in einem öffentlichen Zusammenhang wären damit als Distinktionsmittel ebenso mit in den Blick zu nehmen, auch bei beteiligungsbezogenen Aktivitäten.

Es gilt mithin zu berücksichtigen, dass das Befragungsinstrument auch solche Nutzungsformen berücksichtigt, die auf den ersten Blick nicht als politische Netzaktivitäten auffallen, dafür aber letztlich doch Voraussetzungen schaffen oder solche darstellen. Die folgenden Beispiele in den Tabellen 4.3 und 4.4 zeigen, wie diese Nutzungsformen aussehen können. Hierbei wird ersichtlich, dass eine Differenzierung hinsichtlich *aktiver/passiver* Nutzung oder Beteiligung – neben der Frage, welche habitusbezogene Normativität sich in dieser Unterscheidung abbildet – wenig sinnvoll ist, da auch hier die Übergänge fließend sind.

Tabelle 4.3: Beispiele für Medienpraxen, die von den Real-, Haupt- und Förderschüler(inne)n benannt wurden und in die Überlegungen zur Operationalisierung von Nutzungspraxen mit einzubeziehen wären:

- YouTube: Informationen suchen über Hitler, Geschichte
- Movie2k.to, um Filme zu gucken
- Streamcloud, um Filme zu gucken
- Chatroulette, um zu flirten
- Chatroulette, um andere Leute zu „verarschen“
- Google, zur Informationsbeschaffung
- Im SchülerVZ: Cybermobbing, andere Leute nerven, lästern
- Facebook, um im Gruppenchat mit mehreren Leuten gleichzeitig zu chatten
- Googleübersetzer für Englischhausaufgaben (Schule)
- Wikipedia für GL (Schule) und Facebook für's Leben (Vernetzung?)
- YouTube für Musik hören/Musikvideos anschauen und um lustige Unterhaltung/Videos anzuschauen
- Playstore, um Spiele herunterzuladen
- Google, Wikipedia, um für die Schule zu recherchieren, abzuschreiben/Berichte zu kopieren (Plagiate) und als eigene Arbeit auszugeben
- YouTube um Musik zu hören und zu verfolgen, welche Musik gerade „in“ ist
- Facebook: Lehrer unterhalten Facebook-Gruppen, darin werden Informationen geteilt bzgl. Schule, dort kann man über Hausaufgaben sprechen

Tabelle 4.4: Teilhaberelevante Praxen, die von den Real-, Haupt- und Förderschüler(innen) benannt wurden

- Facebook: um eigene Seite/Profil/Fanpage kümmern
- Facebook: Liken von Seiten (Fanpages, keine Profile)
- Liken (WGGW, Fanpages, Künstlerseiten, lustige Seiten, Unterhaltung, Seite von einem Freund, „jeden Driss“, jede Seite liken – aus Langeweile)
- Twitter, um Informationen zu verfolgen und selber etwas mitzuteilen
- Eigene Seiten erstellen (WGGW: für andere Facebookseiten Werbung machen)
- Facebook: Teilen von Bildern/Videos (spaßige Inhalte), eigene Seite/Videos auf Seite posten
- Facebook: Stellen-/Jobsuche, Kontakt-/Partnersuche
- Facebook: Wenn einer fertiggemacht wird, beschützt man ihn, ergreift Partei für ihn. Wer auch offline stark und groß ist oder einen älteren Bruder hat, kann es sich erlauben, einen Kontrahenten, der älter und größer ist, im Facebook fertigzumachen
- Facebook: Beschützen von anderen Leuten, dem Kontrahenten seine Meinung sagen
- Helfen, jemand wird bedroht und man hilft, indem die Drohung im Facebook kommentiert und Stellung bezieht

4.4.3 Eigener Politik- und Engagementbegriff der Jugendlichen

Im Kontext der OTs wie auch der Real-/Haupt- und Förderschüler(innen) zeigt sich hinsichtlich der Frage, was mit Engagement oder gar politischem Handeln gemeint ist, ebenfalls eine deutliche habituelle Prägung und auch Wissensdifferenzen, die sich von den ressourcenreicheren Jugendlichen unterscheiden. Diese haben weitreichende Implikationen für die Frage, wie im weitesten Sinn politische Beteiligungsaktivitäten dieser Zielgruppen erhoben werden können ohne eine an der *legitimen Kultur* orientierte Normativität durch die Erhebungsweise zu reproduzieren. So geben die ressourcenbenachteiligten Jugendlichen an, dass ihre Nutzungsweisen zuvörderst der Unterhaltung dienen. Auch das Spektrum der Dienste, die von ihnen genutzt werden, fokussiert sich vor allem auf Anbieter wie Facebook oder YouTube, wobei dort andere (möglicherweise ebenfalls beteiligungsrelevante, aber deutlich anders ausgeprägte) Dinge praktiziert werden als zunächst in den Sinn kommen, wenn im klassischen Sinn an Partizipation gedacht wird. Dabei werden in erster Linie bestehende Angebote (Musik, Video, Spiele) konsumiert. Eine weitere Funktion von z. B. Lexika oder Seiten besteht in Recherchezwecken. Aktive Nutzungsweisen sind das Einstellen eines Rapvideos oder das Hinweisen auf OT-Termine. Darüber hinaus entstanden in den Erhebungssituationen Momente, in denen ersichtlich wurde, dass die Verwendung des Begriffs „sich für etwas einsetzen“ missverstanden wurde, in einem sehr gegenständlichen Sinn (sich in etwas hineinsetzen).

Sprachliche Anschlussfähigkeit: „Setzt du dich, setzt du dich für ein Film EIN?“ (...) Einsetzen, boa ey, nisch ein hineinsetzen“ (OT 519-523)

„Das komisch. Wir wissen nicht, wie wir das erklären sollen, was uns wichtig ist.“ (OT 743)

Dies scheint einen äußerst bedeutsamen Hinweis für die Instrumententwicklung darzustellen, denn für ein Instrument, das Habitusunterschiede und sprachliche Codes berücksichtigt und ungleiche Praxen abbilden soll, zeigt sich hier eine größere Herausforderung.

Tabelle 4.5: Bandbreite der Politikbegriffe (Habitus und Politikbegriff)

<p>Verbandsjugendliche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politik = Bundesregierung, Parteien • Naturschutz ist nicht politisch? • Politisch im Jugendbündnis • Politische Organisation ist hierarchisch gegliedert • Politische Arbeit beginnt mit Parteibeitritt • Selbstbetroffenheit wirkt politisierend • Politisch sein erwächst aus (vor-)politischen Aufgaben (z. B. Klassensprecheramt) • Politisch sein = Meinung einbringen • Politische Aktivität auch unabhängig von politischen Ämtern/Zugehörigkeiten möglich (z. B. im Internet). 	<p>Parteijugendliche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politisches Engagement sollte nachhaltig sein. • Politik hat Ursprung im menschlichen Kontakt. • Politik ist in jedem Lebensbereich anzutreffen. • Politische Untätigkeit beunruhigt das Gewissen. • Nur Politikinteressierte brauchen politische Netzwerke. • Politik meint „Aufrufen“ • Politik meint, „etwas bewegen wollen“ • Ziel vor Wirtschaftlichkeit und Rentabilität • Politisches Interesse erwächst aus einem selbst, braucht keine entspr. Erziehung. • Engagement im Real-Life hat hohen Wert • Engagement im Reallife zeichnet aus („Selbstlob“).
<p>Real-, Haupt- und Förderschüler(innen):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Frage „Wofür engagiert ihr euch?“ wird mit sozialen Tätigkeiten assoziiert, wie z. B. Nebenjob im Kindergarten (Schulpraktikum). • Das Internet hat für das Offline-Engagement keinerlei Bedeutung. • Relevante Problematik: Wer ist beliebt (wer hat wie viele Likes und Freunde bei Facebook? – je mehr, desto beliebter). • Problematik: Welche Dienste sind „cool“, welche „uncool“ und altmodisch? Jappy ist nicht mehr „in“, trotzdem wird dieser Dienst evtl. noch „heimlich“ genutzt. • Relevanz der Schulform und Rechtschreibung • Nutzung von Wikipedia wird mit Streberhaftigkeit assoziiert. Politische Themen (z. B. Hitler, Merkel, Stalin, Kommunismus) werden als „komische Sachen“ deklariert (evtl. um nicht als Streber zu gelten?) aber auch trotzdem gesucht. • Die Frage „Gibt es etwas, wofür ihr euch engagiert?“ wird zunächst nicht verstanden und dann mit „Schwimmbad“ beantwortet. • Wichtige, relevante Themen bei den Teilnehmer(inne)n sind: Facebook: Partnersuche/Flirten/Anmachen/Wer mit wem, Rechtschreibung, Beliebtheit, Likes. 	<p>OTs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn's uns gefällt, drücken wir ‚gefällt mir‘ “ • „Mies van der Rohe“ (...) „aber haben wir PER-SÖNLICH gemacht“ (...) „Wir haben uns eingesetzt für die (oder sagen wir) Stadt“ „wir ham an einem Projekt teilgenommen“ „Wir ham sogar Gebäuden gebaut. Mit Styropor“ • „Wir haben uns eingesetzt für die OT“ „Wir ham so voll anstrengt“ • „Ich hab einer alten Dame geholfen über die Straße zu laufen (...) die konnte nicht gehen! (...) Das war so schwer.“ • „Isch hab Taube ger[ettet]“ • Der Engagementbegriff wird hier in Verbindung gebracht mit persönlichem Einsatz, nötiger Anstrengung sowie altruistischen Motiven. Teils wird die Beteiligung mit finanziellen Motiven in Verbindung gebracht (also nicht ehrenamtliche Tätigkeit, sondern eine „gute Tat“, für die es auch Geld gibt. • Online-Engagement findet kaum statt. OT könnte Vehikel und Zugang zu Online-Engagement sein, scheint es de facto aber nicht zu sein.

Vor dem Hintergrund der habituellen Unterschiede sowie der großen Differenzen hinsichtlich des Politik- bzw. Beteiligungsverständnisses könnte es sinnvoll sein, das Bewusstsein über bestimmte Dinge als Voraussetzung für Engagement (im Sinne von Informiertheit und teilhaberelevantem Wissen) abzufragen. Konkret könnte das bedeuten zu erfragen, zu welchen Themen die Jugendlichen sich gerne informieren oder austauschen und das als Folie für die Auswertung von Partizipationsaktivitäten zu nutzen.

4.4.4 Abfrage von Nutzungsweisen

Nutzungsweisen – Differenzierung und Rahmung

Um die Informiertheit der Jugendlichen über Dienste und Beteiligungsmöglichkeiten als Bedingungsrahmen für praktizierte politische Netzaktivitäten zu kennen und in die Auswertung mit einbeziehen zu können, wäre eine Differenzierung der Abfrage über Dienste in der Skalierung „Kenne ich nicht – Ist mir bekannt (nutze ich aber nicht) – kenne ich und nutze es (selten – häufig)“ ratsam.

Tabelle 4.6: Beispiele „Politisches Interesse im Kontext Informationssuche“

- Überzeugung, im Netz... „Kann man alles erforschen“ (210) + „Kann man alles finden“ (768) (OT)
- „die neuesten Nachrichten lesen, finde ich ist das Internet auch ne ganz nette Möglichkeit und Alternative zu äh Printmedien“ (Parteien 78 f.)
- „Wenn man das Interesse hat sich über was zu informieren, dann gibt man das schnell bei Google ein oder bei sonstigen Suchmaschinen, dann findet man da gleich ein paar Millionen Treffer und das ist natürlich um einiges angenehmer, wenn man dann sichere Quellen hat als wie in die Bibliothek zu gehen und sich dort zu informieren.“ (Parteien 80-84)
- Bsp. Abonnements: „meinetwegen interessiert dich nur, was in NRW passiert und meinerwegen die Pres-senachrichten unserer Bundesvorstand oder Landesvorstand, dann abonnierst du nur diese, kriegst die als E-Mail zugesendet und kannst dir zusätzliche Informationen in diesem Forum angucken“ (Parteien 497-500)

Selektive Nutzungsweisen als Rahmung von praktizierter Beteiligung und Interessensvertretung wären ebenfalls angeraten abzufragen, beispielsweise in ihrer Nutzungsintensität und -ausprägung, z. B. als intensiv – selektiv – verweigernd (z. B. Posten, Uploads, Profilgestaltung etc.).

Partizipationsgrade

Da eine Untersuchung beteiligungsbezogener Aktivitäten – wie in Kapitel 4.2 ausgeführt – einer Differenzierung der Aktivitätsgrade und der Partizipationsrelevanz entsprechender Netzaktivitäten bedarf, werden exemplarisch Differenzierungen für die Operationalisierung vorgeschlagen (vgl. Tabelle 4.7).

Tabelle 4.7: Beispiele „Differenzierung des Partizipationsgrades“

Entsprechend den Differenzierungen der „ladder of participation“ (vgl. Kapitel 4.2.2) wären Nutzungsweisen-Items ausdifferenzieren (je nach Forschungsperspektive) anhand

- des Grades an Partizipativität
- des damit verbundenen Verantwortungs-/bzw. Aktivitätsgrades (z. B. Mailverteiler erstellen/Mitglied in einem Verteiler sein)

Differenzierungsgrade der engagementbezogenen Kommunikationsräume:

- öffentlich (z. B. Foren)
- halböffentlich (z. B. Mailinglisten, Facebook-Gruppe...)
- intern (z. B. Partei-Netzwerke mit Login)

Kontextualisierung der politischen Netzaktivitäten durch allgemeine Internetnutzung

Die Einordnung der praktizierten politischen Netzaktivitäten und Teilnehmungsweisen bedarf neben Informationen zu Offline-Beteiligungserfahrungen und -aktivitäten einer Kontextualisierung durch Angaben zur allgemeinen Internetnutzung der Befragten um Sinnzusammenhänge und Bedeutungskontexte rekonstruieren zu können. Somit werden im Folgenden in Tabelle 4.8 beispielhaft Hinweise für inhaltliche Dimensionen in diesem Zusammenhang formuliert:

Tabelle 4.8: Ansatzpunkte und Beispiele zur Kontextualisierung politischer Netzwerkaktivitäten

Zusammenhang von allgemeiner Intensität der Internetnutzung und privater/engagementbezogener Nutzung und dem entsprechenden Nutzungsausmaß, z. B.

- „Wenn zum Beispiel Veranstaltungen in OT sind, dann posten wir auch in Facebook, dass zum Beispiel 'ne Disco is' oder so.“ (OT 1057-1058)
- „Also ich schreib' schon GAR nichts mehr mit in den Vorlesungen [...] weil ich weiß, das is' ALLES online.“ (Verbände 78-82)
- „Facebook ähm ja also jetzt natürlich privat um mit Freunden zu schreiben, aber auch um ja parteipolitische Aktivitäten also ja managen von so'n paar Facebookseiten halt eben und Events erstellen“ (Parteien 56-58)
- „Äh was mach' ich im Internet? [...] Ich bin die ganze Zeit in Kontakt eben wegen der ehrenamtlichen Arbeit über E-Mail und so weiter, ähm was natürlich 'n wichtiger Teil ist. Ich hatte jetzt, als ich umgezogen bin länger kein Internet, was .. ECHT 'n krasser Nachteil war, weil's halt schwierig war einfach mit Leuten in Kontakt zu treten. Dann natürlich Socialmedia, Facebook, mit Freunden in Kontakt bleiben. Vor allem Freunde, [...] die jetzt nicht in (Stadt) wohnen, und mit denen man halt irgendwie, oder die möglicherweise im Ausland sind, mit denen man Kontakt halten möchte. Ähm, Internet ist für mich 'ne riesen Informationsquelle, [...] nimmt eigentlich 'nen Großteil meines Tagesgeschäfts sozusagen ein, im Internet halt einfach zu sein und Informationen zu beziehen, Kontakt zu halten.“ (Parteien 11-22)
- „wir haben halt ganz viel Außenwirkung dadurch, also wir kommunizieren GANZ viel über 's Internet, an andere Leute, versuchen dadurch Menschen zu erreichen. Ähm, haben INterne Kommunikation, benutzen das selber als Ressourcequelle, um uns selbst zu informieren, uns auszutauschen“ (Verbände 783-786)
- „es geht bei uns mehr ineinander über dieses private und nach außen gerichtete, weil wir also die meisten Listen und alle Sachen die wir so organisieren, sind ja in der Regel offen, also frei einsehbar von allen, [...] und darum es gehört quasi auch das was wir so tagtäglich machen, schon fast mit zur Öffentlichkeit, das is Arbeit, weil die Leute sich das halt angucken können live [...] das bei uns nicht öffentlich ist, sind Listen oder

Gruppen, wo es um bestimmte persönliche Daten geht. Also von Vorständen, wo es dann um sensible Daten geht, die halt geschützt werden müssen“ (Parteien 357-363)

- *„Bei uns in der V-Partei, da gibts praktisch zwei Sparten, einmal das was zur Öffentlichkeitsarbeit gehört, dass man Bilder von Aktionen die man durchführt oder sonstige Posts, einfach auf der Seite veröffentlicht und dann die Sparte, das ist zur internen Kommunikation zwischen den Vorstandsmitgliedern oder sonstigen Mitgliedern, ähm verfügbar, dass das in einem können die Mitglieder diskutieren oder Absprachen treffen oder sich verabreden für irgendwelche Aktionen, ähm in der anderen Seite haben wir halt einfach unsere Präsenz im Facebook, wo wir uns darstellen, wo wir zeigen was wir tun, wofür wir stehen und solche Sachen.“ (Parteien 324-331)*

Strategien im Umgang mit der Differenz von privat und politisch/öffentlich (Identitätsdarstellung, Kommunikation, Öffentlichkeit von Postings...)

Die Verknüpfung von online und offline und entsprechende Bedeutungs- und Funktionalitätszuschreibungen haben sich als relevant erwiesen – dies sollte in der Fragebogenkonstruktion berücksichtigt werden.

Wie prägt die Veränderung von Zeitdruck und Entgrenzung (Verdichtung, Erreichbarkeit...) die Nutzung von Medien im privaten wie im beteiligungsbezogenen Kontext?

Unterschiede hinsichtlich der Nutzungsintensität von Netzkommunikation (auf lokaler Ebene wenig?/auf Landesebene mehr?/auf Bundesebene viel? – wie viel und wofür? z. B. Bund: Information, Land: Versammlungen organisieren, lokal: Events veröffentlichen...)

Unterschiede nach Organisationsgrad und -erfahrung

Bedeutung der Dienste für die lebensweltlichen Bezüge, z. B.

- *„Wenn man zum Beispiel zuhause is, dann kann man guck'n, wann der nächste Bus kommt (...) Also FAHRPLAN. Guck isch einfach“ (OT 228-229)*
- *„Es gibt auch so VEREINseiten. (...) Ja, und wenn man zum Beispiel kein Training hat, dann schreiben die das ja, damit man Bescheid weiß, nicht dass man dann umsonst dahin fährt (...) Dann können die das (...) da drauf schreiben, also auf Facebook. Schreiben die uns eine Nachricht und dann kann man das ja sehen, also lesen“(OT 774-789)*
- *„bei mir ist das in der UNI jetzt auch ganz krass (...) ich hab' das auch noch nie erlebt, dass man so KRASS vernetzt ist, einfach, so über's Internet. Also ich mein' da ist dann 'ne Facebookgruppe, wo die ganze Zeit irgendwas läuft und geschrieben wird. Dann ähm haben sie jetzt 'ne riesen Drop-Box aufgemacht, wo einfach von jeder Vorlesung, von jedem Seminar ALLES, alle Texte, alle Mitschriften halt hochgeladen werden“ (Verbände 63-60)*

Einschätzungen und Bedeutungszuschreibungen an Nutzungsweisen als Deutungshintergrund

Schließlich konnte eine Reihe von Bedeutungszuschreibungen herausgearbeitet werden, die für die Deutung der Ergebnisse von Relevanz sind. Hierzu zählen die Voraussetzungen, die für eine informierte Beteiligung wichtig sind, die verschiedenen Strategien beim Umgang mit neuen normativen Erwartungen im Kontext der Communities, die Einschätzungen zu den Vor- und Nachteilen von Online- bzw. Offline-Formen von Engagement sowie der Blick auf Tools, die die Gremienarbeit erleichtern (vgl. Tabelle 4.9).

Da Facebook solch eine zentrale Bedeutung und spezifische Strukturen und Zuschreibungen hat bzw. provoziert, wäre darüber hinaus zu überdenken, inwiefern diese Dimension im Fragebogen spezifisch abgefragt wird. Zu beachten ist, dass manche Praxen nur im Rahmen von Facebook stattfinden (z. B. wenn anderen Mitgliedern Onlinepoker beigebracht wird).

Tabelle 4.9: Ansatzpunkte und Beispiele zum Themenfeld Einschätzungen und Bedeutungszuschreibungen an Nutzungsweisen als Deutungshintergrund

Welche Anforderungen stellen zentrale Voraussetzungen für informierte Beteiligung dar, z. B.

- mit den riesigen Informationsmengen umgehen können/über Strategien dafür verfügen
- in vielen Netzwerken sein
- auswählen können, was man wo postet und liest
- dauernd „on“ sein
- kritische Einordnung von Informationen/Kontakten/Quellen

Umgang mit neuen normativen Erwartungen im Kontext von Communities: geadded werden/Freundschaftsanfragen von Unbekannten: Wie geht man damit um wenn das in einer unklaren Vermischung von privat und politisch passiert? (Hierbei ist anzumerken, dass die Gruppendiskussionen – wenig überraschend, aber doch relevant – zeigten, dass diese Aspekte als kritische Reflexion des Internet in sehr unterschiedlicher Hinsicht einer Reflexion zugänglich waren und sich dabei habitusbezogene Unterschiede zeigten)

Einschätzungen zur Bedeutung bzw. zu Vor- und Nachteilen von Online- bzw. Offline-Formen von Engagement und ihren wechselseitigen Bezügen, z. B.

- *„Andererseits is' es aber auch so, im Internet hast du halt ganz schnell und ganz leicht die Möglichkeit Position zu beziehen, und da is' diese Hemmschwelle halt auch relativ gering. Darüber hinaus dann aber im echten Leben sozusagen aktiv [zu werden, is' halt nochmal was ganz ANDERES. Also ich mein' du erreichst möglicherweise so und so viele Menschen, aber der Prozentsatz, der DAVON dann im Endeffekt wirklich was aktiv dann TUT, is' halt gering so.“ (Verbände 990-995)*
- *„Ja find' ich auch ganz spannend, weil 's tatsächlich ähm bei den meisten Sachen, die ich mache, so läuft, dass man sich halt OFFline kennenlernt ähm und sich dann halt ONLINE vernetzt. Aber dass die ganze Versozialisation halt offline gelaufen is' und das halt relativ selten is', dass Leute, die uns ANschreiben, dann auch wirklich bei uns bleiben. Und das dann doch eher so über persönliche Kontakte funktioniert. Also langzeitgesehen funktioniert.“ (Verbände 997-1001)*
- *„Natürlich das man das auch also oder jemanden zu überzeugen, find ichs weitaus einfacher doch dann im richtigen Leben sozusagen, aber ich mein das schmälert das ja nicht wirklich, es geht ja beim Internet nicht darum irgendwie Leute zu überzeugen, sondern eher Informationen schnell weiterzuleiten und das Organisatorische damit ja zu vereinfachen“ (Parteien 102-106)*
- *„ich würd, sagen, (...) wenn ich jetzt zu Demos gehe oder so oder generell politisch aktiv bin, mit dem Internet, dann sind das für mich keine zwei Welten, die Internetaktivität und Reallife -Aktivität, sondern dass vermischt sich, also das geht ineinander über, das ist ein fließender Übergang, davon lass ich mich mit Leuten auf Twitter abspreche, mit denen telefoniere, sie dann treffe, mich sage, ja wir schreiben gleich nochmal, oder ich mir angucke wo ich hin muss, oder so. Für mich ist das heutzutage kein Unterschied mehr ob ich jetzt im Reallife mache, oder im Internet. Weil für mich sind das keine zwei Welten. Das ist ein (...) und dasselbe.“ (Parteien 1044-1054)*
- *„Also Engagement ist in erster Linie Engagement, und dass sollte man nicht auf zwei verschiedene Stufen stellen, obwohl ich der festen Überzeugung bin, da geb ich dir auch Recht und es ist meine persönlich Meinung, dass wenn man wirklich auf die Straße geht, sein Gesicht hinhält und sagt, ich steh als diese Person auch ganz unabhängig von meinem Facebook-Profil für diese Meinung und ich zeige mich, ist ja auch schon*

viel Wert und gehört auch noch relativ viel Mut dazu das zu machen.“ (Parteien 1069-1075)

Besonderer Fokus auf Tools, die die Gremienarbeit erleichtern (Mumble, Etherpad, Netzwerke)? [Diese Tools wurden nur von den sehr partizipationserfahrenen Jugendlichen mit hohem Organisationsgrad erwähnt]

- *„Also ICH zum Beispiel.. nur Facebook, YouTube, nur das.“ (OT 745)*
- *„Vorstandssitzungen machen wir eigentlich alle über Mumble, [...] hat halt einfach den Vorteil, dass man eben auch wenn man jetzt grad mal nicht in der Nähe des Landesvorstands einfach immer mithören kann oder auch direkt Fragen stellen kann“ (Parteien 434-437)*
- *„dann gibt noch so eben die Apps zu den speziellen Aktionen, meinerwegen wenn da so "Dresden Nazifrei" sowas läuft, kann man sehr gut ne App zu entwickeln, oder zu manchen Parteitag der Q-Partei gibts auch welche, wo man sich mobil sich extra sofort die Anträge genauer anzeigen lassen kann, oder wo man meinerwegen die Karte oder nen Liveticker sieht, war auch bei den Castortransporten sehr oft so, da konnte man mobil immer sehen, wo dieser Zug grade ist, wo grad welche Aktion ist, [...] das Programm sich angucken“ (Parteien 1148-1154)*
- *Etherpad: „Darüber funktioniert unsere interne organisatorische Arbeit im zum größten Teil.“ (Parteien 379 f.)*

Insgesamt konnten auf der Grundlage der theoretischen Überlegungen sowie der Gruppendiskussionen vielfältige Hinweise zur Entwicklung des Forschungsdesigns und zur Instrumentenentwicklung gewonnen werden. Das Material im Anhang verweist darüber hinaus auf wichtige Dimensionen, die für die Itembildung von Bedeutung sind.

4.5 Anhang – Material für die Item-Bildung (Nadia Kutscher)

Auf Grundlage der Auswertung der Gruppendiskussionen und des Interviews wurden Items generiert, die einen umfangreichen Überblick über das politische Verständnis und (politische) Engagement junger Menschen und ihre Nutzungsweisen des Internets geben sollen. Im Folgenden werden die verschiedenen Themenfelder als Material für die Itembildung dokumentiert.

Funktionen von Internetdiensten

Fragestellung: Was macht für dich einen guten Internetdienst (wie z.B. Facebook, Google...) aus? Wofür nutzt du Internetdienste? [Hier: Differenzierungsgrad (was wofür und wie) von Bedeutung!]

Themenfelder:	
<p>Soziale Beziehungen pflegen/Vernetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontakt halten • Kommunikation • Zusammenschluss • (Versuch der) Netzworkebildung/Vernetzung • Chatten • Flirten • „Verarschen“ 	<p>Lernen/Lernmaterialien nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hochladen von Seminarinhalten/Mitschriften o.ä. • Einstellen von Vorlesungsfolien, Studienarbeiten u.a durch Dozenten • Mithören von Vorlesungen durch Podcasts
<p>Organisation/Koordination</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absprachen treffen • Seitengestaltung (Websites) • Organisation/Management („sammeln“)³³ • (Interne) Kommunikation • Informationsweitergabe • Netzwerkarbeit • Terminabsprache • Kontakt zu Kooperationspartner(inne)n 	<p>Unterhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Musikhören – on- und offline • Youtube: Um Videos anzuschauen, vor allem Interviews und um Musik zu hören • Mediatheken: Um Tagesschau, Talkshows und Arte-Sendungen anzuschauen • Kino.to/Kinox.to: Um Filme zu downloaden und zu streamen
<p>Kollektive Prozesse der Inhaltsproduktion organisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schreibprozess mitverfolgen • Wikipedia: Um Artikel zu korrigieren und im Forum über Wissensfragen zu diskutieren und diese beantworten zu lassen 	<p>Öffentlichkeit herstellen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstdarstellung der Parteien • Öffentlichkeitsarbeit³⁴ • Gemeindeformation • Kontaktmöglichkeit³⁵

³³ Begriff „sammeln“ nicht näher erläutert.

³⁴ Öffentlichkeitsarbeit = Aktivitäten nach außen präsentieren.

³⁵ Interessierte können Kontakt aufnehmen, um Fragen zu stellen etc.

<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte produzieren (gemeinsam an einem Dokument schreiben, kreieren/editieren) 	
<p>Informationen finden und austauschen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suchfunktion • Informationssuche und -austausch • Blogs werden wie Zeitung genutzt: Um Informationen zu erhalten, die die „Mainstream-Presse“ nicht abdeckt • Selbsterstellte Blogs: Veröffentlichung von persönlichen Erfahrungen • Forum: Passive Nutzung, zur Informationenbeschaffung • Facebook: Um über Veranstaltungen informiert zu werden • Amazon: Um Artikel zu bestellen • Twitter: Um aktuelle Künstlerinformationen zu verfolgen 	<p>Meinungen vertreten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meinungsäußerung und -vertretung, Mehrheitsbildung • Foren: Um Meinung zu bestimmten Themen abzugeben und um zu diskutieren
<p>Beteiligung organisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivation (Lockangebote)³⁶ 	<p>Enthierarchisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hierarchie überbrücken/Gleichberechtigung • Kommunikation auf einer Ebene³⁷

Engagementbezogene Internetnutzungsweisen

Themenfelder:	
<p>Engagementbezogene Kontaktpflege</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mail-Kontakt im Rahmen des Ehrenamts • Kontakte halten 	<p>Informationen sammeln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationen durch das Internet beziehen statt durch das Fernsehen • Online-Zeitung/Nachrichtendienste und Suchmaschinen als zusätzliche Informationsquelle
<p>Informationen produzieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsames Schreiben an Papieren • Etherpad für Mitschriften zwecks Organisation 	<p>Interner Meinungs Austausch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskussion in politischen Gruppen • Interne Kommunikation • Kommunikation z.B. mit dem Bundesverband, Jugendverbänden • In Foren über politische Themen diskutieren: z.B. über utopistische Gedanken, Tagesgeschehen (Hambacher Forst, RWE) • Etwas posten und diskutieren über kontroverse Deutschrock-Band (Freiwild) • Online-Konferenz/Mumble • Etherpad für Mitschriften zwecks Organisation

36 „Lockangebote“: Genannt wurden Verlosungen und Ausflüge zum Bundestag.

37 Enthierarchisierung durch bessere Kommunikationsmöglichkeiten, wie Chats als Direktverbindung in die Bundestagsitzung.

<p>Organisatorisches</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Termin-)Absprachen (mit Klassenkameraden, Genossen, Freunden etc.), z.B. per Doodle • Fragen klären • Informationsaustausch • Anlegen eines Verteilers für Verbandsaktivitäten • Mumble für Telefonkonferenzen • Vertrauliche Absprachen in „Klüngelnetzwerken“ Parteiinternes Netzwerk <ul style="list-style-type: none"> - Interne Kommunikation - Organisation - Austausch mit dem Landesvorstand in Extragruppen - Einsicht von Protokollen/Dokumenten - Posten - Kommentarfunktion - Datenaustausch • Parteien-Wiki <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsames Editieren - Information (Satz, Parteitage, Termine) - Teilnehmerabfrage - Recherche (Anträge, Positionspapiere) - Einblick in Arbeitsgruppen (Protokolle, Ergebnisse) - Selbstpräsentation 	<p>Öffentlichkeitsarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Andere Informieren, Öffentlichkeitsarbeit • Drei-Tage-wach (Online-Event): Möglichkeit der Nachfrage zu Parteiprogrammen • Meinung beziehen, z.B. zur Bildungspolitik, Braunkohleablagerung
<p>Beteiligung mobilisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitgliederpflege • Bewerbung³⁸ • Meinungsververtretung als Werbemittel • Mobilisierung³⁹ • Aktionsbezogene Apps eignen sich gut für größere Veranstaltungen 	

Private Nutzungsweisen des Internets

Themenfelder:	
<p>Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation • E-Mailabsprachen • Kontakthalten mit Freunden bei deren Auslandsaufenthalt. • Private Kommunikation unterwegs über WhatsApp 	<p>Beteiligung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umfragen⁴⁰ • Foren: Meinung zu Themen abgeben und darüber diskutieren. • Wikipedia: Korrigieren von Artikeln, diskutieren im Forum „Auskunft“

38 Bewerbung läuft bei den Parteien über Internetformulare.

39 Mobilisierung durch Blogs/Facebook (Aufrufen zu Demonstrationen o.ä.).

40 Umfragen selbst erstellen oder mitmachen? Genaue Beteiligungsform nicht ersichtlich.

<ul style="list-style-type: none"> • E-mails nachschauen • Forum verfolgen • Bei Knuddels eine eigene Homepage erstellen. • Unter Verwendung eines Nicknames chatten. 	
<p>Information</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachrichten lesen und anschauen. • Zeitungsartikel oder Blogbeitrag lesen (Informationsquelle); Blogs werden wie Zeitung gelesen; Beschaffung von Informationen, die nicht von der Presse abgedeckt werden. • Diskutieren im Forum (Informationsquelle): Alle Fragen, auf die man sonst keine Antwort finden kann (z.B. Technische Probleme). 	<p>Unterhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Musik hören • Bücher, Konzertkarten kaufen • Serien/Filme schauen • In Musik hereinhören über Spotify • Videos anschauen • Cartoons anschauen • Verfolgen von Szeneseiten (HipHop) und Hip-Hop-Foren • Youtube: Interviewvideos (HipHop-Szene) anschauen • Verfolgen von Neuigkeiten der Lieblingsbands • Erotische Videos anschauen • Herunterladen/Streamen von Musik, Serien und Filmen⁴¹ • Verfolgen von Informationen über Künstler bei Twitter und Spiegelonline
<p>Selbstdarstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook-Profil pflegen • Posten von Bildern und Zeitungsartikeln 	<p>Studium/Lernen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studienaustausch mit Facebookgruppe • Dropbox-Nutzung mit Studienkohorte und Vorstand • Klausurvorbereitung mithilfe von Inhalten in Dropbox • Reviews lesen • Recherche für die Schule • Durch das Internet den Unterrichtsstoff vertiefen
<p>Organisation des Alltags</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terminabsprachen zum Sport treiben • Über E-Mail-Verteiler organisatorische Fragen (Lernstoff, Termin) klären • Bus- und Bahnzeiten nachschauen • Einkaufen im Internet (Bücher; Sachen, deren Anschaffung nicht so dringend ist; Festivalkarten) • Onlinebanking • Crossmediale Inhalte: Mediatheken, Talkshows, Tagesschau⁴² 	

41 Herunterladen im Internet dann, wenn sie im Geschäft nicht zu kaufen sind.

42 Crossmedial bedeutet, dass Inhalte in verschiedenen Medien zu finden sind, z.B. stellt die Mediathek Filme/Dokumentationen ins Internet, die im Fernsehen bereits gelaufen sind.

Welche Aspekte sind wichtig, wenn man effektive Teilhabe realisieren will?

Themenfelder:	
<p>Zugangsvoraussetzungen/formales Prozedere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilhabe/Kontakt wird über Annehmen/Ablehnen-Button reguliert, z.B. bei Facebook • Zugang zu Studienmaterialien wird z. T. ins Netz verlagert 	<p>Verantwortungsübernahme als Voraussetzung für Beteiligung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilhabe in Dropbox gebunden an die Bereitschaft eine Aufgabe zu übernehmen
<p>Normative Anforderungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilhabe bzw. Bild von einem selbst im Internet abhängig von Postingverhalten • Posts sollten sinnvoll/cool sein • Bsp.: Alkoholkonsum wirft Negativbild auf Nutzer 	<p>Anforderungen an die Nutzer(innen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwartete Erreichbarkeit • Zeitnahe Nutzung notwendig, um Anschluss zu halten/nichts zu verpassen (Teilhabedruck); Nichtteilnahme = Tod • Abmelden notwendig, um Nicht-Teilhabe zu rechtfertigen • Entziehen birgt die Gefahr, dass nichts mehr funktioniert • Pflicht, als Vorstand erreichbar zu sein (Satzungsbestandteil) • Orthographisch richtig schreiben

Ziele/Motive von Beteiligungsaktivitäten

Fragestellungen:

- Warum engagierst du dich?
- Gab es eine bestimmte Erfahrung, die dich motiviert hat dich für etwas einzusetzen?
- Was möchtest du mit deinem Engagement erreichen?

Themenfelder:	
<p>Öffentlichkeit erreichen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Breite Masse ansprechen 	<p>Aktuell informiert sein</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schnelle Weiterleitung von Informationen • Auf dem Laufenden sein
<p>Eigenes Interesse/Subjektive Motive</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstbetroffenheit⁴³ • Finanzielle Entlohnung • Spaß/Freude • Der Wille, aktiv zu werden 	<p>Wechselseitige Unterstützung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reziprozität/Gegenseitige Hilfestellung
<p>Partizipation mobilisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auf Veranstaltungen aufmerksam machen 	<p>Sich in sozialen Beziehungen erfahren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meinung einbringen und Feedback erhalten

43 Jugendlicher wurde politisch aktiv, weil er selbst von negativen Erfahrungen betroffen war, die ihn zum Engagement „brachten“.

(Werbung) <ul style="list-style-type: none"> • Interesse wecken • Aktive finden • Anderen Partizipationsmöglichkeiten vor Augen führen 	<ul style="list-style-type: none"> • Beteiligung nur, wenn andere Freunde, mit denen man eh schon „abhängt“, auch mitmachen • Zuspruch erfahren • Gemeinschaft erfahren • Anerkennung erfahren • Kontakte knüpfen zu Leuten, die ähnlich denken (Suche nach Gleichgesinnten)
Fortsetzung von Offline-Engagement <ul style="list-style-type: none"> • Politische Motivation durch politische Aufgaben (Ämter etc.) • Engagement dient der Verbesserung des Jugendzentrums • Gründe für Engagement: Politisch interessiert 	

Beteiligungsformen offline

Themenfelder:	
Organisation/Verband <ul style="list-style-type: none"> • Vorstandssitzungen des Jugendbündnisses • Juleicaschulung⁴⁴ durchführen (konkret: Moderation für den Kreisvorstand) • Praktikum in Geschäftsstelle der Berlin-Brandenburgischen Landjugend (Bereich: Organisierte Jugendarbeit, konkret: Zielvereinbarungs-/Jugendamtsgespräche, Verteiler) • Mitglied der Naturschutzjugend (konkret: Leitung des Vorstandsseminar zum Thema Prackmanagement/Zeitmanagement) • Vorstandarbeit in der Naturschutzjugend wird abgegrenzt zur aktiven Arbeit vor Ort 	Offene Jugendarbeit <ul style="list-style-type: none"> • Praktikum im Jugendclub • Teilnahme an OT-Projekt • Ehrenamt in der OT, zum Beispiel Theaterprojekt
unspezifisch <ul style="list-style-type: none"> • Ehrenamtlich beschäftigt sein • Arbeitskreis Antirassismus des Deutschen Gewerkschaftsbund Diskurs zu Demo-Beteiligung, Veranstaltung zum Frauenkampftag, Finanzierung von Flyeraktionen • Demonstrationen organisieren/teilnehmen 	Habitusdifferente Formen <ul style="list-style-type: none"> • Ferienjob im Kindergarten der Oma • Mitglied im Fußballverein • Besuch bei der Polizei • Rettung einer Taube • Helfen einer alten Dame bei Straßenüberquerung • Kinder haben Spaß beim Theater (Theaterprojekt in der OT)

44 Juleica=Jugendleiterkarten, werden an Schulungsteilnehmer vergeben, die sich ehrenamtlich in Jugendorganisationen/Kirche etc. einsetzen und sich bei der Schulung zum Jugendleiter haben ausbilden lassen.

Beteiligungsformen online

Themenfelder:

Netzwerk Podio⁴⁵**Organisationsbezogen/Verband**

- E-Mail-Verkehr mit Jugendbündnis und internationalem Bündnis zum Thema Biodiversität
- Fragen beantworten im Rahmen der Naturschutzjugendgruppe auf Facebook
- Deutscher Gewerkschaftsbund: Öffentlichkeitsarbeit/Außenwirkung, interne Kommunikation (Information und Austausch)
- Vorstandsarbeit stark im Netz lokalisiert (Bsp. Recherche, Beratung nach innen)
- Besitz einer Verbands-E-Mailadresse, um als Ansprechpartner fungieren zu können
- Entscheidender Arbeitsbereich Mitgliederpflege (Informieren, E-mail-Austausch, Bewerbungsverfahren, Austausch unter Verbänden)
- Verteiler erarbeiten; Absprache über einen E-Mailverteiler
- Online-Konferenzen
- Terminabsprache
- Onlinepräsenz
- Netzwerk
- Mobilisierung
- Datenaustausch
- Terminabsprache auf der Website der Noyas
- Für Noya: Recherche; Protokolle führen

Unspezifisch

- Kommunikation über E-Mails
- Veranstaltungsinformation geben
- Gemeindeformen per Mail geben
- Anmeldeverfahren online, z.B. um Mitglied einer Partei zu werden, kann man sich nur online anmelden
- Erstkontakt aufbauen zu möglichen Politikinteressierten
- Event erstellen, vernetzen/weiterleiten
- Terminfindung
- Planung z.B. von Aktionen
- Foren: Meinung zu Themen abgeben, kommentieren und darüber diskutieren; z.B. über politische Themen: utopistische Gedanken, Tagesgeschehen (Hambacher Forst, RWE); Alle Fragen, auf die man sonst keine Antwort fin-

Spezifische Aktion: „Dresden Nazifrei“

- Zusammenschluss/Bündnisbildung
- Liveticker, um Informationen zu erhalten (Teilnehmer) und um Informationen weiterzuleiten (Veranstalter)
- Schnelle Weitergabe von Informationen

45 www.podio.com = Netzwerk für Zusammenarbeit (man muss sich auf der Seite registrieren; verschiedene kostenfreie Apps stehen zur Verfügung, mit denen man sich die Zusammenarbeit mit anderen Menschen erleichtern kann)

<p>den kann, werden in Foren diskutiert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crossmediale Inhalte: Mediatheken, Talkshows, Tagesschau ansehen • Account bei Wikipedia: Korrigieren von Artikeln, diskutieren im Forum „Auskunft“ • Liken bei Facebook: Seiten von Bekannten und Fremden. Politische Seiten, Zeitungsartikel, Blogeinträge, Unterhaltung (Satire). Musikrichtung, Regisseure und Filme werden ohne Wissen automatisch geliked. Musikvideos, Artikel werden geliked. Likes verwendet als Dank für Ratschläge von Freunden • Musik, Theater, Likes bei Facebook als Werbung für Bekannte • Bei Facebook: Etwas posten und diskutieren über kontroverse Deutschrock-Band (Freiwild) • Über E-Mail-Verteiler organisatorische Fragen (Lernstoff, Termin) klären 	
<p>Verbandsinterne Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilden von Gruppen und Netzwerken • Interne Kommunikation • Gemeinsames editieren mit dem Etherpad • Kanalübergreifende Absprachen • Terminabsprache • Infos über Parteitage und Veranstaltungen geben • Verbandsinterne Informationen⁴⁶ austauschen • Blogs nutzen, pflegen 	<p>Habitusdifferenten Formen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eine eigene Seite erstellen (WGGW⁴⁷), um für andere Seiten und sich selbst Werbung zu machen. • Teilen von Bildern/Videos bei Facebook (spaßige Inhalte), eigene Seite/Videos auf Seite posten • Facebook: Beschützen von anderen Leuten. Dem Kontrahenten seine Meinung sagen. • Helfen: jemand wird bedroht und man hilft, indem man die Drohung im Facebook kommentiert und Stellung bezieht

46 Verbandsinterne Informationen = Politisches Programm, Positionspapiere, Anträge, Satzung, Thesenpapiere, praktische Tipps zur Arbeit, Protokolle, Wahlkampfpacks, Beschlüsse, Antragsbücher und Pressenachrichten

47 „Werbung gegen Werbung“

Netzdilemmata / neue Probleme / Reflexionsnotwendigkeiten

Themenfelder:	
<p>Exzessive Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übermäßige Netznutzung aus Notwendigkeit 	<p>Probleme des Beziehungs- und Kommunikationsverhaltens im Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beliebigkeit beim Add-Verhalten • Selbstdarstellung durch Anzahl der Freunde • Beliebigkeit beim Teilen von Informationen
<p>Mangelnde Reflexion der medialen Inhalte und Handlungsweisen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlendes Bewusstsein über die Schlüsse, die aus Online-Darstellung gezogen werden können/geringe Reflexionsfähigkeit der Nutzer 	<p>Anonymität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empfänger bleibt im Unklaren über die Intentionen des Senders • Möglichkeit sich im Internet zu verstellen/sich anders zu geben als man ist (Maskerade)
<p>Eskapismusthese</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alltagswelt ist engmaschig, Flucht in die Onlinewelt 	<p>Entprivatisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenschutz • Intimität wird durch Facebook zerstört/banalisiert
<p>Entgrenzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ohne Internet ist man von den anderen ausgeschlossen, dadurch Druck erreichbar zu sein („Onlinezwang“/Anschluss halten) vs. Zeitaufwand. Alles nur noch online, offline kein guter Informationsfluss möglich • Häufigere Nutzung von Facebook als eigentlich gewollt. Kommunikation wird zum ungewollten Schwerpunkt der Internetnutzung. • Zeitmanagement bei der Rezeption/Verarbeitung geposteter Inhalte; Konflikt: Was hat Priorität? Zeit investieren und gepostete Inhalte lesen oder etwas anderes „Sinnvolles“ tun? • Multitasking: Mehrere Tabs gleichzeitig geöffnet, dann mit anderen Leuten chatten und gleichzeitig gepostete Inhalte lesen 	<p>Mediale Öffentlichkeit als Bewertungs- und Konfliktraum</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angst vor Bewertung durch andere • Ist Öffentlichkeit erwünscht oder nicht? <ul style="list-style-type: none"> - Öffentlichkeit: Wenn man etwas mitteilen will, braucht man nur Facebook. Bezieht sich vor allem auf den Beziehungsstatus. Hier ist Öffentlichkeit erwünscht. - Facebook: Wenn einer fertiggemacht wird, beschützt man ihn, ergreift Partei für ihn. Wer einen auch offline stark und groß und beliebt ist oder einen älteren Bruder hat, kann es sich erlauben, einen Kontrahenten, der älter und größer ist, im Facebook fertigzumachen. - Dilemmasituation: Streit und Öffentlichkeit. Soll man Streit in der Öffentlichkeit (Facebook) austragen? Viele andere Personen mischen sich dort ein, provozieren, woraus der Streit größer wird. Hier ist Öffentlichkeit unerwünscht. • Inhalte, die man selbst auf früher Blogs veröffentlichte, werden im Nachhinein als „zu persönlich“ und die Blogs als „zu öffentlich“ angesehen. Blogs und Foren werden als „schlecht“ bezeichnet, und trotzdem benutzt. • Eigentliche Absicht: Foren gar nicht, und wenn doch, dann nur passiv und nicht aktiv benutzen. Im Forum: Bei nicht korrekter Antwort auf eine Frage aber trotzdem tatsächlich aktive Beteiligung, um den Fehler zu korrigieren.

<p>Überforderung durch Informationsmenge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qual der Wahl und fehlender Überblick bei dem Ausmaß der Kanäle/Überforderung/fehlende Informationen • Überschwemmung mit Informationen/fehlende Filter • Angemessene Taktung Newsletter⁴⁸ • Zu viele Informationen über viele verschiedene Demonstrationen übers Internet, Folge: verringerte Teilnahme an Demonstrationen 	<p>Enthemmung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enthemmende Wirkung des Internets (positiv wie negativ) • Facebook: Beenden von Beziehung. Danach von Ex-Freundin gestalkt werden. Die Schuld des Stalkens der Freundin wird auf Facebook geschoben („Alles durch Facebook passiert“)
<p>Andere beteiligungsbezogene Machtmechanismen und -strukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parteipolitik ist nicht mehr massenwirksam (mögliche Alternative: Flashmobs) • Internet als rechtsfreier Raum bzw. mit hoher Zensur • Engagement weckt Gegen-Engagement 	<p>Mediale Verzerrung von Wirklichkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienmacht/„Meinungsmache“, deswegen kritische Auseinandersetzung mit Medieninhalten in Blogs/Auseinandersetzung mit der medial-suggestierten Wirklichkeit • Stereotype verstärken sich, Vorurteile werden ausgebreitet, falsche Zuschreibungen werden gemacht; politische Rahmenbedingungen für gleiche Teilhabe • Zukunftsfrage Netzkontrolle/Netzneutralität
<p>Legalitätsproblem</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorteil: Internetfilme sind kostenlos und illegal (downloaden, streamen – hierbei außerdem Problem der Virenbelastung); Dilemma: Soll man illegal streamen oder nicht? • Rechtfertigung für illegales Streamen oder Downloaden von Filmen oder Musik: Nur Filme, die nicht mehr im Kino laufen und Musik, wenn sie im Laden nicht zu finden ist • Musik wird nur gekauft, wenn der Künstler damit unterstützt werden soll, ansonsten wird die Musik illegal im Internet heruntergeladen. Bewusste Entscheidung für/gegen Investitionen • Es wird nichts heruntergeladen aus Angst vor der Polizei; trotzdem Beschaffung der Inhalte durch andere Personen, die im Internet downloaden. Illegalität über Umwege. 	<p>Nutzerstruktur vs. Nutzungsmöglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chatroulette (Chat mit Kamera): Wird negativ bewertet (nur „Vollidioten“ da „perverse Seite“) Andererseits trotzdem Nutzung, um andere (fremde) Leute zu „verarschen“ oder zu erschrecken. • Im Internet „größere Klappe“ als draußen, aber Ausnahmesituationen, wo mittels Internet gedroht wird und dann tatsächlich (offline) Aktion folgt.
<p>Jugendschutz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pornografie im Netz 	<p>Technische Sicherheit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viren im Netz
<p>Neue Herausforderungen durch „mediale Globalisierung“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontakt mit Leuten aus anderen Ländern – man hat mehr mit sprachlichen Herausforderungen zu tun 	<p>Diffuse Normen hinsichtlich Menge an Kontakten und Postings</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook: Wieviel postet man? Gar nichts posten oder „das ganze Leben“ posten? Zuviel posten wird als negativ bewertet.

⁴⁸ Newsletter-Taktung muss im richtigen Maß erfolgen, da durch zu häufigen Erhalt die Newsletter nicht mehr beachtet und gelesen werden.

- Facebook: Wieviele Kontakte hat man? Überforderung, wenn Anzahl der Kontakte zu groß ist – viele Freunde, aber auch viele Fremde dabei. Einziger Filter oder Differenzierung: mit „Asis“ hat man nichts zu tun. Das eigentliche Interesse liegt aber bei den tatsächlichen engeren Freunden
- Jappy und SchülerVZ: Jeder besitzt dort einen Account, aber keiner will zugeben, sich dort noch einzuloggen, da altmodisch und peinlich und „wie in der vierten Klasse“

Bedeutungszuschreibungen/Metaphern für das Internet

Themenfelder:

Positiv

- Kommunikationsquelle
- Nicht mehr wegzudenken/Eine Welt ohne Internet nicht vorstellbar/Unverzichtbarkeit
- Notwendig
- Vernetzung/Mittel zur Vernetzung mit der ganzen Welt
- Ausweg aus engem Netz/Möglichkeit der schnellen Organisation über Distanz hinweg
- Große, fast unbegrenzte Welt/Lebensraum/Möglichkeitsraum
- Plattform, um sich auszudrücken/sich zu zeigen
- Internet klärt auf über Partizipationsmöglichkeiten/Internet als Mitsprachemöglichkeit/Netz als Aktivierer: Internet als neue Möglichkeit um Engagement anzuregen (z.B. Aufrufe zu Demos)
- Anonymer Raum/Internet ermöglicht es auch, sich zu verstecken/nichts vom anderen erfahren/preisgeben zu müssen
- Schnelle Informationsbeschaffung durch Facebook bzw. Internet
- „liken“ = positiv, aber noch ausbaufähig⁴⁹
- „Gleichmacher“
- Raum zur Darstellung/Bühne
- Verquickung mit dem Reallife
- Das Internet pusht/Beliebtheit (Beispiel Justin Bieber – durch das Internet populär geworden)

Negativ

- Zuviel des Guten
- Selbstdarstellungsforum
- Ausflucht
- Angst vor Bewertung im Internet
- Persönlicher Kontakt nicht ersetzbar
- Sich nur im Internet aufhalten als Fehler
- Zwang der Teilhabe⁵⁰/Druckmittel
- Es ist aufwändig, viele Kanäle überblicken zu müssen
- Netz als Hemmnis: Internet dämmt politisches Engagement ein („liken“)⁵¹

49 Etwas zu liken ist positiv, da man sich mit dem „gelikeden“ Thema auseinandersetzt, jedoch wird oft ein Thema nur geliked; die weitere Auseinandersetzung und das „sich für etwas einsetzen“ fehlt jedoch häufig.

50 Zwang zur Teilhabe meint, dass man sich dem Internet nicht entziehen kann und zur Nutzung „aufgefordert wird“.

51 ...ein „liken“ als einzige Teilhabe, kein weiteres Engagement.

- Internet ist kostensparender und zeitsparender (Organisieren: „man kann sich halt nicht immer treffen und Internet hat man immer schnell zur Hand“);
- Internet als Möglichkeit, mit anderen Leuten (z.B. aus Occupy-Gruppe) in Kontakt zu treten
- Im Internet ist es möglich, Leute zu mobilisieren; viele Leute erreichen und motivieren.

Relationierung

- Netz kann Face-to-Face-Kontakte und Sitzungen (z.B. von Parteien oder Verbänden) nicht ersetzen
- Internet kann persönlich sein
- Nur „ liken“=schwaches Engagement
- Das Internet bildet die vorhandenen Engagementstrukturen ab, z.B. wer sich wie engagiert geht durch Internetnutzung hervor, z.B. etwas liken oder sich aktiv an der Planung von Aktivitäten einsetzen
- Online- und Offline-Engagement können unabhängig voneinander nebeneinander stehen
- Übertragung der Netzbeteiligung auf „*Reallife*“ unmöglich (z.B. Internet kein geeignetes Medium für den Bereich der Obdachlosenhilfe – Beteiligung nur durch persönlichen Kontakt, nicht übers Netz)
- Wirkung des Internets bei der Engagement-Frage ist individuell

Möglichkeitsraum für...

- Schulhausaufgaben wichtig.
- Wichtigkeit Internet: Ohne Internet nicht leben können.
- Internet, um eigenes Selbstwertgefühl zu steigern, gepusht zu werden, um berühmter und beliebter zu werden.
- Vernetzungsgedanke: z.B. um Kontakte ins Ausland/Familie zu halten; oder Vernetzung mit Gleichaltrigen; Vernetzung von „Echte Demokratie Jetzt“ im Facebook; Vernetzung mit jüngeren Occupy-Aktivist(inn)en (die älteren sind schon zu „eingefahren“) oder mit Occupy-Aktivist(inn)en aus Spanien möglich.
- Internetnutzung aus Langeweile, zum Zeitvertreib, „Chillen“.
- Internet als Raum für Organisation des Alltags sowie Informationsbeschaffung.
- Wegen Nutzung des Internets keine persönliche Treffen mehr nötig.
- Internet zum Lesen und Teilen von Blogbeiträgen (keine bestimmten, sondern solche, die gepostet werden). Vertrauen darauf, dass diese gut recherchiert worden sind.
- Internet als Ort der unzensurierten, ungefilterten Informationen, die man in den anderen Medien nicht erhalten kann (z.B. direkte Erfahrungsberichte)/Man braucht sich nicht mehr auf andere Medien verlassen (Medien verschweigen viel, z.B. was in anderen Ländern wie Spanien los ist (Occupy-Bewegung). Die Informationen hierzu kann man dann im Internet erhalten.
- Internet als Ort für Live-Übertragungen und alternative Fernsehsender, die sich im Internet unabhängig von den Medien machen wollen/Livestreams z.B. von Aktionen oder Demonstrationen als Dokumentation, Beweismittel für Ungerechtigkeiten; dadurch Mobilisierung von Leuten zur Teilnahme an Aktionen.
- anonym; es fällt leichter sich auszudrücken (kann nicht so gut vor anderen Leuten sprechen), das geht im Internet besser, da man sich vorher etwas überlegen und dann schreiben kann.

- Plattformen dienen dazu, sich untereinander auszutauschen, dadurch Möglichkeit, Revolution zu starten.
- Schneller Informationsfluss
- Alternativsender/„Störsender“ einführen durch Crowd-Funding ⁵² (z.B. Kabarettist Pelzig vom ZDF): Projekt vorstellen, Spenden sammeln, dadurch Finanzierung des neuen Senders.
- Andere „Nachahmer“: Etablierung eines eigenen Kanals, Interviews, so wie Fernsehen, nur unabhängig und demokratisch.

Flashmobs

Themenfelder:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sind amüsant • Recht hoher Bekanntheitsgrad, Flashmobs sind breitenwirksam, sprechen alle Schichten an. • Bedürfen einer langen Planung. • Sind „Humbug“/Zeit kann produktiver genutzt werden; Flashmob braucht nachträgliche Information/Aufklärung. • Super Mittel zur Aufklärung und Fokussierung auf wichtige Themen. | <ul style="list-style-type: none"> • Transportieren keine politischen Botschaften/Politische Botschaft ist das Entscheidende, nicht die Wirtschaftlichkeit oder Rentabilität. ⁵³ • Klasse statt Masse ist gefragt/Information vor Massenauflauf. • Kombination von der Komm- und Geh-Struktur. ⁵⁴ |
|---|--|

Facebook

Themenfelder:

Öffentlichkeit/Privatheit

- Komisch/Unwohlsein dabei, seine persönliche Seite öffentlich zu stellen
- Alles zu posten, wird als kritisch betrachtet, weil Arbeitgeber auf die Facebook-Seite gehen können
- Offen für alle
- Intimität wird zerstört/Dinge werden banalisiert

Selbstdarstellung

- Wunschprofil erstellbar, wie man sich selbst sehen will
- Facebook dient als Vergleichsinstrument

52 Crowd-Funding: Projekt im Internet vorstellen, um Spenden zu sammeln; Spender haben dann die Möglichkeit sich am Projekt zu beteiligen (z.B. Gestaltung der Internetseite oder Ideen für die Umsetzung äußern etc.).

53 Teilnehmer meinte, dass er lieber einen Kongress anbieten würde, als Flashmobs zu machen, obwohl man dadurch weniger Menschen erreicht, aber es gehe ja nicht um Wirtschaftlichkeit oder Rentabilität.

54 Nicht nur warten, bis Interessierte kommen (Komm-Struktur), sondern auch zu den Menschen gehen (Geh-Struktur).

<ul style="list-style-type: none"> • Nicht unpersönlicher als die Realität <p>Beziehungsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Freundesnetzwerk • Facebook nur für Freunde, nicht für Unbekannte • Gute Funktion „Anfragen ablehnen“/Unwohlsein dabei, wenn Unbekannte Freundschaftsanfragen schicken • Negative Rückschlüsse ziehen können durch unnötige „Posts“⁵⁵ 	
<p>Intransparenz und neue Normierungen von Anerkennungsstrukturen auf Facebook</p>	
<p>Likes auf Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Große Bedeutung der Bilder und Likes – Wer bekommt wie viele Likes? Je mehr Likes man bekommt, desto beliebter und hübscher ist man. • Wer sich selbst liked oder um Likes bittet, ist armselig (Ausnahme: Wer höflich fragt, wird geliked), wer von anderen geliked wird ist beliebt • Unterschied: Eigenes Profil/Bild liken ist armselig; eigene Seite (ungleich Profil) liken nicht, da öffentlich • Überforderung, wenn eigene Bilder von Fremden geliked werden. • Likes können gekauft werden. • Unter Anwendung eines Fakeprofils werden Artikel, Künstler und Musikvideos geliked; Unter Anwendung des „echten“ Profils wird ein Like als Dank für einen Ratschlag von Bekannten verwendet oder als Werbungmachen für Bekannte • Problem/Verunsicherung: Man liked unbeabsichtigt automatisch etwas, wenn man etwas eingibt (z.B. Quentin Tarantino), ohne, dass man überhaupt auf der Seite war. 	<p>Zielgerichtete Werbung bei Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es werden „Fake“-Accounts bei Facebook erstellt, um der zielgerichteten Werbung zu entgehen. Möchte nicht, dass Facebook seine Vorlieben kennt. Wahrung der Intimität. • Verunsicherung beim Thema Gesichtserkennung, gezielte Werbung von Facebook. („Ich hab da gar nix eingegeben“; „Das finde ich irgendwie sehr komisch“; „Das wär ultrastrange“). Was speichert und erkennt Facebook?
<p>Monopolstellung von Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jappy ist altmodisch, da keiner mehr dort online ist, da alle zu Facebook gewechselt sind. • E-Mailverteiler als unpraktisch, Facebook als praktisch (da geordneter) • E-Mailverteiler aber auch praktisch bei organisatorischen Fragen; andererseits dann aber auch als negativ. Wissen um Nachteile von Facebook. Sie wissen, dass man darauf angewie- 	<p>Stärkere Hervorhebung bei Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Funktion, die eigene Statusmeldung bei Facebook öfters anzeigen zu lassen/mehr Aufmerksamkeit zu erlangen, kann käuflich erworben werden. Wird als negativ bewertet. Überrascht, dass es diese Möglichkeit überhaupt gibt • Dilemma Facebook: Manche Posts werden gewichtet. Welche Informationen erhält wer?

55 z.B. durch Posten von Bildern, auf denen man alkoholisiert zu sehen ist: Dies zu posten ist nicht sinnvoll, da andere Menschen negative Rückschlüsse ziehen können.

<p>sen ist, wissen aber auch, dass es Alternativen gibt, nutzen sie aber kaum.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Man erfährt von Veranstaltungen nur, wenn man bei Facebook angemeldet ist. Dilemma: Facebook wird auf der einen Seite als negativ bewertet, auf der anderen als positiv (praktisch, alles läuft über ein Netzwerk). Noya-Forum gescheitert, da zu wenig Leute dort aktiv waren. Noya-Forum als uninteressant. • Dilemma: Besitz eines Facebook-Accounts, obwohl Facebook nicht gemocht wird. Grund für Besitz eines Accounts: Vermeidung des sozialen Ausschlusses • Welche Dienste sind „cool“, welche nicht. Bewertung von Internetdiensten (MySpace, SchülerVZ). Welche Internetseiten sind „uncool“ und werden nicht mehr benutzt? (SchülerVZ) Trotzdem noch Account, aber peinlich, da von früher („ich möchte gar nicht wissen, was ich damals für komische Ansichten oder Sachen da Gefällt mir, oder was gestellt habe, so in der tiefsten Pubertät“.) 	
<p>Freundschaften auf Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Großteil der Freunde auf Facebook sind Bekannte von der Schule, mit denen aber kein persönlicher Kontakt besteht. Die interessieren einen nicht, aber trotzdem behält man sie auf Facebook als Freund („die man dann auch rauschmeißen könnte aus der Freundesliste“) • Facebook: Wie geht man mit den Leuten bei Facebook um? Wer nicht interessiert, wird aus der Freundesliste gelöscht. Verunsicherung, ob der Gelöschte dann sieht, dass er gelöscht wurde. Daher oft doch keine Löschung. Blockieren als zweite Lösung, damit jemand, der nicht interessiert, keine Nachrichten mehr schreiben kann und nichts Persönliches mehr von dem anderen erfährt. Dritte Möglichkeit: Statusmeldungen deabonnieren. Was soll man nun tun: Besser Löschen, Blockieren oder Deabonnieren? • Dilemma: In einem Kontext ist jemand gewöhnlicher Bekannter auf Freundesliste bei Facebook, der nicht interessiert, im anderen aber wichtig als Gruppenmitglied in der FSJ-Gruppe bei Facebook. Soll diese Person gelöscht werden? 	<p>Abhängigkeit von Facebook/Angst etwas zu verpassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leute, die nicht bei Facebook angemeldet sind, verpassen organisatorische Dinge und Geburtstagsfeierlichkeiten. Facebook-Gruppen nehmen Überhand, wird als negativ betrachtet, da man, wenn man nicht bei Facebook ist, viel verpasst. Man ist von Facebook abhängig, sonst bekommt man keine Informationen, verpasst Dinge. Zwang, Facebook beizutreten, da so viel organisatorisch läuft • Man erfährt von Veranstaltungen nur, wenn man bei Facebook angemeldet ist. Dilemma: Facebook wird auf der einen Seite als negativ bewertet, auf der anderen als positiv (praktisch, alles läuft über ein Netzwerk). Noya-Forum gescheitert, da zu wenig Leute dort aktiv waren. Noya-Forum als uninteressant. • Dilemma: Besitz eines Facebook-Accounts, obwohl Facebook nicht gemocht wird. Grund für Besitz eines Accounts: Vermeidung des sozialen Ausschlusses
<p>Posts auf Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soll man persönliche Erfolge im Internet (hier Posten bei Facebook) teilen oder nicht? (Bsp. für Erfolgserlebnis: Stolz auf Wechsel zur GLS- 	<p>Problem des Datenschutzes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es wird anerkannt, dass Facebook zielgerichtete Werbung macht. Verunsicherung beim Thema Gesichtserkennung⁵⁶, gezielte Werbung

56 Die Gesichtserkennung bei Facebook ist für alle Mitglieder der Plattform automatisch aktiviert, sie kann nur nachträglich ausgeschaltet werden. Gesichtserkennung bedeutet, dass, wenn Fotos hochgeladen werden,

<p>Bank)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überlegung, durch Posten eigener persönlicher Erfolge andere Leute zu motivieren. Wird aber letztendlich nicht getan, da durch Posts von Erfolgen andere zu motivieren, nichts bringt und gleichzeitig Angst vor Datenspeicherung 	<p>von Facebook. Was speichert und erkennt Facebook?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problem/Verunsicherung: Man liked unbeabsichtigt automatisch etwas, wenn man etwas eingibt (z.B. Quentin Tarantino), ohne, dass man überhaupt auf der Seite war. • Unsicherheit/Verunsicherung wegen Datenspeicherung bei Facebook („Inwiefern wieviel jetzt wer jetzt schon wo von mir gespeichert hat, das will ich glaub´ ich am liebsten gar nicht wissen.“) • Seltener Kauf im Internet, und wenn, dann nur über Freunde, die bereits einen Account besitzen. Angst vor Datenmissbrauch (Bankverbindung) und zusätzlichen Gebühren bei Onlinebestellungen von Artikeln • Onlinebanking wird nicht genutzt, da Angst vor Datenmissbrauch (Bankverbindung) und Hackern. Onlinebanking wird nur zuhause vom eigenen Computer gemacht. Anderen Zugängen wird nicht vertraut (Internetcafé, Mobile Endgeräte) Andererseits hat Onlinebanking auch etwas Positives: Ist praktisch bei Reisen • Facebook filtert („Man kriegt nur Meinungen, die einem auch gefallen“); welche Informationen sind für wen wichtiger als andere? • Überlegung, durch Posten (Facebook) eigener persönlicher Erfolge andere Leute zu motivieren. Wird aber letztendlich nicht getan, da Angst vor Datenspeicherung.
--	---

Nutzungsweisen auf Facebook

Themenfelder:

Soziale Beziehungen pflegen

- Kontakt halten mit Freunden z.B. bei deren Auslandsaufenthalt, oder wenn diese nicht in der Nähe wohnen
- Gruppen angehören (z.B. Uni-Gruppe)
- Chatten: Im Chat Mädchen anschreiben und flirten
- Absprachen mit z.B. Klassenkameraden
- Private Nachrichten oder Pinnwandnachrichten mit Freunden schreiben
- Beschützen von anderen Leuten: Dem Kontrahenten seine Meinung sagen Wenn jemand „fertiggemacht“ wird, beschützt man ihn, ergreift Partei für ihn, kommentiert

Studiums-/Lernbezogener Austausch

- Gruppen bei Facebook (Arbeit, Universität, Schule-Schulklassen) zur Organisation
- Lehrer unterhalten Facebook-Gruppen, darin werden Informationen geteilt bzgl. Schule, dort kann man über Hausaufgaben sprechen
- Mit anderen Kontakt aufzunehmen, um Informationen über Stundenplanänderungen oder Hausaufgaben zu erhalten, Studienaustausch

<p>Drohungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer auch offline stark und groß ist oder einen älteren Bruder hat, kann es sich erlauben, einen Kontrahenten, der älter und größer ist, im Facebook „fertigzumachen“. • Den Ex-Freund stalken • Alle Kontakte, die nicht interessieren, werden gelöscht, blockiert oder deren Statusmeldungen deabonniert • Geburtstagsseinladungen verschicken • Kontakt aufnehmen zu Personen, die man auf Reisen oder einer Party kennengelernt hat 	
<p>Selbstdarstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posten von Bildern (mit Freunden), Fotos und Zeitungsartikeln • Experiment zum Thema Selbstdarstellung • Sich um die eigene Seite/Profil/Fanpage kümmern • Eigene Seiten erstellen (WGGW: für andere Face-book-Seiten Werbung machen)⁵⁷ • Hacken⁵⁸ • Checken⁵⁹ • Verwendung von verschiedenen Facebook-Accounts: einen zum Privatkontakte pflegen („normaler“ Account), den anderen, um Seiten zu abonnieren, Musikvideos, Artikel anzuschauen („Fake“-Account)⁶⁰; • Zwei Möglichkeiten der Facebooknutzung: <ol style="list-style-type: none"> 1. Normale Persönlichkeit (Freunde adden); 2. Künstlerseite (Fans gewinnen, die „Gefällt mir“ klicken) • Posts kommentieren 	<p>Informationen austauschen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterwegs „coole“ Dinge posten • Teilen von Bildern/Videos (spaßige Inhalte), Zeitungsartikeln, Beiträgen oder Blogbeiträgen • Veranstaltungen finden, von Veranstaltungen erfahren • Stellen-/Jobsuche, Kontakt-/Partnersuche
<p>Alltagsorganisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terminabsprachen z.B. zum Sport treiben 	<p>Unterhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spiele auf Facebook spielen: Doodle Jump, Poker, Überstrike, Fußball- und Managerspiele
<p>Liken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liken von Seiten (WGGW⁶¹, Fanpages, Künstlerseiten, lustige Seiten, Unterhaltung, Seite von Freunden, „jeden Driss“, jede Seite liken – aus Langeweile) • Seiten von Bekannten und Fremden • Politische Seiten, Zeitungsartikel, Blogbeiträge, Unterhaltung (Satire) 	<p>Engagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absprachen (mit Genossen)/Organisation • Seitengestaltung auf Facebook • Mitglied in Facebook-Najuaktivengruppe • Fragen beantworten in Najuaktivengruppe • Politische Diskussionen über verschiedene Verteiler und Facebookforen, politische Posts (Politische

57 WGGW – „Werbung gegen Werbung“ = Auf einer Seite Werbung für jemand anderes machen und umgekehrt.

58 wahrscheinlich gemeint: entweder in andere Accounts einloggen oder andere Profile anschauen.

59 wahrscheinlich gemeint: andere Profile anschauen oder flirten

60 Grund: Vermeidung von zielgerichteter Werbung durch Facebook.

61 WGGW – „Werbung gegen Werbung“ = Auf einer Seite Werbung für jemand anderes machen und umgekehrt.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Musikrichtung, Regisseure und Filme werden ohne Wissen automatisch geliked • Musikvideos, Artikel • Likes als Dank für Ratschläge von Freunden • Verkaufen bei Facebook (über Like-Funktion), • z.B. Handy | <ul style="list-style-type: none"> • Meinung vertreten/einbringen) • Feedback erhalten zu politischen Posts • Politisch aktiv⁶² • Informationen bereitstellen • Für Veranstaltungen werben • Events erstellen • Management der Parteipolitik • Nachrichtenfunktion, zur Verbreitung von Informationen • Posting von Zeitungsartikeln • Interne Kommunikation (intern Artikel posten und drüber sprechen), z.B. parteiinternes Netzwerk • Präsenz/Selbstdarstellung, Präsentation • Liken von Internetseiten/Profilen • Öffentlichkeitsarbeit • Vernetzung • Terminfunktion von internen Gruppen • Um auf dem Laufenden zu bleiben • Mobilisierung/Rekrutierung • Beantwortung wichtiger⁶³ Fragen • Verfolgen politischer Ziele⁶⁴ • Kontaktaufbau zu Politikinteressierten/Politiker(inne)n/Parteifreunden etc. • Politische Posts⁶⁵ • Diskussion z.B. über Zeitungsartikel • Kommunikation nach außen • Verknüpfung zu anderen Diensten • Verknüpfung mit Offline-Tätigkeiten (Verlosungen als Anreiz sich zu beteiligen) |
|--|--|

Vorteile des Internet für Beteiligung

Themenfelder:

Kontaktmanagement

- Einfacherer/Leichter Kontaktbau (z.B. zu Gleichgesinnten/bei Nischeninteressen/zur Ranghöheren)
- Anonymität erhöht Öffnungsbereitschaft
- Öffnung vieler Möglichkeiten
- Vernetzung
- Kontakthalten zur Familie, die im Ausland lebt

Öffentlichkeit/Reichweite von Informationen

- Ortsungebunden/Mobilität
- Öffentlichkeit: wenn man etwas mitteilen will, braucht man nur Facebook, (z.B. Beziehungsstatus veröffentlichen)
- Erzeugt Aufmerksamkeit und bessere Außenwirkung/Breitenwirkung
- Online-Werbung ist wirksam

62 Nicht ersichtlich, was die Person mit „politisch aktiv“ meint, also in welcher Form er/sie aktiv ist.

63 Der Begriff „wichtige Fragen“ wurde nicht näher erläutert.

64 Wie politische Ziele verfolgt werden sollen, blieb an dieser Stelle ungeklärt.

65 Politische Posts, wie zum Beispiel Zeitungsartikel aus dem Spiegel oder politische Diskussionen bei Facebook posten.

- Austausch der Kontakte/Kontaktaufnahme (z.B. auf Reisen oder nach Partys ist es einfach, andere Personen zu kontaktieren)
- Kommunikation bei Facebook erfolgt einfacher, schneller und zwangloser
- Man kann sich im Internet (hier: Facebook) besser äußern, hat mehr Mut, andere Menschen (vor allem beim Flirten) anzusprechen und
- kennenzulernen

- Öffentliche Dokumentation von politisch bedeutsamen Ereignissen/Problemfällen
- Alternative Medienstruktur und Öffentlichkeit – Man will sich im Internet unabhängig von den Medien machen/Etablierung alternativer Fernsehsender, die sich im Internet unabhängig von den Medien machen möchten (unabhängige Sendungen)
- Informationen geben und Anmeldungen
- per Internet
- viel Resonanz via Internet
- Es ist leichter einen Kanal zu finden, um etwas zu bewirken

Zugang zu Informationen

- Leichte Informationsmöglichkeit (u.a auch Gitarrenakkorde)
- Großer Informationsfluss
- Unzensurierte und ungefilterte Informationen (wahrheitsgetreue Quellen, die aber evtl. noch einmal kritisch geprüft werden müssen/man darf nicht alles glauben) beziehen, die andere Medien verschweigen (z.B. direkte Erfahrungsberichte) oder die außerhalb des Fernsehens oder der Zeitung passieren (z.B. Informationen über weniger populäre Dinge beziehen, führt zur Horizonterweiterung)
- Zugang zu vielen Quellen/Datenmenge/Zugang zu Ressourcen (andere Qualität)

Kommunikationsmöglichkeiten

- Zusätzlicher Zugang erleichtert Kommunikation und Kontaktaufnahme (z.B. führt Internet häufig zum Erstkontakt)
- Direkte Kommunikation, reger und offener Austausch und (Arbeits-)Absprachen
- Diskurs-/Vernetzungsmöglichkeiten (Abonnements, Synchronisierung etc.)
- Keine direkte kritische Rückmeldung
- Kontakthalten zu Leuten, zu denen kein direkter Kontakt mehr besteht (Leute, die man auf Reisen oder Seminaren getroffen hat)
- Kommunikation im Internet einfacher als am Telefon, da man schreiben kann
- Im Internet traut man sich mehr, hat eine „größere Klappe“ als offline.
- Durch Internet ist man Teil der Gruppe und nicht ausgeschlossen
- Kommunikationsmöglichkeiten lassen Arbeit „funktionieren“

Beteiligungsmöglichkeiten

- Leichtere Vergleichbarkeit der Meinungen/Gremienunabhängige Meinungsäußerung Schnell Position beziehen können
- Netz stellt Augenhöhe her/Enthierarchisierende Wirkung des Internets
- Politische Aktivist(inn)en betreiben Crowdfunding (Stellen ein Projekt vor; Leute, denen das gefällt, spenden; so wird („Stör“-)Sender finanziert)
- Mitsprachemöglichkeit
- Niedrige Hemmschwelle

unspezifisch

- Alltagserleichterung
- Praktikabilität
- Erreichbarkeit
- Schriftliches wird festgehalten und man kann besser darüber nachdenken als im Gespräch unter vier Augen
- Lernmöglichkeit
- Recherchemöglichkeit
- Termininformationen beziehen können
- Einfache Zusammenkünfte
- Mittel gegen Homophobie
- Zugang zu Vorbildern
- Medienungebunden
- Schnelle Formierung im Netz

	<ul style="list-style-type: none"> • Anonymität (Möglichkeit, bei Problemen anonym nachzufragen)
<p>Beziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschützen geht leichter, da Kontrahent nicht direkt vor einem steht und man ihm über das Internet seine Meinung sagen kann. • Man kann jemandem helfen, wenn er bedroht wird und man hilft, indem man die Drohung im Internet kommentiert und Stellung bezieht 	<p>Vereinfachung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorteil/Bedeutung vom Internet: Vereinfachung von Arbeitsaufträgen in der Schule
<p>Zeitersparnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multi-Tasking möglich: erspart persönliches Treffen, man kann über Facebook Kontakt halten, außerdem Musik hören und es für die Schule nutzen. • Bibliothekbesuche sind nicht mehr notwendig; Zeitersparnis, weniger Aufwand 	<p>Alltagserleichterung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationsbezug/schneller Erhalt von Informationen (z.B. erhält man über Blogs schneller Informationen als über die Presse; Blogs nehmen eine andere Perspektive ein als die Presse, wenngleich ebenso wenig objektiv) • Enthemmung, höhere Chancen auf dem Heiratsmarkt • Uneingeschränkte Kommunikation • Organisationshilfe/Lehrer unterhalten FacebookGruppen, darin werden Informationen geteilt bzgl. Schule, dort kann man über Hausaufgaben sprechen • Herunterladen von Musik, die im Laden nicht erhältlich ist • Fragen stellen im Forum und dann Lösungsvorschläge erhalten • Facebook als praktisch, da alles über ein gleiches Netzwerk läuft. • Einkaufen im Internet: Größere Vielfalt, man kann schneller die gewünschten Artikel finden, weniger Stress und Aufwand; Artikel sind im Internet günstiger. Bequemlichkeit, praktisch
<p>Geldersparnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostengünstig: Man muss kein Handyguthaben verwenden, um mit anderen Kontakt aufzunehmen (man kann Whatsapp auf dem Smartphone verwenden), um Informationen über Stundenplanänderungen oder Hausaufgaben zu erhalten • Internetangebote (z.B. Herunterladen oder Streamen von Filmen, Serien, Musik) sind kostenlos (wenn auch illegal) und immer abrufbar (z.B. auch Lieder bei Youtube, Informationen bei Wikipedia, Gitarrenakkorde und Songtexte) 	

Nachteile bzw. problematische Entwicklungen des Internet (für Beteiligung)

Themenfelder:	
<p>Anhängigkeit von Onlinestrukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suchtfaktor • Nachteil Smartphone: Man muss nicht mehr selbst nachdenken • Wenn man sich dem Onlinebereich entzieht, läuft nichts mehr, Abhängigkeit vom Internet 	<p>Zeitdruck/Erreichbarkeitsdruck</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zeitnahe Teilhabe wird erwartet
<p>Intransparenz von Informationsquellen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Man sieht nicht immer, ob Informationen stimmen/bedingte Quellensicherheit • Informationen selektieren/Schwierigkeiten beim Erhalten von wichtigen Informationen (Informationsmasse, Kanalauswahl) 	<p>Entfremdung</p> <ul style="list-style-type: none"> • PC ohne persönliche Resonanz („seelenlos“)
<p>Erschwerte Kontaktpflege</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begrenzte Aktivierbarkeit/Motivierbarkeit • Kontakterhalt online schwierig 	<p>Zeitaufwand</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ungewollter Zeitvertreib/Zeitaufwand/Zeitverschwendung (raubt Zeit; Schwierigkeit, das rechte Maß an Nutzungsumfangs und -dauer zu finden) • Onlinekommunikation ist zeitaufwändig (Nutzung des Noya-Forums) und langsam
<p>Datenschutzproblem</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenunsicherheit/fragwürdiger Datenschutz • Gefühl der Unsicherheit, Überwachung 	<p>Enthemmung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattform zur Formierung von Homophoben • Kann enthemmend sein/Raum für Diskriminierung • Im Internet wird gedroht, und dann kann es auch vorkommen, dass offline tatsächlich Aktion folgt
<p>Voraussetzungsvoll (Ausstattung)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zugangsabhängig • Nicht alle haben Netzzugang 	<p>Begrenzte Tauglichkeit für „wirkliche“ Beteiligung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedingter Motivator • Oberflächliche Gewissensberuhigung • Begrenztes Engagement (Bsp. Unterschrift) • Reaktionszeit der Politik • Uneinschätzbarkeit der anonymen Masse
<p>Kommunikative Mißverständnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehldeutung von Textnachrichten 	

Offline-Engagement

Themenfelder:	
Vorteile	Nachteile
<p>Persönlicher</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intention/Gegenüber ist eher erkennbar, ist persönlicher, menschlicher (größere Nähe – Menschenkenntnis, Sympathie) • Persönlicher Kontakt ist einfacher 	<ul style="list-style-type: none"> • Schwerere Erreichbarkeit • Zeitaufwand • Bibliotheken sind nicht aktuell • Offlinegespräche können peinlich sein, wenn eigene Unwissenheit ans Licht kommt • Ortsgebundenheit/Physische Abhängigkeit • Geringere Breitenwirkung • Hemmschwelle • Fehlende Anlaufstellen • Das Wort ist sehr flüchtig: Schriftliches kann man besser festhalten und dann „auseinandernehmen“; Aussagen online sind oft nur rhetorisch untermauert
<p>Effektivere/nachhaltigere Kontakte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mundpropaganda ist erfolgreich, um Leute anzuwerben/höhere Überzeugungskraft • Vereinskontakte werden länger aufrechterhalten/Forum für Wertschätzung: ermöglicht Langzeitengagement • Erreichbarkeit von Menschen ohne Netzzugang • Diskussionen über politische Themen lieber offline (persönlich mit einer Person zu diskutieren wird bevorzugt, anstatt zu chatten), da einfacher • Offline-Treffen haben mehr Bedeutung als Online-Absprachen 	
<p>Effektiveres Feedback</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline-Feedback ist realer und wirkungsvoller/es kommt offline mehr zurück (Feedback, Bereicherung der Persönlichkeit) 	
<p>„Realer“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direkter Diskurs/„Reallife“-Aspekt/Realitätsbezug 	

Relevante Online- und Offline-Verknüpfungen

Themenfelder:	
<p>Lernorganisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausurthemen übers Netz erfragen • Recherchieren (für die Uni, Politik); • Mitschriften der Vorlesung online einstellen und die Erstellung der Mitschriften organisieren⁶⁶ 	<p>Medieninhalte teilen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online-Spiele über die Hardware Playstation • Einstellen/Hochladen von Videos und Podcasts
<p>Komplementäre Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline = Basis, vor Ort agieren und online = Informationen suchen • Wenn man beides verknüpft, ist die Kommunikation dichter • Im Internet „größere Klappe“ als draußen, aber Ausnahmesituationen, wo mittels Internet gedroht wird und dann (offline) tatsächlich Aktion folgt 	<p>Egalitätsthese (on = off)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation läuft online wie offline ab
<p>Kontaktpflege</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontakt halten zu einer Personengruppe, die sich von Occupy abgespalten hat und eigene Kampagnen startet („ihr repräsentiert uns nicht“, Wahlkampfbegleitung im Internet und auf der Straße Aktionen, z.B. Demonstrationen). 	<p>Verabredung über Facebook Online-Informationen für Offline-Fragen/Probleme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vereinsinfos einholen (Mannschaftsbeschreibung, Trainingstermine) • Nachschlagen von Fremdworten z.B. für Schulaufgaben bzw. Fragen zu Alltagsproblemen • Auf Facebook Seiten liken (abonnieren) und somit mit Informationen versorgt werden (Seiten: Echte Demokratie Jetzt, TAZ, Süddeutsche, Spiegelonline, sonstige Zeitungen, verschiedene Occupy-Gruppen, Online-Aktivisten, Anonymous).
<p>Online (-vernetzung, -verwaltung) von (offline) Organisationsaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beispiel für Online-Engagement: Zwangsräumung in Berlin, Live-Übertragung (Stream) im Internet. • Verwalten der Occupy-Cologne-Seite auf Facebook; • Weitergeben von Informationen (über Veranstaltungen, Demonstrationen, Aktionen); • Mit anderen Occupy-Gruppen und Aktivist(inn)en vernetzen und Informationen über aktuelle Dinge erhalten; • E-Mails im E-Mailverteiler von Occupy versenden; 	<p>Onlineverbreitung von Offline-Geschehnissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilen von aktuellen Geschehnissen in der Welt; • Austausch mit anderen Personen über Plattform, dadurch Möglichkeit, Revolutionen zu starten. • Vernetzung über Ländergrenzen hinaus (Kontakte zu spanischen Occupy-Gruppen). • Ein Aktivist, der bei allen Occupy-Aktionen dabei ist, erstellt Beitrag und streamt ihn im Internet.

66 D.h., Studenten teilen sich auf, wer welche Mitschrift erstellt und hochlädt.

- Organisieren von Aktionen (z.B. Demonstrationen) mit Attack und den Linken über E-Mailverteiler; schneller Austausch über den E-Mailverteiler
- Weiterleitung von Informationen an andere Personen per E-Mail oder Facebook. Aufforderung anderer Personen zum Unterschreiben von Petition (Unterschriften sammeln)
- Leute mobilisieren und motivieren im Internet zur Offlineteilhabe;
- Aufrufe starten.
- Unterschiedliche Organisationsformen:
 - Bei Facebook anmelden und sich in die Thematik „Echte Demokratie Jetzt“ einarbeiten.
 - Viele Informationen über das Netzwerk erhalten
 - Aus Echte Demokratie jetzt ist Occupy entstanden; agieren hauptsächlich im Internet, weniger auf der Straße.
- Internet nicht für alle Occupy-Mitglieder von Bedeutung (viele auch ohne Facebook-Account): organisieren sich per E-Mail, aber eher über persönliche Kontakte. Sind eher regional vernetzt.

Wie austauschbar sind Online- und Offlineformen?

Themenfelder:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Auslagerung von Offlinetätigkeiten in den Onlinebereich • Wenn keine Kontaktadresse vorhanden ist⁶⁷, Möglichkeit Informationen über das Internet zu erhalten (Ergänzung offline durch online) • Online-Anmeldeverfahren • Mundpropaganda kann nicht ersetzt werden • Man kann sich Infos auch offline beschaffen • Bereiche mit unterschiedlichen Stärken • Offline nicht ersetzbar durch Mails o.ä. (Grenzen bzgl. Motivierbarkeit/nicht auf gleichem Level in Bezug auf Begeisterungsfähigkeit) • Da nicht alle Internetzugang haben, sollte nicht alles aufs Netz ausgegliedert werden • Gleichzeitigkeit • Offline-Engagement ist seltener, öffentlicher und einflussreicher | <ul style="list-style-type: none"> • Fließender Übergang, Verschmelzung • Unterschiedslos • Online- und Offline-Engagement ergänzen und unterstützen sich gegenseitig • Gleichwertige Formen von Engagement • Online-Engagement braucht Mut und Überzeugung • Keine Paralleluniversen oder Welten • Internet unabdingbar (Bsp. isolierte Meinungsäußerung im Netz wenig effektiv) • Internet allein reicht nicht • Nur bedingt in Relation zu setzen • Offline-Engagement bleibt wichtiger; Online-Engagement bedeutsame Erweiterung (bspw. Hacktivismus) |
|--|---|

⁶⁷ Keine Postanschrift oder gar Ortsadresse vom Büro o.ä. zu finden.

Dienste I

Dienste:	
<p>Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liken von Seiten von Bekannten und Fremden. Politische Seiten, Zeitungsartikel, Blogeinträge, Unterhaltung (Satire). • Musikrichtung. Musikvideos, Artikel werden geliked. • Likes verwendet als Dank für Ratschläge von Freunden. • Likes als Werbung machen für Bekannte. 	<p>Twitter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation • Information • Suchfunktion (Hashtags) • Datenaustausch • Liveticker
<p>Mail</p> <ul style="list-style-type: none"> • Information • Kommunikation • Ausgewählte Informationen als Abonnement zusenden lassen 	<p>Apps</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anträge anzeigen • Landkartenfunktion • Liveticker • Programminformation • KVB-Monitor • WhatsApp

Dienste II

Dienste:	
<p>Soziale Netzwerke/Communities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klüngelgremien/Klüngelnetzwerke • Interne Uniseite • Facebook • SchülerVZ • Google Plus • Jappy (die Internetcommunity) • Jugendnetzwerk • PODIO „Mitarbeiterfacebook“ • Wurzelwerk • Parteien-Wiki • R-ParteiNet 	<p>Diskussionsforen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foren • Noya-Forum • Musikforen • Hip-Hop-Musik-Foren • Wikipedia-Forum

<p>Kommunikationsdienste (Chat, Telefonie, E-Mail)</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-Mail • Chat • Online-Konferenz/Mumble • WhatsApp • Twitter • Skype • MSN • Chatroulette • Knuddels 	<p>Dateiverwaltung/Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dropbox • Doodle • Linkspad • Googledoc • Etherpad • Flickr/Foto-Sharing • Podcasts • Apps
<p>Unterhaltung (TV, Spiele, Musik)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spotify, Streamservice • Movie2k.to • Streamcloud • Youporn • Myvideo • Toggolino.de • Spielaffe.de • Youtube • Cartoonseiten • Playstore • Youtubemusik • Mediathek (Arte) • Kino.to/Kinox.to (Filme downloaden und streamen) • Mediatheken der Öffentlich-Rechtlichen • Youtube • Porno • Talkshows • Szeneseiten • Musik-Reviews • Jumper 	<p>Informationsdienste</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online-Zeitung/Nachrichtendienste • TAZ • Süddeutsche • Spiegelonline • Sonstige Zeitungen • Zeitungsartikel • Verteiler zur Informationsverbreitung • Liveticker (hier: Blockade-Ticker) • E-Mail-Verteiler: AusgeCO2hlt (Antikohlekraftkampagne); Grüne Jugend • Tagesschau • KVB-Monitor • Selbsterstellte Blogs • Blogs • Süddeutsche (www.sueddeutsche.de) • AusgeCO2hlt (http://www.ausgeco2hlt.de) • Spickmich (www.spickmich.de) • Googleübersetzer (http://translate.google.de) • Google Plus (https://plus.google.com/) • Jappy (www.jappy.de) • Drei Tage wach (www.dreitagewach.de) • Onlineaktivisten (www.onlineaktivisten.de) • Streamcloud (http://www.filme2k.net/tag/streamcloud)
<p>Nachschlagewerke/Suchmaschinen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wikipedia • Suchmaschinen/Google 	<p>Online-Einkauf/-Banking</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amazon • Onlinebanking • Ebay • Kalaydo • Zalando
<p>Lern-/Schulseiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scoyo.de 	<p>Spezifische Homepages</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publikative.org (Schwerpunkt Rechtsextremismus)

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sofatutor.de • Spickmich • Google Übersetzer | <ul style="list-style-type: none"> • Netz gegen Nazis • Linksunten Indymedia • Drei Tage wach • Facebook: „Echte Demokratie Jetzt“ • Hambacherforst.blogspot • Verschiedene Occupy-Gruppen-Homepages • Online-Aktivist(inn)en (aus Hamburg, posten Skandale etc.) • Anonymous (Überwachung im Internet, ACTA) |
|--|---|

Genannte Internetseiten

Genannte Internetseiten:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • GuttenPlag (http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki) • Wurzelwerk (https://wurzelwerk.gruene.de/) • Jusos (http://www.jusos.de/) • Forum junge Piraten (https://forum.jungepiraten.de/) • Abgeordnetenwatch (http://www.abgeordnetenwatch.de/) • Campact (https://www.campact.de/) • Avaaz (http://www.avaaz.org/de/) • Facebook (www.facebook.com) • Tagesschau (http://www.tagesschau.de/) • Youtube (www.youtube.com) • Kino.to/Kinox.to (www.kinox.to) • Arte-Mediathek (http://www.arte.tv/de) • Publikative (www.publikative.org) • Netz gegen Nazis (http://www.netz-gegen-nazis.de/) • Linksunten Indymedia (https://linksunten.indymedia.org/) • Hambacherforst(http://hambacherforst.blogspot.de/) • Alles-schallundrauch(http://alles-schallundrauch.blogspot.de/) • MSN (www.msn.com) • YouPorn (www.youporn.com) • MyVideo (www.myvideo.de) • Ebay (www.ebay.de) • Kalaydo-Kleinanzeigen(http://www.kalaydo.de/kleinanzeigen/) • Zalando (www.zalando.de) | <ul style="list-style-type: none"> • Spielaffe (www.spielaffe.de) • Scoyo (http://www-de.scoyo.com/) • Sofatutor (www.sofatutor.com) • Maedchenmannschaft(maedchenmannschaft.net) • Amazon (www.amazon.de) • Twitter (https://twitter.com/) • Spiegelonline (www.spiegel.de) • SchülerVZ (www.schuelervz.net) • MySpace (www.myspace.com) • Knuddels (www.knuddels.de) • Wikipedia (www.wikipedia.de) • Chatroulette (www.chatroulette.de) • Dropbox (www.dropbox.com) • Doodle (www.doodle.com) • Googledocs (https://drive.google.com) • Etherpad (etherpad.org) • Flickr (www.flickr.com) • Movie2k (www.movie2k.to) • Taz (www.taz.de) |
|--|--|

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Google (www.google.de)• Whatsapp (www.whatsapp.com)• Toggolino(www.toggolino.de) | |
|---|--|

Literatur

- Albus, S. (2012): Teilhabe und Jugendhilfe. Unveröffentlichtes Papier für die Kinder- und Jugendhilfeberichtskommission.
- Andrejevic, M. (2011): Facebook als neue Produktionsweise. In: Leistert, O.; Röhle, T. (Hrsg.) (2011): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld, S. 31–49.
- Arnstein, S. R. (1969): A ladder of citizen participation. In: Journal of the American Institute of Planner 35, 216-224.
- Bakker, T. P.; de Vreese, C. H. (2011): Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation. In: Communication Research, Vol. 38, No. 4. S. 451–470.
- Beckedahl, M. (2011): Echtes Netz erhalten – Netzneutralität sichern. Erschienen am 17.10.2011 auf Netzpolitik. URL: <https://netzpolitik.org/2011/echtes-netz-erhalten-netzneutralitaet-sichern/> (Zuletzt geprüft am 15.01.13)
- Bitcom (2012): Fast eine Milliarde App-Downloads allein in Deutschland. Presseinformation v. 23.2.2012, URL: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Presseinfo_Markt_Apps_in_Deutschland_23_02_2012.pdf, [Stand 29.11.2012]
- Bittlingmayer, U.; Hurrelmann, K. (2005): Medial vermittelte politische Bildung für Jugendliche aus bildungsfernen Milieus aus soziologischer Sicht. Expertise für die Bundeszentrale für politische Bildung. Manuskript.
- BMFSFJ (2013): 14. Kinder- und Jugendbericht der Bundesregierung. URL: <http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationen,did=196138.html> (Zuletzt geprüft am 28.02.2013)
- Bodle, R. (2011): Regime des Austauschs. Offene APIs, Interoperabilität und Facebook. In: Leistert, O.; Röhle, T. (Hrsg.) (2011): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld, S. 79–99.
- Brady, H. E.; Verba, S.; Schlozman, K. L. (1995): Beyond SES: A Resource Model of Political Participation, In: The American Political Science Review, Vol 89 No 2, 271-294.
- Bullinger, G. M. (2010): Netzneutralität. Pro und Contra einer gesetzlichen Festschreibung. Ausschussdrucksache der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft. URL: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20100614/A-Drs__17_24_001_-_Netzneutralit__t.pdf (Zuletzt geprüft am 01.03.13)
- Buse, M. J.; Nelles, W. (1975): Formen und Bedingungen der Partizipation im politischen/administrativen Bereich. In: Alemann, U. (Hrsg.) (1975): Partizipation – Demokratisierung – Mitbestimmung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 41-111.
- Busemann, K.; Fisch, M.; Frees B. (2011): Dabei sein ist alles – zur Nutzung privater Communitys. Ergebnisse der ZDF-Studie Community 2011. In: Media Perspektiven 5/2012, S. 258–267.
- Busemann, K.; Gscheidle, C. (2012): Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: Media Perspektiven 7–8/2012, 380-390.
- DiMaggio, P.; Hagittai, E. (2001): From „digital divide“ to “digital inequalities”: Studying Internet use as penetration increases. Working Paper Nr. 15, Center for Arts and Cultural Policy Studies, Princeton University.
- DJI / TU Dortmund (2011): Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Endbericht. Dortmund. URL: www.forschungsverbund.tu-dortmund.de/fileadmin/Files/Engement/Abschlussbericht_Engagement_2_0.pdf; (Zuletzt geprüft am 15.02.12)
- Gabriel, O. W.; Vökl, K. (2004): Politische und soziale Partizipation. In: Gabriel, O.; Holtmann, E. (2004): Handbuch Politisches System der Bundesrepublik Deutschland (3. Auflage), Oldenbourg, 523-574.
- Glaser, B. G.; Strauss, A. L. (1998): Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. Göttingen: Huber.
- Global WebIndex (2013): SOCIAL PLATFORMS GWI.8 UPDATE: Decline of Local Social Media Plat-

- forms. Januar 22, 2013. URL: <http://globalwebindex.net/thinking/social-platforms-gwi-8-update-decline-of-local-social-media-platforms/> (Zuletzt geprüft am 20.02.2013)
- Hart, R. (1997): Children's participation. The theory and practice of involving young citizens in community development and environmental care. Earthscan Publications Ltd., London.
- Hirzalla, F.; van Zoonen, L. (2011): Beyond the Online/Offline Divide: How Youth's Online and Offline Civic Activities Converge, in: Social Science Computer Review, Vol. 29, No.4, S 481-498.
- Hurrelmann, K. (2005): Lebensphase Jugend, 8. Aufl., Weinheim, München, Kap. 5.
- Hurrelmann, K.; Albert, M. (2006): 15. Shell-Jugendstudie. Jugend 2006. Herausgegeben von Shell Deutschland Holding. Frankfurt am Main.
- JFF, Institut für Medienpädagogik (2011): Partizipation im und mit dem Social Web – Herausforderungen für die politische Bildung. Expertise für die Bundeszentrale für politische Bildung.
- Klein, A. (2008): Soziales Kapital Online. Soziale Unterstützung im Internet. Eine Rekonstruktion virtualisierter Formen sozialer Ungleichheit. URL: [bieson.uni-bielefeld.de/volltexte/2008/1260/pdf/Klein_Alexandra_Dissertation.pdf](http://www.bieson.uni-bielefeld.de/volltexte/2008/1260/pdf/Klein_Alexandra_Dissertation.pdf); (Zuletzt geprüft am 23.02.11)
- Kompetenzzentrum Informelle Bildung/KIB (Hrsg.) (2007): Grenzenlose Cyberwelt? Zum Verhältnis von digitaler Ungleichheit und neuen Bildungszugängen für Jugendliche. Wiesbaden.
- Kurz, C.; Rieger, F. (2011): Die Datenfresser. Frankfurt a. M.
- Kutscher, N. (2007): Beteiligung von Jugendlichen zwischen Interessen, Erwartungen und Lebensalltag. In: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2007): Kinder- und Jugendbeteiligung in Deutschland – Entwicklungsstand und Handlungsansätze. Gütersloh, S. 187-203.
- Kutscher, N. (2009): Digitale Ungleichheit: Soziale Unterschiede durch Mediennutzung. In: Cleppien, G.; Lerche, U. (Hrsg.) (2010): Soziale Arbeit und Medien. Wiesbaden, S. 153-163.
- Kutscher, N. (2012): Das Internet als ambivalenter Bildungsraum. Soziale Ungleichheit und Machtstrukturen in der Mediennutzung. In: DJI Impulse 4/2012, S. 23-25.
- Kutscher, N. (2014a): Bürgerbeteiligung im Kontext des Internets: Problem oder Perspektive? In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Dossier Medienpolitik. URL: www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172749/buergerbeteiligung-im-kontext-des-internets
- Kutscher, N. (2014b): Mobile Medien – Körper – Raum: Aneignung oder Subjektivierung? In: Wagner U. (Hrsg.): vernetzt _ öffentlich _ aktiv. Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen. Schriftenreihe Interdisziplinäre Diskurse, Band 8. München, S. 67-83.
- Lenhart, A.; Horrigan, J.; Fallows, D. (2004): Content Creation Online. URL: <http://www.pewinternet.org/Reports/2004/Content-Creation-Online.aspx>, (Zuletzt geprüft am 29.11.2012)
- Leistert, O.; Röhle, T. (Hrsg.) (2011): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld.
- LfM NRW (Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen) (2012): Netzneutralität: Brauchen Datenautobahnen Vorfahrtsregeln? In: Digitaltrends LfM 1/2011, S., 28-30.
- Livingstone, S.; Bober, M.; Helsper, E. (2004): Active participation or just more information? Young people's take up of opportunities to act and interact on the internet. URL: <http://personal.lse.ac.uk/bober/UKCGOparticipation.pdf>
- Lummerding, S. (2011): Facebooking. What you book is what you get – what else? In: Leistert, O.; Röhle, T. (2011): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld, S. 199-215.
- Madden, M.; Lenhart, A.; Duggan, M.; Cortesi, S.; Gasser, U. (2013): Teens and Technology 2013. Pew Research Center's Internet & American Life Project. URL: <http://www.pewinternet.org/Reports/2013/Teens-and-Tech.aspx> (Zuletzt geprüft am 30.05.2013)
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2012): JIMplus. Nahaufnahmen 2011. Einstellungen und Hintergründe zum Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen. Qualitative Zusatzbefragung zur JIM-Studie 2011: Jugend, Information, (Multi-) Media.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2008): JIM-Studie 2008. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12 bis 19-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden. URL: www.mpfs.de
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2012): JIM-Studie 2012. Jugend, Infor-

- mation, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12 bis 19-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden. URL: www.mpfs.de
- Mossberger, K.; Tolbert, C. J.; Stansbury, M. (2003): *Virtual Inequality: Beyond The Digital Divide*. Georgetown University Press.
- Norris, P. (2001): *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Palfrey, J.; Gasser, U. (2008): *Born Digital*. New York.
- Polat, R. K. (2005): The Internet and Political Participation. Exploring the Explanatory Links. In: *European Journal of Communication*, Vol. 20, No. 4, S. 435-459.
- Quintelier, E.; Vissers, S. (2008): The Effect of Internet Use on Political Participation. An Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium. In: *Social Science Computer Review*, unter: <http://www.jongerenambassadeurs.be/participatie/wp-content/uploads/2012/03/The-effects-of-internet-use-on-political-participation.-An-analysis-of-survey-resulsts-for-16-year-olds-in-Belgium-Quintelier-Vissers1.pdf>, (Zuletzt geprüft am 30.01.2012)
- Rohde, W.; Hasebrink, U.; Schmidt, J. H. (2009): *Heranwachsen mit dem Social Web – Tabellenband*. Hans-Bredow-Institut.
- Roßdeutscher, S. (2009): Soziale Partizipation und Soziales Kapital. In: Kaina, V.; Römmele, A. (Hrsg.) (2009). *Politische Soziologie. Ein Studienbuch*, Wiesbaden, 163-180.
- Schierer, S. (Hrsg.) (2012): *Demokratischer durch das Internet? Grundlagen, Trends und Herausforderungen*. Wochenschau Verlag. Schwalbach/Ts.
- Schlauri, S. (2010): *Network Neutrality. Netzneutralität als neues Regulierungsprinzip des Telekommunikationsrechts*. Baden-Baden/Zürich.
- Schmidt, J.-H.; Paus-Hasebrink, I.; Hasebrink, U. (2009): *Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen*. Schriftenreihe Medienforschung der LfM Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Band 62. Düsseldorf
- Schnurr, S. (2011): Partizipation. In: Otto, H.-U.; Thiersch, H. (Hrsg.) (2011): *Handbuch Soziale Arbeit*. 4. Aufl., München/Basel, S. 1069-1078.
- Schorb, B.; Kießling, M.; Würfel, M.; Keilhauer, J. (2010): *Medienkonvergenz Monitoring. Soziale Online-Netzwerke-Report 2010*. URL: http://www.uni-leipzig.de/~mepaed/sites/default/files/MeMo_SON10.pdf (Zuletzt geprüft am 21.02.2011)
- Selwyn, N. (2004): Reconsidering political and popular understandings of digital divide. In: *New Media and Society* 6, 3, 341-362.
- Stolle, D.; Hooghe, M.; Micheletti, M. (2005): Politics in the supermarket. Political consumerism as a form of political participation. In: *International Political Science Review*, Vol. 26, No. 3, S. 245-269.
- Sturzenhecker, B. (2003): *Partizipation in der offenen Jugendarbeit. Kiste – Bausteine für die Kinder- und Jugendbeteiligung*. Herausgegeben durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Berlin.
- Tapscott, D. (1998): *Net Kids*. Wiesbaden.
- Theunert, H. (2011): Aktuelle Herausforderungen für die Medienpädagogik. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Heft 3, S. 24–29.
- Tillmann, A. (2008): *Identitätsspielraum Internet*. Weinheim und München.
- Tolbert, C. J.; Mcneal, R. S. (2003): Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation? In: *Political Research Quarterly*, Vol. 56, No. 2, S. 175-185.
- Van Deth, J. W. (2009): Politische Partizipation, In: Kaina, V.; Römmele, A. (Hrsg.) (2009). *Politische Soziologie. Ein Studienbuch*, Wiesbaden, 141-161.
- Van Eimeren, B., Frees, B. (2011): Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: *Media Perspektiven* 7–8/2011, S. 334–349.
- Van Eimeren, B., Frees, B. (2012): 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen

- durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: Media Perspektiven 7–8/2012, 362-379.
- Vogelsang, I.(2010): Die Debatte um Netzneutralität und Quality of Services. In: Klumpp, D.; Kubicek, H.; Roßnagel, A.; Schulz, W. (Hrsg.) (2010): Netzwelt – Wege, Werte, Wandel. Heidelberg: Springer. S. 5-14.
- Wagner, U. (Hrsg.) (2008): Medienhandeln in Hauptschulumilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München.
- Wagner, U.; Brüggel, N.; Gebel, C. (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung. Analyse jugendnaher Interplattformen und ausgewählter Selbstdarstellung von 14- bis 20-Jährigen. URL: http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf, (Zuletzt geprüft am 14.12.2012)
- Welling, S. (2008): Computerpraxis Jugendlicher und medienpädagogisches Handeln. München.
- Wimmer, J. (2012): Partizipation und Bürgermedien. In: Lutz, K.; Rösch, E.; Seitz, D. (2012): Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. Schriften zur Medienpädagogik 47. Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e.V.(Hrsg.). Kopaed-Verlag München.

Erich Sass

5 Das Internet als Ort politischer Sozialisation – Perspektiven für die künftige Forschung zur politischen Partizipation junger Menschen im Web 2.0

Abschließende Bemerkungen

Ganz offensichtlich ist mit dem Internet ein Raum entstanden, der für das Aufwachsen junger Menschen von zentraler Bedeutung ist. Begreift man politische Sozialisation als eine von Kindern und Jugendlichen im Prozess des Aufwachsens zu leistende Entwicklungsaufgabe, macht es Sinn die Frage zu stellen, welchen Anteil das Internet und vor allem das sogenannte *Web 2.0* an diesen Prozessen hat und wie sich diese gestalten. Allerdings sollte zunächst die Frage erlaubt sein, ob es sich beim Internet tatsächlich um einen „Raum“ bzw. einen „Ort“ im klassischen Sinne handelt.

Ulrich Deinet, wichtigster Vertreter eines raumsoziologischen Blicks auf Partizipation und jugendliche Aneignungsprozesse, ist davon überzeugt: „Das Konzept der sozialräumlichen Aneignung kann nicht nur auf die Aneignung von Medienwelten übertragen werden, vermutlich ist sie auch zukunftsweisend für eine Theoriebildung zur Aneignung interaktiver Medien“ (Deinet 2013, S. 111). Deinet hält eine Übertragbarkeit von Erkenntnissen aus der raumsoziologischen Forschung auf die Medienforschung für sinnvoll, weil sowohl die grundlegende Aneignungsdimension (die Aneignung von motorischen/mechanischen Fähigkeiten) als auch die Aneignungsdimensionen aus den sozialökologischen Raumvorstellungen (Erweiterung des Handlungsraums, Veränderung von Situationen, Verknüpfung von Inseln) auf die interaktiven Medienwelten übertragbar sind. Außerdem weist er darauf hin, dass der von ihm verfolgte „erweiterte Aneignungsansatz“ seinen Ursprung in den neuen Medien und Technologien hat (vgl. ebd.).

Eine mediale Umwelt als „Raum“ zu bezeichnen macht dann Sinn, wenn dieser Raum auch die Möglichkeit bietet, sich dort in persona aufzuhalten. Dies ist im Web 2.0 mit seinen Raumkonstruktionen aus unterschiedlichsten Medien gegeben. Vor allem durch die Möglichkeit, virtuelle Identitäten zu konstruieren und diese (mehr oder weniger) eigenständig agieren zu lassen, erhalten die Nutzer die Gelegenheit, Medienverknüpfungen zu folgen, bzw. diese selbst zu schaffen. Insbesondere diese aktive Beteiligung der Nutzer ist Grundlage für die Entwicklung des Web 2.0 und öffnet gleichzeitig den Raum für neue Vernetzungsprozesse. Diese komplexen, eher mit kybernetischen Begriffen zu fassenden Vorgänge machen die eigentliche neue Qualität des Netzes gegenüber den älteren Medien aus.

Denn Medien waren für das Aufwachsen von Kindern und Jugendliche und auch für Abgrenzungs- und Aneignungsprozesse immer schon von Bedeutung. Bücher, Comics, Filme oder Spiele sind geeignet, Kinder und Jugendliche etwas über sich selbst erfahren zu lassen, unterstützen sie bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben und geben Einblicke in die Erwachsenenwelt. Musik, Poster oder Graffiti haben immer auch dazu beigetragen jugendliches Revier zu markieren, das Jugendzimmer von der elterlichen Wohnung abzugrenzen, Erwachsene aus der Jugendkneipe fernzuhalten oder jugendkulturelle Standards zu definieren. Medien wurden und werden von Jugendlichen genutzt, um Räume zu gestalten, sie sind

Teil von Raumkonstruktionen. Vielleicht sind sie geeignet, (vorübergehende) Traumwelten zu evozieren, kaum aber eigenständige Handlungsräume.

Dies verändert sich mit der Durchsetzung von Computerspielen, in denen die Schaffung von Avataren, eigenständig agierenden, selbst geschaffenen (oder von der eigenen Persönlichkeit abgespaltenen) Personen zum Spiel gehört. Auch hier kann noch nicht von selbstgeschaffenen Räumen gesprochen werden, weil es sich um vorprogrammierte Kunstwelten handelt, in denen die Spieler(innen) einen (sich in der historischen Entwicklung der Spiele allerdings ausweitenden) begrenzten und vordefinierten Spielraum haben. Die Wanderung der selbstgeschaffenen Zweit-Persönlichkeit aus den Welten der Computerspiele in das Web 2.0 liegt nahe und bedeutet für computeraffine Jugendliche nur einen logischen nächsten Schritt. Allerdings bewegen sie sich jetzt – egal ob mit ihrem Klarnamen oder als Avatar – plötzlich nicht mehr in virtuellen (Spiel-)Welten, sondern in der realen (Erwachsenen-)Welt. Denn dass das Internet kein virtueller sondern ein sehr realer Raum ist, in dem echte Menschen kommunizieren, richtiges Geld verdient wird, echte Waren gehandelt werden, muss spätestens dann klar werden, wenn die ersten Abmahnungen aufgrund von Downloads illegaler Musik- oder Videos ins Haus kommen oder man plötzlich zum Opfer von Mobbing-Attacken ganz realer Menschen in den sozialen Netzwerken wird. Jugendliche (aber auch ihre Eltern) müssen so teilweise schmerzlich erfahren, dass online die gleichen Gesetze und gesellschaftlichen Regeln gelten wie offline und dass der neue Raum „Internet“ aber häufig ein viel schwerer zu durchschauender und damit sich anzueignender Raum ist, als bisher bekannte materielle Räume.

Ohne hier weiter auf die sich daraus ergebenden medienpädagogischen Konsequenzen und Notwendigkeiten eingehen zu wollen, wird deutlich, dass auch die Aneignung des Internets Kompetenzen verlangt, die sich (auch hier gibt es keine Unterschiede zu anderen Aneignungsprozessen) zum Teil erst durch die Beschäftigung mit dem Internet (learning by doing) ausbilden können. Dies gilt auch für das Internet als Raum der politischen Beteiligung. Unabhängig davon, ob man einen weiten oder einen engen Politikbegriff zugrunde legt (wie in den Beiträgen dieses Bandes diskutiert), müssen Jugendliche die entsprechenden Möglichkeiten des Netzes zunächst einmal kennenlernen, wissen, wie man in ihnen agiert und kommuniziert, wie man die unterschiedlichen Medien technisch nutzt, welche rechtlichen oder auch moralischen Begrenzungen es gibt, welche Fallen lauern und welche Möglichkeiten sich ergeben können.

Diesen Prozess der Aneignung des Internets als Raum politischer Aktion durch Jugendliche lohnt es wissenschaftlich zu beobachten. Die Bedeutung des Netzes als Ort realer Politik und realen Wirtschaftens wird zweifellos zunehmen und die Chance einer frühzeitigen Beteiligung junger Menschen scheint in diesem vergleichsweise neuen Feld größer, als in etablierten Bereichen der Politik, wie z.B. in Parteien.

Bei aller Euphorie für das Neue muss zu Beginn der wissenschaftlichen Analyse aber die genaue Beobachtung und eine klare Begriffsbildung stehen, denn nur ein geringer Teil der Aktivitäten Jugendlicher, zu denen sie das Internet nutzen, sind Web 2.0-Aktivitäten. In der Regel nutzen sie die komfortable Technik nur, um Dinge zu tun, die sie auch ohne Internet tun könnten: Musik hören, Filme und Fernsehsendungen schauen, Spielen, Nachrichten und Briefe schreiben etc. Dabei handelt es sich um Akte passiven Konsums oder interpersonalen Austauschs, die noch nichts mit aktivem Medienhandeln oder gar politischer Beteiligung zu tun haben. Außerdem muss genau beobachtet werden, ob es sich bei den Netzaktiven und politisch Handelnden tatsächlich um Jugendliche handelt. Auch bei einer hoch angesetzten Altersgrenze (28 Jahre) dürfte sich der wesentliche Teil der sogenannten *Netz-Aktivisten*

jenseits dieser Grenze befinden und die Zahl der Jüngeren eher gering sein.

Des Weiteren ist genau zu beschreiben, welcher Begriff von Politik der Analyse zugrunde liegt. Insbesondere wenn es um die politischen Aktivitäten von Jugendlichen geht, spricht vieles dafür, einen weiten Politikbegriff anzulegen, wie es z.B. von Kutscher et al. in diesem Band vorgeschlagen wird. Nicht nur, dass sich dadurch die Palette beobachtbarer Verhaltensweisen bedeutend erweitert, es scheint auch wenig plausibel, warum z.B. der aktive Einsatz von Jugendlichen im Umweltbereich oder in der Jugendverbandsarbeit und die damit verknüpften Internetaktivitäten weniger *politisch* sind, als ein Briefwechsel mit einem Parlamentarier oder die Teilnahme an einer Online-Petition. Wichtig ist aber, politisches Handeln klar von anderem sozialen Handeln abzugrenzen. Dort, wo wie beispielsweise bei der Beobachtung der Kommunikation in sozialen Netzwerken, klare Grenzziehungen zwischen dem Politischen und dem Privaten problematisch sind, sind diese Probleme deutlich zu benennen.

Wer heute einen wissenschaftlichen Blick auf das Heranwachsen von Kindern und Jugendlichen richtet, sollte aber nicht davon ausgehen, dass die Beschäftigung mit Politik und gesellschaftlichen Fragen eine bedeutsame Rolle im Alltag des Durchschnittsjugendlichen spielt. Eigene Studien (vgl. Begemann et al. 2011) und aktuelle Jugendstudien (vgl. Maschke et al. 2013) legen eher nahe, dass es sich bei der heutigen Jugendgeneration um eine stark an gesellschaftliche Normen angepasste, pragmatisch-erfolgsorientierte und auf den privaten Raum (Freunde, Familie) fixierte Gruppe handelt. Fragen der Partizipation werden immer dann relevant, wenn sie den privaten Raum (Freizeitgestaltung) oder auch die Schule betreffen (vgl. ebd. S. 185 ff.). Jugendliche, deren politisches Engagement auf tief verwurzelten weltanschaulichen Einsichten und Einstellungen beruht, scheinen eher die Ausnahme zu sein.

Auch solche Erkenntnisse sprechen für die Nutzung eines weiten Politikbegriffs in zukünftigen Jugendstudien, wobei allerdings nicht restlos geklärt scheint, ob bisherige Studien die (im weitesten Sinne) politischen Aktivitäten Jugendlicher richtig erfassen. Die Ergebnisse fragebogengestützter Studien (vgl. Maschke et al. 2013) basieren auf den Selbstauskünften der Befragten, die wiederum stark von der vorgegebenen Fragestellung und den zugrundeliegenden Begriffsdefinitionen geprägt sind. So muss kritisch hinterfragt werden, ob Frager und Befragte immer das Gleiche meinen, wenn sie von *Politik* sprechen. Hier scheinen stärker qualitativ und dialogisch ausgerichtete Studien geeigneter zu sein, die Realität politischen Engagements Jugendlicher zu erfassen. Außerdem liegt die Vermutung nahe, dass Fragen zur Internetnutzung Jugendlicher von diesen eher im Sinne einer sozialen Erwünschtheit beantwortet werden. Dies gilt insbesondere für die Zeitverwendung im Zusammenhang mit dem Computer und dem Internet sowie für die Beschäftigung mit — aus Sicht des Jugendschutzes — bedenklichen Inhalten, kann aber auch politische Aktivitäten betreffen. Insbesondere Jugendliche aus politischen Extremgruppen des linken oder rechten Randes werden ihre Aktivitäten kaum in traditionellen Erhebungen transparent machen. Dies gilt für Offline- ebenso wie für Online-Aktivitäten.

Derartige Einschränkungen machen Studien zur Funktion des Internets zwar zu komplexen Unternehmungen, sollten sie aber nicht verhindern. Allein die Bedeutung des Netzes für Kinder und Jugendliche ist ein ausreichendes Argument, um sich diesem Forschungsfeld zu widmen. Laut der aktuellen JIM-Studie (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2014) ist das Internet mittlerweile in 98% der Haushalte, in denen Jugendliche aufwachsen, verfügbar. 76% aller Jugendlichen haben einen eigenen Computer bzw. ein Laptop. Die Nutzungsdauer an normalen Wochentagen (Montag bis Freitag) ist 2014 auf durch-

schnittlich 192 Minuten täglich (13 Minuten mehr als im Vorjahr) angestiegen, was in erster Linie auf die Durchsetzung mobiler Endgeräte zurückzuführen sein dürfte. 88% der 12- bis 19-Jährigen besitzen ein Smartphone (2013: 73%) (vgl. ebd. S. 25 ff.).

In den Beiträgen von Schmidt und Kutscher et al. werden eine Reihe von möglichen Forschungsperspektiven genannt, denen es sich sicher lohnt nachzugehen und die Stoff für eine Vielzahl von Studien mit unterschiedlicher methodischer Ausrichtung bieten.

Grundsätzlich erscheint es – vor allem im Hinblick auf Ungleichheitsgesichtspunkte – sinnvoll (wie von Kutscher et al. vorgeschlagen), die bourdieusche Kapitaltheorie auch der Erforschung von Prozessen der politischen Sozialisation im Internet zugrunde zu legen. Auf Basis der von Bourdieu entwickelten Kategorien *Ökonomisches Kapital*, *Kulturelles Kapital* und *Soziales Kapital* lassen sich Aneignungsprozesse kategorisieren und mit sozialstatistischen Daten verknüpfen. Auch raumtheoretische Ansätze, wie sie von Ulrich Deinet verfolgt werden, lassen sich, ggf. in der Verknüpfung mit Kapitaltheorien, als Grundlage nutzen, um medienvermittelte Aneignungsprozesse Jugendlicher zu beschreiben.

So ist beispielsweise die unabdingliche Ausstattung mit technischen Geräten (vor allem Endgeräte) unmittelbar mit der Menge des verfügbaren ökonomischen Kapitals verknüpft. Welche Möglichkeiten Jugendliche ohne entsprechende Kapitalausstattung haben (und finden), sich trotzdem im Internet zu bewegen, scheint eine interessante Frage zu sein. Auch die Nutzung eines Computers ist mit der Raumfrage (im traditionellen Sinne) verknüpft. Spielt das eigene Zimmer noch eine Rolle oder hat die Verbreitung des Smartphones diese Frage schon obsolet gemacht? Zu welchen Inklusions- oder auch Exklusionsmechanismen führt die Verfügbarkeit von Endgeräten in Gruppenbildungsprozessen? Was bedeutet dies für die (politischen) Organisationen?

Von großer Bedeutung erscheint auch die Frage, welcher Art die kulturellen Veränderungen sind, die das Netz mit sich bringt: Wie eignen sich Jugendliche Wissen über Politik an? Wie kommunizieren sie mit Mandatsträger(inne)n und anderen Politiker(inne)n? Wie organisieren sie Proteste? Wie formulieren sie ihre Anliegen? Hier wäre ein Vergleich mit früheren Formen politischer Beteiligung von besonderem Interesse, z.B.: (Wie) unterscheiden sich Briefe von Jugendlichen der Vor-Internet-Ära von an Politiker(inne)n gerichtete Mails, Blogposts oder Einträge heutiger Jugendlicher? Wie verändert sich der Umgang mit Politiker(inne)n und anderen gesellschaftlich bedeutsamen Personen, wenn ein Kontakt durch einen einfachen Klick und ggf. auch anonym (z.B. in den sozialen Netzwerken) herzustellen ist? Welchen Einfluss hat das Netz auf die Organisationskultur? Wie kommunizieren politische Gruppen im Binnenverhältnis?

Die Kategorie des sozialen Kapitals hat sich immer dann als sehr hilfreich erwiesen, wenn es darum geht, den Einfluss von sozialen Kontakten und Verbindungen auf das soziale Fortkommen, auf Aufstiegs- oder Abstiegsprozesse zu untersuchen. Hier haben in der Vergangenheit (mit entsprechendem Engagement verknüpfte) Mitgliedschaften in Parteien, Gewerkschaften, Verbänden und ähnlichen Organisationen in der Regel für erweiterte Möglichkeiten politischer Beteiligung gesorgt, bzw. diese erst ermöglicht. Für die politische Karriere dürften bis heute persönliche soziale Kontakte wichtiger sein als ökonomisches Kapital und mindestens genauso wichtig wie kulturelle Fähigkeiten. Hier stellt sich die Frage, ob sich solche Effekte auch einstellen, wenn die Kontakte weniger persönlich und eher medial vermittelt sind, bzw. wenn sich auch die Mitgliedschaft oder auch Mitarbeit in gesellschaftlichen Organisationen eher medienvermittelt darstellt. Auch hier erscheint ein Vergleich früherer und heutiger Politikkarrieren als interessantes Forschungsfeld. Insbesondere in Hinblick auf

die vielbeklagte sinkende Bindungskraft von Parteien und anderen gesellschaftlichen Institutionen, scheint die Rolle des Internets für die Ansprache und Bindung von interessierten Jugendlichen noch nicht ausreichend beleuchtet zu sein.

Aber auch zur Betrachtung von neuen medial vermittelten Gruppen politischer oder auch unpolitischer Art machen die Kapitaltheorien Sinn. Wo entstehen Orte sozialer Zugehörigkeit? Von wem grenzen Jugendliche sich ab? Was gilt als *cool*? Was als *uncool*? Wo und wie entstehen Orte, an denen abweichendes (politisches) Verhalten kultiviert wird? Wie verlaufen die Grenzen zwischen privatem und öffentlichem Handeln? Welche Unterschiede bzw. Verbindungen gibt es zwischen Online- und Offline-Aktivitäten?

Das Thema Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0 wird seine Bedeutung innerhalb der Jugendforschung behalten. Wenn auch die Engagement- Partizipations- und Politikforschung auf der Höhe der Zeit bleiben wollen, dürfen diese sich seinen Fragen nicht verschließen. Mit dem hier vorliegenden Band wird der aktuelle Stand der Forschung dargelegt und wichtige Forschungsfragen sowie mögliche methodische Vorgehensweisen benannt. Insgesamt dürfte das vorliegende Material ausreichen, um eine Reihe von interessanten und relevanten Fragestellungen zu entwickeln, denen es sich in Studien nachzugehen lohnt.

Literatur

- Begemann, M.-C.; Bröring, M.; Dux, W.; Sass, E. (2011): Jugendliche Aktivitäten im Wandel – Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Endbericht. Forschungsverbund DJI/TU Dortmund. Dortmund. Online verfügbar unter http://www.forschungsverbund.tu-dortmund.de/fileadmin/Files/Freiwilliges_Engagement/Abschlussbericht_Engagement_2_0.pdf, (Zuletzt geprüft am 08.01.2014).
- Deinet, U. (2013): Vom Aneignungskonzept zu Activity Theory. Transfer des tätigkeitsorientierten Aneignungskonzepts der kulturhistorischen Schule auf heutige Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen. Unter Mitarbeit von Christina Muscutt und Ahmed Derecik. Düsseldorf.
- Maschke, S.; Stecher, L.; Coelen, T.; Ecarus, J.; Gusinde, F. (2013): Appolutely smart! Ergebnisse der Studie Jugend.Leben. Bielefeld: Bertelsmann.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2014): JIM 2014 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Hg. v. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Stuttgart.

6 Die Autorinnen und Autoren

Ahrens, Wiebke; Sozialpädagogin/Sozialarbeiterin, M.A.,
Arbeitsschwerpunkte: Kinder- und Jugendarbeit, Systemische Beratung, Mitbestimmung von Kindern,
Berufsbezogene Selbsterfahrung; Kontakt: wiebkeahrens@gmx.de

Franken, Rabea; Sozialarbeiterin/Sozialpädagogin, M.A.; Kontakt: rabea.franken@gmx.de

Gerlicher, Peter; wissenschaftlicher Mitarbeiter des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und
Praxis (JFF);

Kutscher, Nadia; Dr. phil., Dipl.-Pädagogin, Dipl.-Sozialpädagogin (FH); Universitätsprofessorin für
Soziale Arbeit und Ethik am Institut für Soziale Arbeit, Bildungs- und Sportwissenschaften der Univer-
sität Vechta; Arbeitsschwerpunkte: Kindheit, Jugend und digitale Medien, Mediatisierung der Sozia-
len Arbeit, Bildung und soziale Ungleichheit, Kinder- und Jugendhilfe und wohlfahrtsstaatliche Trans-
formation, normative Fragen der Sozialen Arbeit; Kontakt: nadia.kutscher@uni-vechta.de

Lange, Mirja; Dipl.-Soziologin; TU Dortmund, Forschungsverbund DJI/TU Dortmund; wissenschaftli-
che Mitarbeiterin, Arbeitsschwerpunkte: Jugendforschung, Kinder- und Jugendarbeit, Freiwilliges
Engagement, Personal, Öffentlichkeitsarbeit; Kontakt: mlange@fk12.tu-dortmund.de

Leggewie, Leonie; Sozialarbeiterin/Sozialpädagogin (B.A.); Masterstudium Soziale Arbeit in internati-
onaler Perspektive mit dem Schwerpunkt Soziale Arbeit mit Menschen unterschiedlicher Kultur und
Religion an der Katholischen Hochschule NRW Köln; Kontakt: Leonie.Leggewie@gmail.com

Niermann, Klara-Marie; Sozialarbeiterin/Sozialpädagogin (B.A.); Soziale Arbeit in internationaler
Perspektive (M.A.), Katholische Hochschule NRW Köln, Arbeitsschwerpunkt: Theorien Sozialer Arbeit;
Kontakt: m.niermann@posteo.de

Potz, Annika; wissenschaftliche Mitarbeiterin des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und
Praxis (JFF)

Sass, Erich; Soziologe, Magister Artium (M.A.); TU Dortmund, Forschungsverbund DJI/TU Dortmund;
wissenschaftlicher Mitarbeiter; Arbeitsschwerpunkte: Kinder- und Jugendarbeit, Freiwilliges Engage-
ment, Jugendkultur, Arbeitsmarktpolitik, Medien; Kontakt: esass@fk12.tu-dortmund.de

Schmidt, Jan-Hinrik; Soziologe, Dr. rer.pol.; Hans-Bredow-Institut für Medienforschung Hamburg;
wissenschaftlicher Referent; Arbeitsschwerpunkte: Online-Kommunikation, soziale Medien/Web 2.0,
Wandel von Öffentlichkeit und Teilhabe; Kontakt: j.schmidt@hans-bredow-institut.de

Vahnenbruck, Katharina; Bachelor Politik- und Verwaltungswissenschaft, Soziale Arbeit in internati-
onaler Perspektive (M.A.), Katholische Hochschule NRW Köln, Arbeitsschwerpunkt: Zusammenarbeit
mit Menschen anderer Herkunft und Religion; Kontakt: Katharina.Vahnenbruck@mail.katho-nrw.de

Wagner, Ulrike Dr.; Direktorin des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF); Stu-
dium der Kommunikationswissenschaft und Politologie an der Universität Salzburg; Studium der
Kommunikationswissenschaft und Politologie an der Universität Salzburg